

WPŁYW COVID-19 NA STRUKTURĘ PROGRAMOWĄ ORAZ AUDYTORIUM RADIA I TELEWIZJI

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

Artykuł został opublikowany w "Roczniku Kultury Polskiej" 2020, wydawanym przez Narodowe Centrum Kultury

Rynek nadawców radiowych i telewizyjnych odczuł konsekwencje sytuacji epidemiologicznej związanej z pandemią koronawirusa na bardzo wielu płaszczyznach: organizacyjnej, realizacyjnej, programowej, a także – w zakresie zmiany sposobu odbioru treści programowych i oczekiwań społecznych – co do ich charakteru. W związku z potencjalnym ryzykiem zarażenia koronawirusem oraz z powodu wprowadzonych ograniczeń dotyczących kontaktów między ludźmi i rygoru sanitarnego redakcje radiowe i telewizyjne z jednej strony musiały na nowo zorganizować sposób i formę wykonywania pracy, z drugiej – dostosować ofertę programową do ograniczonych możliwości produkcyjnych. W tym celu nadawcy publiczni zastosowali szereg rozwiązań: od wprowadzenia pracy zdalnej, po zmniejszenie liczby osób obecnych podczas realizacji audycji i programów oraz ograniczenie obsady pasm programowych w połączeniu z pracą rotacyjną. Zachowanie reżimu sanitarnego wiązało się także z koniecznością zmiany ramówek, w tym z rezygnacją z produkcji niektórych rodzajów audycji, w szczególności takich, których formuła przewidywała obecność w studiu realizacyjnym publiczności. Ponadto rozmowy z gośćmi, ekspertami, politykami oraz słuchaczami/widzami były prowadzone zdalnie, przy powszechnym wykorzystaniu komunikatorów internetowych.

Nadzwyczajna sytuacja spowodowała również, że ustawowe¹ zadania radiofonii i telewizji w postaci m.in. przekazywania społeczeństwu informacji, upowszechniania edukacji obywatelskiej, ułatwiania korzystania z oświaty i dorobku

¹ Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U.2020.805.), dalej jako „ustawa o rtv”.

nauki czy dostarczania rozrywki², w miarę przedłużania się stanu epidemicznego oraz związanych z nim obostrzeń i ograniczenia kontaktów międzyludzkich, nabrały szczególnie istotnego znaczenia. Radio i telewizja dla wielu grup społecznych (zwłaszcza osób starszych, najbardziej narażonych na zarażenie COVID-19 i związane z tą chorobą powikłania) stały się głównym źródłem rzetelnej informacji o pandemii (poprzez tworzenie nowych audycji informacyjnych i poradniczych), edukacji (dzięki realizacji audycji i pasm edukacyjnych) czy rozrywki (poprzez emisję koncertów online).

Zmiana codziennych przyzwyczajeń oraz potrzeb odbiorców programów telewizyjnych i radiowych, jaka nastąpiła w pierwszym okresie pandemii, wpłynęła jednocześnie na wskaźniki oglądalności³ i słuchalności⁴, co również przełożyło się na funkcjonowanie nadawców mediów publicznych.

Niniejszy artykuł stanowi przegląd i omówienie wybranych przykładów działań podjętych w początkowym okresie pandemii przez nadawców telewizyjnych i radiowych, koncesjonowanych i publicznych, a także przez organ regulacyjny (tj. Krajową Radę Radiofonii i Telewizji – dalej jako KRRiT). Zdaniem autorów artykułu przykłady te stanowią najbardziej charakterystyczne i najważniejsze działania z punktu widzenia zadań wyznaczonych radiofonii i telewizji przez krajowego ustawodawcę.

► **NADAWCY PUBLICZNI W CZASIE KORONAWIRUSA COVID-19 – ZMIANY W PLANACH PROGRAMOWO-FINANSOWYCH I KARCIE POWINNOŚCI.**

► **MODYFIKACJE PROGRAMOWE W RAMÓWKACH RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH**

Publiczni nadawcy radiowi i telewizyjni realizują program o charakterze zgodnym z postanowieniami zawartymi w karcie powinności (uzgadnianej raz na pięć lat), a szczegółowe warunki programowe są określane w planie programowo-finansowym (uzgadnianym corocznie). W 2020 r., w efekcie wprowadzonych restrykcji spowodowanych COVID-19 część spółek publicznej radiofonii zgłosiła KRRiT prognozowane odstępstwa programowe od deklarowanych ww. dokumentów. Modyfikacje programów radiowych dotyczyły przede wszystkim czasowej re-

² Do podstawowych zadań radiofonii i telewizji – na podstawie art.1 ust.1 ustawy o rtv – należy: dostarczanie informacji, udostępnianie dóbr kultury i sztuki, ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki, upowszechnianie edukacji obywatelskiej, dostarczanie rozrywki oraz popieranie krajowej twórczości audiowizualnej.

³ Informacje o widowni telewizyjnej przygotowane zostały na podstawie danych pochodzących z badania telemetrycznego realizowanego przez AGB Nielsen Media Research na próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia.

⁴ Dane o audytorium radia pochodzą z badania audytorium radia Radio Track realizowanego na zlecenie Komitetu Badań Radiowych przez Kantar Polska S. A. Badanie przeprowadzane jest na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat (<https://radiotrack.pl/opis-badania-radiotrack/>).

zygnacji z audycji z udziałem gości na żywo oraz wszelkich form dziennikarskich wymagających, nadmiernej w tej sytuacji, obecności w radiu dziennikarzy i realizatorów. Równocześnie spółki te zobowiązały się do wprowadzenia specjalnych rozwiązań w związku z epidemią poprzez dostosowanie ramowego programu do bieżącej sytuacji i zmiany jego charakteru na informacyjno-edukacyjny. Z kolei Telewizja Polska S.A. (dalej jako TVP S.A.) zrezygnowała m.in. z realizacji niektórych audycji publicystycznych⁵ i rozrywkowych⁶ oraz seriali i telenoweli⁷.

► NOWE POZYCJE W PROGRAMACH RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH

Jednocześnie, oprócz okresowego wycofania z oferty telewizyjnej ww. pozycji programowych, TVP S.A. zgłosiła chęć realizacji projektu *Szkoła z TVP*, uruchomionego na mocy porozumienia zawartego między TVP S.A. a Ministerstwem Edukacji Narodowej. Projekt stanowił uzupełnienie oferty edukacyjnej publicznego nadawcy, skierowanej do nauczycieli, uczniów i ich rodziców w związku z zamknięciem szkół i zdalnym systemem nauczania, co nastąpiło od marca 2020 r. Emitowane przez TVP S.A. materiały zostały dostosowane do podstawy programowej szkół podstawowych i liceów. Lekcje realizujące podstawę szkoły podstawowej emitowane były od 30.03.2020 r., od poniedziałku do piątku, na antenach TVP3, TVP Sport, TVP Rozrywka i TVP Historia od godz. 8:00 do 16:30/17:00. Program licealny prezentowany był od 6.04.2020 r., od poniedziałku do piątku, na antenach TVP Sport i TVP Rozrywka (godz. 17:00–21:00), TVP HD i TVP Kultura (09:00–13:00)⁸

Jak wykazały pomiary oglądalności, bloki programowe *Szkoła z TVP* najliczniej oglądały dzieci w wieku 10–12 lat. Młodzież ze szkół ponadpodstawowych korzystała z nauki telewizyjnej w znikomym stopniu. Poniższy wykres przedstawia średnią widownię minutową (AMR⁹) programów zaangażowanych w projekt *Szkoły z TVP*, w czterech grupach wiekowych. Dane prezentowane na wykresie obejmują cały okres emisji audycji, tj. 30 kwietnia – 7 czerwca 2020 r.

⁵ M.in. z cyklu . Kobięcym okiem, Wstaje dzień, Panorama opinii, Warto rozmawiać (TVP Info).

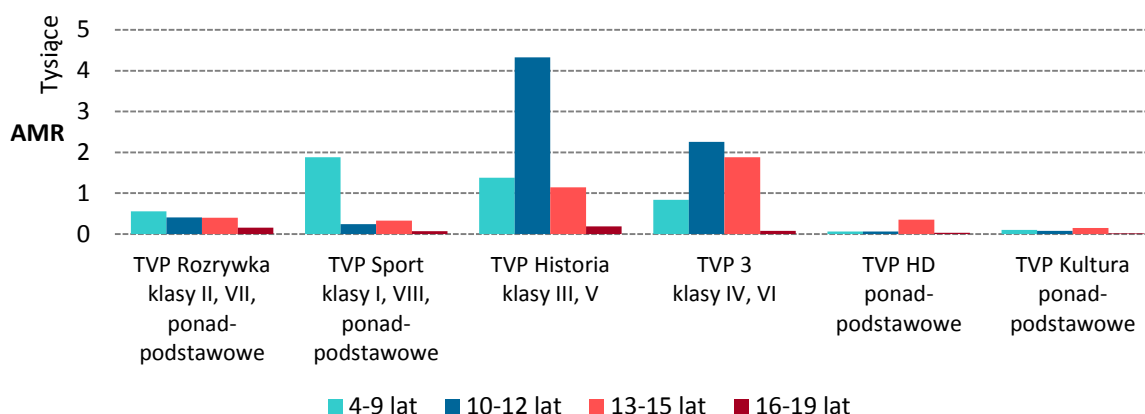
⁶ W tym przykładowo Star Voice. Gwiazdy mają głos i Dance Dance Dance (TVP 2).

⁷ Np. Klan, Korona królów, Komisarz Alex i Leśniczówka (TVP1).

⁸ Zob. <https://www.gov.pl/web/edukacja/szkola-z-tvp>, <https://www.tvp.info/47335893/edukacja-w-czasie-epidemii-szkola-z-tvp-juz-otwarta-sprawdz-plan-lekcji> [dostęp: 30.10.2020].

⁹ AMR – Average Minute Rating – średnia oglądalność minutowa audycji / programu – średnia liczba widzów oglądająca audycję/program w ciągu minuty.

WIDOWNIA SZKOŁY Z TVP



N 4-9 lat = 347

N 10-12 lat = 192

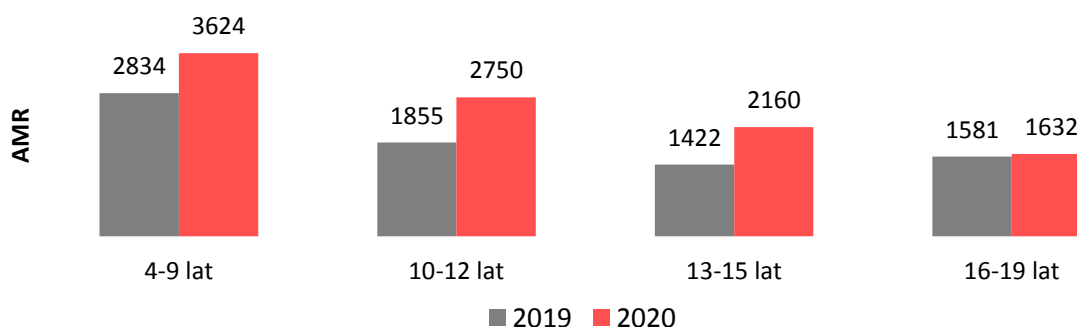
N 13-15 lat = 188

N 16-19 lat = 226

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

W 2020 r. w porównaniu z tym samym okresem w roku 2019, nastąpił wzrost oglądalności przez młodych widzów, programów TVP S.A., w których nadawane były lekcje. Kolejny wykres przedstawia sumaryczną, średnią oglądalność minutową tych programów w różnych grupach wiekowych, w godzinach 8:00-20:00, w okresie między 14 a 23 tygodniem roku 2019 i 2020.

WIDOWNIA TVP ROZRYWKA, TVP SPORT, TVP HISTORIA I TVP3 W GODZ. 8:00-20:00 MIĘDZY 14 A 23 TYGODNIEM ROKU. PORÓWNANIE 2019 I 2020



N 4-9 lat = 349

N 10-12 lat = 204

N 13-15 lat = 183

N 16-19 lat = 225

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Dodatkowo oferta edukacyjna TVP S.A. skierowana do dzieci została poszerzona o cykl *Wesoła nauka*. Emitowany w okresie między 30 kwietnia a 26 czerwca 2020 r. w programie TVP2 magazyn edukacyjny, tworzony na zlecenie MEN, wykorzystujący podstawę programową, przeznaczony był dla dzieci klas I-III szkoły pod-

stawowej. Audycja prezentowała eksperymenty i doświadczenia naukowe oraz kreatywne gry i zabawy prowadzone przez nauczycieli, rodziców, youtuberów i gwiazdy telewizji. Dla najmłodszych i ich rodziców przygotowano również audycję *Domowe przedszkole*, emitowaną w TVP ABC. Ponadto Polskie Radio S.A. zamieściło w swoich programach specjalną ofertę dla najmłodszych. W Programie 1 Polskiego Radia, w paśmie przedpołudniowym, nadawca zaproponował gry i zabawy dla dzieci i rodziców oraz słuchowisko radiowe dla dzieci według powieści Juliusza Verne'a *20 000 mil podmorskiej żeglugi*. Z kolei w Programie 3 Polskiego Radia zostało nadane słuchowisko oparte na książce *Akademia Pana Kleksa* Jana Brzechwy, a w programie Polskie Radio Dzieciom powtórkowy cykl słuchowisk dla najmłodszych i udostępnione podcasty z bajkami¹⁰.

TVP S.A. zobowiązała się także do codziennej transmisji na antenie TVP1 mszy z Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Krakowie-Łagiewnikach (począwszy od 16 marca 2020 r.) i dodatkowej, niedzielnej transmisji mszy z Jasnej Góry (między 15 marca a 28 czerwca 2020 r.), a w programie TVP Kultura do niedzielnej transmisji liturgii prawosławnej (począwszy od 15 marca 2020 r.) i transmisji mszy greckokatolickiej (którą realizowano od 22 marca do 28 czerwca 2020 r.).

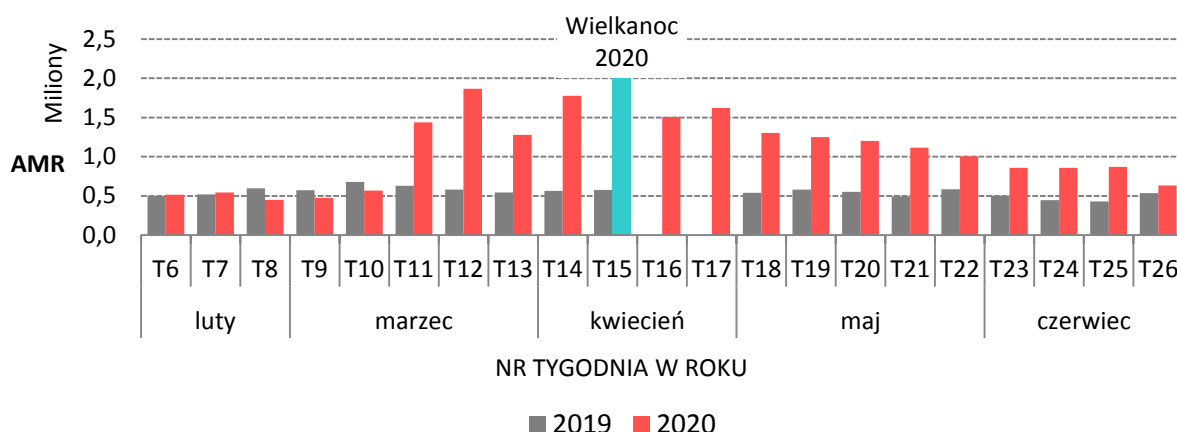
Transmisje mszy spotkały się z dużym zainteresowaniem widzów. Na przykładzie niedzielnej mszy, transmitowanej w TVP1 o godzinie 7:00 również w latach ubiegłych, w 2020 r. można zauważyć nawet czterokrotnie większe zainteresowanie widzów taką transmisją.

Msze święte można też było odsłuchać na antenie Programu 1 Polskiego Radia.

Szczególnie duży wzrost liczby oglądających widoczny był w okresie od połowy marca do połowy maja 2020 r., od kiedy wierni nie mogli gromadzić się już w kościołach. Na wykresie porównano średnią widownię minutową audycji (AMR) w kolejnych tygodniach roku 2019 i 2020 (niedziela liczona jest jako ostatni dzień tygodnia). W 2019 r. nie było transmisji mszy o godz. 7:00 21 kwietnia (Wielkanoc, 17 tydzień roku) i 28 kwietnia.

¹⁰ <https://www.polskieradio.pl/9/201/Artykul/2473188,Dodatkowe-audycje-dla-dzieci-i-mlodziezy-na-antenach-Polskiego-Radia-w-czasie-zamknienia-szkol-i-przedszkoli> [dostęp: 30.10.2020]

WIDOWNIA NIEDZIELNYCH TRANSMISJI MSZY ŚW. O GODZ. 7:00 W TVP 1



N = 4 949

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

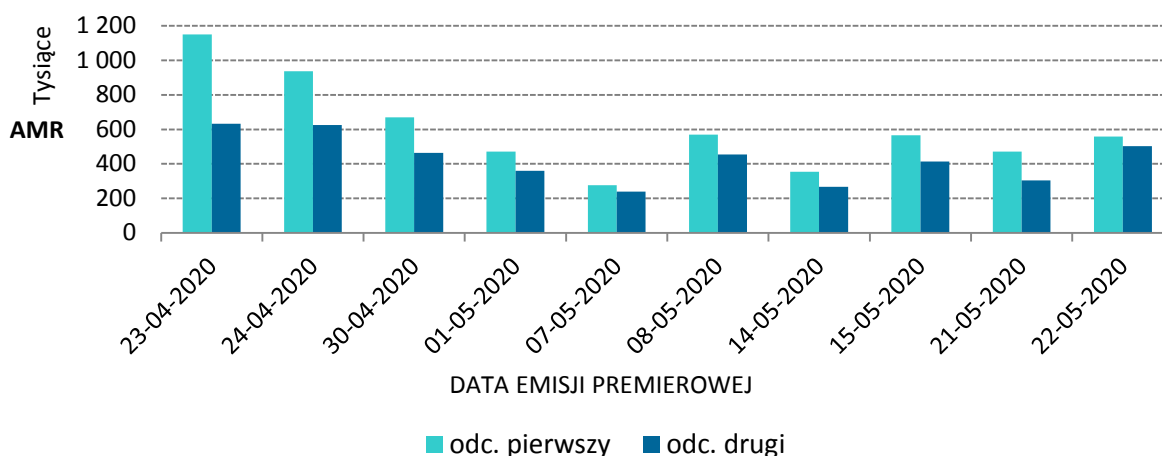
Msze święte można też było odsłuchać na antenie Programu 1 Polskiego Radia.

Jako kolejne przykłady zmiany w programach TVP S.A. można wskazać na dwa zupełnie nowe cykle audycji poruszające problematykę epidemii: *Bądźmy razem w domu* oraz *Rozmowy w czasach zarazy*. Pierwszy z nich skierowany był do widzów starszych i zawierał szereg praktycznych porad i wskazań związanych z kwestią bezpieczeństwa. Drugi cykl zrealizowany został w formule talk show – podejmował tematy związane z samotnością w czasie pandemii, rozdzieleniem rodzin, utratą pracy itp. Obie audycje wyemitowane zostały w programie TVP1. Tematyce pandemii został też podporządkowany całkowicie program TVP INFO.

Polskie Radio S.A. także zapewniło dostęp do ważnych informacji związanych z pandemią transmitując m.in. w programie Polskie Radio 24 wszystkie konferencje prasowe, briefingi i oświadczenia rządu związane z epidemią.

Nową, ciekawą propozycją w miejsce wycofanych seriali była produkcja i emisja eksperymentalnego serialu pt. *Będzie dobrze kochanie* realizowanego w domach aktorów zamiast na planie zdjęciowym. Akcja serialu rozgrywała się w czasie epidemii, a bohaterowie przeżywali perypetie związane z izolacją i przestrzeganiem zaleceń sanitarnych. Odcinki, każdy trwający ok. 13 minut, emitowane były (po dwa z rzędu) wieczorami na antenie TVP2. Największe zainteresowanie widzów wzbudził pierwszy odcinek serii – jego średnia oglądalność minutowa wyniosła 1 150 tysięcy osób.

WIDOWNIA SERIALU BĘDZIE DOBRZE KOCHANIE



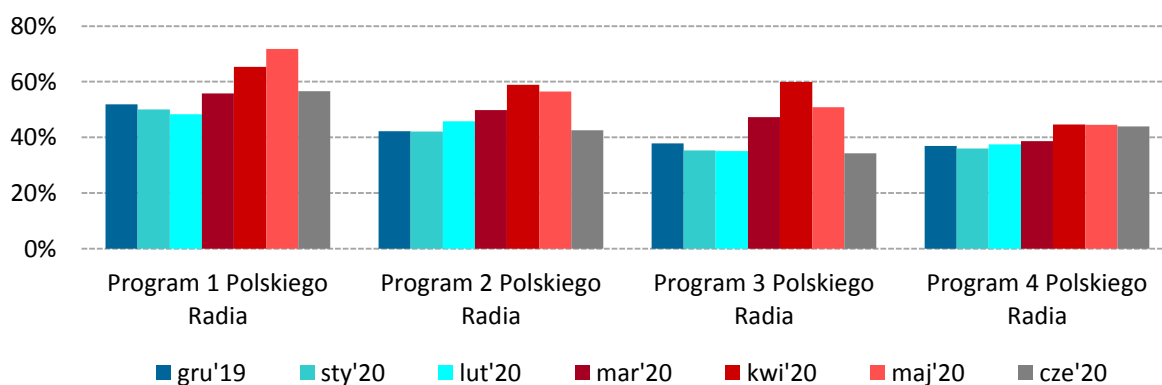
N = 4 780

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Kolejną nową propozycją programową było udostępnienie studia i czasu antenowego w programie TVP2 wykonawcom chcącym wystąpić ze swoim repertuarem muzycznym z myślą o ludziach przebywających w domach. Były to koncerty na żywo nadawane pod wspólną nazwą *Muzyka na dobry wieczór*.

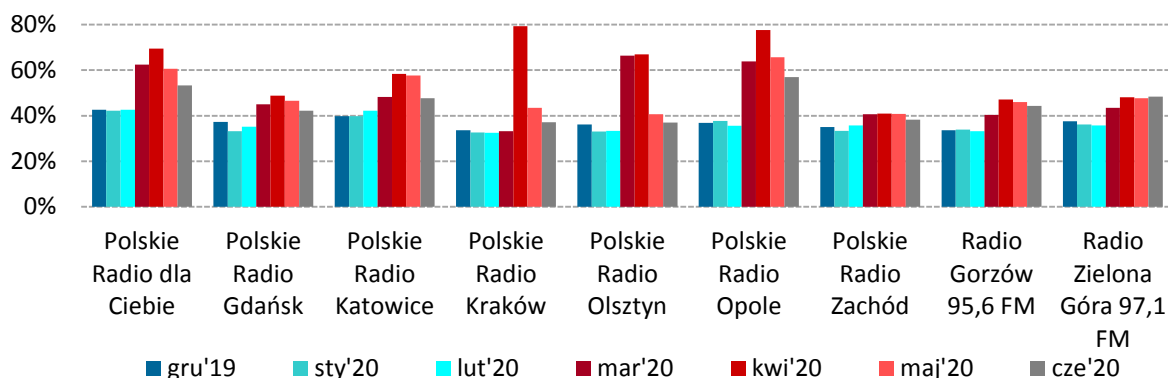
Aby pomóc artystom będącym z powodu koronawirusa w trudnej sytuacji finansowej, nadawcy publiczni zwiększyli także, w części swoich programów radiofonicznych, udział piosenek wykonywanych w języku polskim. Na wykresach prezentowanych poniżej przedstawiono udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w całkowitym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w kolejnych miesiącach od grudnia 2019 do czerwca 2020 w tych programach, w których został on zwiększony.

UDZIAŁ UTWORÓW SŁOWNO-MUZYCZNYCH WYKONYWANYCH W JĘZYKU POLSKIM W PROGRAMACH POLSKIEGO RADIA S.A. PRZED PANDEMIĄ I PODCZAS PANDEMII



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań nadawców.

UDZIAŁ UTWORÓW SŁOWNO-MUZYCZNYCH WYKONYWANYCH W JĘZYKU POLSKIM W NIEKTÓRYCH ROZGŁOŚNIACH REGIONALNYCH PRZED PANDEMIĄ I PODCZAS PANDEMII



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań nadawców.

➤ NADAWCY PROGRAMÓW KONCESJONOWANYCH

➤ OBOWIĄZKI PROGRAMOWE NADAWCÓW

Zgodnie z regulacjami zawartymi w ustawie o rtv, rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych – z wyjątkiem programów publicznej radiofonii i telewizji¹¹ – wymaga uzyskania koncesji¹². Do jednych z bardziej istotnych elementów decyzji koncesyjnej należą warunki programowe rozpowszechniania programu, w tym informacje o rodzaju, charakterze oraz strukturze programu. Szczegółowe dane programowe, takie jak minimalny udział poszczególnych gatunków audycji telewizyjnych bądź radiowych w tygodniowym czasie nadawania programu, udział powtórek czy audycji o tematyce lokalnej zawiera wypełniany przez koncesjonariusza formularz „Informacje programowe”, stanowiący załącznik nr 2 do wydanego przez KRRiT rozporządzenia w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielenia i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych¹³. Oprócz ww. informacji na temat gatunków audycji, składających się na strukturę programu¹⁴ oraz ich minimalnego udziału w tygo-

¹¹ Jednostkom publicznej radiofonii i telewizji przysługuje na mocy art. 2 i art. 26 ustawy o rtv ustawowe prawo rozpowszechniania programów.

¹² Na podstawie wyłączenia z art. 33 ust.1 ustawy o rtv nie wymaga uzyskania koncesji rozpowszechnianie programów telewizyjnych wyłącznie w systemach teleinformacyjnych, chyba że program taki ma być rozprowadzany naziemnie, satelitarnie lub w sieciach kablowych.

¹³ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 4 stycznia 2007 r. w sprawie zawartości wniosku o udzielenie koncesji oraz szczegółowego trybu postępowania w sprawach udzielenia i cofania koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów radiofonicznych i telewizyjnych. (Dz.U. 2007 r. Nr 5, poz. 41).

¹⁴ W przypadku programu radiofonicznego są to przykładowo audycje informacyjne, publicystyczne, rozrywkowe, sportowe, poradnicze, edukacyjne, dla dzieci i młodzieży, literackie i formy udratyzowane oraz o tematyce religijnej. Jeśli chodzi o program telewizyjny to formularz,

dniowym czasie nadawania programu, nadawcy są zobowiązani także do podania m.in. rodzaju planowanej muzyki, jej minimalnego udziału w tygodniowym czasie nadawania¹⁵ i przewidywanego (jednak nie mniej, niż zobowiązują do tego przepisy ustawy o rtv) procentowego udziału w programie tzw. kwot programowych (zwanym też zamiennie ekranowymi)¹⁶.

Stopień wykonywania przez nadawców powyższych zobowiązań programowych jest weryfikowany przez KRRiT na podstawie tygodniowych monitoringuów koncesyjnych, które są następnie podstawą do oceny działalności nadawców w postępowaniach o przedłużenie koncesji czy ich rozszerzenia o kolejne częstotliwości. Odstępstwa od realizacji tych warunków programowych mogą skutkować odpowiednio wezwaniem nadawcy przez Przewodniczącego KRRiT do zaniechania działań naruszających warunki koncesji¹⁷, wydaniem decyzji nakazującej zaniechanie przez nadawcę ww. naruszeń¹⁸, nałożeniem kary pieniężnej w ww. decyzji¹⁹, wreszcie – cofnięciem koncesji²⁰

oprócz ww. rodzajów audycji, przewiduje także filmy (fabularne, dokumentalne, animowane), spektakle teatralne, audycje artystyczno-kulturalne.

¹⁵ Np. muzykę poważną, rozrywkową i inne rodzaje muzyki (jazz, ludowa, etniczna).

¹⁶ Oprócz minimalnego udziału słowa, poszczególnych rodzajów audycji i muzyki w tygodniowym czasie nadawania programu, które to wartości są zapisane w koncesji, nadawcy programów radiowych, z wyłączeniem programów tworzonych w całości w języku mniejszości narodowej lub etnicznej, lub w języku regionalnym, są zobowiązani, na podstawie art. 15 ust.2 ustawy o rtv, do przeznaczania co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60% w godz.5-24. Z kolei na nadawców programów telewizyjnych został nałożony obowiązek ustawowy (art.15 ust.1 ustawy o rtv) zapewnienia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów) oraz ponad 50% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie (przy zachowaniu ww. wyłączeń – art.15 ust.3 ustawy o rtv), w tym co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z czego co najmniej połowę z ww. nadanych audycji mają stanowić audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, które zostały wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie (art. 15a ust.1 ustawy o rtv). Pomimo istnienia ustawowego obowiązku realizacji powyższych udziałów audycji bądź utworów słowno-muzycznych, nadawcy są zobowiązani do złożenia deklaracji w tym zakresie także we wniosku koncesyjnym.

¹⁷ Zgodnie z katalogiem kompetencji Przewodniczącego KRRiT może on, na podstawie art. 10 ust.2 ustawy o rtv, wezwać dostawcę usługi medialnej do zaniechania działań w zakresie dostarczania usług medialnych, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały KRRiT lub warunki koncesji.

¹⁸ Przewodniczący KRRiT może także, zgodnie z dyspozycją zawartą w ust. 4 przedmiotowego artykułu, wydać – na podstawie uchwały KRRiT – decyzję nakazującą zaniechanie przez dostawcę usługi medialnej działań naruszających zapisy koncesji.

¹⁹ Na mocy art. 53 ust.2 ustawy o rtv, Przewodniczący KRRiT jest dodatkowo uprawniony do nałożenia, w decyzji, o której mowa w art. 10 ust.4 ustawy o rtv, na dostawcę usługi medialnej, który narusza warunki koncesji.

²⁰ W przypadku gdy nadawca rażąco narusza warunki określone w koncesji Przewodniczący KRRiT, zgodnie z art. 38 ust.1 pkt 2) ustawy o rtv, cofa nadawcy koncesję.

▼ WNIOSKI O CZASOWE ZAWIESZENIE OBOWIĄZKU REALIZACJI KONCESYJNYCH WARUNKÓW PROGRAMOWYCH.

Stan epidemii wpłynął na możliwości realizacji zobowiązań programowych. Nadawcy radiowi musieli ograniczyć niektóre audycje publicystyczne oraz, w wyniku wprowadzenia rotacyjnego systemu pracy, audycje autorskie prowadzone na żywo. Z uwagi na przywołane powyżej konsekwencje prawne i finansowe, będące następstwem niewykonywania warunków zawartych w koncesji, nadawcy z chwilą ogłoszenia stanu epidemicznego w kraju wystąpili do KRRiT z wnioskami o czasowe zawieszenie obowiązku realizacji niektórych bądź wszystkich warunków programowych określonych w koncesji. Tego rodzaju wnioski zostały złożone przez 28 nadawców rozpowszechniających różnego rodzaju programy radiowe²¹ (m.in. uniwersalne lokalne, lokalne wyspecjalizowane muzyczne, lokalne wyspecjalizowane społeczno-religijne, lokalne wyspecjalizowane akademickie, lokalne wyspecjalizowane muzyczne, uniwersalne ponadregionalne, ponadregionalne wyspecjalizowane informacyjno-publicystyczne, uniwersalne ogólnokrajowe). Zmiany, o jakie wnioskowali nadawcy, dotyczyły 133 programów radiowych, w tym odpowiednio 132 programów radiowych rozpowszechnianych w sposób rozszerzony naziemny i 1 rozpowszechnianego drogą satelitarną.

Nadawcy wnioskowali przede wszystkim o czasowe zawieszenie wykonywania postanowień koncesyjnych w zakresie udziału tematyki lokalnej. Nadawcy wnioskowali przede wszystkim o czasowe zawieszenie wykonywania postanowień koncesyjnych w zakresie udziału tematyki lokalnej w ogólnym czasie nadawania programu. Taki postulat zgłosiło 16 nadawców, którzy łącznie rozpowszechniają 85 programów radiowych. Swoje prośby motywowali głównie obostrzeniami wprowadzonymi w związku z COVID-19, tj. ograniczeniem bądź zaprzestaniem kontaktów dziennikarzy i reporterów z rozmówcami, co w efekcie miało doprowadzić do rezygnacji z form dziennikarskich i reporterskich oraz sond ulicznych, wprowadzeniem pracy zdalnej w redakcjach, a także odwołaniem imprez i wydarzeń o charakterze kulturalnym czy sportowym, zawieszeniem zaplanowanych działań lokalnych władz, ograniczeniem aktywności w lokalnych społecznościach i odwołaniem wydarzeń diecezjalnych i parafialnych. Niektórzy koncesjonariusze (3 wnioskodawców) zwracali się również o zgodę na zawieszenie obowiązku zapewnienia określonego w decyzji koncesyjnej udziału słowa w programie, a także audycji i przekazów realizujących wyspecjalizowany charakter programu, np. poruszających tematykę naukową oraz prezentujących twórczość artystyczną środowisk akademickich (w przypadku programów wyspecjalizowanych akademickich)

²¹ Wnioski o czasowe zawieszenie wykonywania warunków programowych określonych w koncesji złożyły zarówno duże grupy radiowe, np. Grupa Radiowa AGORY, Grupa RMF, Grupa ZPR Media, jak i lokalni nadawcy (m.in. Twoje Radio Sp. z o.o., Muzyczne Radio Sp. z o.o., Fundacja Akademickiego Radia ŻAK)

czy kwestie związane z szeroko pojętą muzyką (programy wyspecjalizowane muzyczne). Z kolei część nadawców, nie mogąc do końca przewidzieć wpływu COVID-19 na strukturę rozpowszechnianych programów radiowych, zdecydowała się na możliwie najbardziej ogólną formę składanych wniosków i poprosiła KRRiT o czasowe zawieszenie obowiązku realizacji wszystkich obowiązków programowych zapisanych w koncesjach i wprowadzenie okolicznościowych zmian programowych (takie wnioski złożyło 6 nadawców, którzy łącznie rozpowszechniają 44 programy radiowe).

Jednocześnie wszyscy nadawcy zgłosili gotowość do wprowadzenia na czas pandemii specjalnych rozwiązań programowych, polegających na zmianie ramówek programów w celu przekazywania informacji na temat COVID-19 odbiorcom mieszkającym w zasięgu danej stacji radiowej, realizacji misji informacyjnej i poradniczej poprzez przekazywanie komunikatów organów władzy wykonawczej, służb sanitarnych, ekspertów, etc., ukierunkowania działań na przekazywanie instrukcji dotyczących właściwego zachowania się w sytuacji zagrożenia epidemicznego, inicjowania akcji pomocy dla osób starszych oraz rzetelnego informowania o zagrożeniach i dementowania nieprawdziwych doniesień (tzw. *fake newsów*).

► KOMUNIKAT PRZEWODNICZĄCEGO KRRiT

Przewodniczący KRRiT, w wyniku zgłaszanych przez nadawców, zwłaszcza lokalnych, trudności z realizacją ww. warunków koncesyjnych spowodowanych wprowadzonymi obostrzeniami z powodu COVID-19, wydał 3 kwietnia 2020 r. w tej sprawie specjalny komunikat. Za jego pośrednictwem ogłosił, na stronie KRRiT, że ze „rozumieniem przyjął informację lokalnych nadawców o czasowym zawieszeniu, z powodu pandemii COVID-19, realizacji niektórych zapisów programowych (m.in. w zakresie lokalności)”²². Podkreślił przy tym potrzebę zaangażowania mediów lokalnych w działania na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa zdrowotnego Polaków. Lokalne media nie tylko bowiem „przekazują rzetelną informację na temat aktualnej sytuacji w regionie, w tym bieżące zarządzenia władz lokalnych, służb medycznych i porządkowych. Prowadzą również kampanię informacyjną dotyczącą profilaktyki i sposobów na zahamowanie rozwoju epidemii. Ich działania służą również uspokojeniu nastrojów i zapobiegają powstawaniu ewentualnej paniki”²³.

► WYCOFANIE AUDYCJI Z PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

Z trudnościami mierzyli się również nadawcy programów telewizyjnych. Wstrzymano produkcję niektórych telewizyjnych audycji publicystycznych i porad-

²² <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2956,w-zwiazku-z-epidemia-koronawirusa-nadawcy-lokalni-czasowo-zawieszaja-niektore-zapisy-programowe.html> [dostęp: 17.11.2020].

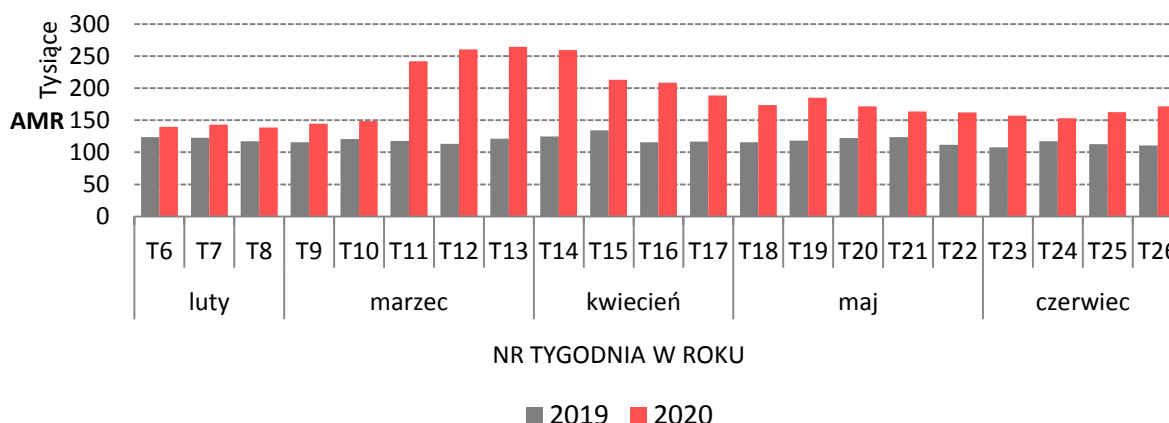
²³ <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2956,w-zwiazku-z-epidemia-koronawirusa-nadawcy-lokalni-czasowo-zawieszaja-niektore-zapisy-programowe.html> [dostęp: 17.11.2020].

nicznych (zwanym też lifestyle'owymi) wymagających zapraszania gości do studia²⁴. Zrezygnowano również z realizacji audycji rozrywkowych typu talent-show²⁵, a ekipy filmowe zawiesiły zdjęcia do telenowel i seriali²⁶.

➤ DOSTARCZANIE INFORMACJI W CZASIE PANDEMII COVID-19

Nadawcy koncesjonowanych programów telewizyjnych zamieścili w programach dodatkowe serwisy informacyjne oraz audycje poradnikowe dotyczące koronawirusa, sytuacji pandemii, radzenia sobie z przymusową izolacją itp.²⁷. O zwiększonym zainteresowaniu widzów informacjami świadczy wzrost wskaźnika oglądalności programów informacyjnych w stosunku do ubiegłego roku. Wykres poniżej przedstawia wartość AMR dla programów informacyjnych w kolejnych tygodniach roku 2019 i 2020²⁸. Średnio, między 11 tygodniem (ogłoszenie stanu zagrożenia epidemicznego), a 26 tygodniem w roku, widownia programów informacyjnych była większa o 67% od poziomu sprzed roku.

WIDOWNIA PROGRAMÓW INFORMACYJNYCH W LATACH 2019 I 2020



N = 4 949

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

W programach radiofonicznych również zwiększono liczbę serwisów informacyjnych i wprowadzono audycje z poradami dotyczącymi pandemii.

²⁴ Np. Polityka na ostro (Polsat) czy magazyn reporterów Czarno na białym, Rozmowa Piaseckiego - kampania 2020 (TVN24).

²⁵ M.In. The Four. Bitwa o sławę, Twoja twarz brzmi znajomo i Dancing with the Stars. Taniec z Gwiazdami (Polsat)

²⁶ Na Wspólnej, 19+ (TVN), Policjantki i policjanci, Pierwsza miłość, Święty (Polsat), Odwilż (HBO), Klągor (Canal+ Polska).

²⁷ Np. dodatkowe wydanie serwisu *Wydarzenia* w Polsat, interaktywna audycja *Wszystko o koronawirusie* z udziałem ekspertów i niedzielna audycja *Koronawirus - Raport Dnia* w Polsat News, codzienna audycja *Koronawirus - raport* oraz raport *Uwaga! Koronawirus* w TVN 24, *Koronawirus najczęstsze pytania* w Telewizji Trwam.

²⁸ W porównaniu uwzględniono programy: BBC World News, CNBC, CNN, Deutsche Welle, Euronews, Polsat News, Polsat News 2, Sky News, TVN24, TVN24 Biznes i Świat, TVP INFO

PRZEKAZY DOTYCZĄCE KORONAWIRUSA – STANOWISKO KRRIT

Nadawcy zainteresowani rozpowszechnianiem w swoich programach komunikatów o sposobach zapobiegania rozprzestrzenianiu się koronawirusa, kierowali do KRRiT pytania o wykładnię przepisów regulujących kwestie emisji przekazów handlowych w kontekście prawidłowej kwalifikacji przez nadawców tego typu komunikatów. KRRiT zdecydowała się przedstawić swoje stanowisko w tej sprawie i rozwiać wszelkie wątpliwości interpretacyjne nadawców. KRRiT stwierdziła w nim, że emisje komunikatów o podstawowych zasadach medycznych i higienicznych dotyczących zapobiegania rozprzestrzeniania się wirusa COVID-19, nie będą wliczane do dopuszczalnego limitu emisji reklam i telesprzedaży (12 minut w ciągu godziny zegarowej). Tego typu komunikaty nie są – w ocenie KRRiT – reklamą w świetle definicji ustawy o rtv. Jednocześnie KRRiT pozytywnie oceniła zaangażowanie mediów w kampanię informacyjną dotyczącą działań profilaktycznych i sposobów zapobiegania rozwojowi epidemii.²⁹

TRANSMISJE NABOŻEŃSTW

Od 15 marca 2020 r., po wprowadzeniu zakazu gromadzenia się, w tym również na uroczystościach religijnych, nie tylko nadawcy mediów publicznych, ale również koncesjonowanych podjęli się transmisji nabożeństw. Msze można było oglądać w programach telewizyjnych takich jak: Polsat News, Polsat Rodzina, Telewizja Trwam, TV Republika. Wydawcy telewizyjni realizowali też transmisje nabożeństw online, udostępniając je na swoich portalach internetowych. W misję tę włączyli się również nadawcy telewizji kablowych lokalnych i regionalnych, którzy poszerzyli swoją ofertę programową o transmisje mszy z kościołów znajdujących się na obszarze objętym zasięgiem nadawania³⁰.

KRRiT, z myślą o odbiorcach, informowała o transmisjach nabożeństw na swojej stronie w specjalnym komunikacie „Nadawcy telewizji kablowych oferują bezpośrednio transmisje mszy świętych z kościołów parafialnych”³¹. Lista transmisji mszy z całej Polski została opublikowana na stronie Konferencji Episkopatu Polski, a wiele diecezji opublikowało na swoich stronach internetowych informacje o transmisjach mszy z lokalnych parafii.

Średnia minutowa widownia audycji religijnych we wszystkich programach telewizyjnych objętych badaniem AGB Nielsen Media Research między 11 a 26 tygodniem wzrosła rok do roku średnio o 126%. Nietypowo wysoka widownia

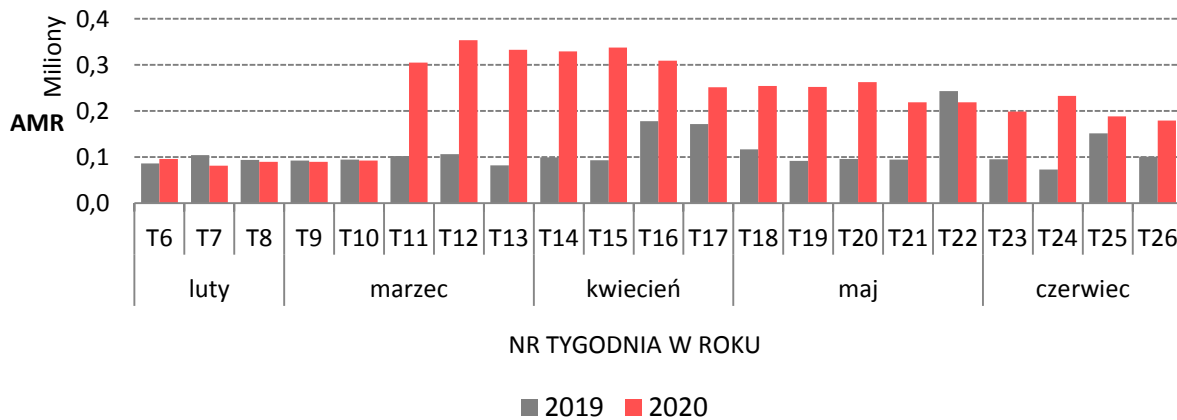
²⁹ Zob. <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2939,komunikaty-o-sposobach-zapobiegania-rozprzestrzenianiu-sie-koronawirusa-nie-sa-reklama.html> [dostęp: 17.11.2020]

³⁰ Np. program Twoja Telewizja Religijna, nadawany przez Telewizję Kablową Chopin, transmitujący msze z szesnastu kościołów parafialnych na terenie północnych Kaszub.

³¹ Zob. <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,2947,nadawcy-telewizji-kablowych-oferuja-bezposrednie-transmisje-mszy-swietych-z-kosciolow-parafialnych.html> [dostęp: 17.11.2020]

w 22 tygodniu 2019 r. związana była z dużym zainteresowaniem widzów transmisją koncertu „Wysłuchiwać się w papieża”, który nadano 2 czerwca 2019 r. w TVP1.

WIDOWNIA AUDYCJI RELIGIJNYCH W LATACH 2019 I 2020



N = 4 949

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Msze transmitowali również nadawcy radiowi, nie tylko społeczno-religijni, jak np. Radio Maryja, ale też nadawcy programów lokalnych o profilu uniwersalnym.

SPORT

Z dużym problemem zaczęli się borykać nadawcy programów specjalizujących się w transmitowaniu i relacjonowaniu wydarzeń sportowych. Wstrzymane zostały takie wydarzenia, jak m.in. Liga Mistrzów UEFA, Liga Europy UEFA, PKO BP Ekstraklasa, mecze towarzyskie reprezentacji, PŚ w skokach narciarskich i MŚ w lotach narciarskich. Zmieniono terminy wielkich widowisk sportowych: Euro 2020 i Letnich Igrzysk Olimpijskich 2020. W miejsce bieżących transmisji, nadawcy programów sportowych przypominali sportowe hity sprzed lat³² i proponowali kibicom śledzenie rozgrywek w zakątkach świata, gdzie jeszcze mecze były organizowane³³. Emitowano też powtórki audycji publicystycznych³⁴ oraz serie dokumentalne o tematyce sportowej³⁵. Realizowano również audycje na żywo z wykorzystaniem telefonicznych rozmów ze sportowcami, trenerami, dziennikarzami i widzami³⁶.

³² M.in. skróty najważniejszych meczów ligi angielskiej *Klasyka Premier League*, cykl archiwalnych wydań Ligi+ i Ligi+ Extra, serię *Zostań w domu* ze szlagierowymi meczami ligi angielskiej, hiszpańskiej i polskiej, a także mecze koszykarskie NBA *Mecze, których nie widziałeś* w Canal+ Sport, mecze Ligi Mistrzów i najważniejsze mecze polskiej reprezentacji siatkarskiej w Polsat Sport.

³³ Przykładowo nadawca Eleven Sports nabył prawa do transmisji meczy ligi australijskiej.

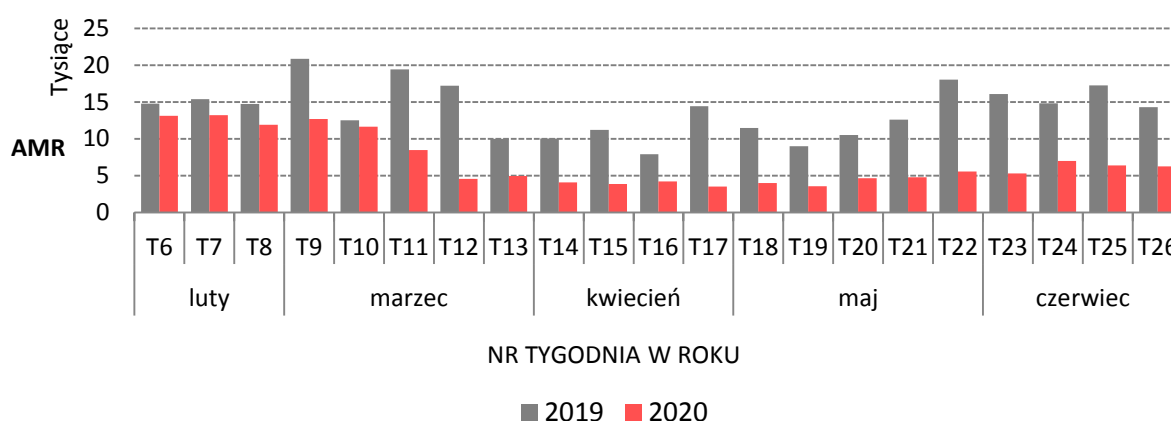
³⁴ Magazyn *Cafe Futbol* w Polsat Sport.

³⁵ Takie jak *Życie na podium* i *Małe kraje, wielki sport* w Eurosport.

³⁶ Np. magazyn *Eleven Call Live* i audycja *#ElevenF1 Live* w Eleven Sports, *Dobry wieczór. Sport* w Canal+ Sport, *Okno na sport* w Eurosport.

Nadawcy programów sportowych zainteresowali się także e-sportem – ciekawym przykładem był rozegrany 18 kwietnia wirtualny „Wyścig z pokoju”, w którym uczestniczyli zawodowi kolarze. Wyścig transmitował nadawca programu Eurosport 1 we współpracy z platformą Zwift³⁷. Brak transmisji bieżących rozgrywek przełożył się na spadki oglądalności programów sportowych. Na wykresie poniżej porównano łączną widownię programów sportowych³⁸ w kolejnych tygodniach 2019 i 2020 r. W okresie między 11 a 26 tygodniem w roku średnia widownia minutowa (AMR) kanałów sportowych zmalała rok do roku o ponad 60%.

WIDOWNIA PROGRAMÓW SPORTOWYCH W LATACH 2019 I 2020



N = 4 949

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

► MUZYKA

W związku z brakiem dostępu do muzyki na żywo w czasie pandemii, nadawcy programów radiofonicznych organizowali koncerty online, umożliwiające nie tylko bierne słuchanie, ale także interakcje ze słuchaczami³⁹. Nadawca programu TVN24 przygotował 4 kwietnia „#koncertdlabohaterów” (chodzi o bohaterów pandemii – lekarzy, pielęgniarki, sprzedawców, dostawców itp.), natomiast w programie Polsat wyemitowano 12 kwietnia koncert wielkanocny *Wszystko będzie dobrze*, w którym występy artystów nadawano prosto z ich domów. Podobnie jak nadawca publiczny również kilku nadawców komercyjnych z myślą o pol-

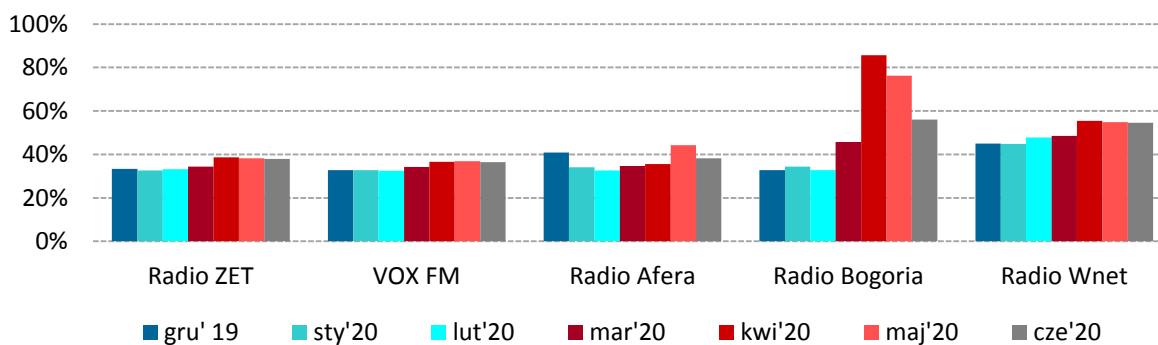
³⁷ Zob. <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/eurosport-wirtualny-wyścig-z-pokoju-z-kolarzami-dziennikarzami-i-widzami>

³⁸ Na wykresie uwzględniono następujące programy: CANAL+ SPORT, CANAL+ SPORT2, e-sport tv, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, Eurosport 1, Eurosport 2, Extreme Sports, nSport+, Polsat Sport, Polsat Sport Fight, Polsat Sport News HD, Polsat Sport Extra, Sportklub, TVP Sport.

³⁹ Np. spółka RMF FM S.A. zorganizowała serię akustycznych *Koncertów z dużego pokoju*, Eurozet Radio Sp. z o.o. (nadawca Radia ZET) koncerty zarejestrowane w ramach cyklu *ZET akustycznie*. Nadawca programu VOX FM zrealizował stacjonarną wersję *Najlepszego koncertu świata*, a nadawca Radio WAWA transmitował dwa razy w tygodniu koncerty prosto z domów artystów.

skich wykonawcach zdecydowało się zwiększyć udział polskiej muzyki w ogólnym czasie nadawania muzyki w programie.

UDZIAŁ UTWORÓW SŁOWNO-MUZYCZNYCH WYKONYWANYCH W JĘZYKU POLSKIM W NIEKTÓRYCH RADIOWYCH PROGRAMACH KONCESJONOWANYCH PRZED PANDEMIA I PODCZAS PANDEMII (W %)



Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań nadawców.

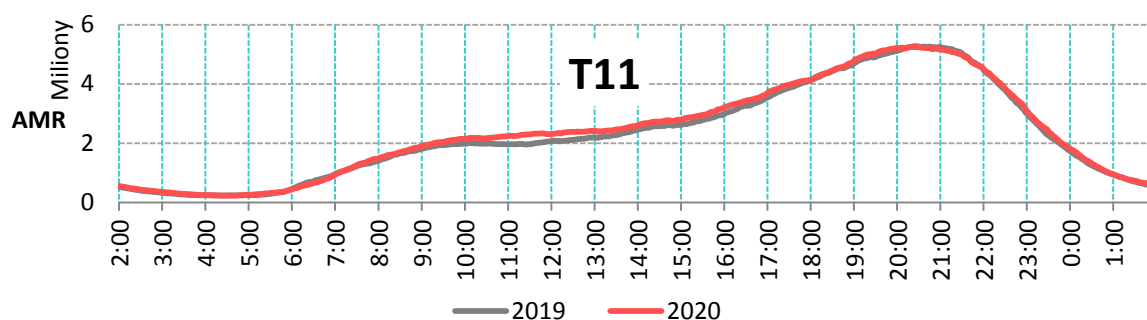
► ZMIANY DOTYCZĄCE WIDOWNI I AUDYTORIUM W CZASIE PANDEMII

► POMIARY WIDOWNI TELEWIZYJNEJ PODCZAS PANDEMII

Dane o widowni telewizyjnej zbierane są za pomocą technologii pomiaru elektronicznego – poprzez urządzenia zwane telemetrami, które są umieszczone w reprezentatywnej próbie gospodarstw domowych. Pomiar taki pozwala uzyskać informację o oglądanym kanale oraz o oglądających i o czasie, w którym oglądają oni telewizję. Obecnie panel badawczy liczy 2540 gospodarstw domowych (ponad 7 tys. osób powyżej 4. roku życia) rozlokowanych w 990 na 2477 wszystkich gmin w Polsce.

Na prezentowanych wykresach porównano dzienny rozkład minutowy liczby osób oglądających telewizję w wybranych tygodniach 2020 r. i odpowiadających im tygodniach roku 2019. Tydzień po wystąpieniu pierwszego w Polsce, odnotowanego w mediach, zachorowania na COVID-19 i po wprowadzeniu pierwszych restrykcji, a więc w 11 tygodniu roku (T11: 09-15.03.2020 i odpowiednio 11-17.03.2019), nastąpił niewielki wzrost liczby osób oglądających telewizję, widoczny przede wszystkim między godziną 10:00 a 13:00.

WIDOWNIA TELEWIZYJNA, 11 TYDZIEŃ (T11) ROKU 2019 I 2020

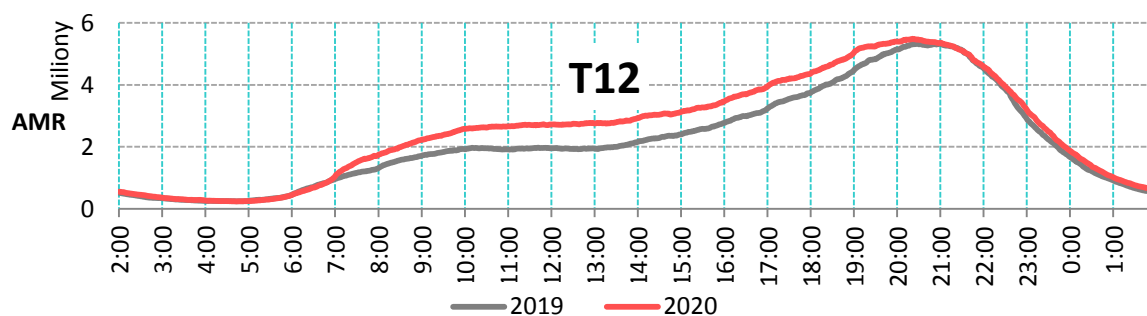


N = 4 891

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Wyraźna zmiana nastąpiła dopiero w kolejnym tygodniu – T12 (18-24.03.2019, 16-22.03.2020). Między godziną 7:00 a 19:00 liczba widzów w każdej minucie była większa o 400 – 800 tys. niż rok wcześniej.

WIDOWNIA TELEWIZYJNA, 12 TYDZIEŃ (T12) ROKU 2019 I 2020

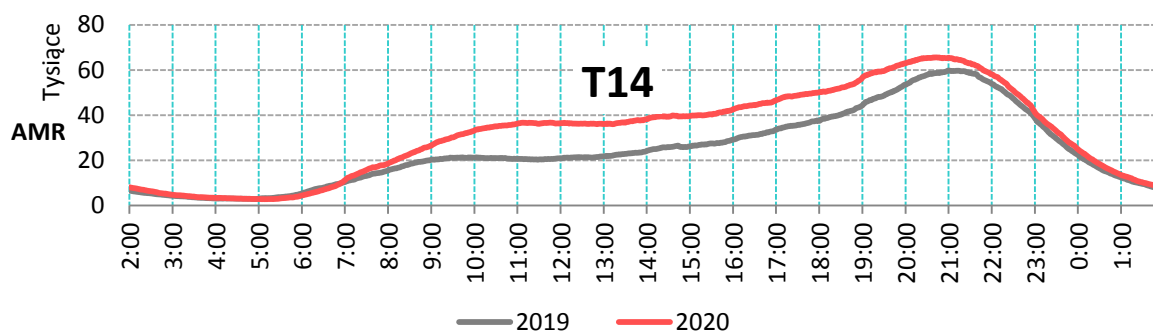


N = 4 905

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Jeszcze większy wzrost oglądania telewizji został odnotowany w 14 tygodniu (T14 01-07.04.2019 i 30.03-05.04.2020), kiedy liczba widzów była nawet o milion większa w każdej minucie niż rok wcześniej. Dwa tygodnie (15 i 16) zostały pominięte w zestawieniu dotyczącym pandemii ze względu na przypadające wtedy święta Wielkanocne oraz czas związany z przygotowaniem do nich (T15 – Wielki Tydzień 2020, T16 – Wielki Tydzień 2019), które zmieniają rutynę oglądania telewizji.

WIDOWNIA TELEWIZYJNA, 14 TYDZIEŃ (T14) ROKU 2019 I 2020

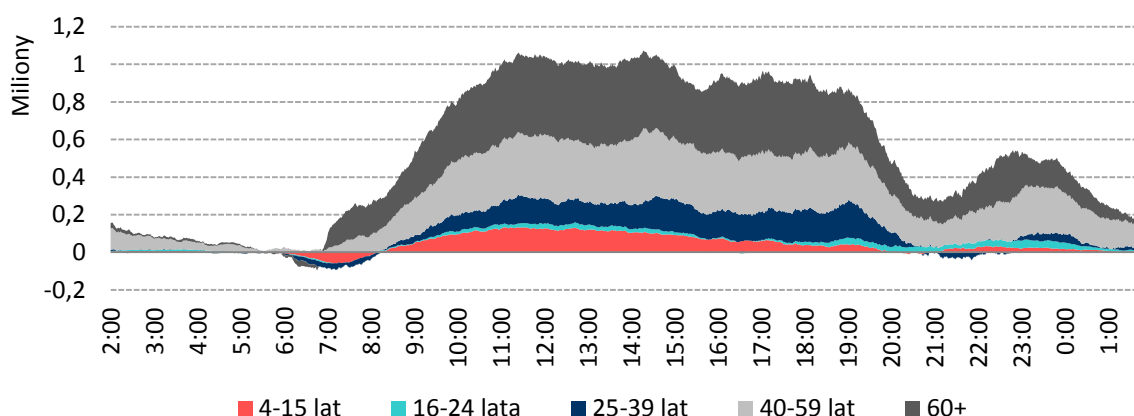


N = 4 859

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Interesujący wydaje się wzrost oglądalności telewizji nie tylko w porze dziennej, co łatwo powiązać z koniecznością pozostawania w domu, ale również wieczorami, co z kolei może wynikać ze wzrostu atrakcyjności oferty programowej przygotowanej przez nadawców na czas pandemii, związanej między innymi z faktem, że niektórzy nadawcy i operatorzy sieci kablowych i platform satelitarnych udostępnili w tym okresie za darmo tzw. programy premium. Poniżej przedstawiono różnicę wielkości widowni pomiędzy 2020 a 2019 r. w 14 tygodniu, w podziale na grupy wiekowe widzów. Wieczorami chętniej zostawali przed telewizorem przedstawiciele dwóch najstarszych grup wiekowych: 40-59 lat oraz 60+. Prawie niezauważalna jest różnica wielkości widowni w wieku 16-24 lata, ale też ta grupa wiekowa mniej chętnie ogląda telewizję.

RÓŻNICA WIELKOŚCI WIDOWNI PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH POMIĘDZY 2020 A 2019 R. W 14 TYGODNIU ROKU (T14) W PODZIALE NA GRUPY WIEKOWE



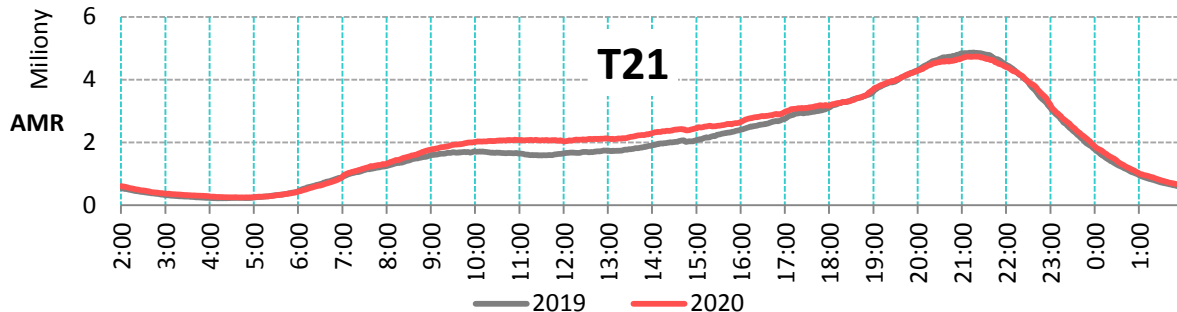
N = 4 859

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

W maju, kiedy rozpoczął się proces zmniejszania restrykcji związanych z pandemią i nastąpiło sukcesywne odmrażanie gospodarki, oglądalność telewizji zaczęła wracać do normy sprzed roku (czyli z roku 2019), choć wciąż w porze dziennej programy telewizyjne skupiały więcej widzów niż przed rokiem.

W przykładowym, 21 tygodniu (T21 - 20-26.05.2019 i 18-24.05.2020), liczba widzów między godziną 9:00 a 18:00 była o 200 – 400 tys. osób wyższa niż w 2019 r., natomiast wieczorami wróciła do poziomu sprzed roku.

WIDOWNIA TELEWIZYJNA, 21 TYDZIEŃ (T21) ROKU 2019 I 2020



N = 4 837

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

▀ AUDYTORIUM RADIA

Dane o audytorium zbierane są na podstawie komputerowo wspomaganých wywiadów telefonicznych (CATI) przeprowadzanych metodą Day After Recall, która polega na odtworzeniu przez respondenta przebiegu poprzedniego dnia i w tym kontekście przypomnieniu słuchanych w ciągu dnia programów radiowych. Jest to około 7 tys. wywiadów w ciągu miesiąca, które łączone są w pakiety, zwane falami, po trzy miesiące⁴⁰. W poniższych zestawieniach wzięto pod uwagę dwie fale badania:

- FALA 0 (przed pandemią): grudzień 2019-luty 2020, na próbie 21 022 respondentów
- FALA 3 (w trakcie pandemii): marzec-maj 2020, na próbie 20 969 respondentów

Wykorzystane wskaźniki słuchalności to:

- ZASIĘG DZIENNY – estymacja na populację – liczba osób, które słuchały programu (lub grupy programów – tu wszystkie stacje) przynajmniej raz w ciągu dnia.
- ZASIĘG DZIENNY W KWADRANSACH – estymacja na populację – liczba osób, które słuchały programu w co najmniej jednym z wybranych kwadransów.

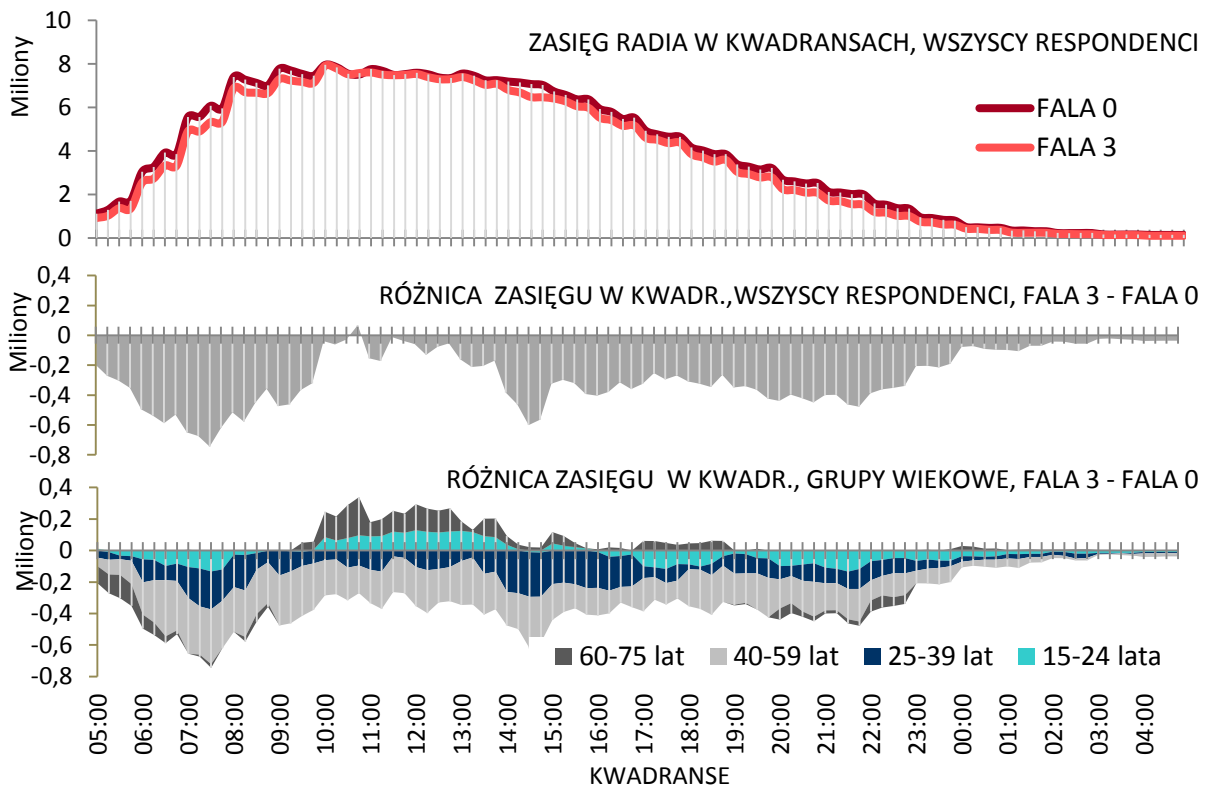
W czasie pandemii nastąpiło zauważalne zmniejszenie słuchalności radia. Zasięg radia zmniejszył się o ok. 11% – słuchało go o ponad 3 miliony mniej osób dziennie niż przed pandemią. Największy deficyt radiosłuchaczy występował rano,

⁴⁰ Zob. przypis 4.

około godz. 7:30, kiedy radio włączało o ok. 745 tys. mniej osób niż przed pandemią (12% wszystkich słuchających radia o tej porze). Jest to pora wstawania do pracy oraz dojazdów do pracy, gdy zwyczajowo wiele osób słucha radia w samochodzie. Najwięcej słuchaczy ubyło właśnie spośród grup pracujących zawodowo: 25-39 i 40-59 lat. Natomiast w środku dnia, między godz. 9:00 a 15:00, w grupie najmłodszych i najstarszych słuchalność radia była nawet większa niż w okresie przed pandemią.

Do spadku audytorium radia w czasie pandemii w dużej mierze przyczyniły się zalecenia i rekomendacje do pozostania w domu i unikania kontaktów z innymi osobami. W efekcie Polacy zaniechali słuchania radia podczas jazdy samochodem oraz w miejscu pracy. W tym samym czasie zwiększyła się liczba osób słuchających radia w domu, szczególnie w grupach wiekowych czynnych zawodowo.

ROZKŁAD DZIENNY ZASIĘGU RADIA W KWADRANSACH – PORÓWNANIE OKRESÓW MARZEC–MAJ 2020 (FALA 3) I GRUDZIEŃ 2019 – LUTY 2020 (FALA 0)

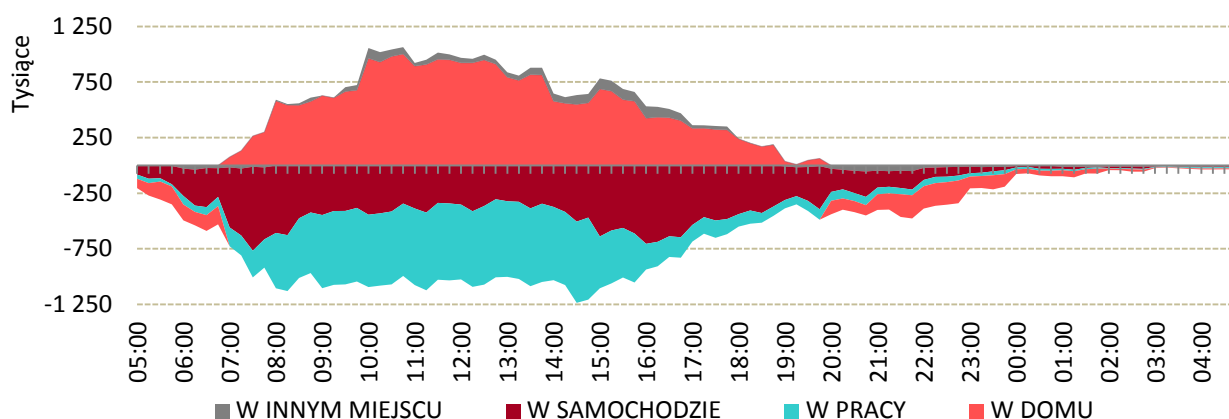


Fala 0, N = 21 022

Fala 3, N = 20 969

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania RadioTrack Kantar Polska S.A.

ZMIANA DZIENNEGO ROZKŁADU ZASIĘGU RADIA W KWADRANSACH POMIĘDZY OKRESEM MARZEC–MAJ 2020 (FAŁA 3) A GRUDZIEŃ 2019 – LUTY 2020 (FAŁA 0) W ZALEŻNOŚCI OD MIEJSCA SŁUCHANIA

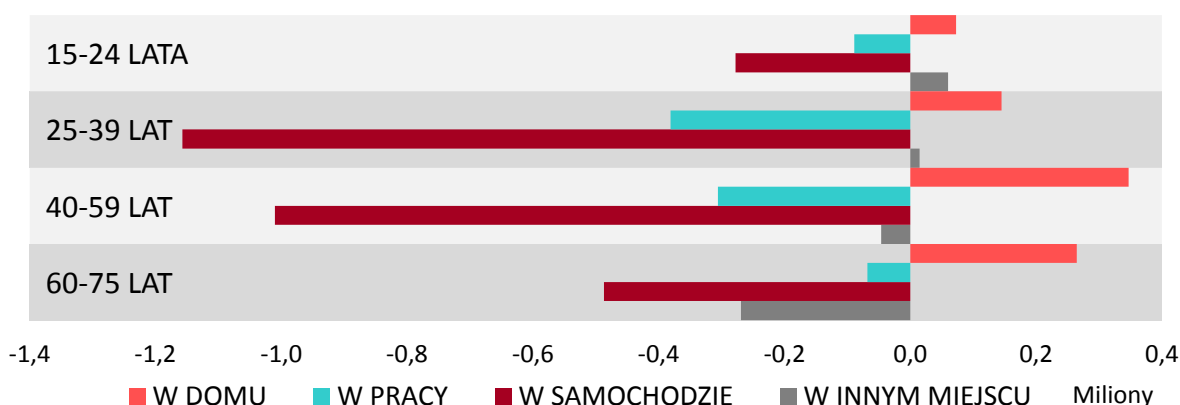


Fala 0, N = 21 022

Fala 3, N = 20 969

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania RadioTrack Kantar Polska S.A.

ZMIANA ZASIĘGU RADIA POMIĘDZY OKRESEM MARZEC–MAJ 2020 (FAŁA 3) A GRUDZIEŃ 2019 – LUTY 2020 (FAŁA 0) W ZALEŻNOŚCI OD MIEJSCA SŁUCHANIA W PODZIALE NA GRUPY WIEKOWE SŁUCHACZY (W MLN)



Fala 0, N = 21 022

Fala 3, N = 20 969

Źródło: opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania RadioTrack Kantar Polska S.A.

Środki masowego przekazu od zawsze działały pod presją zmian: technologicznych, kulturowych, społecznych i politycznych. Mierzenie się z nimi i przezwyciężanie trudności powinno być zatem dla nich stanem naturalnym. Jednak rynek nadawców radiowych i telewizyjnych chyba nigdy wcześniej nie musiał sprostać takiemu wyzwaniu jak skutki pandemii. Sytuacja epidemiczna w Polsce i na świecie

zmieniła bowiem niemal każdą dziedzinę życia, a dla radiofonii i telewizji oznaczała konieczność błyskawicznego wprowadzenia zmian na kilku płaszczyznach jednocześnie, bez gwarancji powrotu do tzw. normalności.

Nowa normalność oznaczała przede wszystkim szybkie przeobrażenia ramówek już w początkowym okresie trwania pandemii i powszechniejsze wdrożenie nowych form komunikacji. Jedną z najszybciej dokonanych zmian programowych było zastąpienie rozmów z politykami serwisami dotyczącymi koronawirusa i audycjami poradniczymi, często z udziałem lekarzy lub ekspertów z innych dziedzin. Zamiast gości w studiu widzowie mogli obejrzeć rozmówców w ich domach, łączących się z daną redakcją zdalnie, za pośrednictwem komunikatorów internetowych. Tego rodzaju oferta wychodziła naprzeciw oczekiwaniom społecznym i zapotrzebowaniu na szybką i rzetelną informację o zagrożeniu chorobą, ale także wpisała się w ciąg zmian technologicznych zachodzących od jakiegoś czasu w zakresie sposobu realizacji programów. Pandemia przyspieszyła także wzrost skali wykorzystania w audycjach nowych sposobów łączności, zapewniających zarazem ich pełną interaktywność. O tym, że zagoszczą na dobre w pejzażu medialnym może także świadczyć fakt ich zastosowania przy realizacji nowych produkcji, powstających w wyniku pandemii (np. serial *Będzie dobrze, kochanie* wyprodukowany przez TVP S.A.).

Można zauważyć, że im dłużej trwała społeczna izolacja, tym częściej media – zarówno publiczne, jak i prywatne – oferowały Polakom zamkniętym w domach namiastkę wspólnotowego przeżywania ważnych wydarzeń sportowych, kulturalnych czy religijnych, a także edukacji dla uczniów szkół podstawowych i średnich. Transmisje z aktualnych rozgrywek ustąpiły miejsca retransmisjom najważniejszych meczów w historii polskiego i światowego sportu czy emisjom cykli dokumentalnych o mistrzach różnych dyscyplin. Na antenach ogólnokrajowych i lokalnych ruszyły także transmisje mszy i nabożeństw, co było odpowiedzią na religijne potrzeby odbiorców. W programach nadawców telewizyjnych (TVP S.A. i TVN S.A.) pojawiły się pasma edukacyjne realizujące podstawy programowe dla szkół. Nadawcy radiowi i telewizyjni próbowali zrekompensować również odbiorcom brak dostępu do muzyki na żywo poprzez koncerty online, zachęcając ich na swoich profilach społecznościowych do wspólnego wykonywania utworów-symboli (np. Nadzieja grupy IRA). W tym kontekście warto szczególnie podkreślić działania podjęte na rzecz poprawy trudnej sytuacji finansowej twórców kultury poprzez zwiększoną częstotliwość emisji na antenach radiowych utworów słowno-muzycznych w języku polskim. Te wszystkie działania, oferujące widzom i słuchaczom pomoc, rzetelną informację oraz wsparcie, nie byłyby możliwe bez elastycznej reakcji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako regulatora rynku. W porozumieniu z nadawcami KRRiT zgodziła się m.in. na czasowe zawieszenie wykonywania przez nich

części warunków programowych koncesji, a także rozłożenie opłat koncesyjnych na raty.

Pomimo tej skoordynowanej reakcji regulatora i rynku pewnym procesom nie udało się nadawcom całkowicie zapobiec, co pokazują dane na temat widowni telewizyjnej i audytorium radia. O ile bowiem zamknięcie ludzi w domach sprzyjało wzrostowi oglądalności telewizji, o tyle zauważalnie spadła słuchalność radia, zwłaszcza w grupie słuchaczy pracujących zawodowo.

Dr Agnieszka Wąsowska,
Dyrektor Departamentu Monitoringu w Biurze KRRiT
agnieszka.wasowska@krrit.gov.pl

Monika Trochimczuk,
Główny Specjalista Departamentu Monitoringu w Biurze KRRiT
monika.trochimczuk@krrit.gov.pl