

INFORMACJA
O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH
RADIOFONII I TELEWIZJI

**INFORMACJA O PODSTAWOWYCH
PROBLEMACH RADIOFONII I TELEWIZJI**

Stan radiofonii i telewizji w Polsce – fakty i liczby	1
Radiofonia i telewizja publiczna	1
Radiofonia i telewizja koncesjonowana	2
Radiofonia komercyjna	3
Telewizja komercyjna	5
Radiofonia kościelna katolicka	7
Telewizja kościelna katolicka	9
Radiofonia związana z innymi wyznaniem chrześcijańskimi.....	10
Rynek telewizji kablowych	10
Polskojęzyczne programy telewizyjne nadawane spoza terytorium Polski	12
I. Działalność programowa nadawców	14
Oferta programowa nadawców telewizyjnych w 1999 roku.....	14
Oferta programowa lokalnych nadawców telewizyjnych rozpowszechniających program w sposób naziemny	24
Widownia telewizyjna w Polsce w 1999 roku	31
Satelitarne i tematyczne programy polskie i polskojęzyczne.....	37
Polskie i polskojęzyczne kanały tematyczne w platformach cyfrowych	40
Oferta programowa nadawców radiowych w 1999 roku	44
Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji	52
Ogólnopolskie i ponadregionalne radiowe stacje koncesjonowane	57
Audytorium radia w 1999 roku	62
Porozumienie „Przyjazne Media”	66
II. Podstawowe problemy prawne radiofonii i telewizji	69
Wprowadzenie	69
Rozwój technologii cyfrowej a radiofonia i telewizja.....	69
Realizacja ochrony praw autorskich i pokrewnych.....	71
Opłaty abonamentowe	74
III. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej	76
Sytuacja na rynku radiowym i telewizyjnym	76
Inicjatywy integracyjne na rynku radiowym.....	77
Inicjatywy integracyjne na rynku telewizyjnym	81
Analiza i perspektywy rozwoju rynku reklamowego	82
Sytuacja finansowo – ekonomiczna nadawców publicznych.....	86

IV.	Międzynarodowy kontekst działalności radiowej i telewizyjnej.....	118
	Polityka audiowizualna Unii Europejskiej	118
	Prace grup ekspertów w Radzie Europy	127
	Działalność Eureka Audiowizualnej	137
	Funkcjonowanie ciał regulujących w Europie	138
V.	Stan i perspektywy rozwoju radiofonii i telewizji cyfrowej	148
	Satelitarne platformy cyfrowe	148
	Przygotowania do uruchomienia naziemnej emisji cyfrowej programów radiowych i telewizyjnych.....	149
	Naziemna radiofonia cyfrowa	149
	Naziemna telewizja cyfrowa	149
VI.	Regulacja radia, telewizji, nowych technologii i Internetu w dobie cyfryzacji ..	152
	Wprowadzenie	152
	Koncesja a regulacja	154
	Konwergencja a regulacja	158
	Internet a regulacja	162
	Wnioski	165

Mapy przedstawiające przybliżone zasięgi niektórych stacji telewizyjnych i radiowych

- TVP 1VP 2
- TVP regionalna
- Polsat
- TVN
- Nasza TV
- Canal +
- Program I PR
- Program II PR
- Program III PR
- Program Regionalny Polskiego Radia
- Radio RMF
- Radio Zet
- Radio Maryja (program stereofoniczny)
- Radio Maryja (program monofoniczny)

I. STAN RADIOFONII I TELEWIZJI W POLSCE

fakty i liczby

Radiofonia i telewizja publiczna

Radiofonia publiczna w Polsce to Polskie Radio S.A. – rozgłośnia centralna nadająca programy ogólnopolskie i program dla zagranicy oraz 17 spółek regionalnych nadających 17 różnych programów.

Polskie Radio S.A. dysponuje obecnie następującymi możliwościami nadawczymi:

- częstotliwość 225 kHz oraz 19 częstotliwości (w tym 10 o mocy większej lub równej 1 kW) z zakresu 87,5 – 108 MHz dla emisji Programu 1,
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz złożoną z 40 stacji nadawczych (w tym 37 stacji o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu 3,
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz złożoną z 40 stacji nadawczych (w tym 37 o mocy większej lub równej 1 kW), w której emitowane są Program 2 i program Radio Bis.

Ponadto Polskie Radio dla potrzeb emisji poza granice kraju wykorzystuje kilkanaście częstotliwości krótkofalowych. Podczas spotkania, 13 stycznia 2000 roku, zorganizowanego przez KRRiT, w którym uczestniczyli przedstawiciele Zarządu PR S.A., Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Ministerstwa Obrony Narodowej oraz spółki Telekomunikacja Polska S.A. omówiono problemy związane z utrzymaniem emisji programu Radia Polonia na falach krótkich ze stacji nadawczej w Leszcznie. Przedstawiciele Zarządu Polskiego Radia podkreślili, że spółka w pełni zabezpiecza emisję od strony programowej Radia Polonia, natomiast coraz większym problemem jest finansowanie utrzymania nadajników emitujących ten program oraz stan techniczny stacji w Leszcznie. Po spotkaniu, Przewodniczący KRRiT skierował do Ministra Łączności i Ministra Spraw Zagranicznych, prośbę o przedstawienie ostatecznego stanowiska co do wykorzystania obiektu w Leszcznie i emisji programu na falach krótkich.

Regionalne sieci radia publicznego wykorzystują w sumie 58 stacji nadawczych, w tym 55 stacji o mocy 1 kW lub większej.

W 1999 roku zostały uruchomione przez Telekomunikację Polską S.A. dwa obiekty dużej mocy Kalisz/Mikstat i Giżycko/Miłki, w których ulokowano po jednej częstotliwości z każdej sieci ogólnopolskiej Polskiego Radia oraz po jednej częstotliwości z dwóch sieci regionalnych (po jednej na każdym obiekcie). Instytut Łączności we Wrocławiu kończy prace

projektowe związane z opracowaniem dodatkowej sieci, która umożliwiłaby rozdzielenie anten Programu 2 i Radia BIS.

W roku 1999 roku Przewodniczący Krajowej Rady wydał 21 decyzji w sprawie przyznania nowych częstotliwości lub zmian technicznych warunków nadawania. Stopień aktualnego, obliczeniowego pokrycia kraju programami ogólnopolskimi przedstawiono na mapach, stanowiących załącznik do Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*.

Telewizja publiczna nadaje dwa programy ogólnopolskie, 12 regionalnych oraz jeden program przeznaczony dla odbiorców za granicą pod nazwą TV POLONIA. Do nadawania programu TVP1, Telewizja Polska S.A. wykorzystuje 171 kanałów, w tym 32 z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW, programu TVP2 - 158 kanałów, w tym 38 z mocą równą lub większą od 10 kW. Programy regionalne nadawane są przy wykorzystaniu 17 kanałów, w tym 11 kanałów z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW. Zapewnia to pokrycie powierzchniowe programem TVP1 w 96,6%, programem TVP2 w 95,6% i programem regionalnym w 40,8%, oraz pokrycie ludnościowe odpowiednio w 98,2%, 97,6% i 61,1%.. W 1999 roku nieznacznie wzrosło pokrycie programami TVP1 i TVP2 ponieważ zostały uruchomione trzy obiekty dużej mocy, a mianowicie Kalisz/Mikstat, Giżycko/Miłki i Elbląg.

Ponadto zmieniono parametry niektórych stacji. W sumie w 1999 roku wydano 20 decyzji administracyjnych dotyczących telewizji publicznej (szerzej na temat najważniejszych problemów nadawczych radiofonii i telewizji publicznej napisano w rozdziale IV Sprawozdania z działalności KRRiT w 1999 roku „Krajowa Rada a nadawcy”).

Radiofonia i telewizja koncesjonowana

Radiofonia komercyjna

W minionym roku nastąpił niewielki wzrost zasięgu komercyjnych stacji ogólnokrajowych. Zmiany polegały na optymalizacji posiadanych warunków technicznych oraz uzupełnieniu docelowego kształtu sieci. Obecnie obliczeniowe pokrycie powierzchniowe tych sieci wynosi dla ZET 75,5%, dla RMF 83,4%, a pokrycie ludnościowe odpowiednio 82,1% i 89,7%.

Kolejny, ostatni już pełny rok wykonywania koncesji, radiowe stacje ogólnokrajowe rozpoczęły zajmując niekwestionowaną pozycję liderów na rynku reklamowym z niewielką przewagą RMF.

Można jednak zaobserwować, że po zakończeniu etapu inwestycji w budowę infrastruktury technicznej, zaplecza merytorycznego i organizacyjnego oraz pracy nad osiągnięciem obecnej pozycji na rynku reklamy radiowej obie stacje poszukują nowych pól działania.

* Przedstawione pokrycie powierzchniowe oraz ludnościowe jak i mapy zasięgu stacji radiofonicznych i telewizyjnych zostały wykonane przez oddział Instytutu Łączności we Wrocławiu na podstawie obliczeń z wykorzystaniem metod statystycznych. Z związku z powyższym przedstawione dane należy traktować jako wartości przybliżone.

Spółka Eurozet, będąca współwłaścicielem Radia ZET, podpisała porozumienie inwestycyjne ze spółką Radiostacja, produkującą program na zlecenie ZHP. Obecnie Krajowa Rada prowadzi postępowania zmierzające do wyjaśnienia, czy ZHP po wycofaniu się kolejnego inwestora zagranicznego (norweskiej spółki P4) z umowy produkcyjnej jest zdolne do dalszego wykonywania koncesji. Niepokój budzi kolejna nieudana próba znalezienia harmonii między niekomercyjnym charakterem stacji, a racjonalizacją kosztów jej działania. Eurozet w liście informującym Krajową Radę o swoich zamierzeniach wobec harcerskiej stacji deklaruje zachowanie dotychczasowego jej formatu oraz grupy odbiorców, do której program jest kierowany (15—20 lat). Inwestycja Eurozet we współpracę programowo—produkcyjną z ZHP, posiadającym stacje nadawcze w 6 dużych miastach w Polsce (Gdańsk, Gdynia, Poznań, Rzeszów, Warszawa, Wrocław), może mieć charakter działania rekompensującego brak zgody Krajowej Rady na rozszczepienie programu Radia ZET w pasma lokalne wraz z prawem do emisji lokalnych reklam. Dla przypomnienia warto dodać, że od początku wykonywania koncesji zgodę taką, z pewnymi ograniczeniami wprowadzonymi w 1997 roku, posiada konkurent Radia ZET - RMF FM. Prawem do rozszczepiania programu na pasmo miejskie Radio ZET dysponuje jedynie w Warszawie.

Aktywność RMF FM poza realizacją własnej koncesji jest widoczna w próbach tworzenia nowej jakości medialnej. W ramach holdingu spółek RMF FM działa kilkanaście podmiotów o dużym potencjale. Pod tym szyldem grupa RMF FM obecnie uruchamia portal internetowy. W fazie koncepcji pozostaje tymczasem Projekt Radio-Wizja, dla którego realizacji potrzebne są nowe rozwiązania prawne w ustawie o radiofonii i telewizji oraz w innych aktach prawnych. Oprócz inwestycji w dziedzinie mediów i komunikacji, takich jak Internet czy wejście na platformę cyfrową (CYFRA+), RMF FM rozbudowuje swoją infrastrukturę i zaplecze techniczne.

Najważniejszym przedsięwzięciem jest budowa nowej siedziby radia. RMF FM znajduje się obecnie na etapie przekształceń właścicielskich. 8 marca 1999 roku spółka złożyła do KRRiT wnioski o zgodę na dokonanie zmian w strukturze właścicielskiej poprzez uznanie spółki Broker za pierwotnego udziałowca, a tym samym ograniczenie udziałów będących dotąd w posiadaniu Krakowskiej Fundacji Komunikacji Społecznej. W tej sprawie kontrolę działalności statutowej Fundacji, prowadzi również Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Krajowa Rada uwzględni w prowadzonym postępowaniu także wyniki tej kontroli.

Ograniczony zasięg nadawców ponadregionalnych: TOK FM i Radia WAWA, wciąż trwające poszukiwania źródeł finansowania przedsięwzięć medialnych oraz zmiany formatu programowego powodują, że ta kategoria nadawców nie stanowi dla stacji ogólnokrajowych istotnej konkurencji na radiowym rynku reklamowym.

Radio WAWA, po zakończeniu współpracy produkcyjnej z irlandzkim inwestorem Modular Investment dokonało w ubiegłym roku głębokiej restrukturyzacji i wprowadziło szereg zmian zmierzających do ekonomizacji i oszczędności w produkcji programu radiowego. Radio WAWA, deklarujące się jako radio miejskie, skierowane do słuchacza ze średnim i wyższym wykształceniem, czyni starania o powrót do pierwotnego formatu muzycznego, który zapewnił stacji sukces na warszawskim rynku. Problemem Radia WAWA jest niewielki zasięg techniczny, małe moce posiadanych nadajników, brak częstotliwości we wszystkich istotnych ośrodkach miejskich w Polsce, np. w niektórych miastach wojewódzkich oraz brak zgody Krajowej Rady na rozszczepianie programu w pasmach lokalnych wraz z możliwością emisji lokalnej reklamy. Istnienie tej sieci w obecnej formule

nie znajduje realnych podstaw ekonomicznych. Dlatego też Radio WAWA wystąpiło do Krajowej Rady z prośbą o przeprowadzenie badań zmierzających do optymalizacji użytkowanej sieci oraz uzupełnienia jej o nowe częstotliwości. Jednocześnie na dorocznym spotkaniu sprawozdawczym z Krajową Radą przedstawiciel stacji poinformował, że toczą się rozmowy zmierzające do pozyskania kolejnego już, trzeciego inwestora zagranicznego. Dotychczas Krajowa Rada nie została poinformowana, z kim toczą się rozmowy oraz jakie są ich wyniki.

Spółka Inforadio, wykonująca koncesję na nadawanie wyspecjalizowanego programu TOK FM w formacie talk & news, również znajduje się na etapie przekształceń właścicielskich. Uruchomienie programu w ubiegłym roku było możliwe dzięki wejściu do spółki inwestora medialnego AGORA S.A. (dotychczas AGORA posiada w Inforadio 29% udziałów). Inwestycje w budowę sieci i infrastruktury stacji poniesione przez Agorę stanowiły punkt wyjścia do złożenia 23 marca 1999 roku wniosku o wpisanie tego podmiotu w pierwotny skład spółki koncesjonariusza, a tym samym o umożliwienie objęcia większościowych udziałów aż do 100% włącznie. Zmiany kapitałowe towarzyszą pewnym zmianom programowym, których wyrazem była nowa nazwa programu: TOK FM. Zapisany w koncesji format informacyjny stacji jest realizowany, jednak w sposobie prezentacji poruszanych tematów widoczne jest przesunięcie środka ciężkości w kierunku komentarza dziennikarskiego i istotnego udziału słuchaczy w programie. Formuła radia kontaktowego, tworzona przez słuchaczy, z dziennikarzem w roli moderatora antenowych dyskusji, wymaga szczególnego przygotowania merytorycznego i warsztatowego prowadzących. Dotychczas Rada dwukrotnie spotkała się z nadawcą w celu wyjaśnienia sytuacji w spółce oraz zapoznania się z jego planami i strategią rozwoju, a także charakterem udziału Agory w całym przedsięwzięciu.

Istotne zmiany przebiegają również na rynku lokalnych i regionalnych nadawców radiowych. Postępuje proces koncentracji tych podmiotów prowadzony przez duże grupy multimedialne: AGORA S.A. i ZPR S.A. oraz samych nadawców lokalnych, którzy po osiągnięciu stabilnej pozycji na lokalnym rynku reklamy rozwijają się, wprowadzając na swoją orbitę słabsze, gorzej dotychczas zarządzane spółki radiowe. Przybiera to, opisywaną w ubiegłorocznym sprawozdaniu, formułę przenikania właścicielskiego, bądź tam, gdzie nie jest to możliwe ze względów formalnych i prawnych, formułę wspólnej produkcji programu i oferty reklamowej. Towarzyszy temu ujednocianie nazwy programu i ustalanie wspólnego lub zbliżonego formatu programowego.

Nowym zjawiskiem jest natomiast pakietyzacja oferty reklamowej kilku rozgłośni działających na tym samym rynku i znajdujących się w sferze wpływów jednego silnego nadawcy. Działania takie stanowią istotne zagrożenie dla pluralizmu w mediach lokalnych, gdyż podważają ekonomiczne podstawy działalności pozostałych uczestników tego rynku.

Warunkiem pozytywnych ekonomicznych, a - co za tym idzie - także programowych efektów działalności radiowej jest odpowiedni zasięg techniczny stacji nadawców lokalnych. Zasady konkurencji nadawców na rynkach lokalnych wyznacza przede wszystkim dostępność i jakość sygnałów stacji. Pozycję dominującą ma szansę objąć ten nadawca, który posiada dostęp do większej grupy odbiorców. Stąd też ogromna aktywność lokalnych i regionalnych nadawców w minionym roku, zmierzająca do poprawy technicznych warunków nadawania programu. Działania te zostały zintensyfikowane, wobec utraty możliwości nadawania w dolnym zakresie UKF, w związku z wejściem w życie Rozporządzenia Ministra Łączności z 16 grudnia 1999 roku, w sprawie przeznaczeń częstotliwości i zakresów częstotliwości na

obszarze RP oraz warunków ich wykorzystania. Nadawcy starają się uzyskać optymalny zasięg swoich programów poprzez podniesienie mocy lub uzyskanie korzystniejszej lokalizacji nadajnika. Liczne stacje lokalne borykają się również z problemem zakłóceń, bądź zanikaniem sygnału w związku z niekorzystnym ukształtowaniem terenu nadawania. Krajowa Rada rozpatrując wnioski o zmiany techniczne w koncesjach nadawców lokalnych, w większości uwzględnia te uwarunkowania. Jednak w wielu przypadkach, ze względu na ograniczenia wynikające z uzgodnień międzynarodowych oraz możliwość wystąpienia zakłóceń innych stacji radiowo-telewizyjnych i innych służb, Minister Łączności wydaje negatywne postanowienia w zakresie postulowanych zmian.

Środowisko lokalnych i regionalnych nadawców radiowych podlega obecnie procesowi profesjonalizacji. Szansę funkcjonowania rynkowego związane są bezpośrednio z trafnym doбором formatu muzycznego stacji i sprawnym zarządzaniem, a także z odpowiednim wsparciem pojedynczego nadawcy przez dobrze zorganizowaną ogólnokrajową grupę lobbingową reprezentującą interesy nadawców lokalnych. Skuteczna ochrona wspólnych interesów rozgłośni, to cel działania powstałej w tym roku, z inicjatywy Konwentu Lokalnych Komercyjnych Stacji Radiowych, Krajowej Izby Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji. Sukcesem Izby jest wspólne efektywne negocjowanie tabeli stawek opłat z tytułu praw autorskich i pokrewnych z ZAIKS-em oraz innymi stowarzyszeniami zbiorowego zarządzania prawami autorskim i pokrewnymi oraz zawieranie ugód w przypadku sporów sądowych.

Telewizja komercyjna

Na rynku telewizyjnych nadawców komercyjnych swoją pozycję dominującą zachował nadawca ogólnokrajowy PTS Polsat, nieznacznie przegrywający w oglądalności z programem TVP1 telewizji publicznej. Obaj główni konkurenci stracili po około 2 % rynku na rzecz TVN, który prawie podwoił swój udział w rynku w stosunku do roku 1998. Na telewizyjnym rynku reklamowym dynamicznie rozwijającym się od 1997 roku (prawie dwukrotny wzrost wydatków na reklamę) Polsat zachował swą pierwszą pozycję przed TVP1, TVP2 i TVN, tracąc jednak około 4 % wpływów reklamowych na rzecz TVN i TVP2.

Nowym zjawiskiem na rynku jest produkcja przez wszystkich polskich nadawców (również TVP) polskich telenoweli i sitcomów cieszących się dużym powodzeniem wśród widzów.

Wśród programów informacyjnych swoją pozycję zdecydowanie wzmocniły „Fakty” nadawane przez TVN, coraz skuteczniej konkurujące z „Wiadomościami” nadawanymi w TVP1.

Wszyscy nadawcy ogólnopolski i ponadregionalni oprócz rozsiewu naziemnego mają możliwość rozpowszechniania swych programów przez satelitę, czym zwiększają swój zasięg o odbiorców posiadających indywidualne zestawy satelitarne oraz abonentów sieci kablowych. Oprócz tego nadawcy rozszerzają ofertę o nowe programy specjalistyczne dostępne w ramach satelitarnych platform cyfrowych. Konkurencja nadawców satelitarnych nadających z zagranicy (w Polsce można odbierać ponad 40 programów polskojęzycznych – dużą część stanowią programy nadawane z zagranicy) wymusiła konieczność rozszerzenia oferty programowej i wspólnego działania nadawców polskich. Propozycja zmian ustawy o radiofonii i telewizji polegająca na całkowitym zniesienia ograniczeń kapitału

zagranicznego dla nadawców satelitarnych i kablowych, przedstawiona Sejmowi przez Rząd, spotkała się ze zdecydowanym sprzeciwem wszystkich nadawców.

KRRiT, widząc konieczność regulacji prawnych związanych z wprowadzaniem naziemnej telewizji cyfrowej, przedstawiła rządowi projekt zmian niezbędnych w tej dziedzinie. Telekomunikacja Polska S.A. zwróciła się z prośbą o umożliwienie próbnej naziemnej emisji cyfrowej. Krajowa Rada, 22 lutego 2000 roku, wyraziła zgodę Telekomunikacji Polskiej S.A. na bezprzewodowe rozprowadzanie programów telewizyjnych w sposób rozsiewczy cyfrowy naziemny. Minister Łączności ustalił techniczne warunki emisji. KRRiT proponuje, aby emisją objąć programy: TVP 1, TVP 2, Polsat i TVN. W uchwale Krajowa Rada podkreśla, że na operatorze ciąży obowiązek posiadania aktualnej zgody nadawcy, upoważniającej do bezprzewodowego rozprowadzania każdego z tych programów.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji objęła patronatem zarówno doświadczalną emisję cyfrową programu radiowego jak i eksperymentalną emisję sygnału naziemnej telewizji cyfrowej DVB - T.

Nowym zjawiskiem jest rozszerzanie działalności przez polskiego nadawcę – PTS Polsat S.A. - na kraje sąsiednie poprzez kupowanie udziałów w stacjach telewizyjnych.

Ograniczone możliwości techniczne pozwoliły zwiększyć zasięg programu Polsat o około 700.000 odbiorców (nowe kanały w Szczawnicy i Siedlcach Łosicach), TVN Południe o 620.000 odbiorców (Chełm - Kumowa Dolina i Lublin) oraz Canal+ o 500.000 odbiorców (zwiększenie mocy stacji w Szczecinie). KRRiT podjęła również uchwały o rozszerzeniu koncesji na program TVN o Białystok oraz program Nasza Telewizja o Bytów, Gdańsk i Szczecin.

Udzielono również koncesji na program lokalny w Gdańsku spółce AMBER TV. W listopadzie nadawca wystąpił o rozszerzenie koncesji o rozsiew satelitarny. Krajowa Rada przyjęła w tej sprawie uchwałę 27 stycznia 2000 roku.

Poważny kryzys przeżywa spółka Polskie Media S.A. posiadająca koncesję na nadawanie programu Nasza Telewizja. Zadłużenie firmy doprowadziło do kilkudniowego zaprzestania emisji programu przez spółkę operatorską RSTV oraz złożenia do sądu wniosku o upadłość spółki Polskie Media S.A. przez jednego z wierzycieli. Znikomy udział w rynku, kolejne zmiany zarządu i rady nadzorczej, związane z tym sprawy sądowe, próby objęcia udziałów w spółce przez skandynawskiego potentata medialnego SBS dopełniają obraz sytuacji, w jakiej znajdował się nadawca. Na spotkaniu KRRiT z nadawcą 23 lutego br. przedstawiciele Polskich Mediów poinformowali o zawarciu porozumienia układowego z wierzycielami przewidującego 40% redukcję długów w stosunku do wierzycieli. 23 marca 2000 roku Krajowa Rada podjęła uchwałę w sprawie zmiany nazwy programu na TV 4 w związku z nową strategią i formułą programową przedstawioną przez nadawcę.

Swoją pozycję dominującą wśród nadawców lokalnych, nadających częściowo wspólny program w ramach tzw. porozumienia „ODRA”, wzmocniła Telewizja Dolnośląska sp. z o.o. nabywając udziały w spółce Vigor - Telewizja Gorzów sp. z o.o. i zawierając umowę przedwstępną z udziałowcami Regionalnej Telewizji „BRYZA” sp. z o.o. Koncesja własna oraz koncesje spółek, których Telewizja Dolnośląska jest udziałowcem obejmują

nadawanie z nadajników w Opolu, Świdnicy, Wrocławiu, Gorzowie Wlkp., Głogowie, Legnicy, Lubinie, Jeleniej Górze, Koszalinie i Szczecinie.

Radiofonia kościelna katolicka

Na stan posiadania radiofonii kościelnej katolickiej w Polsce składają się stacje diecezjalne (koncesjonariuszami są tu archidiecezje i diecezje kościoła katolickiego, których jest w Polsce w obrządku rzymsko-katolickim 39), stacje parafialne oraz stacje lokalne należące do zakonów. Do tej grupy nadawców należy również ogólnopolska stacja „Radio Maryja” (koncesjonariuszem jest Prowincja Warszawska Zakonu oo. Redemptorystów).

35 diecezji katolickich mających swoje rozgłośnie posiada obecnie 42 koncesje i korzysta z 51 częstotliwości w zakresie górnym UKF oraz przejściowo (do momentu uzyskania częstotliwości w górnym zakresie) z 2 częstotliwości w zakresie dolnym (Olsztyn i Bielsko Biała). 2 koncesje posiadają parafie kościoła katolickiego (Zbrosza Duża i Pasłęk) emitujące programy w zakresie dolnym UKF do momentu dobrania analogicznych częstotliwości w zakresie górnym UKF. Wreszcie 2 koncesje należą do zakonów (oo. Franciszkanie z Niepokalanowa oraz oo. Paulini z Jasnej Góry). Zaprzestanie nadawania na dolnym zakresie UKF nie miało większego wpływu na pracę tych rozgłośni. Ogromna większość stacji diecezjalnych pracowała w zasięgu górnym, traktując zasięg dolny jako uzupełniający.

W porównaniu ze stanem przedstawionym w roku ubiegłym, obraz radiofonii diecezjalnej w okresie sprawozdawczym zasadniczo nie zmienił się. Radiofonia ta nieco tylko poszerzyła swój zasięg koncentrując się na doskonaleniu form programowych i zapewnianiu środków niezbędnych dla rozwoju technicznego i programowego. Krajowa Rada z zasady ustosunkowywała się pozytywnie do wniosków nadawców diecezjalnych zmierzających do poszerzenia zasięgu w celu objęcia programem diecezjalnym terytorium danej diecezji. Trzeba jednak stwierdzić, że w okresie sprawozdawczym wniosków takich było bardzo mało, co przede wszystkim wiąże się z rosnącymi kosztami utrzymania radiostacji, odczuwanymi zwłaszcza przez nadawców mających ambicje, by program ich miał charakter nie czysto komercyjny, ale społeczno-religijny, kulturalny i edukacyjny. W omawianym okresie Krajowa Rada rozszerzyła koncesję Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej poprzez przyznanie nowej stacji w Słubicach oraz zmieniła warunki nadawania zlokalizowanej w Gdańsku stacji należącej do Archidiecezji Gdańskiej przez zwiększenie mocy do 120 kW i stacji w Pelplinie należącej do Diecezji Pelplińskiej do 1 kW. Decyzje te poszerzyły możliwość dotarcia do słuchaczy z programem diecezjalnym. Poza tym Krajowa Rada, kierując się tymi samymi przesłankami, podjęła uchwały przyznające nowe stacje Diecezji Opolskiej (Nysa, Kluczbork, Racibórz, Olesno, Dobrodzień) oraz Diecezji Łowickiej (Mszczonów, Rawa Mazowiecka, Kutno). Minister Łączności, 6 marca 2000 roku, wydał postanowienia dotyczące trzech nowych stacji Diecezji Opolskiej (Nysa, Kluczbork, Racibórz). Stacje w Olesnie (uchwała KRRiT z 2 grudnia 1999 roku) i Dobrodzieniu (uchwała KRRiT z 15 grudnia 1999 roku) oczekują na postanowienie Ministra Łączności. Na postanowienie Ministra Łączności oczekują również trzy nowe stacje Diecezji Łowickiej (uchwała KRRiT z 9 grudnia 1999 roku).

Zagadnienie tendencji integracyjnych stacji diecezjalnych w postaci powołania do życia przez 16 diecezji Spółki Producentkiej Plus i wykorzystywania tworzonego przez tę spółkę programu pod nazwą „Radio Plus” przez część stacji diecezjalnych omówione zostało obszernie w sprawozdaniu ubiegłorocznym. Sytuacja tam przedstawiona nie uległa w okresie

sprawozdawczym większym zmianom. O zmianę dotychczasowej nazwy na zawierającą człon „Radio Plus” wystąpiły do KRRiT w tym czasie kolejne stacje diecezjalne (Warszawa, Kielce, Płock, Bydgoszcz) i zgodę taką otrzymały. Według najnowszych danych przedstawionych przez Zarząd Spółki obecnie program „Radia Plus” wykorzystywany jest - w różnym zakresie czasowym, nie przekraczającym jednak 49 % ogólnego czasu nadawania – przez 20 diecezji posiadających w sumie 25 koncesji i nadających na 34 częstotliwościach. Oznacza to, iż poza współpracą programową ze spółką pozostaje nadal 15 diecezji posiadających rozgłośnie. 6 z nich retransmituje czasowo program Radia Maryja do momentu uzyskania na tym terenie stacji własnych przez oo. Redemptorystów, co powinno zostać zrealizowane w obecnym roku. Pozostałe diecezje oraz rozgłośnie lokalne: parafialne i zakonne nadają programy tworzone samodzielnie. Trzeba podkreślić, że choć współpraca ze Spółką Producentką Plus wpływa na pewne zbliżenie charakteru programów radiostacji diecezjalnych, to wyraźnie dostrzec można troskę koncesjonariuszy kościelnych, by zachować charakter lokalny przez podejmowanie problematyki diecezji, miasta czy regionu. Pewien problem stanowi jedynie sytuacja w Warszawie (Katolickie Radio Plus św. Józef) gdzie aktualnie tworzony jest przez Spółkę Producentką Plus blok materiałów rozpowszechniany dla wszystkich stacji współpracujących ze spółką, co powoduje techniczne trudności z realizacją programu Archidiecezji Warszawskiej. KRRiT otrzymała 26 listopada 1999 roku prośbę od członków Konferencji Episkopatu Polski tworzących Spółkę Producentką Plus o przydział na terenie Warszawy osobnej częstotliwości dla celów emisji programu wytwarzanego przez spółkę. Ponieważ aktualnie w Warszawie Krajowa Rada nie dysponuje wolnymi częstotliwościami, Przewodniczący KRRiT wystąpił z wnioskiem do Ministra Łączności o wyszukanie na tym terenie odpowiedniej częstotliwości. Spotkanie Krajowej Rady z przedstawicielami Konferencji Episkopatu Polski, z ks. kardynałem Józefem Glempem, Prymasem Polski na czele, 4 listopada 1999 roku, potwierdziło, iż generalnie sytuacja radiostacji diecezjalnych i parafialnych jest unormowana i nie budzi zastrzeżeń żadnej ze stron.

Zagadnienie uzupełnienia sieci ogólnopolskiej Radia Maryja było jednym z głównych tematów działalności Krajowej Rady w okresie sprawozdawczym. Na wiosnę 1999 roku KRRiT przyjęła stanowisko, że w związku z poważnymi zmianami powstałymi w toku realizacji „Projekt planu sieci Radia Maryja”, opracowanego przez Instytut Łączności w 1995 roku, dokończenie budowy sieci tego Radia - tak by realne było wykonanie koncesyjnego zapisu o pokryciu 80% powierzchni kraju - wymaga opracowania przez Instytut Łączności projektu aktualizacji i optymalizacji sieci Radia Maryja. Krajowa Rada przyjęła stanowisko w tej kwestii. W oparciu o to stanowisko pełniący wówczas obowiązki Przewodniczącego KRRiT Witold Graboś zwrócił się 9 czerwca 1999 roku do Ministra Łączności z prośbą o rozważenie możliwości wykonania przez Instytut Łączności omawianej optymalizacji w ramach prac resortu. KRRiT zadeklarowała ze swej strony czynny udział w przygotowaniu materiałów i założeń do tego opracowania. Minister Łączności pismem z 23 lipca 1999 roku wyraził zgodę na takie rozwiązanie. W związku z tym Przewodniczący KRRiT, Juliusz Braun przekazał 18 sierpnia na ręce prezesa Zarządu Krajowego PAR „Założenia do projektu aktualizacji planu ogólnopolskiej sieci nadawczej dla emisji programu Radia Maryja”. Punkt 1 tych założeń stwierdzał: „Zasięg sieci ogólnopolskiej Radia Maryja powinien być zgodny z zapisem Koncesji nr 6 z 23 czerwca 1994 roku, to jest 80 % pokrycia powierzchni kraju programem monofonicznym, co oznacza objęcie zasięgiem ok. 90 % ludności.” Pod koniec listopada Krajowa Rada otrzymała od Ministra Łączności opracowany przez Instytut Łączności projekt optymalizacji i aktualizacji sieci Radia Maryja i natychmiast przystąpiła do jego realizacji. W grudniu Krajowa Rada podjęła uchwałę zmieniającą warunki techniczne sieci Radia Maryja zgodnie z propozycjami zawartymi w tym projekcie. Zmiany

dotyczyły 50 nadajników. Decyzje w sprawie zmian parametrów technicznych ujętych w uchwale wydawane są po otrzymaniu postanowień Ministra Łączności i zaakceptowaniu ich przez nadawcę. Niezwłocznie po przekazaniu przez Ministra Łączności 5 nowych częstotliwości z nowego projektu sieci opracowanej na potrzeby tego nadawcy, Przewodniczący KRRiT, 29 lutego 2000 roku, opublikował ogłoszenie o możliwości rozszerzenia koncesji nadawcy ogólnopolskiego, co stanowi ustawowy wymóg rozstrzygnięcia tego postępowania. Pozostałe zmiany w koncesji Radia Maryja będą możliwe po zakończeniu prac resortu łączności związanych z koniecznością uzgodnień międzynarodowych w zakresie wykorzystywania dobranych przez Instytut Łączności nowych częstotliwości. Prace nad uzupełnianiem koncesji Radia Maryja będą toczyć się nieprzerwanie, niezależnie od rozpoczynającej się w bieżącym roku procedury ponownego udzielenia koncesji (szerzej na temat zakresu czynności podejmowanych przez Krajową Radę w tej sprawie oraz stanu realizacji ustaleń napisano w rozdziale III Sprawozdania z działalności KRRiT w 1999 roku „Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako organ koncesyjny”).

Zgodnie z obecnym stanem koncesji Radia Maryja łączny zasięg monofoniczny w zakresie 87.5 – 108 MHz wynosi 62,7% powierzchni oraz 75,7% ludności. Zasięg stereofoniczny w wyżej wymienionym zakresie wynosi odpowiednio 37,3% i 53,4%.

Przewodniczący KRRiT w odpowiedzi na otrzymane listy skierował do słuchaczy Radia Maryja obszernie wyjaśnienie aktualnej sytuacji i procedur związanych z rozszerzaniem sieci Radia Maryja. Wyjaśnienie nagrane na taśmę magnetofonową wręczone zostało Dyrektorowi Radia o. Tadeuszowi Rydzikowi 9 lutego 2000 roku w czasie dorocznego spotkania Krajowej Rady z nadawcą, w celu emisji na antenie tego radia.

Telewizja kościelna katolicka

Jedyna działająca w Polsce telewizja kościelna katolicka „Telewizja Niepokalanów” oo. Franciszkanów otrzymała w grudniu 1999 roku, prawo rozpowszechniania swego programu w sposób rozsiewczy satelitarny. Oblicza się, że liczba gospodarstw domowych posiadających indywidualne zestawy do odbioru telewizji satelitarnej wynosi w Polsce około 1,5 – 2 milionów ludzi. Program „Telewizji Niepokalanów” rozprowadzany jest również w 187 sieciach kablowych i obejmuje tą drogą ok. 1.110.000 abonentów. „Telewizja Niepokalanów” posiadała już uprzednio prawo rozpowszechniania swego programu z 6 stacji naziemnych zlokalizowanych w Skierniewicach, Bartnikach, Łodzi, Krakowie, Gorlicach, Warszawie i Opolu, gdzie liczba potencjalnych odbiorców sięga 4.200.000. Część tych stacji nie została jednak dotąd uruchomiona. KRRiT dwukrotnie wyrażała już zgodę na przesunięcie terminu uruchomienia stacji w Łodzi, Krakowie i Opolu. Wnioski w tej sprawie nadawca motywował m.in. planami w zakresie dosyłu sygnału przez satelitę. Na ostatnie ogłoszenie Przewodniczącego KRRiT o wolnych kanałach telewizyjnych (Gdańsk, Lublin) z 20 kwietnia 1999 roku, „Telewizja Niepokalanów” nie zgłosiła swoich wniosków. Kierownictwo „Telewizji Niepokalanów” kilkakrotnie na spotkaniach z Krajową Radą – o czym pisaliśmy także w ubiegłorocznym Sprawozdaniu – informowało, iż tworzy spółkę producencką pod nazwą „Telewizja Familijna” oraz prowadzi prace nad pozyskaniem odpowiednich partnerów finansowych, a w konsekwencji przystąpi do realizacji nowego ambitnego projektu programowego realizowanego przez spółkę „Telewizja Familijna”. Podczas spotkania, 15 marca 2000 roku, została oficjalnie poinformowana o zawiązaniu spółki „Telewizja Familijna”, z udziałem m.in. KGHM Metale, Polskiego Koncernu

Naftowego, PZU Życie, Prokom Investment. 52 % udziałów pozostaje we władaniu Zakonu oo. Franciszkanów.

Radiofonia związana z innymi wyznaniem chrześcijańskimi

Radiofonia związana z innymi niż katolickie wyznaniem chrześcijańskimi jest w Polsce bardzo słabo rozwinięta. Krajowa Rada wydała tylko jedną koncesję dla kościelnej osoby prawnej niekatolickiej. Jest to koncesja wydana w roku 1999 dla prawosławnej Diecezji Białostocko-Gdańskiej na „Radio ORTODOXIA” zlokalizowane w Białymstoku. Koncesja realizowana jest wspólnie z „Radiem CCM” (programy prawosławne nadawane są codziennie od godz. 16.00. do 18.00.) na jednej częstotliwości (102,7). Taki układ jest wynikiem porozumienia obu nadawców.

Słuchacze wyznania ewangelickiego nie mają w Polsce własnego radia kościelnego, ale realizują swoje cele religijno-społeczne przez Spółkę z o.o. CCM. Przydział koncesji dla radia CCM wspierały władze Kościoła Ewangelicko-Reformowanego podkreślając przydatność tego radia dla pracy Kościoła. Radio CCM zabiega o częstotliwości przede wszystkim na terenach, gdzie istnieją większe skupiska wyznawców Kościoła Ewangelickiego. Obok programów społeczno-religijnych nadaje ono dużą ilość programów muzycznych cieszących się popularnością w środowiskach ludzi młodych. Radio to posiada swoje stacje w Bielsku Białej, Oświęcimiu i Ustroniu oraz ostatnio w Białymstoku, gdzie - jak wspomniano wyżej - dzieli wykorzystanie przyznanej częstotliwości z Kościołem Prawosławnym.

Charakter chrześcijański deklaruje także stacja Radio Mazury w Ostródzie prowadzona przez Fundację Pomocy Chrześcijańskiej. Określa ona swój profil jako „chrześcijańska stacja międzywyznaniowa”. Inne inicjatywy podejmowane w ciągu minionych lat ze strony środowisk chrześcijańskich (np. przez parafię ewangelicką w Kaliszu) nie doszły do skutku przede wszystkim na skutek braku środków materialnych.

Rynek telewizji kablowych

Rynek telewizji kablowych jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się pól eksploatacji mediów elektronicznych w Polsce. Obecnie zarejestrowanych, posiadających wpisy do rejestru Przewodniczącego KRRiT programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej jest ponad 600 operatorów, zarządzających ponad 800 sieciami. Stałą tendencją jest wzrost liczby gniazd abonenckich – obecnie jest ich ok. 3,5 mln. Liczbę gospodarstw domowych w Polsce szacuje się na 12,5 mln, z czego prawie 2 mln korzysta z indywidualnych zestawów do odbioru telewizji satelitarnej. Łącznie dostęp do programów satelitarnych ma więc ponad 40% ludności naszego kraju. Wskaźnik wzrostu liczby gniazd i sieci obrazuje najlepiej bardzo szybki rozwój rynku telewizji kablowych w Polsce.

W rękach 10 operatorów znajduje się ponad 50% gniazd, z czego dwóch największych operatorów posiada ponad 1,2 mln gniazd. Rewolucja w usługach telekomunikacyjnych wymusza na operatorach sieci telewizji kablowej przystosowanie bazy technicznej do nowych usług. Działalność taka wymaga dużych nakładów inwestycyjnych. W rozwój polskiej telewizji kablowej głównie zaangażowany jest kapitał amerykański.

Dotychczas KRRiT wydała 172 koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej, w tym 4 na program radiowy (1- 1993 roku, 39-1994 roku, 34-1995 roku, 28-1996 roku, 27-1997 roku, 32- 1998 roku i 11- 1999 roku) oraz 39 decyzji o rozszerzeniu koncesji o kolejne sieci telewizji kablowej.

Łącznie z tytułu opłat za udzielenie lub rozszerzenie koncesji w sieciach telewizji kablowej wpłynęło do budżetu państwa ponad 1,5 mln zł.

Przewodniczący KRRiT wydał 3319 postanowień o wpisie do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej. W ciągu ostatnich dwóch lat podwoiła się liczba wydanych postanowień w porównaniu do okresu z lat 1993-1997. Tak duża ilość dokonywanych wpisów jest związana z gwałtownie powiększającą się ofertą programową jak i ze znaczącą poprawą przestrzegania przez operatorów przepisów ustawy o radiofonii i telewizji. Obecnie można uzyskać wpis na 350 programów dostępnych drogą satelitarną lub rozpowszechnianych w sieciach kablowych. Powiększenie oferty programowej, dostępnej w sieciach telewizji kablowej, umożliwia operatorom pozyskiwanie środków na rozwój sieci (podnoszenie abonamentu). Jednocześnie jednak wzrost abonamentu wywołuje protesty ze strony odbiorców (zwłaszcza w przypadku likwidowania przez spółdzielnie mieszkaniowe przestarzałych, niezgodnych z wymogami technicznymi anten zbiorczych). Liczne skargi napływające do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji unaoczniają problem. Nie ma przepisów chroniących obywateli przed działalnością administracji ich domów, które podpisując umowy z operatorami telewizji kablowych, zapominają często czyje interesy powinny mieć na względzie. Ustawa o radiofonii i telewizji nie daje żadnych kompetencji KRRiT w sprawach operatorów telewizji kablowej w zakresie obowiązku dostarczania darmowych pakietów, złożonych z programów rozpowszechnianych drogą rozsiewczą - naziemną, dostępnych na danym terenie za pomocą tradycyjnych anten.

Przy tak dużej liczbie oferowanych programów w sieciach kablowych operatorzy stosują pakietyzację programów. Wraz z rozwojem usług operatorskich w zakresie telewizji kablowej, nastąpił ogromny wzrost ilościowej oferty programowej. Rosnąca podaż oraz różnorodność programów spowodowały konieczność dokonywania wyboru - co z tej ogromnej propozycji nadawców dostarczać odbiorcom, gdyż zwiększanie liczby programów wiąże się ze wzrostem cen oferowanej usługi. Przesłanki te spowodowały pakietyzację, czyli grupowanie programów w zestawy i uzależnienie opłat abonamentowych od zawartości dostarczanego pakietu.

Kontrola nadawców kablowych wykazała szeroko rozpowszechnioną nieznajomość prawa obowiązującego koncesjonariuszy w Polsce. Podstawowym błędem programowym w wykonywaniu przepisów koncesyjnych w „kablu” jest łączenie w jedno pojęcie prawne kanału planszowego z kanałem, na którym nadawany jest program koncesjonowany. Ten drugi podlega zapisom koncesyjnym i wszelkim unormowaniom dotyczącym programu, nadawania reklam i programów sponsorowanych, ewidencji ich nadawania oraz przechowywania nagranych materiałów poemisyjnych (art. 20 ustawy o radiofonii i telewizji). Podczas przeprowadzanych kontroli stwierdzano, że najczęściej podmioty posiadające koncesję na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej nie przestrzegają następujących przepisów ustawy o radiofonii i telewizji oraz warunków koncesyjnych:

- obowiązku uzyskania zgody KRRiT na zawieszenie emisji programu,

- obowiązku powiadomienia KRRiT o zmianach składu Rady Nadzorczej, Zarządu spółki oraz o zmianach udziałowców spółki (jeśli zmiana ma przekroczyć 51% pierwotnych udziałów wymagana jest zgoda KRRiT na dokonanie takiej transakcji),
- obowiązku przesłania KRRiT w terminie 5 miesięcy od dnia otrzymania koncesji, regulaminu wewnętrznego kwalifikowania programów opracowanego zgodnie z przepisami rozporządzenia KRRiT z 21 listopada 1994 roku w sprawie szczegółowych zasad rozpowszechniania przez radio i telewizję audycji, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu lub fizycznemu rozwojowi dzieci i młodzieży,
- obowiązku przestrzegania przepisów o reklamie przez koncesjonariusza rozpowszechniającego na jednym kanale program koncesjonowany oraz przekazy planszowe i programy zakupione jako uzupełnienie programu koncesjonowanego-lokalnego,
- obowiązku przechowywania nagrań audycji na odpowiednich nośnikach przez okres 28 dni od dnia ich rozpowszechnienia, w przypadku emisji na jednym kanale programu koncesjonowanego, audycji retransmitowanych (jako uzupełnienie programu własnego) oraz przekazów planszowych,
- obowiązku informowania KRRiT o zmianie siedziby podmiotu.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji utrzymuje stały kontakt z dwoma największymi Izbami Gospodarczymi zrzeszającymi operatorów sieci telewizji kablowych (w 1999 roku stowarzyszenia operatorów sieci telewizji kablowych przekształciły się w izby gospodarcze): Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Komunikacji Kablowej z siedzibą w Zielonej Górze oraz Związek Telewizji Kablowych w Polsce – Izba Gospodarcza z siedzibą w Łodzi.

W wyniku systematycznego monitoringu programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej i składania wniosków do prokuratury oraz interwencją Przewodniczącego KRRiT u Ministra Sprawiedliwości, prokuratury zaczęły przekazywać do sądów wnioski dotyczące złamania przez operatorów art. 52 ustawy o radiofonii i telewizji.

Rynek telewizji kablowych w Polsce ulega ciągłym przemianom, głównie z powodu rewolucji technologicznej i poszerzającej się oferty programowej. Powiększający się zakres penetracji rynku przez telewizje kablowe wskazuje na jakie pole przenosi się zainteresowanie polskiego widza. W przyszłości, możliwość korzystania na szerszą skalę z dodatkowych usług w „kablu” (telefon, internet, usługi bankowe itd.) z pewnością jeszcze podniesie atrakcyjność telewizji kablowych.

Polskojęzyczne programy telewizyjne nadawane spoza terytorium Polski

Polska, największy kraj z grupy państw środkowoeuropejskich, jeden z liderów w transformacji systemowej, o dużym wzroście PKB i wzroście dochodów obywateli, widziana jest przez zagranicznych inwestorów medialnych jako obiecujący rynek dla ich programów. Dodatkowo polski widz stosunkowo dużo czasu spędza przed telewizorem i gotów jest ponieść duże wydatki związane z dostępem do programów nawet kosztem wyrzeczeń (telewizor kolorowy znajduje się prawie w każdym domu, pod względem liczby anten satelitarnych i magnetowidów Polska wyprzedza większość krajów Europy Zachodniej).

Nadawcy zagraniczni nadający poprzez satelitę programy przeznaczone wyłącznie dla odbiorców w Polsce (np. RTL 7, HBO, Polonia 1, Super 1, Atomic TV, programy Wizji TV)

lub tworzący polskie wersje językowe programów europejskich (np. Eurosport, Planete, Animal Planet, programy Discovery, TNT, Cartoon Network) mają możliwość dotarcia do około 2 mln posiadaczy anten satelitarnych oraz około 3.5 mln abonentów sieci kablowych (łącznie do około 40% gospodarstw domowych).

Na mocy Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej, której Polska jest stroną, państwa członkowskie zobowiązane są do zapewnienia swobodnego odbioru programów nadawanych z krajów będących stroną Konwencji. W chwili obecnej nadawca programu znajduje się w jurysdykcji państwa, na terytorium którego znajdują się urządzenia nadawcze. Znowelizowana w 1998 roku Konwencja (która wejdzie w życie 1 października 2000 roku) zmienia kryteria określające państwo, w jurysdykcji którego znajduje się nadawca programu (szerzej na ten temat napisano w rozdziale V Informacji „Działalność międzynarodowa KRRiT”, w podrozdziale „Prace grup ekspertów w Radzie Europy”).

Rozprowadzanie programów w sieciach kablowych wymaga zgłoszenia do rejestru Przewodniczącego KRRiT.

Spośród ponad 350 programów zgłaszanych przez operatorów telewizji kablowych do rejestracji ponad 40 programów rozpowszechnianych jest w języku polskim. Programy nadawców zagranicznych, których treść jest zgodna z obowiązującym porządkiem prawnym, rozpowszechniane w języku obcym, lub gdy polska wersja językowa jest jedną z kilku, są rejestrowane przez Przewodniczącego KRRiT.

Programy nadawców „zdelokalizowanych” emitujących programy z zagranicy w celu uniknięcia polskiego prawodawstwa nie są rejestrowane przez Przewodniczącego KRRiT. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stoi na stanowisku, że nadawcy programów skierowanych wyłącznie do polskiego odbiorcy powinni ubiegać się o polską koncesję, która gwarantuje przestrzeganie polskiego prawa. Ograniczeniu zjawiska „delokalizacji” służyć ma nowelizacja Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej.

II. DZIAŁALNOŚĆ PROGRAMOWA NADAWCÓW

Oferta programowa nadawców telewizyjnych w 1999 roku

Globalna oferta programowa: Telewizja publiczna (TVP1, TVP2) i Telewizja koncesjonowana (POLSAT, TVN, NASZA TV, CANAL+ POLSKA - kodowany)

Struktura gatunkowa

W 1999 roku nadano łącznie: 46.351 godz. 100%

	Łączna liczba godzin	%
Informacja	2 203	5%
Publicystyka	3 087	7%
Edukacja	1 420	3%
Religia	303	1%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	183	0%
Film	24 881	54%
Rozrywka	6 816	15%
Muzyka poważna	161	0%
Sport	1 767	4%
Autopromocja	2 215	5%
Reklama	2 835	6%
Rozłączona sieć Programu 2	480	1%

W 1999 roku sześciu naziemnych nadawców telewizyjnych wyemitowało łącznie 46.351 godzin programu telewizyjnego; o 2.400 godzin więcej niż w 1998 roku. Dla trzech nadawców programów: TVP1, TVP2 i CANAL+ była to stabilizacja na poziomie poprzedniego roku. Znacząco wydłużyli liczbę godzin emisji nowi nadawcy komercyjni, zwłaszcza TVN o 17% w porównaniu z 1998 rokiem, NASZA TV o 13% i POLSAT o 3%. Dwaj nadawcy oferowali programy całodobowe: TVN i CANAL+.

Ponad połowę całej oferty programowej w 1999 roku wypełniły filmy fabularne, animowane, seriale i sitcomy, i w mniejszym stopniu – film dokumentalny i krótkometrażowy

Fundamenty oferty programowej w 1999 roku, podobnie jak w roku poprzedzającym, tworzyły 2 gatunki: film i rozrywka. W przypadku telewizji publicznej trzecim znaczącym gatunkiem była publicystyka.

W stosunku do 1998 roku w całości globalnej oferty programowej wzrósł udział filmu. Największą dynamikę pod tym względem wykazał POLSAT, który wyemitował o ponad 400 godzin więcej filmów (+12%). W kierunku większego nasycenia swojej oferty filmem poszły również oba programy telewizji publicznej i TVN, zwiększając w stosunku do roku poprzedniego ofertę filmową o 8%. W przypadku TVP1 i TVP2 zwiększono przede wszystkim liczbę godzin emisji filmów fabularnych, w POLSACIE – sitcom'ów, a w TVN – filmów animowanych.

Zanotowano również wzrost emisji audycji rozrywkowych, które szczególnie preferował TVN, zwiększając przeznaczoną na nie liczbę godzin o ponad 1.000 (+91%) oraz POLSAT - 400 godzin więcej niż w roku poprzednim (+26%).

Najwyższy udział premier w rocznym czasie nadawania odnotowano w telewizji publicznej: 86% w TVP1 i 82% w TVP2. Nadawcy komercyjni nadali od 57 do 68% audycji premierowych, a telewizja kodowana CANAL+ 27%.

Oferta programowa telewizji publicznej

	TVP1		TVP2	
	godz.	%	godz.	%
Liczba godzin emisji ogółem	7 455	100%	6 890	100%
Informacja	572	7,7%	743	10,8%
Publicystyka	1 111	14,9%	526	7,6%
Edukacja	569	7,6%	157	2,3%
Religia	169	2,3%	59	0,9%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	89	1,2%	78	1,1%
Film	3 165	42,5%	2 649	38,4%
Rozrywka	877	11,8%	1 016	14,7%
Muzyka poważna	19	0,3%	141	2,0%
Sport	268	3,6%	415	6,0%
Autopromocja	240	3,2%	338	4,9%
Reklama	376	5,0%	288	4,2%
Rozłączona sieć Programu 2			480	7,0%

Oferta programowa telewizji koncesjonowanych

	POLSAT		TVN		NASZA		CANAL+	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
Liczba godzin emisji ogółem	8 100	100%	8 760	100%	6 457	100%	8 689	100%
Informacja	408	5,0%	276	3,2%	197	3%	7	0,1%
Publicystyka	44	0,5%	491	5,6%	791	12%	124	1,4%
Edukacja	383	4,7%	215	2,5%	96	1%	0	0,0%
Religia	63	0,8%	0	0,0%	12	0%	0	0,0%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	16	0,2%	0	0,0%	0	0%	0	0,0%
Film	3 908	48,2%	3 901	44,5%	4 005	62%	7 253	83,5%
Rozrywka	1 850	22,8%	2 295	26,2%	464	7%	315	3,6%
Muzyka poważna	1	0,0%	0	0,0%	0	0%	0	0,0%
Sport	180	2,2%	202	2,3%	109	2%	593	6,8%
Autopromocja	647	8,0%	294	3,4%	323	5%	373	4,3%
Reklama	600	7,4%	1 087	12,4%	460	7%	24	0,3%

Preferowane gatunki programowe

TVP1	TVP2	POLSAT	TVN	NASZA TV	CANAL+
Film: 42,5%	Film: 38,4%	Film: 48,2%	Film: 44,5%	Film: 62%	Film: 83,5%
Publicystyka: 14,9%	Rozrywka: 14,7%	Rozrywka: 22,8%	Rozrywka: 26,2%	Publicystyka: 12%	Sport: 6,8%

Reasumując:

Profil i struktura obu programów telewizji publicznej były zbliżone do lat poprzednich. W programie 1 TVP prawie 60% rocznego czasu emisji wypełniły, w dominującym wymiarze, film i jako druga – publicystyka. W TVP2 film zajmował nieco mniej czasu, drugą pozycję miała rozrywka, a na trzeciej znalazła się publicystyka. Pozycję lidera wśród nadawców programów o profilu filmowo–rozrywkowym umacniały sukcesywnie POLSAT i TVN, w których to programach te dwa gatunki wypełniły między 70 a 80% całej oferty. Film dominował w programie NASZA TV, choć w porównaniu z rokiem poprzednim zaobserwowano jego zmniejszenie o 10 punktów procentowych.

Omówienie poszczególnych gatunków programowych

Informacja (w telewizji publicznej)

w godzinach

	Dzienniki	Transmisje /retransmisje z obrad Sejmu, Senatu	Ogółem
TVP1	563 98,4%	9 1,6%	572 100,0%
TVP2	347 46,7%	396 53,3%	743 100,0%

Liczba godzin i wewnętrzna struktura tego gatunku były w roku ubiegłym zbliżone do poprzedniego. Program 1 przekazywał informacje prawie wyłącznie w formie dzienników; zajmowały one średnio ponad 1,5 godzin dziennie. Bloki informacyjne, o różnym czasie trwania, w tym programie rozpoczynały się tuż po godzinie 6:00 i kończyły około godziny 23:00. W Programie 2 znaczące miejsce zajęły regularnie nadawane transmisje z obrad parlamentarnych. Dziennik krajowy rozpoczynał dzienny program TVP2, a ostatnia audycja informacyjna: Panorama nadawana była od jesieni o godzinie 21:00 (przedtem o 22:00). Z informacyjnym potentatem, jakim były wieczorne Wiadomości, konkurowały w ubiegłym roku nadawane w TVN o pół godziny wcześniej – „Fakty”. Od grudnia w programie NASZA TV zaczęły ukazywać się krótkie bloki informacyjne pt. „77 sekund”.

Publicystyka

w godzinach

	społecz.	politycz.	ekonom.	kulturalna	rolna	międzyn.	inna	ogółem
TVP1	239	144	35	511	120	42	20	1111
TVP2	341	17	0	128	0	19	21	526
Razem telewizja publiczna	580	161	35	639	120	61	41	1637
	35,4%	9,8%	2,1%	39,0%	7,3%	3,7%	2,5%	100,0%

POLSAT	15	26	0	3	0	0	0	44
TVN	299	111	36	2	0	0	43	491
NASZA	659	11	0	105	0	0	16	791
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	973	148	36	110	0	0	59	1326
	73%	11%	3%	8%	0%	0%	4%	100%
CANAL+	44	0	0	80	0	0	0	124
Ogółem	1597	309	71	829	120	61	100	3087
	52%	10%	2%	27%	4%	2%	3%	100%

Publicystyka była w globalnej ofercie programowej wszystkich nadawców na trzecim miejscu. Dzieliła ją jednakże przepaść w liczbie poświęconych jej godzin: 8 razy mniej niż na film i o połowę mniej niż na rozrywkę. W większości były to audycje produkcji własnej nadawców. Gros audycji publicystycznych wyemitowano w telewizji publicznej, a w jej Programie 1 zajęły one 15% całości programu. Był to układ podobny do 1998 roku. Zmieniły się natomiast proporcje tematyczne. Wzrosła liczba godzin poświęconych problematyce społecznej i ekonomicznej, zmalał zaś krąg tematów kulturalnych. Wiosną 1999 roku pojawiła się w Programie 1, nowa audycja: „Tygodnik Polityczny Jedyńki”. Jesienią w TVP1 wprowadzono kilka nowych audycji publicystycznych, między innymi: „Krakowskie Przedmieście 27”, „Trudne pytania”. Zamiast nadawanego co wieczór „W centrum uwagi”, od października pojawił się oparty na najważniejszych wydarzeniach dnia – „Monitor Wiadomości”. Funkcję publicystyki kulturalnej spełniał po jesiennych przekształceniach „Pegaz”, w którym rozdzielono część magazynową od informacyjnej.

Wynikający z deklaracji niektórych nadawców koncesjonowanych znaczny udział w programie publicystyki społecznej wydaje się być raczej rezultatem niewłaściwej kwalifikacji i włączenia innych audycji do tego gatunku niż faktycznym obrazem programu nadawcy.

Edukacja

w godzinach

	popularno- naukowe	poradnicze	ogółem
TVP1	501	68	569
TVP2	102	55	157
Razem telewizja publiczna	603	123	726
	83,1%	16,9%	100,0%
POLSAT	205	178	383
TVN	7	208	215
NASZA	0	96	96
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	212	482	694
	31%	69%	100%
CANAL+	0	0	0
Ogółem	815	605	1 420
	57%	43%	100%

W telewizji publicznej cele edukacyjne realizowano poprzez formy popularno-naukowe, a w telewizjach koncesjonowanych za pomocą magazynów poradniczych.

Prezentowani nadawcy swoje funkcje edukacyjne realizowali w większości poprzez audycje popularno–naukowe, które w telewizji publicznej wypełniły 83% zawartości oferty edukacyjnej. Audycje edukacyjne, realizowane poprzez różne gatunki telewizyjne (felietony, filmy, magazyny itp.) wyraźnie były wyodrębnione w przedpołudniowym i wczesnopołudniowym paśmie emisyjnym w TVP1. W programach nadawców koncesjonowanych przeważały audycje o charakterze poradnikowym, przede wszystkim magazyny. O ile adresatem audycji edukacyjnych nadanych w telewizji publicznej był widz dorosły, to w przypadku nadawców komercyjnych były to w dużej mierze audycje dla dzieci i młodzieży.

Religia

w godzinach

	transmisje	publicystyka, informacja, edukacja	inne	ogółem
TVP1	76	93	0	169
TVP2	24	35	0	59
Razem telewizja publiczna	100 43,9%	128 56,1%	0 0,0%	228 100%
POLSAT	1	55	7	63
TVN	0	0	0	0
NASZA	12	0	0	12
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	13 17%	55 73%	7 9%	75 100%
CANAL+	0	0	0	0
Ogółem	113 37%	183 60%	7 2%	303 100%

W 1999 roku liczba godzin transmisji i audycji religijnych w telewizji publicznej wzrosła o 56 godzin. Na tę sumę wpływ miały przede wszystkim bezpośrednio transmisje z pielgrzymki Ojca Świętego do Polski. W komercyjnym POLSACIE prezentowano 2 magazyny redakcji programów religijnych: „W drodze” i „Jesteśmy”.

Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane

w godzinach

	teatr telewizji	opera	balet	musical	audycje poetyckie	inne	ogółem
TVP1	89	0	0	0	0	0	89
TVP2	78	0	0	0	0	0	78
Razem telewizja publiczna	167 100%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	167 100%
POLSAT	0	1	0	0	15	0	16
TVN	0	0	0	0	0	0	0
NASZA	0	0	0	0	0	0	0
Razem telewizja koncesjo- nowana nie kodowana	0 0	1 6%	0 0%	0 0%	15 94%	0 0%	16 16
CANAL+	0	0	0	0	0	0	0
Ogółem	167 91%	1 1%	0 0%	0 0%	15 8%	0 0%	183 100%

Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane zajęły ułamek procenta programu rocznego czasu nadawania. Jedynie w telewizji publicznej stanowiły 1%.

Telewizja publiczna prezentowała w zbliżonej do poprzedniego roku liczbie godzin sztuki teatralne w Teatrze poniedziałkowym TVP1 i w Spotkaniach teatralnych Dwójki oraz Teatrze dla Dzieci i Młodzieży. Były one produkcji własnej lub polskich producentów niezależnych. Pozostałe formy artystyczne nie zaistniały. Po audycje poetyckie sięgał nieśmiało zobligowany zapisem koncesyjnym POLSAT.

Film

w godzinach

	fabularny	dokumen- -talny	animo- -wany	serial	serie	sitcom	ogółem
TVP1	1 245	576	238	1 106	0	0	3 165
TVP2	809	507	146	1 187	0	0	2 649
Razem telewizja publiczna	2 054 35,3%	1 083 18,6%	384 6,6%	2 293 39,4%	0 0,0%	0 0,0%	5 814 100%
POLSAT	1 232	43	277	1 901	0	455	3 908
TVN	1 165	37	823	1 808	0	68	3 901
NASZA	1 014	231	465	1 462	798	35	4 005
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	3 411 29%	311 3%	1 565 13%	5 171 44%	798 7%	558 5%	11 814 100%
CANAL+	5 717	630	786	50	0	70	7 253
Ogółem	11 182 45%	2 023 8%	2 735 11%	7 514 30%	798 3%	628 3%	24 881 100%

Film był głównym elementem oferty programowej w 1999 roku. W strukturze wewnętrznej tego gatunku przeważały filmy animowane, seriale, serie i sitcomy. Filmy dokumentalne wypełniły najwięcej czasu w programach telewizji publicznej i CANAL+ Polska.

Telewizja publiczna

W TVP1 na emisje pełnometrażowych filmów fabularnych przeznaczano, oprócz środy i dni weekendowych, późnowieczorne pasmo emisyjne. Wybór interesującego widzów filmu ułatwiały kody informacyjne, jakimi nazwano, wprowadzone w wielu przypadkach jako nowe, poszczególne cykle filmowe: „Gorąco polecam”, „Zawód reżyser”, „Okrucy życia”, „Filmowe zbliżenia”, czy „W starym kinie”.

14% oferty filmowej skierowano bezpośrednio do dzieci. W minionym roku wyodrębniono pasma, w których nadawano znaczące filmy dokumentalne w cyklu „Czas na dokument”, bądź pierwszy serial dokumentalny „Pierwszy krzyk”.

Program 2 telewizji zaproponował w 1999 roku nowy cykl filmowy z udziałem publiczności pt. „Patrz i sądz” i telenowelę dokumentalną „Szpital dzieciątka Jezus”. Ponad połowa jego oferty filmowej składała się z produkcji europejskiej, w tym w dużej części – polskiej. Dla filmu dokumentalnego przeznaczono pasma w: poniedziałki, środy i czwartki.

POLSAT

Ofertę filmową, która stanowiła połowę propozycji programowych tego nadawcy, wypełniły przede wszystkim seriale i sitcomy produkcji USA i południowoamerykańskiej. W porównaniu z rokiem poprzednim nieco wzrósł udział produkcji polskiej, choć nadal w swojej liczbie 240 godzin rocznie był właściwie niewidoczny. Filmy polskie w programie POLSAT – to w znikomej części filmy fabularne, a w pozostałej części była to własna produkcja lub koprodukcja sitcomów i telenowel, takich jak: „13 posterunek”, „Czułość i kłamstwa”, „Graczykowie”, „Świat wg Kiepskich”. 13% filmów zaadresowano do dzieci.

TVN

Głównym składnikiem oferty filmowej TVN – podobnie jak w 1998 roku - były seriale, choć w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosła liczba pełnometrażowych filmów fabularnych i animacji dla dzieci. Zaprezentowane filmy produkcji polskiej, które stanowiły 1,5% całej oferty filmowej to pełnometrażowe filmy fabularne i seriale, m.in. „Ja Malinowski”. W układzie ramówki w dni powszednie godziny przedpołudniowe wypełnione były serialami animowanymi, zaś wczesne popołudniowe telenowelami i serialami, głównie produkcji brazylijskiej i meksykańskiej. Na prezentację obrazów kinowych przeznaczano pasma najwyższej oglądalności w dni weekendowe oraz we wtorki, czwartki i piątki.

NASZA TV

Propozycje filmowe zajęły w tym programie ponad 60% rocznego czasu nadawania. W ofercie filmowej Naszej TV dominowały seriale i serie fabularne – wszystkie produkcji pozaeuropejskiej. Pełnometrażowe filmy fabularne eksponowano głównie we wspólnym z RTL7 paśmie wieczornym. Wśród wszystkich nadanych filmów – produkcje polskie zajęły 1%, choć na tle innych nadawców koncesjonowanych nieco wyższa była prezentacja produkcji europejskiej.

CANAL+ POLSKA

W tym programie, wypełnionym w ponad 80% filmami, oferta filmowa była najbardziej bogata i uporządkowana. W każdym miesiącu prezentowano ponad 30 premier filmowych, średnio dziennie ponad 10 filmów fabularnych pełnometrażowych w wersji z lektorem, oryginalnej z napisami i czasami – dubbing. Znaczącą pozycję, zarówno pod względem ilości jak i miejsca w ramówce, zajmował film polski. Nadawca konsekwentnie stosował oznakowanie graficzne informujące dla jakiej grupy wiekowej film jest przeznaczony. Z równą starannością traktowano film dokumentalny, poprzez dobór ważkich kulturowo i społecznie tematów oraz nadawanie pokazów premierowych w godzinach najlepszej oglądalności. W ofercie filmowej znalazł się również zapomniany przez innych nadawców telewizyjnych film krótkometrażowy. Prezentowane seriale, w tym sztandarowy serial „Teletubbies”, adresowane były przede wszystkim do dzieci.

Kraje produkcji oferty filmowej (bez dokumentu)

w godzinach

	Polska	pozostałe europ.	USA	płd. ameryk.	inne	razem
TVP1	430	775	1 144	2	238	2 589
TVP2	584	529	751	0	278	2 142
Razem telewizja publiczna	1 014 21,4%	1 304 27,6%	1 895 40,1%	2 0,0%	516 10,9%	4 731 100,0%
POLSAT	244	280	2 562	475	304	3 865
TVN	56	256	2 169	982	399	3 862
NASZA	28	386	2 223	569	568	3 774
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	328 3%	922 8%	6 954 60%	2 026 18%	1 271 11%	11 501 100%
CANAL+	1 028 16%	1 184 18%	3 950 60%	5 0%	455 7%	6 622 100%
Ogółem	2 370 10%	3 410 15%	12 799 56%	2 033 9%	2 242 10%	22 854 100%

W fabularnej ofercie filmowej omawianych nadawców łącznie najsilniejszą pozycję miały produkcje amerykańskie. Mniej niż połowę czasu wypełniły one w telewizji publicznej. W porównaniu z rokiem poprzednim można zauważyć jednak kilkuprocentowy spadek oferty amerykańskiej na rzecz wzrostu produkcji europejskiej. Dziełom europejskim, w tym polskim, najwięcej czasu przeznaczanego na filmy poświęciła telewizja publiczna (ponad 50%), najmniej TVN – 8%. Nadawcy koncesjonowani z dużym upodobaniem sięgali po seriale południowoamerykańskie, które z kolei nie były przedmiotem zainteresowania telewizji publicznej i CANAL+.

Europejskie kraje produkcji oferty filmowej (bez dokumentu)

w godzinach

	polska	angielska	francuska	niemiecka	włoska	razem
TVP1	430	337	168	80	190	1 205
TVP2	584	208	143	110	68	1 113
Razem telewizja publiczna	1 014 43,7%	545 23,5%	311 13,4%	190 8,2%	258 11,1%	2 318 100,0%
POLSAT	244	141	91	7	41	524
TVN	56	126	61	31	38	312
NASZA	28	99	97	72	118	414
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	328 26%	366 29%	249 20%	110 9%	197 16%	1 250 100%
CANAL+	1 028 46,5%	711 32,1%	381 17,2%	88 4,0%	4 0,2%	2 212 100,0%
Ogółem	2 370 41%	1 622 28%	941 16%	388 7%	459 8%	5 780 100%

Rozrywka

w godzinach

	muzyka rozrywkowa	widowiska artyst.	kabaret, satyra	tele- turnieje	talk show	inne	ogółem
TVP1	219	321	135	202	0	0	877
TVP2	392	135	150	339	0	0	1 016
Razem telewizja publiczna	611 32,3%	456 24,1%	285 15,1%	541 28,6%	0 0,0%	0 0%	1 893 100,0%
POLSAT	1 081	43	107	42	96	481	1 850
TVN	1 882	4	136	141	69	63	2 295
NASZA	336	0	16	102	9	0	463
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	3 299 72%	47 1%	259 6%	285 6%	174 4%	544 12%	4 608
CANAL+	23	7	58	0	168	59	315
Ogółem	3 933 58%	510 7%	602 9%	826 12%	342 5%	603 9%	6 816 100%

W 1999 roku dwa programy: POLSAT i TVN zdecydowanie zwiększyły liczbę i czas nadawania audycji rozrywkowych. W przypadku TVN było to aż dwukrotne zwiększenie w stosunku do poprzedniego roku. Również TVP1 nadał więcej o 170 godzin teleturniejów i widowisk artystycznych. Wśród rodzajów audycji rozrywkowych przeważała, poza telewizją publiczną i CANAL+, muzyka rozrywkowa. W swojej ofercie rozrywkowej najwięcej teleturniejów proponowała telewizja publiczna i NASZA TV. Widowiska artystyczne były właściwie domeną tylko telewizji publicznej.

Muzyka poważna

w godzinach

	audycje muzyczne	transmisje koncertów	ogółem
TVP1	13	6	19
TVP2	66	75	141
Razem telewizja publiczna	79 49,4%	81 50,6%	160
POLSAT	1	0	1
TVN	0	0	0
NASZA	0	0	0
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	1 100%	0 0%	1 100%
CANAL+	0	0	
Ogółem	80 50%	81 50%	161 100%

Muzyka poważna zaistniała marginalnie i tylko w telewizji publicznej.

Sport

w godzinach

	magazyny	transmisje	inne	ogółem
TVP1	101	167	0	268
TVP2	197	218	0	415
Razem telewizja publiczna	298 43,6%	385 56,4%	0 0,0%	683 100,0%
POLSAT	98	77	5	180
TVN	32	133	38	203
NASZA	109	0	0	109
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	239 49%	210 43%	43 9%	492 100%
CANAL+	250	326	17	593
Ogółem	787 45%	921 52%	60 3%	1768 100%

W porównaniu z 1998 roku spadła liczba godzin audycji sportowych: z 7% całości programu do 4%. Dotyczy to przede wszystkim obu programów telewizji publicznej.

Audycje dla dzieci i młodzieży

w godzinach

	edukacja	rozrywka	religia	sport	teatr	film	inne	ogółem
TVP1	165	350	36	0	24	454	0	1 029
TVP2	75	64	0	9	23	249	0	420
Razem telewizja publiczna	240 17%	414 29%	36 2%	9 1%	47 3%	703 49%	0 0%	1 449 100%
POLSAT	289	593	45	70	2	515	1	1515
TVN	115	0	0	3	0	0	823	941
NASZA	0	44	0	0	0	0	0	44
Razem telewizja koncesjonowana nie kodowana	404 16%	637 25%	45 2%	73 3%	2 0%	515 21%	824 33%	2 500 100%
CANAL+	0	0	0	0	0	617	0	617
Ogółem	644 14%	1 051 23%	81 2%	82 2%	49 1%	1 835 40%	824 18%	4 566 100%

Film i rozrywka stanowiły filar propozycji programowych skierowanych do młodego widza.

Oferta programowa lokalnych nadawców telewizyjnych rozpowszechniających program w sposób naziemny

Oferta programowa oddziałów terenowych telewizji publicznej

W 1999 roku oddziały terenowe Telewizji Polskiej S.A. tworzyły i rozpowszechniały **12 programów regionalnych**. Na program regionalny składał się program **własny oddziału i program wspólny**, który jest programem quasi-ogólnopolskim. Program własny zajmował, w zależności od oddziału, od 25% do 29% rocznego czasu nadawania programu regionalnego. Większość audycji nadawanych w tych programach produkowana była przez same oddziały. OTV Gdańsk i OTV Kraków 90% programu wypełniły własną produkcją.

Program wspólny zestawiany w centrali TVP w Warszawie przez Biuro Oddziałów Terenowych, a następnie przesyłany za pomocą satelity do 12 oddziałów terenowych stanowił, zasadniczą część programu regionalnego. Jego udział w programach regionalnych w ciągu roku wahał się od 71% do 75 %. Biuro Oddziałów Terenowych zestawilo 4696,7 godzin programu wspólnego, który prawie w całości włączały wszystkie oddziały terenowe do swojego programu regionalnego.

Liczba godzin oraz udział różnych rodzajów audycji w rocznym czasie nadawania programu wspólnego

Rodzaje audycji	pakiet wspólny programu	
	godz.	%
Informacja	2,5	0%
Publicystyka	73,6	2%
Edukacja	512,6	11%
Religia	0	0%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	29,8	1%
Film	3 256,1	69%
Rozrywka	315,6	7%
Muzyka poważna	37,5	1%
Sport	162,4	3%
Autopromocja, zwiastuny	208,1	4%
Reklama	98,5	2%
Razem	4 696,7	100%

W programie wspólnym dominował film zajmując prawie 70% rocznego czasu nadawania. Na ofertę filmową złożyły się filmy fabularne, seriale, filmy animowane i dokumentalne. Wśród tych rodzajów filmu najwięcej miejsca zajął serial – 41,5 %, choć nie wiele mniej miejsca poświęcono dokumentowi (34,4 %). Ponad połowę czasu trwania (57 %) filmów z oferty fabularnej wypełniono pozycjami wyprodukowanymi w krajach europejskich, w tym ok. 8% w Polsce.

Na drugim miejscu pod względem ilości zajmowanego w programie czasu znalazła się edukacja, choć jej udział w programie był niewielki, gdyż stanowił zaledwie nieco ponad 10% programu wspólnego. Treści edukacyjne były obecne w audycjach poradniczych i popularnonaukowych. Każdej z tych audycji poświęcono zbliżoną liczbę godzin w ciągu roku.

W grupie audycji rozrywkowych znalazły się kabarety, talk-show, teleturnieje, audycje satyryczne, widowiska artystyczne i muzyka rozrywkowa. Zajęły one łącznie 7% rocznego czasu nadawania.

Widowiska teatralne były reprezentowane w programie przez balet, operę oraz audycje poetyckie i poetycko-muzyczne. Przeznaczono na nie bardzo niewiele miejsca w programie. Łącznie z muzyką poważną stanowiły one 1,4 % czasu trwania programu rocznego. Widowiska teatralne i muzyka poważna miały swoje stałe miejsce w programie ramowym – w każdą sobotę w paśmie po godzinie 23.00 - lecz niestety nie były regularnie nadawane. Średni tygodniowy czas trwania tych rodzajów audycji wyniósł 1,3 godziny.

Znikomą ilość czasu zajęły w programie również audycje informacyjne i publicystyczne, które jednakże w całości programu regionalnego były znacząco obecne w programie własnym oddziału, o czym będzie mowa w dalszej części tego rozdziału.

Program wspólny oddziałów terenowych miał zdecydowanie profil filmowy.

Własna oferta programowa oddziałów terenowych TVP

Oddziały terenowe	roczny czas nadawania programu własnego	informacja		publicystyka		edukacja	
	godz.	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	1 716,0	215,0	13%	643,0	37%	64,5	4%
OTV Bydgoszcz	1 657,0	240,0	14%	451,0	27%	156,5	9%
OTV Gdańsk	1 795,5	387,0	22%	696,5	39%	93,5	5%
OTV Katowice	1 887,5	179,0	9%	705,0	37%	106,5	6%
OTV Kraków	1 844,0	299,0	16%	531,5	29%	141,5	8%
OTV Lublin	1 771,0	220,5	12%	451,5	25%	75,0	4%
OTV Łódź	1 819,5	264,0	15%	729,5	40%	219,0	12%
OTV Poznań	1 848,5	377,0	20%	398,5	22%	168,0	9%
OTV Rzeszów	1 572,0	199,5	13%	600,0	38%	203,5	13%
OTV Szczecin	1 812,0	247,0	14%	748,0	41%	174,0	10%
OTV Warszawa	1 787,0	393,5	22%	515,0	29%	100,5	6%
OTV Wrocław	1 848,5	348,0	19%	684,0	37%	54,5	3%

Oddziały terenowe	religia		widowiska teatralne i inne formy udratyzowane		film		rozrywka	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	58,5	3%	5,0	0%	344,5	20%	73,0	4%
OTV Bydgoszcz	81,0	5%	0	0%	173,0	10%	335,5	20%

II. Działalność programowa nadawców

OTV Gdańsk	88,0	5%	1,0	0%	9,0	1%	259,5	14%
OTV Katowice	25,5	1%	0	0%	65,0	3%	403,5	21%
OTV Kraków	82,5	4%	0,5	0%	41,5	2%	262,0	14%
OTV Lublin	50,5	3%	0	0%	452,0	26%	315,5	18%
OTV Łódź	70,0	4%	0	0%	156,0	9%	127,0	7%
OTV Poznań	43,5	2%	1,0	0%	280,0	15%	179,5	10%
OTV Rzeszów	92,0	6%	0	0%	78,5	5%	190,0	12%
OTV Szczecin	59,0	3%	1,0	0%	29,5	2%	249,0	14%
OTV Warszawa	96,0	5%	2,5	0%	319,0	18%	118,0	7%
OTV Wrocław	19,0	1%	1,5	0%	238,0	13%	160,5	9%

Oddziały terenowe	muzyka poważna		sport		autopromocja zwiastuny		reklama	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	8,5	0%	64,0	4%	216,5	13%	23,5	1%
OTV Bydgoszcz	0	0%	68,0	4%	124,5	8%	27,5	2%
OTV Gdańsk	28,0	2%	118,0	7%	57,5	3%	57,5	3%
OTV Katowice	61,0	3%	122,0	6%	95,0	5%	125,0	7%
OTV Kraków	52,0	3%	77,0	4%	302,5	16%	54,0	3%
OTV Lublin	2,5	0%	45,0	3%	140,5	8%	18,0	1%
OTV Łódź	39,0	2%	69,5	4%	105,0	6%	40,5	2%
OTV Poznań	18,0	1%	161,0	9%	149,0	8%	73,0	4%
OTV Rzeszów	57,0	4%	132,0	8%	16,0	1%	3,5	0%
OTV Szczecin	24,5	1%	96,5	5%	170,0	9%	13,5	1%
OTV Warszawa	3,0	0%	66,5	4%	108,0	6%	65,0	4%
OTV Wrocław	16,5	1%	92,0	5%	132,5	7%	102,0	6%

W programach własnych oddziałów terenowych obecne były wszystkie rodzaje audycji. Preferowane gatunki we własnej ofercie programowej były następujące:

OTV Białystok	OTV Bydgoszcz	OTV Gdańsk	OTV Katowice	OTV Kraków	OTV Lublin
publicystyka 37%	publicystyka 27%	publicystyka 39%	publicystyka 37%	publicystyka 29%	publicystyka i film 26%
film 20%	rozrywka 20%	informacja 22%	rozrywka 21%	informacja 16%	rozrywka 18%

OTV Łódź	OTV Poznań	OTV Rzeszów	OTV Szczecin	OTV Warszawa	OTV Wrocław
publicystyka 40%	publicystyka 22%	publicystyka 38%	publicystyka 41%	publicystyka 29%	publicystyka 37%
informacja 15%	informacja 20%	Informacja i edukacja 13%	informacja i rozrywka 14%	informacja 22%	informacja 19%

Zdecydowanie najwięcej miejsca w programach własnych oddziałów terenowych zajmowała **publicystyka**. Tylko w OTV Lublin jej udział równoważył się z udziałem filmu. W programach 8 oddziałów wśród preferowanych gatunków znalazła się - ze względu na ilość zajmowanego czasu - na drugim miejscu **informacja**. W programach czterech oddziałów również drugie miejsce zajmowała **rozrywka**, choć jej udział procentowy w programie był znacznie mniejszy niż udział publicystyki. W jednym programie na drugim miejscu pojawiła się **edukacja**, również z dużo mniejszym niż publicystyka udziałem w rocznym czasie.

W programach oddziałów znaczące miejsce zajmowały audycje rozrywkowe. W OTV Bydgoszcz i Katowice zajmowały one 20% rocznego programu. Tylko w programie oddziału w Warszawie, Wrocławiu, Łodzi i Białymstoku nie przekraczały one 10% rocznego czasu. Audycje rozrywkowe reprezentowane były najczęściej przez muzykę rozrywkową i teleturnieje, ale również, choć w mniejszym wymiarze czasowym, przez kabarety, satyrę i widowiska artystyczne.

Film najwięcej miejsca zajął w programie OTV Lublin, Białystok, Warszawa, Poznań i Wrocław. W pozostałych oddziałach zajął on niewielki procent programu. Wśród różnych rodzajów filmu największy udział niemalże we wszystkich programach własnych miał film dokumentalny. Udział serialu i serii fabularnej był niewielki.

Edukacja w programach własnych 8 oddziałów była realizowana przede wszystkim przez audycje poradnikowe. W pozostałych oddziałach wśród audycji edukacyjnych przeważały audycje popularnonaukowe i oświatowe.

W programach własnych obecny były również sport, który realizowano głównie przez magazyny sportowe i transmisje. W 10 oddziałach terenowych zdecydowanie więcej miejsca w programie poświęcono na magazyny niż na transmisje sportowe. Sport miał swoje stałe miejsce w programie ramowym. Codziennie nadawany był w Katowicach, Poznaniu, Wrocławiu i Krakowie, a w pozostałych oddziałach - w sobotę i niedzielę.

W programach 8 oddziałów prezentowano tematykę religijną głównie w magazynach. W 4 oddziałach – w Rzeszowie, Bydgoszczy, Warszawie, Krakowie - były to transmisje mszy św., nadawane w piątek albo w niedzielę. Magazyny religijne miały również swoje stałe miejsce w programach ramowych.

Oddziały, w programach własnych na widowiska teatralne przeznaczyły łącznie 12,5 godziny programu. Należy stwierdzić, że widowiska teatralne pojawiały się w programie przypadkowo. Podobnie było z muzyką poważną, która w takich oddziałach jak: w Bydgoszczy, Białymstoku, Lublinie, Warszawie była albo nieobecna, albo występowała w śladowych ilościach. W innych oddziałach, jak we Wrocławiu, Szczecinie, Poznaniu czy

Gdańsku pojawiała się okazjonalnie. Natomiast swoje stałe miejsce w programie miała tylko w OTV Kraków, Katowice, Łódź i Rzeszów.

Znamienne jest, że w większości programów własnych bardzo dużo czasu poświęcano na autopromocję i zwiastuny. Poza OTV Gdańsk i Rzeszów we wszystkich pozostałych autopromocja zajęła ponad 100 godzin programu w ciągu roku. Takiej liczby godzin programu w ciągu roku żaden z oddziałów nie przeznaczył na audycje służące misji publicznej, np. na widowiska teatralne i muzykę poważną łącznie.

Programy własne oddziałów mają profil publicystyczno-informacyjny albo publicystyczno-rozrywkowy.

Oddziały terenowe tworzyły i nadawały w swoich programach własnych audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych. Audycje takie znalazły się w programach 10 oddziałów, bowiem dwa - OTV Bydgoszcz i Łódź - na terenie swojego nadawania nie mają dużych skupisk mniejszości narodowych.

Audycje adresowane do mniejszości narodowych i etnicznych w programach oddziałów terenowych telewizji publicznej 1999 roku.

Oddziały terenowe	język narodowy		język polski		ogółem	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	35,30	2,10	33,50	1,90	68,80	4,00
OTV Bydgoszcz	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTV Gdańsk	8,00	0,40	34,70	1,90	42,70	2,30
OTV Katowice	12,00	0,60	4,00	0,20	16,00	0,80
OTV Kraków	4,00	0,22	17,33	0,94	21,33	1,16
OTV Lublin	8,30	0,46	0,00	0,00	8,30	0,46
OTV Łódź	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTV Poznań	4,70	0,30	0,00	0,00	4,70	0,30
OTV Rzeszów	6,00	0,38	6,00	0,38	12,00	0,76
OTV Szczecin	0,00	0,00	3,70	0,20	3,70	0,20
OTV Warszawa	3,80	0,20	0,00	0,00	3,80	0,20
OTV Wrocław	4,00	0,21	0,40	0,02	4,40	0,23
ogółem	86,10		99,63		185,73	

W 1999 roku oddziały terenowe nadały łącznie 186 godzin audycji adresowanych do mniejszości narodowych, co daje średnio 18,6 godziny rocznie dla każdego z 10 oddziałów.

Najwięcej miejsca w programie przeznaczono na te audycje w oddziale w Białymstoku (69 godzin, czyli 4% rocznego czasu nadawania, co daje średnio 1,3 godziny tygodniowo), najmniej zaś w oddziale TVP w Szczecinie (3,7 godz. czyli 0,2% rocznego czasu nadawania).

Na audycje wyłącznie w języku polskim (100 godzin) przeznaczono ponad połowę łącznego rocznego czasu nadawania, zaś pozostały czas na audycje w językach narodowych

(86 godzin). Najwięcej audycji w językach narodowych nadały oddziały w Białymstoku (35 godzin) oraz w Katowicach (12 godz.)

Omawiane audycje najczęściej miały formę magazynów lub audycji publicystycznych. W trzech oddziałach w Białymstoku, Krakowie i Gdańsku audycje dla mniejszości narodowych były cykliczne i miały swoje stałe miejsce w programie.

Oferta programowa lokalnych koncesjonowanych stacji telewizyjnych

W ubiegłym roku program telewizyjny o zasięgu lokalnym nadawało w Polsce osiem prywatnych stacji telewizyjnych. Program siedmiu z nich składał się z oferty własnej oraz programu Naszej TV. Na program TV Lubań jako jedynej stacji w tej grupie nadawców składały się wyłącznie audycje własne. Najdłuższy program własny w 1999 roku miała TV Vigor z Gorzowa, a najkrótszy TV Lubań.

Liczba godzin i udział poszczególnych rodzajów audycji w rocznym czasie programów lokalnych stacji telewizyjnych.

rodzaje audycji	TV Vigor		TV Aval		TV Zielona Góra		TV Studio NTL	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
Audycje informacyjne	367,8	23%	392,0	32%	434	45%	317,5	39%
Audycje publicystyczne	235,5	15%	431,0	35%	336	35%	156	19%
Film	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Teatr	0	0%	0	0%	0	0%	4,5	1%
Audycje edukacyjne i poradnicze	2,0	0%	152,0	12%	0	0%	44,5	5%
Audycje sportowe	110,0	7%	110,0	9%	117	12%	72	9%
Audycje rozrywkowe	0	0%	0	0%	0	0%	33,5	4%
Audycje muzyczne	30,8	2%	15,0	1%	0	0%	26	3%
Audycje dla dzieci i młodzieży	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Audycje religijne	73,2	5%	0	0%	26	3%	47,5	6%
Reklama	20,0	1%	118,3	10%	48	5%	17,5	2%
Inne	747,7	47%	0	0%	0	0%	100	12%
Roczny czas nadawania	1 587,0	100%	1 218,3	100%	961	100%	819	100%

rodzaje audycji	TV Bryza		TV Dolnośląska		TV Legnica		TV Lubań	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
Audycje informacyjne	310,3	28%	384,0	31%	382,5	35%	208,0	36%
Audycje publicystyczne	249,2	22%	442,5	36%	226,3	21%	52,0	9%
Film	11,1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
Teatr	0	0%	0	0%	0	0%	12,0	2%
Audycje edukacyjne i poradnicze	56,4	5%	166,0	13%	123	11%	28,5	5%

Audycje sportowe	49,0	4%	57,0	5%	82,6	8%	18,0	3%
Audycje rozrywkowe	111,0	10%	0	0%	28	3%	4,0	1%
Audycje muzyczne	173,1	16%	27,1	2%	91,2	8%	12,0	2%
Audycje dla dzieci i młodzieży	6,5	1%	0	0%	0	0%	7,0	1%
Audycje religijne	0	0%	0	0%	56,3	5%	14,0	2%
Reklama	51,4	5%	153,7	12%	46,5	4%	56,0	10%
Inne	95,0	9%		0%	60	5%	158,5	28%
Roczny czas nadawania	1 113,0	100 %	1 230,3	100%	1096,4	100%	570,0	100%

Preferowane rodzaje audycji w programach 8 lokalnych stacji telewizyjnych w 1999 roku.

TV Vigor	TV Aval	TV Zielona Góra	TV Studio NTL	TV Bryza	TV Dolnośląska	TV Legnica	TV Lubiąż
informacja 22,4%	publicystyka 35,4%	informacja 45%	informacja 38,8%	informacja 29,2%	publicystyka 35,9%	informacja 34,8%	informacja 36,5%
publicystyka 14,3%	informacja 32,18%	publicystyka 35%	publicystyka 19%	publicystyka 23,5%	informacja 31,2%	publicystyka 20,9%	publicystyka 9,1%

Podstawą oferty programowej wszystkich prywatnych nadawców lokalnych w 1999 roku były audycje informacyjne i publicystyczne. Miały one największy udział w ofercie każdej ze stacji (od dziesięciu procent do ponad jednej trzeciej programu). Audycje informacyjne zajęły najwięcej czasu w programach sześciu nadawców (TV Vigor, TV Zielona Góra, TV Studio NTL, TV Bryza, TV Legnica, TV Lubiąż). Najwięcej tych audycji nadała TV Zielona Góra. W programach dwóch pozostałych stacji (TV Aval, TV Dolnośląska), największy udział miały audycje publicystyczne. Największy udział audycji publicystycznych miała TV Dolnośląska. Ponadto w programach obecne były audycje muzyczne, edukacyjne, poradnicze oraz religijne. Film w swoim w programie miała tylko jedna stacja (TV Bryza), teatr dwie stacje (TV Studio NTL, TV Lubiąż) i również dwie - audycje dla najmłodszych widzów (TV Bryza, TV Lubiąż). Najbardziej urozmaicony program pod względem udziału różnych gatunków miały TV Lubiąż, TV Bryza i TV Studio NTL.

Największy udział procentowy audycji edukacyjnych i poradniczych stwierdzono w TV Dolnośląskiej. Największy udział audycji sportowych odnotowano w programie TV Zielona Góra. Najwięcej audycji muzycznych oraz rozrywkowych stwierdzono na antenie TV Bryza, natomiast audycje religijnych w TV Studio NTL.

W 1999 roku lokalne programy telewizyjne stacji koncesjonowanych miały profil informacyjno-publicystyczny.

Oferta programowa lokalnej, koncesjonowanej telewizji katolickiej - Telewizja Niepokalanów

W 1999 roku nadawca wyemitował 4807 godzin programu Telewizja Niepokalanów. Program ten nie zmienił swego profilu w stosunku do 1998 roku.

Liczbę godzin oraz udział różnych rodzajów audycji w rocznym czasie nadawania programu w roku 1999 przedstawia tabela:

Rodzaje audycji	godz.	%
Informacyjne	90	1,8
Publicystyczne	892	18,5
film dokumentalny	1143	23,7
film fabularny	556	11,5
film animowany	107	2,2
Teatr	58	1,2
Edukacyjno – poradnicze	697	14,4
Audycje religijne	557	11,5
Audycje muzyczne	590	12,2
Audycje dla dzieci i młodzieży	117	2,4

Na program nadawany średnio 13 godzin na dobę składały się głównie filmy (dokumentalne, fabularne i animowane), publicystyka i audycje edukacyjno-poradnicze. Te trzy pozycje zajęły łącznie 3395 godzin, czyli 71% rocznego czasu nadawania. W ofercie filmowej stacji dominował film dokumentalny, na który poświęcono prawie 24% czasu rocznego. Filmy dokumentalne dotyczyły tematyki przyrodniczej, religijnej, turystycznej i historycznej. W audycjach publicystycznych omawiane były problemy społeczno-religijne. Również dość znaczącą pozycją w programie były audycje muzyczne, które zajęły 11,2% i religijne 11,5% programu.

Pozostałe rodzaje audycji reprezentowane były w programie w znacznie mniejszym wymiarze czasowym. Najmniej czasu zajęły audycje informacyjne (1,8%) oraz audycje dla dzieci i młodzieży (2,4%). Informacje w Telewizji Niepokalanów reprezentował emitowany kilka razy w tygodniu przegląd wydarzeń z życia Kościoła (*Tydzień w kościele-Przegląd wydarzeń*). W 1999 roku w ofercie programowej nadawcy nie były obecne audycje rozrywkowe i sportowe.

WIDOWNIA TELEWIZYJNA W POLSCE W ROKU 1999

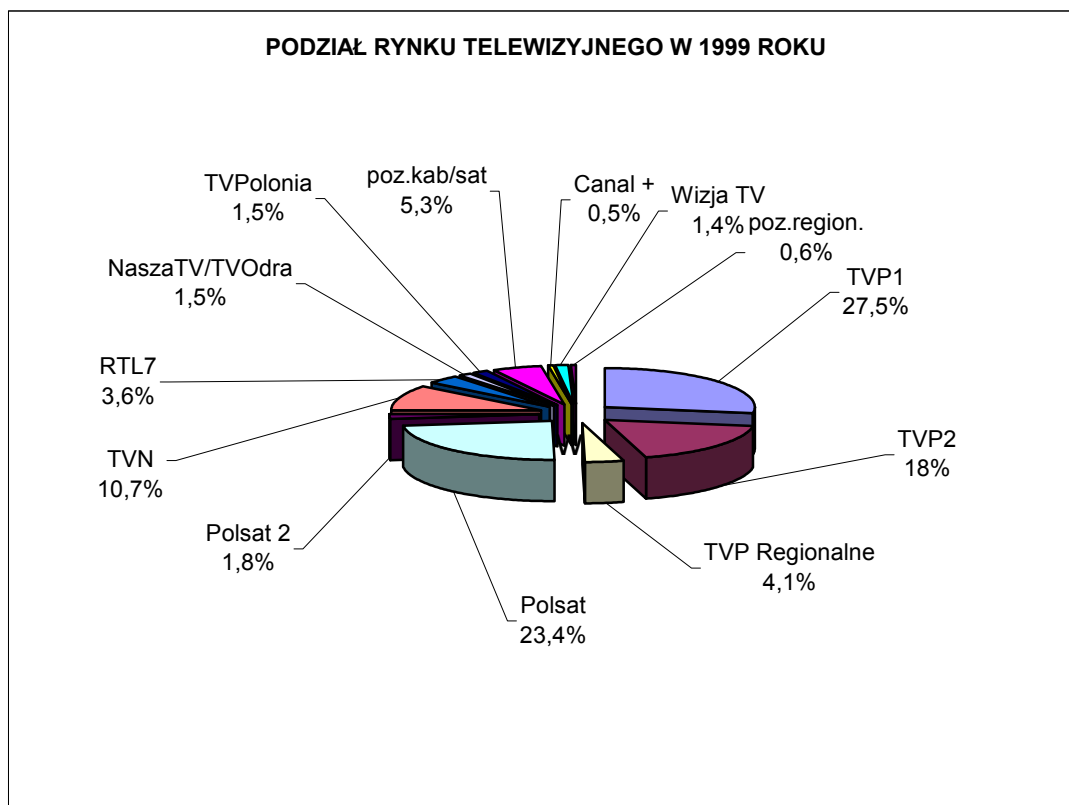
Telewizja publiczna

Do sektora publicznego należała w 1999 roku nadal ponad połowa rynku, choć jego udział sukcesywnie zmniejsza się.

Łączny udział telewizji publicznej w rynku telewizyjnym w 1999 roku wyniósł 51,1%. W porównaniu z rokiem '98 udział telewizji publicznej zmniejszył się w sumie o 4 pkt. procentowe. W 1998 roku do telewizji publicznej należało jeszcze 55% a rok wcześniej 58% rynku.

Na wynik ten składają się udziały poszczególnych programów telewizji publicznej - TVP 1, TVP 2, Oddziałów Terenowych TVP i TV Polonia. **Najwięcej straciła TVP1 (2,5%)**

i Oddziały Terenowe TVP (1%). Minimalny spadek zanotowała TVP 2. Udział na poziomie roku 1998, a nawet mały przyrost zanotowała TV Polonia. W dalszej części przedstawiona zostanie sytuacja każdego z programów.



Opracowano na podstawie danych z AGB Polska

TVP 1

Udział TVP 1 w rynku telewizyjnym w 1999 roku wyniósł 27,5%, co oznacza spadek w stosunku do lat ubiegłych. W roku 1998 program ten posiadał jeszcze 30% udziału w widowni a w 1997 - ponad 32%.

TVP 1 oglądało w roku 1999 średnio 63, 5% populacji przez 92 minuty dziennie.

Nawet w miesiącach zimowych tego roku, które w latach ubiegłych były zawsze wyjątkowo pomyślne dla TVP 1 i przyciągały relatywnie więcej widzów, program ten uzyskał zaledwie 28% udział.

Wyjątkowo udany dla TVP 1 był natomiast czerwiec (ponad 31% w skali miesiąca). Tak wysoki udział w telewizyjnym rynku spowodowany był zainteresowaniem widzów papieską pielgrzymką do Polski.

Jednak tego rodzaju wydarzenia, jak wizyta Jana Pawła II czy transmisje z imprez sportowych rangi mistrzostw świata, jedynie okresowo zwiększają udział TVP 1 w rynku.

TVP 2

Udział TVP 2 w rynku jest względnie ustabilizowany. W roku 1999 uzyskał on 18% udział w oglądalności. W roku 1998 TVP 2 posiadał jeszcze 18,3% a w 1997 - 18,9%.

TVP 2 oglądało w I półroczu 1999 roku średnio 54,8% populacji przez 69 minut dziennie. Rok wcześniej przeciętny widz tego programu poświęcał mu o minutę dziennie mniej.

Oddziały Terenowe TVP

Spada udział w widowni regionalnej telewizji publicznej (Oddziały Terenowe TVP potraktowane łącznie). W roku 1997 wynosił 5,6%, rok później zmalał do 5%. W roku 1999 zmniejszył się do 4,1%.

Wynik ten osiągnięty został przede wszystkim dzięki pasmu wspólnemu Oddziałów Terenowych TVP (3,1%). **Program własny 11 Oddziałów** zajmuje resztę, czyli zaledwie **1%**.

Telewizja koncesjonowana

POLSAT

Jedna czwarta telewizyjnego rynku należała w minionym roku do Polsatu i Polsatu 2 (łącznie 25,2%). Jeszcze przed rokiem taki wynik uzyskał sam Polsat - ponad 25%.

Natomiast w pierwszym półroczu tego roku **udział Polsatu spadł do 23,4%**. Oznacza to stratę 2,3% w stosunku do roku ubiegłego. Rekompensuje ją w pewnym stopniu rozwijający się Polsat 2, którego udział w widowni systematycznie wzrasta. W '99 roku uzyskał 1,8% rynku, podczas gdy w ubiegłym 1,3%.

Obecnie Polsat 2 ogląda ponad 13 % populacji przez średnio 33 minuty dziennie. Dla porównania: w 1998 roku 10 % ludności Polski przez zaledwie 25 minut dziennie. Natomiast Telewizję Polsat oglądało w '99 roku średnio 54,2 % populacji przez 91 minut dziennie.

TVN

Coraz bardziej liczącą się pozycję zdobywa telewizja o zasięgu ponadregionalnym TVN. Miniony rok był dla niej rokiem dynamicznego rozwoju i przeszło 4 punktowego przyrostu udziałów w widowni. Udział TVN w widowni ogólnopolskiej za 1998 rok wynosił 6,4 %.

W 1999 roku należało do niej 10,7 % rynku.

Jest to obecnie czwarta na rynku telewizja, po TVP 1, TVP 2 i Telewizji Polsat. Przypomnijmy, że TVN rozpoczęła emisję programu 3 października 1997 roku z udziałem 4,5 % w pierwszym miesiącu nadawania. Od tej pory z miesiąca na miesiąc jej udział w widowni konsekwentnie wzrasta.

TVN oglądało w 1999 roku 30% populacji przez średnio 76 minut dziennie. W pierwszej połowie ubiegłego roku widzowie TVN stanowili 24% populacji i oglądali tę stację krócej, bo 50 minut dziennie każdy.

Nasza Telewizja

Zdecydowanie mniejszy udział w widowni posiada drugi z ponadregionalnych nadawców – **Nasza Telewizja**, która minione rok zakończyła z wynikiem 1,5 %. Oznacza to zaledwie utrzymanie stanu z roku ubiegłego (1,7% w ubiegłym roku), co w przypadku rozwijającej się stacji nie jest dobrą prognozą (emituje program od połowy stycznia 1998 roku).

Podsumowując należy stwierdzić, że rok 1999 to w dalszym ciągu utrzymująca się tendencja **znacznego zmniejszenia się udziałów w rynku dwóch ogólnopolskich telewizji - TVP 1 i Polsatu**. Drugą ważną tendencją jest rozwój konkurujących z nimi mniejszych stacji, wśród których **najwięcej zyskała ponadregionalna koncesjonowana telewizja TVN**. Spośród stacji satelitarnych należy zwrócić uwagę na wzrost udziałów m.in. Polsatu 2.

W 1999 roku zaobserwowano wzrost zainteresowania widzów polskojęzycznymi kanałami tematycznymi. Dowodem na to jest rozwój pakietu Wizji, która miniony rok zakończyła z wynikiem 1,5 % w skali ogólnopolskiej (w ubiegłym roku – 0,4 %) jak również aktywność w tej dziedzinie Polsatu i Cyfy + (na razie brak danych telemetrycznych AGB dotyczących oglądalności kanałów tematycznych Polsatu i Cyfry +).

W sytuacji zwiększonej konkurencji programowej w 1999 roku telewizyjny sektor publiczny utrzymał dominującą pozycję i ponad połowę udziałów w oglądalności.

Nie zmieniła się również w stosunku do roku ubiegłego pozycja w rankingu największych nadawców pod względem udziału w widowni.

TVP 1 mimo strat zachowała pierwszą pozycję. Drugie miejsce należy w dalszym ciągu do Polsatu. Trzecią lokatę zajmuje nadal TVP 2, której udział w rynku od dwóch lat pozostaje w zasadzie na stałym poziomie, co w sytuacji zwiększonej konkurencji programowej jest niewątpliwym sukcesem. **Czwartą pozycję w rankingu zdecydowanie utrwaliła w minionym roku ponadregionalna koncesjonowana telewizja TVN**. Należy zaznaczyć, że do czterech wymienionych stacji należało w 1999 roku 80% rynku. **Na piątym miejscu w rankingu nadal znajdują się Oddziały Terenowe TVP**.

W skali ogólnopolskiej z uwagi na zasięg największe możliwości pozyskania dużej liczby widzów zarówno wśród najmłodszych jak i wśród dorosłych mają telewizje ogólnopolskie.

Wielkość widowni poszczególnych stacji w dwóch kategoriach wiekowych

Stacja	4-15	16+	Ogółem (4+)
TVP1	23,20%	28,20%	27,50%
TVP2	12,50%	18,90%	18,00%
Polsat	29,70%	22,30%	23,40%
Canal +	1,10%	0,40%	0,50%
TVN	12,20%	10,40%	10,70%

RTL7	4,80%	3,40%	3,60%
NaszaTV/TVOdra	1,30%	1,50%	1,50%
TV Polonia	0,90%	1,60%	1,50%
TVP Regionalna	1,30%	4,10%	4,10%
Polsat 2	1,60%	1,80%	1,80%
Wizja TV	2,00%	1,30%	1,40%
Pozostałe kab/sat	6,10%	5,10%	5,30%
Pozostałe region.	0,40%	0,70%	0,60%

Najmłodszy widzowie w wieku 4 –15 lat najczęściej czasu poświęcają na oglądanie w pierwszej kolejności Telewizji Polsat, następnie Programu 1 TVP. Widzowie tej grupy wiekowej stosunkowo dużo czasu spędzali również na oglądaniu programu TVN, TVP 2.

Natomiast widzowie powyżej 16 roku życia najczęściej czasu poświęcili programom telewizji publicznej: TVP1 oraz TVP 2. Widzowie tej grupy wiekowej preferują przede wszystkim wymienione programy telewizji publicznej (średnia oglądalność tych programów w wybranej grupie celowej jest znacznie wyższa niż wśród całej populacji).

Najpopularniejsze audycje telewizyjne 1999 roku

	Opis	Opis dodatkowy	Stacja	Daty	AMR %
1.	WIADOMOŚCI		TVP1	99-01-01	31,20%
2.	SPORT /SERWIS SPORT./		TVP1	99-02-01	30,30%
3.	KLAN /TELENOWELA POL./		TVP1	99-02-23	28,90%
4.	13 POSTERUNEK /SER.POL./		Polsat	99-01-26	26,40%
5.	TELEEXPRESS		TVP1	99-02-02	26,00%
6.	TRANSMISJA POŻEGNANIA JANA PAWŁA II NA LOTNISKU	JAN PAWEŁ II W POLSCE	TVP1	99-06-17	24,80%
7.	GOLDENEYE /FILM SEN.USA/		TVP1	99-03-06	24,80%
8.	MASKA /KOM.USA/		TVP1	99-02-13	24,20%
9.	SPORT TELEGRAM/WIADO.SPORT/		TVP1	99-04-22	23,60%
10.	DOM /SER POL/		TVP1	99-03-28	23,20%
11.	TRANSMISJA POWITANIA JANA PAWŁA II NA LOTNISKU W REBIECHOWIE		TVP1	99-06-05	22,80%
12.	SPECJALISTA /FAB USA/	MEGA HIT	Polsat	99-04-19	22,60%
13.	IDŹ NA CAŁOSC /TELETURNIEJ/	WYDANIE SPECJALNE	Polsat	99-01-24	22,20%
14.	EKSTRADYCJA 3 /SER./		TVP1	99-04-08	21,50%
15.	MECZ PIŁKI NOŻNEJ	POLSKA SZWECJA	TVP2	99-03-31	21,10%
16.	RAMBO II /FILM USA/		Polsat	99-01-25	21,00%
17.	ROZMOWA Z GOSCIEM W STUDIUM		TVP1	99-02-02	21,00%
18.	POZA PRAWEM /FILM USA/	MEGA HIT	Polsat	99-02-22	20,80%
19.	BOKS ZAWODOWY / SPORT REP. /	WALKA ANDRZEJ GOŁOTA-JESSE FERGUSON	Polsat	99-01-31	20,60%
20.	RODZINA ZASTĘPCZA /SER POL/		Polsat	99-02-23	20,50%
21.	NAGA BROŃ /KOM.USA/		Polsat	99-01-19	20,40%
22.	IDZ NA CAŁOŚĆ /TELETURNIEJ/		Polsat	99-01-03	20,30%
23.	ŚMIECHU WARTE/PROG.ROZR./		TVP1	99-02-21	20,20%
24.	JAKA TO MELODIA ? /TELETURNIEJ/		TVP1	99-02-05	20,20%
25.	WYSTAPIENIE PREMIERA Z OKAZJI WEJSCIA POLSKI DO NATO		TVP1	99-03-11	20,00%

Najpopularniejsze audycje TVP 1 w 1999 roku

	Opis	Opis dodatkowy	Start	Koniec	Daty	AMR %
1.	WIADOMOŚCI		19:30	19:51	99-01-01	31,20%
2.	SPORT /SERWIS SPORT./		19:57	20:01	99-02-01	30,30%
3.	KLAN /TELENOWELA POL./		17:26	17:49	99-02-23	28,90%
4.	TELEEXPRESS		17:00	17:15	99-02-02	26,00%
5.	TRANSMISJA POZEGNANIA JANA PAWŁA II NA LOTNISKU	JAN PAWEŁ II W POLSCE	17:13	19:01	99-06-17	24,80%
6.	GOLDENEYE /FILM SEN.USA/		20:09	22:14	99-03-06	24,80%
7.	MASKA /KOM.USA/		20:08	21:45	99-02-13	24,20%
8.	SPORT TELEGRAM/WIADO.SPORT/		19:58	20:03	99-04-22	23,60%
9.	DOM /SER POL/		20:09	21:34	99-03-28	23,20%
10.	TRANSMISJA POWITANIA JANA PAWŁA II NA LOTNISKU W REBIECHOWIE		11:28	12:28	99-06-05	22,80%
11.	EKSTRADYCJA 3 /SER./		20:14	21:10	99-04-08	21,50%
12.	ROZMOWA Z GOŚCIEM W STUDIU		17:17	17:22	99-02-02	21,00%
13.	ŚMIECHU WARTĘ/PROG.ROZR./		17:27	17:51	99-02-21	20,20%
14.	JAKA TO MELODIA ? /TELETURNIJ/		17:26	17:48	99-02-05	20,20%
15.	WYSTĄPIENIE PREMIERA Z OKAZJI WEJŚCIA POLSKI DO NATO		20:04	20:13	99-03-11	20,00%

Najpopularniejsze audycje TVP 2 w 1999 roku

	Opis	Opis dodatkowy	Start	Koniec	Daty	AMR %
1.	MECZ PIŁKI NOZNEJ	POLSKA SZWECJA	20:00	22:30	99-03-31	21,10%
2.	PAN WOŁODYJOWSKI /FILM HIST POL/		20:01	22:29	99-02-15	19,70%
3.	ZŁOTOPOLSCY /TELENOWELA/		15:40	16:05	99-02-14	19,60%
4.	POTOP /FILM POL./	CZ.2	20:00	22:13	99-02-08	19,20%
5.	KROLL /SENS.POL./		20:06	21:42	99-01-11	18,70%
6.	SZANSA NA SUKCES		16:03	17:01	99-04-18	18,60%
7.	SPOTKANIE Z BALLADĄ /PROG.ROZR./		16:04	16:52	99-01-24	18,60%
8.	III GALA PIOSENKI BIESIADNEJ /PROG.ROZR./		20:00	20:45	99-02-14	18,20%
9.	SZANSA NA SUKCES	ELENI	16:04	16:59	99-03-21	17,90%
10.	POTOP /FILM POL./		11:10	13:44	99-02-07	17,70%
11.	ZENON ŁASKOWIK /PROG KABAR./		20:01	20:45	99-02-21	17,50%
12.	STUDIO SPORT – PIŁKA NOZNA		21:19	21:21	99-03-31	17,00%
13.	SPOTKANIE Z BALLADĄ /PROG.ROZR./	CZ.2	19:55	20:48	99-01-24	17,00%
14.	III GALA PIOSENKI BIESIADNEJ /PROG.ROZR./	BIESIADA BEZ GRANIC	20:01	20:48	99-02-16	16,50%
15.	SPORT TELEGRAM/WIADO.SPORT/		21:22	21:26	99-03-31	16,00%

Najpopularniejsze audycje telewizji POLSAT w 1999 roku

	Opis	Opis dodatkowy	Start	Koniec	Daty	AMR %
1.	13 POSTERUNEK /SER.POL./		20:00	20:34	99-01-26	26,40%
2.	SPECJALISTA /FAB USA/	MEGA HIT	20:01	22:01	99-04-19	22,60%
3.	IDŹ NA CAŁOŚĆ /TELETURNIJ/	WYDANIE SPECJALNE	19:05	20:04	99-01-24	22,20%

4.	RAMBO II /FILM USA/		21:00	22:44	99-01-25	21,00%
5.	POZA PRAWEM /FILM USA/	MEGA HIT	21:00	22:43	99-02-22	20,80%
6.	BOKS ZAWODOWY / SPORT REP. /	WALKA ANDRZEJ GOLOTA-JESSE FERGUSON	14:30	15:28	99-01-31	20,60%
7.	RODZINA ZASTĘPCZA /SER POL/		20:00	20:30	99-02-23	20,50%
8.	NAGA BRONŃ /KOM.USA/		20:36	22:11	99-01-19	20,40%
9.	IDŹ NA CAŁOŚĆ /TELETURNIEJ/		19:05	20:02	99-01-03	20,30%
10.	WYGRAĆ ZE ŚMIERCIĄ /FILM USA/	MEGA HIT	20:01	21:48	99-04-26	19,90%
11.	MIODOWE LATA /SER.KOM.POL./		20:00	20:30	99-01-05	19,90%
12.	WROBIONY W SZMARAGDY /SENS USA/		20:35	22:18	99-02-23	19,70%
13.	RAMBO /FILM USA/	MEGA HIT	20:01	21:44	99-04-12	19,10%
14.	ZABÓJCZA BRONŃ 2 /FILM FAB.USA/		21:00	22:57	99-03-08	18,70%
15.	PRZYPADKOWY BOHATER /FILM USA/		20:38	22:43	99-01-26	18,70%

Najpopularniejsze audycje TVN w 1999 roku

	Opis	Opis dodatkowy	start	koniec	Daty	AMR %
1.	FAKTY		19:00	19:23	99-03-11	11,70%
2.	ESMERALDA /SER.MEKS./		18:03	18:53	99-03-11	11,60%
3.	PROMO		18:43	18:45	99-03-02	11,00%
4.	PROGNOZA POGODY		18:55	18:58	99-03-11	9,40%
5.	PAULINA /TELEN.MEKS./		18:00	18:54	99-05-05	8,90%
6.	SPORT /SERWIS SPORT./		19:26	19:29	99-03-02	8,50%
7.	PROMO	ESMERALDA	18:39	18:41	99-02-19	7,80%
8.	SERWIS SPORTOWY		19:27	19:30	99-02-25	7,40%
9.	FAKTY TYGODNIA /PROG.INF./		19:00	19:22	99-02-05	7,30%
10.	MARIA IZABELA /TELENOW.MEKS./		19:31	19:57	99-03-11	7,30%
11.	ZA BURTA /KOM.USA./		20:01	22:06	99-05-03	7,20%
12.	TELEWIZJER /MAG.REPOR./		17:32	17:59	99-02-04	7,20%
13.	POD NAPIĘCIEM /TALK SHOW/		21:20	21:45	99-02-14	7,10%
14.	BŁĄD W EMISJI		18:11	18:15	99-04-27	7,10%
15.	KOMANDOSI Z NAWARONY /FILM ANG./		20:05	22:21	99-04-27	6,50%

Satelitarne i tematyczne programy polskie i polskojęzyczne

Program satelitarny telewizji publicznej – TV Polonia

Program tworzony jest w języku polskim z myślą o odbiorcach za granicą. W 1999 roku roczny czas nadawania wyniósł 8.725 godzin tj. podobnie jak w 1998 roku.

Udział procentowy różnych rodzajów audycji w rocznym czasie nadawania programu TV Polonia w roku 1998 i 1999.

Rodzaje audycji	1998 rok	1999 rok
	%	%
Informacja	10	12
Publicystyka	11	15
Edukacja	3	3

Religia	1	2
Widowiska teatralne	2	2
Film	28	40
Rozrywka	19	17
Muzyka poważna	19	2
Sport	3	3
Autopromocja	4	4
Reklama	0	0

W porównaniu z 1998 rokiem najbardziej znacząco zmienił się w programie TV Polonia udział filmów w rocznym czasie nadawania. Z powyższych danych wynika, że emisja filmów z 28% w roku 1998 zwiększyła się do 40% w roku 1999. Nastąpiło to kosztem drastycznego obniżenia udziału muzyki poważnej w programie. Udział ten spadł z 19% w 1998 roku do 2% w roku 1999. W porównaniu z rokiem 1998, zwiększył się udział publicystyki i informacji o kilka procent. Udział pozostałych gatunków w programie jak edukacja, religia, widowiska teatralne, rozrywka i sport pozostał na poziomie 1998 roku.

Program TV Polonia w trzech czwartych wypełniały audycje pozyskiwane z Programu 1 TVP, z Programu 2 TVP i oddziałów terenowych TVP. Jedną czwartą programu (2161 godz.) zajęły audycje wytworzone przez TV Polonia, które adresowane były do środowisk polonijnych na całym świecie. Były to audycje informacyjno-publicystyczne o Polakach zamieszkujących kraje europejskie (Przegląd polonijny, Wieści polonijne i Magazyn polonijny)

Stale miejsce w tym programie zajmowały specjalnie tworzone dla odbiorców TV Polonia audycje informacyjno-publicystyczne, w których prezentowano aktualne wydarzenia w Polsce (Oto Polska, Przegląd publicystyczny, Spojrzenia na Polskę).

W 1999 roku problemom kultury TV Polonia poświęciła stosunkowo dużo miejsca. Systematycznie nadawana była publicystyka kulturalna (Skarbiec, Latarnik, Goniec kulturalny, Panteon, Gościniec, Galerie pod strzechą).

Ważną częścią programu TV Polonia – choć zajmującą niewiele miejsca – były audycje edukacyjne kierowane zarówno do dzieci jak i młodzieży. Koncentrowano się w nich głównie na nauce języka polskiego (Uczmy się polskiego, Mówi się Ala i As).

Audycje produkcji krajowej w TV Polonia stanowiły - zgodnie z art. 15 ust 1 ustawy o radiofonii i telewizji i rozporządzeniem KRRiT - 86%, a audycje producentów europejskich 88 % rocznego czasu nadawania.

Programy satelitarne polskich nadawców koncesjonowanych

POLSAT 2

Struktura gatunkowa programu POLSAT 2

	liczba godz.	%
Informacja	124	2%
Publicystyka	18	0%
Edukacja	45	1%

Religia	0	0%
Widowiska teatralne	0	0%
Film	4 040	53%
Rozrywka	2 319	30%
Muzyka poważna	0	0%
Sport	104	1%
Autopromocja	768	10%
Reklama	219	3%
Łącznie	7 637	100%

Udział premier w rocznym czasie nadawania programu wyniósł 5 091 godzin (67%).

Telewizja koncesjonowana Polsat 2 w 1999 roku wyemitowała 7 637 godzin programu. 80% rocznego programu wypełniły film i rozrywka. Informacje stanowiły 2% rocznego czasu nadawania, zaś edukacja i sport po 1%. W omawianym okresie praktycznie nieobecne na antenie Polsat 2 były takie gatunki, jak: publicystyka, muzyka poważna, widowiska teatralne i inne formy udratyzowane oraz audycje religijne.

Film

Ponad 60% oferty filmowej wypełniły seriale, telenowele i sitcomy. Ponad dwukrotnie mniej czasu przeznaczono na pokazy filmów fabularnych. Znikomy, 1-procentowy udział miał film dokumentalny.

Zdecydowana większość (ponad 60%) zaprezentowanych filmów i seriali zostało wyprodukowanych w USA.

Na poziomie ok. 20% znalazła się produkcja europejska, w tym głównie włoska.

Produkcja polska zajęła mniej niż 1%. Były to wyłącznie seriale fabularne i sitcomy własnej produkcji nadawcy. **W programie stacji nieobecny był polski film fabularny, dokument i film animowany.**

Rozrywka

Polsat 2 w 1999 roku na rozrywkę przeznaczył 2 319 godzin, czyli 30% wyemitowanego programu. **Trzy czwarte tego czasu zajęła muzyka rozrywkowa**, a w pozostałej części nadawano kabarety, teleturnieje i inne formy rozrywkowe.

Większość audycji rozrywkowych była produkcji polskiej, głównie producentów niezależnych.

POLSAT 2 był w 1999 roku programem:

- rozrywkowym – z bogatą ofertą seriali i filmów komediowych, obyczajowych i sensacyjnych oraz muzyki rozrywkowej
- adresowanym do młodego widza (nadawca stwierdził, że 30% jego programu było skierowane do tego właśnie odbiorcy).

TMT*

Program TROCHE MŁODSZEJ TELEWIZJI nadawany jest z Polski drogą satelitarną. Jest obecny w sieciach kablowych i w pakiecie CYFRA +. Program jest adresowany głównie do dzieci i młodzieży. Blok programowy dla dorosłych rozpoczyna się po godzinie 20:00. W dziecięcej i młodzieżowej części programu prezentowane są filmy animowane i seriale, filmy przyrodnicze i krajoznawcze, audycje muzyczne i teleturnieje. Funkcje edukacyjne spełniają dwie audycje: „Telewizyjne Forum Młodych” i „Wszechnica Telewizyjna”. Pasma przeznaczone dla dorosłych wypełniają filmy fabularne.

Polskie i polskojęzyczne kanały tematyczne w platformach cyfrowych

W trzech pakietach cyfrowych: CYFRA+, wersje programowe POLSAT 2 i WIZJA TV znalazło się w ubiegłym roku ponad 30 kanałów tematycznych (nie wliczając w to muzycznych). Co trzeci z nich był programem polskim, pozostałe miały polskie wersje językowe. Programy z pakietu CYFRA+ i POLSAT 2 miały koncesje lub zgody Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Najbogatszą liczbowo i najbardziej zróżnicowaną gatunkowo ofertę otrzymali kinomani, którym proponowano 8 programów filmowych. Na drugim miejscu były kanały informacyjne i edukacyjne. Akcent na programy rozrywkowe położono w pakietach WIZJA TV i POLSAT 2. Najwięcej programów hobbystycznych otrzymali odbiorcy CYFRY+.

We wszystkich pakietach cyfrowych były programy muzyczne. Oprócz polskiego **Relaksu** w pakiecie POLSAT 2, były one nadawane w oryginalnej wersji językowej.

Programy filmowe

W pakiecie CYFRA+

Ale Kino – program polski skierowany do widzów w różnym wieku i o różnych upodobaniach. W ofercie jest zarówno klasyczne kino lat przedwojennych, jak i filmy współczesne, produkcje hollywoodzkie, ale też kino europejskie i polskie. Ofertę wzbogacają magazyny filmowe, reportaże, dokumenty związane z filmem i wywiady.

CANAL+ Niebieski i CANAL+ Żółty – polskie programy pochodne od CANAL+ POLSKA i o podobnej do głównego strukturze gatunkowej, w której dominuje film (prawie 80%) i sport.

W pakiecie WIZJA TV

Wizja Le Cinema – program polskojęzyczny: prezentuje kinematografię europejską. W repertuarze znajdują się filmy różnorodne gatunkowo: od dzieł klasycznych poprzez produkcje najnowsze, obok dzieł uznanych twórców – filmy debiutantów.

* Enigmatyczny opis tego programu wynika z faktu, że nadawca nie przesłał sprawozdania programowego za 1999 rok.

HBO – amerykański kodowany kanał filmowy w polskiej wersji językowej. W programie: przede wszystkim filmy fabularne, filmy dokumentalne o tematyce społecznej, nieco koncertów i audycji rozrywkowych.

Hallmark – program w polskiej wersji językowej zawiera amerykańskie fabularne filmy telewizyjne i miniseriale.

Romantica – na ten polskojęzyczny program składają się wyłącznie telenowele o treści nawiązującej do nazwy kanału.

TCM – oferuje znane pozycje światowej klasyki filmowej, a także materiały dokumentalne o słynnych studiach filmowych, reżyserach i aktorach.

W pakiecie POLSAT 2

Komedia – program polski prezentuje wyłącznie filmy i seriale komediowe oraz magazyny satyryczne.

Programy dla dzieci

W pakiecie CYFRA+

MINIMAX – polski program filmowy dla dzieci. Składa się ze znanych światowych produkcji i klasycznych polskich seriali animowanych. Codziennie prezentuje około 10 premierowych odcinków seriali. W godzinach wieczornych prezentuje blok programowy adresowany do młodzieży a poświęcony najnowszym tendencjom multimedialnym oraz grom komputerowym.

W pakiecie WIZJA TV

Fox Kids – filmy animowane i fabularne w polskiej wersji językowej, z niektórymi pozycjami dubbingowanymi oraz konkursy. Program nadawany jest w polskiej wersji językowej.

Cartoon Network – wyłącznie filmy animowane z polską ścieżką językową oraz konkursy.

W pakiecie POLSAT 2

Smyk – program polski zawierający filmy i seriale oraz audycje rozrywkowe i edukacyjne skierowane do dzieci i młodzieży.

Programy sportowe

W pakiecie CYFRA+

Eurosport – nadawany jest w 80% w języku polskim, z udziałem znanych, wyspecjalizowanych polskich komentatorów. Prezentuje różnorodne dyscypliny sportowe, transmisje z najważniejszych wydarzeń sportowych, audycje z udziałem mistrzów olimpijskich, rekordzistów świata i znanych trenerów. Program ten jest dostępny również w pakiecie WIZJI TV

W pakiecie WIZJA TV

Wizja Sport – jest programem autorskim Wizji TV. Proponuje bezpośrednie relacje sportowe, wiadomości i magazyny dotyczące różnych dyscyplin sportowych, przeglądy wydarzeń sportowych.

Programy dokumentalne: informacyjne i edukacyjne

W pakiecie CYFRA+

Planete – nadawany w całości w polskiej wersji językowej. Zawiera filmy dokumentalne i reportaże o urozmaiconej tematyce: od historii, polityki, problemów społecznych, sport, biografie znanych ludzi po kulturę, etnografię, osiągnięcia nauki i techniki, przyrodę i podróże.

W pakiecie WIZJA TV

National Geographic Channel – filmy przyrodnicze, podróżniczo – krajoznawcze, etnograficzne w polskiej wersji językowej. Jest to program zajmujący się nauką i odkryciami. Ma duże walory edukacyjne.

Discovery Channel – prezentuje filmy dokumentalne należące do wielu kategorii: przyrodnicze, naukowo – techniczne, historyczne, kulturoznawcze i przygodowe. Często trudne i skomplikowane tematy ukazuje w sposób czytelny i przystępny. Program w dużej części nadawany jest w polskiej wersji językowej.

Animal Planet – program adresowany do miłośników zwierząt, zawiera filmy dokumentalne i fabularne o życiu zwierząt, ich otoczeniu oraz audycje poradnicze. W większości nadawany jest w polskiej wersji językowej.

QuesTV – program polskojęzyczny zawierający filmy dokumentalne, reportaże i audycje prezentujące najważniejsze osiągnięcia cywilizacji. Składa się z kilku bloków tematycznych, w których odsłaniane są mało znane zakątki ziemi, pokazywane historie odkryć i wynalazków. Dużo miejsca zajmują najnowsze wydarzenia w świecie sportu, techniki, medycyny i ochrony środowiska.

Wizja Pogoda – program autorski Wizji TV. W programie znajdują się aktualizowane dwa razy dziennie prognozy pogody na całym świecie, informacje na temat ruchu na drogach oraz szczegóły istotne dla rolników, marynarzy i alergików.

W pakiecie POLSAT 2

Infodokument – program polski, w którym dominują filmy dokumentalne, reportaże i kroniki minionych wydarzeń. Zawiera także magazyny internetowe.

Programy rozrywkowe

W pakiecie CYFRA+

CYFRA+ GRY – gry interaktywne dostępne są na tym kanale całodobowo. Dotychczas proponuje 3 gry, w których pojawiają się bohaterowie innych programów nadawanych na platformie CYFRA+. Obok tego programu na kanale MINIMAX w godzinach nocnych nadawany jest program poświęcony grom komputerowym i nowym tendencjom na rynku multimediiów pt. Game One.

W pakiecie WIZJA TV

E! Entertainment – program polskojęzyczny: prezentuje wydarzenia ze świata show – biznesu, filmu, teatru i muzyki. Zamieszcza wywiady z gwiazdami filmowymi, reportaże z planów filmowych, relacje z festiwali filmowych. W tym całodobowym kanale oprócz audycji produkcji amerykańskiej, zauważyć można polskie propozycje.

Wizja Jeden – program autorski Wizji TV o profilu rozrywkowym realizowanym poprzez odpowiedni dobór filmów, seriali, talk show, magazynów rozrywkowych.

Atomic TV – program muzyczny – rozrywkowy adresowany do odbiorcy w wieku młodzieżowym. W szybkim, awangardowym tempie prezentowane są w nim: teledyski, wywiady, koncerty oraz relacje z imprez kulturalnych.

W pakiecie POLSAT 2

Dla Ciebie – program polski adresowany do kobiet. W ofercie widoczna przewaga sentymentalnych filmów i seriali, porad i horoskopów.

Formuła 1 – polski program dla mężczyzn z przewagą filmów sensacyjnych i tematyki motoryzacyjnej.

Programy hobbystyczne

W pakiecie CYFRA+

Marcopolo – program w polskiej wersji językowej, poświęcony podróżom i turystyce oraz zabytkom. Znajdują się w nim reportaże, filmy dokumentalne i informacyjne magazyny kulturalne i turystyczne.

Moteurs – program w całości poświęcony motoryzacji. Oferta złożona jest z cykli tematycznych poświęconych poszczególnym środkom lokomocji: samochodom, motocyklom i samolotom. Obok dokumentów, reportaży są w nim praktyczne wskazówki, informacje o cenach i nowinkach technologicznych. Program w dużej części w polskiej wersji językowej.

Seasons – program tematyczny w polskiej wersji językowej, poświęcony myślistwu, wędkarstwu i przyrodzie. Znajdują się w nim filmy dokumentalne, fabularne, reportaże, porady, ciekawostki i praktyczne wskazówki.

W pakiecie WIZJA TV

Travel – program polskojęzyczny popularyzujący turystykę i kulturę różnych krajów. Zawiera także praktyczne informacje o tym, jak zaplanować i zorganizować podróż, co na miejscu trzeba zobaczyć i skosztować.

Oferta programowa nadawców radiowych w 1999 roku

Polskie Radio S.A.

W 1999 roku Polskie Radio S.A., podobnie jak w latach poprzednich, nadawało cztery programy ogólnokrajowe: Program 1, 2, 3 i Radio BIS, oraz program dla zagranicy – Radio Polonia. Program 1 i 3 nadawane są przez całą dobę. Program 2 i Radio BIS emitowane były do 3 kwartału 1997 roku w wymiarze ok. 20 - 22 godzin na dobę. Od września 1997 roku nadawane są na wspólnej antenie, w wymiarze ok. 11 – 13 godzin na dobę: Radio BIS w pierwszej połowie dnia, Program 2 w godzinach popołudniowych i wieczornych.

Dla odbiorców w kraju Polskie Radio nadało w ubiegłym roku 27.187 godz. programu, w tym w ramach czterech programów – 26.305 godzin oraz 882 godziny transmisji obrad Sejmu, emitowanych w ramach tzw. Studia Parlamentarnego PR na dolnym zakresie UKF. Podane liczby odnoszą się do wyprodukowanego i nadanego programu; nie uwzględniono w nich retransmisji Programu 1 na obu zakresach UKF (na górnych częstotliwościach Program 1 był retransmitowany w całości, na dolnym zakresie – z przerwami wynikającymi z transmisji obrad parlamentu).

Dla zagranicy nadano w 1999 roku w Programie 5 (Radio Polonia) 10.681 godzin programu, z tego poprzez stacje naziemne – 6879 godz. i 3802 godz. przekazu satelitarnego. Program, poza polskim, nadawany był w 9 językach, głównie wschodnio- i środkowoeuropejskich sąsiadów Polski (w językach: białoruskim, ukraińskim, rosyjskim, litewskim, czeskim i słowackim nadano łącznie 59% programu), ponadto po angielsku i niemiecku (łącznie 18%) i w języku esperanto (3%). Audycje w języku polskim stanowiły 20% programu Radia Polonia.

Łącznie w ramach 5 programów i Studia Parlamentarnego Polskie Radio S.A. nadało w 1999 roku 37.869 godz. programu. Było to o 330 godziny więcej niż w roku 1998. Wzrost ten nastąpił przede wszystkim w Programie 5 PR i w ramach Studia Parlamentarnego. W porównaniu z sytuacją sprzed 3 lat, czyli z programem nadanym w 1996 roku (w ostatnim pełnym roku kalendarzowym, w którym Program 2 i Radio BIS emitowane były w oddzielnych sieciach), liczba godzin programu nadanego w 1999 roku na wszystkich antenach Polskiego Radia łącznie była mniejsza o 5129 godzin, w tym czas emisji programów ogólnopolskich – o 5618 godzin. Jest to skutek skrócenia godzin emisji Programu 2 i Radia BIS (całodobowa emisja Programu 1 i 3 pozostała bez zmian, Program 5 odnotował wzrost godzin). Jak więc widać, w wyniku nie rozwiązanych dotąd trudności polegających na braku dostatecznej liczby sieci nadawczych, działalność programowa Polskiego Radia uległa w ciągu ostatnich trzech lat znacznemu okrojeniu.

W ramach struktur organizacyjnych Polskiego Radia S.A. działały w 1999 roku, podobnie jak w latach poprzednich, wyspecjalizowane komórki programowe zajmujące się wyodrębnionymi działami twórczości radiowej, przygotowujące nagrania materiałów i

audycji dla wszystkich programów. Były to: Informacyjna Agencja Radiowa (materiały agencyjne i informacje dźwiękowe dla wszystkich programów PR S.A. oraz dzienniki dla Programu 2, 5 i Radia BIS, a także dla części rozgłośni regionalnych), Studio Reportażu i Dokumentu (audycje nadawane w Programie 1, 3 i Radiu BIS, a także w rozgłoszeniach regionalnych), Teatr Polskiego Radia i Dyrekcja Nagrań i Koncertów PR (sluchowiska i nagrania koncertów muzyki poważnej i rozrywkowej, eksperymentalne formy radiowe, nagrania archiwalne; audycje nadawane we wszystkich programach), Radiowe Centrum Kultury Ludowej (audycje nadawane w Programie 1 i 2, nagrania dokumentujące polską kulturę ludową i folklor innych krajów i kultur), Naczelna Redakcja Programów Katolickich (audycje dla pięciu programów PR) oraz Archiwum Polskiego Radia. Przy Polskim Radiu działały także, podobnie jak w poprzednich latach, trzy orkiestry radiowe: Narodowa Orkiestra PR w Katowicach, Polska Orkiestra Radiowa w Warszawie i Orkiestra Kameralna PR „Amadeus” w Poznaniu, oraz Chór Polskiego Radia w Krakowie.

Zestawienie liczby godzin programu wytworzonego i nadanego na antenie w 1999 roku przez wymienione specjalistyczne komórki Polskiego Radia wygląda następująco:

	Program wytworzony	Emisja na antenie
Studio Reportażu i Dokumentu	136 godz.	136 godz.
Radiowe Centrum Kultury Ludowej	69 godz.	26 godz.
Naczelna Redakcja Programów Katolickich	282 godz.	282 godz.
Informacyjna Agencja Radiowa	113830 informacji i relacji dźwiękowych	113830 informacji i relacji dźwiękowych
Teatr Polskiego Radia	665 godz.	665 godz.
Dyrekcja Nagrań i Koncertów	638 godz.	638 godz.

W 1999 roku Polskie Radio S.A. poświęciło szczególną uwagę najważniejszemu dla Polski wydarzeniu roku, jakim była, w czerwcu 1999 roku, pielgrzymka Ojca Świętego Jana Pawła II do ojczyzny.

Polskie Radio S.A. na dwa miesiące przed pielgrzymką Jana Pawła II (od 30 kwietnia 1999 roku) rozpoczęło emisję audycji poświęconych tej wizycie. Zajęły one 110 godzin 15 minut.

Program 1 poświęcił im 72 godziny 10 minut (65% emisji omawianych audycji), Program 2 – 7 godzin 40 minut (7%), Program 3 (oprócz relacji ze wszystkich etapów pielgrzymki i rozszerzonych serwisów informacyjnych) - 9 godzin 40 minut (9%), Radio BIS – 20 godzin 50 minut (19%). Radio Polonia nie przedstawiło szczegółowych danych dotyczących czasu trwania audycji o tej tematyce.

W okresie poprzedzającym wizytę programy 1 i 3 nadawały audycje informacyjne prezentujące miasta na szlaku pielgrzymki Papieża. Prezentowano również te miejscowości, które gościły Ojca Świętego podczas Jego poprzednich wizyt w kraju (były to audycje dokumentalne).

Nieco odmienny charakter miały audycje nadawane w Programie 2, Radiu BIS i Radiu Polonia. Były to przede wszystkim audycje edukacyjne i publicystyczne popularyzujące naukę Papieża i historię Jego poprzednich pielgrzymek do Polski. W Programie 2 nadano koncert dedykowany Papieżowi, a w Radiu BIS przedstawiono sanktuaria znajdujące się na trasie planowanej pielgrzymki i życiorysy błogosławionych, którzy mieli zostać wyniesieni na ołtarze przez Jana Pawła II.

W trakcie wizyty Ojca Świętego Polskie Radio nadawało głównie audycje informacyjne (program 1 i 3) oraz edukacyjne i publicystyczne (Radio BIS). W Programie 1 i Programie 3 transmitowano msze św., nabożeństwa i uroczystości, w których uczestniczył Papież. Retransmisje tych wydarzeń emitowane były w Radiu BIS. Oprócz tego nadawano kronikę wizyty papieskiej (program 1 i 3) oraz rozszerzone serwisy informacyjne (Program 3). Radio Polonia emitowało specjalne audycje dla mniejszości narodowych informujące o przebiegu wizyty Jana Pawła II w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem Jego spotkań z wiernymi z sąsiadujących państw.

Audycje edukacyjne i publicystyczne w Radiu BIS wypełniły: dyskusje o zagadnieniach wiary, biografia ks. kardynała Stefana Wyszyńskiego i błogosławionej królowej Kingi. Nadawane były również relacje ze spotkań Papieża: z rektorami polskich uczelni (Toruń), z nauczycielami (Łowicz) oraz pracownikami naukowymi wyższych uczelni (Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego).

Po zakończeniu pielgrzymki w Radiu BIS nadano specjalną 45-minutową audycję podsumowującą wizytę Ojca Świętego w Polsce.

Oferta programowa 4 programów ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A.

Profile i budowa trzech programów krajowych Polskiego Radia: Programu 1, 2 i 3, są od dawna utrwalone; ich struktura gatunkowa i układ ramowy w ciągu ostatnich lat w zasadzie nie ulegają zmianom. Są modyfikowane, jak wynika z porównania danych z kilku ubiegłych lat, szczegółowe proporcje udziału poszczególnych gatunków w programach.

Program 1 ma charakter informacyjno-publicystyczny i jest głównym kanałem informacyjnym Polskiego Radia. Program 2 jest określony przez nadawcę jako program artystyczny, o profilu muzyczno-literackim; prezentuje muzykę poważną i adaptacje wybitnych dzieł literatury. Program 3 ma charakter publicystyczno-muzyczny, nadaje też najwięcej, w porównaniu z innymi programami Polskiego Radia, słownych audycji rozrywkowych. Najmniej ustabilizowaną budową charakteryzuje się powstałe w 1993 roku, w miejsce dawnego Programu 4, Radio BIS. Według założeń nadawcy ma ono charakter edukacyjny i jest przeznaczone przede wszystkim dla młodszych słuchaczy. W toku dopracowywania formuły programowej Radio BIS zmieniało jednak kilkakrotnie zawartość i układ ramowy. Obecnie jego profil można określić jako edukacyjno-publicystyczno-muzyczny, z dużym udziałem audycji adresowanych do dzieci i młodzieży.

Strukturę gatunkową czterech programów ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A. wyemitowanych w 1999 roku przedstawiono w tabeli poniżej. W czterech programach Polskiego Radia S.A. nadano łącznie 26 305 godzin programu.

Rodzaje audycji	Program 1 PR S.A.	Program 2 PR S.A.	Program 3 PR S.A.	Radio BIS PR S.A.	Programy ogólno- krajowe PR S.A. łącznie
	procent rocznego programu				
Informacyjne	17	1,6	9	8	10
Publicystyczne	31	9	23	17	22
Edukacyjno – poradnicze	4	0	1,4	24	5
Religijne	4	1	0,7	1	1,8
Literackie i formy udratyzowane	3	10	0,1	1,5	3,0
Rozrywkowe	2	0,1	5	0	2,5
Sportowe	2	0	2	0	1,4
Audycje dla dzieci i młodzieży	2	0	1	14	3
Audycje dla mniejszości narodowych	0	0,8	0,2	1,7	0,5
Muzyka w programie	31	77	56	31	48
Autopromocja	1,6	0,4	0,2	1,7	1
Reklama	1,3	0	1,3	0,1	0,8
Inne płatne audycje	1	0	0	0	0,3
Inne	0,7	0	0	0,1	0,3
Roczna liczba godzin programu	8760	4740	8760	4045	26 305

Jak widać w tabeli, w czterech programach Polskiego Radia S.A. wziętych łącznie dominowały ilościowo w ubiegłym roku muzyka (średnio 48% w rocznym czasie emisji), audycje publicystyczne (średnio 22%) i informacyjne (średnio 10%). Te trzy rodzaje audycji zajęły 80% całości nadanych programów ogólnopolskich. Audycje edukacyjne, literackie i religijne stanowiły łącznie jedną dziesiątą czterech programów.

Stosunkowo niewiele miejsca poświęcono na antenie Polskiego Radia na sport i na słowne audycje rozrywkowe: kabarety i audycje satyryczne.

W porównaniu z okresem poprzednich dwóch lat (1997-1998) w programie Polskiego Radia traktowanym jako całość zwiększyła się ogólna ilość nadanej muzyki (w stosunku do 1997 roku – o 7 punktów procentowych), zmniejszył zaś udział audycji słownych (o 6 punktów procentowych). Spadek udziału w programie dotknął niemal wszystkich rodzajów audycji; jednak stosunkowo najmniej – informacji i publicystyki.

W ciągu ostatnich lat wzrasta nieco w programach Polskiego Radia udział autopromocji na antenie.

Udział reklamy był stosunkowo niewielki - pozostawał w ciągu ostatnich 3 lat na poziomie 1% rocznego czasu emisji.

Analiza danych zawartych w tabeli pokazuje zarazem duże różnice struktury gatunkowej czterech programów Polskiego Radia, potwierdzające odrębność ich profilów.

Program 1 PR S.A.

W Programie 1 obecne były w 1999 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, wszystkie gatunki radiowe. Dominowała ilościowo publicystyka, informacja i muzyka – zajęły one łącznie, podobnie jak w 1998 roku, 78% rocznego czasu emisji. Program miał jednak w sumie charakter bardziej słowny niż muzyczny – audycje słowne zajęły ponad dwie trzecie programu.

W stosunku do 1998 roku zmienił się udział poszczególnych rodzajów audycji: zwiększono udział publicystyki w programie (o 6 punktów procentowych), a zmniejszono udział muzyki (o 5 punktów) i informacji (o 1,5 punkta). W przeliczeniu na dzienny i tygodniowy układ programu, audycje informacyjne zajmowały w ubiegłym roku średnio 4 godziny w ciągu doby, publicystyczne – przeciętnie 7 godz. 20 min., muzyka podobnie - 7 i pół godziny na dobę.

Pozostałe gatunki programowe reprezentowane były na antenie Programu 1 w znacznie mniejszym wymiarze. Zajęły łącznie 17% rocznego programu.

Audycje edukacyjno-poradnicze wypełniły blisko 4% rocznego programu, zajmując przeciętnie blisko 7 godzin tygodniowo. Nieco więcej nadano wśród nich audycji poradniczych niż popularnonaukowych i oświatowych – jest to pewna zmiana w stosunku do roku 1998, kiedy to udział tych dwóch grup audycji był taki sam. W 1999 roku zrezygnowano z emisji lekcji języków obcych (w 1998 roku nadano 17 godzin).

Podobną ilość czasu jak edukacyjno-poradnicze zajęły audycje religijne - niespełna 4%, czyli blisko 7 godzin tygodniowo. Audycje religijnych nadano o 49 godz. (pół procenta rocznego czasu emisji) więcej niż w 1998 roku; było to związane z pielgrzymką Jana Pawła II do ojczyzny.

Audycje literackie i formy udratyzowane wypełniły ponad 2% rocznego programu, tj. ok. 4 godzin tygodniowo. Największy udział w tej kategorii miały: proza czytana na antenie i słuchowiska. W porównaniu z 1998 rokiem nadano mniej słuchowisk, a więcej formy prozowej, czyli lektury prozy na antenie.

Program 1 nadany w 1999 roku miał profil publicystyczno-informacyjny. W porównaniu z rokiem poprzednim zwiększył się w nim udział publicystyki, zmniejszył natomiast – udział muzyki i informacji.

Program 2 PR S.A.

Program nadany w 1999 roku wypełniały muzyka poważna i literatura; oba rodzaje audycji zajęły łącznie 87% rocznego czasu emisji – o 1% mniej niż w 1998 roku. W roku ubiegłym zmniejszył się w porównaniu z 1998 roku udział audycji literackich i form udratyzowanych (o 2 punkty procentowe), a zwiększył udział muzyki (o 1,5 punktu). Audycje literackie i formy udratyzowane zajmowały w ubiegłym roku średnio ponad 9 godzin tygodniowo. Największy udział w tej kategorii miały słuchowiska i radiowy dokument artystyczny. Audycje muzyczne, poświęcone niemal wyłącznie muzyce poważnej, zajmowały przeciętnie 70 godzin tygodniowo.

Wysoki udział w programie miała również publicystyka (9%), wypełniona problematyką kulturalną. Jej udział wzrósł w stosunku do roku poprzedniego o 1,4%.

Program 2 w 1999 roku, podobnie jak w latach poprzednich, miał profil muzyczno-literacki. Ponad trzy czwarte programu wypełniała muzyka poważna. Literatura zajęła jedną dziesiątą programu.

Instytut Łączności we Wrocławiu kończy prace projektowe związane z opracowaniem dodatkowej sieci, która umożliwiłaby rozdzielanie anten Programu 2 i Radia BIS. Od września 1997 roku Program 2 i Radio BIS emitowane są w jednej sieci UKF, co wynika z decyzji Zarządu PR S.A. o przeznaczeniu sieci Programu 2 do emisji Programu Radia BIS i o rezygnacji od 1 lutego 1998 roku z emisji programu na falach średnich.

Program 3 PR S.A.

W 1999 roku w ramach Programu 3 wyemitowano 8760 godzin programu. Dominowały w nim, podobnie jak w Programie 1, muzyka, publicystyka i informacja, wypełniające łącznie 88% rocznego czasu emisji. W porównaniu z 1998 roku zmieniły się wzajemne proporcje muzyki i publicystyki – udział publicystyki zwiększono o 3 punkty procentowe i o tyle samo zmniejszono udział muzyki.

Audycje publicystyczne zajmowały w ubiegłym roku średnio 5,5 godziny dziennie, muzyka - ponad 13 godzin dziennie.

Pozostałe gatunki programowe zajęły łącznie 12% rocznego programu. Wśród nich największy udział miały audycje rozrywkowe (ponad 8 godzin w tygodniu, głównie kabarety i audycje satyryczne). Podobnie było w 1998 roku.

Program 3 w 1999 roku miał profil publicystyczno-muzyczny. W stosunku do 1998 roku zwiększono w nim udział publicystyki, zmniejszono natomiast nieco udział muzyki.

Radio BIS PR S.A.

W 1999 roku wyemitowano 4045 godzin programu, tj. o 58 godzin mniej niż w 1998 roku. W nadanym programie dominowały muzyka, audycje edukacyjno-poradnicze oraz publicystyka. Zajęły one łącznie 72% rocznego czasu emisji (o 2% więcej niż w 1998 roku). W stosunku do 1998 roku zmniejszono natomiast udział muzyki (o 3%).

Audycje edukacyjno-poradnicze w ubiegłym roku zajmowały średnio ok. 2,5 godzin dziennie, publicystyczne – ponad 2 godziny, a muzyka ponad 3 godziny dziennie.

Pozostałe gatunki programowe zajęły 26,5% programu. Wśród nich największy udział miały audycje adresowane do dzieci i młodzieży (14% rocznego programu, tj. ponad 10 godzin tygodniowo).

W 1999 roku Radio BIS – podobnie jak w latach poprzednich – miało profil edukacyjno-publicystyczno-muzyczny. Wysoki udział w programie miały audycje dla dzieci i młodzieży.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

Strukturę gatunkową 17 programów nadanych w 1999 roku przez regionalne rozgłośnie radia publicznego przedstawia poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego	Rodzaje audycji										
	Informacja	Publicystyka	Muzyka	Edukacja i poradnictwo	Religia	Literackie i formy udramatyzowane	Rozrywka	Sport	Dla dzieci i młodzieży	Dla mniejszości narodowych	Reklama
	procent rocznego czasu emisji										
Białystok	14	26	39	5	1	3	1	2	2	4	3
Bydgoszcz	19	21	39	7	0	4	2	4	2	0	2
Gdańsk	16	16	45	5	1	3	3	3	4	1	4
Katowice	17	6	53	10	1	3	2	2	0	1	4
Kielce	20	10	34	12	1	5	6	1	6	0	2
Koszalin	20	21	41	6	1	2	2	1	3	1	2
Kraków	20	8	47	6	1	3	5	3	5	0	2
Lublin	20	14	45	6	2	2	4	1	2	1	3
Łódź	14	7	57	6	0	3	1	4	3	0	2
Olsztyn	12	<i>19</i>	46	8	1	3	2	2	2	0	3
Opole	19	9	43	7	1	5	1	3	5	2	2
Poznań	23	7	42	6	1	4	2	2	10	0	3
Rzeszów	24	22	39	5	1	2	2	2	1	1	2
Szczecin	11	<i>18</i>	47	8	1	2	4	2	3	0	3
W-wa RDC	18	6	61	9	1	0	2	1	1	0	1
Wrocław	19	7	48	9	0	3	4	3	2	0	2
Zielona Góra	21	21	42	4	0	3	1	3	2	0	3
Średnio w siedemnastu rozgłosniach	18	14	45	7	1	3	2	2	3	0,5	2,4

W programach publicznych nadawców regionalnych obecne były wszystkie gatunki radiowe, choć w różnym wymiarze. Dominowały w nich muzyka, informacja i publicystyka. Zajęły one łącznie średnio ok. 77% rocznego czasu emisji. Pozostałe 23% programu wypełniły przede wszystkim audycje edukacyjno-poradnicze, literackie, dla dzieci i młodzieży. Audycje rozrywkowe, sportowe, religijne oraz dla mniejszości narodowych i grup etnicznych zajęły w całości programu 17 rozgłosni łącznie niewiele czasu (por. tabela).

Analiza danych dla poszczególnych rozgłosni pokazuje, że jakkolwiek mają one w większości taki sam, ogólnie biorąc, profil – z dominacją informacji, publicystyki i muzyki – to jednak różnią się zarówno pod względem proporcji tych trzech gatunków, jak też pod względem udziału pozostałych rodzajów audycji w programie. I tak, jak widać w tabeli, choć

w programach wszystkich rozgłośni dominuje muzyka, to jednak jej udział był bardzo zróżnicowany: od ok. jednej trzeciej programu w rozgłosniach w Kielcach, Białymstoku, Bydgoszczy i Rzeszowie – do ponad połowy programu w rozgłosniach w Katowicach, Łodzi i w Radiu dla Ciebie (61%).

Podobnie silnie zróżnicowany był udział informacji i publicystyki w programach. Najniższy odsetek godzin informacji miały rozgłosnie w Szczecinie, Olsztynie, Łodzi i Białymstoku (11-14%), najwyższy – stacje regionalne w Poznaniu, Zielonej Górze, Rzeszowie, Lublinie, Krakowie, Koszalinie i Kielcach (20-24%). Publicystyki z kolei najmniej nadawały rozgłosnie w Katowicach, Warszawie, Łodzi, Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu, (6-8%), najwięcej zaś – rozgłosnie w Białymstoku, Rzeszowie, Bydgoszczy, Koszalinie i Zielonej Górze (21-26%).

W przypadku 4 rozgłośni na miejscu trzeciego dominującego rodzaju audycji zamiast publicystyki znalazła się edukacja i poradnictwo - były to rozgłosnie w Katowicach, Kielcach, Wrocławiu, w przypadku jednej - audycje dla dzieci i młodzieży (Poznań).

Wszystkie rozgłosnie regionalne przekroczyły w 1999 roku wymagany przez KRRiT minimalny udział w programie audycji edukacyjno-poradniczych wynoszący 3% (tj. średnio ok. 5 godzin tygodniowo), w tym połowa stacji znacznie przekroczyła ten próg, osiągając udział na poziomie 7 - 12%. Niemal wszystkie rozgłosnie (z wyjątkiem RdC) zrealizowały też wymagany przez KRRiT minimalny udział audycji literackich i form udratyzowanych w programie (2%, czyli średnio ok. 3,5 godzin tygodniowo), w tym 4 stacje dwukrotnie przekroczyły ten próg (Kielce, Opole, Bydgoszcz, Poznań). Trzeba zaznaczyć, że udział wymienionych kategorii audycji w programach rozgłośni wzrósł w ciągu ostatnich dwóch lat na skutek objęcia ich przez Krajową Radę specjalnymi preferencjami przy podziale środków z abonamentu.

Rozgłosnie różnią się także wielkością oferty adresowanej do dzieci i młodzieży. Najwięcej czasu na antenie przeznaczają na te audycje rozgłosnie w Poznaniu, Kielcach, Opolu i Krakowie (5-10%).

Audycje rozrywkowe, zajmujące ogólnie, jak wskazano wcześniej, niewiele czasu, stosunkowo najliczniej były obecne w programach rozgłośni w Kielcach i Krakowie (5-6%), w mniejszym stopniu w Lublinie, Szczecinie i Wrocławiu (4%).

Audycje sportowe, także mające przeciętnie niewielki udział w programach rozgłośni, stosunkowo najczęściej były obecne na antenie Radia PiK (Bydgoszcz) i Łodzi (4%), a także Gdańska, Krakowa, Opola, Wrocławia i Zielonej Góry (3%).

W programach publicznych regionalnych nadawców radiowych w 1999 roku dominowały muzyka, informacja i publicystyka. W ciągu ostatnich dwóch lat wzrósł udział audycji edukacyjno-poradniczych oraz literackich i form udratyzowanych.

Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji

Ustawa o radiofonii i telewizji nakłada na nadawców szereg różnych obowiązków. Jednym z nich jest udział w programach audycji wytworzonych przez producentów krajowych (art.15 ust.1) i producentów krajowych innych niż nadawca. Szczególne zadania przypisane są nadawcom publicznym (art. 21 ust. 2). Nadawane przez nich programy powinny służyć między innymi umacnianiu rodziny (pkt. 7), kształtowaniu postaw prozdrowotnych (pkt. 7a), zwalczaniu patologii społecznych (pkt. 8) oraz uwzględniać potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych (pkt. 9).

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji poprzez roczną sprawozdawczość programową składaną przez nadawców kontroluje stopień realizacji wymienionych zadań.

Audycje producentów krajowych (art. 15 ust.1 i 2)

Na podstawie ustawy o radiofonii i telewizji (art. 15 ust. 1) i rozporządzenia KRRiT z 22 września 1993 roku nadawcy radiowi i telewizyjni zobowiązani są do zapewnienia określonego udziału audycji producentów krajowych w nadawanych programach. Minimalny udział ma wynosić nie mniej niż 30% rocznego programu, z wyłączeniem reklam, transmisji sportowych i konkursów. Rozporządzenie KRRiT wydane na podstawie delegacji ustawowej określa wymagany udział audycji producentów krajowych w programach publicznych nadawców radiowych – zarówno ogólnokrajowych, jak i regionalnych – na poziomie nie mniejszym niż 55% rocznego czasu emisji programu. Rozporządzenie obliguje nadawców do wyłączenia z czasu trwania audycji producentów krajowych utworów muzycznych w języku obcym, chyba że kompozytor, autor tekstu, lub główny wykonawca utworu jest obywatelem polskim.

Nadawcy zobowiązani są również (art.15 ust. 2) do przeznaczania minimum 10% rocznego programu na audycje wytworzone przez producentów krajowych innych niż nadawca, z uwzględnieniem tych samych wyłączeń co w art. 15 ust.1.

Szczegółowy wykaz udziału audycji producentów krajowych oraz audycji wytworzonych przez producentów krajowych innych niż nadawca w programach radiowych nadawców publicznych przedstawia zamieszczona poniżej tabela.

Nadawcy	Audycje producentów krajowych (art.15 ust.1)	Audycje producentów krajowych innych niż nadawca (art.15 ust.2)
	Procent rocznego czasu emisji	
Program 1 PR S.A.	85,0	3,6
Program 2 PR S.A.	73,4	5,6
Program 3 PR S.A.	66,5	1,8
Radio BIS PR S.A.	81,8	0,4
PR S.A. ogółem	76,5	2,9
Radio Białystok	70,0	4,0
Radio Pomorza i Kujaw (Bydgoszcz)	64,1	12,3
Radio Gdańsk	66,4	3,9
Radio Katowice	59,4	6,7

Radio Kielce	67,4	4,8
Radio Koszalin	65,6	4,5
Radio Kraków	54,8	8,0
Radio Lublin	37,9	27,6
Radio Łódź	61,8	22,3
Radio Olsztyn	72,3	2,9
Radio Opole	76,9	4,2
Radio Merkury (Poznań)	75,0	3,6
Radio Rzeszów	69,3	2,4
Radio Szczecin	82,5	9,0
Radio dla Ciebie (Warszawa)	52,3	1,4
Radio Wrocław	78,5	55,0
Radio Zachód (Zielona Góra)	63,3	29,8
Rozgłoszenie regionalne ogółem	65,4	11,6

Udział audycji producentów krajowych w ogólnokrajowych programach PR S.A. wyniósł w 1999 roku od 66,5% do 85%. Nadawca wypełnił więc wymóg ustawy w tym zakresie.

Także większość regionalnych rozgłośni radia publicznego wywiązała się z obowiązku nałożonego przez art. 15 ust 1. Wymóg ten nie został spełniony jedynie w programach dwóch rozgłośni: Radia Lublin (udział na poziomie 38%) i Radia dla Ciebie (52,3%).

W zakresie realizacji art. 15 ust 2 ustawy o radiofonii i telewizji sytuacja wyglądała inaczej. Wymagany minimalny udział audycji producentów krajowych innych niż nadawca osiągnęło tylko pięć rozgłośni regionalnych radia publicznego (Bydgoszcz, Lublin, Łódź, Wrocław i Zielona Góra). W pozostałych rozgłoszeniach udział ten kształtował się na poziomie od 1% do 9%.

Polskie Radio S.A. nie osiągnęło wymaganego minimum w tym zakresie. Średni udział audycji wytworzonych przez producentów krajowych innych niż nadawca w programach ogólnopolskich (Program 1,2,3 i Radio Bis PR S.A) wyniósł w 1999 roku 2,9%.

Realizacja szczególnych powinności radia publicznego (art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji)

Analiza danych sprawozdawczych Polskiego Radia S.A. za 1999 rok wykazała, że zadania zawarte w art. 21 ust. 2 (pkt. 7, 7a, 8) realizowane były w Programie 1, 3 i Radiu Bis PR S.A. Audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych zajęły w tych programach łącznie 4,2% rocznego czasu emisji, czyli przeciętnie 18 godzin tygodniowo.

Różny był jednak godzinowy udział tych audycji w poszczególnych programach Polskiego Radia S.A. W Programie 1 zajęły one średnio 9 godzin w tygodniu (4,8% rocznego czasu nadawania), w Programie 3 – 5,5 godziny (3,2% rocznego czasu nadawania), a w Radiu BIS – 4 godziny tygodniowo (5% rocznego czasu nadawania). Jak z tego wynika, najwięcej czasu antenowego na emisję tych audycji poświęciło Radio BIS.

W 1999 roku Polskie Radio S.A. przeznaczyło najwięcej czasu na audycje kształtujące postawy prozdrowotne (średnio 2% rocznego czasu emisji), najmniej – na audycje ukazujące problemy patologii społecznych (średnio 0,5% rocznego czasu emisji). Omawiane zagadnienia podejmowano najczęściej w audycjach edukacyjno-poradniczych, publicystycznych, reportażach i magazynach. Często audycje przybierały formę rozmów ze słuchaczami.

Polskie Radio SA	Umacnianie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	
PR 1	181	1,9	212	2,2	68	0,7	461	4,8	9
PR 2	nie były nadawane								
PR 3	116	1,3	133	1,5	35	0,4	284	3,2	5,5
BIS	88	2,2	97	2,4	15	0,4	200	5	4
Programy łącznie	385	1,7	442	2	118	0,5	945	4,2	18,5

Kształtowaniu postaw prozdrowotnych poświęcono w trzech programach łącznie średnio 2 godziny w tygodniu. Audycje **służące umacnianiu rodziny** zajęły przeciętnie identyczny czas antenowy. Stosunkowo najmniej miejsca w programach PR S.A. przeznaczono na audycje **służące zwalczaniu patologii społecznych** – średnio pół godziny tygodniowo.

W 1999 roku wszystkie rozgłośnie regionalne radia publicznego nadawały audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych. 17 rozgłosni wziętych łącznie przeznaczyło na realizację tych zadań 3,6% rocznego czasu emisji, czyli przeciętnie 6 godzin tygodniowo. Stosunkowo najwięcej czasu poświęcono audycjom służącym rodzinie (średnio 1,3% rocznego czasu emisji), najmniej – problemom patologii społecznej.

Najwięcej czasu na realizację trzech omawianych zadań przeznaczyły rozgłośnie w Kielcach (11% rocznego czasu emisji, średnio 19 godz. w tygodniu), Olsztynie (8,5%, średnio 14 godz. w tygodniu), Wrocławiu (8%, średnio 13 godz. w tygodniu), Szczecinie (5,4%, średnio 9 godz. w tygodniu). Najmniej czasu antenowego zajęły one natomiast w programie Radia Koszalin, Radia dla Ciebie (niepełna 1% rocznego programu, przeciętnie 1 godz. w tygodniu) oraz Radia Pomorza i Kujaw i Radia Łódź (mniej niż 2%, średnio ok. 3 godziny w tygodniu). Szczegółowe dane pokazuje poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego	Umacnianie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	
Białystok	bd	bd	bd	bd	Bd	bd	183	2	4
Bydgoszcz	22	0,3	49	0,5	43	0,5	114	1,3	2
Gdańsk	46	0,5	52	0,5	72	0,8	170	1,9	3
Katowice	88	1	158	1,8	24	0,3	270	3	5
Kielce	421	4,8	390	4,4	162	1,9	973	11	19
Koszalin	13	0,1	19	0,2	24	0,3	56	0,6	1
Kraków	169	1,9	52	0,5	157	1,8	378	4,3	7
Lublin	83	0,9	79	0,9	92	1,1	254	2,9	5
Łódź	bd	bd	bd	bd	Bd	bd	134	1,5	3
Olsztyn	427	4,9	76	0,8	243	2,8	746	8,5	14

Opole	72	0,8	84	0,9	90	1	246	2,8	5
Poznań	bd	bd	bd	bd	Bd	bd	bd	bd	bd
Rzeszów	42	0,5	112	1,2	63	0,7	217	2,5	4
Szczecin	238	2,7	145	1,6	86	1	469	5,4	9
W-wa RDC	42	0,5	21	0,2	19	0,2	82	0,9	2
Wrocław	220	2,5	266	3	187	2,1	673	7,7	13
Zielona Góra	101	1,2	130	1,4	133	1,5	364	4,2	7
Razem	1984		1633		1396		5329		103

Audycje służące **umacnianiu rodziny** najwięcej czasu zajęły na antenie rozgłośni: olsztyńskiej i kieleckiej (średnio po 8 godz. w tygodniu), szczecińskiej i wrocławskiej (średnio 4 - 5 godz. w tygodniu). Najmniej czasu przeznaczono na nie w rozgłosniach: rzeszowskiej, warszawskiej i gdańskiej (średnio ok. 1 godz. w tygodniu), bydgoskiej i koszalińskiej (średnio ok. 20-25 min. w tygodniu).

Audycje kształtujące **postawy prozdrowotne** najczęściej nadawane były w programach rozgłośni kieleckiej (średnio 7,5 godz. w tygodniu) i wrocławskiej (średnio 5 godz. w tygodniu). Niewiele ich emitowano w programach rozgłośni: w Bydgoszczy, Gdańsku i Krakowie (średnio po 1 godz. w tygodniu) oraz Koszalinie i Warszawie (średnio po 0,4 godz. w tygodniu).

Problemom **patologii społecznych** najwięcej czasu poświęcono w programach rozgłośni olsztyńskiej i wrocławskiej (średnio 4 - 5 godz. w tygodniu), najmniej czasu zajęły one w programach rozgłośni w Rzeszowie, Bydgoszczy (średnio 1 godz. w tygodniu), Katowicach, Koszalinie i Warszawie (średnio 25- 30 min. w tygodniu).

Audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych (art. 21 ust. 2 pkt. 9 ustawy o radiofonii i telewizji)

W 1999 roku Polskie Radio S.A. nadawało audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych w dwóch programach: Programie 2 i Programie 3. Łącznie wyemitowano 59 godzin tych audycji (ok. 50 minut tygodniowo w Programie 2 oraz 25 minut tygodniowo w Programie 3).

Programy	Ogółem	
	l. godzin	%
PR 2 PR S.A.	40	0,8
PR 3 PR S.A.	19	0,2
Razem	59	1

Z porównania danych z lat 1998-1999 wynika, że udział tych audycji w rocznym programie nie zmienił się.

W programach nadawców regionalnych radia publicznego audycje adresowane do mniejszości narodowych od kilku lat mają ustabilizowane miejsce w programie, częstotliwość nadawania i liczbę godzin. W 1999 roku – podobnie jak w roku poprzednim - audycje te emitowane były w 12 programach.

Nadawca	Ogółem		Jęz. polski		Jęz. narodowy	
	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%
Białystok	305	3	10	0,1	295	3,4
Gdańsk	72	0,8	25	0,3	47	0,5
Katowice	46	0,5	23	0,3	23	0,3
Kielce	12	0,1	12	0,1	0	0
Koszalin	41	0,5	25	0,3	17	0,2
Kraków	26	0,3	26	0,3	0	0
Lublin	65	0,7	65	0,7	0	0
Olsztyn	30	0,3	4	0,1	26	0,3
Opole	144	1,6	66	0,8	78	0,9
Rzeszów	41	0,5	4	0,04	37	0,4
Szczecin	18	0,2	18	0,2	0	0
Wrocław	10	0,1	10	0,1	0	0
SUMA	814	0,55 (średnio)	291	0,35 (średnio)	523	0,20 (średnio)

W omawianym okresie nadano łącznie 814 godzin audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych, co daje średnio 16 godzin tygodniowo (1 godz. 20 min. średnio w tygodniu w każdej stacji). W stosunku do roku poprzedniego wyemitowano o 61 godzin (tj. średnio o 1 godzinę tygodniowo) więcej tego rodzaju audycji. Najwięcej czasu antenowego w 1999 roku przeznaczono na nie w Radiu Białystok (305 godz. – 3% rocznego czasu nadawania, średnio 6 godzin w tygodniu), najmniej zaś w Radiu Wrocław (10 godz. – 0,1% rocznego czasu nadawania, średnio 12 minut tygodniowo).

Omawiane audycje nadawane były z różną częstotliwością: codziennie (Białystok), 5 razy w tygodniu (Opole), 3 razy w tygodniu (Białystok i Opole), 2 razy w tygodniu (Białystok i Opole), 1 raz w tygodniu (Katowice, Olsztyn, Opole, Rzeszów), 2 razy w miesiącu (Kielce, Koszalin, Lublin), 1 raz w miesiącu (Kraków, Opole, Szczecin).

Różny był czas ich trwania w poszczególnych rozgłośniach: od 15 minut (Białystok i Opole) do 55 minut (Katowice i Opole). Najdłuższą audycję emitowano w Opolu – dwugodzinny blok poświęcony problemom ludności pogranicza polsko-czeskiego.

Ich odbiorcami byli przedstawiciele mniejszości białoruskiej (Białystok), ukraińskiej (Białystok, Koszalin, Lublin, Olsztyn, Rzeszów, Szczecin, Wrocław), litewskiej (Białystok), czeskiej (Opole), niemieckiej (Katowice, Opole), kaszubskiej (Gdańsk, Koszalin), kocięskiej (Gdańsk), romskiej (Kielce), huculskiej i łemkowskiej (Rzeszów), żydowskiej (Wrocław). Audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych są nadawane zarówno w języku polskim, jak i w językach narodowych. Niektóre z nich prowadzone są w obu językach jednocześnie (Katowice). Radio Białystok większość tych audycji nadaje w językach narodowych mniejszości (97% audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych). Tylko w języku polskim nadają rozgłoszenie w Kielcach, Krakowie, Lublinie, Szczecinie i Wrocławiu.

W porównaniu z 1998 rokiem czas audycji nadawanych w językach narodowych w 1999 roku zwiększył się o 50 godzin i wynosił 523 godziny. Większy o 11 godzin w porównaniu z rokiem poprzednim był również udział audycji w języku polskim - w 1999 roku wyniósł 291 godzin.

Ogólnopolskie i ponadregionalne radiowe stacje koncesjonowane

Oferta programowa ogólnopolskich stacji radiowych koncesjonowanych: RMF FM, Radio Zet, Radio Maryja

W Polsce działają obecnie trzy ogólnopolskie koncesjonowane stacje radiowe: Radio RMF FM, Radio Zet i Radio Maryja. Emitują programy całodobowe. Radio Zet i RMF FM nadają programy określone jako informacyjno-muzyczne, Radio Maryja - program społeczno-religijny. Zgodnie z zapisami koncesji wszyscy wymienieni nadawcy zobowiązani są do emisji w programach audycji informacyjnych oraz reportaży. Program Radia RMF FM ma ponadto zawierać słowne audycje rozrywkowe i transmisje koncertów, Radia Zet – audycje publicystyczne i edukacyjne, program Radia Maryja – audycje słowne o treści religijnej i audycje muzyczne, a także oświatowe i literackie. Zawarte w koncesjach zapisy programowe wyznaczają zróżnicowane profile stacji.

Strukturę gatunkową programów nadanych przez omawiane stacje radiowe w 1999 roku przedstawia poniższa tabela.

Rodzaje audycji	Radio RMF FM	Radio Zet	Radio Maryja	Stacje łącznie
	Procent rocznego czasu emisji			
Informacyjne	11	13	8	11
Publicystyczne	4	12,5	21	12
Edukacyjno-poradnicze	0	4	6	3
Sportowe	1	0,3	0,8	1
Religijne	0	0	26	9
Rozrywkowe	4	4	0	3
Konkursy	0,5	2	0,3	1
Muzyka w programie	68	60	30	53
Audycje dla dzieci i młodzieży	0	0	4,5	1,5
Reklama	9	4	0	4,3
Autopromocja	1	0,4	3	1,4
Inne audycje	1	0	1	0,7
Roczna liczba godzin nadanego programu	8760	8760	8760	26 280

Jak widać w tabeli, programy Radia RMF FM i Radia Zet mają podobną strukturę. Największy udział ma w nich muzyka, publicystyka i informacja; te trzy gatunki łącznie zajęły 84% rocznego programu Radia Zet i 86% programu Radia RMF FM. Dane pokazują też wyraźne różnice między oboma stacjami. W programie Radia Zet nieco mniejszy niż w RMF FM ma udział muzyka, znacznie więcej natomiast nadaje się publicystyki. Różny jest w obu stacjach udział reklamy w programie (w RMF FM ponad dwukrotnie wyższy niż w Radiu Zet).

Program Radia Maryja ma inną specyfikę niż pozostali dwaj nadawcy. Największy udział spośród audycji słownych mają w programie stacji audycje religijne. Radio Maryja nadaje też znacznie mniej muzyki; nie emituje reklam.

Szczegółowy opis programu każdej ze stacji przedstawiono poniżej.

Radio RMF FM

Radio RMF FM wyemitowało w 1999 roku 8760 godzin programu. Z nadesłanych przez nadawcę informacji wynika, że słowna część programu, łącznie z reklamą, zajęła 32% rocznego czasu emisji. W strukturze nadanego programu obecne były audycje informacyjne, publicystyczne, sportowe, rozrywkowe, konkursy i reklama. Muzyka wypełniła ok. 68% programu (według nadawcy, szacunkowe proporcje muzyki do słowa w programie kształtowały się jak 60 do 40, jednak w świetle przytoczonych danych dotyczących słownej części programu podany udział muzyki w programie wydaje się niedoszacowany).

Udział poszczególnych rodzajów audycji w programie nadanym w 1999 roku kształtował się następująco:

• informacyjne	11%	(963 godziny)
• publicystyczne	4%	(350 godzin)
• rozrywkowe	4%	(350 godzin)
• sportowe	1%	(88 godzin)
• konkursy	0,5%	(44 godziny)
• autopromocja	1%	(88 godzin)
• inne słowne	1%	(88 godzin)
• reklama	9%	(788 godzin)
• muzyka w programie	68%	(ok. 6000 godz.)

Struktura gatunkowa programu, w porównaniu z rokiem 1998, uległa nieznacznym zmianom: o jeden punkt procentowy zwiększył się udział publicystyki, pojawiły się ponownie (nieobecne w 1998 roku) audycje o tematyce sportowej, brak było natomiast w 1999 roku audycji dla dzieci i młodzieży, które w roku 1998 zajmowały 2% programu. O jeden punkt procentowy zmniejszył się udział reklamy.

Profil muzyczny stacji określa nadawca jako CHR/AOR/CLASIC ROCK, adresowany do słuchaczy w wieku od 15 do 45 lat.

Radio Zet

Radio Zet nadało w 1999 roku 8760 godzin programu. Według nadawcy warstwa słowna zajęła 40% (3504 godzin) programu, muzyka - 60%. Na program złożyły się następujące rodzaje audycji:

• informacyjne	13 %	(1140 godzin)
• publicystyczne	12,5%	(1095 godzin)
• edukacyjno - poradnicze	4%	(350 godzin)
• rozrywkowe	4%	(350 godzin)
• konkursy	2%	(175 godzin)
• sportowe	0,3%	(22 godziny)
• autopromocja	0,4%	(32 godziny)
• reklama	3,9%	(340 godzin)
• muzyka w programie	60%	(5256 godz.)

W porównaniu z rokiem 1998 struktura gatunkowa programu uległa następującym zmianom: udział informacji zmniejszył się o 2 punkty procentowe, natomiast zwiększył się o tyle samo udział publicystyki. Zmaląła znacznie w porównaniu z 1998 roku obecność tematyki sportowej.

W odniesieniu do udziału reklamy i autopromocji w programie brak danych porównawczych dla 1998 roku.

Profil muzyczny stacji określa nadawca jako AC/EHR adresowany do słuchaczy w wieku od 20 do 40 lat.

Radio Maryja

Podobnie jak inne koncesjonowane stacje ogólnopolskie, Radio Maryja w 1999 roku wyemitowało 8760 godzin programu. Muzyka zajęła 30% (2660 godzin), a warstwa słowna 70% (6100 godzin). Udział rodzajów audycji w programie był następujący:

• informacyjne	7,7%	(675 godzin)
• publicystyczne	20,6%	(1800 godzin)
• edukacyjno-poradnicze	5,7%	(500 godzin)
• sportowe	0,8%	(70 godzin)
• religijne	26,2%	(2293 godzin)
• konkursy	0,3%	(27 godzin)
• audycje dla dzieci i młodzieży	4,5%	(395 godzin)
• autopromocja	2,8%	(249 godzin)
• inne (audycje literackie)	1%	(91 godzin)
• reklama	0%	
• muzyka w programie	30%	(2660 godz.)

Przeprowadzony przez KRRiT w 1999 roku monitoring programu Radia Maryja potwierdził obecność na antenie wymienionych gatunków.

Profil stacji określa nadawca jako społeczno-religijny, adresowany do ogółu Polaków.

W związku z emisją w programie Radia Maryja, 13 stycznia 2000 roku, wypowiedzi prof. Ryszarda Bendera dotyczącej obozu zagłady w Oświęcimiu, Senat Akademicki KUL przyjął uchwałę o skierowaniu sprawy na drogę postępowania dyscyplinarnego. W uchwale podkreślono, że wypowiedź prof. R. Bendera w rażący sposób naruszyła poczucie sprawiedliwości, dotkliwie obrażając tych, którzy w obozie oświęcimskim cierpieli i ginęli oraz ich najbliższych.

Oferta programowa ponadregionalnych stacji radiowych koncesjonowanych: Radio WAWA, Radio TOK FM, Rozgłośnia Harcerska

Obok stacji ogólnopolskich istnieją trzy stacje koncesjonowane o zasięgu tzw. ponadregionalnym: Radio WAWA, Radio Tok FM i Rozgłośnia Harcerska. Każda ze stacji nadaje program w kilku dużych miastach wojewódzkich; wszystkie mają programy

całodobowe. Radio WAWA nadaje program określony jako uniwersalny. Rozgłośnia Harcerska powinna według koncesji nadawać program uniwersalny, skierowany do młodego odbiorcy (14-35 lat). Program Radia TOK FM został określony w koncesji jako program wyspecjalizowany, o charakterze informacyjnym. Wszystkie stacje, zgodnie z przyznanymi im koncesjami, mają obowiązek nadawać własne audycje informacyjne.

Rozgłośnia Harcerska

Rozgłośnia Harcerska wyemitowała w 1999 roku 8 760 godzin programu. Z nadesłanych materiałów nadawcy wynika, że muzyka zajęła 71% programu (6 256 godzin), warstwa słowna - 29% (2 504 godziny). Udział poszczególnych rodzajów audycji w programie był według nadawcy następujący:

• informacyjne	3%	(260 godzin)
• publicystyczne	7%	(610 godzin)
• edukacyjno-poradnicze	6,8%	(600 godzin)
• sportowe	1,2%	(104 godziny)
• konkursy	3%	(260 godzin)
• rozrywkowe	3%	(260 godzin)
• inne (harcerskie)	1,7%	(150 godzin)
• autopromocja	1,5 %	(130 godzin)
• reklama	1,5%	(130 godzin)
• muzyka w programie	71%	(6256 godzin)

KRRiT prowadziła kilkakrotnie w ostatnich latach monitoring programu tej stacji. Podczas ostatniego monitoringu, przeprowadzonego we wrześniu 1999 roku, wątpliwości wzbudziły następujące spostrzeżenia:

- stacja nie ma cech rozgłośni harcerskiej i nie propaguje wartości związanych z dekalogiem harcerskim. W audycjach niektórych prezenterów odnotowano wulgaryzmy językowe i obscena pozostające w sprzeczności nie tylko z wartościami propagowanymi przez ZHP, ale i z ogólnie przyjętymi normami zachowania;
- oferta nadawcy nie posiadała cech programu uniwersalnego (czego wymaga koncesja);
- audycje informacyjne i publicystyczne zajęły łącznie 3,6% programu (według koncesji: nie mniej niż 10%);
- audycje edukacyjne stanowiły 1,5% programu (według koncesji: nie mniej niż 10%);
- audycje o tematyce sportowej zajęły 0,6% programu (według koncesji: nie mniej niż 5%).

W stosunku do nadawcy, 4 listopada 1999 roku, KRRiT, wszczęła postępowanie wyjaśniające, na podstawie art. 38 pkt. 3 i 4 ustawy o radiofonii i telewizji, które może zakończyć się cofnięciem koncesji.

Radio WAWA

Radio WAWA wyemitowało w 1999 roku 8760 godzin programu. Muzyka zajęła w programie 70% (ok. 6050 godzin), a warstwa słowna - 30% (2710 godzin). Udział poszczególnych rodzajów audycji w programie był następujący:

• informacyjne	7%	(612 godzin)
• publicystyczne	8,8%	(773 godziny)
• edukacyjno-poradnicze	2,1%	(188 godzin)
• sportowe	0,5%	(48 godzin)
• konkursy	2,6%	(224 godziny)
• rozrywkowe	2,5%	(217 godzin)
• audycje dla dzieci i młodzieży	0,5%	(42 godziny)
• autopromocja	3,3%	(292 godziny)
• reklama	3,6%	(315 godzin)
• muzyka w programie	70%	(ok. 6050 godz.)

Jak widać, w programie stacji dominowała muzyka, publicystyka i informacja; zajęły one łącznie 85% programu. Stacja nadawała też stosunkowo dużo konkursów i słownych audycji rozrywkowych. Udział reklamy wyniósł niespełna 4%.

W porównaniu z rokiem ubiegłym w strukturze programowej zaszły następujące zmiany: o 0,5 punktu procentowego wzrosła ilość audycji informacyjnych, o ponad 3 punkty procentowe wzrósł udział audycji publicystycznych, o 1,5 punktu wzrosła ilość audycji rozrywkowych; zmalała: o 1,6 punktu procentowego ilość audycji edukacyjno-poradniczych, konkursów o 4,4 punktu, audycji dla dzieci i młodzieży o 3 punkty procentowe. Udział reklamy w 1999 roku wzrósł o 0,6 punktu procentowego.

Format stacji określa nadawca jako uniwersalny, informacyjno-muzyczny adresowany do szerokiego kręgu odbiorców.

Radio TOK FM

Radio TOK FM wyemitowało w 1999 roku 8760 godzin programu. Zgodnie z profilem stacji, warstwa słowna zajęła 97% programu (8515 godzin), muzyka – niespełna 3% (ok. 245 godzin). Udział poszczególnych rodzajów audycji w programie był następujący:

• informacyjne	21,8%	(184 godziny)
• publicystyczne	59,6%	(5221 godzin)
• edukacyjno-poradnicze	7%	(608 godzin)
• sportowe	1,5%	(130 godzin)
• autopromocja	6,7%	(584 godziny)
• reklama	0,89%	(78 godzin)

W programie stacji dominowały publicystyka i informacja; zajęły one łącznie 62% programu. Udział reklamy wyniósł niespełna 1 procent.

Format stacji nadawca określa jako news talk. Charakteryzuje się on przewagą słowa nad muzyką, rozbudowaniem informacji (serwisy informacyjne co 15 minut), dużą ilością programów poradnikowych.

KRRiT przeprowadziła w 1999 roku monitoring programu Radia TOK FM. Wyniki monitoringu są zbliżone do danych przedstawionych przez nadawcę.

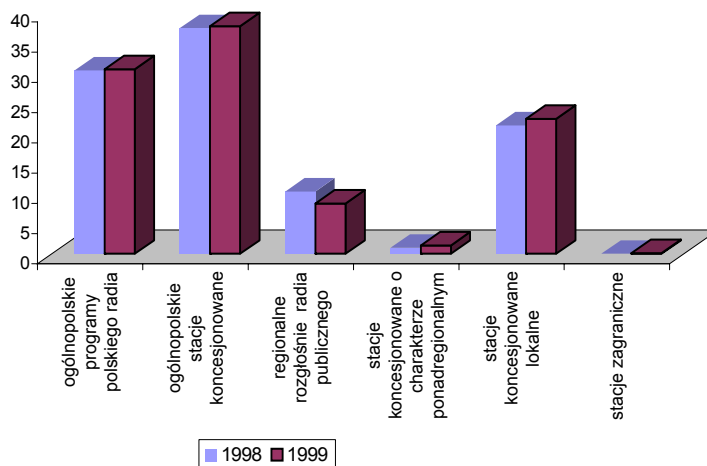
Spośród sześciu ogólnopolskich i ponadregionalnych radiowych stacji koncesjonowanych profil czterech: Radia RMF FM, Radia Zet, Radia WAWA i Rozgłośni Harcerskiej jest podobny (muzyczno-informacyjny). W programach tych stacji dominuje muzyka (60-70% programu), a obok niej informacja i publicystyka (łącznie ok. 84-86% programu).

Dwie stacje: Radio TOK FM i Radio Maryja nadają programy wyspecjalizowane, z dużą przewagą lub nawet z niemal wyłącznym udziałem słowa - audycji religijnych i publicystyki w Radiu Maryja, publicystyki i informacji w Radiu TOK FM.

Audytoryum radia w 1999 roku

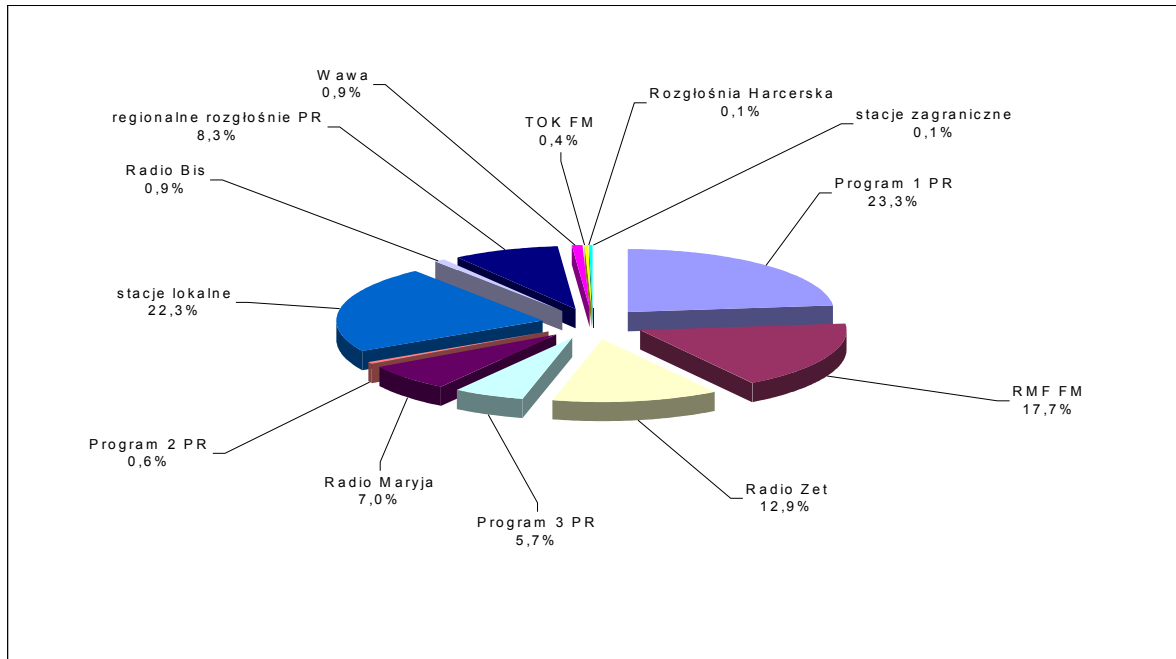
Wyniki badań audytoryum radiowego za rok 1999 nie wykazują znaczących zmian na rynku radiowym w stosunku do roku ubiegłego. Obserwowano procesy, które rozpoczęły się już w latach ubiegłych. Po pierwsze, mamy do czynienia z umacnianiem na rynku pozycji stacji ogólnopolskich, zarówno publicznych jak i koncesjonowanych, po drugie systematycznie słabnie popularność rozgłośni regionalnych radia publicznego, po trzecie rośnie znaczenie segmentu rynku, jaki przypada koncesjonowanym stacjom lokalnym i ponadregionalnym.

Porównanie udziałów tygodniowych w czasie słuchania radia w latach 1998 – 1999 (według badań OBOP)



W 1999 roku największy udział w ogólnym czasie słuchania radia (prawie 38%) przypadł w udziale ogólnopolskim stacjom koncesjonowanym, mniejszy - ogólnopolskim programom PR S.A. (30,5%). Oznacza to, że 68% łącznego czasu słuchania radia przypada na stacje ogólnopolskie. Nieco ponad jedną piątą (22,3%) przypadła w udziale koncesjonowanym stacjom lokalnym, regionalnym rozgłosniom publicznym - 8,3%, komercyjnym stacjom o charakterze ponadregionalnym - 1,4 %, około 0,1 % stacjom zagranicznym.

Tygodniowe udziały w czasie słuchania radia w 1999 roku (według badań OBOP)



Stacje ogólnopolskie

Ranking ogólnopolskich stacji radiowych według badań OBOP w 1999 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym nie zmienił się. Pierwszą pozycję zarówno pod względem wielkości audytorium, jak i udziału w łącznym czasie słuchania radia w skali całego kraju utrzymał Program 1 PR S.A. Na drugiej pozycji klasyfikował się RMF FM, na trzecim miejscu Radio Zet. Kolejne lokaty zajmowały Radio Maryja, Program 3 PR S.A., Radio BIS i Program 2 PR S.A.

W 1999 roku stacjom ogólnopolskim w sumie przypadło 68% udziału w łącznym czasie słuchania radia, czyli tyle samo co przed rokiem.

Udział Programu 1 PR S.A. w poszczególnych kwartałach roku wahał się w granicach 23-24%. Druga pod tym względem rozgłośnia - RMF FM - gromadziła średnio 17-18% udziału w łącznym czasie słuchania radia. Radio Zet, trzecie z listy krajowych potentatów radiowych, gromadziło w poszczególnych kwartałach roku około 12-13% udziału w rynku. Pozostałe rozgłośnie osiągały znacznie mniejsze udziały – poniżej 10%. Na czwartym miejscu klasyfikowało się Radio Maryja (ze średnim udziałem tygodniowym na poziomie 6-8%), na piątym Program 3 PR S.A. (5-6%), na szóstym Radio BIS (ok. 1%). Ostatni w rankingu znajdował się Program 2 PR S.A. (niespełna 1%)

W porównaniu do 1998 roku stracił Program 1 PR S.A. którego udział był średnio mniejszy o 1%, natomiast zyskały RMF FM i Program 3 PR S.A., które zwiększyły stan posiadania o ok. 1%. Pozostałe stacje ogólnopolskie utrzymały swą pozycję sprzed roku.

Pod względem wielkości audytorium (mierzonego średnim zasięgiem tygodniowym stacji) w 1999 roku pierwszą lokatę wśród stacji ogólnopolskich zajmował Program 1 PR S.A., który bardzo silnie rywalizował o tę pozycję z drugim potentatem - RMF FM. Średni

zasięg tygodniowy obu stacji był zbliżony i wahał się w poszczególnych kwartałach dla RMF FM w granicach 37-39%, a dla Programu 1 PR S.A - 37-41%.

Na trzecim miejscu znalazło się Radio Zet z zasięgiem tygodniowym średnio o 6 punktów procentowych mniejszym niż pierwsze dwie stacje. Kolejne lokaty zajmowały Radio Maryja i Program 3 PR S.A., których średni zasięg tygodniowy wynosił w poszczególnych kwartałach 15-16%. Pozostałe dwie ogólnopolskie stacje radiowe osiągały zasięg tygodniowy: Program 2 PR S.A. w granicach 5-6%, a Radio BIS 6-8 %.

W 1999 roku w porównaniu z rokiem ubiegłym powiększyły nieco grono słuchaczy Program 2 PR i Radio Bis (o ok. 1%), tyle samo natomiast straciły Radio Zet i Program 1 PR. Pozostałe stacje utrzymały wielkość audytorium sprzed roku. RMF FM jak i Program 1 PR jeszcze raz potwierdziły, że posiadają silną pozycję na rynku radiowym.

Wielkość audytorium (mierzona zasięgiem tygodniowym) ogólnopolskich stacji radiowych w 1999 roku w dwóch kategoriach wiekowych

Wiek	9-14	15+	ogółem
Polskie Radio 1	28,5	38,4	39,1
Polskie Radio 2	9,3	5,4	5,9
Polskie Radio 3	12,4	16,3	15,4
Polskie Radio Bis	11,2	7,2	7,7
Radio Maryja	16,3	13,9	15,1
Radio RMF FM	52,3	39,3	38,3
Radio Zet	40,4	33	31,9

Dzieci i młodzież do 14 roku życia najchętniej słuchają RMF FM (ponad połowa deklaruje, że słucha programu tej stacji) i Radia Zet (40 %). Ta grupa słuchaczy najmniej chętnie zasiada przed odbiornikami Programu 2 PR i Radia Bis.

Starsi (mający 15 lat i więcej) również najchętniej słuchają RMF FM, ale również Programu 1 PR S.A.

Stacje o charakterze regionalnym i ponadregionalnym

Stacjom o charakterze regionalnym i ponadregionalnym w 1999 roku w sumie przypadło 9,7% udziału w łącznym czasie słuchania radia, czyli mniej niż w roku ubiegłym, kiedy to gromadziły 11,3 % udziału w rynku.

Udział, jaki przypada rozgłośniom regionalnym radia publicznego w 1999 roku wyniósł 8,3%, czyli mniej w stosunku do roku ubiegłego o ok. 2%.

Łącznie koncesjonowanym stacjom ponadregionalnym (TOK FM, Radiu WAWA i Rozgłośni Harcerskiej) przypadło w 1999 roku 1,4% udziału w rynku. Zachowały więc swój stan posiadania sprzed roku, a nawet można mówić o umocnieniu ich pozycji.

Podkreślić należy dość widoczny w skali kraju spadek popularności, jaki odnotowują rozgłosie regionalne radia publicznego. Jeszcze dwa lata temu prawie jedna trzecia Polaków

deklarowała, że słucha tych programów*. Rok później było już znacznie mniej słuchaczy (tylko jedna czwarta). W 1999 roku słuchacze stanowili tylko 20,5%.

Odsetek Polaków, którzy słuchają koncesjonowanych stacji ponadregionalnych, nadal jest bardzo niski.

Rozgłośni Harcerskiej w poszczególnych kwartałach roku słuchało ok. 0,2-0,4% Polaków (czyli tyle samo co przed rokiem).

Pozostałe dwie stacje - TOK FM i WAWA - systematycznie powiększają swe audytorium. Średni zasięg tygodniowy TOK FM na początku 1998 roku oscylował w granicach 0,7% (dane kwartalne), pod koniec roku było to już 1,9%. W 1999 roku konsekwentnie się zwiększał: w połowie roku było to 2,4%, a pod koniec już 2,8%. Podobnie dynamicznie rozwija się druga ze stacji ponadregionalnych - Radio WAWA. Na początku 1998 roku wielkość audytorium tygodniowego stacji nie przekraczała 1,3% (dane kwartalne), a pod koniec roku było to już ok. 4%. W 1999 roku stacja systematycznie powiększała swe audytorium, pod koniec roku średni zasięg tygodniowy stacji wyniósł ok. 5,4%.

Wielkość audytorium (mierzona zasięgiem tygodniowym) stacji radiowych o charakterze regionalnym i ponadregionalnym w 1999 roku w dwóch kategoriach wiekowych.

Wiek	9-14	15+	ogółem
Rozgłoszenie regionalne PR	19,9	21,4	20,5
TOK FM	3,7	2,4	2,4
WAWA	6,8	4,7	4,6
Rozgłoszenia Harcerska	0,4	0,3	0,3

Najmłodszy słuchacz w wieku 9-14 lat spośród rozgłosni o charakterze regionalnym i ponadregionalnym najchętniej słuchają programu rozgłosni regionalnych (prawie jedna piąta siada przed odbiornikami przynajmniej raz w tygodniu), najmniej słuchaczy w tej grupie wiekowej ma program Rozgłosni Harcerskiej.

Starszy (mający 15 i więcej lat), podobnie jak dzieci, najchętniej słuchają programu rozgłosni regionalnych (odsetek słuchaczy jest tu nawet wyższy), a najmniejszą popularnością w tej grupie wiekowej cieszył się program Rozgłosni Harcerskiej.

Stacje lokalne

Coraz silniej zarysowującą się tendencją na rynku jest wzrost znaczenia nie tylko koncesjonowanych stacji o charakterze ponadregionalnym, ale również stacji lokalnych.

Pod koniec 1997 roku udział stacji lokalnych w łącznym czasie słuchania radia wyniósł ok. 20,5%, rok później stanowił 21,2%, w 1999 roku było to już 22,3%.

* Wielkość audytorium mierzona jest zasięgiem tygodniowym stacji.

Systematycznie rośnie też grupa słuchaczy stacji o tym zasięgu. Jeszcze dwa lata temu (druga połowa 1997 roku) 36,5 % Polaków deklarowało, że przynajmniej raz w tygodniu słucha programu tych stacji. W 1998 roku odsetek słuchaczy zwiększył się do 40,3%. W roku 1999 możemy mówić o dalszym niewielkim zwiększeniu wielkości audytorium stacji lokalnych (41%).

Podsumowując należy stwierdzić, że rok 1999 był kolejnym dobrym rokiem dla stacji ogólnopolskich, zarówno publicznych, jak i koncesjonowanych, bowiem wszystkie, mimo niewielkich przesunień zachowały w zasadzie swą pozycję sprzed roku. Należy też podkreślić wyraźny obserwowany już od pewnego czasu spadek popularności w skali kraju rozgłośni regionalnych radia publicznego. Natomiast stacje lokalne i ponadregionalne systematycznie umacniają swą pozycję na rynku.

Porozumienie „Przyjazne Media”

Porozumienie Polskich Nadawców Telewizyjnych *Przyjazne media* podpisane zostało w siedzibie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji 25 lutego 1999 roku. Pod tekstem porozumienia podpisy złożyli przedstawiciele 7 największych organizacji telewizyjnych w Polsce, reprezentujący następujące spółki: **Telewizja Polska S.A., PTS Polsat S.A., TVN sp. z o.o., Polskie Media S.A. (Nasza Telewizja), Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych (Telewizja Niepokalanów), Polska Korporacja Telewizyjna sp. z o.o. – (Canal +), Polska Telewizja Kablowa.** Porozumienie zostało również podpisane przez przedstawiciela, działającej bez polskiej koncesji, spółki **Wizja TV.** Porozumienie jest, zgodnie z założeniami przyjętymi w czasie prac przygotowawczych, aktem dobrowolnego samoograniczenia nadawców w celu „podjęcia skutecznych działań dla ochrony dzieci i młodzieży przed odbiorem audycji, które mogą zagrażać ich fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi”. Punkt wyjścia dla zawartego Porozumienia stanowią przesłanki etyczne, społeczne, międzynarodowe i prawne (tu przede wszystkim art. 18 ust. 1 i 3 ustawy o radiofonii i telewizji). W oparciu o te przesłanki sygnatariusze zobowiązują się dobrowolnie do: czynienia wszystkiego, „co jest możliwe, by dzieci i młodzież nie były narażone na oglądanie programów, które nie są dla nich odpowiednie; do eliminacji programów eksponujących brutalność i przemoc i programów naruszających powszechnie przyjęte normy obyczajowe oraz do wprowadzenia jednolitego systemu ostrzegania widzów, a szczególnie rodziców dzieci i młodzieży, o potencjalnej szkodliwości programów dla różnych grup wiekowych”. Realizację Porozumienia (a zwłaszcza szybkie wprowadzenie jednolitego kodu oznakowań dla poszczególnych grup wiekowych młodocianych odbiorców programów filmowych i innych audycji fabularnych nadawanych w godzinach między 6.00 i 23.00) zapewniać ma powołanie stałej Komisji Sygnatariuszy Porozumienia *Przyjazne Media*.

Analogiczne Porozumienie oparte o te same zasady, ale dostosowane w szczegółach do specyfiki emisji radiowej, przyjęli następnie nadawcy radiowi. W dniu 15 kwietnia 1999 roku kilkunastu nadawców radiowych podpisało w siedzibie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Porozumienie Polskich Nadawców Radiowych *Przyjazne media (Radio)*.

Należy przypomnieć, że podpisanie Porozumień *Przyjazne media* poprzedzone było ponad roczną wspólną pracą nadawców i KRRiT. Prace nad dostosowaną do warunków polskich platformą samoograniczenia się nadawców celem lepszej ochrony młodocianych widzów rozpoczęto z inicjatywy ówczesnego członka Krajowej Rady dra Jana Szafranca, po spotkaniu zorganizowanym przez KRRiT w gmachu Senatu RP 19 grudnia 1997 roku.

Spotkania odbywały się systematycznie w czasie całego roku 1998. W pracach uwzględniono doświadczenia samoregulacji w krajach Europy Zachodniej oraz specjalnie w tym celu przygotowane opracowania dwóch zespołów naukowych: pod kierunkiem dr. Lucyny Kirwill z Warszawy i prof. dr. Marii Braun-Gałkowskiej z Lublina. W rezultacie tych prac powstały: projekt porozumienia oraz obszerny załącznik, stanowiący katalog zasad kwalifikowania programów telewizyjnych dla różnych kategorii wiekowych dzieci i młodzieży, przyjęte wstępnie 28 stycznia 1999 roku. Podpisanie uzgodnionego tekstu 25 lutego 1999 roku zakończyło proces formułowania zasad Porozumienia i otworzyło czas jego realizacji przez sygnatariuszy.

Pomimo upływu ponad pół roku sygnatariusze Porozumienia *Przyjazne media* nie podjęli działań, do których się zobowiązali. Przewodniczący KRRiT 28 października 1999 roku zaprosił wszystkich sygnatariuszy na spotkanie w siedzibie Krajowej Rady celem przedyskutowania powstałej sytuacji. Przedstawiciele zaproszonych nadawców zgodzili się z oceną, iż realizacja Porozumienia przebiega zbyt wolno i zobowiązali się do podjęcia niezwłocznych działań w celu powołania stałej Komisji Porozumienia Polskich Nadawców Telewizyjnych *Przyjazne media*. W konsekwencji 15 grudnia 1999 roku ukonstytuowała się stała Komisja Sygnatariuszy, a jej pierwszą Przewodniczącą (na okres 3 miesięcy) została wybrana red. Elżbieta Nagłowska - przedstawicielka Telewizji Polskiej S.A. Komisja poinformowała Krajową Radę, iż podjęła intensywne prace nad wypracowaniem jednolitego systemu oznakowania programów dla poszczególnych grup wiekowych młodocianych odbiorców. W celu wymiany informacji i bieżącego kontaktu Przewodniczący Krajowej Rady na zaproszenie nadawców wydelegował jako obserwatora prac Stałej Komisji przedstawiciela Biura KRRiT.

Stała Komisja Sygnatariuszy Porozumienia *Przyjazne media* 9 lutego 2000 roku przedstawiła na piśmie Przewodniczącemu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji swoje propozycje dotyczące jednolitego oznakowania programów w celu pełniejszej ochrony dzieci i młodzieży. W przedstawionym projekcie Komisja Sygnatariuszy odeszła od zawartych w załączniku do Porozumienia modeli rozwiązań i zaproponowała wprowadzenie trzech kategorii oznaczeń: kategoria I (znak zielony) – „**dla wszystkich**”, kategoria II (znak żółty) „**za zgodą rodziców**”, kategoria III (znak czerwony) – „**tylko dla dorosłych**”. W związku z wieloznacznością wprowadzenia kategorii „**tylko dla dorosłych**” odmówił podpisania ustaleń Komisji jeden z sygnatariuszy Porozumienia – przedstawiciel Telewizji Niepokalanów.

Wobec potencjalnej wieloznaczności wprowadzenia w „czasie chronionym” kategorii „**tylko dla dorosłych**” rzecznik prasowy Przewodniczącego KRRiT wydał 18 lutego 2000 roku komunikat prasowy następującej treści: „Uprzejmie informuję, iż KRRiT z satysfakcją wita fakt podpisania przez nadawców porozumienia w sprawie ochrony widzów małoletnich przed scenami gwałtu i przemocy. KRRiT od początku brała udział w przygotowaniu tego porozumienia, uważając, iż zasada samoregulacji nadawców, sprawdzona w krajach o wysokich standardach cywilizacyjnych, jest zjawiskiem cennym i zasługującym na przeszczepienie na grunt Polski. KRRiT przypomina jednak, iż podpisanie przez nadawców powyższego porozumienia w żadnej mierze nie zwalnia nadawców z obowiązku przestrzegania ustawy o radiofonii i telewizji, przede wszystkim zapisów art. 18 (ustęp 3). Głosi on, iż „audycje, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu lub fizycznemu rozwojowi dzieci i młodzieży, nie mogą być rozpowszechniane między godz. 6 rano a godz. 23”.

Przewodniczący KRRiT 22 lutego 2000 roku wystosował list do prezesów stacji telewizyjnych, które parafowały porozumienie w sprawie znaków ostrzegawczych, informując o treści zastrzeżeń skierowanych uprzednio do stałej Komisji Sygnatariuszy. Przewodniczący Krajowej Rady stwierdził, iż „Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako inspirator Porozumienia „Przyjazne media” zawartego 25 lutego 1999 roku poczuwa się do obowiązku współdziałania z sygnatariuszami Porozumienia w celu zapewnienia jak najlepszej ochrony dzieci i młodzieży przed szkodliwym wpływem niektórych programów telewizyjnych. W tym przekonaniu interesują nas szczególnie skutki wprowadzenia nowych oznakowań zaproponowanych przez stałą Komisję Porozumienia „Przyjazne media”, także pod kątem ścisłego respektowania postanowień art. 18 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji. Jednocześnie pozwalam sobie przypomnieć, że Porozumienie zapowiada sprzyjanie wytwarzaniu form stałego publicznego dialogu (...) z odbiorcami, w tym zwłaszcza z rodzicami dzieci i młodzieży, z nauczycielami i wychowawcami oraz z organizacjami wyrażającymi opinie telewidzów. Wydaje się, że byłoby również rzeczą pożyteczną skonsultowanie projektowanego systemu oznakowań z wymienionymi wyżej sektorami opinii publicznej.”

Niezależnie od powyższych działań ostrzegawczych Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, zgodnie ze swymi ustawowymi zadaniami, będzie w najbliższym czasie z uwagą monitorować proces wprowadzania nowych oznaczeń przez nadawców pod kątem zgodności stosowanej praktyki z normami ustawy o radiofonii i telewizji, a zwłaszcza przestrzegania zasady nie emitowania przez nadawców w godzinach między 6.00. a 23.00 programów mogących zagrozić zdrowiu psychicznemu, emocjonalnemu lub fizycznemu dzieci i młodzieży.

III. PODSTAWOWE PROBLEMY PRAWNE RADIOFONII I TELEWIZJI

Wprowadzenie

Problemy prawne w obszarze mediów elektronicznych, szczególnie silnie uwidocznione w 1999 roku, koncentrowały się na dwóch podstawowych zagadnieniach:

- zmianach obrazu sektora audiowizualnego, zachodzących w wyniku gwałtownie rozwijającego się przemysłu usług informacyjnych, w tym przede wszystkim związanych z technologią cyfrową;
- sytuacji na rynku nadawczym w kontekście ochrony własności intelektualnej.

Istotne jest też zwrócenie uwagi na problem zmiany unormowań w zakresie opłat abonamentowych.

Rozwój technologii cyfrowej a radiofonia i telewizja

Wprowadzenie technologii cyfrowej, pozwalającej na przekazywanie programów telewizyjnych o wyższej niż dotychczas jakości i lepsze wykorzystanie pasma przesyłowego w danym kanale, zapoczątkowało na świecie zmiany w funkcjonowaniu tradycyjnych mediów elektronicznych.

Technika cyfrowego przekazu będzie dominować w przyszłości. Brak dostosowania, na polskim rynku audiowizualnym, warunków prowadzenia działalności do zmian technologicznych grozi spadkiem znaczenia krajowych regulatorów, nadawców, operatorów. Powiększy się też zjawisko adresowania usług medialnych do polskich widzów z zagranicy.

Wprowadzenie regulacji prawnych dotyczących telewizji cyfrowej jest warunkiem uruchomienia nadawania naziemnego, a zatem winien to być pierwszy krok na drodze jej wdrażania, tym bardziej, że w Polsce kończy się przydzielanie kanałów telewizyjnych dla emisji analogowej.

W 1997 roku KRRiT przedstawiła rządowi projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji wraz z opracowaniem zagadnień cyfrowych. Jednak te kwestie nie stały się przedmiotem prac parlamentarnych. Podobna sytuacja miała miejsce w 1999 roku. Tym bardziej wydaje się to niekorzystne, iż aktualnie trwają prace parlamentarne nad nowelizacją ustawy o prawie telekomunikacyjnym, a niewątpliwie w dużej części zagadnień winny być

one prowadzone na zasadzie komplementarności i skorelowania propozycji zawartych w obydwu ustawach.

Wdrażanie nowych technologii łączy się nie tylko z określaniem nowych zasad gospodarki częstotliwościami, ale także z zapewnianiem, w warunkach globalizacji rynku, na odpowiednim poziomie, ochrony konsumentów i kultury narodowej, w tym języka. Istotne jest też uwzględnienie instrumentów zapewniających ochronę porządku publicznego i interesów małoletnich.

W celu realizacji tych zamierzeń przede wszystkim istotne jest ustalenie:

- warunków technicznych;
- uprawnień i wzajemnych relacji pomiędzy podmiotami działającymi na rynku;
- kompetencji organów regulacyjnych, a w szczególności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz Ministra Łączności;
- zasad kontroli koncentracji i pluralizmu mediów;
- dostosowania regulacji w zakresie praw autorskich i pokrewnych do nowych warunków.

Podstawowe problemy wymagające regulacji w związku z technologią cyfrową dotyczą rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych z nadajników naziemnych, których uruchomienie nie jest możliwe bez dodatkowych unormowań. Wstępnym warunkiem uruchomienia nadawania naziemnego jest wygospodarowanie odpowiednich zasobów częstotliwości przez Ministra Łączności w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji.

Stosunki między nadawcami a operatorami multipleksów powinny być oparte zasadniczo na podstawach umownych z możliwością interwencji Krajowej Rady jeżeli negocjacje nie prowadzą do zawarcia umowy w rozsądnym terminie. Z punktu widzenia interesów odbiorcy istotne jest aby w regulacji systemu multipleksów odpowiednie miejsce zagwarantować na rozpowszechnianie programów publicznego radia i telewizji.

Regulacja dotycząca „koncesji cyfrowych” powinna zmierzać do umożliwienia równoczesnego nadawania cyfrowego i analogowego przez okres co najmniej kilku lat. Powinna też otwierać perspektywy oraz określać warunki zaniechania nadawania analogowego.

Platformy nadające program z zagranicy podlegają zasadniczo jurysdykcji innych państw. Należy więc też usuwać przeszkody prawne i inwestycyjne, które utrudniają przeniesienie tych platform do Polski.

Zagadnienia wchodzące w obszar cyfrowego nadawania są bardzo złożone, a zakres uregulowań przyjmowanych w związku z cyfryzacją w poszczególnych państwach jest bardzo zróżnicowany. Krajowa Rada będzie śledzić postępy w tym zakresie i adaptować dla potrzeb nowelizacji te rozwiązania, które odpowiadają celom polskiej polityki w sektorze radiowo-telewizyjnym.

Realizacja ochrony praw autorskich i pokrewnych

Informacja dotycząca zagadnień prawa autorskiego w kontekście negocjacji z Unią Europejską w relacji do sektora audiowizualnego

W grudniu 1998 roku Rada Ministrów przyjęła stanowisko negocjacyjne Polski w obszarze „Prawo Spółek”. W zakres tego obszaru wchodzi również ochrona własności intelektualnej. Strona Polska zadeklarowała, iż w celu realizacji standardów wspólnotowych, przed 2002 rokiem zostanie znowelizowana ustawa z 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych .

W przypadku zagadnień związanych z funkcjonowaniem sektora audiowizualnego dostosowanie prawa ochrony własności intelektualnej do prawa Unii Europejskiej oznacza implementowanie postanowień zawartych w następujących aktach:

- dyrektywie 93/98/CEE Rady z 29 października 1993 roku w sprawie harmonizowania czasu trwania ochrony praw autorskich i niektórych praw pokrewnych;
- dyrektywie 92/100/EEC Rady, z 19 listopada 1992 roku dotycząca prawa wynajmu i wypożyczania oraz określonych praw pokrewnych w zakresie własności intelektualnej;
- dyrektywie 93/83/EEC Rady z 27 września 1993 roku w sprawie koordynacji określonych przepisów prawa autorskiego oraz praw pokrewnych w odniesieniu do przekazu satelitarnego i rozpowszechniania kablowego.

Rząd przyjął projekt zmian, 14 września 1999 roku, ukierunkowując go przede wszystkim na harmonizację przepisów wewnętrznych z normami europejskimi. Aktualnie projekt znajduje się w toku prac parlamentarnych i jest rozpatrywany przez podkomisję, powołaną w Komisji Kultury i Środków Przekazu. Niektóre zagadnienia objęte tą nowelizacją mają istotny wpływ na funkcjonowanie sektora audiowizualnego.

Popierając, co do zasady, potrzebę i kierunek zmian, należy także uwzględnić złożoność sytuacji w sferze mediów elektronicznych oraz wziąć pod uwagę fakt, iż propozycje nowelizacyjne zawierają istotne zmiany systemowe. Niektóre zmiany winny przebiegać w sposób stopniowy. Dotyczy to przede wszystkim zniesienia licencji ustawowych i przedłużenia czasu ochrony. Inne zmiany prezentowane w projekcie rozwiązania wymagają szczegółowego rozważenia. Wątpliwości co do konstrukcji prawno - systemowej budzą przede wszystkim propozycje dotyczące organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi oraz rozwiązania prawne w zakresie utworów audiowizualnych.

KRRiT, w zakresie swoich kompetencji, współpracowała z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Zespołem Negocjacyjnym w obszarze „Prawo spółek”, biorąc pod uwagę złożoność zagadnień związanych z ochroną praw twórców i wykonawców w sektorze nadawczym, w kontekście zmian na rynku nadawczym jak i międzynarodowych zobowiązań RP. KRRiT uczestniczy też w pracach podkomisji sejmowej, powołanej do rozpatrzenia projektu nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Nowelizacja ustawy 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego przygotowało projekt nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Projekt został przyjęty przez Radę Ministrów, 14 września 1999 roku. Kilka dni później, 24 września, projekt został przekazany do Sejmu.

Główny cel nowelizacji to dostosowanie prawa polskiego do prawa Wspólnot Europejskich, włącznie ze zmianami systemowymi w zakresie funkcjonowania organizacji zbiorowego zarządzania i Komisji Prawa Autorskiego oraz w zakresie odpowiedzialności karnej.

Krajowa Rada nie obejmuje swoimi kompetencjami kwestii realizacji zobowiązań przyjętych w stanowisku negocjacyjnym oraz nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. KRRiT współdziała natomiast w kształtowaniu strategii oraz systemu prawnego i praktyki legislacyjnej w Polsce, uwzględniając sferę międzynarodowych zobowiązań w obszarze ochrony własności intelektualnej. Niektóre z nowelizowanych zagadnień mają istotne znaczenie dla sektora mediów elektronicznych, a niestety przyjęte rozwiązania budzą wątpliwości.

W sposób zasadniczy uległa na przykład zmianie regulacja dotycząca utworów audiowizualnych.

Aktualna definicja wskazująca, iż w zakres utworów audiowizualnych wchodzi utwory wizualne i audialne, uległa zmianie poprzez skreślenie wyrazów „w tym audialne i wizualne”. Nie zmienia to jednak możliwości interpretacji tego przepisu w sposób uznający, iż dzieła audiowizualne obejmują utwory audialne i wizualne. Nowelizacja ta była próbą terminologicznego ujednoczenia przepisów wewnętrznych z prawem europejskim. Definicja utworu audiowizualnego, a zwłaszcza różne jej pojmowanie (na przykład w ustawie o kinematografii, czy w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych), a także różnice między utworem audiowizualnym a wideogramem, nawet w kontekście zmiany proponowanej w nowelizacji, nie są jasne.

Istotnemu rozszerzeniu ulega art. 6, określający definicje podstawowych pojęć ustawowych. Należałoby jednak rozważyć ujednoczenie terminologii w ramach trzech powiązanych ze sobą systemowo aktów prawnych tj. ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o łączności. Wątpliwości powstają głównie w związku z nowo wprowadzonym terminem „rozpowszechnianie”. Termin ten użyty został w takim znaczeniu, w jakim występuje w ustawie o radiofonii i telewizji. To rozumienie nie przystaje do egzemplifikacji, dokonanej w art. 50 ust. 1 pkt 3 projektu nowelizacji, gdzie obejmuje pola eksploatacji.

Zmiany dotyczące przepisów, zawartych w art. 21 i 24 należą do najistotniejszych i wynikają z potrzeby dostosowania prawa polskiego do standardów unijnych oraz z potrzeby szerszego zabezpieczenia praw twórców. Jednakże zniesienie obowiązujących obecnie ustawowych licencji dla nadawców i operatorów kablowych oraz wprowadzenie w to miejsce systemu obligatoryjnych umów może okazać się przedwczesne. Może to przynieść negatywne skutki z punktu widzenia funkcjonowania sektora nadawczego, na przykład w postaci dodatkowych kosztów dla użytkowników. Należy więc rozważyć, czy zmiany te nie powinny nastąpić w momencie przystąpienia Polski do UE tym bardziej, iż aktualny przepis nie jest

sprzeczny z postanowieniami wiążących Polskę umów międzynarodowych (Akt Paryski Konwencji Berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych z 24 lipca 1971 roku, Międzynarodowa Konwencja o ochronie artystów wykonawców, producentów fonogramów oraz stacji radiowo - telewizyjnych z 26 października 1961 roku - Konwencja Rzymska).

Konstrukcja utworu audiowizualnego, zawarta w art. 69-70 nie jest jasna i powoduje szereg wątpliwości interpretacyjnych, pogłębianych dodatkowo zróżnicowaniem przepisów w poszczególnych dyrektywach unijnych, regulujących ten zakres zagadnień.

Dotyczy to zwłaszcza określenia, zawartego w art. 69, iż za współtwórcę utworu audiowizualnego uznaje się przede wszystkim reżysera, a co do pozostałych istnieje jedynie domniemanie. Nowa redakcja przepisu kładzie więc nacisk na twórczy wkład reżysera.

W art. 70 ust. 1 przewiduje się skreślenie dotychczas obowiązującego ust. 1, określającego, iż autorskie prawa majątkowe przysługują producentowi, a nabycie tychże praw ma charakter pierwotny (ex lege). Proponowana treść statuuje zasadę pochodnego i równoległego nabycia przez producenta majątkowych praw autorskich do niektórych elementów dzieła audiowizualnego.

Z zagadnień ogólnych, mających istotne znaczenie dla sektora mediów elektronicznych, należy przede wszystkim podkreślić zmiany dotyczące przedłużenia okresu ochrony majątkowych praw autorskich, z 50 do 70 lat. Propozycja ta jest zgodna z zaleceniami unijnymi.

Przyjęcie niniejszej zmiany – zwłaszcza jeśli uwzględnić uprzednie wydłużenie okresu ochrony tychże praw, w aktualnie obowiązującej ustawie z 1994 roku – może okazać się przedwczesne. Winno ono nastąpić z momentem wstąpienia Polski do UE, zwłaszcza, że obecny zapis nie narusza innych zobowiązań międzynarodowych RP.

Z uwagi na dostosowanie prawa do standardów wspólnotowych do projektu nowelizacji wprowadzono też nowy sposób obliczania czasu ochrony utworów audiowizualnych.

Przyjęto też nową propozycję odnośnie pól eksploatacji, która jednak budzi szereg wątpliwości. Wyliczenie występujące w proponowanej nowelizacji jest znacznie mniej przejrzyste niż w aktualnie obowiązującej ustawie.

Największe wątpliwości budzi wprowadzenie do art. 50, jako odrębnego pola eksploatacji „przywozu na polski obszar celny”. Przepis ten przesądza o krajowym wyczerpaniu prawa. Wyjątek od tej zasady wprowadza art. 51 ust. 3 dopuszczający regionalne wyczerpanie prawa - w stosunku do krajów z którymi łączy Polskę umowa o utworzeniu strefy wolnego handlu. Są to m.in. EFTA, CEFTA i w przyszłości (bądź aktualnie w zależności od interpretacji zapisów zawartych w Układzie Stowarzyszeniowym) Wspólnota Europejska.

Zgodnie z doktryną międzynarodowego wyczerpania prawa (obowiązującego obecnie na mocy interpretacji art. 51 ust. 3), wprowadzenie egzemplarzy utworu do obrotu przez uprawnionego lub za jego zgodą w jakimkolwiek kraju wyczerpie jego prawa (poza prawem najmu i użyczenia). Doktryna ta opiera się na regule pierwszej sprzedaży. Międzynarodowe

wyczerpanie prawa jest ściśle związane z zagadnieniem importu równoległego, dopuszczalnego na niniejszym gruncie.

Pozytywnie natomiast ocenić należy wprowadzenie do katalogu nowego pola eksploatacji jakim jest zapewnienie dostępu publiczności do utworu tak, by pojedyncze osoby miały dostęp w wybranym przez siebie miejscu i czasie.

Sejm, 15 marca 2000 roku, rozpatrywał sprawozdanie Komisji Kultury i Środków Przekazu. Komisja zdecydowała o ograniczeniu nowelizacji do niektórych, podstawowych zagadnień, związanych z dostosowywaniem prawa polskiego do standardów unijnych. Sejm podtrzymał zgodnie z wolą Komisji skierował projekt do ponownego rozpatrzenia.

W propozycjach nowelizacyjnych występuje poszerzenie i obostrzenie odpowiedzialności karnej za przestępstwa przewidziane w ustawie. Przewidziane w art. 115 przywłaszczenia albo wprowadzenie w błąd co autorstwa utworu albo artystycznego wykonania, może podlegać karze pozbawienia wolności do lat trzech (ust. 3 projektu). Nadto podniesiono do 5 lat karę pozbawienia wolności i wprowadzono system publiczno - skargowy w przypadku przestępstwa określonego w art. 118, będącego odpowiednikiem paserstwa w prawie karnym. Zmiana ta jest skierowana na zwalczanie zjawiska „piractwa” w Polsce.

W projekcie nie znalazły się propozycje dotyczące systemowych zmian funkcjonowania organizacji zbiorowego zarządzania oraz pozycji i funkcji Komisji Prawa Autorskiego.

Budzi to wątpliwości m.in. z uwagi na aktualną sytuację na rynku nadawczym, a zwłaszcza gdy uwzględni się problem wzajemnego zachodzenia uprawnień (pola eksploatacji) przez poszczególne organizacje zbiorowego zarządzania. Rezygnacja z objęcia nowelizacją omawianych zagadnień może skutkować dalszym impasem.

Oplaty abonamentowe

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, obserwuje znaczny spadek wpływów abonamentowych, który może doprowadzić do kryzysu finansowego mediów publicznych w roku 2001. Sugeruje więc rozwiązanie zaistniałej sytuacji m.in. poprzez rezygnację z ustawowego monopolu Poczty Polskiej przy pobieraniu opłat abonamentowych.

Możliwość wyboru, w drodze przetargu publicznego, jednostek odpowiednich do realizacji omawianego zadania, stworzy możliwość negocjacji z instytucjami zainteresowanymi wykonywaniem usług w tym zakresie.

Krajowa Rada uznaje, że propozycja ta ma charakter wyjściowy i oczekuje dyskusji w trakcie kolejnej nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji.

KRRiT bierze pod uwagę, iż w Europie występuje różnorodność systemów poboru abonamentu. W Wielkiej Brytanii abonament płaci się z tytułu posiadania odbiornika telewizyjnego, magnetowidu lub urządzeń do odbioru telewizji satelitarnej w danym gospodarstwie domowym oraz na terenie zakładów pracy i hoteli. Za zbieranie opłat abonamentowych odpowiedzialna jest BBC, która poprzez specjalną instytucję stale aktualizuje dane, wysyła upomnienia, sprawdza stan rachunków, wyszukuje osoby nie płacące

abonamentu, a używające odbiornika. W przypadku uchylania się od opłat sądy mogą ukarać użytkownika odbiornika grzywną. W Szwecji każdy kto posiada, wynajmuje lub pożycza odbiornik telewizyjny (aparat telewizyjny, magnetowid, kamera wideo, komputer z modemem TV) jest płatnikiem abonamentu. Naliczaniem i ściąganiem należnego abonamentu zajmuje się specjalny urząd powołany przez jednostki radia i telewizji. Subskrybentom nieterminowo wnoszącym opłaty wysyłane jest upomnienie, następnie uchybienia skutkują podwyższeniem opłaty, następnie opłaty ściągane są przez policję i karane grzywną. W Danii abonament uiszczany jest przez gospodarstwa domowe i instytucje korzystające z odbiorników radiowych i telewizyjnych. Opłaty zbierane są przez jednego z publicznych nadawców radiowo – telewizyjnych. Obowiązek rejestracji nowych użytkowników odbiorników spoczywa także na przedsiębiorstwach sprzedających odbiorniki. Za nieterminowe opłacanie naliczane są odsetki, a w przypadku braku opłat sprawa trafia na drogę sądową; sprzedawca (lub wynajmujący) może zostać ukarany grzywną w przypadku nie zgłoszenia faktu sprzedaży (wynajęcia).

IV. WARUNKI EKONOMICZNE DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ

Sytuacja na rynku radiowym i telewizyjnym

Rynek radiowy i telewizyjny w Polsce charakteryzuje różnorodność ofert programowych, zaspakajając rozmaite potrzeby i oczekiwania słuchaczy i widzów. Różnorodność i wielość nadawców funkcjonujących na rynku powoduje wzrost konkurencji.

Nadawcy poszukują możliwości dostępu do dodatkowego kapitału oraz współpracy z innymi nadawcami w zakresie wspólnej akwizycji reklam i wspólnych zakupów programowych. W celu utrzymania bieżącej działalności oraz rozwoju stacji, Krajowa Rada jest gotowa zaakceptować różne formy integracji, umożliwiające działanie istniejących podmiotów i zapewniające harmonię rynku.

Na podstawie posiadanych informacji oraz ilości składanych wniosków koncesyjnych przez podmioty już zintegrowane w sieci, można powiedzieć, że proces ich tworzenia nie został jeszcze zakończony. Rynek reklamy potrzebuje takich struktur ze względu na ich alternatywny, w stosunku do stacji ogólnopolskich, charakter. Stacje zintegrowane, proponując niższe ceny emisji reklam są konkurencyjne finansowo, a różnorodność audytorium tych stacji ma znaczenie dla reklamodawców, których celem jest dotarcie do konkretnej grupy docelowej na rynku.

Pomyślność ekonomiczna komercyjnych nadawców zależy od wielkości rynku radiowo-telewizyjnego oraz reklamowego, a także od ilości nadawców funkcjonujących na tym rynku.

Rynek mediów radiofonicznych jest w dużym stopniu nasycony, a - co za tym idzie - tworzenie nowych stacji radiowych jest coraz bardziej ryzykowne. Zwiększające się bariery ekonomiczne wchodzenia na rynek nowych podmiotów powodują, że realizacja nowych przedsięwzięć wymaga większych nakładów finansowych.

Uwzględniając realia rynkowe, Krajowa Rada opowiada się za sukcesywnym rozwojem już istniejących nadawców radiowych, wypełniających zapisy koncesyjne, których programy cieszą się wysokimi wskaźnikami słuchalności oraz posiadających stabilną sytuację finansowo-ekonomiczną, poprzez przyznawanie nowych częstotliwości i, w miarę możliwości, podnoszenie mocy już posiadanych stacji.

Wyniki finansowe osiągnięte przez komercyjnych nadawców radiowych pokazują, iż muszą być oni przygotowani na wieloletnie inwestowanie, zanim zaczną osiągać zyski i będzie możliwy zwrot zainwestowanego kapitału.

Należy zaznaczyć, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji obserwując trudności finansowe wielu stacji lokalnych, w ogłaszanych postępowaniach koncesyjnych ma zamiar promować wartościowe inicjatywy radia samorządowego, spełniającego funkcje integrujące w danym regionie; radia społecznego, którego program związany jest ściśle z życiem miejscowości oraz ciekawe propozycje radia sformatowanego, na którego działalność niezbędne środki finansowe będą pozyskiwane nie tylko z rynku reklamy.

Polski rynek telewizyjny charakteryzuje dość duża różnorodność programowa.

Uwzględniając fakt dokonania podstawowego podziału rynku telewizyjnego, jak również ograniczone możliwości techniczne, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie przewiduje w najbliższym okresie przyznawania koncesji nowym podmiotom na analogową telewizję naziemną. Biorąc pod uwagę ewentualne nowe możliwości nadawcze, Krajowa Rada wyraża wolę działania zapewniającego budowanie zrównoważonej struktury, umożliwiającej stabilny rozwój polskich nadawców.

Z perspektywy wielkich, międzynarodowych korporacji medialnych nasz kraj jest atrakcyjnym, chłonnym rynkiem o dużym potencjale rozwoju, a europejskie akty prawne, których jesteśmy stroną, ułatwiają wejście na polski rynek nadawców spoza granic kraju.

W tej sytuacji tym ważniejsze staje się zadanie konsolidacji i ochrony polskich nadawców, działających na mocy koncesji wydanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, w naziemnym systemie rozsiewczym i poddanych regułom zapisanych w ustawie o radiofonii i telewizji. Dalsze ich istnienie i ciągłość rozwoju zrealizuje postulat pluralizmu mediów w oparciu o samodzielność nadawców i zabezpieczy konstytucyjne prawo obywateli do informacji i wolności słowa.

Na rynku mediów można zaobserwować powstawanie przedsięwzięć o charakterze multimedialnym. Budowanie holdingów multimedialnych pozwala na rozłożenie ryzyka finansowego na różnorodne przedsięwzięcia, ponadto może pomóc sprostać wyzwaniom związanym z postępem w rozwoju technologicznym mediów.

Inicjatywy integracyjne na rynku radiowym

W dotychczasowej działalności stacji radiowych w Polsce najczęściej próbowano budować związki stacji na bazie reklam w celu zdobycia przez nadawców lokalnych części środków przeznaczanych na ogólnopolskie kampanie radiowe. Miało to bezpośredni związek z płytkim rynkiem reklamy w wielu miastach gdzie działają stacje lokalne. Utrzymanie stacji radiowej tylko za pomocą ogłoszeń drobnych i lokalnych form sponsoringu to zadanie prawie nie do wykonania, zwłaszcza w obliczu lokalnej i ogólnopolskiej konkurencji. „Giganci” rynku radiowego, tacy jak publiczna Jedynka oraz komercyjne Radio ZET i RMF FM, pozbawiali lokalne stacje reklam emitowanych w ramach ogólnopolskich kampanii reklamowych. Dodatkowo zagrożenie stwarza możliwości emisji reklam w rozszczepianych pasmach lokalnych u nadawcy ogólnopolskiego RMF FM.

Na polskim rynku mediów radiofonicznych zwiększa się konkurencja pomiędzy nadawcami komercyjnymi. Wynikiem walki o odbiorcę i rynek reklamowy jest nasilający się proces koncentracji. Powstają formalne lub nieformalne porozumienia dotyczące akwizycji reklam, produkcji i zakupów programowych oraz powiązań kapitałowych.

Obecnie można zaobserwować występowanie trzech rodzajów powiązań pomiędzy podmiotami będącymi właścicielami koncesji na emisje programu radiowego o zasięgu lokalnym i regionalnym. Są to: powiązania własnościowe, programowe i reklamowe.

- powiązania własnościowe - występują wtedy, gdy podmiot posiada udziały/akcje w firmach posiadających koncesje lub sam posiada kilka koncesji lokalnych;
- powiązania programowe - polegają na korzystaniu przez kilku nadawców z gotowych audycji lub ich zestawów, produkowanych lub zestawianych przez podmiot trzeci (tzw. wspólne zakupy – Spółka Producentka PLUS). Podmiot ten może być także koncesjonariuszem lub odrębną spółką. Kilka stacji, odrębnych podmiotów może także wspólnie przygotowywać audycję lub ich zestawienie i emitować w tym samym paśmie programowym (stacje z rodziny Eski);
- powiązania reklamowe - związane są ze wspólną sprzedażą czasu reklamowego (najczęściej we wspólnych pasmach programowych), przez jednego przedstawiciela, agencję reklamową lub dom medialny.

Jeszcze innym rodzajem integracji na rynku jest łączenie działalności radiowej z wydawniczą (AGORA S.A.).

Związki pomiędzy nadawcami mogą mieć charakter federacji równoprawnych członków skupionych wokół realizacji określonego celu lub przybrać charakter związków hurtownik-detalista, w którym występuje podmiot inicjujący i kierujący instytucją formalizującą powiązania stacji. Powiązania, o których mowa, mogą występować w różnych konfiguracjach i wariantach, to znaczy łącznie, pojedynczo lub w związkach np. programowe wspólnie z reklamowymi.

Obecnie sieci mogą konkurować tylko w ograniczony sposób, ich oferty są bowiem zbyt mało dostosowane do potrzeb reklamodawców i wykazują co najmniej dwa rodzaje wad:

- po pierwsze, oferują one wspólne pasma programowe w stacjach radiowych rozproszonych po Polsce, a więc nie obejmujących swoim zasięgiem określonego regionu (co utrudnia planowanie kampanii reklamowych),
- po drugie, w ich skład wchodzi stacje radiowe o bardzo różnej słuchalności, od kilkunastu procent do dziesiątych części procenta.

Istnieje więc konieczność swoistego sformatowania sieci, tak by ich oferta była atrakcyjna dla agencji reklamowych układających plany kampanii reklamowych. Jeśli to nastąpi, sieci mogą stać się poważnym konkurentem na rynku reklam dla stacji ogólnopolskich i ponadregionalnych, praktycznie uniemożliwiając stacjom lokalnym dostęp do budżetów ogólnopolskich kampanii reklamowych.

Procesy integracji na polskim rynku radiowym mogą mieć wpływ na jego kształt. W ramach pozytywów można wymienić m.in.:

- poziom emitowanego programu, w tym audycji informacyjnych i publicystycznych (AGORA S.A., ZPR S.A., PLUS);
- poziom technicznego wyposażenia stacji (AGORA S.A.);
- dostęp odbiorców do informacji lokalnych;
- formatowanie stacji poprzez tworzenie ich profilu muzyczno-słownego (AGORA S.A.);
- rozwój rynku reklamy lokalnej.

Negatywne oddziaływanie może polegać na:

- doprowadzeniu do upadku niewielkich stacji lokalnych ze słabym zapleczem finansowym;
- stworzeniu monopolu radiowego – np. informacyjnego i reklamowego (AGORA S.A.: stacje radiowe + Gazeta Wyborcza);
- ujednoczeniu programu (AGORA S.A.);
- zatraceniu lokalnego charakteru stacji.

Na rynku radiowym zaobserwować można funkcjonowanie kilku inicjatyw integracyjnych stworzonych w oparciu o powyższe zasady powiązań lokalnych stacji radiowych. Różnią się one jednak w sposób dość znaczny, dlatego wymagają krótkiego omówienia.

Sieć stacji lokalnych **AGORA S.A.** budowana jest na bazie wspólnoty własnościowej, z samodzielnością programową poszczególnych stacji, ograniczoną jednak poprzez dążenie do ujednoczonego sformatowania programowego stacji w celu stworzenia programu o charakterze muzycznym.

Strategię spółki, deklaracje tworzenia nowych stacji oraz przejmowanie udziałów w stacjach już funkcjonujących, można określić jako inicjatywę budowania sieci rozproszonej.

AGORA S.A. jest obecnie właścicielem 5 stacji radiowych oraz współwłaścicielem 6 stacji lokalnych, w których posiada od 42 do 96% udziałów, a także 1 o charakterze ponadregionalnym.

Celem działania spółki jest wchodzenie do już istniejących lokalnych stacji radiowych, które posiadają ugruntowaną pozycję na rynku lokalnym mierzoną poziomem słuchalności, a które znajdują się w poważnym załamaniu finansowym lub wymagają restrukturyzacji umożliwiającej dalszy rozwój i profesjonalizację programu. Inną formą zdobycia udziału w rynku radiowym stosowaną przez AGORĘ jest występowanie o nowe koncesje radiowe w ramach kolejnych ogłoszeń.

Związki pomiędzy poszczególnymi stacjami opierają się na wspólnocie właścicielskiej poprzez firmę – matkę, która udziela wsparcia finansowego, opracowuje i wdraża programy restrukturyzacyjne, szkoli dziennikarzy i zarządzających radiem. Szansę na przetrwanie i rozwój małych stacji radiowych AGORA widzi w lokalności oraz wyraźnym sformatowaniu programu i dostosowaniu go do oczekiwań słuchaczy (poprzez m.in. badania audytorium oferty programowej uzupełniającej już istniejący rynek radiowy na danym terenie).

Sieć stacji **IP Polska** została zbudowana na bazie współpracy reklamowej z pełną samodzielnością programową stacji wchodzących w jej skład. Ich oferta skierowana do reklamodawców obejmuje wspólne pasma reklamowe lokalnych stacji radiowych sprzedawane wspólnie przez IP Polska.

Typowa inicjatywa sieciowa realizowana przez **ZPR S.A.** to sieć stacji o charakterze regionalnym i lokalnym zbudowana na bazie współpracy reklamowej, programowej i kapitałowej. Stacje wchodzące w jej skład mają zunifikowaną strukturę programową.

Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe S.A. są zaangażowane kapitałowo bezpośrednio, bądź pośrednio poprzez spółki: Radio ESKA Warszawa S.A. oraz ZPR – Express Sp. z o.o.

Są bezpośrednim właścicielem jednej stacji radiowej, pośrednim 4 oraz współwłaścicielem 4 stacji radiowych.

Obok zaangażowania kapitałowego ZPR S.A. w spółkach prowadzących działalność radiową, istnieje także współpraca programowa pomiędzy stacją z rodziny ESEK a stacją, której właścicielem jest osoba fizyczna.

W ramach rozwoju tej koncepcji można zaobserwować wiele różnorodnych działań inicjowanych przez ZPR. Są to m.in.: wystąpienia koncesjonowanych podmiotów - ESEK należących do holdingu ZPR S.A. - o dodatkowe stacje nadawcze (kolejne Ogłoszenia KRRiT), porozumienia reklamowe oraz programowe w zakresie wspólnej oferty reklamowej oraz emisji gotowych bloków programowych. Zauważalne jest także zwiększenie zaangażowania kapitałowego ZPR S.A. w stacjach należących do holdingu.

Powołanie Spółki Producentkiej PLUS, której założycielami było 16 rozgłośni diecezjalnych, zapoczątkowało powstanie sieci radiowej **PLUS**.

Do sieci stacji radiowych, powstałej w listopadzie 1997 roku, organizowanej przez Spółkę Producentką PLUS, należy obecnie 20 diecezji, posiadających 25 koncesji i nadających na 34 częstotliwościach. Do spółki przystąpił także Episkopat Polski wnosząc urządzenia pozwalające na przesył satelitarny programu. Trzonem dziennikarskim spółki jest zespół redakcyjny „Radia Św. Józef” (należącego do Archidiecezji Warszawskiej) oraz dziennikarze „Życia” i Katolickiej Agencji Informacyjnej. Zadaniem spółki jest produkcja programów, głównie informacyjnych i publicystycznych. Wraz z programem przesyłana jest reklama, która w wydzielonych pasmach sprzedawana jest jako wspólny czas reklamowy.

Do sieci przystępują kolejne stacje diecezjalne. Warto zauważyć, że stacje diecezjalne przystępujące do współpracy w ramach sieci PLUS, występują do Krajowej Rady z wnioskami o zmianę nazwy radia, poprzez dodanie słowa „PLUS” oraz umożliwienie emisji reklamy w zakresie ograniczonym do 2% lub 15% dziennego czasu emisji. Sieć jest otwarta na nowe stacje, które chciałyby korzystać z marki handlowej „PLUS” oraz ze wspólnej sprzedaży czasu antenowego, a także audycji wyprodukowanych przez Spółkę Producentką PLUS.

Na podstawie posiadanych informacji oraz ilości składanych wniosków przez podmioty zintegrowane w sieciach można śmiało powiedzieć, że proces ich tworzenia nie został ostatecznie zakończony. Faktem jest jednak, że istnieje rzeczywista potrzeba rynku

reklamy na funkcjonowanie takich struktur, przede wszystkim ze względu na ich alternatywny charakter w stosunku do stacji ogólnopolskich. Nie chodzi tutaj bynajmniej tylko o alternatywę finansową w postaci niższych cen emisji reklam, chodzi tu także o alternatywę związaną z różnorodnością audytorium tych stacji, co ma zasadnicze znaczenie dla reklamodawców, których celem jest dotarcie do konkretnej grupy docelowej na rynku. Wydaje się jednak, że nie ma sensu, bez odpowiedniego sformatowania profilu programowego stacji, mnożenie tego rodzaju bytów, ponieważ nie będą one mogły osiągnąć sukcesu finansowego. Warto także zauważyć, że sieci będą musiały stoczyć walkę o słuchacza, ponieważ obszary ich działalności pokrywają się w znacznym stopniu. Powinno to zaowocować poprawą poziomu emitowanych programów.

Istotnym pytaniem jest, jak stacje lokalne pozostające poza siecią poradzą sobie z rosnącą w siłę konkurencją. Oczywiście nie sposób tego dokładnie przewidzieć, ale z pewnością niektóre z nich znajdą się w trudnej sytuacji finansowej. Dotyczyć to może przede wszystkim tych centrów nadawczych, które są dużymi ośrodkami miejskimi, atrakcyjnymi dla reklamodawców z powodu dużej siły nabywczej ich mieszkańców. Analizując bowiem strukturę reklam emitowanych w radiu, możemy zaobserwować, że przeważają spoty dotyczące towarów masowych, a więc często kupowanych przez konsumentów. Mniejsze ośrodki, pozostające poza zainteresowaniem konstruktorów sieci mogą przetrwać korzystając ze swoistych niszy reklamowych.

Inicjatywy integracyjne na rynku telewizyjnym

Na polskim rynku mediów telewizyjnych można również zaobserwować występowanie powiązań programowych, reklamowych i własnościowych pomiędzy podmiotami będącymi właścicielami koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego.

W tzw. I procesie koncesyjnym Krajowa Rada, doceniając rolę telewizji lokalnej i regionalnej w procesie komunikowania społecznego, postanowiła przeznaczyć dla nadawców lokalnych i regionalnych w zachodniej części Polski część kanałów telewizyjnych małej mocy. W ten sposób powstały sieci regionalne: „Telewizja Dolnośląska” dysponująca obecnie trzema stacjami nadawczymi we Wrocławiu, Świdnicy i Opolu, „Telewizja Legnica” rozpowszechniająca program za pomocą nadajników w Legnicy, Głogowie i Lubinie i „Telewizja Bryza” nadająca w Koszalinie i Szczecinie oraz 4 lokalne stacje telewizyjne: „NTL Radomsko” w Radomsku, „Telewizja Lubañ” w Lubaniu, „Telewizja AVAL” w Jeleniej Górze i „Telewizja Wigor” w Gorzowie Wielkopolskim.

Z kilkuletnich doświadczeń stacji telewizyjnych o zasięgu lokalnym wynika, że ze względu na wysokie koszty uruchomienia działalności oraz płytkość rynku reklamowego mają one problemy z osiąganiem dochodów, które pozwoliłyby na rozwój infrastruktury technicznej oraz finansowanie kosztownej produkcji krajowej. Istniejące stacje lokalne oparły swoją działalność programową na współpracy w ramach Stowarzyszenia Prywatnych Telewizji Lokalnych. Dominującą rolę w stowarzyszeniu odgrywa najsilniejsza ekonomicznie Telewizja Dolnośląska. Współpraca w ramach tzw. projektu „ODRA” obejmuje wspólną akwizycję reklam, wspólne zakupy programowe oraz produkcję audycji.

Konsekwencją powiązań programowych i reklamowych są silne powiązania kapitałowe pomiędzy przodującą Telewizją Dolnośląską a pozostałymi podmiotami biorącymi udział w projekcie „ODRA”.

Nadawcy emitujący programy telewizyjne z zagranicy na teren Polski zainteresowani są współpracą z koncesjonowanymi nadawcami krajowymi. Jednoczesna emisja audycji zakupionych przez „Naszą Telewizję” i „RTL 7” u producentów CLT i UFA daje możliwość zwiększenia zasięgu oferty programowej na rynek polski o sieć nadajników naziemnych.

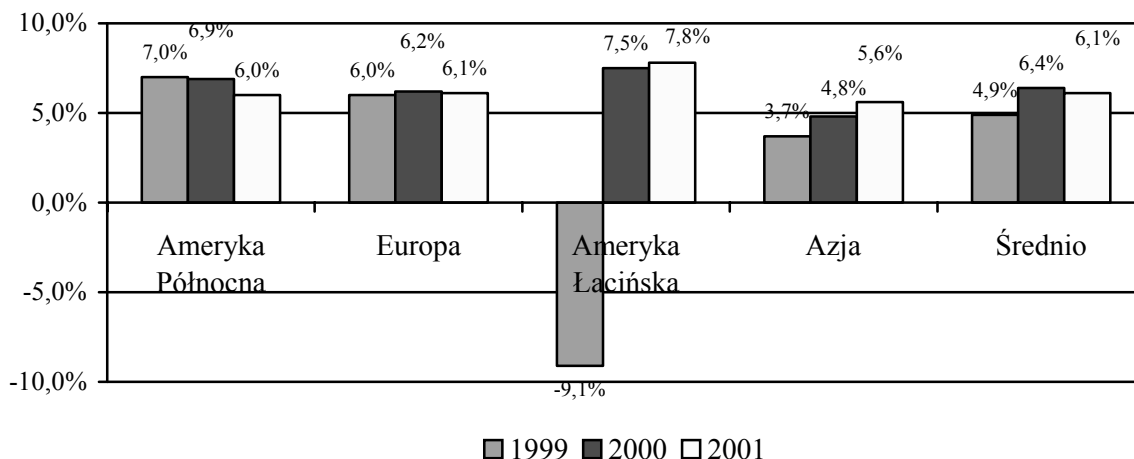
Wśród telewizyjnych nadawców ponadregionalnych związki programowe i właścicielskie istnieją pomiędzy spółkami TVN i Telewizja WISŁA - emitującą program pod nazwą „TVN POŁUDNIE”. Emitowany jest wspólny program z elementami regionalnymi. Spółka TVN posiada pakiet kontrolny w TV WISŁA Sp. z o.o.

Analiza i perspektywy rozwoju rynku reklamowego

Jak wynika z dorocznego rankingu zamieszczonego w styczniowym numerze Advertising Age International, nie sprawdziły się pesymistyczne prognozy na 1999 rok dla światowego przemysłu reklamowego. Zgodnie z wynikami przedstawionymi przez amerykańskich specjalistów z Zenith Media Worldwide, światowe wydatki na reklamę (łącznie z reklamą pocztową, sklepową i różnymi formami reklamy bezpośredniej) osiągnęły w 1999 r. rekordową wartość 680 mld USD. Opublikowana prognoza światowych wydatków na reklamę przewiduje na lata 2000-2001 dalszy ich wzrost, za wyjątkiem Ameryki Północnej. Stanie się tak dzięki spodziewanemu przełamaniu kryzysu ekonomicznego w Azji, pomimo, że Japonia, której udziały w tym rynku wynoszą 60%, będzie ten wzrost spowalniać, osiągając jedynie 1% wzrostu rocznie.

Wzrost wydatków na reklamę [w %]

REGION	1999	2000	2001
Ameryka Północna	7,0%	6,9%	6,0%
Europa	6,0%	6,2%	6,1%
Ameryka Łacińska	-9,1%	7,5%	7,8%
Azja	3,7%	4,8%	5,6%
Średnio	4,9%	6,4%	6,1%



Z prognozy wynika, że Europa stopniowo przełamując będzie załamanie wzrostu spowodowane kryzysem rosyjskim. W tegorocznej prognozie, w gronie państw o największym wzroście wydatków na reklamę z Europy Środkowowschodniej znalazły się jedynie Węgry (14,9%). Polska mimo, że nie została umieszczona w amerykańskim rankingu, ma duże szanse na dalszy wzrost wydatków na reklamę, chociaż nie tak jak prognozowano w roku ubiegłym. Specjaliści szacują, że **w Polsce w 2000 roku wzrost nie przekroczy 20%** i będzie - tak jak w państwach zachodnioeuropejskich - uwarunkowany wzrostem rozwoju gospodarczego. Ekspertcy uważają, że skończyły się pionierskie czasy polskiej reklamy, rynek wyszedł z fazy początkowego, bardzo wysokiego wzrostu i wszedł w fazę stabilności i będzie uwarunkowany koniunkturą gospodarczą.

W Polsce w roku 1999 odnotowano niespełna ok. 27% wzrost wydatków na reklamę. Jest on prawie dwukrotnie mniejszy niż w 1998 r. Na początku minionego roku analitycy nie przewidywali takiego obniżenia tempa wzrostu mimo, że odczuwalny był już u nas kryzys rosyjski. Wiązano duże nadzieje z kampanią reklamową Otwartych Funduszy Emerytalnych. Po stosunkowo wysokich nakładach na reklamę na przełomie I i II kwartału, fundusze znacznie ograniczyły swoje wydatki związane z promocją i reklamą. Mogło to wynikać również z szeroko nagłośnionej w mediach niekorzystnej sytuacji ZUS, która przyczyniła się do zwiększenia liczby klientów OFE.

Podobnie jak w latach ubiegłych, w 1999 r. najwięcej wydano w Polsce na reklamę telewizyjną. Według monitorującej telewizję firmy AGB, na reklamę telewizyjną wydano 3,97 mld zł brutto, (tj. zgodnie z cennikiem, bez uwzględnienia rabatów). Na reklamę w telewizji publicznej w obu programach ogólnopolskich i programach regionalnych wydano łącznie ok. 1598 mln zł, a na reklamę w programach Polsat i Polsat 2 łącznie 1421 mln zł. Pomimo ograniczonego zasięgu technicznego bardzo znaczący wzrost, o ok. 250 mln zł, osiągnęła TVN. Podział wpływów z reklamy w poszczególnych stacjach telewizyjnych przedstawia poniższa tabela.

PROGRAM	Wydatki na reklamę* [w zł]		Dynamika Zmian %
	1998 r.	1999 r.	
TVP1	900 601 675	1 096 288 550	21,7
TVP2	331 646 980	487 954 745	47,1
TVP Oddziały Terenowe	1 782 320	13 934 710	681,9
Polsat	1 231 017 193	1 382 580 865	11,0
Polsat 2	11 891 973	38 145 573	220,8
TVN	451 020 835	704 865 180	56,3
Nasza TV	95 756 655	76 485 106	-20,1
CANAL+	3 252 290	5 609 980	72,5
RTL 7	81 471 332	126 950 471	55,8
Polonia 1	25 669 650	33 855 980	31,9
Razem	3 134 110 904	3 966 671 160	26,6

* są to szacunkowe wydatki brutto w 1998 i 1999 roku. Opracowano je na podstawie danych uzyskanych z AGB Polska S.A. (obliczonych zgodnie z cennikiem, nie uwzględniając rabatów). Otrzymane tą metodą dane są szacunkowe i mogą wystąpić istotne różnice w stosunku do rzeczywistych wpływów.

Wydatki (brutto) największych reklamodawców w 1998 i 1999 r.

Reklamodawca	1998 r.			1999 r.		
	wydatki na reklamę w mln zł	udział w wydatkach w %	miejsce wg wydatków	wydatki na reklamę w mln zł	udział w wydatkach w %	miejsce wg wydatków
PROCTER & GAMBLE	341,7	11,0%	1	277,4	7,0%	1
UNILEVER	149,5	4,8%	2	169,2	4,3%	2
BENCKISER	97,7	3,1%	3	165,7	4,2%	3
COTY	49	1,4%	15	86,3	2,2%	4
KRAFT JACOBS SUCHARD	48,9	1,6%	10	85,4	2,2%	5

Pierwsza trójka największych reklamodawców telewizyjnych z 1998 r. utrzymała swoje pozycje również w 1999 r. pomimo, że jeden z największych światowych reklamodawców - Procter & Gamble prawie o 1/4 ograniczył w Polsce wydatki na reklamę w tym medium.

Oprócz wpływów z reklamy, telewizje odnotowały również wpływy ze sponsoringu. Nie są to jednak sumy znaczące i nie przekraczają kilku procent wpływów z reklamy. W telewizji publicznej osiągnęły ok. 5%, w Polsacie wg szacunku AGB niespełna 2%, a w TVN 2,6%.

Nakłady reklamodawców na emisje reklam w radiu wyniosły ok. 500 mln zł brutto. Najwięcej wydano na reklamę w RMF FM ok. 180 mln zł (w roku '98 ok. 130 mln zł.), w Radiu Zet 124 mln zł (w roku '98 ok. 135 mln zł.), w 17 rozgłośniach regionalnych Polskiego Radia S.A. razem: ok. 40 mln zł, w Programie 1 i 3 PR S.A. razem ok. 32 mln zł. Wpływy za reklamę w RMF FM i Radiu Zet, za rok 1998 i 1999 są danymi oszacowanymi przez firmę Expert Media na podstawie cenników i sprzedaży czasu reklamowego.

Na wysoki wzrost wpływów RMF FM wpłynęła autopromocja oceniana na ok. 42 mln zł.

Udział lokalnych komercyjnych nadawców radiowych szacowany jest na ok. 125 mln zł, podczas gdy w roku 1998 wyniósł ok. 94 mln zł, a zatem odnotowano w tym segmencie reklamy radiowej 32% wzrost.

Wzrost wydatków na reklamę prasową był procentowo nieco większy niż średnia i wyniósł ok. 31%. Jednak prognozy z początku roku były bardziej optymistyczne. Wiązano je z Otwartymi Funduszami Emerytalnymi, które wydały niespełna 400 mln zł na reklamę we wszystkich mediach, ale jedynie 21% tej sumy przeznaczyły na prasę. Na reklamę prasową wydano ok. 3 mld zł brutto, ale analitycy szacują, że po uwzględnieniu rabatów wydatki kształtują się na poziomie ok. 1,7 mld zł.

Na reklamę zewnętrzną (outdoor) wydano, wg firmy badawczej Media Watch 536 mln zł brutto. Szacuje się, że wzrost wydatków był zbliżony do inflacji, a udział reklam OFE stanowi ok. 7% tej kwoty.

Reklama kinowa w 1999 r. odnotowała największy (procentowo) wzrost wydatków – prawie 64%. Wyniosło to niespełna 12 mln zł, a udział tego medium w całym rynku stanowi jedynie 0,2%.

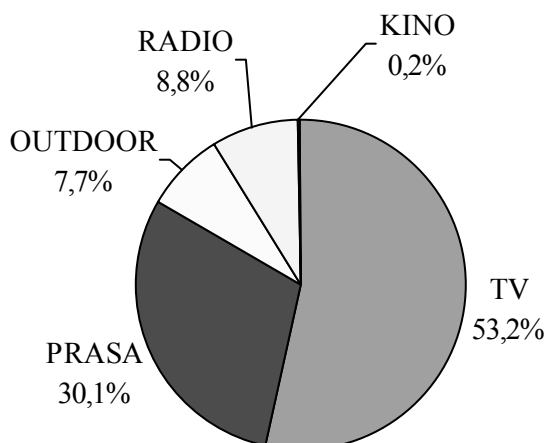
Wydatki na reklamę w polskim Internecie są szacowane na 8 mln zł. Rynek ten w Polsce jest we wczesnej fazie rozwoju. Analitycy oczekują na dynamiczny rozwój reklamy w polskim internecie w latach późniejszych. W roku 2000 przewidują jeszcze wydatki na poziomie 10-15 mln zł.

Porównanie wydatków na reklamę w mediach

	WYDATKI NA REKLAMĘ W MEDIACH*		
	[w mln zł]		
	1998 r.	1999 r.	% wzrostu
TV	2 391,9	3 025,2	26,5
PRASA	1 297,2	1 711,3	31,2
OUTDOOR	401,1	437,8	9,1
RADIO	392,0	500,4	27,7
KINO	7,2	11,8	63,9
RAZEM	4 489,4	5 686,5	26,5

*szacunkowe wydatki na reklamę netto (z uwzględnieniem rabatów) na podstawie Optimum Media i materiałów własnych KRRiT

Udział mediów w wydatkach na reklamę w 1999



Wnioski dotyczące rynku reklamy radiowo-telewizyjnej:

- polski rynek reklamowy zakończył okres pionierski, osiągnął europejskie standardy i dalszy jego rozwój uwarunkowany będzie wzrostem gospodarczym Polski;
- rok 1999 przebiegał pod znakiem bessy wynikającej z kryzysu rosyjskiego i hossy, (mniejszej niż się spodziewano) wynikającej z funduszy emerytalnych;
- obniżające się tempo wzrostu wydatków na reklamę spowodowało zaostrzenie konkurencji na rynku mediów;
- w związku z sytuacją gospodarczą kraju, nie należy się spodziewać (jak w ostatnich latach) kilkudziesięcioprocentowych wzrostów wydatków na reklamę;
- udział telewizji w rynku reklamowym jest stabilny a koszty emisji reklam kształtują się na poziomie zbliżonym do rynków w porównywalnych państwach europejskich;
- TVN skutecznie (mimo ograniczonego zasięgu technicznego) konkuruje z telewizjami ogólnopolskimi zwiększając oglądalność i wpływy z reklamy;

- stabilizuje się sytuacja na rynku radiowym. W latach 2000-2002 przewidywany jest udział radia w reklamie na ogólnoeuropejskim poziomie 7-8%;
- rośnie zainteresowanie stacjami lokalnymi, w wyniku czego ich udział w rynku reklamy radiowej wzrasta;
- przewiduje się, iż platformy cyfrowe (Cyfra+, Wizja TV i kanały tematyczne Polsatu) w ciągu najbliższych kilku lat nie spowodują zmian na rynku reklamy, mimo powiększenia oferty o programy radiowe.

Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych

Na podstawie ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji od 1994 roku działa 19 nadawców publicznych: 18 spółek radiofonii publicznej oraz Telewizja Polska S.A. Zgodnie z art. 31 ww. ustawy przychodami nadawców publicznych, z których finansowana jest ich działalność, są wpływy pochodzące z:

- opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek za zwłokę w ich uiszczaniu, kar za używanie nie zarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych,
- obrotu prawami do audycji,
- reklam i audycji sponsorowanych,
- innych źródeł.

Przychodami spółek publicznej radiofonii i telewizji mogą być również dotacje z budżetu państwa.

Przychody abonamentowe

W poszczególnych latach okresu 1994 - 1999 stosowany był następujący klucz podziału wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych) pomiędzy radiofonię i telewizję publiczną:

	<u>Telewizja</u> <u>Polska S.A.</u>	<u>Radiofonia</u> <u>Publiczna</u>
1994 rok	67%	33%
1995 rok	60%	40%
1996 rok	60%	40%
1997 rok	62%	38%
1998 rok	60%	40%
1999 rok	60%	40%

Radiofonia publiczna

Zmiana klucza podziału wpływów abonamentowych na rzecz radiofonii publicznej spowodowana była koniecznością rozbudowy i modernizacji posiadanej przez te spółki bazy techniczno-produkcyjnej.

Potrzeba ta wynikała z nie dofinansowania obecnych spółek radiofonii publicznej w latach poprzednich, gdy funkcjonowały do połowy 1993 roku w ramach struktur Komitetu ds. Radia i Telewizji oraz państwowej jednostki organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja”.

W latach 1994 - 1999 dla spółek regionalnej radiofonii publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) przekazano środki wyodrębnione na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych o charakterze rozwojowym, odpowiednio: 1994 rok - 8,9%, 1995 rok - 8,8%, 1996 rok - 16,7%, 1997 rok - 11,5%, 1998 rok - 20,4%, 1999 rok – 24,9% środków ogółem.

Należy odnotować, iż od 1996 roku Krajowa Rada, wydzielając środki na finansowanie inwestycji rozwojowych, określała ich przeznaczenie (na podstawie zaakceptowanych planów inwestycyjnych spółek regionalnej radiofonii publicznej) na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych związanych z budową docelowej siedziby (Gdańsk, Koszalin, Kraków) lub rozbudową siedziby (Katowice, Łódź, Olsztyn, Poznań, Zielona Góra) oraz modernizacją ciągów technologiczno-produkcyjnych w pozostałych spółkach.

W 1999 roku zakończono wyodrębnianie środków z tego tytułu, jedynie w przypadku Radia Koszalin S.A. przy określaniu na 2000 rok wpływów pozaabonamentowych na finansowanie inwestycji rozwojowych wydzielono kwotę w wysokości 385 tys.zł z przeznaczeniem na dokończenie finansowania przedsięwzięcia inwestycyjnego związanego z budową siedziby spółki.

Dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w latach 1998-1999 roku przyznane zostały dodatkowe środki z wpływów abonamentowych w wysokości 31,0 mln. zł na częściowe finansowanie zadania inwestycyjnego związanego z budową i wyposażeniem Radiowego Centrum Nadawczego I Programu PR w Solcu Kujawskim. Na 2000 rok pozostała jeszcze do przekazania na ten cel kwota 9,0 mln zł.

Ponadto, zgodnie z ustaleniami zawartymi w ustawie o radiofonii i telewizji Krajowa Rada w ramach kwoty wpływów abonamentowych prognozowanych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 1999 rok wyodrębniła środki na finansowanie kosztów rozpowszechniania programów dla zagranicy w wysokości 4,0 mln zł (w 1997 roku – 3,6 mln zł, w 1998 roku – 4,1 mln zł).

W 1999 roku, zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 204 z 26 czerwca 1998 roku oraz Nr 204 z 19 marca 1999 roku, przekazano spółkom radiofonii publicznej środki z rachunku bankowego KRRiT wpływów abonamentowych w łącznej wysokości 316.560,5 tys. zł (bez środków na finansowanie RCN w Solcu Kujawskim). Natomiast wpływy pozaabonamentowe zostały przekazane, zgodnie z uchwałą KRRiT Nr 347/98 z 30 września 1998 roku, spółkom regionalnej radiofonii publicznej w łącznej wysokości 9.128,6 tys. zł. Ponadto uchwałą KRRiT Nr 797/99 z 21 grudnia 1999 roku w sprawie ustalenia sposobu wykorzystania środków z wpływów uzyskanych poza opłatami abonamentowymi od rejonowych urzędów Poczty Polskiej z tytułu rozliczenia różnicy w związku z obniżeniem umownego wynagrodzenia za usługi świadczone w 1999 roku z 6,8 % na 6,6 % została rozdysponowana kwota w wysokości 1.636 tys.zł, z której 1.136 tys.zł przeznaczono dla 17 spółek regionalnej radiofonii publicznej oraz 500 tys.zł przeznaczono dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na częściowe sfinansowanie kosztów bieżących związanych z RCN w Solcu Kujawskim.

Telewizja publiczna

Wobec niemożliwości finansowania kosztów bieżących TV Polonia z budżetu państwa (pomimo zapisów w ustawie o radiofonii i telewizji MSZ nie finansował ze swojego budżetu nawet części emitowanego programu), Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach wpływów abonamentowych określonych dla Telewizji Polskiej S.A. wyodrębniła na 1999 rok kwotę 35,0 mln zł na finansowanie działalności tego programu (w 1998 roku – 30,7 mln zł).

Natomiast rzeczywiste wydatki na finansowanie TV Polonia wyniosły w 1999 roku około 33,1 mln zł, tj. o 14,9% więcej w porównaniu do 1998 roku (około 28,8 mln zł).

Ponadto zgodnie z ustaleniami ustawy o radiofonii i telewizji Krajowa Rada określiła minimalną kwotę wpływów abonamentowych na finansowanie audycji tworzonych przez oddziały terenowe Spółki do rozpowszechniania na antenie ogólnokrajowej zgodnie z wnioskiem Zarządu TVP S.A. w wysokości 16,2 mln zł (w 1998 roku – 49,0 mln zł). Natomiast Zarząd Spółki przeznaczył na ten cel wpływy abonamentowe w wysokości 86,1 mln zł, tj. o 1,3% więcej w porównaniu do 1998 roku (około 85,0 mln zł).

Wpływy abonamentowe określone przez Krajową Radę dla oddziałów terenowych TVP S.A. na finansowanie programów regionalnych i w rozłącznej sieci „Dwójki” na poziomie minimalnym wynosiły w 1999 roku – 165,0 mln zł (w 1998 roku – 156,6 mln zł). Natomiast Zarząd Spółki przeznaczył na ten cel wpływy abonamentowe w 1999 roku w kwocie 183,7 mln zł, tj. o 14,6 % więcej w porównaniu do 1998 roku (160,3 mln zł).

W latach 1994 - 1999 na finansowanie nadawców publicznych przekazywane były środki zgromadzone na wyodrębnionym rachunku bankowym KRRiT z tytułu:

- wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych),
- wpływów pozaabonamentowych (z odsetek za zwłokę w uiszczaniu opłat abonamentowych, kar za używanie nie zarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek od Rejonowych Urzędów Poczty Polskiej za nieterminowe przekazywanie wpływów z opłat abonamentowych, odsetek bankowych od kapitalizacji środków, które gromadzone były na rachunku KRRiT).

Rozdział środków z tego rachunku na jednostki radiofonii i telewizji publicznej prezentuje poniższe zestawienie:

TREŚĆ	w tys. zł						Dynamika zmian w % (kol.7:2)
	1994 rok wykonanie	1995 rok wykonanie	1996 rok wykonanie	1997 rok wykonanie	1998 rok wykonanie	1999 rok wykonanie	
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Wpływy abonamentowe Razem,	430 703	524 249	633 878	703 024	766 760	803 500	186,6
z tego:							
1. RCN Polskiego Radia w Solcu Kujawskim	-	-	-	-	15 000	16 000	x
2. Radio Kraków	-	-	-	-	-	2 539	x
3. Telewizja Polska S.A.	288 534	314 550	380 326	435 875	451 602	470 939	163,2
4. Jednostki radiofonii							

IV. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej

publicznej, razem	142 169	209 699	253 552	267 149	300 158	314 022	220,9
z tego:							
a) Polskie Radio S.A.	82 452	121 547	141 387	151 402	156 669	163 534	198,3
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	59 717	88 152	112 165	115 747	143 489	150 488	252,0
II. Wpływy poza- Abonamentowe, razem	7 732	9 025	11 121	10 306	13 722	9 129	118,1
z tego:							
1. Telewizja Polska S.A.	-	1 190	-	-	-	-	x
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem,	7 732	7 835	11 121	10 306	13 722	9 129	118,1
z tego:							
a) Polskie Radio S.A.	300	948	-	933	893	-	-
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	7 432	6 887	11 121	9 373	12 829	9 129	122,8
III. RAZEM środki Przekazane z rachunku KRRiT (I+II),	438 435	533 274	644 999	713 331	780 482	812 629	185,3
z tego:							
1. RCN Polskiego Radia	-	-	-	-	15 000	16 000	x
2. Radio Kraków	-	-	-	-	-	2 539	x
3. Telewizja Polska S.A.	288 534	315 740	380 326	435 875	451 602	470 933	163,2
4. Jednostki radiofonii publicznej, razem	149 901	217 534	264 673	277 456	313 880	323 151	215,6
z tego:							
a) Polskie Radio S.A.	82 752	122 495	141 387	152 335	157 562	163 534	197,6
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	67 149	95 039	123 286	125 121	156 318	159 617	237,7

W latach 1994-1999 odnotowano następujący coroczny przyrost wpływów abonamentowych dla radiofonii i telewizji publicznej:

w %

TREŚĆ	<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	9,0%	20,9%	14,6%	3,6%	4,3%
2. Jednostki publicznej radiofonii, razem:	47,5%	20,9%	5,4%	18,0%	5,5%
z tego:					
1) Polskie Radio S.A. w Warszawie	47,4%	16,3%	7,1%	13,4%	4,6%
2) Spółki regionalnej radiofonii	47,6%	27,2%	3,2%	24,0%	6,6%
3. RAZEM Spółki radiofonii i telewizji	21,7%	20,9%	10,9%	9,1%	4,8%

W omawianym okresie, tj. w ciągu minionych 6-ciu lat z rachunku bankowego KRRiT przekazano spółkom radiofonii i telewizji publicznej środki w łącznej wysokości:

3 923 150 tys. zł

z tego:

- wpływy abonamentowe 3 862 114 tys. zł (98,4%)
- wpływy pozaabonamentowe 61 036 tys. zł (1,6 %)

Środki te otrzymały:

1. Telewizja Polska 2 343 016 tys. zł (tj. 59,72 %)
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem 1 580 134 tys. zł (tj. 40,28 %)

z tego:

- Polskie Radio S.A. w Warszawie 851 065 tys. zł (tj. 21,69 %)
- spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 729 069 tys. zł (tj. 18,59 %)

Poziom procentowego udziału telewizji oraz poszczególnych jednostek radiofonii publicznej we wpływach abonamentowych ogółem w latach 1994 - 1999 był zmienny i przedstawiał się następująco:

TREŚĆ	Wykonanie w tys. zł						struktura procentowa wykonania					
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1994	1995	1996	1997	1998	1999
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
OGÓLEM	430 703	524 249	633 878	703 024	766 760	803 500	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
P.R. – Solec Kujawski	0,00	0,00	0,00	0,00	15 000	16 000	0,00	0,00	0,00	0,00	1,956	1,991
Radio Kraków	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2 539	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,316
Do podziału na spółki radiofonii i telewizji	430 703	524 249	633 878	703 024	751 760	784 961	100,00	100,00	100,00	100,00	98,044 przyjęte za 100,00	97,693 przyjęte za 100,00
z tego:												
TELEWIZJA POLSKA S.A.	288 534	314 550	380 326	435 875	451 602	470 939	66,991	60,000	60,000	61,994	60,073	59,995
RADIOFONIA PUBLICZNA	142 169	209 699	253 552	267 149	300 158	314 022	33,009	40,000	40,000	38,006	39,927	40,005
z tego:												
1). POLSKIE RADIO S.A.	82 452	121 547	141 387	151 402	156 669	163 534	19,144	23,185	22,305	21,534	20,840	20,834
2). SPÓŁKI REGIONALNE	59 717	88 152	112 165	115 747	143 489	150 488	13,865	16,815	17,695	16,472	19,087	19,171
z tego:												
BIAŁYSTOK	3 318	5 504	5 965	7 104	7 164	7 222	0,770	1,050	0,941	1,010	0,953	0,920
BYDGOSZCZ	3 513	4 912	5 724	6 105	7 118	7 323	0,816	0,937	0,903	0,869	0,947	0,933
GDAŃSK	2 342	4 425	7 188	6 436	10 722	14 976	0,544	0,844	1,134	0,916	1,426	1,908
KATOWICE	4 391	5 893	7 822	7 807	9 772	8 152	1,019	1,124	1,234	1,110	1,300	1,038
KIELCE	3 903	5 410	6 161	6 281	6 787	6 457	0,906	1,032	0,972	0,893	0,903	0,823
KOSZALIN	3 024	4 425	7 138	6 246	8 830	13 307	0,702	0,844	1,126	0,888	1,175	1,695
KRAKÓW	3 513	4 912	8 164	7 856	13 561	13 326	0,816	0,937	1,288	1,118	1,804	1,698

LUBLIN	4 391	5 410	6 700	7 285	8 965	8 367	1,019	1,032	1,057	1,040	1,193	1,066
ŁÓDŹ	3 903	5 992	6 941	7 413	9 049	6 126	0,906	1,143	1,095	1,054	1,204	0,780
OLSZTYN	3 513	4 619	5 914	6 448	7 337	8 632	0,816	0,881	0,933	0,922	0,976	1,100
OPOLE	3 024	4 425	5 382	5 718	6 869	6 525	0,702	0,844	0,849	0,814	0,914	0,831
POZNAŃ	3 903	5 699	7 042	7 202	8 626	8 518	0,906	1,087	1,111	1,025	1,147	1,085
RZESZÓW	3 513	4 519	5 578	5 437	6 304	6 978	0,816	0,862	0,880	0,773	0,839	0,889
SZCZECIN	3 025	4 912	5 863	6 049	6 514	6 769	0,702	0,937	0,925	0,860	0,867	0,862
WARSZAWA	3 708	6 385	6 941	7 491	7 789	8 544	0,861	1,218	1,095	1,066	1,036	1,088
WROCLAW	3 708	6 385	8 114	8 968	12 314	12 785	0,861	1,218	1,280	1,277	1,638	1,629
ZIELONA GÓRA	3 025	4 325	5 528	5 901	5 768	6 481	0,702	0,825	0,872	0,840	0,767	0,826

Począwszy od 1996 roku środki z wpływów abonamentowych dzielone były na poszczególne spółki regionalnej radiofonii publicznej na podstawie algorytmu podziału akceptowanego wcześniej przez Krajową Radę.

Dynamika wpływów abonamentowych w jednostkach publicznej radiofonii i telewizji w latach 1994-1999 przedstawia się następująco:

TREŚĆ	wykonanie						w tys. zł
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Dynamika zmian w % 99/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM	430 703	524 249	633 878	703 024	766 760	803 500	186,56
z tego:							
TVP S.A.	288 534	314 550	380 326	435 875	451 602	470 939	163,22
Radiofonia publiczna	142 169	209 699	253 552	267 149	315 158*	332 561*	233,92
z tego:							
POLSKIE RADIO	82 452	121 547	141 387	151 402	171 669*	179 534*	217,74
Spółki regionalne	59 717	88 152	112 165	115 747	143 489	153 027*	256,25

* z uwzględnieniem środków przeznaczonych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na budowę i wyposażenie RCN w Solcu Kujawskim oraz środków przyznanych spółce „Radio Kraków” S.A. uchwałą KRRiT Nr 204/99

Wielkości zawarte w powyższej tabeli zawierają kwoty wpływów abonamentowych według wartości nominalnej. Jeśli natomiast uwzględni się wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1995-1999 (rok 1995 - 27,8%, 1996 19,9%, 1997 - 14,9%, 1998 - 11,8%, 1999 - 7,3%), to realny przyrost wpływów abonamentowych w latach 1994 - 1999 przedstawia się następująco:

TREŚĆ	w tys. zł						Dynamika zmian w % 99/94
	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM	909 682	866 400	873 710	843 357	822 733	803 500	88,33
z tego:							
TVP S.A.	609 409	519 841	524 225	522 882	484 569	470 939	77,28
Radiofonia publiczna	300 273	346 559	349 485	320 475	338 164*	332 561*	110,75

z tego:							
POLSKIE RADIO	174 146	200 875	194 882	181 624	184 201*	179 534*	103,09
Spółki regionalne	126 127	145 684	154 603	138 852	153 964	153 027*	121,33

* z uwzględnieniem środków przeznaczonych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na budowę i wyposażenie RCN w Solcu Kujawskim oraz środków przyznanych spółce „Radio Kraków” S.A. uchwałą KRRiT Nr 204/99

¹⁾ faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

²⁾ faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

³⁾ faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,149 x 1,118 x 1,073

⁴⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073

⁵⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073

Jak wynika z informacji zawartych w powyższej tabeli realna wartość wpływów abonamentowych ogółem przekazanych do jednostek publicznej radiofonii i telewizji w 1999 roku ukształtowała się następująco:

spadła o 11,67% w porównaniu z 1994 rokiem

z tego:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie spadła o 22,72% w porównaniu z 1994 rokiem;
- dla radiofonii publicznej wzrosła o 10,75% w porównaniu z 1994 rokiem;

z tego:

- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie wzrosła o 3,09% w porównaniu z 1994 rokiem;
- dla spółek radiofonii regionalnej wzrosła o 21,33% w porównaniu z 1994 rokiem.

Przychody z reklamy

W latach 1994 - 1999 spółki radiofonii i telewizji publicznej uzyskały przychody ze sprzedaży czasu reklamowego w łącznej wysokości: 4 478 882,6 tys. zł

z tego:

1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie 4 162 486,5 tys. zł (tj. 92,9 %);
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem 316 396,1 tys. zł (tj. 7,1 %);

z tego:

- Polskie Radio S.A. w Warszawie 159 662,4 tys. zł (tj. 3,6 %);
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 156 733,7 tys. zł (tj. 3,5 %);

IV. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej

W poszczególnych latach okresu 1994 - 1999 przychody z reklamy w ramach radiofonii publicznej zostały uzyskane przez :

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej - razem
• 1994 rok	49,6%	50,4%
• 1995 rok	56,5%	43,5%
• 1996 rok	59,2%	40,8%
• 1997 rok	52,4%	47,6%
• 1998 rok	45,7%	54,3%
• 1999 rok	44,4%	55,6%

Informacje o kwotach uzyskanych z przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w analizowanym okresie w podziale na telewizję publiczną oraz na poszczególne spółki radiofonii publicznej zawiera poniższa tabela:

TREŚĆ	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	w tys. zł	
							Dynamika zmian w %	
							99/98	99/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
I. Telewizja Polska S.A.	410 248,0	508 487,5	671 758,9	725 279,2	818 776,1	1 027 936,8	125,5	250,6
II. Jednostki radiofonii publicznej, razem	31 738,6	39 790,7	48 628,7	58 454,9	65 461,3	72 321,9	110,5	227,9
z tego:								
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	15 752,0	22 499,9	28 778,1	30 621,9	29 887,5	32 123,0	107,5	203,9
2. Spółki regionalnej radiofonii, razem	15 986,6	17 290,8	19 850,6	27 833,0	35 573,8	40 198,9	113,0	251,5
z tego:								
- Białystok	420,0	880,8	1 563,9	1 760,0	2 402,0	2 341,7	97,5	557,5
- Bydgoszcz	418,0	677,8	663,9	1 101,2	1 303,9	1 498,8	114,9	358,6
- Gdańsk	1 052,0	1 300,0	1 483,0	2 666,0	3 461,0	3 640,0	105,2	346,0
- Katowice	2 630,0	3 226,1	3 476,4	4 539,8	6 843,5	7 478,2	109,3	284,3
- Kielce	690,7	732,4	661,8	956,9	1 138,4	1 322,6	116,2	191,5
- Koszalin	546,0	702,2	810,4	1 051,0	877,4	966,1	110,1	176,9
- Kraków	801,0	863,9	750,6	1 024,4	1 189,1	1 409,9	118,6	176,0
- Lublin	887,2	835,5	936,2	1 241,4	2 217,5	2 333,2	105,2	263,0
- Łódź	1 028,0	942,8	1 403,0	1 154,0	1 291,8	2 099,2	162,5	204,2
- Olsztyn	899,0	702,3	684,5	856,0	1 156,0	1 535,0	132,8	170,7
- Opole	440,0	530,8	656,7	979,0	1 983,9	2 141,0	107,9	486,6
- Poznań	2 030,0	1 847,8	2 114,4	3 970,9	4 516,0	5 357,5	118,6	263,9
- Rzeszów	887,0	817,7	676,6	970,0	1 444,0	1 694,0	117,3	191,0
- Szczecin	817,0	933,2	966,5	1 286,7	1 686,8	1 809,1	107,3	221,4
- Warszawa	590,0	711,7	929,2	1 511,7	1 205,0	1 720,9	142,8	291,7
- Wrocław	1 136,0	731,3	927,6	1 075,6	992,2	1 209,7	121,9	106,5
- Zielona Góra	714,7	854,5	1 145,9	1 688,4	1 864,9	1 642,0	88,0	229,7
III. RAZEM	441 986,6	548 278,2	720 387,6	783 734,1	884 237,4	1 100 258,7	124,4	248,9

W omawianym okresie wartości nominalne (tj. wg. cen bieżących) przychodów z reklamy dla wszystkich nadawców publicznych zwiększyły się o **148,9 %**

z tego:

- | | | |
|---|---|--------|
| 1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie | o | 150,6% |
| 2. Jednostki publicznej radiofonii, razem | o | 127,9% |

z tego:

- Polskie Radio S.A w Warszawie o 103,9%
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem o 151,5%

Należy odnotować, iż Telewizja Polska S.A. w omawianym okresie osiągała coroczny przyrost wartości nominalnych przychodów z reklamy, który (przy zmiennych tendencjach) przedstawiał się następująco:

- 1995 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 23,9%
- 1996 rok w porównaniu do 1995 roku - wzrost o 32,1%
- 1997 rok w porównaniu do 1996 roku - wzrost o 8,0%
- 1998 rok w porównaniu do 1997 roku - wzrost o 12,9%
- 1999 rok w porównaniu do 1998 roku - wzrost o 25,5%

Jednocześnie w Polskim Radiu S.A. w Warszawie zaobserwowano zmniejszające się tempo przyrostu wartości nominalnych przychodów z reklamy, aż do pojawienia się spadku tych przychodów w 1998 roku w porównaniu do 1997 roku. W 1999 roku odnotowano wzrost wartości nominalnych przychodów z reklamy w porównaniu do 1998 roku. Szczegóły przedstawia poniższe zestawienie:

- 1995 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 42,8%
- 1996 rok w porównaniu do 1995 roku - wzrost o 27,9%
- 1997 rok w porównaniu do 1996 roku - wzrost o 6,4%
- 1998 rok w porównaniu do 1997 roku - spadek o 2,4%
- 1999 rok w porównaniu do 1998 roku - wzrost o 7,5%

Natomiast w analizowanym okresie w regionalnej radiofonii publicznej należy między innymi odnotować:

- wzrost przychodów z reklamy w 1999 roku w porównaniu do 1998 roku w 15 spółkach (Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Koszalin, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa (RDC), Wrocław);
- spadek przychodów w 1999 roku w porównaniu do 1998 roku w 2 spółkach (Białystok, Zielona Góra);
- wzrost przychodów z reklamy w 1999 roku w porównaniu do 1994 roku we wszystkich spółkach regionalnej radiofonii publicznej.

W latach 1994 - 1999 udział procentowy przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik dotyczący działalności finansowej) przedstawiał się następująco:

	<u>1994 rok</u>	<u>1995 rok</u>	<u>1996 rok</u>	<u>1997 rok</u>	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	52,3%	56,5%	59,8%	56,6%	58,0%	63,7%
2. Radiofonia publiczna ogółem	12,3%	13,9%	14,6%	16,2%	16,2%	17,2%
z tego:						
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	11,2%	14,0%	15,2%	15,2%	13,9%	14,3%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:						
Białystok	7,4%	11,6%	18,3%	18,2%	22,9%	22,0%
Bydgoszcz	5,0%	8,7%	9,0%	13,8%	13,6%	14,9%
Gdańsk	12,2%	17,8%	16,2%	25,1%	27,8%	27,3%
Katowice	27,1%	29,6%	29,2%	32,3%	34,5%	35,8%
Kielce	9,8%	10,5%	9,0%	11,5%	12,5%	14,4%
Koszalin	11,3%	12,7%	12,4%	14,2%	10,7%	10,7%
Kraków	9,2%	12,4%	8,8%	9,9%	10,5%	12,7%
Lublin	13,0%	10,3%	10,9%	13,3%	17,5%	18,8%
Łódź	13,4%	10,7%	15,8%	13,1%	13,8%	23,8%
Olsztyn	16,9%	12,3%	10,6%	11,9%	13,6%	16,3%
Opole	8,8%	9,9%	9,9%	11,6%	18,9%	21,1%
Poznań	22,9%	19,3%	20,5%	32,1%	30,5%	35,5%
Rzeszów	16,2%	14,3%	10,7%	14,1%	17,1%	18,4%
Szczecin	15,0%	13,5%	12,5%	15,3%	17,8%	18,3%
Warszawa	6,8%	8,4%	8,8%	14,7%	11,4%	15,1%
Wrocław	15,2%	9,1%	9,3%	9,2%	6,4%	7,7%
Zielona Góra	16,5%	15,7%	13,6%	20,5%	20,8%	17,7%

Jak wynika z powyższych informacji w okresie analizowanych 6-ciu lat odnotowano następujące zjawiska u nadawców publicznych:

- Telewizja Polska S.A. - wzrost udziału przychodów z reklamy o 11,4%, tj. do 63,7% w 1999 roku;
- Radiofonia publiczna, ogółem – wzrost udziału przychodów z reklamy o 4,9 %, tj. do 17,2 % w 1999 roku;
- Polskie Radio S.A. w Warszawie - wzrost udziału przychodów z reklamy o 3,1 %, tj. do 14,3 % w 1999 roku;
- w spółkach regionalnej radiofonii - wzrost udziału przychodów z reklamy o 7,1 %, tj. do 20,6 % w 1999 roku.

W czternastu spółkach regionalnych (Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa (RDC), Zielona Góra) nastąpił wzrost udziału przychodów z reklamy, a w pozostałych wystąpił spadek.

Uszeregowanie spółek regionalnych wg. następującego przedziału procentowego udziału przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem za 1999 rok prezentuje poniższe zestawienie:

LP.	przedział udziału procentowego	spółki regionalnej radiofonii publicznej
1.	do 10,0%	Wrocław (7,7%)
2.	10,1% - 20,0%	Koszalin (10,7%), Kraków (12,7%), Kielce (14,4%), Bydgoszcz (14,9%), Warszawa (15,1%), Olsztyn (16,3%), Zielona Góra (17,7%), Szczecin (18,3%), Rzeszów (18,4%), Lublin (18,8%)
3.	20,1%-30,0%	Opole (21,1%), Białystok (22,0%), Łódź (23,8%), Gdańsk (27,3%)
4.	ponad 30,0%	Poznań (35,5%), Katowice (35,8%)

Należy odnotować, że najwyższy poziom przychodów z reklamy w 1999 roku wystąpił w spółce w Katowicach (7.478,2 tys.zł), a najniższy w Koszalinie (966,1 tys.zł). Relacja między przychodami najniższymi, a najwyższymi wynosi więc 1 : 7,7.

Przychody poszczególnych spółek zestawione według wielkości malejących przedstawiają się następująco:

L.p.	Spółka regionalna	Kwota w tys. zł	Wskaźnik % ^{x)}
1.	Katowice	7.478,2	434,6
2.	Poznań	5.357,5	311,3
3.	Gdańsk	3.640,0	211,5
4.	Białystok	2.341,7	136,1
5.	Lublin	2.333,2	135,6
6.	Opole	2.141,0	124,4
7.	Łódź	2.099,3	122,0
8.	Szczecin	1.809,1	105,1
9.	Warszawa (RDC)	1.720,9	100,0
10.	Rzeszów	1.694,0	98,4
11.	Zielona Góra	1.642,0	95,4
12.	Olsztyn	1.535,0	89,2
13.	Bydgoszcz	1.498,8	87,1
14.	Kraków	1.409,9	81,9
15.	Kielce	1.322,6	76,9
16.	Wrocław	1.209,7	70,3
17.	Koszalin	966,1	56,1

x) podane wskaźniki procentowe wskazują na relacje pomiędzy poziomem przychodów poszczególnych spółek do przychodów spółki w Warszawie (RDC), będącej w środku na 9 miejscu (tzw. mediana), liczona za 100%.

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

- Katowic + 334,6%
- Koszalina - 43,9%

Przedstawione powyżej kwoty przychodów z reklamy wyrażone były w wartości nominalnej w poszczególnych latach okresu 1994 - 1999. Jeśli natomiast uwzględni się

odpowiednio wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1995-1999 (rok 1995 - 27,8%, 1996 - 19,9%, 1997 - 14,9%, 1998 - 11,8%, 1999 - 7,3%), to poziom realnej wartości przychodów z reklamy w analizowanym okresie ulegał wahaniom, co prezentuje poniższe zestawienie:

TREŚĆ	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	Dynamika zmian w %
	wykonanie porównywalne ¹⁾	wykonanie porównywalne ²⁾	wykonanie porównywalne ³⁾	wykonanie porównywalne ⁴⁾	wykonanie porównywalne ⁵⁾	faktyczne wykonanie	99/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
I. Ogółem (II + III)	933 513,7	906 111,7	992 950,9	940 178,4	948 786,8	1 100 258,7	117,9
II. Telewizja Polska S.A.	866 479,0	840 351,6	925 923,2	870 055,1	878 546,8	1 027 936,8	118,6
III. Radiofonia Publiczna	67 034,7	65 760,1	67 027,7	70 123,3	70 240,0	72 321,9	107,9
z tego:							
1) Polskie Radio S.A.	33 269,6	37 184,4	39 666,5	36 734,5	32 069,3	32 123,0	96,6
2) Spółki regionalnej radiofonii, razem	33 765,1	28 575,6	27 361,2	33 388,9	38 170,7	40 198,9	119,1

¹⁾ faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

²⁾ faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

³⁾ faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,149 x 1,118 x 1,073

⁴⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073

⁵⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073

Jak wynika z informacji zawartych w powyższej tabeli, realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez spółki publicznej radiofonii i telewizji zmieniała się następująco:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w 1999 roku wzrosła o 18,6% w porównaniu z 1994 rokiem,
- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w 1999 roku spadła o 3,4% w porównaniu z 1994 rokiem,
- dla spółek regionalnej radiofonii publicznej razem, w 1999 roku wzrosła o 19,1% w porównaniu z 1994 rokiem.

Realne zmiany w wartościach przychodów z reklamy w poszczególnych spółkach regionalnej radiofonii publicznej w latach 1994-1999 przedstawia poniższa tabela:

TREŚĆ	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	Dynamika zmian w %
	wykonanie porównywalne ¹⁾	wykonanie porównywalne ²⁾	wykonanie porównywalne ³⁾	wykonanie porównywalne ⁴⁾	wykonanie porównywalne ⁵⁾	faktyczne wykonanie	99/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Spółki regionalnej Radiofonii, razem	33 765,1	28 575,6	27 361,2	33 388,9	38 170,7	40 198,9	119,1
z tego:							
- Białystok	887,1	1.455,7	2.155,6	2.111,3	2.577,3	2.341,7	264,0
- Bydgoszcz	882,9	1.120,2	915,1	1.321,0	1.399,1	1.498,8	169,8
- Gdańsk	2.221,9	2.148,4	2.044,1	3.198,2	3.713,7	3.640,0	163,8
- Katowice	5.554,8	5.331,6	4.791,7	5.446,0	7.343,1	7.478,2	134,6

IV. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej

- Kielce	1.458,8	1.210,4	912,2	1.147,9	1.221,5	1.322,6	90,7
- Koszalin	1.153,2	1.160,5	1.117,0	1.260,8	941,5	966,1	83,8
- Kraków	1.691,8	1.427,7	1.034,6	1.228,9	1.275,9	1.409,9	83,3
- Lublin	1.873,8	1.380,8	1.290,4	1.489,2	2.379,4	2.333,2	124,5
- Łódź	2.171,2	1.558,1	1.933,8	1.384,4	1.386,1	2.099,2	96,7
- Olsztyn	1.898,8	1.160,7	943,5	1.026,9	1.240,4	1.535,0	80,8
- Opole	929,3	877,2	905,2	1.174,4	2.128,7	2.141,0	230,4
- Poznań	4.287,5	3.053,8	2.914,4	4.763,5	4.845,7	5.357,5	125,0
- Rzeszów	1.873,4	1.351,4	935,6	1.163,6	1.549,8	1.694,0	90,4
- Szczecin	1.725,6	1.542,3	1.332,2	1.543,5	1.809,9	1.809,1	104,8
- Warszawa (RDC)	1.246,1	1.176,2	1.280,8	1.813,5	1.293,0	1.720,9	138,1
- Wrocław	2.399,3	1.208,6	1.278,6	1.290,3	1.064,6	1.209,7	50,4
- Zielona Góra	1.509,5	1.412,2	1.579,5	2.025,4	2.001,0	1.642,0	108,8

¹⁾ faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

²⁾ faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

³⁾ faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,149 x 1,118 x 1,073

⁴⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073

⁵⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073

Realny przyrost przychodów z reklamy w Telewizji Polskiej S.A. w podziale na Zakład Główny i Oddziały terenowe przedstawia się następująco:

	w tys. zł						
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Dynamika zmian w %
	wykonanie porówn. 1)	wykonanie porówn. 2)	wykonanie porówn. 3)	wykonanie porówn. 4)	wykonanie porówn. 5)	faktyczne wykonanie	99/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM TVP S.A.	866 479,0	840 351,5	925 923,2	870 055,1	878 546,8	1 027 936,8	118,6%
z tego:							
Zakład Główny	821 679,8	795 592,8	892 190,6	846 490,0	847 210,4	990 143,7	120,5%
Oddziały terenowe	44 799,2	44 758,7	33 732,6	23 565,1	31 336,4	37 793,1	84,4%

¹⁾ faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

²⁾ faktyczne wykonanie 1995 roku x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073

³⁾ faktyczne wykonanie 1996 roku x 1,149 x 1,118 x 1,073

⁴⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073

⁵⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073

Jak wynika z informacji zawartych w powyższej tabeli realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez Zakład Główny i oddziały terenowe TVP S.A. zmieniała się następująco:

- dla Zakładu Głównego Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w 1999 roku wzrosła o 20,5 % w porównaniu do 1994 roku
- dla oddziałów terenowych Telewizji Polskiej S.A w 1999 roku spadła o 15,6 % w porównaniu do 1994 roku

Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 1994 - 1999

W omawianym okresie dla 18 spółek radiofonii publicznej najważniejszym elementem przychodów były wpływy abonamentowe (ponad 70%), natomiast dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie wpływy abonamentowe były elementem przychodów (około 30%), tj. uzupełniającym przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

Udział środków uzyskanych przez spółki radiofonii i telewizji publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) w skorygowanych przychodach bieżących ogółem (uwzględniono wynik na działalności finansowej zamiast przychody finansowe) w latach 1994 -1999 przedstawiał się następująco:

	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	36,8%	34,9%	33,8%	34,0%	32,0%	29,2%
2. Radiofonia publiczna ogółem	56,7%	75,4%	75,1%	74,3%	72,2%	71,3%
z tego:						
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	58,7%	76,1%	74,7%	75,9%	73,3%	72,7%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	54,2%	74,6%	75,6%	72,3%	71,0%	69,6%
z tego:						
Białystok	58,7%	77,3%	75,0%	75,8%	71,2%	72,2%
Bydgoszcz	58,2%	78,9%	83,7%	78,2%	77,5%	77,4%
Gdańsk	38,5%	60,7%	62,4%	58,8%	58,9%	48,4%
Katowice	45,2%	56,2%	57,5%	53,3%	50,5%	52,1%
Kielce	55,2%	79,3%	83,6%	75,5%	74,3%	70,5%
Koszalin	62,7%	80,1%	79,4%	72,9%	74,0%	80,1%
Kraków	40,5%	70,4%	74,4%	77,8%	76,2%	77,2%
Lublin	64,3%	74,6%	84,3%	78,0%	81,6%	72,4%
Łódź	50,8%	76,1%	76,7%	80,9%	80,2%	64,6%
Olsztyn	66,1%	81,1%	82,9%	83,3%	81,5%	75,9%
Opole	62,1%	82,2%	83,3%	79,2%	70,8%	69,3%
Poznań	44,0%	64,1%	68,1%	58,2%	61,5%	59,4%
Rzeszów	69,7%	79,0%	83,2%	77,3%	71,3%	71,1%
Szczecin	55,5%	76,8%	79,5%	75,4%	73,6%	73,1%
Warszawa	55,8%	82,7%	65,8%	74,7%	75,5%	76,5%
Wrocław	55,8%	84,5%	83,0%	76,7%	79,6%	87,3%
Zielona Góra	69,9%	80,2%	81,0%	74,5%	72,5%	75,7%

Radiofonia publiczna

W 1999 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem 18 spółek radiofonii publicznej były wpływy abonamentowe przekazywane z rachunku bankowego KRRiT, stanowiące 71,3%, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 72,7%, natomiast spółki regionalnej radiofonii publicznej razem – 69,6%. W poszczególnych spółkach regionalnych udział wpływów abonamentowych w skorygowanych przychodach ogółem wahał się w granicach 48,4% (Gdańsk) - 87,3% (Wrocław).

Przychody z reklamy miały charakter uzupełniający do wpływów abonamentowych stanowiąc średnio w 1999 roku 17,2% dla całej radiofonii publicznej, z tego: Polskie Radio S.A. – 14,3%, spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem – 20,6%.

W poszczególnych spółkach regionalnych udział przychodów z reklamy w przychodach ogółem wahał się w granicach 7,7% (Wrocław) - 35,8% (Gdańsk).

Wpływy abonamentowe i przychody z reklamy łącznie stanowiły aż 88,5% przychodów ogółem, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 87,0%, a spółki regionalne, razem – 90,2%.

Pozostałe przychody spółek radiofonii publicznej to między innymi osiągnięty wynik dotyczący działalności finansowej, przychody ze sprzedaży programów oraz ze sprzedaży usług produkcyjno-technicznych.

W ciągu sześciu lat funkcjonowania 18 spółek akcyjnych radiofonii publicznej, struktura procentowa udziału poszczególnych przychodów, w skorygowanych przychodach ogółem tych spółek zmieniała się następująco:

	1994 rok	1995 rok	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok
1. RADIOFONIA PUBLICZNA, razem						
• wpływy abonamentowe	56,7%	75,4%	75,1%	74,3%	72,2%	71,3%
• przychody z reklamy	12,3%	13,9%	14,6%	16,2%	16,2%	17,2%
• wynik na działalności finansowej	0,6%	4,2%	3,0%	1,1%	1,7%	1,6%
• pozostałe przychody	30,4%	6,5%	7,3%	8,4%	9,9%	9,9%
2. POLSKIE RADIO S.A. w Warszawie						
• wpływy abonamentowe	58,7%	76,1%	74,7%	75,9%	73,3%	72,7%
• przychody z reklamy	11,2%	14,0%	15,2%	15,2%	13,9%	14,3%
• wynik na działalności finansowej	- 0,3%	3,7%	1,9%	- 1,2%	- 1,1%	-0,1%
• pozostałe przychody	30,4%	6,2%	8,2%	10,1%	13,9%	13,1%
3. SPÓŁKI REGIONALNE RADIOFONII PUBLICZNEJ, razem						
• wpływy abonamentowe	54,2%	74,6%	75,6%	72,3%	71,0%	69,6%
• przychody z reklamy	13,5%	13,8%	13,9%	17,4%	18,7%	20,6%
• wynik na działalności finansowej	1,7%	5,0%	4,4%	3,9%	4,8%	3,5%
• pozostałe przychody	30,6%	6,6%	6,1%	6,4%	5,5%	6,3%

W omawianym okresie (lata 1994 – 1999) dynamika zmian najpoważniejszych przychodów w spółkach radiofonii publicznej przedstawiała się następująco (w procentach):

IV. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej

	<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998	<u>1999</u> 1994
1. skorygowane przychody ogółem						
• Radiofonia publiczna, razem	110,5	116,4	108,5	112,2	103,8	162,6
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	114,3	118,0	106,1	107,1	104,6	160,2
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	106,0	114,4	111,8	118,6	102,9	165,4
2. wpływy abonamentowe						
• Radiofonia publiczna, razem	147,1	115,8	107,4	109,0	102,4	204,4
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	148,1	115,8	107,7	103,4	103,8	198,3
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	145,8	115,9	107,0	116,4	100,8	212,2
3. przychody z reklamy						
• Radiofonia publiczna, razem	125,4	122,2	120,2	112,0	110,5	227,9
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	142,8	127,9	106,4	97,6	107,5	203,9
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	108,2	114,8	140,2	127,8	113,0	251,5

Natomiast w analizowanym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem radiofonii publicznej, jako wartości nominalnych, przedstawiała się następująco (w procentach):

	<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998	<u>1999</u> 1994
• Radiofonia publiczna, razem	134,8	121,1	113,5	107,4	107,4	213,7
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	138,4	121,7	110,8	103,2	106,2	204,6
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	130,1	120,3	117,3	112,9	108,8	225,5

Jak wynika z powyższego, w latach 1994 - 1999 w zakresie całej radiofonii publicznej koszty rodzajowe ogółem nominalnie wzrosły o 113,7%, podczas gdy skorygowane przychody ogółem o 62,6%. Koszty rodzajowe Polskiego Radia S.A. wzrosły szybciej (o 104,6%), niż przychody ogółem (o 60,2%). Również koszty rodzajowe spółek regionalnych wzrosły znacznie szybciej (o 125,5%) w porównaniu do tempa wzrostu skorygowanych przychodów ogółem (o 65,4%).

Natomiast po uwzględnieniu wpływu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 1995 roku - 27,8%, w 1996 roku - 19,9%, w 1997 roku -

14,9%, w 1998 roku - 11,8%, w 1999 roku – 7,3%), realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych radiofonii publicznej zmieniała się następująco (w procentach):

	<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998	<u>1999</u> 1994
1. skorygowane przychody – ogółem						
• Radiofonia publiczna, razem	86,5	97,1	94,5	100,3	96,8	77,0
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	89,4	98,4	92,3	95,8	97,5	75,9
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	83,0	95,4	97,3	106,1	95,9	78,3
2. koszty rodzajowe – ogółem						
• Radiofonia publiczna, razem	105,5	101,0	98,8	96,1	100,1	101,2
• Polskie Radio S.A. w Warszawie	108,3	101,5	96,4	92,3	99,0	96,9
• Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	101,8	100,4	102,1	101,0	101,4	106,8

W okresie 1994 - 1999 realna wartość przychodów ogółem całej radiofonii spadła o 23,0%, podczas gdy kosztów rodzajowych wzrosła o 1,2%.

Należy zauważyć, że w 1999 roku, w porównaniu do 1998 roku, wystąpiło niekorzystne zjawisko wyższego tempa zmian realnych kosztów rodzajowych w odniesieniu do tempa zmian skorygowanych realnych przychodów ogółem, co przedstawia się, jak niżej:

- Radiofonia publiczna, razem

spadek realnych przychodów ogółem o 3,2% przy zwiększeniu się realnych kosztów rodzajowych ogółem o 0,1%

- Polskie Radio S.A. w Warszawie

spadek realnych przychodów ogółem o 2,5% przy spadku realnych kosztów rodzajowych ogółem o 1,0%

- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem

spadek realnych przychodów ogółem o 4,1% przy zwiększeniu się realnych kosztów rodzajowych o 1,4%

W 1999 roku, na podstawie materiałów przedbilansowych, odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych spółek radiofonii publicznej w porównaniu do 1998 roku:

1. Zatrudnienie przeciętne

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.785,70	49,2	1.622,99	47,2	90,9
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.846,90	50,8	1.813,81	52,8	98,2
RAZEM	3.632,60	100,0	3.436,80	100,0	94,6

2. Stan zatrudnienia na 31 grudnia

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.719,24	48,3	1.610,22	46,9	93,7
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.841,63	51,7	1.820,89	53,1	98,9
RAZEM	3.560,87	100,0	3.431,11	100,0	96,4

3. Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	1998 rok	1998 rok *)	1999 rok	% kol.4:3
1.	2.	3.	4.	5.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	2.242,4	2.758,5	3.092,0	112,1
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	2.353,0	2.894,6	2.977,0	102,8
RAZEM	2.297,7	2.826,5	3.034,5	107,4

*) porównywalne wykonanie, tzn. uwzględniające ubruttowanie o 23,0134 %

4. Ogólny poziom przychodów (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok		1999 Rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	Struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	218,4	52,6	226,1	53,4	103,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	196,9	47,4	197,0	46,6	100,1
RAZEM	415,3	100,0	423,1	100,0	101,9

5. Ogólny poziom kosztów rodzajowych (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		% kol.4:2
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	196,7	54,6	209,0	54,0	106,2
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	163,8	45,4	178,1	46,0	108,7
RAZEM	360,5	100,0	387,1	100,0	107,4

6. Struktura kosztów rodzajowych

- Polskie Radio S.A. w Warszawie

TREŚĆ	w %	
	1998 rok	1999 rok
1. Wynagrodzenia	27,9	33,4
2. Świadczenia na rzecz pracowników	11,4	6,1
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	39,3	39,5
4. Amortyzacja	6,7	5,8
5. Usługi obce:	31,3	32,8
w tym:		
- emisja	17,9	18,3
- dosył sygnału	3,0	2,2
- opłata za częstotliwość	1,0	0,9
- przekaz satelitarny	1,2	1,2
6. Zużycie materiałów i energii	3,0	3,3
7. Podatki i opłaty	7,2	6,5
8. Pozostałe koszty	12,4	12,2
w tym:		
- prawa autorskie i pokrewne	4,8	5,7

W Polskim Radiu S.A. w Warszawie wypłacone w 1999 roku diety dla przewodniczącego i członków rad programowych wyniosły 28,5 tys. zł, tj. o 10,0 % więcej w porównaniu do 1998 roku (25,9 tys. zł).

- Spółki regionalnej radiofonii publicznej razem

TREŚĆ	w %	
	1998 rok	1999 rok
1. Wynagrodzenia	34,6	41,2
2. Świadczenia na rzecz pracowników	15,1	7,9
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	49,7	49,1
4. Amortyzacja	7,8	7,6
5. Usługi obce:	23,8	24,7
w tym:		
- emisja	8,1	7,9
- dosył sygnału	1,4	1,3
- opłata za częstotliwość	0,6	0,6
6. Zużycie materiałów i energii	4,4	4,4
7. Podatki i opłaty	5,9	5,9
8. Pozostałe koszty	8,2	8,1
w tym:		
- prawa autorskie i pokrewne	4,7	4,2

We wszystkich 17 spółkach regionalnej radiofonii publicznej w 1999 roku wypłacono diety dla rad programowych w łącznej kwocie 175,0 tys. zł, tj. o 3,9 % więcej w porównaniu do 1998 roku (168,5 tys. zł).

7. Zobowiązania krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	1998 Rok		1999 rok		% kol.4:2
	kwota	Struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	29,0	65,0	34,0 *)	68,1	117,2
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	15,6	35,0	15,9	31,9	101,9
RAZEM	44,6	100,0	49,9	100,0	111,9

*) w tym: 8,9 mln zł z tytułu budowy i wyposażenia RCN w Solcu Kujawskim, które zostały zlikwidowane w momencie uregulowania płatności w związku z przekazaniem w styczniu bieżącego roku kwoty 9,0 mln zł na ten cel, tj. wg. uchwały kierunkowej KRRiT

8. Majątek obrotowy wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	1998 Rok		1999 rok		% kol.4:2
	Kwota	Struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	19,0	25,3	14,4	19,3	75,8
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	56,0	74,7	60,2	80,7	107,5
RAZEM	75,0	100,0	74,6	100,0	99,5

9. Majątek trwały netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		% kol.4:2
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	132,5	55,2	162,3	55,3	122,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	107,6	44,8	131,4	44,7	122,1
RAZEM	240,1	100,0	293,7	100,0	122,3

10. Wynik netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		% kol.4:2
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	7,8	19,2	8,5	43,1	109,0
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	32,8	80,8	11,2	56,9	34,1
RAZEM	40,6	100,0	19,7	100,0	48,5

Telewizja publiczna

W 1999 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik dotyczący działalności finansowej) Telewizji Polskiej S.A. były wpływy z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) w wysokości 1 080 747,1 tys. zł, co stanowi 67,0 % przychodów ogółem (wpływy z reklamy 63,7 %, wpływy ze sponsoringu 3,3 %).

Natomiast wpływy abonamentowe stanowiły 29,2% skorygowanych przychodów ogółem Spółki.

Przychody z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) i wpływy abonamentowe stanowiły łącznie 96,2 % skorygowanych przychodów ogółem Telewizji Polskiej S.A.

W latach 1994-1999, to jest w okresie sześciu lat funkcjonowania Telewizji jako spółki prawa handlowego, struktura procentowa udziału poszczególnych przychodów w skorygowanych przychodach ogółem zmieniała się następująco:

	<u>1994 rok</u>	<u>1995 rok</u>	<u>1996 rok</u>	<u>1997 rok</u>	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>
Przychody z reklamy	52,3	56,5	59,8	56,6	58,0	63,7
Sponsoring	1,8	1,6	0,8	1,8	2,6	3,3
Wpływy Abonamentowe	36,8	34,9	33,8	34,0	32,0	29,2
wynik dotyczący działalności finansowej	3,7	2,4	2,4	1,1	0,9	1,1
Pozostałe Przychody	5,4	4,6	3,2	6,5	6,5	2,7

W analizowanym okresie lat 1994-1999 dynamika zmian najważniejszych przychodów Telewizji Polskiej S.A. jako wartości nominalnych przedstawia się następująco:

	<u>1995</u> <u>1994</u>	<u>1996</u> <u>1995</u>	<u>1997</u> <u>1996</u>	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>1999</u> <u>1994</u>
Skorygowane Przychody ogółem	114,9%	124,8%	114,0%	110,2%	114,4%	205,9%
Przychody z reklamy	123,9%	132,1%	108,0%	112,9%	125,5%	250,6%
sponsoring	101,7%	57,8%	273,2%	163,9%	141,7%	372,8%
wpływy abonamentowe	109,1%	120,9%	114,6%	103,6%	104,3%	163,2%
wynik na działalności finansowej	74,6%	125,5%	52,8%	85,5%	150,4%	63,6%
pozostałe przychody	98,1%	87,6%	229,9%	110,2%	48,1%	104,6%

Natomiast w omawianym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem Spółki jako wartości nominalnych przedstawiała się następująco (w procentach):

<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998	<u>1999</u> 1994
126,0%	122,4%	120,6%	111,2%	113,7%	235,4%

Jak z powyższego wynika w latach 1994-1999 tempo wzrostu nominalnych kosztów rodzajowych było szybsze (zwiększenie o 135,4 %) w porównaniu do wzrostu skorygowanych przychodów ogółem (zwiększenie o 105,9 %).

Jeśli uwzględni się wskaźniki średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 1995 roku - 27,8%, w 1996 roku - 19,9%, w 1997 roku - 14,9%, w 1998 roku – 11,8%, w 1999 roku – 7,3%), to realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych Telewizji Polskiej S.A. w latach 1994-1999 zmieniała się następująco (w procentach):

	<u>1995</u> 1994	<u>1996</u> 1995	<u>1997</u> 1996	<u>1998</u> 1997	<u>1999</u> 1998	<u>1999</u> 1994
skorygowane przychody ogółem	89,9%	104,1%	99,2%	91,8%	106,6%	97,5%
przychody z reklamy	97,0%	110,2%	94,0%	94,1%	117,0%	118,6%
sponsoring	79,6%	48,2%	237,8%	136,6%	132,1%	176,5%
wpływy abonamentowe	85,3%	100,8%	99,7%	86,4%	97,2%	77,3%
wynik na działalności finansowej	58,4%	104,7%	45,9%	71,3%	140,2%	30,1%
pozostałe przychody	76,7%	73,0%	200,1%	91,9%	44,8%	49,5%
koszty rodzajowe ogółem	98,6%	102,1%	105,0%	99,5%	106,0%	111,5%

W okresie 1994-1999 realna wartość skorygowanych przychodów ogółem spadła o 2,5 %, natomiast kosztów rodzajowych ogółem wzrosła o 11,5 %.

Realna wartość przychodów z reklamy wzrastała w tym okresie o 18,6 %, natomiast wpływów abonamentowych obniżyła się o 22,7 %.

W 1999 roku w porównaniu do 1998 roku, realna wartość skorygowanych przychodów ogółem wzrosła o 6,6 %, a kosztów rodzajowych ogółem o 6,0 %.

Realna wartość przychodów z reklamy w latach 1998-1999 wzrosła o 17,0%, natomiast przychodów z wpływów abonamentowych spadła o 2,8 %.

W 1999 roku odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych w Telewizji Polskiej S.A. w porównaniu do 1998 roku (na podstawie materiałów przedbilansowych):

1. Średnie zatrudnienie:

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	etaty	struktura % udziału	Etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	4 163,4	61,8	4 160,1	61,7	99,9
Oddziały terenowe	2 570,6	38,2	2 586,0	38,3	100,6
RAZEM	6 734,0	100,00	6 746,1	100,00	100,2

2. Stan zatrudnienia na 31 grudnia :

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	4 191,3	61,4	4 186,3	62,3	99,9
Oddziały terenowe	2 631,8	38,6	2 538,4	37,7	96,5
RAZEM	6 823,1	100,0	6 724,7	100,0	98,6

3. Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	1998 rok	1999 rok	%
Zakład Główny	3 980,4	4 444,4	111,7
Oddziały terenowe	3 624,9	3 905,0	107,7
RAZEM	3 844,7	4 237,6	110,2

4. Poziom przychodów po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	Struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 207 991,6	85,14	1 374 862,4	84,98	113,8
Oddziały terenowe	210 767,3	14,86	242 957,8	15,02	115,3
RAZEM	1 418 758,9	100,00	1 617 820,2	100,00	114,0

5. Poziom kosztów ogółem po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 021 787,8	81,48	1 133 969,8	80,77	111,0
Oddziały terenowe	232 172,2	18,52	270 053,1	19,23	116,3
RAZEM	1 253 960,0	100,00	1 404 022,9	100,00	112,0

6. Struktura kosztów rodzajowych dla całej Spółki TVP po eliminacji obrotów wewnętrznych (w procentach)

TREŚĆ	1998 rok	1999 rok
1. Wynagrodzenie	24,5	28,5
2. Świadczenia na rzecz pracowników	9,7	5,0
3. Razem wynagrodzenie ze świadczeniami	34,2	33,5
4. Amortyzacja	11,3	12,8
5. Usługi obce	21,9	20,0
<i>w tym</i>		
- emisja, częstotliwość, poł. kablowe	8,6	8,9
- wydatki na usługi OBOP-u	1,2	0,3
6. Zużycie materiałów i energii	15,2	15,5
7. Podatki i opłaty	2,0	1,5
8. Pozostałe koszty	15,5	16,8
<i>W tym m.in.:</i>		
ZAIKS-małe i wielkie prawa, inne tantiemy	4,4	4,6

Koszty związane z działalnością Rad Programowych w 1999 roku wzrosły w Zakładzie Głównym o 14,1% w porównaniu do 1998 roku, w tym diety odpowiednio o 12,9% .

Natomiast koszty związane z działalnością Rad Programowych w 1999 roku zmalały w Oddziałach terenowych o 1,8 % w porównaniu do 1998 roku, a diety wzrosły 3,5-krotnie.

w tys. zł

TREŚĆ	1998 rok	1999 rok	%
Zakład Główny	115,2	131,4	114,1%
<i>w tym diety</i>	37,9	42,8	112,9%
Oddziały terenowe	44,3	43,5	98,2%
<i>w tym diety</i>	12,1	42,6	352,1%
RAZEM	159,5	174,9	109,7%
<i>w tym diety</i>	50,0	85,4	170,8%

Koszty związane z działalnością promocyjną Telewizji wyniosły w 1999 roku 12 047,7 tys. zł i uległy zmniejszeniu w porównaniu do 1998 roku o 18,0 % (14 690,7 tys. zł).

7. Zobowiązania krótkoterminowe TVP S.A. (wg. cen bieżących - nominalnych) wg. stanu na 31 grudnia 1999 roku wyniosły 169 mln zł i były większe o 33,3 % w porównaniu do 1998 roku (126,8 mln zł)

8. Majątek trwały netto wg stanu na 31 grudnia (w mln zł).

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	409,7	58,62	510,2	64,32	124,5
Oddziały terenowe	289,2	41,38	283,0	35,68	97,9
RAZEM	698,9	100,00	793,2	100,00	113,5

9. Majątek obrotowy wg stanu na 31 grudnia (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	357,9	90,5	480,5	92,4	134,3
Oddziały terenowe	37,7	9,5	39,4	7,6	104,5
RAZEM	395,6	100,00	519,9	100,00	131,4

10. Struktura majątku Telewizji Polskiej S.A.

TREŚĆ	1998 rok		1999 rok		%
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
1. Majątek trwały	698,9	63,9	793,2	60,4	113,5
2. Majątek obrotowy	395,6	36,1	519,9	39,6	131,4
ŁĄCZNY MAJĄTEK	1 094,5	100,0	1 313,1	100,0	120,0

11. Wynik netto wg stanu na 31 grudnia (w mln zł)

TREŚĆ	1998 rok	1999 rok	%
Zakład Główny	120,5	164,9	136,8
Oddziały terenowe	-27,1 (strata)	-27,1 (strata)	100,0
RAZEM	93,4	137,8	147,5

Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji

Ustawą z 29 czerwca 1995 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz zmianie niektórych innych ustaw, która weszła w życie od 27 grudnia 1995 roku, wprowadzona została nowa powinność Krajowej Rady określona w art. 28a ust.4 „Członkom rady programowej przysługuje dieta wypłacana przez spółkę w wysokości ustalonej przez Krajową Radę”.

W uchwale nr 650/99 z 5 października 1999 roku, która weszła w życie z dniem podpisania, z mocą obowiązującą od 1 października 1999 roku, wprowadzono nowe, podwyższone stawki diet w wysokości:

- a) dla przewodniczącego rady programowej - 285 zł
- b) dla członków rady programowej - 190 zł

W latach 1996-1999 spółki radiofonii i telewizji publicznej poniosły koszty z tytułu wypłaty diet dla członków rad programowych w łącznej wysokości 863,5 tys. zł, z tego (w tys. zł):

	<u>1996 rok</u>	<u>1997 rok</u>	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>
• Telewizja Polska S.A., razem	12,2	16,8	50,0	85,4
• Radiofonia publiczna, razem	129,3	171,9	194,4	203,5
• Ogółem	141,5	188,7	244,4	288,9

Oplaty abonamentowe i podział wpływów na 2000 rok

- W rozporządzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 30 czerwca 1999 roku ustalona została wysokość miesięcznych opłat abonamentowych za używanie odbiornika radiofonicznego oraz za używanie odbiornika telewizyjnego lub radiofonicznego i telewizyjnego od 1 stycznia 2000 roku, podwyższonej opłaty abonamentowej uwzględniono:
- prognozowany (w czerwcu 1999 roku) wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych na 2000 rok w wysokości 6,0%
- wyrównanie skutków wyższego średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w 1998 roku (11,8%), w porównaniu do poziomu przyjętego przez Krajową Radę w czerwcu 1997 roku, przy ustalaniu miesięcznej opłaty abonamentowej na 1998 rok (11,0%) w wysokości 0,8%
- wyrównanie skutków ubytku wpływów abonamentowych z tytułu: zmniejszenia się stanu kombatantów, za których ulgi w opłatach abonamentowych refunduje Urząd ds. Kombatantów oraz skutków umorzeń w płatności opłat abonamentowych udzielanych przez KRRiT z przyczyn społecznych na podstawie art. 48 ustawy o radiofonii i telewizji w łącznej wysokości 1,3%.

Aby przeciwdziałać negatywnemu zjawisku wyrejestrowywania odbiorników radiowych i telewizyjnych, a w konsekwencji spadkowi wpływów abonamentowych, Krajowa Rada wprowadziła od 1 stycznia 2000 roku ulgi finansowe dla abonentów, którzy wniosą opłaty abonamentowe z góry za okres (w nawiasie poziom ulgi obowiązujący w 1999 roku):

1. dwumiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 1,4% (0,7%)
2. kwartalny (lub za kolejne 3 miesiące)-		obniżenie opłaty za ten okres o 2,0% (1,4%)
3. czteromiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 2,2% (2,0%)
4. pięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 2,9% (2,5%)
5. półroczny (lub za kolejne 6 miesięcy)-		obniżenie opłaty za ten okres o 3,6% (3,3%)
6. siedmiomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 4,0% (3,9%)
7. ośmiomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 4,5% (4,4%)
8. dziewięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 5,0% (4,9%)
9. dziesięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 5,5% (5,4%)
10. jedenastomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 6,0% (5,9%)
11. roczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 6,9% (6,7%)

Warunkiem skorzystania z ulg jest wniesienie opłaty z góry w terminie do 20 pierwszego miesiąca okresu rozliczeniowego. Użytkownik odbiornika uzyskał również możliwość wniesienia opłat na poczet 2000 roku w 1999 roku, wg stawek obowiązujących od 1 stycznia 2000 roku.

Uchwałą Nr 493 z 30 czerwca 1999 roku, zmienionej uchwałą nr 796/99 z 21 grudnia 1999 roku Krajowa Rada dokonała podziału wpływów abonamentowych z opłat za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych w 2000 roku na spółki publicznej radiofonii i telewizji.

Z globalnej wielkości prognozowanych wpływów abonamentowych w kwocie 890,5 mln zł wyodrębniona została kwota 12,9 mln zł (tj. ok. 1,449%) dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na częściowe finansowanie przedsięwzięcia inwestycyjnego związanego z budową i wyposażeniem oraz kosztami bieżącej działalności Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim.

Pozostała kwota prognozowanych wpływów abonamentowych w wysokości 877,6 mln zł rozdzielona została według następującej relacji:

- Telewizja Polska S.A. - 60,0%
- Jednostki publicznej radiofonii, razem - 40,0%

Radiofonia publiczna

Uchwałą Nr 722/99 z 2 grudnia 1999 roku Krajowa Rada dokonała podziału kwoty 351,0 mln zł między poszczególne spółki radiofonii publicznej.

Dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 1999 rok określono środki w wysokości 186.867 tys. zł (tj. około 21,298% z kwoty 877,6 mln zł prognozowanych wpływów abonamentowych). W ramach tej kwoty wydzielono środki w wysokości 4,0 mln zł (0,456% z kwoty 877,6 mln zł) na finansowanie kosztów emisji Programu dla zagranicy oraz środki w wysokości 9,5 mln zł (1,082% z kwoty 877,6 mln zł) na finansowanie kosztów działalności Orkiestry i Chóru Polskiego Radia S.A.

Ponadto na inwestycje związane z systemem produkcji informacji oraz dostępu do archiwum wydzielona została kwota 3.867 tys. zł (0,441%).

Łącznie dla Polskiego Radia S.A. na 2000 rok przewidziane są wpływy abonamentowe w kwocie 199.767 tys. zł (12.900 tys. zł + 186.867 tys. zł), co stanowi 22,43% prognozowanej na 2000 rok kwoty wpływów abonamentowych (890,5 mln zł).

Natomiast dla 17 spółek regionalnej radiofonii publicznej określono środki z wpływów abonamentowych w wysokości 164.133 tys. zł.

Uchwałą Krajowej Rady Nr 723/99 z 2 grudnia 1999 roku ustalono sposób podziału prognozowanych wpływów pozaabonamentowych. Kwota 9,0 mln zł tych wpływów przewidziana została na częściowe finansowanie inwestycji rozwojowych spółek regionalnej radiofonii. Na 2000 rok dla spółek regionalnej radiofonii przydzielono środki z rachunku bankowego Krajowej Rady (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) w łącznej wysokości 173,1 mln zł (odpowiednio 164,1 mln zł + 9,0 mln zł). W ramach tych środków na częściowe finansowanie inwestycji rozwojowych określona została kwota około 11,1 mln zł, to jest ponad 6,4%.

Natomiast dla całej radiofonii publicznej w ramach kwoty prognozowanych wpływów 363,9 mln zł (199,8 mln zł + 173,1 mln zł) na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych określono środki w wysokości 24,0 mln zł (12,9 mln zł + 11,1 mln zł), to jest około 6,6%.

Telewizja publiczna

W ramach wpływów określonych dla Telewizji Polskiej S.A. na 2000 rok w wysokości 526,6 mln zł wyodrębniono kwotę 39 mln zł na finansowanie działalności TV Polonia (to jest 4,444% z kwoty 877,6 mln zł prognozowanych wpływów abonamentowych ogółem).

Ponadto Uchwałą Krajowej Rady Nr 798/99 z 21 grudnia 1999 roku ustalony został minimalny udział terenowych oddziałów TVP S.A. w planowanych wpływach abonamentowych ustalonych dla telewizji publicznej na poziomie 37,0% tj. 194,8 mln zł (w 1999 roku – 33,3%). Jednocześnie z pozostałych środków 331,8 mln zł (526,6 mln zł – 194,8 mln zł) przeznaczonych na finansowanie telewizyjnych programów ogólnopolskich TVP S.A. wydzielono kwotę 66,0 mln zł, jako minimalną na finansowanie udziału terenowych oddziałów spółki na antenie ogólnopolskiej, w celu zagwarantowania obecności audycji wyprodukowanych przez te oddziały w programach ogólnokrajowych (w 1999 roku kwota minimum określona była w wysokości 16,2 mln zł).

Prognoza na lata 2001-2003

Przyjmuje się, że w dalszym ciągu głównym źródłem finansowania działalności spółek radiofonii publicznej będą środki przekazywane z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe plus wpływy pozaabonamentowe), których udział ustabilizuje się na przeciętnym poziomie 70% - 75% przychodów ogółem całej radiofonii publicznej. Natomiast wpływy ze sprzedaży czasu reklamowego stanowiąc będą od 15% do 20% przychodów ogółem.

Ponadto zakłada się, iż w dalszym ciągu przychodami Polskiego Radia S.A. w Warszawie będą wpływy ze sprzedaży programów oświatowo-wychowawczych (przez MEN)

oraz programów na zagranicę (przez MSZ), które stanowić powinny około 4% skorygowanych przychodów ogółem tej spółki.

Dla Telewizji Polskiej S.A. udział wpływów abonamentowych przekazywanych z rachunku KRRiT stanowić będzie około 30% przychodów ogółem, natomiast wpływy ze sprzedaży czasu reklamowego wynosić będą około 60% przychodów ogółem. Pozostałe przychody, to jest: sponsoring programów, przychody ze sprzedaży usług produkcyjno-technicznych itp. oraz przychody finansowe stanowić będą około 10% przychodów ogółem.

W minionym okresie, szczególnie w latach 1998-1999, rynek nadawców radiofonii i telewizji komercyjnej ustabilizował się po zakończeniu w 1998 roku drugiego procesu koncesyjnego. Od 2001 roku następować będzie odnawianie koncesji nadawców komercyjnych. Teraz rynek ten będzie wzmacniał się kosztem nadawców publicznych. W spółkach radia i telewizji publicznej przewiduje się wystąpienie następujących zjawisk:

- w latach 2001-2003 przychody ze sprzedaży czasu reklamowego mogą jeszcze zwiększać się w wartościach nominalnych, ale jedynie na poziomie wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych;
- począwszy od 2003 roku wpływy z reklamy w wartościach nominalnych mogą się zmniejszać.

W Departamencie Ekonomicznym Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sporządzono szacunek prognozowanych wpływów na rachunek bankowy KRRiT (wpływy abonamentowe i wpływy pozaabonamentowe) przyjmując następujące podstawowe założenia:

- 1) bazą jest stan abonentów płacących za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych na dzień 31 grudnia 1999 roku
- 2) szacunek stanu abonentów radiowo-telewizyjnych, za które wnoszone będą opłaty na dzień 31 grudnia określono następująco:
 - 1999 rok - 7.208 abonentów
 - 2000 rok - 7.050 abonentów
 - 2001 rok - 6.950 abonentów
 - 2002 rok - 6.850 abonentów
- 3) prognozowany wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych przyjęto w następującej wysokości o:
 - 2000 rok - 5,7%
 - 2001 rok - 5,0%
 - 2002 rok - 5,0%
 - 2003 rok - 4,0%

- 4) aby przeciwdziałać wyrejestrowywaniu abonentów oraz zachęcać ich do wnoszenia opłat z góry ustalono, że poziom ulg finansowych będzie systematycznie zwiększany, w porównaniu do wprowadzonego od 1 stycznia 1998 roku:

	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>	<u>2000 rok</u>	<u>2001 rok</u>	<u>2002 rok</u>	<u>2003 rok</u>
• opłaty kwartalne (lub za kolejne 3 m-ce)	1,0%	1,4%	2,0%	2,3%	2,5%	2,8%
• opłaty półroczne (lub za kolejne 6 m-cy)	2,5%	3,3%	3,6%	4,6%	4,5%	5,0%
• opłaty roczne	5,0%	6,7%	6,9%	7,2%	7,5%	7,8%

- 5) przy ustalaniu wysokości miesięcznych opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych uwzględnione będą (podobnie jak na lata 1996-1998) następujące zasady:

- prognozowany przez rząd wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych
- wyrównanie z tytułu niedoszacowania inflacji prognozowanej w porównaniu do faktycznej to jest:
 - na 1999 rok (różnica w inflacji z 1997 roku - 0,9%)
 - na 2000 rok (różnica w inflacji z 1998 roku - 0,8%)
 - na 2001 rok (różnica w inflacji z 1999 roku)
 - na 2002 rok (różnica w inflacji z 2000 roku)

- 6) proponowany poziom wybranych opłat abonamentowych w okresie 2000-2003 przedstawiałby się następująco:

	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>	<u>2000 rok</u>	<u>2001 rok</u>	<u>2002 rok</u>	<u>2003 rok</u>
a) opłaty miesięczne						
• wyłącznie za odbiornik radiowy	3,20 zł	3,50 zł	3,75 zł	4,00 zł	4,20 zł	4,35 zł
• za telewizor lub telewizor i radio	9,60 zł	10,60 zł	11,50 zł	12,30 zł	13,10 zł	13,90 zł
b) opłaty roczne (z ulgami)						
• wyłącznie za odbiornik radiowy	36,50 zł	39,20 zł	41,90 zł	44,40 zł	46,40 zł	48,10 zł
• za telewizor lub telewizor i radio	109,40 zł	118,70 zł	128,50 zł	136,50 zł	144,60 zł	153,70 zł

- 7) przewiduje się obecnie, iż klucz podziału wpływów abonamentowych pomiędzy telewizją a radiofonią publiczną w latach 2001-2003 (podobnie jak w latach 1998-2000) będzie następujący:

- Telewizja Polska S.A. - 60%
 - Jednostki publicznej radiofonii, razem - 40%
- 8) jednostki Poczty Polskiej podejmą się w latach 2001-2002 intensyfikacji ustawowych działań w zakresie kontroli radio i telepajęczarstwa, w wyniku podejmowania między innymi następujących działań:
- kontroli stanu zarejestrowanych i używanych odbiorników radiowych i telewizyjnych osób prawnych (ministerstwa, urzędy, instytucje, przedsiębiorstwa itp.)
 - kontroli stanu zarejestrowanych odbiorników u abonentów osób fizycznych, stosując analizę porównawczą pomiędzy zapisami w ewidencji osób zarejestrowanych prowadzonej w tych jednostkach ze spisami imiennymi nadawców kablowych (uzyskanymi chociażby raz na pół roku od Stowarzyszeń Nadawców Kablowych za pośrednictwem Krajowej Rady – rozwiązane to wymaga zmiany zapisów ustawy o radiofonii i telewizji).
- 9) zakłada się, iż w 2000 roku Sejm RP znowelizuje ustawę o radiofonii i telewizji, w wyniku czego, po oficjalnym przetargu publicznym na zbieranie i ewidencję opłat abonamentowych i po złamaniu ustawowego monopolu Ministra Łączności w zakresie nadzoru kontroli radio i telepajęczarstwa, po okresie przejściowym 2001-2002, od 2003 roku usługi te prowadzić będą dla Krajowej Rady jednostki, które wygrają przetarg
- 10) w 2000 roku zakończony będzie proces budowy (Gdańsk i Koszalin) oraz rozbudowy siedzib spółek regionalnej radiofonii publicznej oraz inwestycji rozwojowych w zakresie bazy produkcyjno-technicznej, którego II etap rozpoczął się w latach 1996-1997 (I etap w latach 1994-1995 to przede wszystkim kontynuowanie inwestycji rozwojowych rozpoczętych jeszcze w p.j.o. „PRiTV”).
- 11) przewiduje się, iż w latach 2001-2003 wpływy pozaabonamentowe przeznaczone będą na finansowanie: procesu archiwizacji programów oraz przechodzenie programu na nadawanie w technice cyfrowej w spółkach radiowych.
- 12) pozostałe inwestycje spółek radiowych oraz inwestycje Telewizji Polskiej S.A. w latach 2001-2003 finansowane będą z amortyzacji oraz zysku netto osiągniętego na przychodach własnych przede wszystkim ze sprzedaży czasu reklamowego.

Po uwzględnieniu powyższych założeń oraz na podstawie dokonanych szacunków prognozuje się, że w latach 2000 - 2003 do podziału między spółki radiofonii i telewizji publicznej będą następujące środki z wpływów abonamentowych z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych, w porównaniu do 1999 roku (wpływy netto, to jest po potrąceniu umownego wynagrodzenia Rejonowych Urzędów Poczty Polskiej w wysokości 6,5 %):

IV. Warunki ekonomiczne działalności radiowej i telewizyjnej

TREŚĆ	w mln zł			
	2000 rok prognoza wg. uchwał KRRiT z 1999 rok	2001 rok szacunek	2002 rok szacunek	2003 rok szacunek
1. Wpływy abonamentowe (netto)	890,5	933,4	979,4	1.022,0
2. Wyodrębnione środki na częściowe finansowanie budowy i wyposażenia RCN w Solcu Kujawskim	12,9	0,0	0,0	0,0
3. Środki do podziału (poz. 1 - 2)	877,6	933,4	979,4	1.022,0
z tego:				
1) Telewizja Polska S.A.	526,6	560,0	587,6	613,2
2) Jednostki radiofonii publicznej, razem	351,0	373,4	391,8	408,8
z tego:				
a) Polskie Radio S.A. (działalność bieżąca)	186,9	196,4	205,7	215,0
b) Jednostki regionalnej radiofonii publicznej, razem	164,1	177,0	186,0	193,8
4. Razem Polskie Radio S.A. (poz. 2 + 3.2.a)	199,8	196,4	205,8	215,0
5. Spółki radiofonii publicznej środki na finansowanie inwestycji rozwojowych z wpływów pozaabonamentowych	9,0	9,0	9,0	9,0
6. Spółki regionalnej radiofonii publicznej (wpływy abonamentowe + pozaabonamentowe)	173,1	186,0	195,0	202,8
w tym: środki na częściowe finansowanie inwestycji rozwojowych	<u>11,1</u> (6,4%)	9,0	9,0	9,0

V. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ

POLITYKA AUDIOWIZUALNA UNII EUROPEJSKIEJ

Rok 1999 był rokiem wewnętrznych zmian w strukturach Komisji Europejskiej. W odniesieniu do sektora audiowizualnego oznaczało to likwidację dotychczasowego Dyrektoriatu X: „Kultura i Polityka Audiowizualna” i włączenie polityki audiowizualnej do nowego Dyrektoriatu „Edukacja i Kultura”. Zmiany objęły również wymianę poszczególnych komisarzy odpowiedzialnych za dyrektoriaty. Komisarzem dyrektoriatu, w skład którego wchodzi polityka audiowizualna, została Viviane Reding.

W związku z tymi zmianami Komisja Europejska opublikowała komunikat zawierający podstawowe elementy rozwoju strategii polityki audiowizualnej UE w najbliższych latach oraz memorandum dotyczące zasad polityki Wspólnoty w obszarze środków audiowizualnych w epoce informacji cyfrowej.

Zewnętrzny wymiar działań Wspólnoty Europejskiej w obszarze usług audiowizualnych

Opracowanie zewnętrznego wymiaru działań Wspólnoty w obszarze usług audiowizualnych ma na uwadze dwa główne elementy: poszerzenie Unii Europejskiej oraz nową rundę wielostronnych negocjacji handlowych w ramach Światowej Organizacji Handlu. Zagadnienie współpracy między Wspólnotą a krajami trzecimi oraz organizacjami regionalnymi w obszarze audiowizualnym wymaga ponadto pilnych zabiegów.

Poszerzenie Unii Europejskiej

Poszerzenie Unii Europejskiej stwarza szereg możliwości europejskiej branży audiowizualnej, a – ujmując rzecz szerzej – wspomaga sprawę kulturowej i językowej różnorodności w Europie. Na obecnym etapie negocjacji w sprawie członkostwa, kwestią zasadniczą jest wprowadzenie przez kraje aspirujące „acquis communautaire”, zwłaszcza zaś Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” oraz dyrektyw odnoszących się do własności intelektualnej. Chodzi o stworzenie audiowizualnej „przestrzeni” dla 500 milionów obywateli, gdzie zapewniona byłaby wolność świadczenia usług telewizyjnych.

Obecny postęp, jeśli chodzi o wprowadzanie „acquis communautaire”, zachęca ponadto do włączenia w program MEDIA PLUS wszystkich krajów ubiegających się o członkostwo. Ochrona i rozwój lokalnych sektorów audiowizualnych oraz stymulowanie

wymiany audiowizualnej i kulturowej między Unią Europejską a krajami kandydackimi uwzględnia zarówno priorytety branżowe, jak i kulturowe. Komisja zbada zakres, w jakim indywidualna sytuacja w każdym z krajów aspirujących do członkostwa w sektorze audiowizualnym uprawnia do stosowania specjalnych środków w ramach instrumentów przed-akcesyjnych. Równoległe do tych dwóch fundamentalnych aspektów strategii przed-akcesyjnej, rzeczą ważną jest stworzenie bliskiej koordynacji działań w krajach kandydackich i na forach międzynarodowych, a także wzmocnienie dialogu ze wszystkimi zainteresowanymi stronami w tych krajach. Komisja rozważy możliwe do podjęcia inicjatywy mające na celu stymulowanie wymiany doświadczeń między rządami, władzami ustawodawczymi oraz przedstawicielami branż z państw członkowskich z jednej strony, a przedstawicielami krajów kandydujących z drugiej strony.

Wielostronne rozmowy handlowe

Wyniki rundy negocjacji, która miała miejsce w Urugwaju i dotyczyła sektora audiowizualnego można podsumować w następujący sposób:

- usługi audiowizualne objęte są postanowieniami porozumienia GATS;
- Wspólnota i jej państwa członkowskie nie podjęły żadnych zobowiązań w odniesieniu do usług audiowizualnych w ramach porozumienia GATS. Zdecydowana większość partnerów handlowych zrzeszonych w Międzynarodowej Organizacji Handlu przyjęła taką samą postawę,
- Wspólnota i jej państwa członkowskie wprowadziły pięć wyjątków od stosowania klauzuli najwyższego uprzywilejowania. (Obecnie istnieje 8 wyjątków obejmujących środki podjęte na poziomie krajowym i na poziomie 15 państw członkowskich Wspólnoty).

Dlatego Wspólnota Europejska i jej państwa członkowskie zachowały swobodę działań w odniesieniu do istniejących i przyszłych środków podejmowanych na szczeblu krajowym i unijnym. Owa swoboda działania wydaje się tym bardziej konieczna, że nie można dziś przewidzieć pytań i wyzwań, które się bez wątpienia pojawią w związku z gwałtownym rozwojem Internetu.

Należy podkreślić, iż podejście, które skierowane jest na zachowanie i promowanie kulturowej i językowej różnorodności, w żadnym razie nie oznacza zamknięcia rynku europejskiego dla usług i treści pochodzących spoza Europy. Przeciwnie, rynek europejski pozostaje jednym z najbardziej otwartych rynków na świecie, zaś firmy świadczące usługi audiowizualne z krajów trzecich hojnie korzystają z jego rozwoju. Komisja przygotowała się za pomocą szczegółowych konsultacji z zainteresowanymi branżami do przyszłych negocjacji handlowych w ramach Międzynarodowej Organizacji Handlu, a zwłaszcza do negocjacji GATS 2000. Organizacje i firmy z sektora audiowizualnego poproszono w formie kwestionariusza o wyrażenie opinii i zainteresowań w obszarze komercyjnych aspektów usług audiowizualnych. Otrzymane jak dotąd kwestionariusze wyraźnie wskazują na pragnienie zachowania przestrzeni do manewrowania, wynegocjowanej w trakcie spotkania w Urugwaju, zarówno jeśli chodzi o już istniejące środki, jak i działania przyszłe. Komisja będzie dalej prowadzić dialog z przedstawicielami tej branży, a także – jeśli zajdzie taka potrzeba – poszerzy go o dalsze obszary, które mogą mieć wpływ na funkcjonowanie sektora audiowizualnego, jak choćby inwestycje czy subsydia.

Rozwój współpracy w branży audiowizualnej

Istnieje wciąż ogromny obszar w branży audiowizualnej wymagający poprawy współpracy między Wspólnotą, krajami trzecimi oraz organizacjami regionalnymi i międzynarodowymi. Szczególną rolę zajmie współpraca między Unią Europejską a Radą Europy w celu zapewnienia harmonijnego rozwoju i funkcjonowania europejskiego rynku usług audiowizualnych poza granicami Unii Europejskiej. Komisja zastanowi się, czy wskazane będzie, by Wspólnota i jej państwa członkowskie stały się sygnatariuszami pewnych dokumentów Rady Europy (jak na przykład, Konwencja dotycząca koprodukcji filmowej oraz telewizji ponadgranicznej). Rzeczą korzystną pod wieloma względami może także okazać się bilateralna i regionalna współpraca z tymi krajami trzecimi, które podzielają poglądy Unii Europejskiej na temat specyfiki sektora audiowizualnego oraz które prowadzą podobne do unijnych działania w zakresie promocji kulturowej i językowej różnorodności. Może to prowadzić do owocnej wymiany doświadczeń w zakresie sposobów ochrony i rozwoju kulturowej różnorodności w kontekście procesu globalizacji. Komisja rozpatrzy sposoby umocnienia tej współpracy, między innymi za pomocą odpowiednich programów realizowanych przez Wspólnotę.

Zasady regulacji usług audiowizualnych w epoce techniki cyfrowej przyjęte przez Unię Europejską

Rozwój polityki audiowizualnej w erze technologii cyfrowej powinien opierać się na czterech głównych zasadach:

Zasada proporcjonalności

Zasada konieczności i proporcjonalności opisana w Traktacie Założycielskim oraz rozwinięta w postanowieniach Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w odniesieniu do wolności świadczenia usług tworzy podstawę odpowiednich instrumentów regulacyjnych Wspólnoty w odniesieniu do sektora audiowizualnego i jeszcze szerzej do środowisk zajmujących się przekazywaniem informacji. Zasada proporcjonalności wymaga, by stopień interwencji prawnej nie był większy niż konieczny dla osiągnięcia danego celu. Zasada ta jest odzwierciedlona w odpowiednich instrumentach Wspólnoty: telewizyjne usługi nadawcze objęte są przepisami Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” oraz innymi instrumentami dotyczącymi własności intelektualnej oraz ochrony usług szyfrowanych, natomiast usługi audiowizualne i informacyjne inne niż usługi nadawcze objęte są mechanizmem regulacyjnym dotyczącym przejrzystości, przyjętym w 1998 roku. Mechanizm ten wkrótce zostanie uzupełniony przepisami Dyrektywy o handlu elektronicznym.

Biorąc pod uwagę wyniki dotychczasowych konsultacji, Komisja uważa, że – nie tworząc nowej ramy prawnej w odniesieniu do treści audiowizualnych – Wspólnota może skutecznie poradzić sobie z zachodzącymi zmianami poprzez budowanie na już istniejących instrumentach i zasadach prawnych, a – tam, gdzie to konieczne – poprzez promowanie inicjatyw w zakresie samoregulacji.

Rozdzielenie regulacji dotyczących przekazu i treści

Dokonany przegląd sytuacji, a zwłaszcza konsultacje prowadzone nad Zieloną Księgą o Konwergencji ustaliły consensus w zakresie konieczności rozdzielenia metod regulacji w

odniesieniu do przekazywania sygnałów elektronicznych oraz stosowanej w tym przypadku infrastruktury z jednej strony, a regulacji dotyczących treści audiowizualnych z drugiej strony. Zdaniem Komisji wymaga to:

- potrzeby stworzenia gwarancji, iż regulacje dotyczące treści uwzględniać będą specyficzne cechy danych usług oraz cele publiczne związane z tymi usługami;
- potrzeby stworzenia gwarancji, iż regulacje dotyczące treści uwzględniać będą specyfikę sektora audiowizualnego i że opierać się będą na aktualnej jego strukturze;
- potrzeby stosowania odpowiedniej regulacji w odniesieniu do nowych usług audiowizualnych, uwzględniania niepewności na rynku oraz potrzebę wstępnych inwestycji przy ich wprowadzaniu, przy jednoczesnym utrzymaniu odpowiednich mechanizmów mających na celu ochronę konsumenta.

Dobro publiczne a podejście regulacyjne na poziomie Wspólnoty Europejskiej

Zasady i metodologia stosowana w tworzeniu przepisów prawnych Wspólnoty mają ogromne znaczenie w konstruowaniu stabilnej i prawnie bezpiecznej ramy regulacyjnej. Jest to warunek *sine qua non* dla zapewnienia sprawnego działania oraz rozwoju rynku usług audiowizualnych na terenie Wspólnoty. Rama ta musi także gwarantować efektywną ochronę ogólnych interesów społecznych, takich jak wolność słowa oraz prawo do repliki, ochronę autorów i ich prac, pluralizm, ochronę konsumentów, ochronę nieletnich i ludzkiej godności oraz promocję językowej i kulturowej różnorodności.

Komisja uważa, iż rewolucja cyfrowa nie wymaga, by działania w obszarze polityki audiowizualnej identyfikowały pojęcie ogólnego dobra społecznego i – tam, gdzie to konieczne – jego ochrony za pomocą przepisów. Rozwój technologii wymaga jednak stałej oceny stosowanych środków i metod w celu zagwarantowania, iż będą one zgodne z nakreślonymi celami. Działania w obszarze usług audiowizualnych dotyczą treści usług audiowizualnych przeznaczonych dla szerokiego grona odbiorców: usługi takie obejmują „komunikowanie się ze społeczeństwem” oraz mogą mieć wpływ na pewne interesy nadrzędne związane z sektorem medialnym jako całością (na przykład, w odniesieniu do praw autorskich i pochodnych, ochrony integralności dzieł artystycznych, ochrony nieletnich, konsumentów, kulturowej odmienności itd.).

O ile środki dystrybucji (zarówno związane z wielozadaniowością, jak na przykład transmisje audycji, jak też przekazywane z jednego miejsca do drugiego miejsca, jak na przykład, „wideo na żądanie”) nadal zachowują swoje kluczowe znaczenie, niektóre rodzaje nowych usług mogą wymagać także innych środków, które należy uwzględnić przy ocenie konieczności i proporcjonalności zastosowania danego podejścia legislacyjnego. Metoda stopniowego podejścia do stosowania regulacji konieczna będzie w przypadku wpływu każdego rodzaju usługi na interesy ogólne społeczeństwa. Podstawową przesłanką przy formułowaniu takich regulacji powinna być niezdolność – potencjalna lub rzeczywista – rynku do osiągnięcia tych celów (za wyjątkiem pewnych przypadków, takich jak ochrona nieletnich lub praw autorskich tam, gdzie siły rynkowe nie są przystosowane do osiągania podobnych celów). Inicjatywy legislacyjne powinny uwzględniać komercyjny i nie komercyjny charakter dokonywanych transakcji oraz stopień kontroli i wyboru gwarantowany użytkownikowi.

Określenie roli publicznych usług nadawczych oraz potrzeba przejrzystości ich finansowania

Telewizja publiczna pełni ważną rolę w państwach członkowskich Wspólnoty Europejskiej: jest to szczególnie istotne w odniesieniu do kulturowej i językowej różnorodności, programów edukacyjnych, obiektywnego informowania opinii publicznej, gwarantowania pluralizmu oraz prezentowania ogólnodostępnych programów wysokiej jakości. Integracja publicznych transmisji telewizyjnych i radiowych z nowym cyfrowym środowiskiem audiowizualnym wymaga zrównoważonego podejścia. Przyszłość dwójnego systemu nadawania w Europie, obejmującego nadawców państwowych i prywatnych, zależy od roli, jaką nadawcy państwowi odegrają w zakresie uczciwej konkurencji oraz zachowań na wolnym rynku, zgodnie z zapisami Traktatu Założycielskiego, omówionymi w Protokole Nr 32 dotyczącym systemu mediów publicznych w państwach członkowskich. Oznacza to, że:

- państwa członkowskie mają swobodę w przyznawaniu koncesji, definiowaniu oraz organizowaniu usług audiowizualnych dla ludności oraz decydowaniu, w jaki sposób finansowani będą nadawcy państwowych środków masowego przekazu (czy będzie to opłata koncesyjna, finansowanie z budżetu państwa, podwójny system finansowania itd.);
- programy w państwowych środkach masowego przekazu, tak jak określają je państwa członkowskie, będą zgodne z dobrze pojętym interesem publicznym w odniesieniu do usług o ogólnym znaczeniu ekonomicznym (zgodnie z oceną Komisji);
- program finansowania wybrany przez państwa członkowskie szanować będzie zasadę proporcjonalności i nie będzie naruszać warunków handlowych oraz zasady konkurencji na terenie Wspólnoty, w stopniu mogącym stanowić zagrożenie dla wspólnego interesu, zgodnie z Artykułem 80(2) Traktatu Założycielskiego i zgodnie z wykładnią Protokołu (przy czym pod uwagę weźmie się sprawę realizacji programów publicznych) wraz z zapisami Trybunału Sprawiedliwości;
- o ile definicja państwowych środków masowego przekazu oraz określenie sposobów ich finansowania jest sprawą państw członkowskich, Komisja musi zadbać o to, by były one zgodne z postanowieniami Traktatu Założycielskiego, zgodnie z wykładnią Trybunału Sprawiedliwości, w odniesieniu zarówno do zasad pomocy ze strony państwa, jak i swobody w świadczeniu usług.

Zapewnienie równowagi między przepisami krajowymi a przepisami na poziomie Wspólnoty ma kluczowe znaczenie, zwłaszcza w odniesieniu do umożliwienia europejskim nadawcom państwowym wykorzystania w pełni szans tworzonych przez nowe technologie, ale także pełniejszego wypełnienia zobowiązań wobec społeczeństwa. Zobowiązania te powinny być określone właśnie przez państwa członkowskie.

Działania Komisji Europejskiej w dziedzinie ustawodawczej w obszarze polityki audiowizualnej

W oparciu o te zasady Komisja zamierza podjąć następujące działania:

Dyrektywa o „Telewizji bez Granic”:

Przyjęta w 1989 roku Dyrektywa została zrewidowana w 1997 roku tak, aby uwzględnić rozwój technologiczny oraz wydarzenia na rynku. Do dnia 30 grudnia 1998 roku państwa członkowskie miały wprowadzić w życie zapisy Dyrektywy, zaś priorytetem dla

Komisji jako gwaranta Traktatu Założycielskiego jest właściwe i dokładne wdrożenie przepisów tej Dyrektywy. Od chwili jej przyjęcia, Dyrektywa ta stanowiła stabilne i prawnie bezpieczne ramy regulujące działalność w zakresie usług nadawczych w krajach Wspólnoty. O ile przyszłe zmiany technologiczne i rynkowe mogą wymagać rewizji tych przepisów, Dyrektywa pozostaje dziś skutecznym instrumentem regulowania komunikacji między nadawcą programu, a jego odbiorcami oraz dobrze przystaje do aktualnych wymogów rynku i poziomu techniki.

Pod koniec 2000 roku państwa członkowskie mają przedstawić raport odnośnie stosowania przepisów Dyrektywy. Zgodnie z Artykułem 26 tejże Dyrektywy drugi raport ma być złożony 2 lata później. Będzie on uwzględniał rozwój technologiczny w tym sektorze, a także wyniki badań przeprowadzonych przez Komisję na temat ochrony nieletnich oraz reklamy przeznaczonej dla dzieci. Wszelkie konieczne poprawki zapisów Dyrektywy zostaną zaproponowane w tym właśnie kontekście. Artykuł 25(a) Dyrektywy wymaga także niezależnego badania nad wpływem zapisów Dyrektywy dotyczących promocji europejskich dzieł, które to badanie ma zostać przeprowadzone do czerwca 2002 roku. Badanie to dostarczy materiału dla raportu, który ma być przygotowany na koniec 2002 roku. Stworzy ono także możliwość ogólnego zweryfikowania instrumentów regulacyjnych i wspomagających w zakresie promocji różnorodności kulturowej i językowej w mediach audiowizualnych.

Dostęp do treści audiowizualnych

Sektor usług audiowizualnych podporządkowany był tradycyjnie pewnym zasadom, które miały na celu zagwarantowanie dostępu do treści, które – gdyby pozostawiano w tym względzie jedynie działania rynkowe – nie zawsze mogłyby być osiągalne. Zasady te mogą wymagać w przyszłości pewnych korekt ze względu na zmiany w technologii oraz zmiany obserwowane na rynku.

W tej początkowej fazie, kiedy rynek i postęp techniczny są w dużym stopniu nieprzewidywalne, Komisja nie proponuje żadnych specjalnych działań w obszarze sektora usług audiowizualnych, podkreśla jednak, iż jest to obszar, który należy uważnie obserwować.

Dostęp do treści audiowizualnych może także wywoływać pytania o to, czy wszyscy mogą sobie pozwolić na ich odbieranie. Tam, gdzie pojawiałyby się kwestia społecznej dyskryminacji (wynikającej z „posiadania” lub „nieposiadania” informacji), konsumenci powinni mieć zagwarantowany dostęp do danych treści po umiarkowanych cenach. Dyrektywa o „Telewizji bez Granic” pozwala na przykład państwom członkowskim na podejmowanie decyzji, iż ważne społecznie wydarzenia relacjonowane będą w telewizji bezpłatnej.

Ochrona praw autorskich i walka z piractwem

Internet zapewnia nowe środki i sposoby dystrybucji programów audiowizualnych, zaś technika cyfrowa umożliwia perfekcyjne kopiowanie tychże programów. Oznacza to, że ochrona praw autorskich oraz praw pochodnych, a także walka z piractwem muszą stanowić centralny element polityki w obszarze usług audiowizualnych. Piractwo osiągnęło już takie rozmiary, iż może wywołać poważne szkody ekonomiczne u posiadaczy praw autorskich do programów audiowizualnych. Nie wystarczą jednak krajowe przepisy prawne skierowane

przeciwko piractwu, by skutecznie walczyć z tą plagą. Należy stworzyć europejskie i międzynarodowe ramy prawne chroniące w Internecie własność intelektualną. (Przykładem może tu być projekt dyrektywy Komisji o prawach autorskich i prawach pochodnych w społeczeństwie informatycznym, zwiększający zakres ochrony autorów, wykonawców i producentów artykułów fonograficznych w środowisku cyfrowym oraz wprowadzenie Umowy o Prawach Autorskich Światowej Organizacji Fonograficznej oraz Umowy o Wykonawcach i Fonografii przyjętych w grudniu 1996 roku, przy jednoczesnym zapewnieniu właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego). Komisja uważa pilne przyjęcie proponowanej Dyrektywy o prawach autorskich i prawach pochodnych w społeczeństwie informatycznym za sprawę niezmiernej wagi.

Ochrona niepełnoletnich

Technika cyfrowa może czasami powodować, iż tradycyjne metody ochrony niepełnoletnich okażą się nieskuteczne. Odbiorniki telewizji cyfrowej zintegrowane na przykład ze sprzętem komputerowym spowodują, iż czas nadawania („podział programowy”) stanie się mniej efektywną metodą ochrony niepełnoletnich, zwłaszcza wobec faktu, iż coraz więcej dzieci posiada w swoim pokoju zarówno telewizor, jak i komputer. Internet zapewnia, rzecz jasna, dostęp o każdej porze do wszelkich treści rozpisanych na stronach Internetowych, jak również do wiadomości i grup „dyskusyjnych”.

Wydaje się więc rzeczą wielce prawdopodobną, że w przyszłości techniki filtrujące lub blokujące będą z konieczności odgrywać większą rolę w ochronie nieletnich przed dostępem do niepożądanych treści audiowizualnych. Nie umniejsza to w żadnym stopniu odpowiedzialności ze strony nadawcy, ani też ze strony innych zaangażowanych w ich przekazywanie osób. Istnieje także potrzeba większej przejrzystości i spójności w sposobie, w jaki ograniczenia wiekowe towarzyszą treściom audiowizualnym. Obecnie jasne i przejrzyste kryteria wiekowe zauważane są głównie przez ich brak. I wreszcie, dużą rolę odgrywa tutaj świadomość i wychowanie: dorośli powinni być informowani o skutkach szkodliwych programów a zarazem o pozostających w ich dyspozycji środkach ochrony nieletnich przed tymi skutkami. Dzieci z kolei powinny być lepiej informowane o sposobie korzystania z mediów: dotyczy to zarówno doboru programów dla nich korzystnych, jak i eliminowania treści szkodliwych.

W niektórych przypadkach przepisy prawne nie są efektywnym środkiem osiągnięcia tych celów. Bardziej skuteczne mogą być w tym względzie kodeksy postępowania i działania samoregulujące, ze względu na swą większą elastyczność i zdolność adaptacyjną. Z doświadczenia wynika jednak, iż samoregulacja jest bardziej skuteczna wtedy, gdy dokonuje się w ramach ogólnych przepisów prawnych.

W tym kontekście dokument zatytułowany „Rekomendacje Rady w zakresie ochrony nieletnich i ludzkiej godności” ilustruje uzupełniający się charakter przepisów prawnych i samoregulacji oraz stwarza podstawy do przetestowania takiego podejścia w praktyce. „Rekomendacje”, obejmujące zarówno przekazy audiowizualne, jak i usługi audiowizualne i informacyjne - również te dostępne w Internecie (usługi sieciowe) - wzywają państwa członkowskie, przemysł oraz inne zainteresowane strony do ustanowienia zasad samoregulacji, które wspomagałyby istniejące rozwiązania prawne.

Reklamy i sponsorowanie

Dyrektywa o „Telewizji bez Granic” zawiera szereg przepisów dotyczących reklam, które to przepisy mają chronić konsumentów, jak również integralność dzieł audiowizualnych oraz niezależność edytorską. Do reklam w sektorze usług audiowizualnych odnoszą się także inne instrumenty prawne Komisji. Na przykład, Dyrektywa Nr 84/450/EEC odnosząca się do krypto-reklamy, poprawiona Dyrektywą Nr 95/55/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 roku, wprowadzająca kwestię reklamy komparatywnej.

Technologia cyfrowa stworzy w istocie cały szereg nowych możliwości w zakresie reklamy i marketingu, z których wiele nie da się dziś przewidzieć. Zwłaszcza usługi audiowizualne w Internecie oferują wielorakie możliwości i stąd budzą szereg pytań, jak zapewnić odbiorcom odpowiedni poziom ochrony. Zarówno jeśli chodzi o telewizję cyfrową, jak i usługi audiowizualne w Internecie, nie chodzi o ograniczanie rozwoju nowych technik reklamowych, ale o zachowanie podstawowych zasad, takich jak zakaz krypto-reklamy, czy potrzebę oddzielenia reklamy od innych materiałów. Dlatego też Komisja przeprowadzi badanie nowych technik reklamowych pod kątem przyszłych, ewentualnych modyfikacji przepisów zawartych w Dyrektywie o „Telewizji bez Granic”, zwłaszcza w odniesieniu do jednoczesnego prezentowania reklam i innych programów, tak aby zagwarantować w tym względzie wyraźne rozróżnienie.

Pomoc państwa udzielana produkcji filmowej oraz telewizyjnej: prawne zasady dotyczące sektora filmowego

W swej decyzji z dnia 9.6.1998 roku dotyczącej francuskiego projektu wspierania produkcji filmowej, Komisja ustaliła pewne specyficzne kryteria, na podstawie których zamierza oceniać pomoc państwa na rzecz kina i programów telewizyjnych w myśl zapisów Artykułu 87 (3) (d) EC. W tej samej decyzji Komisja zobowiązała się do dokonania przeglądu odpowiednich projektów pomocy w innych państwach członkowskich na podstawie wspomnianych powyżej kryteriów. Po zakończeniu tego przeglądu, Komisja oceni w 2000 roku potrzebę ustalenia bardziej szczegółowych wskazówek dotyczących traktowania pomocy państwa na rzecz kina i produkcji programów telewizyjnych. Co więcej, Komisja przedstawi w 2000 roku Memorandum na temat prawnych aspektów związanych z produkcją filmową, obejmujących, inter alia takie sprawy, jak definicja dzieła europejskiego.

Jednak cel Komisji jest jasny: należy zapewnić europejskie zróżnicowanie kulturowe i językowe i jako takie musi się ono stać częścią składową kształtowania społeczeństwa informacyjnego.

Inicjatywa „eEuropa”

Aby sprostać wyzwaniom społeczeństwa informacyjnego – dostęp do kapitału inwestycyjnego, szkolenie, badania, by wspomnieć jedynie kilka elementów – przewodniczący Prodi zainicjował akcję „Europa elektroniczna” (eEurope), ważne przedsięwzięcie w obszarze budowania społeczeństwa informacyjnego w Europie. Jest rzeczą oczywistą, iż wyraz „społeczeństwo” jest równie ważny jak słowo „informacyjne”. Z tego powodu akcja „eEuropa” zajmie się także zagwarantowaniem Europejczykom dostępu do takich treści audiowizualnych – w ich wszelkich formach – które spełniają ich potrzeby oraz odzwierciedlają europejskie zróżnicowanie kulturowe i językowe.

Harmonogram działań przyjęty przez Komisję Europejską

1. Sporządzenie raportu sprawozdawczego dotyczącego skutków zaleceń w sprawie ochrony nieletnich w usługach audiowizualnych i informacyjnych - wrzesień 2000 roku.
2. Raport o stosowaniu Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” – grudzień 2000 roku.
3. Nowe wytyczne odnośnie pomocy państwa w realizacji programów telewizyjnych i filmowych – rok 2000.
4. Memorandum na temat aspektów prawnych działalności przemysłu filmowego – rok 2000.
5. Niezależny raport o konsekwencjach Artykułu 4 i 5 Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” (wymogi tematyczne) – czerwiec 2002 roku.
6. Opracowanie dotyczące nowych technik reklamowych stosowanych w telewizji – czerwiec 2002 roku.
7. Przegląd zapisów Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” – grudzień 2002 roku.
8. Ostateczny raport odnośnie infrastruktury informacji statystycznych Wspólnoty – kwiecień 2005 roku.
9. Program MEDIA PLUS – styczeń 2001 – grudzień 2005 roku.

Program Media Plus

14 grudnia 1999 roku Komisja Europejska przyjęła dwie propozycje przygotowujące proces decyzyjny Parlamentu Europejskiego oraz Rady UE w odniesieniu do programu Media Plus. Obie decyzje mają odnosić się do okresu 2001- 2005 i związane są z kontynuowaniem dotychczasowego programu Media II.

Nowy program Media Plus ma w założeniu wzmocnić międzynarodowy zasięg obiegu europejskich prac o charakterze audiowizualnym, stwarzając równocześnie przesłanki dla ugruntowania związków pomiędzy rynkiem audiowizualnym a mechanizmami wsparcia działalności twórczej w tym zakresie. Program ten może być rozszerzony o kraje ubiegające się o przyjęcie do Unii pod warunkiem, że ich ustawodawstwo będzie zbieżne z linią polityki audiowizualnej Wspólnoty.

Przyjęta właśnie pierwsza propozycja odnosi się do Media Plus – Training i określa generalne cele i zasady wspierania działalności szkoleniowej w tym segmencie całego programu Media Plus. Spośród warunków proceduralnych określających sposoby funkcjonowania tego segmentu należy wskazać na pułapy współfinansowania (poprzez granty, ale tylko do wysokości 50%), wymogi co do kraju pochodzenia uczestników szkoleń (większość powinna pochodzić z kraju innego niż ten gdzie odbywa się szkolenie) oraz sposoby podejmowania decyzji. Proponowany wstępnie budżet dla Media Plus – Training ma wynosić na okres 2001-2005 50 mln euro.

Propozycja druga odnosi się do Media Plus – Development i wskazuje na założenia mające prowadzić do wzmocnienia fazy projektowania (w tym – marketingowej) oraz dystrybucyjnej obiegu prac audiowizualnych. W tym segmencie programu Media Plus przyjęto zasadę, iż wsparcie finansowe ze strony UE winno wzmacniać zaangażowanie

inwestycyjne po stronie przemysłu każdego z krajów i że może ono sięgać 50% całości zakładanych kosztów poszczególnych projektów.

Media Plus – Development składa się z czterech części składowych odnoszących się kolejno do: a. właściwego rozwoju, b. dystrybucji, c. promocji oraz d. projektów pilotażowych. Rozwój produkcji audiowizualnej będzie wspomagany poprzez udzielanie bezzwrotnych grantów producentom filmowym. Szczególne znaczenie przywiązuje się zwłaszcza do zastosowania nowych technologii. Faza dystrybucji to w nowym programie bardzo istotny element, w związku z tym kładzie się nacisk na zachęcanie do rozwoju i inwestowanie w sieć dystrybucji.

Spośród warunków proceduralnych określających sposoby funkcjonowania tego segmentu należy wskazać na zasadę jednomyślności w Radzie UE i wymóg uprzednich konsultacji w Parlamencie Europejskim. Proponowany wstępnie budżet dla Media Plus – Development ma wynosić na okres 2001-2005 350 mln euro.

PRACE GRUP EKSPERTÓW W RADZIE EUROPY

W uzgodnieniu z Ministerstwem Spraw Zagranicznych, Ministerstwem Kultury i Sztuki oraz z byłym Biurem ds. Integracji Europejskiej oraz Pomocy Zagranicznej Urzędu Rady Ministrów, Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji została powierzona odpowiedzialność za reprezentowanie Polski w strukturach Rady Europy, zajmujących się środkami masowego przekazu. (Wykaz grup ekspertów, w pracach których Polska bierze udział, znajduje się w rozdziale V Sprawozdania KRRiT.)

Poniżej zostały zamieszczone informacje o stanie prac w poszczególnych grupach ekspertów, w których uczestniczą polscy przedstawiciele.

Stały Komitet ds. Telewizji Ponadgranicznej

Status i zadania Komitetu określa Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej w art. 20-22. Odpowiada on za przestrzeganie i stosowanie konwencji, formułuje zalecenia z tym związane, daje wykładnię przepisów konwencji i uczestniczy w rozwiązywaniu ewentualnych konfliktów powstałych na gruncie ich stosowania.

Konwencja została znowelizowana w 1998 roku, ale ma wejść w życie 1 października 2000 roku. Rok 1999 służył więc przygotowaniu się do działania pod rządami zmienionej konwencji.

Komitet odbył trzy spotkania w 1999 roku. Podczas pierwszego posiedzenia dokonano wyboru nowych władz Komitetu na następne dwa lata. W efekcie głosowania ukształtował się następujący ich skład:

Przewodniczący – Karol Jakubowicz, Polska

I Wiceprzewodniczący – Matthias Traimer, Austria

II Wiceprzewodniczący – Sebnem Bilget, Turcja.

W 1999 roku zwiększyła się liczba Państw-Stron Konwencji. Znowelizowaną Konwencję ratyfikowały już Lichtenstein i Słowenia. Podpisały ją Albania, Czechy i Mołdowa. Szwajcaria notyfikowała Sekretarzowi Generalnemu RE przestrzeganie znowelizowanej Konwencji na zasadzie tymczasowej, przed jej ratyfikacją (takie rozwiązanie przewiduje art. 35 ust.4 protokołu nowelizującego Konwencję).

Jednym z głównych tematów obrad był projekt wytycznych nt. realizowania art. 9a znowelizowanej konwencji, zmierzającego do zapewnienia dostępu widowni do wydarzeń o dużym znaczeniu dla społeczeństwa, w sytuacji, gdy prawa wyłączności do transmitowania takich wydarzeń nabył nadawca programu kodowanego lub płatnego, ewentualnie nadawca w innym kraju. Konwencja przewiduje wydanie przez Stały Komitet takich wytycznych (art. 9a, ust. 3 pkt. b), które mają określić zasady tworzenia list takich wydarzeń w Stronach Konwencji, a następnie tryb uznawania tych list przez inne strony konwencji. Jest to niezbędne, by zapewnić współpracę między stronami na rzecz realizowania art. 9a.

W momencie nabycia prawa do transmisji wydarzenia znajdującego się na liście jednego z Państw-Stron Konwencji (w tym własnego kraju), nadawca programu płatnego lub kodowanego powinien powiadomić o tym krajowy organ właściwy w sprawach radiofonii lub telewizji (albo inny organ wyznaczony do nadzorowania realizacji Konwencji w tym zakresie). Powinien też pisemnie poinformować wszystkich nadawców programów ogólnodostępnych o możliwości nabycia tych praw i następnie negocjować z nimi warunki kontraktu, aż do zawarcia tego kontraktu z jednym z tych nadawców. W przypadku napotkania trudności ze sprzedażem tych praw, powinien poinformować właściwy organ o kłopotach z realizacją spoczywającego na nim obowiązku dołożenia starań, by widownia w innym kraju nie została pozbawiona dostępu do ważnego wydarzenia. Wtedy organ ten powinien podjąć konsultacje z odnośnymi władzami w drugim kraju w celu ustalenia powodów tych trudności (zbyt wysoka cena, trudne do przyjęcia warunki itp.). W przypadku bowiem, gdyby nie doszło do udostępnienia widowni ważnego wydarzenia, koniecznym stanie się ustalenie, kto ponosi za to odpowiedzialność i wyciągnięcie wobec niego przewidzianych prawem konsekwencji.

W ramach przygotowania do realizowania znowelizowanej Konwencji, Komitet dokonał wymiany poglądów nt. sposobu realizacji art.5 Konwencji (sprawa jurysdykcji).

Liczne wyroki Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w Luksemburgu odnośnie sprawy jurysdykcji nad nadawcami ponadgranicznymi, odzwierciedlone w rozwiązaniach przyjętych w znowelizowanej konwencji (oraz Dyrektywie UE o „Telewizji bez Granic”), nie pozostawiają wątpliwości, że nadawca ponadgraniczny podlega jurysdykcji tylko jednego kraju, i że decydują tu kryteria oceny charakteru siedziby i związku nadawcy z danym krajem (*criteria of establishment*). O ile przedtem kryterium określania, w jurysdykcji którego państwa znajduje się nadawca było umiejscowienie *up-link'u* (stacji dosyłającej sygnał do satelity), o tyle obecnie znacznie rozszerzono te kryteria, tak by przy określaniu jurysdykcji uwzględnić trzy względy zasadnicze:

- gdzie nadawca ma siedzibę;
- gdzie nadawca podejmuje decyzje dotyczące ramówki
- gdzie znajduje się znacząca część jego personelu związanego z wykonywaniem telewizyjnej działalności nadawczej;

oraz trzy względy pomocnicze:

- czy korzysta z częstotliwości przyznanej przez daną Stronę Konwencji;
- czy korzysta z satelity należącego do tej Strony;
- czy używa znajdującej się na terytorium danej Strony stacji dosyłającej sygnał do satelity.

Przy uwzględnieniu kombinacji tych kryteriów ustalenie jurysdykcji powinno nastąpić w sposób znacznie bardziej precyzyjny, niż niekiedy dotychczas. Gdy okazuje się to niemożliwe, Konwencja nadaje Stałemu Komitetowi kompetencję rozważenia wszystkich okoliczności i określenia jurysdykcji.

Dyskusja podczas posiedzenia Stałego Komitetu wskazała, że istnieje jeszcze bardzo wiele wątpliwości co do stosowania nowych przepisów, ponieważ:

- nie ma nierozzerwalnego związku między koncesją a jurysdykcją: nadawca może mieć koncesję danego kraju, ale nie podlegać jego jurysdykcji;
- nie zostały precyzyjnie zdefiniowane niektóre pojęcia użyte w art. 5 („znacząca część personelu”, „decyzje dotyczące układu programowego”);
- należy rozróżnić między zezwoleniem telekomunikacyjnym a koncesją programową, zatem najistotniejszym elementem jest sprawa kontroli redakcyjnej nad programem, która jednak może z łatwością być przenoszona z kraju do kraju.

Sprawa ta ma jeszcze być przedmiotem dyskusji na spotkaniu Komitetu z przedstawicielami regulatorów audiowizualnych z różnych krajów. Jeżeli regulatorzy wskażą, że te lub inne przepisy znowelizowanej Konwencji następczą będą trudności w stosowaniu Konwencji, Stały Komitet wróci do sprawy.

W tym kontekście wywiązała się dyskusja o sprawie HBO Polska. Delegat polski wskazał, że KRRiT nie mogła uzyskać pomocy węgierskiej Komisji ds. Radiofonii i Telewizji ze względu na braki w węgierskiej ustawie o radiofonii i telewizji, w której nie przewidziano koncesjonowania nadawców ponadgranicznych, wobec czego Komisja nie miała kompetencji prawnej w tej materii. Z kolei przedstawiciele Komisji wskazali, że gdy dowiedzieli się, że HBO Polska uzyskała koncesję od angielskiej ITC, usiłowali zwrócić się do niej o pomoc, ale bezskutecznie. Przedstawicielka Anglii odpowiedziała, że ponieważ Konwencja w obecnym brzmieniu wiąże jurysdykcję z up-linkiem satelitarnym, a ten w przypadku HBO Polska znajduje się na Węgrzech, problem HBO Polska należy do Komisji węgierskiej, a nie do ITC, mimo, że ta dała HBO Polska koncesję. Z chwilą wejścia w życie znowelizowanej Konwencji, kryterium up-linku, jako określania kraju, który jest właściwy w sprawach jurysdykcji, zostanie zastąpione kryterium siedziby (criteria of establishment), wtedy sprawa HBO Polska znajdzie się w kompetencji angielskiej.

Swego rodzaju pretekstem do dyskusji na temat sposobu zapewnienia realizacji art. 10 Konwencji (wspieranie europejskiej produkcji audiowizualnej) stał się list Marcelino Oreja, b. członka Komisji Europejskiej, w sprawie nacisków wywieranych na kraje Europy Środkowej i Wschodniej w OECD, WTO i innych organizacjach gospodarczych na rzecz pełnej liberalizacji rynku audiowizualnego, tak by był on całkowicie otwarty na import dzieł audiowizualnych z całego świata. Marcelino Oreja wezwał do okazania solidarności krajom Europy Środkowej i Wschodniej, podlegającym tym naciskom, i do podjęcia wspólnych działań Unii Europejskiej i Rady Europy na rzecz obrony ich suwerenności kulturalnej.

Marcelino Oreja skierował ten list do Sekretarza Generalnego Rady Europy na krótko przed zakończeniem urzędowania. Komitet został jednak poinformowany, że sprawa w nim przedstawiona cieszy się poparciem pani Reding, nowego komisarza odpowiedzialnego za sprawy kultury, edukacji i mediów.

Walter Schwimmer, Sekretarz Generalny Rady Europy, odpowiedział na list Marcelino Oreja i poparł jego stanowisko.

List ten można traktować m.in. jako odzew na wielokrotne prośby Polski o pomoc Unii Europejskiej w przeciwstawianiu się naciskom, którym Polska podlega w OECD na rzecz pełnego otwarcia programów telewizyjnych na filmy pozaeuropejskie.

Postanowiono przygotować materiał podsumowujący stan prawny obowiązujący w różnych organizacjach międzynarodowych i stanowiący przewodnik dla krajów Europy Środkowej i Wschodniej po odpowiednich przepisach. Materiał ten zostanie upowszechniony wśród krajów Europy Środkowej i Wschodniej.

W trakcie nowelizacji konwencji postanowiono nie rozszerzać jej zakresu na nowe technologie informacyjne i komunikacyjne w przekonaniu, że ich kształt oraz oferowane przez nie usługi nie zostały ostatecznie ukształtowane oraz że nie można regulacji masowej komunikacji publicznej, jaką jest radiodifuzja rozsiewcza (radiofonia i telewizja) rozciągać na komunikację prywatną oraz usługi indywidualne oferowane za pośrednictwem nowych technologii. Niemniej postanowiono dalej analizować sprawę w przekonaniu, że w stosunku do Internetu i nowych technologii Rada Europy, poświęcająca się ochronie szeroko rozumianych praw człowieka, powinna wypracować inne podejście, służące ochronie godności i praw człowieka.

Odnotowano, że istnieją już pierwsze próby regulowania tego, co nazywa się „teleservices”, lub „Information Society services” i postanowiono poddać analizie niemiecką ustawę („Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz”) na ten temat.

Grupa Specjalistów ds. Pluralizmu Mediów

Grupa powołana została w styczniu 1999 roku na dwa lata. Rada Europy od wielu już lat podejmuje problematykę pluralizmu mediów. W trakcie nowelizacji Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej dodatkowo podkreślono wagę sprawy, poświęcając jej nowy artykuł Konwencji (Artykuł 10a, w którym Strony zobowiązują się, że dołożą starań, by zapobiec zagrożeniu pluralizmowi środków masowego przekazu). Prace poprzednich grup, które zajmowały się m.in. analizą wpływu koncentracji kapitału w mediach na ich pluralizm, zakończyły się m.in. przyjęciem przez Komitet Ministrów Rady Europy rekomendacji nr R(94)13 o przejrzystości własności mediów oraz R(99)1 o środkach wspierania pluralizmu mediów.

Tym razem grupa otrzymała zadanie analizy wpływu technik cyfrowych nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na pluralizm mediów, rozumiany zwłaszcza jako pluralizm treści dostępnych odbiorcom.

Grupa rozpoczęła badanie problematyki od zamówienia opracowań na różne tematy (wpływ cyfryzacji telewizji na pluralizm oferty programowej, decyzje Komisji Europejskiej w kwestii koncentracji kapitału w mediach a pluralizm mediów; ewentualne rozwiązania legislacyjne wpływające na pluralizm treści oferowanych przez nowe technologie; pluralizm na rynku wielokanałowym). Grupa powołała również sieć korespondentów w krajach członkowskich, których zadaniem jest informowanie o zjawiskach zachodzących w ich krajach.

Grupa nie sformułowała jeszcze ostatecznych wniosków i rekomendacji. Dotychczasowe obserwacje można podsumować w sposób następujący:

- znaczny przerost dostępnych kanałów dystrybucji programu telewizyjnego w stosunku do możliwości produkcyjnych powoduje masowe wykorzystywanie istniejących już treści. Telewizja cyfrowa wielokrotnie mnoży liczbę kanałów, ale zapełnia się je głównie istniejącym już programem;
- wielkie fuzje dzisiaj łączące i tak już ogromne korporacje medialne redukują liczbę rzeczywistych producentów treści i mnożą dostępną tym producentom liczbę pól eksploatacji tworzonych przez nie treści;
- zawzięta walka o prawa do najbardziej komercyjnie atrakcyjnych gatunków, w tym zwłaszcza fabuły i transmisji sportowych, daje oczywistą przewagę najbogatszym nadawcom, zamykając pozostałym drogę do sukcesu rynkowego, co może powodować ich osłabienie, a tym samym redukcję pluralizmu treści;
- bariery pluralizmu wynikać mogą także z technologii. Jeżeli elektroniczne przewodniki po programach (Electronic Programme Guide – EPG) i dekodery stanowiące element systemu warunkowego dostępu (Conditional Access Systems – CAS) faworyzować będą jednych nadawców a dyskryminować innych, widzowie będą mieli utrudnioną drogę do pełnej różnorodności dostępnych treści. Potrzebne są więc regulacje prawne uniemożliwiające wykorzystywanie ich (jak również oprogramowanie dekoderek - Application Programme Interface – API) do tworzenia „gateway monopolies” – monopoli dostępu. To samo może odnosić się do wyszukiwarek zawartości Internetu;
- ze względu na spoczywający na nadawcach publicznych obowiązek oferowania pluralistycznych treści, istotnym elementem troski o pluralizm oferowanych treści jest zapewnienie obecności programów tych nadawców na wszystkich platformach.

Grupa specjalistów ds. nowych technologii

W 1999 roku odbyły się trzy spotkania grupy, w tym dwa w Strasburgu i jedno połączone z konferencją na Malcie. Najważniejszym przedmiotem prac grupy ekspertów było ostateczne opracowanie kształtu rekomendacji na temat powszechnej usługi wspólnotowej (*universal community service*) promocja tej rekomendacji oraz podjęcie prac, które stałyby się wkładem grupy do mającej się odbyć w Krakowie Europejskiej Konferencji Ministerialnej poświęconej polityce medialnej (15 - 16 czerwca, 2000 roku). Opracowana przez grupę rekomendacja pt. "Rekomendacja Nr (99) 14 na temat powszechnej usługi wspólnotowej dotyczącej nowych usług komunikowania i informacji" (*Recommendation No (99) 14 On Universal Community Service Concerning New Communication And Information Services*) została przyjęta przez Komitet Ministrów Rady Europy w dniu 9 września na 678 spotkaniu zastępców ministrów. Rekomendacja skupia uwagę na problemach dostępu do nowych usług informacyjnych (takich jak Internet), na zawartości (ze szczególnym naciskiem na dostępność

informacji publicznej dla obywateli), na informacji i szkoleniu w zakresie użytkowania nowych technologii (nacisk na edukację szkolną) oraz finansowanie dostępu do tych usług (tak aby były one dostępne również dla osób upośledzonych i o niskich dochodach). Integralną częścią Rekomendacji jest memorandum wyjaśniające podstawowe terminy i pojęcia w niej użyte oraz intencje zawarte w poszczególnych zapisach. Idee zawarte w Rekomendacji zyskały szeroką akceptację w Europie zarówno w kręgach profesjonalnych dostawców usług internetowych, w organizacjach społecznych zajmujących się zapobieganiem rozpowszechnianiu szkodliwych i przestępczych treści w Internecie, jak i wśród czołowych firm wytwarzających oprogramowanie dla Internetu. W listopadzie odbyła się konferencja poświęcona popularyzacji idei zawartych w Rekomendacji, pod hasłem "Internet dla każdego: dostęp na szczeblu gminy". Ustalenia, jak też dokumenty z tej konferencji, powinny stać się przedmiotem działań i inicjatyw podejmowanych na poziomie krajowym w krajach należących do Rady Europy, jako jeden z praktycznych sposobów realizowania prawa do informacji i wolności słowa. Grupa została zobowiązana do podjęcia prac nad określeniem rozumienia terminu "szkodliwa zawartość" w kontekście narastającej potrzeby wypracowania regulacji prawnych i kodeksów postępowania dla usługodawców i użytkowników Internetu.

Grupa Specjalistów do oceny rozwoju technik cyfrowych w dziedzinie mediów

Grupa Specjalistów do oceny rozwoju technik cyfrowych w dziedzinie mediów została powołana w 1998 roku decyzją Naczelnego Komitetu ds. Mediów CDMM zgodnie z kierunkami działania wytyczonymi przez europejską konferencję ministerialną w Salonikach w 1997 roku. W skład grupy wchodzi na prawach członków przedstawiciele: Austrii, Belgii, Bułgarii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Niemiec, Norwegii, Polski, Rumunii, Słowacji, Szwajcarii, Turcji, Węgier i Wielkiej Brytanii. Ponadto w pracach grupy uczestniczą na statusie obserwatorów i doradców przedstawiciele między innymi: Watykanu, Komisji Europejskiej, Europejskiej Unii Nadawców (EBU), Europejskiej Konferencji Administracji Poczty i Telekomunikacyjnych (CEPT). Grupa odbyła dotąd 4 zebrania w Strasburgu – do końca mandatu grupy przewidziane są jeszcze 3 spotkania (kwiecień, wrzesień, grudzień 2000).

Zgodnie z sugestią CDMM uzgodniono dwa podstawowe kierunki prac grupy:

- wpływ konwergencji technologicznej na prawa i regulacje w dziedzinie mediów;
- przyszła polityka medialna w Europie w świetle konwergencji i globalizacji.

Dotychczasowym efektem pracy grupy jest raport na temat wpływu konwergencji technologicznej i globalizacji na regulacje prawne, który został włączony do projektu zbiorczego opracowania wszystkich grup podległych Komitetowi CDMM przygotowywanego na konferencję ministerialną w czerwcu 2000 roku w Krakowie.

Na zakończenie swoich prac w 2000 roku grupa przedstawi, na bazie tego raportu oraz pogłębionej dyskusji jego podstawowych tez, dokument kierunkowy w formie Zalecenia.

Podstawowym dokumentem roboczym grupy jest Zielona Księga o Konwergencji (grudzień 1997 roku) oraz odpowiedzi na zawarty w niej kwestionariusz ze strony

administracji państw Unii Europejskiej. Na użytek własny grupa opracowała kwestionariusz uproszczony i zwróciła się do krajów Rady Europy o jego wypełnienie. Materiał ten jeszcze nie do końca skompletowany (odpowiedziały administracje zaledwie 12 krajów), daje jednak doskonały przegląd rozwoju technologii cyfrowej w krajach Europy oraz stanu zaawansowania prac nad dostosowaniem istniejących aktów prawnych i regulacji w mediach do nowej sytuacji w dziedzinie radia, telewizji, telekomunikacji i usług informatycznych. Polska plasuje się w grupie krajów najmniej zaawansowanych, szczególnie w zakresie prac legislacyjnych (podobna sytuacja jest w innych krajach byłej OIRT).

Jednym z dość ważnych tematów prac grupy była ocena sytuacji mediów publicznych wobec zjawiska konwergencji sieci, usług i rynku. Wobec faktu pokrywania się tej tematyki z mandatem grupy MM-S-PL analizę zakończono raportem skierowanym do CDMM, którego fragmenty znalazły się we wspomnianym opracowaniu zbiorczym na konferencję w Krakowie.

Grupa pracuje również z pomocą ekspertów zewnętrznych. W kwietniu 1999 roku odbyła się prezentacja ekspertów z dziedziny technologii radia, telewizji naziemnej i satelitarnej, telekomunikacji oraz z dziedziny nowych usług związanych z Internetem. Posłużyła ona do sformułowania wniosków, które zostały wykorzystane przy opracowywaniu wspomnianego raportu dla CDMM. Przed opracowaniem dokumentu końcowego na temat polityki medialnej w świetle konwergencji grupa uzgodniła potrzebę zasięgnięcia konsultacji również u specjalistów zewnętrznych z dziedziny prawa medialnego, socjologii i teorii informacji.

Grupa specjalistów ds. nosicieli praw w dziedzinie mediów

Do najważniejszych zagadnień omawianych w roku 1999 należały zagadnienia:

- konwergencji
- rynku multimedialnych
- przekazu kablowego i satelitarnego
- archiwów nadawców
- ochrony praw nadawców

Zjawisko konwergencji w prawie autorskim

Członkowie MM-S-PR stwierdzili, że zagadnienie to budzi wiele pytań i wątpliwości, które wymagają odpowiedzi i powinny być rozstrzygnięte, zanim zostaną przyjęte jakiegokolwiek międzynarodowe akty prawne regulujące te kwestie.

Zjawisko konwergencji i nowych technologii cyfrowych jeszcze bardziej komplikuje relacje w prawie własności intelektualnej. Stąd niezwykle ważnym zagadnieniem jest pozycja i rola organizacji zbiorowego zarządzania. Nie powinno być konkurencji pomiędzy stowarzyszeniami, powinny one natomiast dysponować odpowiednimi instrumentami prawnymi, odpowiadającymi tej kategorii praw.

Zjawisko konwergencji w opinii wielu członków MM-S-PR stanowi specjalne zadanie dla DG13, wiąże się bowiem z potrzebą harmonizacji stawek w zakresie systemu zarządzania, uwzględniającego prawa właściciela i jego udziału w systemie zarządzania.

Należałoby określić mechanizm regulacji, zapewniający równowagę pomiędzy stowarzyszeniami reprezentującymi interesy podmiotów, będących właścicielami praw do programów komputerowych, dzięki którym utwory są rozpowszechniane za pomocą nowych technik eksploatacyjnych. W większości państw europejskich, sygnatariuszy Konwencji Rzymskiej obowiązuje rozwiązanie, według którego prawa są gwarantowane w kontrakcie zawartym na podstawie prawa obowiązującego na danym terytorium. Zdarza się, że dochodzi do sytuacji konfliktowych, w których z jednej strony obowiązują postanowienia umowy, z drugiej zasady zarządzania prawami, przyjęte przez organizacje zbiorowego zarządzania. Jednakże z uwagi na komplikacje wynikające dla obrotu tymi prawami, zagadnienia te powinny zostać rozstrzygnięte w płaszczyźnie międzynarodowej, poprzez przyjęcie przynajmniej europejskiego dokumentu ułatwiającego korzystanie z różnych kategorii utworów i ich rozpowszechniania.

Rynek multimedialny

Członkowie MM-S-PR przeanalizowali kwestie dotyczące rynku multimedialnego w aspekcie praw do programów komputerowych wykorzystywanych przy utworach multimedialnych i postanowień Dyrektywy Unii Europejskiej w sprawie ochrony programów komputerowych; jakie są ograniczenia wzajemne pomiędzy tą kategorią utworów a utworami wykorzystywanymi w Internecie.

Stwierdzono, że trudno przesądzić i ustalić wszystkie aspekty prawne związane z korzystaniem z chronionych materiałów w środowisku cyfrowym. Najbardziej słuszym rozwiązaniem w ustaleniu prawa właściwego byłoby wprowadzenie stosownych regulacji w prawie wewnętrznym, pozwalających na rozstrzygnięcie tych kwestii w zgodzie z normami międzynarodowymi. Podkreślić wypada, że gdyby istniał zintegrowany system zarządzania w ramach organizacji zbiorowego zarządzania prawami, to kwestie wykorzystania techniki cyfrowej w odniesieniu do różnych kategorii utworów nie nastęczałyby tak poważnych trudności w płaszczyźnie prawnej. Niewątpliwie pomocnym byłoby ustalenie i przyjęcie na rynku międzynarodowym jednolitych instrumentów prawnych.

Jednym ze znanych instrumentów, przyjętych przez większość państw europejskich, jest Konwencja z Lugano o wykonywaniu orzeczeń w sprawach cywilnych i handlowych z 1988 roku, która za właściwe prawo i właściwy sąd uznaje sąd, na terenie którego właściwości terytorialnej zdarzenie miało miejsce. Dla ustalenia prawa właściwego, w każdym przypadku należałoby dokonywać zawsze analizy porównawczej, która pozwoliłaby na wybór właściwego prawa i reżimu odpowiedzialności za takie naruszenia.

Przekaz kablowy i satelitalny

MM-S-PR przyjął raport przygotowany przez ECCA w zakresie przekazu kablowego i satelitarnego.

W niektórych państwach nastąpiło oddzielenie firm kablowych od telekomunikacji (Holandia, Irlandia, Niemcy). Podkreślić wypada, że operatorzy sieci kablowej opierają się w nadawanych przez siebie programach na:

- wyselekcjonowanym materiale chronionym prawem autorskim,
- wyselekcjonowanym, wyprodukowanym lub opracowanym przez operatorów materiale.

Nie jest konieczne, w kontekście Konwencji Berneńskiej, traktowanie każdej fazy nadawania (a tym w rzeczywistości jest również nadawanie za pomocą kabla) jako odrębnego aktu komunikowania się publicznego. Zagadnienie to nie jest również wyjaśnione na gruncie tzw. Dyrektywy Satelitarnej, która ani nie popiera takiej interpretacji, ani też jej się nie przeciwstawia.

Prawo wspólnotowe (EU) zwraca uwagę na konieczność ograniczenia dominującej pozycji organizacji zbiorowego zarządzania, które w szczególności w zakresie przekazu kablowego i satelitarnego taką pozycję faktycznie posiadają. Ponadto, podkreślić należy, że brak jest zarówno obiektywnych podstaw dla odmowy nadawcom praw do korzystania z czystych praw do nadań kablowych, jak i ogólnoeuropejskiego prawa zawierającego czysty mechanizm regulacji prawnych w tej płaszczyźnie, czego niestety nie czyni również Dyrektywa Satelitarna.

Zwrócono uwagę na prawo wyboru prawa oraz zakres odpowiedzialności operatora sieci kablowej. W rzeczywistości wewnętrzne ustawodawstwa najczęściej rozróżniają dwa rodzaje czynności różnie traktowanych w prawie własności intelektualnej. Pierwsza dotyczy przekazu z satelity, druga wprowadzenia do kabla. Te regulacje wynikają z nieprecyzyjności Dyrektywy Satelitarnej, która jest także krytykowana przez CISAC, tym bardziej, że nie odpowiada ona nowej interpretacji art. 11b Konwencji Berneńskiej, który obejmuje również komunikowanie publiczne.

Zdaniem niektórych członków MM-S-PR w odniesieniu do Dyrektywy Satelitarnej powinien być wypracowany przez stowarzyszenia instrument regulacyjny, pozwalający na korzystanie z istniejących utworów w zakresie ich wykorzystania także w technice cyfrowej i likwidacji monopolu w płaszczyźnie kolektywnego zarządzania takimi prawami. To przyczynia się również do braku przejrzystości w prawie wewnętrznym, gdzie w niektórych państwach, np. Norwegii, system nadawania za pomocą kabla jest uznawany za nowe komunikowanie się, w przeciwieństwie do rozstrzygnięć przyjętych w praktyce innych państw europejskich. Wydaje się, że jeżeli przekaz kablowy będzie traktowany w ustawodawstwie wewnętrznym jedynie w rozumieniu sieci telekomunikacyjnej, to nie będzie mógł mieć żadnego odniesienia do art. 11b. W przeciwieństwie do tego system obowiązujący w Austrii i Polsce stwarza operatorom sieci kablowej zupełnie inne prawne zasady funkcjonowania.

Archiwa nadawców

Wiele uwagi poświęcono Deklaracji w sprawie archiwów nadawców oraz zasad korzystania z nich. Deklaracja była przedmiotem postulatów zgłaszanych przez stronę polską.

Ochrona praw nadawców

Do projektu rewidowanego tekstu Rekomendacji No R/88/2 dotyczącej środków zwalczania piractwa w płaszczyźnie prawa autorskiego i praw pokrewnych zgłoszono szereg uwag, zarówno w części dotyczącej terminologii, jak i rozstrzygnięć merytorycznych. Uwagi dotyczyły m.in. kwestii warunkowego dostępu operatorów sieci kablowej, jako nie mieszczącego się w zakresie przedmiotowym praw autorskich i pokrewnych (Francja, Turcja).

Projekt rewidowanej Rekomendacji odwołuje się do nowych traktatów WIPO przyjętych na konferencji dyplomatycznej w Genewie w grudniu 1996 roku.

Przedstawiciele Irlandii i Polski w swoich wypowiedziach podkreślili konieczność złagodzenia w Rekomendacji zapisów dotyczących członkostwa państw popierających Rekomendację w tych nowych konwencjach.

Od blisko trzech lat obserwuje się trudności w przyjęciu postanowień tych nowych regulacji wśród państw europejskich. Ponadto, nowe konwencje całkowicie pominęły kwestie ochrony praw nadawców, którzy są także podmiotami praw pokrewnych. Z tych względów uznano, że rewidowana Rekomendacja musi być oparta na zasadach określonych w Konwencji Rzymskiej (1961), która dotyczy wszystkich grup uprawnionych. Nadawcom powinna być zaoferowana taka sama ochrona, jak pozostałym grupom uprawnionych.

Wiele propozycji zgłaszanych do Rekomendacji dotyczyło wzmocnienia odpowiedzialności za naruszenie praw autorskich i pokrewnych: wprowadzenia paragrafu o ściganiu z oskarżenia publicznego a nie na wniosek strony, wzmocnienia odpowiedzialności karnej w płaszczyźnie odszkodowań przysługujących uprawnionym. Wskazano na potrzebę podjęcia ostrej walki z amerykańskimi wpływami na rynku prawniczym europejskim. W szczególności działania te powinny być ukierunkowane na wyeliminowanie z obrotu prawnego umów typowych dla prawa amerykańskiego, odbiegających od ustalonej europejskiej tradycji cywilistycznej.

Rozważano też luki, jakie powstały po przyjęciu przez WIPO w wyniku konferencji dyplomatycznej w grudniu 1996 roku nowych konwencji dotyczących praw autorskich oraz praw artystów wykonawców, producentów fonogramów i wideogramów. Dyskutowano o innych formach ochrony nadawców, w innym systemie, niż ochrona w płaszczyźnie praw autorskich i pokrewnych, np. w przepisach ustawy o nieuczciwej konkurencji. Kwestie dotyczące nieuczciwej konkurencji wymagają harmonizacji, ale nie oznacza to, że zastąpią one prawa własności intelektualnej w zakresie dotyczącym nadawców. Komisja Europejska podjęła taką współpracę, m.in. na różnych forach i na różnych poziomach, zarówno z organizacjami rządowymi, jak i pozarządowymi. Sytuacja nadawców w Europie jest szczególna i wymaga wsparcia ze strony takich organizacji, jaką jest WIPO. Jeśli WIPO szybko, efektywnie i pozytywnie doprowadzi do korzystnych rezultatów tych negocjacji, to przyjęcie nowych konwencji w tym przedmiocie wpłynęłoby pozytywnie na funkcjonowanie rynku prawno-autorskiego na przełomie stulecia.

Grupa ds. mediów w perspektywie paneuropejskiej (MM-S-EP)

Prace grupy specjalistów Rady Europy do spraw mediów w perspektywie paneuropejskiej w roku 1999 koncentrowały się na ukończeniu projektu rekomendacji dotyczącej podjęcia przez Państwa Członkowskie Rady Europy środków w sprawie zapewnienia odpowiedniego udziału mediów w kampaniach wyborczych. W rekomendacji podkreślono, iż w ramach wolności jaką cieszą się media, w okresie kampanii wyborczych winny one działać bezstronnie, sprawiedliwie i rzetelnie, traktując w równy sposób wszystkie podmioty wyborcze. Szczególną wagę przykładano do uregulowań w zakresie: kształtowania opinii publicznej, płatnych reklam politycznych, prawa do odpowiedzi, przestrzegania zasad związanych z tzw. ciszą przedwyborczą.

Istotnym zagadnieniem było zapewnienie łącznego funkcjonowania w ramach jednego systemu, uregulowań o charakterze normatywnym i środków tzw. samoregulacji, np. zawartych w kodeksach etycznych mediów.

Rekomendacja zawiera przepisy wspólne dla wszystkich środków przekazu, ale też różnicuje prasę i media elektroniczne pod względem zapisów prawnych. W zakresie sektora audiowizualnego, zwrócono uwagę na szczególną rolę nadawców publicznych.

Co do zakresu rekomendacji przyjęto, iż jej przepisy winny odnosić się zarówno do kampanii wyborczych odbywających się na terenie danego państwa, jak i poza nim, bez względu na zasięg, w sytuacji transgranicznego przekazu do innego kraju, jak i w ramach danego państwa do ludności o innym obywatelstwie.

Kierując się podstawową zasadą wolności wypowiedzi, w pracach nad rekomendacją uwzględniono opinie przedstawicieli różnych państw, tak aby przepisy Rekomendacji mogły być skutecznie zastosowane w poszczególnych krajach z uwzględnieniem ich politycznej, systemowo – prawnej, społecznej i kulturowej specyfiki.

Rekomendacja została przyjęta przez Komitet Ministrów, w dniu 9 września 1999 roku.

Następnie grupa rozpoczęła pracę nad kwestionariuszem dotyczącym funkcjonowania ciał regulujących w sektorze mediów elektronicznych. Opracowanie szerokiej informacji w tym zakresie, obejmującej przede wszystkim ustalenia co do sposobu powoływania, zakresu obowiązków, zadań i uprawnień, uczestnictwa w kreowaniu rynku audiowizualnego (zwłaszcza poprzez działalność legislacyjną i koncesyjną), stało się podstawą dla rozpoczęcia prac nad projektem rekomendacji w sprawie niezależności i roli ciał regulujących w sektorze audiowizualnym, z perspektywy paneuropejskiej.

DZIAŁALNOŚĆ EUREKI AUDIOWIZUALNEJ

Organizacja zrzesza 34 kraje europejskie oraz Komisję Europejską i Radę Europy jako obserwatorów. Stanowi ona najliczniejszą i najbardziej reprezentatywną europejską organizację działającą w sektorze audiowizualnym. Eureka Audiowizualna stworzona została jako instrument współpracy w sektorze audiowizualnym dający szansę udziału na równych prawach w europejskiej polityce audiowizualnej również krajom, które nie są jeszcze członkami Unii Europejskiej. W roku 1999 Grecja objęła po Węgrzech przewodnictwo w Eurece Audiowizualnej oraz w stowarzyszonym z nią Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym.

Działalność Eureka w roku 1999 koncentrowała się przede wszystkim na inicjatywach w trzech dziedzinach: szkolenie, rozwój i dystrybucja. W dziedzinie *szkolenia* kontynuowane były zapoczątkowane wcześniej seminaria dla krajów Europy Centralnej i Wschodniej nt. mechanizmów i sposobów finansowania produkcji audiowizualnej. Dodatkowo, na prośbę niektórych krajów członkowskich, zorganizowano szkolenia dla producentów niezależnych oraz nt. koprodukcji filmowej. W sferze *rozwoju* za priorytet uznano rozwój nowych technologii oraz archiwów filmowe i telewizyjne. Kilkuletnie inicjatywy Eureka Audiowizualnej w dziedzinie nowych technologii przyczyniły się do utworzenia Europejskiego Stowarzyszenia DVD. Sprawy archiwów filmowych poświęcona była

Konferencja nt. Dziedzictwa Audiowizualnego i Filmowego Europy Basenu Morza Śródziemnego. Najważniejszą akcją w dziedzinie *dystrybucji* była kontynuacja Programu CirCle promującego współpracę koprodukcyjną pomiędzy krajami naszego regionu a krajami Unii Europejskiej.

Rok 1999 był dla Eureka szczególnie ważny, gdyż był rokiem cyklicznej oceny jej działalności. Deklaracja zaproponowana w Eloundzie (Grecja) i przyjęta na spotkaniu plenarnym w listopadzie 1999 roku przedłuża mandat Eureka na najbliższe 4 lata, potwierdzając jej zadania sformułowane w Deklaracji założycielskiej z 1989 roku oraz w Deklaracji Londyńskiej z 1995 roku.

FUNKCJONOWANIE CIAŁ REGULUJĄCYCH W EUROPIE

We wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej funkcjonuje bardziej uogólnione prawodawstwo "medialne" lub bardziej szczegółowe "nadawcze". Zwykle dotyczy ono nadawców zarówno publicznych, jak i prywatnych, tzn. stwarza ramy prawne do prowadzenia działalności nadawczej w ogóle. Ponadto, aby wyegzekwować wykonywanie tych przepisów, większość krajów europejskich już dawno dostrzegła potrzebę istnienia organów regulujących w sektorze audiowizualnym, niezależnych od władz politycznych.

W większości państw zachodnioeuropejskich organa regulujące dla radia i telewizji zaczęły powstawać dopiero w latach osiemdziesiątych. Niektóre z nich utworzono już wcześniej – np. brytyjską *Independent Broadcasting Authority*, która powstała w 1954 roku, albo austriacką *Kommission zur Wahrung des Rundfunkgesetzes*, powstałą w 1974 roku. Wpłynęło na to pojawienie się na rynku audiowizualnym dużej liczby operatorów prywatnych a także zanikanie monopolu państwa, jaki przez wiele lat utrzymywał się w tym sektorze. Duży wpływ na odchodzenie od monopolu państwa miało rosnące niezadowolenie społeczne z tradycyjnych władz zajmujących się uregulowaniami w sektorze radia i telewizji. Zarzucano im nieskuteczność, niekompetencję i brak niezależności w dziedzinie audiowizualnej.

Rosnące aspiracje związane z wolnością wypowiedzi, większe społeczne zapotrzebowanie na media, które bez problemu wypełniają wolny czas zgodnie z zasadami „cywilizacji rozrywki”, a także zainteresowanie firm sektorem uważanym za rentowny spowodowały, że stopniowo zaczęto kwestionować istniejące monopole. Najpierw podważano ich sens na gruncie ideologicznym, następnie w praktyce i wreszcie poprzez ustawodawstwo.

Dla zilustrowania tego procesu wystarczy przypomnienie kilku dat: *Broadcasting Act* z 1954 roku w Wielkiej Brytanii i pojawienie się ITV, a następnie w 1980 roku Channel 4; decyzja włoskiego Trybunału Konstytucyjnego z 28 lipca 1976 roku legalizująca lokalne telewizje prywatne, a następnie ustawa z 6 sierpnia 1990 roku uznająca ich zgodność z prawem na szczeblu ogólnokrajowym; ustawy francuskie o wolności przekazu: ustawa z 29 lipca 1982 roku umożliwiająca utworzenie pierwszych prywatnych kanałów i ustawa z 30 września 1986 roku określająca zasady prywatyzacji kanału państwowego cieszącego się największą oglądalnością; ustawa hiszpańska z 3 maja 1988 roku; czy wreszcie „tryptyk” utworzony w Belgii w 1987 roku przez ustawę z 6 lutego, dekret flamandzki z 29 stycznia i dekret wspólnoty francuskiej z 17 lipca – teksty te doprowadziły do zwiększenia liczby podmiotów prawa.

Wraz ze wzrostem liczby nadawców pojawił się problem uniezależnienia radia i telewizji od władz państwowych. W tych warunkach ujawniła się konieczność utworzenia skutecznej, kompetentnej i niezależnej struktury kontrolno-regulacyjnej. Nie do przyjęcia była sytuacja, w której prywatne stacje były równie zależne od władz państwowych jak operatorzy stacji państwowych. Dlatego idealnym rozwiązaniem wydawało się opracowanie modelu, który zagwarantowałby operatorom stacji prywatnych najpełniejszą niezależność, oraz utworzenie specjalistycznego organu kontrolno-regulującego, cieszącego się pewną niezależnością, a w każdym razie niezależnego od władz państwowych.

Pojawienie się nadawców prywatnych i utworzenie niezależnych ciał regulujących dla nich doprowadziło również do zakwestionowania modelu kurateli politycznej w kanałach państwowych, a w konsekwencji – do zakwestionowania kontroli sprawowanej wyłącznie przez władzę wykonawczą. Równocześnie, pojawienie się kanałów prywatnych nadających wiadomości, które – wedle powszechnej opinii – wolne były od jakichkolwiek wpływów czy nacisków politycznych, doprowadziło do zmian mentalności: opinię publiczną coraz mniej zadowalało podporządkowanie informacji władzom państwowym do tego stopnia, że chęć uniezależnienia kanałów państwowych została przychylnie przyjęta. Z nielicznymi wyjątkami wszystkie państwa przekazały najważniejsze zadania w sektorze radiowo-telewizyjnym tzw. organom niezależnym.

Poniżej przedstawiamy krótką analizę pokazującą zasady powoływania i zakresy uprawnień organów regulujących w Europie. Jest ona skrótem konkluzji zawartych w książce „Television in Europe: Regulatory Bodies” Serge Robillarda.

Patrząc na europejski system prawny, na którym opierają się zasady powoływania i funkcjonowania ciał regulujących, należy przede wszystkim mówić o bardzo dużej różnorodności. Różnorodność rozwiązań przyjętych przez kraje europejskie sprawia, że każda próba sporządzenia uniwersalnej klasyfikacji napotka na liczne trudności. Na podstawie analizy statusu i uprawnień można wyciągnąć dwa wnioski:

- po pierwsze, w większości systemów prawnych gwarancja niezależności jest zapewniona przede wszystkim poprzez wybór zasad mianowania członków poszczególnych organów regulujących;
- po drugie, można wskazać kilka kategorii uprawnień: administracyjne w odniesieniu do sektora radiowo-telewizyjnego, w zakresie monitorowania programów; w nieco mniejszym stopniu niektóre obowiązki w zakresie stanowienia zasad i przepisów; konsultacyjne i quasi-sądownicze.

Zasady mianowania

- W większości przypadków, czasem na zasadach wyłączności, członków organu regulacyjnego mianuje władza wykonawcza: rząd lub odpowiedzialny minister. Jednak nie należy na tej podstawie wyciągać pochopnych wniosków, że te organy nie są do końca niezależne. Jak należałoby wówczas traktować system brytyjski, który od wielu lat jest wzorem niewzruszonej stabilności, albo system szwedzki, gdzie tradycja prawna nakazuje postrzegać rząd jako gwaranta pluralizmu?
- Reprezentatywność władzy parlamentu także może stanowić podstawę nominacji. W niektórych przypadkach parlamenty wykonują to uprawnienie samodzielnie. Tak jest w

Bułgarii, Czechach, Estonii, Islandii, na Litwie, w Słowacji, Słowenii i Turcji. W innych przypadkach uprawnienia parlamentu wiążą się z uprawnieniami władzy wykonawczej. Za taki przykład mogą posłużyć tu Francja, Rumunia i Polska, które przyjęły podobny model. Systemy mianowania członków organów regulacyjnych, w których w postępowaniu bierze udział zarówno władza ustawodawcza, jak też wykonawcza, można traktować jako odrębną kategorię.

- Władza sądownicza jest stosunkowo najmniej obecna w systemach mianowania, ponieważ tylko Austria i Portugalia powierzyły jej znaczącą rolę w tej sprawie. Jedno jest pewne: do pełnienia obowiązków w organach regulacyjnych czasem wybiera się doświadczonych sędziów. Przewodniczący szwedzkiej Komisji Radiofonii i Telewizji, jak i jego zastępca również muszą być doświadczonymi sędziami. Jednak są to przypadki odosobnione. Nawet tam, gdzie organy regulacyjne mają uprawnienia quasi-sądownicze, ustawodawca nie zawsze wymaga udziału władzy sądowniczej w systemie mianowania członków tych organów.
- Można znaleźć kilka przykładów niewielkiego udziału ruchów i grup społecznych w systemie mianowania, zwykle związanych ze sposobem uregulowania działalności sektora publicznego (RFK w Austrii, ARD i ZDF w Niemczech, CCR na Cyprze czy RTE Authority w Irlandii). Czasem podobne rozwiązania trafiają do przepisów regulujących zasady działalności sektora prywatnego (*Landesmedienanstalten* w Niemczech, czy Krajowa Rada Programowa w Luksemburgu). Jednak społeczność obywatelska i świat biznesu są reprezentowane zwłaszcza w organach doradczych (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* dla społeczności francuskojęzycznej, Rada Środków Przekazu społeczności flamandzkojęzycznej w Belgii czy Wysoka Rada Komunikacji Społecznej w Portugalii).

Zakresy uprawnień

Największe zróżnicowanie występuje w zakresie uprawnień ciał regulujących oraz sposobów wykonywania nałożonych na nie obowiązków.

Organy odpowiedzialne za radiofonię i telewizję mogą wykonywać szereg obowiązków jednocześnie. Czasem ich kompetencje są ograniczone do wyraźnie określonych dziedzin, np. reklamy. Tak jest w przypadku, na przykład, duńskiej i belgijskiej Komisji Standardów Reklamowych. Uprawnienia tych dwóch organów nie są identyczne. Obejmują one szeroki zakres od prostej funkcji konsultacyjnej po uprawnienia quasi-sądownicze.

Samoregulacja w kanałach publicznych

Wprowadzenie w sektorze publicznym systemów opartych na zasadach samodzielnego regulowania swojej działalności wiąże się z różnymi trudnościami. Każde państwo dąży do zorganizowania sektora publicznego zgodnie z własną tradycją prawną oraz pragnieniem ustawodawcy, aby osiągnąć równowagę pomiędzy gwarancją niezależności ze strony władz politycznych i kół gospodarczych, potrzebą zapewnienia państwu możliwości sprawowania nadzoru nad nadawcami publicznymi, wynikającego z legitymacji władzy, przynajmniej w formie sprzeciwu czy cofnięcia decyzji.

Samodzielna regulacja działalności ma miejsce wówczas, gdy „w strukturze jedynej instytucji radiowo-telewizyjnej, znajduje się organ, który w sposób wyraźny został

wyposażony w specjalne uprawnienia umożliwiające formułowanie polityki celem realizacji jasno określonych zamierzeń oraz którego członkowie ponoszą osobistą odpowiedzialność za wszystkie działania podejmowane w granicach tych uregulowań”. Dwa najbardziej znane rozwiązania w zakresie „samoregulacji” są powszechnie znane jako model niemiecki (ZDF i ARD) oraz model brytyjski (BBC). Jednak oba te systemy różnią się pod względem procedur mianowania członków organów nadzoru. Przedstawiciele sił i grup społecznych można znaleźć w każdym organie zarządzającym (*Rundfunkrat*), który wchodzi w skład ARD, oraz w zgromadzeniu (*Fernsehrat*) ZDF. Przedstawiciele społeczeństwa znajdziemy także w Krajowych Radach Radiofonii i Telewizji BBC. Jednak w tym przypadku system samodzielnej regulacji działalności opiera się na Radzie Gubernatorów, której członków powołuje minister sprawujący ustawowy nadzór. Rada Gubernatorów ma prawo kontrolować działalność BBC, podczas gdy Krajowe Rady są niczym więcej jak organami doradczymi. W Wielkiej Brytanii obowiązuje tradycja nominowania osób o uznanym doświadczeniu wywodzących się z różnych grup społecznych. Za nieco odmiennymi systemami mianowania członków organów regulacyjnych występującymi w tych dwóch krajach kryje się ten sam cel, tzn. dążenie do osiągnięcia wewnętrznego pluralizmu w systemie publicznej radiofonii i telewizji. Prawdą jest, że Niemcy tworząc własny system prawny obejmujący radio i telewizję szukali inspiracji w modelu brytyjskim.

Funkcja administracyjna w sektorze radiowo-telewizyjnym

Przyznawanie koncesji na nadawanie

Jednym z głównych zadań organów regulujących jest udzielanie koncesji nadawczych, które mają zapewniać realizację dwóch podstawowych celów: pluralizmu mediów i przestrzegania zasad dotyczących treści, obejmujących cele polityki publicznej, takie jak różnorodność kulturowa, jak również zapewnienia środków ochrony ogólnego interesu publicznego. Przez długi czas było ono traktowane jako główne zadanie organów regulacyjnych, a i obecnie jest co najmniej jednym z najważniejszych. Gwarancja pluralizmu zewnętrznego, selekcja kandydatów zgodnie z kryteriami określonymi powyżej oraz zagwarantowanie pełnej niezależności podczas wykonywania tych czynności są to cele, które najlepiej realizuje się, gdy zostaną one wyłączone ze sfery oddziaływań politycznych. Większość europejskich organów regulacyjnych zajmuje się przyznawaniem koncesji na nadawanie.

Uprawnienie to może być scentralizowane, co oznacza, że istnieje jeden organ odpowiedzialny za cały sektor radiowo-telewizyjny, jak CSA we Francji. W państwach o tradycjach federacyjnych, jak Niemcy, lub państwach, w których doszło do decentralizacji, określenie sfer kompetencji poszczególnych organów leży w gestii ustawodawcy, choć zwykle nie obyło się bez początkowych trudności. Jeśli przyjrzymy się bliżej tym dwóm przykładom, okaże się, iż dwa badane systemy znacznie się od siebie różnią. Kompetencje lokalnych Rad Radiofonii i Telewizji działających w Danii ograniczają się do programów nadawanych przez lokalne sieci kablowe.

W Niemczech obowiązuje system federalny, który przyznaje krajom związkowym wszystkie uprawnienia w dziedzinie radiofonii i telewizji. Dlatego nie ma żadnej komisji na szczeblu federalnym, lecz zamiast tego prowadzone są działania koordynacyjne między poszczególnymi władzami w krajach związkowych, nie tylko w sprawach normatywnych, które reguluje się w traktatach zawieranych pomiędzy krajami związkowymi, lecz także w

sprawach organizacyjno-strukturalnych, które są załatwiane za pomocą specjalnych grup roboczych (*Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten*). Pomimo tych działań koordynujących nie udaje się uniknąć konfliktów jurysdykcyjnych oraz rozbieżności opinii w różnych sprawach, na przykład w sprawie koncentracji środków przekazu. Przykładem takich problemów są działania podejmowane przez niezależne władze Bawarii i Berlina-Brandenburgii w sprawie afery DSF. Oba organy nie zgadzały się co do konkretnej interpretacji przepisów w tej sprawie, tak że w końcu trafiła ona do sądu. W takich sytuacjach interwencja sądu administracyjnego staje się jedyną formą wyjścia z kryzysu.

Mianowanie członków rad nadzorczych w sektorze publicznym

Uprawnienia te zostały powierzone organom regulacyjnym w bardzo ograniczonym zakresie, np. estońskiej Radzie Radiofonii i Telewizji, CSA we Francji i polskiej Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji. We Francji CSA odpowiada za mianowanie prezesa Telewizji Francuskiej, ale nie ma prawa określania zasad działania sektora publicznego w tzw. „cahiers des charges”. Jednak CSA mianuje tylko czterech spośród dwunastu członków zarządu, w tym prezesa. Jeśli chodzi o pozostałych członków, parlament mianuje dwóch członków zarządu (po jednym Zgromadzenie Narodowe i Senat), czterech mianuje rząd, a dwóch pozostałych pracownicy. Takie rozwiązanie powoduje występowanie silnej tendencji do koncentrowania dyskusji wokół osoby prezesa. Francuski przykład pokazuje, jak trudno jest zrównoważyć rozkład sił oddziałujących na sektor, który funkcjonuje pomiędzy nadzorem sprawowanym przez władzę wykonawczą, a ustawodawczą.

Funkcje nadzoru i regulacyjna

Funkcji sprawowania nadzoru nad audycjami często towarzyszy prawo do nakładania kar – bez kar funkcja nadzoru sprowadzałaby się wyłącznie do funkcji konsultacyjnej. Historyczne różnice w rozwoju systemów prawnych, zwłaszcza pomiędzy prawem anglosaskim a kontynentalnym, a także tradycyjne pierwszeństwo pierwszej z powyższych funkcji przed drugą sprawiają, że trudno jest przeprowadzić studia porównawcze nad różnicami między tymi funkcjami, które odnoszą się wyłącznie do sprawowania nadzoru, a tymi, które określają sposoby stanowienia wiążących zasad. Pojęcie „regulacja” wywodzi się z prawa anglosaskiego i można je zdefiniować jako „środki utrzymywania równowagi i zapewniania prawidłowego funkcjonowania złożonego systemu”, tj. nadzór i funkcję określania zasad.

W niektórych krajach, np. we Francji, ta druga funkcja jest wysoce kontrowersyjna i nie mieści się w tradycji prawnej. Podczas gdy, z jednej strony, ta kwestia ma dla Anglosasów znaczenie marginalne, to z drugiej strony, na kontynencie nabiera ona znaczenia symbolicznego – staje się wyrazem niejednoznacznego charakteru tych organów regulacyjnych. Chociaż organy regulacyjną powołuje się również w innych gałęziach gospodarki, to jednak kwestie prawne związane szczególnie z radiem i telewizją mają wyjątkowo duże znaczenie z uwagi na delikatny charakter materii, która wiąże się przecież z podstawowymi prawami i wolnościami. To właśnie z tej perspektywy szczególne cechy prawa o radiofonii i telewizji pozwalają nam stwierdzić, że „regulacja” jest to określanie zasad, a jednocześnie kontrola ich przestrzegania, oraz że druga funkcja nieustannie koryguje pierwszą.

Prawo do sprawowania nadzoru odznacza się pewną jednorodnością we wszystkich organach regulacyjnych. Skupia się ono głównie wokół treści programów i audycji.

Obowiązki organu regulacyjnego mogą być wykonywane w trybie rozpatrywania poszczególnych przypadków: naruszenia zasady obiektywności informacji, naruszenia zasad dotyczących wysokich standardów moralnych (przemoc, ochrona małoletnich). Członkowie organów regulacyjnych muszą wydawać werdykty w sprawie konkretnych audycji lub przypadków naruszenia określonych standardów jakościowych. Ponadto organy regulacyjne prowadzą monitoring ilościowy. Dzięki szczegółowym kontrolom mogą zweryfikować, czy nadawca przestrzega obowiązków określających kwoty poszczególnych audycji: audycji europejskich, produkcji niezależnej, audycji kulturalnych i oświatowych itp. Ten rodzaj monitoringu może mieć pośredni wpływ na kwestię finansowania sektora, jeśli służy on egzekwowaniu ograniczeń w zakresie czasu reklamowego czy sponsoringu. Jak ujęła to francuska CSA: „Funkcja monitoringu jest jednym z centralnych nerwów regulacji. Przepisy i zasady, zobowiązania i nakazy określone w umowach lub poszczególnych decyzjach o nadaniu licencji, wzięte razem, są tworzywem prawnych fundamentów wolności komunikacji. Nie można liczyć że te fundamenty będą trwałe, jeśli nie będzie możliwości zagwarantowania, iż wszystkie te przepisy i regulacje są respektowane przez cały czas”. Wreszcie z prawa do kontroli można korzystać okazjonalnie: podczas kampanii wyborczych, kiedy to bada się, czy media realizują swoją misję polegającą na umożliwianiu wyrażania różnych opinii. Efektywność monitoringu zależy, z jednej strony, od dotkliwości sankcji i skuteczności ich stosowania, a z drugiej strony, od zasobów finansowych i ludzkich oddanych do dyspozycji organów regulacyjnych.

Prawo publiczne definiuje uprawnienie regulacyjne jako „możliwość podejmowania decyzji wykonawczych o charakterze ogólnym i nie skierowanych do konkretnych osób”. Niektóre organy sporządzają specjalne kodeksy etyki zawodowej dla branży, które zawierają te same rozwiązania. ITC oraz Rada Standardów Radiofonii i Telewizji z Wielkiej Brytanii mają bogate doświadczenia w tej dziedzinie. Kodeksy te są regularnie rewidowane i mają moc wiążącą dla nadawców radiowych i telewizyjnych.

BBC, z nie mniejszym doświadczeniem, ma podobny kodeks. Inne przykłady można znaleźć w Czechach, Niemczech, Grecji, Irlandii, na Malcie, w Holandii, Polsce, Rumunii i Turcji. W rzeczywistości organy regulacyjne zostały wyposażone w uprawnienia związane z takimi kodeksami jedynie w dziesięciu z 35 badanych krajach. Prawo do monitorowania nadawania, a także w rzadkich przypadkach nakładania sankcji, uzupełnia arsenal uprawnień postawionych do dyspozycji organów regulacyjnych, które mają ułatwić im regulowanie działalności sektora radiowo-telewizyjnego. Zakresy uprawnień przyznanych poszczególnym organom znacznie różnią się między sobą. Oprócz przeglądu procedur obowiązujących w badanych krajach jest także obraz:

- zakresu stosowania przyznanych uprawnień. Sektor prywatny jest zwykle monitorowany w nieco inny sposób niż sektor publiczny. W szczególności różnice dotyczą sankcji;
- sposobu zgłaszania inicjatywy: organ regulacyjny częściej działa z własnej inicjatywy, chociaż warto zauważyć, że przepisy dają innym uczestnikom sektora radiowo-telewizyjnego możliwość wniesienia sprawy przed organ. Stanowi to formę nadzoru pośredniego.

Dotkliwość sankcji jest zróżnicowana, a stosowanie zależy od rodzaju popełnionego nadużycia lub częstości jego występowania. W skali wielostopniowej, pierwszy poziom stanowi pisemne ostrzeżenie, które może być wysyłane bezpośrednio do nadawcy. Ostrzeżenie może być również wyemitowane lub opublikowane. Drugim poziomem jest nałożenie sankcji finansowych. Trzeci zaczyna się od zawieszenia zaskarżonej audycji lub

zawieszenia licencji na czas oznaczony, a zamyka cofnięciem licencji – najbardziej dotkliwą z możliwych kar.

Porównywanie uprawnień analizowanych organów regulacyjnych wymaga ostrożności. Spuścizna prawna odgrywa ważną rolę i jest dodatkowym czynnikiem takich analiz. Ilustracją tych spostrzeżeń może być przykład Broadcasting Complaints Commission i Broadcasting Standards Council w Wielkiej Brytanii. Mają one jedynie prawo nakładania kary ograniczającej się do zobligowania nadawcy do opublikowania lub wyemitowania oświadczenia. Ich decyzje są jednak szanowane i rzeczywiście prowadzą do korygowania polityki programowej. Można powiedzieć, że uprawnienia organu regulacyjnego są ograniczone, jeżeli nie może on działać bezpośrednio i musi zwracać się nadzorującego ministra o nałożenie sankcji na nadawcę.

Uprawnienia quasi-sądownicze

Należy wyodrębnić organy regulacyjne, których kompetencje obejmują sterowanie i monitorowanie sektora radiowo-telewizyjnego od tych, które pełnią funkcję quasi-sądowniczą, innymi słowy ich wyłączną funkcją jest pomoc w rozstrzygnięciu sporów. Do tego drugiego rodzaju organów mogą zwracać się osoby fizyczne. Dotyczy to np. *Kommission zur Wahrung des Rundfunkgesetzes* w Austrii, Broadcasting Complaints Commission w Wielkiej Brytanii czy Niezależnej Rady Rozpatrywania Skarg i Zażaleń. Ich pozycja w porównaniu z właściwościami sądów powszechnych wymaga bliższego przedstawienia. Z pewnością organy te określają sytuację prawną. Podstawowej różnicy należy doszukiwać się w stosowanej przez nie metodzie odsyłania spraw. W większości przypadków organ ma prawo uznania roszczenia lub niepodjęcia dalszych działań. Metody postępowania są bardzo różne. Niektóre organy mają prawo nakładania sankcji na nadawcę, a inne mogą tylko sugerować kompetentnej władzy nałożenie kary administracyjnej.

Organa regulujące stały się w ciągu kilkunastu lat funkcjonowania głównym partnerem Unii Europejskiej i Rady Europy w wyznaczaniu kierunków polityki audiowizualnej. Rozwój nowych technologii rodzi potrzebę zacieśnienia współpracy pomiędzy krajowymi organami regulacyjnymi nie tylko z krajów Unii Europejskiej. Szybki rozwój telekomunikacji ponadgranicznej zaowocował już stworzeniem wspólnej polityki audiowizualnej i telekomunikacyjnej na szczeblu wspólnotowym. Komitet Kontaktowy powołany na mocy Dyrektywy w sprawie telewizji bez granic jest przykładem mechanizmu mającego ułatwić tę współpracę. ITC z Wielkiej Brytanii, DLM z Niemiec i CSA z Francji obradują wspólnie kilka razy w roku aby wymienić wzajemne uwagi, zaś Europejska Platforma Władz Regulacyjnych (EPRA) obejmuje praktycznie wszystkie Państwa Członkowskie i kraje spoza UE. Niemniej, takie praktyki wymagają dalszej intensyfikacji oraz rozszerzenia. Krajowe organa regulacyjne odpowiedzialne za różne sektory będą także musiały zacieśnić wzajemną współpracę, jeżeli chcą uniknąć rozbieżności i sprzeczności w administrowaniu.

Wybrane modele ciał regulujących w Europie na przykładzie Wielkiej Brytanii, Francji i Włoch

Wielka Brytania: Independent Television Commission

Ustawa o Radiofonii i Telewizji z 1990 roku powołała nowe ciało regulujące w dziedzinie mediów, które zastąpiło poprzednie struktury. (Independent Broadcasting Authority i Cable Authority). Głównym zadaniem ITC, zgodnie z Ustawą, jest koncesjonowanie i regulowanie sektora prywatnych nadawców telewizyjnych, nadających na terenie lub z terenu Zjednoczonego Królestwa w sposób analogowy bądź cyfrowy. Nadawcami tymi są Channel 3 (ITV), Channel 4, Channel 5, nadawcy oferujący usługi teletekstowe, kablowi i satelitarni.

Na mocy uprawnień wypływających z Ustawy z 1990 i 1996 roku ITC:

- wydaje koncesje, które pozwalają komercyjnym nadawcom telewizyjnym nadawać programy na terenie i z terenu Zjednoczonego Królestwa, bez względu na sposób ich rozprowadzania (drogą naziemną, satelitarną czy też poprzez kabel); koncesje są zróżnicowane w zależności od rodzaju emitowanego programu, ustanawiają pewne standardy zawartości programów i reklamy;
- reguluje nadawanie programów telewizyjnych monitorując zgodność działalności nadawców z wymogami zawartymi w koncesjach, wytycznymi i kodeksami ITC dotyczącymi treści programowych, reklamy, sponsoringu i warunków technicznych; uchybienia podlegają szeregu różnorodnych kar począwszy od ostrzeżenia skierowanego do nadawcy, poprzez zobowiązanie go do zamieszczenia w prasie przeprosin, a skończywszy na cofnięciu koncesji;
- ma obowiązek zapewnienia dostępności na terenie Zjednoczonego Królestwa szerokiej gamy programów telewizyjnych, które powinny charakteryzować się wysoką jakością i odpowiadać różnorodnym gustom i zainteresowaniom widzów;
- jest odpowiedzialna za zapewnienie warunków dla uczciwej i skutecznej konkurencji w dziedzinie dostarczania usług telewizyjnych;
- analizuje skargi i regularnie publikuje swoje wnioski;
- Sekretarz Stanu ds. Kultury, Mediów i Sportu mianuje na 5 letnią kadencję przewodniczącego, wiceprzewodniczącego i pozostałych członków ITC (zazwyczaj około 8) – trzech spośród nich reprezentuje interesy Szkocji, Północnej Irlandii i Walii. Ich pracę wspomagają eksperci i specjaliści w zakresie koncesjonowania i regulacji prawnych a także cały szereg komitetów doradczych ds. reklamy, medycyny, religii, edukacji szkolnej, itp. System monitoringu nadawców wspiera 11 lokalnych Viewer Consultative Councils – konsultacyjnych rad widzów.

Pod koniec roku ITC przygotowuje sprawozdanie, które po przedstawieniu go Sekretarzowi Stanu ds. Kultury, Mediów i Sportu zostaje złożone w Parlamencie.

Francja: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Francuskim odpowiednikiem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jest Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), którego statut w dużej mierze posłużył za wzór polskiemu ustawodawcy. CSA powstała na mocy ustawy z 17 stycznia 1989 roku i przejęła kompetencje wcześniejszych instancji regulacji sektora audiowizualnego: Haute Autorité de

la Communication Audiovisuelle (1982) i Commission Nationale de la Communication et des Liberte (1986)

CSA składa się z dziewięciu członków, z których 3 mianuje Prezydent Republiki, 3 – Przewodniczący Senatu, 3 - Przewodniczący Zgromadzenia Narodowego. Funkcje w CSA nie mogą być łączone z innymi mandatami obieralnymi. (Członkostwa w Radzie nie można łączyć z jakimkolwiek zatrudnieniem, pracą zawodową, bądź sprawowaniem mandatu wyborczego). Kadencja Rady trwa 6 lat (co dwa lata odnawia się 1/3 składu).

Zadaniem CSA jest zapewnienie swobody przekazu radiowego i telewizyjnego, niezależności i bezstronności radia i telewizji, oraz przestrzegania zasad konkurencji. Stara się wpływać na podnoszenie jakości programów i na rozwój produkcji krajowej. Sprawuje kontrole nad treścią i sposobami przedstawiania reklamy w radiu i telewizji.

CSA formułuje opinie na tematy audiowizualne na prośbę rządu, parlamentu lub Rady Państwa zwłaszcza w związku z pracami nad ustawami i dekretemi albo rozporządzeniami administracji rządowej na temat problematyki pozostającej w kompetencji Rady. Rada wydaje opinie również w kwestii stanowiska Francji w negocjacjach międzynarodowych z dziedziny radia i telewizji.

W sektorze publicznym, CSA jest władna mianować prezesów i administratorów publicznych stacji radiowych i telewizyjnych. W przypadku nie przestrzegania zasad funkcjonowania stacji publicznych, ma prawo odwołania prezesa. Wyznacza zasady organizacji kampanii wyborczych, a także obecności w radiu i telewizji partii i związków zawodowych oraz odpowiedzi (repliki).

W sektorze prywatnym, CSA przydziela częstotliwości i udziela koncesji na rozpowszechnianie programu przez prywatne stacje radiowe i telewizyjne, sieci kablowe i satelitarne. Wyznacza zakres obowiązków dla nich, ma prawo orzekania sankcji, łącznie z nakazem przerwania nadawania.

Do zadań CSA należy także kontrola przestrzegania standardów programowych przez nadawców. Dotyczy to w szczególności utworów, które mogłyby mieć negatywny wpływ na psychikę nieletnich. CSA przyjęła zalecenie o ochronie dzieci i młodzieży, ustaliła sankcje finansowe dla kanałów emitujących filmy telewizyjne zawierające sceny przemocy po godz. 20.30 oraz obowiązek nadawania komunikatów antenowych. CSA w porozumieniu z nadawcami doprowadziła do przyjęcia systemu oznakowania symbolami programów telewizyjnych.

W związku z gwałtownym rozwojem technologii cyfrowych CSA stanęła przed nowym wyzwaniem. Od 1998 roku trwają próby uruchomienia naziemnej telewizji cyfrowej. CSA zezwoliła na rozpoczęcie działalności takiej platformy w rejonie Rennes. W miarę postępowania eksperymentów w zakresie nadawania i odbioru programów przekazywanych drogą cyfrową, platforma ta zostanie udostępniona nadawcom i inwestorom. CSA nadal prowadzi prace strategiczne w tym zakresie. Od 1996 roku wspiera również próby uruchomienia cyfrowego przekazu radiowego (DAB), wydając koncesje na tego rodzaju nadawanie w wybranych regionach. Do końca ubiegłego roku miały zostać podjęte decyzje polityczne, co do warunków przyznawania koncesji w naziemnym systemie nadawania cyfrowego.

CSA publikuje roczne raporty o swojej działalności, które przesyła do Prezydenta, Premiera, kierownictwa Zgromadzenia Narodowego i Senatu oraz wszystkich deputowanych i senatorów.

Włochy: Autorita per le Garanzie nelle Comunicazioni (Urząd gwaranta w dziedzinie mediów i środków przekazu)

Urząd powołany na mocy ustawy No 249 z 31 lipca 1997 roku, ukonstytuował się w czerwcu 1998 roku. Na jego czele stoi przewodniczący – obecnie Enzo Cheli – mianowany przez Prezydenta Republiki na wniosek premiera, po wcześniejszym zaopiniowaniu kandydatury przez kompetentne komisje parlamentarne. Przewodniczący oraz wszyscy komisarze, których jest 8 tworzą Radę. W strukturze Urzędu znajdują się dwie komisje: ds. infrastruktury i sieci oraz ds. usług i produkcji. Są one ciałami kolegialnymi złożonymi z 4 komisarzy wybranych przez obie izby parlamentu na 7 letnią kadencję (każda z izb powołuje 4 komisarzy, przy czym mniejszość parlamentarna ma prawo nominować dwóch), członkiem komisji jest również przewodniczący Urzędu Gwaranta.

Nowy organ zastępując poprzedni Urząd Gwaranta, który był odpowiedzialny za kontrolę mediów elektronicznych oraz przejmując niektóre obowiązki Ministerstwa Poczty i Telekomunikacji (przemianowanego na Ministerstwo Komunikacji) jest odpowiedzialny za całość sektora mediów elektronicznych tj. telekomunikację, radio, telewizję i sektor wydawnictw. Jego głównym zadaniem jest zapewnienie pluralizmu w dziedzinie mediów i zapewnienie warunków uczciwej konkurencji w dziedzinie telekomunikacji. Uprawnienia nowego organu są znaczne, zarówno w sferze regulacyjnej jak i administracyjnej.

Rada Urzędu gwaranta pełni funkcje doradcze w zakresie polityki rządu dotyczącej środków masowego przekazu, stymuluje rozwój badań nad zagadnieniami technologicznymi, opiniuje postępowanie w sprawach prowadzonych przez Urząd ds. konkurencji, kontroluje powstawanie pozycji dominujących w sektorze mediów.

Komisja ds. infrastruktury i sieci jest odpowiedzialna za opracowanie ogólnokrajowego planu podziału częstotliwości, przedstawienie warunków otrzymania koncesji i zapewnienie ich przestrzegania, ustanowienie standardów dotyczących dekodek, kontrolę zastosowania zasady wzajemnych podłączeń, wypracowanie obiektywnych kryteriów przejrzystości struktur, określenie pakietu zobowiązań usług ogólnodostępnych oraz warunków ich zastosowania oraz rozpatrywanie skarg konsumentów. Komisja prowadzi rejestr koncesjonowanych operatorów włącznie z firmami reklamowymi, producenckimi, wydawnictwami i agencjami prasowymi, dostawcami usług teleinformatycznych i telekomunikacyjnych.

Zadaniem Komisji ds. usług i produkcji jest ustalenie ram legislacyjnych dotyczących jakości usług, zapewnienie prawidłowych zasad badania oglądalności, monitorowanie programów telewizyjnych, kontrolowanie przestrzegania przepisów w zakresie reklamy i sponsoringu, ochrona mniejszości językowych i dzieci, zapewnienie prawa do odpowiedzi, równorzędny dostęp partii politycznych do czasu antenowego.

VI. STAN I PERSPEKTYWY ROZWOJU RADIOFONII I TELEWIZJI CYFROWEJ

Satelitarne platformy cyfrowe

Obecnie w Polsce istnieje możliwość odbioru programów z trzech satelitarnych platform cyfrowych, o odmiennym statusie prawnym: z posiadających koncesję Cyfry+ i POLSAT-u oraz działającej bez koncesji polskiej Wizji TV.

Przewodniczący KRRiT wydał koncesję spółce PTS POLSAT na bezprzewodowe rozprowadzanie programów: TVP1, TVP2, TV POLONIA, WOT i NASZA TV oraz koncesję na rozpowszechnianie programów POLSAT 2, Muzyczny Relax, Formuła 1, Komedial, Tylko dla Ciebie, Smyk i INFO. Dostawca sygnału jest realizowany za pomocą naziemnej stacji zlokalizowanej w Warszawie. POLSAT wykorzystuje satelitę EUTELSAT HOT BIRD.

Spółka CANAL+ Cyfrowy uzyskała koncesję na bezprzewodowe rozprowadzanie programów: CANAL+ POLSKA, CANAL+ POLSKA ŻÓŁTY, CANAL+ POLSKA NIEBIESKI, TVP1, TVP2, TV POLONIA, NASZA TV, TMT, POLSAT i POLSAT 2. Dostawca sygnału jest realizowany za pomocą naziemnej stacji zlokalizowanej w Warszawie.

Wymienione platformy cyfrowe wykorzystują częstotliwości przeznaczone dla telekomunikacji stałej a nie radiodifuzji, a więc ich odbiór nie jest chroniony. Zgodnie z wynikami końcowymi Światowych Konferencji Radiokomunikacyjnych WARC-77 i ORB-88 Polska ma zarezerwowane 5 częstotliwości oraz miejsce na orbicie geostacjonarnej. Być może po najbliższej konferencji, która odbędzie się w tym roku do dyspozycji będzie 10 częstotliwości. Pozostaje problem ich zagospodarowania oraz znalezienia firmy, która zechce finansować umieszczenie polskiego satelity na orbicie geostacjonarnej.

Wizja TV rozpowszechnia programy za pomocą satelity należącego do Astry. Dostawca do satelity realizuje za pomocą stacji zlokalizowanej pod Londynem, a tym samym nie podlega jurysdykcji polskiego prawa. Przedstawiciele Wizji TV deklarują złożenie wniosku o polską koncesję.

Przygotowania do uruchomienia naziemnej emisji cyfrowej programów radiowych i telewizyjnych

Naziemna radiofonia cyfrowa

Na przestrzeni 1999 roku sytuacja w zakresie perspektyw uruchomienia naziemnej radiofonii cyfrowej nie uległa zmianie. W latach 1997 - 1998 Centrum Badawczo-Rozwojowe TP S.A. opracowało koncepcję sieci pilotażowych DAB w centralnej i południowej Polsce. Zgodnie z ustaleniami konferencji w Wiesbaden na południu możliwe jest wykorzystanie bloków częstotliwościowych 5D, 9A i 9B z III zakresu VHF, natomiast w Polsce centralnej (po korekcie eliminującej zagospodarowanie DAB w zakresie radiofonii analogowej 104 – 106 MHz) bloków 6C i 10B. Stwarza to możliwości wykorzystania sieci do emisji programów radiowych o różnym charakterze. W ramach jednego bloku częstotliwościowego wszystkie nadajniki pracują synchronicznie, co oznacza, że na całym obszarze objętym zasięgiem danego bloku istnieje możliwość jednoczesnego odbioru wszystkich programów w nim ulokowanych. Dla sieci południowej opracowano już nawet założenia techniczne, z których wynika na jakich konkretnych obiektach pracowałyby nadajniki cyfrowe, jakie byłyby ich moc i zasięg. Niestety uzgodnienie szczegółowych parametrów technicznych sieci pilotażowej z sąsiadami (głównie z Czechami)) nastęrcza bardzo poważne trudności.

Wszystko wskazuje na to, że wieloletni impas w uruchamianiu naziemnej radiofonii cyfrowej w Europie został już przełamany. Pojawia się coraz więcej typów odbiorników cyfrowych w coraz niższej cenie. W Warszawie odbiorniki DAB również są oferowane (Phillips). Można więc mieć nadzieję, że proces wdrażania tej nowej technologii ulegnie znacznemu przyspieszeniu.

Zakończył się eksperyment Polskiego Radia S.A. polegający na uruchomieniu w Warszawie emisji cyfrowej na częstotliwości 105,008 MHz. Jego wynikiem było między innymi stwierdzenie znacznego podwyższenia szumów w eterze, stawiające pod znakiem zapytania możliwość równoległego wykorzystania pasma 87,5 – 108 MHz dla radiofonii analogowej i cyfrowej. Był to jeden z argumentów do wprowadzenia korekty, o której mowa wyżej. Od początku roku Polskie Radio S.A. czyni przygotowania do wznowienia w Warszawie emisji eksperymentalnej w docelowym bloku 10B. Od strony technicznej rozpoczęcie nadawania jest przygotowane. Nadawca oczekuje jedynie na zgodę Ministra Łączności. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, uznając wagę problemu, postanowiła objąć to przedsięwzięcie swym patronatem.

Naziemna telewizja cyfrowa

Telewizja cyfrowa znajduje się w Europie w początkowym stadium rozwoju. Opracowano i przyjęto system modulacji dla zakodowanego w systemie MPEG2 sygnału wizyjnego opisanego standardem EN 300 744. W lipcu 1997 roku podpisano „Wielostronne Porozumienie Koordynacyjne dotyczące Kryteriów Technicznych, Zasad Koordynacji i Procedur dla Wprowadzenia Naziemnej Telewizji Cyfrowej (DVB-T)” Chester 1997. Powstały warunki do rozpoczęcia wdrażania tego systemu w najbliższych latach. Zakłada się, że całkowite zastąpienie naziemnej telewizji analogowej transmisją cyfrową przyniesie w efekcie znaczne oszczędności widma, które będzie mogło być wykorzystane przez inne

służby radiokomunikacyjne. Obecnie w Europie podawany jest rok 2010 jako rok, w którym zakończy się nadawanie w systemach analogowych. Największe oszczędności widma można uzyskać przy budowie jednoczęstotliwościowych sieci. Niestety jest to odległa perspektywa, ponieważ brakuje częstotliwości dla takich sieci. W Polsce sieć taka mogłaby być wybudowana przy wykorzystaniu kanałów 61 - 69 obecnie w większości zajmowanych przez służby podległe MON. Dotychczas w Polsce nie przewidywano wykorzystania tych kanałów ani w systemach analogowych ani do budowy wieloczęstotliwościowych sieci cyfrowych.

W najbliższej przyszłości telewizja cyfrowa będzie wprowadzana przy wykorzystaniu sieci wieloczęstotliwościowych wykorzystujących kanały od 21 do 60. Istnieje bowiem możliwość uruchomienia sieci DVB-T przy zachowaniu obecnie wykorzystywanych kanałów przez telewizję analogową. Parametry techniczne telewizji cyfrowej umożliwiają wykorzystanie kanałów niemożliwych do wykorzystania przez telewizję analogową. W oparciu o przyjęte w Chester parametry techniczne Oddział Instytutu Łączności we Wrocławiu opracował plan dwóch ogólnopolskich sieci DVB-T, co przy obecnej technologii umożliwia rozpowszechnianie 8 programów. W opracowanym planie przyjęto 56 stacji z lokalizacjami obecnie wykorzystywanymi do emisji programu TVP2. Dla każdej lokalizacji dobrano dwa kanały telewizyjne przy zachowaniu dotychczas wykorzystywanych lub zaplanowanych kanałów, o których była mowa powyżej. W planie tym przewiduje się wykorzystanie kanałów obecnie zajętych przez służby podległe MON i stanowi to 27,6% wszystkich kanałów przewidzianych do wykorzystania przez dwie sieci DVB-T.

Opracowany plan jest obecnie uzgadniany z krajami sąsiednimi. Nie da się w tej chwili ocenić jaki będzie końcowy wynik tych uzgodnień, oraz czy będzie to plan docelowy.

W Europie rozważa się zorganizowanie międzynarodowej konferencji, na której uzgodniono by docelowe plany wykorzystania kanałów po wyłączeniu nadawania w systemach analogowych. Czy dojdzie i kiedy do takiej konferencji obecnie trudno jest określić. Prawdopodobnie odbędzie się w 2001 lub 2002 roku. Przed konferencją należałoby określić procedurę wyłączenia sieci analogowych. Czy będzie to robione, jak rozważają Niemcy, wyspowo, tzn. na danym obszarze jednorazowo zastępuje się nadawanie analogowo wszystkich programów nadawaniem cyfrowym, czy też przez pewien, (jaki?) okres będzie się równolegle nadawać te same programy analogowo i cyfrowo. Co zrobić jeśli dla niektórych programów obecnie nadawanych analogowo zabraknie kanałów do nadawania cyfrowego? Jak przejść z planów tymczasowych do docelowych? Czy telewizja cyfrowa będzie wykorzystywała kanały z zakresu metrowego, czy też częstotliwości odpowiadające tym kanałom zostaną wykorzystane przez radiofonię cyfrową T-DAB? Na te pytania brak jest obecnie odpowiedzi, a tym samym trudno jest prognozować docelowy sposób wprowadzania telewizji cyfrowej w Europie, w tym w Polsce. Biorąc jednak pod uwagę doświadczenia takich krajów jak Wielka Brytania, Szwecja czy Hiszpania, które to państwa już uruchamiają sieci naziemnej telewizji cyfrowej, a także stopień zaangażowania pozostałych państw europejskich, można sądzić, że w najbliższych latach przystąpi się również w Polsce do realizacji naziemnych sieci cyfrowych. Realizacja tych sieci rozwiązałaby problemy z zapewnieniem pokrycia kraju publicznymi programami regionalnymi, a także stworzyła by możliwości znacznego zwiększenia stopnia pokrycia kraju programami komercyjnymi. Do tego czasu należałoby przyspieszyć uzgodnienia międzynarodowe oraz opracować strategię wprowadzania tych sieci. Oprócz zagadnień technicznych powinny być podjęte prace nad dostosowaniem polskiego prawa do nowych technik. Dotyczyć to powinno ustawy o radiofonii i telewizji oraz projektowanej nowej ustawy o telekomunikacji.

Z początkiem roku Telekomunikacja Polska S.A. rozpoczęła przygotowania do uruchomienia do emisji cyfrowej w kanale 48 w Warszawie oraz starania o zgodę na taki eksperyment. Celem tego eksperymentu jest:

- przeprowadzenie pomiarów jakości sygnału i pomiarów natężenia pola oraz wyznaczenie obszaru zasięgu powierzchniowego stacji (porównanie z zasięgiem wyznaczonym teoretycznie),
- określenie wzajemnego oddziaływania emisji cyfrowej i emisji w kanałach analogowych.

Ponieważ emisja ma mieć charakter doświadczalny dostępność odbioru będzie miała charakter warunkowy – sygnał, poza kodowaniem w systemie MPEG 2, będzie dodatkowo szyfrowany.

Krajowa Rada, 22 lutego 2000 roku, wyraziła zgodę Telekomunikacji Polskiej S.A. na bezprzewodowe rozprowadzanie programów telewizyjnych (TVP 1, TVP 2, Polsat, TVN) w sposób rozsiewczy cyfrowy naziemny. Techniczne warunki emisji ustali Minister Łączności.

KRRiT objęła patronatem projekt eksperymentalnej emisji sygnału naziemnej telewizji cyfrowej DVB – T.

VII. Regulacja radia, telewizji, nowych technologii i Internetu w dobie cyfryzacji

Wprowadzenie

Mnożą się głosy, że zmiany w dziedzinie radia i telewizji wynikające z przemian technologicznych i rynkowych, jak również rozwój Internetu, stawiają pod znakiem dotychczasowy model regulacji prawnej tych dziedzin, jak również kształt i zasady działania organów regulacyjnych. Polska stoi przed pilną potrzebą unowocześnienia swojego prawa radiowo-telewizyjnego, w tym poprzez przejęcie dorobku Unii Europejskiej w tej dziedzinie, daleko wykraczającego poza Dyrektywę o „Telewizji bez Granic”, która dotychczas stanowiła podstawowy punkt odniesienia w tej dziedzinie. Należy zatem rozważyć, co może to oznaczać dla kształtu regulacji i organów regulacyjnych w dziedzinie audiowizualnej.

Poniższy rozdział dostarcza skrótowego przeglądu rozległej gamy problemów podnoszonych w debacie międzynarodowej na te tematy, jak również wybranych rozwiązań przyjętych w tej dziedzinie, nie roszcząc sobie oczywiście pretensji do wyczerpania tematu.

Regulacja prawna radia i następnie telewizji wynikała dotąd z dwóch podstawowych przesłanek:

1. niedobór częstotliwości oraz fakt, że przyznanie częstotliwości jednemu podmiotowi uniemożliwia korzystanie z niej innym podmiotom, sprawiał, że były traktowane jako dobro rzadkie. Z tego wynikała konieczność stworzenia zespołu przepisów i struktur administracyjnych rządzących ich wykorzystywaniem, w tym prawnie określonej procedury i kryteriów przyznawania koncesji na rozpowszechnianie programu;
2. przekonanie o sile oddziaływania mediów audiowizualnych oraz fakt masowego ich zasięgu uprawomocniały daleko idący nadzór nad działalnością nadawców.

Najprościej rzecz ujmując, regulacja przyjmuje dwojaką postać:

- z jednej strony ma ona sprawić, że działalność ta przyniesie społeczeństwu maksymalne możliwe do uzyskania korzyści (regulacja pozytywna, związana z określaniem pozytywnych wymogów programowych, jakie musi zrealizować nadawca, służąca promowaniu jakości i różnorodności gatunkowej oraz treściowej oferty, jej pluralizmu politycznego i kulturowego, roli w umacnianiu tożsamości narodowej i europejskiej itp.);
- z drugiej zaś strony ma chronić społeczeństwo przed skutkami nieodpowiedzialnej działalności nadawcy, lub też wykorzystaniem medium masowego w niewłaściwy sposób (regulacja negatywna, obejmująca zakazy przeciwko nadużywaniu swobody nadawcy, w

tym ochrona wolności słowa, ochrona nieletnich, ochrona praw autorskich i własności intelektualnej, zapobieganie monopolizacji mediów, itp.).

Oba zespoły czynników, które legły u podstaw wprowadzenie regulacji mediów elektronicznych, ulegają dzisiaj osłabieniu. Z jednej strony więcej wiadomo o oddziaływaniu mediów i w środowiskach fachowych nie ma już domniemania o ich zdolności do wywierania bezpośredniego wpływu na sposób myślenia i postępowanie odbiorców.

Z drugiej strony, postęp technologiczny, w tym cyfryzacja, zmieniają sytuację, jeżeli idzie o możliwości rozpowszechniania programu. Z tego punktu widzenia radiofonia i telewizja przestają być „gospodarką niedoboru” i zmieniają się w „gospodarkę obfitości”.

W dodatku w łonie Unii Europejskiej od kilku lat toczy się dyskusja nad wpływem konwergencji technologicznej integrującej telekomunikację i media audiowizualne na regulację tych odrębnych dotąd dziedzin, podlegających innym przepisom - znacznie bardziej ograniczonych w przypadku telekomunikacji, niż w przypadku radiofonii i telewizji. Wskazuje się niekiedy, że interes rozwoju technologicznego i gospodarczego Europy wymaga rozluźnienia ograniczeń narzucanych nadawcom radiowym i telewizyjnym i objęcia ich podobnymi jak w przypadku telekomunikacji przepisami o charakterze gospodarczym, raczej niż - jak dotychczas - o charakterze społecznym i kulturowym.

Wreszcie rozwój Internetu i trudności w regulowaniu dostawców treści internetowych często służą jako argument na rzecz osłabiania bądź rezygnacji z obejmowania tego i innych mediów regulacją prawną.

Jak jednak wskazuje raport „The Digital Age: Audiovisual Policy”¹ opracowany w 1998 roku przez grupę specjalistów powołaną przez ówczesnego członka Komisji Europejskiej, Marcelino Oreja, cyfryzacja nie zmienia podstawowego celu koncesjonowania nadawców, jakkolwiek procedura koncesyjna będzie musiała być uproszczona i przyspieszona, a zawartość koncesji w większym stopniu dostosowana do charakteru nadawcy i jego programu. Raport wskazuje też, że coraz większego znaczenia nabiera zapewnianie otwartego, równego i wolnego od dyskryminacji dostępu konkurujących ze sobą nadawców oraz wszystkich odbiorców do sieci i usług cyfrowych. Istotnym celem jest też wspieranie lokalnej, narodowej i europejskiej produkcji audiowizualnej.

Również Abigail Thomas, autorka studium „Regulation of Broadcasting in the Digital Age”² wskazuje, że zmiany technologiczne nie zmieniają zasadniczych celów polityki państwa brytyjskiego w dziedzinie mediów (choć mogą zmieniać niektóre środki ich osiągnięcia), do których zalicza zapewnianie:

- jakości oferty (cel polityki kulturalnej, związanej z realizowaniem przez program radiowy i telewizyjny roli kulturotwórczej oraz ochroną gatunków zagrożonych, w tym informacji i programów dla dzieci, oraz wysokobudżetowej produkcji fabularnej);
- rzetelności i bezstronności informacji;

¹ „The Digital Age: Audiovisual Policy”. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy, chaired by Commissioner Marcelino Oreja, European Commission, Brussels, 1998.

² Abigail Thomas, „Regulation of Broadcasting in the Digital Age”. Department for Culture, Media and Sport, London, May 1999 (<http://www.culture.gov.uk/thomastitle.htm>)

- pluralizmu i różnorodności, w tym zarówno obecności różnych nadawców, źródeł informacji i programu, jak i wszechstronności gatunkowej i treściowej oferty programowej³;
- dostępu – powszechnej i dostępnej finansowo możliwości korzystania przez całą ludność z podstawowych usług medialnych;
- ochrony dzieci i młodzieży, przestrzeganie norm obyczajowych;
- konkurencyjności międzynarodowej: cel polityki przemysłowej i gospodarczej, zmierzającej do zagwarantowania rosnącej obecności kraju na międzynarodowych rynkach sprzętu medialnego, programowym i rozwoju sieci.

Nie ustają zatem bynajmniej przyczyny realizowania przez państwo bardzo aktywnej polityki i wynikającej stąd regulacji w dziedzinie mediów. Wręcz przeciwnie, polityka ta rozwija się i obejmuje coraz to nowe obszary, jako że problematyka mediów odgrywa coraz ważniejszą rolę także m.in. w sferze polityki:

- gospodarczej (media będą rosnącym działem gospodarki, miejscem zatrudnienia rosnącej liczby ludzi; uczestnikiem międzynarodowego obrotu dziełami audiowizualnymi; źródłem rosnącej części produktu narodowego);
- naukowej i technologicznej (nowe technologie komunikacyjne i informatyczne stają się jedną z podstawowych sił napędowych rozwoju gospodarczego, zaś w sytuacji pojawiania się różnych standardów technicznych regulacja będzie musiała przełamywać wynikające stąd bariery w działalności podmiotów aktywnych na rynku i dostępie odbiorców do całości oferty medialnej);
- zagranicznej (media i telekomunikacja nabierają coraz większego znaczenia jako przedmiot polityki i stosunków międzynarodowych);
- społecznej (zróżnicowanie w dostępie do informacji i technologii medialno-informatycznych może stać się istotnym czynnikiem rozwarstwienia społecznego, wpływać na osłabienie więzi społecznej oraz na zmianę wzorów życia społecznego).

Koncesja a regulacja

Jak wskazano podczas konferencji Unii Europejskiej „Zadania i wyzwania dla regulatorów w zmieniającym się krajobrazie medialnym w Europie” (listopad 1998 roku)⁴,

³ W opracowaniu „Pluralism in the multi-channel market: suggestions for regulatory scrutiny”, MM-S-PL. (99) 12 def, Council of Europe, Strasbourg, 11 October 1999, Chris Marsden zwraca uwagę, że pluralizm mediów jest wypadkową trzech czynników: dużej liczby nadawców komercyjnych, występowanie i powszechna dostępność do nadawców publicznych i wewnętrzny pluralizm programowy. Stosowane dotąd ograniczenia koncentracji nadawców muszą wykroczyć poza ograniczenia kapitałowe i uwzględnić różne formy integracji pionowej i poziomej, wiążące podmioty rynkowe. Przepisy „must-carry” muszą zapewnić obecność jakiejś formy programu publicznego na wszystkich platformach – w tym w Internecie i na satelitach. Usuwanie przeszkód dla pluralizmu wynikających z funkcjonowania „bram cyfrowych” może mieć miejsce za pomocą dobrze rozwiniętego prawa wspierającego konkurencję, służącego realizacji interesu publicznego. Może być jeszcze za wcześnie na regulowanie „przeszukiwarek” internetowych z punktu widzenia dostępu za ich pośrednictwem do pełnego pluralizmu treści, ale sprawa ta wymaga analiz i studiów. Działania rządowe na rzecz wspierania stron internetowych realizujących służbę publiczną oraz powszechnego dostępu do Internetu może służyć interesowi publicznemu i pluralizmowi.

⁴ Por. raport z tej konferencji: „Audiovisual Media and Authorities. Tasks and challenges for regulators in an evolving media landscape in Europe”, Federal Chancellery, Vienna, 1999.

malejące znaczenie koncesji, trybu i zasad jej przyznawania nie zniesie w dającej się przewidzieć przyszłości (czyli tak długo, jak utrzyma się obecny model radiofonii i telewizji emisyjnej, rozpowszechniającej programy) potrzeby regulacji prawnej działalności nadawców oraz nadzoru nad nią. W niektórych przypadkach natomiast daleko idącej zmianie ulegnie natomiast przedmiot regulacji i sposób jej sprawowania.

Wprowadzenie telewizji cyfrowej (zarówno satelitarnej, jak i naziemnej) wprowadzi nowe podmioty, w tym operatorów multipleksów, operatorów systemów warunkowego dostępu i elektronicznych przewodników po programach, co oznaczać będzie zarówno konieczność wprowadzenia nowych typów koncesji i zezwoleń, jak i regulowania relacji między nimi.

Zmiany dotyczyć będą także np. regulacji koncentracji mediów: inne zasady obowiązywały, gdy tworzono przepisy zapobiegające nadmiernej koncentracji prasy, radia i telewizji w obrębie rynku krajowego; zupełnie inne przepisy potrzebne są w sytuacji umiędzynarodowiania się rynków medialnych oraz powstawania konglomeratów multimedialnych obejmujących wielość rozmaitych sposobów tworzenia i eksploatawania zawartości mediów.

Podobnie wygląda rzecz w przypadku regulacji pozytywnej, dotyczącej zarówno zawartości mediów i funkcji przez nie realizowanych, jak i np. zasad równości społecznej w zakresie dostępu do informacji i możliwości komunikowania. W radiowo-telewizyjnej gospodarce niedoboru, wymóg zapewniania odbiorcom pełnej gamy treści i gatunków programowych, oferty popularnej i ambitnej, wymagał tworzenia szczegółowych przepisów koncesyjnych określających zawartość poszczególnych programów uniwersalnych. Obecnie, w dobie obfitości programów uniwersalnych, tematycznych i niszowych, w wielu przypadkach płatnych, regulacja w większym stopniu dotyczyć musi sposobu oferowania tych programów odbiorcom (np. pakietyzacja programów w telewizji kablowej, sposób komponowania „bukietów” programów oferowanych przez satelitarne bądź naziemne platformy telewizji cyfrowej) oraz finansowych warunków dostępu widzów do tych programów.

Nową formą ochrony dostępu telewidzów do informacji są np. przyjęte przez organizacje europejskie przepisy (art. 3a Dyrektywy o „Telewizji bez Granic” i art. 9a Europejskiej Konwencji o „Telewizji Ponadgranicznej”) o ochronie prawa widzów do oglądania w ogólnodostępnej telewizji ważnych wydarzeń, które w braku takich przepisów coraz częściej dostępne byłyby jedynie odbiorcom programów płatnych. Obecnie nadawcy ci, jeżeli wykupią prawa do transmitowania ważnych wydarzeń, które na mocy nowych przepisów powinny być dostępne całemu społeczeństwu, będą mieli obowiązek odsprzedania tych praw nadawcy ogólnodostępnemu. Przepisy te, wprowadzane do ustawodawstwa krajów członkowskich Unii Europejskiej i krajów stowarzyszonych, tworzą konieczność daleko posuniętej współpracy międzynarodowej w celu ich wdrożenia i respektowania przez nadawców z zainteresowanych krajów.

Z kolei realizacja zasady wolnego dostępu zarówno nadawców, jak i odbiorców do rynku w coraz większym stopniu oznacza regulację standardów technicznych wykorzystywanych przez konkurujących ze sobą nadawców i operatorów. Wiąże się to m.in. ze sprawą tzw. „bram cyfrowych” (elektroniczny przewodnik po programach - EPG, system warunkowego dostępu - CAS, oprogramowanie dekodera - API), które przy braku stosownych regulacji mogą zamienić się w „monopole dostępu”, umożliwiające jednym

nadawcom czy operatorom niedopuszczenie innych do korzystania z sieci, czy możliwości rozpowszechniania swojej oferty, lub niedopuszczenie albo utrudnienie odbiorcom dostępu do tej oferty. Osobnym monopolem dostępu może stać się system obsługi abonentów (subscriber management system – SMS), który może być wykorzystywany przez operatora do blokowania dostępu abonentów do programów konkurencyjnych.

Dyrektywa nr 95/47/EC Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej (Directive on the use of standards for the transmission of television signals) zmierza do uniemożliwienia wykorzystywania systemów CAS do dyskryminowania nadawców i odcinania im dostępu do odbiorców⁵. Z kolei dyrektywa 98/84/EC (Directive on the legal protection of services based on, or consisting of, conditional access) zmierza do ochrony tych systemów przed nieuczciwą konkurencją. Są to więc nowe pola regulacji, która z czasem będzie musiała być rozciągnięta na systemy EPG i API.

Jak wskazują powyższe przykłady, regulacja mediów w coraz większym stopniu nabiera charakteru regulacji rynkowej i gospodarczej, co wymaga albo przyznania regulatorom audiowizualnym kompetencji formalnych w tym zakresie, albo też stworzenia przepisów pozwalających innym regulatorom (np. ciałom antymonopolowym) regulowanie tej dziedziny w sposób zgodny z jej specyfiką.

Technologia satelitarna, globalizacja rynków i rosnące znaczenie gospodarcze mediów sprawiają, że ich regulacja w coraz większym stopniu nabiera też charakteru międzynarodowego (jakkolwiek gospodarka częstotliwościowa, wykorzystanie orbit satelitarnych itp. od dawna były przedmiotem ustaleń w ramach Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnych i odpowiednich organizacji europejskich).

Perspektywa rozwoju technologii satelitarnej sprawiła, że w Europie przyjęto w 1989 roku Dyrektywę Unii Europejskiej o „Telewizji bez Granic” (znowelizowaną w 1997 roku) oraz Europejską Konwencję Rady Europy o „Telewizji Ponadgranicznej” (znowelizowaną w 1998 roku), które rozstrzygają sprawy jurysdykcji nad nadawcami ponadgranicznymi, regulują (w różnym zakresie) i sprawy programowe, w tym związane z ochroną europejskiego rynku audiowizualnego, a także określają tryb współpracy między krajami członkowskimi, m.in. w rozstrzygnięciu ewentualnych konfliktów. Należy tu także wymienić Europejską Konwencję Rady Europy o Koprodukcjach Filmowych oraz porozumienie Eurimages, wspierające produkcję i dystrybucję filmów, jak również kolejne programy MEDIA Unii Europejskiej, służące wspieraniu rozwoju rynku audiowizualnego w krajach członkowskich.

Protekcjonistyczna w swej intencji polityka Unii Europejskiej i Rady Europy pozostaje w sprzeczności z celami Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) i Światowej Organizacji Handlu (WTO), stawiającymi sobie za cel pełną liberalizację światowego handlu towarami i usługami. Zakładają to Kodeks Liberalizacji Bieżących Operacji Niewidocznych przyjęty przez OECD oraz Ogólne porozumienie o handlu usługami (GATS) przyjęte przez WTO. GATS zakłada nieskrępowany dostęp do rynku wszystkich krajów członkowskich (art. XVI); stosowanie wobec nich wszystkich zasady najwyższego

⁵ Pełne sprawozdanie z dotychczasowego sposobu wdrożenia dyrektywy w krajach członkowskich UE zawiera publikacja „The Development of the Market for Digital Television in the European Union. Report in the Context of Directive 95/47/EC of the European Parliament and of the Council on the use of standards for the transmission of television signals”. COM (1999) 540, European Commission, Brussels, 9 November 1999.

uprzywilejowania (art. II); oraz „traktowanie narodowe” towarów i usług zagranicznych (czyli nie dyskryminowanie ich w stosunku do krajowych - art. XVII). GATS obejmuje również zasadę otwartości i proporcjonalności regulacji krajowych (art. III i VI) w dziedzinach, w których kraje te przyjęły zasady GATS, tak by nowe przepisy nie zaprzeczały przyjętym już zobowiązaniom. Można przewidywać, że przyjęte zostaną również zasady uznające publiczne subsydia lub finansowanie produkcji audiowizualnej za niezgodne z zasadami równej konkurencji.

Rozbieżności interesów i polityki różnych krajów i grup krajów sprawiają, że problematyka ta jest przedmiotem ożywionych negocjacji i regulacji międzynarodowych i w coraz większym stopniu osobnym polem polityki i stosunków międzynarodowych.

W cytowanym już studium Abigail Thomas wymienia różne typy regulacji prawnej rynku medialnego i metody jej realizacji:

Regulacja minimalna	Wynika z wiary w mechanizmy rynkowe i zmierza głównie do ochrony konkurencji
Regulacja otwierająca rynek	Liberalizacja, prywatyzacja, deregulacja zmierzające do obalenia monopoli i uruchomienia konkurencji
Samoregulacja podmiotów gospodarczych	Samoregulacja i ko-regulacja (łącząca formy regulacji państwowej z samoregulacją) zachęcają podmioty gospodarcze do odpowiedzialności i samoograniczania się
Regulacja korygująca mechanizmy rynkowe	Regulacja wymagana jest, by skorygować działanie rynku przez ustanawianie wspólnych standardów technicznych, zapobieganie monopolom czy nadużywaniu pozycji dominującej, ochronę konkurencji
Regulacja kształtująca rynek	Rynek sam nie zaspokoi wszystkich potrzeb społecznych, stąd potrzeba ingerencji państwa, także przez tworzenie nowych podmiotów rynkowych (jak np. Channel Four w Anglii)
Regulacja ingerująca w rynek	Realizowanie celów polityki kulturalnej, zapewnianie dostępu do treści, których rynek sam nie wytworzy, lub nie zapewni w dostatecznej ilości („kwoty” produkcji krajowej czy europejskiej, ograniczenie reklamy, subsydia lub ulgi podatkowe)

Jej zdaniem, cyfryzacja mediów i wynikająca stąd gospodarka obfitości w mediach ogólnie przenosi akcent na łagodniejsze formy regulacji, niemniej w niektórych dziedzinach (dostęp do kultury, działalność edukacyjna mediów, dostęp do ważnych wydarzeń, rzetelność i bezstronność informacji) nadal mogą być potrzebne formy regulacji korygującej, kształtującej lub nawet ingerującej w rynek.

Konwergencja a regulacja

Zielona Księga Komisji Europejskiej „Towards an Information Society Approach”⁶ – o konwergencji sektorów telekomunikacji, mediów i technologii informacyjnych oraz implikacjach konwergencji dla regulacji prawnej definiuje ją jako proces zachodzący za sprawą cyfryzacji i oznaczający „zdolność różnych platform sieciowych [telewizji, łączności, telefonii, sieci kablowych itp.] do oferowania zasadniczo tych samych usług (medialnych, telekomunikacyjnych i informatycznych”. Niektórzy autorzy definiują konwergencję jako wynik cyfryzacji i „komputeryzacji” wszystkich mediów, dzięki czemu nabrały one charakteru multimedialnego.

Raport o adaptacji regulacji UE do wymogów wynikających z rozwoju technologii multimedialnej⁷ wskazuje, że w procesie konwergencji biorą udział trzy typy uczestników rynku multimedialnego:

Platformy o zdolności do przekazu multimedialnego	Łączność Internet Telewizja cyfrowa
Usługi multimedialne	Cyfrowa telewizja interaktywna Aplikacje Internetu Rozpowszechnianie programów telewizyjnych za pośrednictwem Internetu
Odbiorniki multimedialne	Komputery osobiste Telewizory wysokiej rozdzielczości Odbiorniki hybrydowe

W Zielonej Księdze sformułowano pogląd, że konwergencja technologiczna pociąga za sobą (choć nie automatycznie i niekoniecznie w równym stopniu) konwergencję przemysłową (łączenie się różnych podmiotów wykorzystujących integrujące się technologie) oraz usług i rynków, za którymi musi w pewnym stopniu i w różnych formach postępować „konwergencja” systemów regulacji prawnej (i ewentualnie organów regulujących).

W świetle tego, autorzy przedstawili trzy możliwe opcje co do zasad prawnej regulacji integrujących się sektorów mediów, telekomunikacji i informatyki:

- Opcja 1: zachowanie dotychczasowego systemu regulacji mediów, odmienną od regulacji łączności, ze zmianami wynikającymi z ewolucji sektora;
- Opcja 2: tworzenie całkowicie nowego systemu regulacji dla nowych technologii i usług;
- Opcja 3: całkowite zastąpienie obecnej regulacji nowym systemem przepisów obejmujących zarówno tradycyjne media, jak i nowe technologie.

Sformułowanie tych opcji dosyć powszechnie traktowane było jako świadectwo preferencji autorów Zielonej Księgi dla opcji nr 3 i dla wyłącznie technologicznego i ekonomicznego podejścia do mediów. Uznano, że może to być zapowiedź odejścia Unii Europejskiej od dotychczasowej filozofii regulacji zawartości mediów i przyjęcia zasad

⁶ „Towards an Information Society Approach. Green Paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation”, COM(97)623, European Commission, December 1997.

⁷ „Study on Adapting the EU Regulatory Framework to the Developing Multimedia Environment” Summary Report, ECSC – EC – EAEC, Brussels, Luxembourg, 1998.

regulacji minimalnej czy otwierającej rynek, liberalizującej dotychczasowe zasady polityki kulturalnej w odniesieniu do mediów audiowizualnych

Tendencje te spotkały się jednak w łonie samej Unii Europejskiej ze zdecydowanym sprzeciwem. Jak wskazano wyżej, raport grupy ekspertów pod kierownictwem Marcelino Oreja opowiedział się za kontynuowaniem dotychczasowych celów polityki i regulacji audiowizualnej.

W 1998 roku odbyła się także Europejska Konferencja Audiowizualna „Wyzwania i szanse wieku cyfryzacji”, zorganizowana przez Unię Europejską, w trakcie której uznano, że proces zmiany regulacji prawnej wynikającej z cyfryzacji będzie długi i stopniowy; z opcji rozważanych przez Unię Europejską należy wybrać Opcję 1 (zachowanie dotychczasowego systemu regulacji mediów, ze zmianami wynikającymi z ewolucji sektora) uzupełnioną Opcją 2 (tworzenie nowego systemu regulacji dla nowych technologii i usług). Opcja 3 (całkowite zastąpienie obecnej regulacji nowym systemem przepisów obejmujących zarówno tradycyjne media, jak i nowe technologie) może być realizowana dopiero w przyszłości. Zgodnie z tym, regulacje prawne powinny być tworzone dla każdego sektora (łącznie i media audiowizualne) oddzielnie.

W 1999 roku Komisja Europejska opublikowała podsumowujący wyniki tych dyskusji dokument o zasadach polityki audiowizualnej UE w dobie cyfrowej⁸. Dokument stwierdza, że w odniesieniu do zawartości komunikowania masowego polityka ta ma być oparta na następujących zasadach:

- zasada proporcjonalności: regulacja prawna działalności nadawców ma wprost służyć realizacji założonego celu a jej zakres ma być dostosowany do charakterystyki danego medium, np. do stopnia, w jakim odbiorca dysponuje swobodą wyboru odbieranych treści oraz kontroli nad tym aktem. Inaczej więc należy regulować ogólnodostępny program telewizyjny, inaczej zaś kodowany program „pay-per-view”, dostęp do którego wymaga podania zidentyfikowania użytkownika i bezpośredniego płacenia za odbiór;
- odrębna regulacja zawartości i technologii przekazu (technologiczna neutralność regulacji): ponieważ te same treści mogą być przenoszone za pośrednictwem różnych technologii, należy je regulować tak samo niezależnie od środków ich przenoszenia. Ma to więc być „regulacja pozioma”, nie zaś – jak dotąd – „regulacja pionowa”, tworzona osobna dla każdego medium wyróżnionego ze względu na stosowaną technologię i struktury instytucjonalne. Oznacza to, że:
 - regulacja zawartości komunikowania powinna następować zgodnie z cechami danego programu oraz z celami polityki publicznej związanymi z tymi programami;
 - regulacja zawartości powinna wynikać ze specyfiki mediów audiowizualnych i powstawać na bazie istniejących dotąd przepisów;
 - w odniesieniu do nowych usług audiowizualnych należy stosować regulacje, które z jednej strony zapewniają dostateczną ochronę odbiorców, natomiast z drugiej uwzględniają niepewne perspektywy rynkowe tych usług i inwestycje, jakie należało poczynić, by je uruchomić;
 - należy zwracać szczególną uwagę na zapewnienie dostępu odbiorców do treści oferowanych przez nadawców, np. poprzez regulację systemów EPG

⁸ „Principles and Guidelines for the Community’s Audiovisual Policy in the Digital Age” CPM (1999)657 final, Brussels, 14.12.1999).

(uniemożliwiająca dyskryminowanie niektórych nadawców⁹), czy właściwe stosowanie zasad „must-carry”;

- konieczność realizowania interesu publicznego i regulacji komunikacji publicznej (wprowadzenie technologii cyfrowej nie zmienia zasadniczo potrzeby regulacji służącej tym celom, natomiast wymaga stałej oceny stosowanych środków w odniesieniu do poszczególnych technologii, w celu przestrzegania zasady proporcjonalności). Realizowanie interesu publicznego wiąże się z ochroną niepełnoletnich, ochroną konsumentów, troską o różnorodność kulturalną i językową, ochroną praw autorskich i praw pokrewnych oraz integralności dzieła artystycznego itp. Ingerencja regulacji prawnej powinna zależeć od stopnia, w jakim mechanizmy rynkowe nie wystarczają, by zapewnić realizację poszczególnych celów polityki publicznej; powinna też uwzględniać komercyjny lub niekomercyjny charakter danego przedsięwzięcia programowego oraz stopień, w jakim odbiorca może dokonywać swobodnego wyboru odbieranych treści i panować nad procesem odbioru;
- uznanie szczególnej roli mediów publicznych oraz potrzeba przejrzystości ich finansowania. Zgodnie z protokołem nr 32 z 1997 roku (Protokół Amsterdamski) do Traktatu o ustanowieniu wspólnoty europejskiej, państwa członkowskie UE mogą samodzielnie określać zadania, organizację i sposób finansowania nadawców publicznych (w tym podwójne finansowanie z reklamy i abonamentu), tak, by mogli oni właściwie wykonywać swoje zadania oraz w pełni wykorzystać możliwości tworzone przez nowe technologie, jednak ich finansowanie ze środków publicznych (abonament, subsydia) musi być wykorzystywane dla realizacji ich misji, natomiast nie powinno zakłócać warunków handlu i konkurencji w ramach Unii Europejskiej;
- uznanie roli regulatorów audiowizualnych, którzy powinni być niezależni i powinni samodzielnie regulować zawartość mediów, gdyż regulacja w tym zakresie należy do kompetencji poszczególnych państw;
- samoregulacja nadawców i operatorów, jako uzupełnienie regulacji prawnej. O ile definiowanie interesu publicznego i wprowadzanie regulacji i nadzoru służącego realizacji tego interesu należy do państwa, o tyle samoregulacja może uzupełnić to działanie i znieść konieczność przyjmowania bardzo szczegółowych przepisów. Samoregulacja może być stosowana w różnych dziedzinach z różnym powodzeniem (trudno np. polegać na niej w sferze ochrony praw autorskich) i nie powinno się dopuszczać do tego, by najwięksi uczestnicy gry rynkowej w drodze „samoregulacji” narzucali mniejszym podmiotom zasady działania korzystne dla nich samych. Niemniej może być istotnym uzupełnieniem regulacji.

Widać zatem wyraźnie, że pomysł ujednoczenia regulacji łączności i mediów audiowizualnych oraz zastosowania do obu tych sektorów głównie regulacji minimalnej, czy otwierającej rynek, został odrzucony.

Konwergencja łączności i mediów audiowizualnych postawiła jednak na porządku dziennym także inne pytanie: czy te integrujące się dziedziny nie powinny podlegać regulacji sprawowanej przez jednego regulatora, zdolnego przełamać podziały resortowe i branżowe oraz formułować politykę odnoszącą się do obu integrujących się dziedzin?

⁹ Dzisiaj, wskazuje dokument, dla odbiorcy ważne jest nie tylko, czy dany program jest w ogóle dostępny, ale czy jest dostępny łatwo i bez trudności.

Pytanie to wynika m.in. z faktu, że taki właśnie model obowiązuje w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie, gdzie odpowiednio FCC oraz CRTC regulują oba sektory. Podobny model przyjęto we Włoszech i Hiszpanii. W Wielkiej Brytanii i Niemczech organizowane są stałe spotkania regulatorów łączności, mediów audiowizualnych oraz ciał antymonopolowych, po to, by koordynować politykę, która w coraz większym stopniu musi rozstrzygać problemy ze wszystkich tych dziedzin jednocześnie.

Interesująca dyskusja na ten temat odbyła się w Wielkiej Brytanii. Obecny rząd labourzystowski miał w swoim programie wyborczym stworzenie jednego regulatora (OFCOM) dla mediów audiowizualnych i łączności.

W 1998 roku, parlamentarna komisja ds. kultury, mediów i sportu w specjalnym obszernym raporcie o rewolucji multimedialnej przedstawiła rekomendację powołania zarówno specjalnego ministerstwa (Department of Communications) odpowiedzialnego za politykę państwa w zakresie mediów audiowizualnych, łączności i Internetu, jak i jednego regulatora (Communications Regulation Commission), który zjednoczyłby w jednej strukturze wszystkie istniejące ciała regulacyjne i byłby odpowiedzialny za regulację mediów audiowizualnych, łączności i infrastruktury komunikacyjnej, w tym w zakresie ochrony konkurencji i przeciwdziałania monopolom.

Pomysły te wzbudziły jednak rozmaitego rodzaju zastrzeżenia, od konstytucyjnych, przez obawę przed nadmierną potęgą jednego wszechstronnego regulatora, aż po niechęć samych istniejących ciał regulacyjnych. Independent Television Commission argumentowała, że ze względu na różnice w skali działania i środkach zaangażowanych w łączność i telewizję komercyjną, za regulację której Komisja jest odpowiedzialna, regulacja telewizji komercyjnej zostałaby w takim celu regulacyjnym zmarginalizowana. Z kolei OFTEL, regulator łączności, opowiedział się¹⁰ za połączeniem istniejących regulatorów w dwa ciała: jedno odpowiedzialne za zawartość mediów audiowizualnych (Electronic Communications Standards Authority) i drugiego, odpowiedzialne za infrastrukturę, dostęp i wspieranie konkurencji (Electronic Communications Commission).

W efekcie rząd brytyjski przedstawił pogląd¹¹, że sprawa wymaga dalszych analiz i konsultacji.

Inni komentatorzy brytyjscy¹² wypowiedzieli się za utrzymaniem wyspecjalizowanych regulatorów, być może koordynowanych przez wspólną „czapkę” administracyjną.

Internet a regulacja

¹⁰ Por. „Culture, Media and Sport Committee Inquiry into Audiovisual Communications and the Regulation of Broadcasting – Beyond the Telephone, the Television and the PC – OFTEL’s Second Submission. March 1998, <http://www.oftel.gov.uk/broadcast/dcms398.htm>.

¹¹ Por. Department for Culture, Media and Sport and Department for Trade and Industry, „Government Response to „The Multimedia Revolution”, <http://www.culture.gov.uk/MEDREV.HTM>.

¹² Patrz M. Feintuck, „Regulating the Media Revolution: In Search of the Public Interest”, 1997 (3) *The Journal of Information, Law and Technology (JILT)*. <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/commsreg/97_3fein>.

Upowszechnienie się Internetu dodatkowo komplikuje rynek telekomunikacyjno-medialny, wprowadzając z jednej strony nowe podmioty, z drugiej zaś nowe formy komunikowania, wymykające się dotychczasowym definicjom i regulacjom.

Różne podmioty i formy działania na rynku internetowym obejmują:

Operator transmisji głosu	Dysponuje własną siecią telekomunikacyjną (kablową, radiową, satelitarną, itp.) oraz świadczy powszechne usługi zestawiania połączenia lub wdzierzawiania połączeń stałych
Operator transmisji danych	Posiada własną lub dzierżawi sieć telekomunikacyjną, świadczy usługi przesyłania danych, a w tym głosu metodą pakietów protokołu TCP/IP. Operatorzy ci świadczą lub chcą świadczyć usługi intranetowe i internetowe
Operator sygnału TV	Transmisja wizji i głosu w sieciach kablowych, które chcą wykorzystać do zintegrowanego przesyłania sygnału TV, głosu (jako połączenia telefonicznego) oraz danych, jako podsieć internetowa.
Rejestrator domen internetowych	Łącznie z przypisaniem im adresów serwerów, domen.
Dostawca usług internetowych (ISP – Internet Service Provider)	Zapewnia dostęp do sieci internetowej, pośrednictwo w rejestracji domen, udostępnianie serwera dla witryn oraz obsługę kont skrzynek e-poczty
Dostawca treści internetowych (Internet Content Provider)	Twórca stron lub serwisów internetowych
Usługi w zakresie witryn i portali	Budowa lub udostępnianie witryn lub portali
Elektroniczny handel i usługi bankowe	

Internet tworzy też nowe wzory komunikowania, uzupełniając komunikację porozumiewawczą (z punktu do punktu, za pośrednictwem środków łączności), a więc prywatną i nie podlegającą regulacji ze względu na treści, oraz radiodiffuzję (komunikację publiczną, a więc regulowaną) – komunikacją grupową, interaktywną a także „nie-linearną”, w której to uczestnik komunikowania inicjuje odbiór treści, może ustalać zakres i kolejność odbieranych przekazów, wpływać na te przekazy i dodawać do nich swoje.

Wszystko to zakłóca dotychczasowe systemy prawa i komplikuje kryteria stosowane w obejmowaniu poszczególnych typów komunikowania regulacją. Jak bowiem wskazuje cytowany wyżej raport grupy Marcelino Oreja, może być tak, że serwis informacyjny dostępny za pośrednictwem Internetu nie podlega regulacji, natomiast włączenie go do pakietu usług oferowanych w ramach naziemnej telewizji cyfrowej powoduje objęcie go regulacją prawną.

Wszelką regulację prawną Internetu utrudnia struktura jego funkcjonowania, potencjalnie obejmująca podmioty (właściciele infrastruktury, dostawcy dostępu, usług i treści) z różnych krajów. Powstawać więc może problem określenia w jurysdykcji jakiego państwa lub państw znajdują się te podmioty oraz systemu prawa, który się do nich odnosi.

Jeżeli idzie o regulację prawną Internetu, wyróżnia się¹³ cztery możliwe podejścia:

- szczególna regulacja ustawowa, dotycząca Internetu;
- regulacja niezależna, dokonywana przez ciała wyłaniane przez sam “przemysł internetowy”;
- samoregulacja dostawców usług i zawartości, wraz z istnieniem ciała rozpatrującego skargi na nich i zdolnego nakładać sankcje;
- brak wszelkiej regulacji.

Nieznane są szczególne ustawy odnoszące się do Internetu jako całości.

Amerykańska Federal Communications Commission głosi zasadę¹⁴, że najlepszym podejściem do Internetu jest leseferyzm, czyli brak wszelkiej regulacji, i że właśnie taka postawa władz amerykańskich pozwoliła na jego ogromny i bardzo szybki rozwój w Stanach Zjednoczonych. Zwraca natomiast uwagę na ochronę konkurencyjności i walkę z monopolami.

W 1999 roku Kanadyjska Komisja ds. Radia, Telewizji i Telekomunikacji postanowiła¹⁵, po 10-miesięcznej analizie przedmiotu, w czasie której zapoznała się z poglądami 80 organizacji z tej dziedziny i z ponad 1000 opiniami pisemnymi, że nie rozciągnie swej regulacji nawet na te usługi internetowe, które można by objąć definicją radiofonii i telewizji, gdyż objęcie ich regulacją i koncesjonowaniem nie przyczyniłoby się do ich rozwoju i nie zwiększy korzyści, jakie Kanadyjczycy odnoszą z korzystania z Internetu.

W 1998 roku francuska Rada Państwa opowiedziała się przeciwko ustawowej regulacji Internetu. Jej zdaniem powinno się polegać na mechanizmach samoregulacji i współpracy międzynarodowej, stosując do Internetu – tam gdzie to jest możliwe – istniejące przepisy prawa. Jej zdaniem obszary, na które trzeba w tym aspekcie zwracać uwagę to ochrona prywatności, E-handel, ochrona własności intelektualnej oraz konwergencja regulacji telekomunikacyjnej, radiowo-telewizyjnej itp.

Inne podejście przyjęła Australia, gdzie w 1999 roku uchwalono Broadcasting Services Amendment (Online Services) Act, zmierzający do rozciągnięcia na Internet zasad obowiązujących w radiofonii i telewizji, zwłaszcza w odniesieniu do zawartości nielegalnej lub szkodliwej dla nieletnich. Ustawa tworzy reżym “ko-regulacji” obejmującej Australian Broadcasting Authority oraz nadawców i dostawców zawartości, zmierzający przede wszystkim do stworzenia systemu rozpatrywania skarg na zawartość Internetu. ABA nie została zobowiązana do aktywnego monitorowania Internetu i poszukiwania zakazanych treści. “Ko-regulacja” polega na tym, że sami nadawcy i dostawcy zawartości powinni przyjąć kodeksy definiujące normy i przepisy w tej materii.

Jeżeli niepożądana zawartość pochodzi ze źródła australijskiego, ABA ma prawo zakazać jej dostarczania i usunięcia jej z Internetu. Jeżeli pochodzi ona ze źródła

¹³ Patrz Janusz Barta, Ryszard Markiewicz, „Internet i prawo”, Universitas, Kraków 1998.

¹⁴ J. Oxman, „The FCC and the Unregulation of the Internet”, <http://www.fcc.gov>.

¹⁵ Por. „New Media”, Broadcasting Public Notice CRTC 1999-84, Telecom Public Notice CRTC 99-14, 17 May 1999, http://www.crtc.gc.ca/eng/bcasting/notice/1999/P9984_0.txt.

zagranicznego, ABA musi poinformować policję i może wydać australijskiemu dostawcy usług zakaz przekazywania tych treści.

Jednym z niewielu znanych dotychczas przypadków uregulowania „teleusług” informatycznych jest niemiecka ustawa „(Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz” (prawo o usługach informacyjnych i komunikacyjnych).

Przegląd międzynarodowej praktyki odnośnie regulowania treści przekazywanych w Internecie¹⁶ wyróżnia zasadniczo trzy przypadki:

- państwa (Birma, Chiny, Kuba, Iran, Irak, Korea Półn., Arabia Saudyjska), w których rząd ściśle kontroluje treści przekazywane przez krajowych dostawców treści, wymagając od nich, by korzystali z państwowych dostarczycieli usług, którzy mają zdolność cenzurowania treści;
- państwa (takie jak Australia, Niemcy, Singapur), gdzie na drodze prawnej zakazano rozpowszechniania pewnych treści poprzez Internet i zobowiązano dostawców usług i treści do tego, by sami je eliminowali, a jednocześnie wyznacza się organ mający reagować na skargi publiczności na pojawianie się tego typu zawartości w Internecie.
- państwa (takie jak Kanada, Indie, Japonia, Malezja, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone¹⁷), gdzie sprawę pozostawiono samoregulacji dostawców usług i treści internetowych.

I Światowy Szczyt Regulatorów Audiowizualnych (Paryż, 30 listopada-1 grudnia 1999 roku) podjął kwestię ewentualnych sposobów regulowania programów radiowych i telewizyjnych dostępnych w Internecie.

Można tu wyróżnić kilka podstawowych przypadków:

- „rozprowadzanie” w Internecie programów radiowych lub telewizyjnych jednocześnie dostępnych z eteru lub innych środków ich rozpowszechniania: programy te, objęte normalną regulacją prawną radiofonii i telewizji oraz dopuszczone do rozpowszechniania w normalnym trybie, podlegają regulacji prawnej obowiązującej poza Internetem;
- rozpowszechnianie w Internecie programów radiowych lub telewizyjnych tworzonych specjalnie dla tego środka przekazu: obecnie nie podlegają one żadnemu procesowi koncesjonowania lub nadzoru;
- rozpowszechnianie w Internecie programów radiowych lub telewizyjnych zmienionych (np. przez dodanie elementów interaktywności) w stosunku do oryginalnej wersji dostępnej w normalnym trybie. Taki program staje się nowym programem, który powinien podlegać odrębnym przepisom.

Wnioski płynące z konsultacji międzynarodowej zorganizowanej z okazji tej konferencji można podsumować w następujący sposób:

¹⁶ Ian G McGill, “Internet content regulation”, *Intermedia*, Issue 1999 Vol.27/No.5

¹⁷ W 1996 r. Kongres Stanów Zjednoczonych przyjął ustawę o telekomunikacji zawierającą rozdział pt. „Communications Decency Act Section”, który m.in. zakazywał „świadomego” przekazywania „nieprzyzwoitych lub nieprzystojnych” treści w Internecie dla odbiorców poniżej 18 lat. Sąd Najwyższy uznał ten rozdział za niekonstytucyjny, gdyż ogranicza swobodę wypowiedzi.

- nie istnieje pilna potrzeba regulowania audiowizualnej zawartości Internetu (w tym programów radiowych i telewizyjnych): Internet nie zagraża obecnie istniejącym programom; zasięg Internetu w wielu krajach i regionach nie uzasadnia podejmowania takich działań;
- należy myśleć o formach regulacji wykonywanej wspólnie przez ciała regulacyjne i nadawców;
- regulacja Internetu powinna mieć charakter międzynarodowy, jakkolwiek nie należy spodziewać się, że do światowej harmonizacji przepisów w tej materii dojdzie w krótkim czasie;
- prawo radiowo-telewizyjne musi dostosować się do nowych technologii, co wymaga m.in. zdefiniowania nowego typu usług o charakterze pośrednim między komunikacją porozumiewawczą i rozsiewczą, jako że nowe technologie pozwalają łączyć „push technology” (tradycyjną komunikację masową) z „pull technology” (indywidualizacja komunikacji, wybór i odbiór treści inicjowany przez odbiorcę a nie nadawcę).

W odniesieniu do tego ostatniego punktu, francuska CSA zmierzać będzie właśnie do wprowadzenia nowej kategorii prawnej – usług medialnych o cechach pośrednich między komunikacją porozumiewawczą i rozsiewczą, mających cechy komunikacji masowej i przez to wymagającej regulacji prawnej ograniczonej do elementów podstawowych, np. związanych z ochroną nieletnich czy przepisami reklamowymi, ujawnieniem nadawcy czy prawem do odpowiedzi.

Wnioski

Powyższy przegląd wybranych zagadnień z zakresu regulacji radia, telewizji i Internetu w dobie cyfryzacji wskazuje jak bardzo obecna ustawa o radiofonii i telewizji pozostaje w tyle za rozwojem tych mediów. W środowiskach fachowych uznaje się to za poważną przeszkodę w dalszym rozwoju rynku. Jednocześnie pozbawia to społeczeństwo polskie korzyści z wprowadzania nowych form telewizji i nowych usług.

To samo odnosi się do przedłużającego się procesu przyjmowania nowego prawa telekomunikacyjnego i do całkowitego braku polityki i regulacji w zakresie Internetu. Na to nakłada się niezdolność administracji rządowej i ciał regulacyjnych do ogarnięcia problematyki podlegających konwergencji sektorów mediów, łączności i informatyki, jak również brak kompetencji do kompleksowego działania w tych dziedzinach. Ustawa o działach administracji rządowej w ogóle nie podejmuje tej problematyki.

Tymczasem zakres spraw do podjęcia tylko w zakresie samego Internetu wynika choćby z sugestii dostawców usług internetowych, którzy widzą następujące potrzeby regulacji prawnych:

1. Analiza dyrektyw Unii Europejskiej dotyczących usług internetowych oraz e-handlu, które powinny być uwzględnione w prawie polskim.
2. Warunki zawierania umów typu *interconnect* z operatorami sieci telekomunikacyjnych określających warunki przyłączenia serwera dostawcy usług do centrali operatora oraz rozliczenia wartości impulsów generowanych dla operatora przez usługi internetowe, a także procedury rozstrzygania sporów dotyczących tych umów.

3. Likwidacja wymogu uzyskiwania licencji na świadczenie usług internetowych, ograniczając się do wpisu przy rejestracji firmy (sądowej lub jako działalności gospodarczej) - uprawniający na tej podstawie do podpisywania umów typu *interconnect* z operatorem sieci telekomunikacyjnej.
 4. Przyjęcie ustaleń WIPO w zakresie zasad rejestracji i ochrony nazw handlowych wykorzystywanych w nazwach domen, poprzez uzupełnienie ustawy o znakach towarowych z określeniem zasad rozstrzygania sporów w tym zakresie.
 5. Powołanie lub wybranie firmy zaufania publicznego (na wzór Centrum Autoryzacji Kart), zajmującej się generowaniem i przechowywaniem kluczy publicznych oraz prywatnych, algorytmów szyfrowania oraz uchwalenie zasad dostępu do tych informacji przez organa bezpieczeństwa Państwa.
 6. Opracowanie (przyśpieszenie prac) ustawy o prawnej akceptacji e-podpisu i e-dokumentu.
 7. Weryfikacja prawna i ewentualne modyfikacje pod kątem możliwości jej stosowania w realizacji usług internetowych.
- ustawy podatkowej
 - ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych
 - ustawy o ochronie danych osobowych
 - ustawy o prawach i ochronie konsumentów

Sprawą bardzo pilną staje się podjęcie intensywnych działań na rzecz nadrobienia opóźnienia w rozwoju polityki Państwa i regulacji prawnej we wszystkich poruszonych tu dziedzinach.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Juliusz Braun

Warszawa, marca 2000 roku