



SEJM
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
X kadencja
Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
Maciej Świrski
KRRiT-032-1/005/25

Druk nr 1146
Warszawa, 27 marca 2025 r.

Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

W związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, w załączeniu uprzejmie przekazuję następujące dokumenty przyjęte przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji uchwałami Nr 95/2025 oraz 96/2025 z 19 marca 2025 roku:

- 1. „Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2024 roku”;**
- 2. „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 roku”.**

Uprzejmie proszę Pana Marszałka o przyjęcie i udostępnienie Paniom i Panom Posłom powyższych dokumentów w celu ich rozpatrzenia.

Z poważaniem,

(-) Maciej Świrski



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

SPRAWOZDANIE

2024



**Sprawozdanie
Krajowej Rady
Radiofonii i Telewizji
z działalności
w 2024 roku**

Warszawa, marzec 2025 r.

Krajowa Rada

Radiofonii i Telewizji

UCHWAŁA NR 96/2025

z dnia 19 marca 2025 r.

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (tj. Dz. U. z 2022 r. poz. 1722 i z 2024 r. poz. 96) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Przyjąć *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2024 roku*, stanowiące załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2024 roku*:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2024 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

Przewodniczący

Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

/ - / Maciej Świrski

Spis treści

Spis treści.....	5
1. Najważniejsze działania KRRiT w roku sprawozdawczym	11
2. Media publiczne.....	15
2.1. „Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce” – publikacja KRRiT	15
2.2. „Sytuacja mediów publicznych po roku od ogłoszenia procesu ich likwidacji” - debata ekspercka w KRRiT	16
2.3. Zabezpieczenie środków abonamentowych	17
2.4. Rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji na temat możliwości uzyskania środków abonamentowych w rozgłośniach regionalnych	17
2.5. Decyzja KRRiT o wypłacie środków abonamentowych w związku ze stanem nadzwyczajnym związanym z powodzią 17 września 2024 r.	19
2.6. Apel Przewodniczącego KRRiT do Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sprawie pilnego zakończenia procesu likwidacji mediów publicznych oraz zapewnienia realnego i stałego finansowania ze środków innych niż abonament	19
2.7. Stronniczość przekazu w TVP – raport KRRiT	20
2.8. Brak równowagi w audycjach przedstawiających stanowiska partii politycznych w węzłowych sprawach publicznych	21
2.9. Drastyczne spadki oglądalności – skutek procesu likwidacji mediów publicznych.....	24
3. KRRiT jako organ konstytucyjny	25
3.1. Niezależność organów regulacyjnych.....	25
3.2. Sprzeciw Członków KRRiT wobec wniosku o postawienie Przewodniczącego KRRiT przed Trybunałem Stanu	25
3.3. Ostracyzm wobec KRRiT ze strony instytucji rządowych objawiający się eliminowaniem jej roli w procesach legislacyjnych.....	26
3.4. Pomijanie konstytucyjnej i ustawowej roli KRRiT w związku z wpisaniem przez Radę Ministrów do wykazu podmiotów podlegających ochronie spółek TVN i Telewizja Polsat.....	27
4. Odpowiedzialność mediów oraz bezpieczeństwo informacyjne	29
4.1. Równy dostęp mediów do informacji o działaniach rządu i innych instytucji państwowych	29
4.2. Apel KRRiT do mediów o rozwagę i rzetelność podczas informowania o katastrofalnej sytuacji powodziowej w Polsce	30
4.3. Zwiększenie odpowiedzialności i transparentności mediów	30
4.4. Finansowanie mediów i koncentracja kapitału na rynkach mediowych.....	32
4.5. Zagrożenia dla rozwoju dzieci i młodzieży w dobie cyfrowego świata i wielkich platform społecznościowych oraz sztucznej inteligencji (SI)	33

5. Badania treści i odbioru mediów	35
5.1. Analizy KRRiT z wykorzystaniem danych firm rynkowych	35
5.2. Badania Krajowego Instytutu Mediów	35
5.3. Współpraca z organizacjami rynku mediowego.....	37
5.4. Dalsze losy Krajowego Instytutu Mediów	38
6. Pluralizm oferty programowej w mediach.....	39
6.1. Nziemna Telewizja Cyfrowa DVBT-2.....	39
6.2. Nziemna Radiofonia Cyfrowa DAB+.....	39
6.3. Media lokalne	40
7. Walka z dezinformacją	42
7.1. Dezinformacja jako element hybrydowych działań wojennych ze strony Rosji	42
7.2. Stanowisko KRRiT w sprawie roli Krajowej Rady w sytuacji wojny hybrydowej	43
7.3. Sztuczna Inteligencja - możliwości i zagrożenia	44
8. Odpowiedzialność prawna nadawców	45
8.1. Rozpatrywanie skarg i wniosków.....	45
8.2. Stosowanie sankcji związane z naruszeniami.....	46
8.3. Nawoływanie do nienawiści i dyskryminacja za przekonania religijne w reportażu „32 lata bezkarności. Fenomen ojca Tadeusza”.....	48
9. Realizacja wybranych zadań ustawowych przez nadawców	49
9.1. Audycje z udogodnieniami w programach telewizyjnych i usługach VoD dla osób z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu	49
9.2. Komunikaty o sytuacjach nadzwyczajnych w sposób dostępny dla osób z niepełnosprawnościami w związku z zagrożeniem powodziowym	50
9.3. Promocja utworów w języku polskim i utworów europejskich.....	51
9.4. Ochrona odbiorców małoletnich	52
9.5. Moderowanie treści na platformach udostępniania wideo (VSP).....	55
10. Przekazy handlowe	56
10.1. Kontrola emisji przekazów handlowych	56
10.2. Emisja reklam tzw. niezdrowej żywności przy audycjach dla dzieci	56
10.3. Orzecznictwo w zakresie przekazów handlowych	56
10.4. Współpraca z Głównym Inspektorem Farmaceutycznym	57
10.5. Propozycja wprowadzenia zakazu reklamy piwa przed godz. 22.00.....	57
11. Edukacja medialna w działaniach KRRiT	58
11.1. Edukacja medialna w programach nadawców publicznych	58
11.2. Edukacja medialna wśród obowiązków platform udostępniania wideo (VSP)	59
11.3. Badania Krajowego Instytutu Mediów w związku z edukacją medialną	59

11.4.	Edukacja do mediów i poprzez media - opracowania i publikacje na stronie internetowej KRRiT	61
11.5.	Nagroda KRRiT im dr. Pawła Stępki	61
11.6.	Nagrody specjalne ufundowane przez KRRiT	62
11.7.	Patronaty honorowe Przewodniczącego KRRiT	63
12.	Realizacja misji przez media publiczne	64
12.1.	Ocena realizacji misji publicznej w 2023 r. na podstawie rocznych sprawozdań nadawców składanych do KRRiT do końca kwietnia 2024 r.	64
12.2.	Ocena realizacji zadań wynikających z zatwierdzonych planów programowo-finansowych na 2024 r.	65
12.3.	Plany programowo-finansowe projektowane na 2025 r.	67
12.4.	Karty powinności na lata 2025 – 2029	68
12.5.	Finansowanie misji publicznej w 2024 r.	68
12.6.	Prognoza wpływów na 2025 r. i sposób ich podziału	70
13.	Telewizja koncesjonowana	71
13.1.	Zmiany na multipleksach naziemnej telewizji cyfrowej	71
13.2.	Koncesje telewizyjne naziemne na kolejny okres	71
13.3.	Przeniesienie uprawnień z koncesji w przypadku naziemnych nadawców telewizyjnych	71
13.4.	Zmiany programowe w koncesjach naziemnych nadawców telewizyjnych	72
13.5.	Satelitarne programy telewizyjne	72
13.6.	Programy telewizyjne w sieciach telekomunikacyjnych	73
13.7.	Zasada must carry/must offer – transmisja obowiązkowa	74
13.8.	Kontrola wykonywania koncesji telewizyjnych	76
13.9.	Aktualizacja listy ważnych wydarzeń	76
14.	Radiofonia koncesjonowana	78
14.1.	Udzielanie koncesji radiowych	78
14.2.	Rozszerzenie koncesji radiowych o nową stację nadawczą	78
14.3.	Zmiana warunków technicznych rozpowszechniania programu	78
14.4.	DAB+ cyfrowe programy radiowe	79
14.5.	Koncesje radiowe na kolejny okres	79
14.6.	Kontrola wykonywania koncesji radiowych	80
14.7.	Rozkładanie na raty opłat koncesyjnych	80
14.8.	Zmiany programowe w radiowych koncesjach naziemnych	81

15. Usługi VoD i VSP. Programy rozpowszechniane wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programy rozprowadzane.....	82
15.1. Obowiązek wpisu do wykazu	82
15.2. Obowiązki związane z udzielaniem wyjaśnień i dostarczaniem materiałów na żądanie Przewodniczącego KRRiT	83
15.3. Kontrola dostawców VoD w zakresie składania sprawozdań z wykonania przepisów ustawowych oraz sprawozdania finansowego	84
15.4. Kontrola regulaminów świadczenia usług drogą elektroniczną dostawców VSP	84
15.5. Kontrola realizacji obowiązków informacyjnych - VoD.....	85
15.6. Kontrola obowiązku informacyjnego w usługach VSP	85
16. Prace KRRiT na forum międzynarodowym.....	86
16.1. Organizacje branżowe	86
16.2. Komisja Europejska	90
16.3. Unijny Kodeks postępowania w sprawie zwalczania dezinformacji	91
16.4. Rada Europy.....	92
16.5. Bilateralne kontakty KRRiT z innymi organami regulacyjnymi w obszarze mediów	93
17. Unijne akty prawne w sprawach mediów i oczekiwana rola KRRiT w tych obszarach	95
17.1. Zmiany w prawie unijnym w obszarach dotyczącym mediów.....	95
17.2. Stanowisko KRRiT wobec działań rządu RP w zakresie wdrażania DSA, EMFA i AI Act w Polsce	98
18. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej, Radzie Europy, OBWE.....	104
18.1. Raport KE w sprawie praworządności w 2024 r.	104
18.2. Misja OBWE-ODiHR oraz inne gremia	104
19. Dane liczbowe.....	105
19.1. Informacje statystyczne o pracach KRRiT i Przewodniczącego KRRiT	105
19.2. Informacje statystyczne o stanie rynku radiofonii i telewizji.....	105
19.3. Informacje statystyczne na temat usług VoD i VSP.....	107
19.4. Opłata abonamentowa i abonenci w 2024 r.	108
19.5. Stan środków publicznych na koniec 2024 r.	110
19.6. Informacje o wysokości dochodów i wydatków budżetowych KRRiT oraz o stanie zatrudnienia	110
Załączniki	112
Załącznik nr 1 Wykaz wszystkich decyzji o nałożeniu kary, jakie zostały wydane przez Przewodniczącego KRRiT w 2024 r.....	112

Załącznik nr 2 Koszty misji prezentowane przez nadawców publicznych w sprawozdaniach rocznych za 2023 rok, zgodnie z art. 31 b ustawy o radiofonii i telewizji	119
Załącznik nr 3 Wpływy z opłat abonamentowych rozdysponowane przez KRRiT w 2024 roku dla jednostek publicznej radiofonii i telewizji	120
Załącznik nr 4 Środki z opłat abonamentowych z 2024 roku i nadwyżki z 2022 roku przekazane przez KRRiT jednostkom publicznej radiofonii i telewizji w 2024 roku	122
Załącznik nr 5 Koszty realizacji misji publicznej w Telewizji Polskiej SA w 2024 r.	123
Załącznik nr 6 Koszty realizacji misji publicznej w Polskim Radiu SA	125
Załącznik nr 7 Koszty realizacji misji publicznej w spółkach regionalnej radiofonii w 2024 r.	126
Załącznik nr 8 Wykaz decyzji wydanych w związku z rozpowszechnianiem telewizyjnych programów satelitarnych	127
Załącznik nr 9 Wykaz wydanych w 2024 r. nowych oraz udzielonych na kolejny okres koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych (tj. telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego)	129
Załącznik nr 10 Wykaz decyzji wydanych w 2024 r. w sprawie zmian, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach TVK (sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego)	131
Załącznik nr 11 Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób rozszewczy naziemny, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą lub zakończonych wydaniem decyzji w 2024 r.	134
Załącznik nr 12 Wykaz koncesji radiowych (naziemnych), w których dokonano zmian technicznych	135
Załącznik nr 13 Wykaz koncesji na programy radiowe nadawane w standardzie DAB+ (na koniec 2024 r.)	137
Załącznik nr 14 Wykaz koncesji na programy radiowe nadawane w standardzie DAB+ uchylonych na wniosek nadawcy w 2024 r.	139
Załącznik nr 15 Wykaz decyzji w sprawie udzielenia naziemnych koncesji radiowych na kolejny okres	140
Załącznik nr 16 Wykaz podmiotów, którym rozłożono na raty należność wynikającą z decyzji o udzieleniu lub zmianie koncesji (na podstawie art. 40 ust. 10 ustawy o radiofonii i telewizji)	141
Załącznik nr 17 Wykaz postępowań w sprawie ulg stosowanych na podstawie ustawy o finansach publicznych	142

Załącznik nr 18 Wykaz decyzji w sprawie zmian programowych w koncesjach na naziemne rozpowszechnianie programu radiowego (zmiana nazwy bądź inne zmiany programowe)	143
Załącznik nr 19 Szczegółowa informacja o liczbie abonentów w 2024 roku	144
Załącznik nr 20 Liczba osób zwolnionych z wnoszenia opłat abonamentowych w latach 2010 – 2024	144
Załącznik nr 21 Pozyskane wpływy abonamentowe oraz pozaabonamentowe w latach 2010-2024	145
Załącznik nr 22 Poczta Polska – prowizja pobrana w latach 2010-2024.....	145
Załącznik nr 23 Wykonanie dochodów budżetowych za okres od 1.01.-31.12.2024 r.	146
Załącznik nr 24 Wykonanie wydatków budżetowych KRRiT w podziale na paragrafy oraz pozycje w paragrafach za okres 1.01. - 31.12.2024 r.	148

1. Najważniejsze działania KRRiT w roku sprawozdawczym

Sprawozdawczy 2024 rok dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji był okresem intensywnych działań regulacyjnych, starania o zachowanie integralności i pluralizmu mediów w obliczu znaczących wyzwań politycznych i technologicznych.

Mimo ogromnych trudności i bezprzykładowych prób wywierania presji oraz wpływania przez władzę wykonawczą na podejmowane, zgodnie z prawem, decyzje konstytucyjnego organu, Rada kontynuowała swoje działania. Ich głównym celem była ochrona interesu publicznego i utrzymanie standardów demokratycznych w polskich mediach.

Do takich działań, w pierwszej kolejności należało przeciwdziałanie skutkom nielegalnego przejęcia mediów publicznych oraz informowanie o ich sytuacji odpowiednich instytucji państwa oraz opinii publicznej, a także instytucji międzynarodowych. KRRiT wyrażała zdecydowany sprzeciw wobec działań rządu traktując je jako zamach na niezależność nadawców publicznych. Informacje na ten temat znajdują się w rozdziale 2 Sprawozdania z działalności KRRiT w 2024 r.

Opisane tam zostały działania KRRiT zmierzające do zabezpieczenia środków abonamentowych do czasu ustalenia prawnego statusu tzw. likwidatorów oraz wyniki analiz odbioru i treści rozpowszechnianych przez media publiczne. Z badań oglądalności, od czasu bezprawnego przejęcia mediów publicznych wynika, że audycje informacyjne i publicystyczne oraz TVP INFO zanotowały poważny spadek liczby widzów. Analiza treści audycji informacyjnych i publicystycznych wskazuje na stronniczość przekazu. W 2024 r. została zachwiana równowaga w prezentowaniu stanowisk partii politycznych w węzłowych sprawach politycznych. Dane na ten temat zostały przedstawione w rozdziale 2.

Szczegółowe informacje na temat działalności mediów publicznych w 2024 r. zostały zawarte w rozdziale 13. Przedstawiono w nim ocenę sposobu wykonywania zadań określonych na 2024 rok w planach programowo-finansowych oraz kartach powinności oraz zagrożenia związane z brakiem stabilnego finansowania, które uniemożliwia KRRiT stosowanie przepisów ustawowych dotyczących powierzania mediom publicznym zadań misyjnych na kolejne lata.

W rozdziale 3 Krajowa Rada zwraca uwagę na ataki ze strony instytucji rządowych oraz większości parlamentarnej wymierzone w niezależność organu konstytucyjnego oraz przedstawia interwencje i sprzeciw KRRiT wobec lekceważenia i pomijania w procesach legislacyjnych oraz planach związanych z wprowadzeniem nowych regulacji unijnych takich jak: Akt o wolności mediów (EMFA) i Akt o usługach cyfrowych (DSA).

Wyjątkową sytuacją w 2024 r. było pominięcie roli KRRiT, jako jedyne uprawnionego regulatora właściwego sprawach usług medialnych, w związku z wpisaniem przez Radę Ministrów do wykazu podmiotów podlegających ochronie spółek TVN i Telewizji Polsat.

Zdaniem KRRiT postępowanie takie było złamaniem polskiego porządku prawnego i atakiem na niezależność nadawców, których obowiązki zostały określone w ustawie o radiofonii i telewizji zgodnie z zasadą *lex specialis derogat legi generali*.

Członkowie KRRiT i jej Przewodniczący w 2024 r. byli bezprecedensowo atakowani przez instytucje i organy państwowe. Bezprawnie poddano analizie wnioski o postawienie Przewodniczącego KRRiT przed Trybunałem Stanu. Członkowie KRRiT wobec tej sytuacji wyrazili stanowczy sprzeciw.

Przeciwko łamaniu niezależności KRRiT oraz bezprawnemu przejęciu mediów publicznych przez obecną koalicję rządową, Przewodniczący KRRiT wystąpił na forum Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA)¹ i ERGA².

Kluczowym wyzwaniem dla KRRiT w 2024 r., w sytuacji zagrożenia związanego z wojną na Ukrainie i prowadzonymi przez Rosję atakami hybrydowymi na polskie instytucje, w tym również instytucje medialne oraz dezinformacją szerzoną przez to państwo w mediach społecznościowych, była ochrona bezpieczeństwa informacyjnego i walka z dezinformacją.

Działania KRRiT podejmowane w 2024 r. w celu przeciwdziałania skutkom dezinformacji i innych zagrożeń omówiono w rozdziałach 4 i 7.

KRRiT podejmowała szereg działań mających na celu prostowanie przejawów dezinformacji pochodzącej z wielu stron, w tym ze strony obecnego rządu RP, niektórych parlamentarzystów i sejmowych komisji, likwidatorów spółek mediów publicznych oraz niektórych mediów. Do działań dezinformacyjnych KRRiT zalicza również ustalenia zawarte w raporcie KE w sprawie stanu praworządności w Polsce w 2024 r. Na te wszystkie fałszywe informacje Krajowa Rada reagowała na bieżąco wyjaśniając faktyczny stan rzeczy w komunikatach i stanowiskach udostępnianych na stronie internetowej.

KRRiT zwraca uwagę na incydenty i wydarzenia świadczące o atakach rosyjskich na infrastrukturę techniczną oraz na fałszywe informacje, które mogą być powielane przez polskie media. W celu zapobieżenia takim sytuacjom KRRiT zwróciła się do premiera Donalda Tuska o nawiązanie współpracy wszystkich organów odpowiedzialnych za bezpieczeństwo informacyjne. Głos KRRiT w tej sprawie pozostał bez odpowiedzi. W ramach swoich kompetencji, KRRiT uruchomiła dodatkowe procedury zmierzające do szczegółowego badania podmiotów starających się o uzyskanie koncesji pod względem ich ewentualnego wpływu na bezpieczeństwo państwa.

Problemy wynikające z katastrofy wywołanej powodzią, która objęła znaczną część kraju, postawiły przez mediami nowe wyzwania. Odpowiedzialność za zachowanie spokoju i współpraca ze służbami ratowniczymi wymagały także odpowiedniej polityki informacyjnej władz. Niestety KRRiT zauważyła, że nie wszystkie media były traktowane w równy sposób w dostępie do informacji publicznej. W tej kwestii KRRiT interweniowała apelując do władz centralnych i regionalnych o zachowanie równości w dostępie do informacji.

Dziennikarze niektórych mediów konserwatywnych nie mogli m.in. uczestniczyć w konferencjach organizowanych przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwo Sportu.

KRRiT dostrzega zagrożenia, które mogą nastąpić w wyniku koncentracji kapitału w mediach oraz wywierania nacisku na wydawców przez właścicieli mediów. Rażącym przykładem takiego zjawiska jest akcja wycofywania reklam z TV Republika oraz telewizji wPolsce24. Kwestie ochrony nadawców przez

¹ <https://www.gov.pl/web/krrit/oswiadczenie-przewodniczacego-krrit-macieja-swirskiego-wygloszone-6-czerwca-2024-r-podczas-59-konferencji-europejskiej-platformy-organow-regulacyjnych-epa-w-rotterdamie>

² Europejska Grupa Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych (ERGA), a obecnie Europejska Rada Usług Medialnych (ERUM).

takimi naciskami powinny znaleźć się w obszarze kompetencji Krajowej Rady, w związku z nowymi obowiązkami regulatorów medialnych wynikającymi z rozporządzenia EMFA³.

W rozdziale 4 Krajowa Rada zwraca uwagę na zagrożenia dla rozwoju dzieci i młodzieży w związku z ich aktywnością w mediach cyfrowych. Pilne wdrożenie Aktu o usługach cyfrowych (DSA) jest niezbędne dla podniesienia skuteczności działań KRRiT w tym obszarze. Podmioty odpowiedzialne za sposób funkcjonowania cyfrowych usług medialnych – rząd i organy regulacyjne - powinny w tej kwestii nawiązać ścisłą współpracę. Pominięcie przez Ministra Cyfryzacji roli KRRiT w projekcie nowelizacji ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną należy uznać za przejaw nieuzasadnionego ostracyzmu politycznego.

W rozdziale 5 Krajowa Rada omawia organizację badań mediów oraz sposób ich wykonania. Za istotne należy uznać informacje związane z radykalnymi zmianami w finansowaniu Krajowego Instytutu Mediów w 2025 r. Zmiany te wymusiły rezygnację z wielu cennych badań, niezbędnych dla wszystkich podmiotów związanych z mediami, w tym w szczególności dla nadawców lokalnych, niedoszacowanych w badaniach komercyjnych.

Jak co roku w Sprawozdaniu ze swojej działalności Krajowa Rada przedstawia informacje na temat aktualnej sytuacji naziemnej telewizji i radiofonii cyfrowej oraz na temat nowych koncesji na rozpowszechnianie programów w standardzie DVBT-2 oraz DAB+.

Wobec ewentualnych planów rozwoju DAB+, Krajowa Rada prezentuje negatywne stanowisko. Wprowadzenie konwersji analogowo-cyfrowej do czasu zakończenia wojny na Ukrainie nie jest zasadne. Rozpowszechnianie programów radiowych za pomocą częstotliwości UKF zapewnia odbiorcom stały dostęp do niezbędnych w sytuacji zagrożenia informacji krajowych, regionalnych i lokalnych.

Obszar działalności KRRiT w związku z udzielaniem i zmianami koncesji radiowych i telewizyjnych podporządkowany jest ustawowemu celowi, jakim jest zapewnienie różnorodności źródeł przekazu w mediach, w szczególności w programach niezależnych mediów informacyjnych i lokalnych. Zagadnienia te zostały opisane w rozdziałach 6, 14 i 15.

Wiele miejsca w tegorocznym Sprawozdaniu Krajowa Rada poświęciła zagrożeniom dotyczącym dzieci i młodzieży, które wiążą się ze sposobem korzystania przez małoletnich z mediów. Problematyka ta jest zawarta w rozdziale 9 w zakresie rozpatrywania skarg i wniosków oraz w kontekście stosowania kar finansowych z powodu naruszeń prawa oraz w rozdziale 10 m.in. w ramach omówienia działalności dostawców usług VoD i platform VSP⁴ oraz przedstawienia ich negatywnego wpływu na małoletnich.

KRRiT uznaje obecny poziom ochrony dzieci i młodzieży za niewystarczający. Poprawa tego stanu może nastąpić w wyniku powierzenia KRRiT kompetencji, wynikających z wdrożenia Aktu o usługach cyfrowych (DSA). Przepisy DSA umożliwiają stosowanie odpowiednich instrumentów pozwalających na identyfikację podmiotów odpowiedzialnych za dostarczanie treści szkodliwych dla odbiorców małoletnich na platformach cyfrowych. Identyfikacja dostawców treści stanowi obecnie podstawowy problem w skutecznym egzekwowaniu przez KRRiT ustawowych obowiązków VoD i VSP względem dzieci i młodzieży.

³ Por. rozdział 17

⁴ Pojęcia VSP (ang. Video Sharing Platform) i VoD (ang. Video on Demand) zostały zdefiniowane w ustawie o radiofonii i telewizji – por. art. 4 pkt 6a oraz pkt 22a ustawy.

Usługi VoD, zgodnie z ich definicją zawartą w ustawie o radiofonii i telewizji, to nie tylko serwisy typu Netflix czy Disney. To także ogromna liczba tzw. kanałów internetowych, dostępnych głównie w serwisie YouTube. Stanowią one niezwykle trudny obszar regulacji.

Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych nałożyła na tych dostawców wiele nowych obowiązków dotyczących relacji między użytkownikami - odbiorcami treści, użytkownikami, dostarczającymi treści i samymi platformami. Również dla polskich platform VSP ustawowe obowiązki stanowią duże wyzwanie. Kontrolnym działaniom KRRiT w tym zakresie poświęcony jest rozdział 15.

W rozdziale 10 Krajowa Rada przedstawia zagadnienia związane z rozpowszechnianiem reklamy oraz sponsoringu. Przedstawione tam zostały takie tematy jak: przestrzeganie czasu emisji reklam przez nadawców, zasady prezentacji sponsora, nadużywanie pojęcia autopromocji, reklama tzw. niezdrowej żywności przy audycjach dla dzieci, czy też dyskusja nad normami w zakresie emisji reklamy piwa.

Ocena realizacji przez nadawców i dostawców VoD ważnych obowiązków ustawowych, takich jak: udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami wzroku lub słuchu, obowiązek rozpowszechniania komunikatów w sytuacjach nadzwyczajnych, promocja audycji w języku polskim, produkcji europejskiej i produkcji niezależnej to tematyka rozdziału 10. KRRiT z zadowoleniem obserwuje, że nadawcy starają się w sposób odpowiedzialny wypełniać te zadania. Jest to także wynik prowadzenia od wielu lat przez KRRiT monitoringu programów telewizyjnych i radiowych pod kątem zgodności z przepisami ustawy.

W ramach upowszechniania edukacji medialnej, KRRiT prowadzi szeroką politykę informacyjną na temat swojej działalności jako organu regulacyjnego oraz wspiera środowiska naukowe w ich badaniach dotyczących zjawisk zachodzących w świecie mediów. Krajowa Rada motywuje nadawców i dostawców usług medialnych do realizacji zadań związanych z poprawą świadomości odbiorców i użytkowników o przysługujących im prawach. Problematyka ta została przedstawiona w rozdziale 11.

W rozdziale 16 zostały zaprezentowane działania Przewodniczącego KRRiT i Krajowej Rady w organizacjach branżowych m.in. takich jak ERGA i EPRA, w pracach Komisji Europejskiej oraz Rady Europy, a także bilateralne kontakty z innymi regulatorami w krajach członkowskich. Regulacja mediów w UE, w związku z wejściem w życie rozporządzeń DSA i EMFA, wchodzi na wyższy poziom. Organy regulacyjne w krajach członkowskich są już lub będą w najbliższej przyszłości wyposażone w odpowiednie narzędzia niezbędne do sprawowania skutecznej kontroli nad usługami medialnymi w celu ochrony odbiorców. Ze względu na opóźnienia we wprowadzaniu do polskiego prawa przepisów wdrażających europejskie rozporządzenia, Krajowa Rada pozostaje w wielu ważnych kwestiach bez adekwatnych instrumentów prawnych.

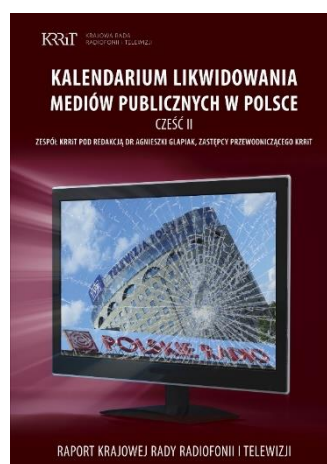
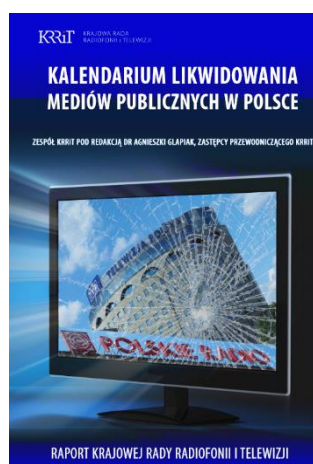
2. Media publiczne

Z powodu bezprecedensowych i całkowicie bezprawnych wydarzeń w dziejach polskich mediów, których kulminacyjnym dniem był 27 grudnia 2023 r. kiedy Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego podjął decyzje o postawieniu w stan likwidacji Telewizji Polskiej SA i Polskiego Radia SA, a następnie 29 grudnia 2023 r. kolejnych jednostek publicznej radiofonii i telewizji - 17 rozgłośni regionalnych, sprawozdawczy 2024 rok w pracach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji był bardzo trudnym okresem. KRRiT zintensyfikowała swoje działania w celu ochrony podstawowych zasad demokracji i wolności słowa, zgodnie z konstytucyjną normą z art. 213 ust. 1: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji. Był to nie tylko czas obrony niezależności i pluralizmu mediów, ale też czas odpierania nacisków i pogroźek, które miały na celu ograniczenie konstytucyjnej roli KRRiT.

2.1. „Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce” – publikacja KRRiT

W 2024 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ze szczególną uwagą monitorowała sytuację mediów publicznych po bezprecedensowym wydarzeniu, jakim był zamach na Telewizję Polską, Polskie Radio i Polską Agencję Prasową i siłowe ich przejęcie w grudniu 2023 r. oraz ogłoszenie rozpoczęcia procesu likwidacji mediów publicznych przez ówczesnego Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego Bartłomieja Sienkiewicza.

KRRiT wydała dwuczęściową publikację pt. „Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce – Raport KRRiT” pod redakcją dr Agnieszki Glapiak – zastępcy Przewodniczącego KRRiT. Raport opisuje chronologicznie przejęcie TVP, Polskiego Radia, PAP oraz rozgłośni regionalnych Polskiego Radia przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego i likwidatorów, a także działania KRRiT i innych organów konstytucyjnych, stowarzyszeń i polityków w obronie mediów publicznych. Publikacja powstała na podstawie dokumentów KRRiT, przekazów medialnych oraz wpisów w mediach społecznościowych.



Pod linkiem <https://www.gov.pl/web/krrit/analizy-raporty-i-prezentacje> po rozwinięciu zakładki 2024 r. można uzyskać dostęp do obu części Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce.

2.2. „Sytuacja mediów publicznych po roku od ogłoszenia procesu ich likwidacji” - debata ekspercka w KRRiT

Dr Agnieszka Glapiak, zastępca Przewodniczącego KRRiT, 12 grudnia 2024 r. zorganizowała i moderowała debatę ekspercką pt. „Sytuacja mediów publicznych po roku od ogłoszenia procesu ich likwidacji”, z udziałem panelistów: Macieja Świrskiego - Przewodniczącego KRRiT, Michała Adamczyka - legalnego prezesa TVP, Jolanty Hajdasz - prezesa Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, Tadeusza Deszkiewicza - prezesa Radia dla Ciebie do dnia likwidacji mediów publicznych, Wojciecha Skurkiewicza - przewodniczącego Rady Programowej TVP.

Wśród zaproszonych gości obecni byli m.in. Hanna Karp - członek KRRiT, dziennikarze: Anita Gargas, Dorota Kania, Tomasz Sakiewicz, Samuel Pereira, Jarosław Krajewski - przewodniczący Rady Programowej Oddziału Telewizji Polskiej -TVP3 Warszawa oraz posłowie Joanna Borowiak i Maciej Małecki – uczestnicy wydarzeń 20 grudnia 2023 r. w siedzibie TVP, a także dyrektorzy departamentów Biura KRRiT.

Dr Agnieszka Glapiak przypomniała, że silni ludzie wkroczyli do Telewizji Polskiej, Polskiego Radia i Polskiej Agencji Prasowej i przejęli media publiczne. Rozpoczął się czas łamania karier dziennikarskich, tłamszenia prawa obywateli do informacji poprzez niewpuszczanie dziennikarzy na konferencje prasowe przedstawicieli rządu, rozwijania tematów inspirowanych przez przedstawicieli rządu (świadczą o tym dane, mówiące, jak często w mediach publicznych występowali przedstawiciele koalicji rządzącej). Usunięto wartościowe audycje i archiwalia programowe. Przez cały 2024 rok odnotowywano spadek oglądalności TVP. Program TVP Info stracił aż 76 proc. widzów w porównaniu z rokiem poprzednim. „Media publiczne przestały się liczyć, oddały pozycję lidera” – podsumowała dr Agnieszka Glapiak. Odpływ widzów uderzył w kondycję finansową i wizerunek mediów publicznych.

Przewodniczący KRRiT Maciej Świrski odniósł się natomiast do ataków na Krajową Radę i szczegółowo wyjaśniał kwestię przekazywania środków z abonamentu mediom publicznym. Zazaczył, że KRRiT szczególnie dba o wydatkowanie środków publicznych pochodzących z abonamentu. „Z prawnego punktu widzenia żadnych przepisów nie łamiemy. Postępujemy zgodnie z prawem” – podkreślił.

Proces likwidacji mediów publicznych nie tylko zachwiał ich dotychczasową, dobrą i ugruntowaną pozycją na konkurencyjnym rynku mediów, ale też, co jest niezwykle istotne, znacząco ograniczył dostęp społeczeństwa do różnorodnych źródeł informacji. Jest to szczególnie niepokojące w kontekście zachowania pluralizmu medialnego, który jest podstawowym warunkiem funkcjonowania demokracji. Dlatego też celem działań podejmowanych przez KRRiT jest odbudowa niezależności i pluralizmu w polskich mediach publicznych, a priorytetem zawsze jest działanie w interesie publicznym, którego fundamentem są przede wszystkim niezależność i obiektywizm mediów publicznych.

Zdaniem Przewodniczącego KRRiT, konkluzja w odniesieniu do działań władzy wykonawczej jest bardzo negatywna. Bezprawne akty poważnie osłabiły rolę mediów publicznych na polskim rynku, a przez to zagroziły fundamentom demokracji, ograniczając prawa odbiorców, w tym prawo do rzetelnej informacji, powodując chaos prawny, destabilizację finansową sektora mediów publicznych, co z kolei pogłębiło dominację na rynku reklamy telewizyjnej głównych nadawców komercyjnych.

Więcej informacji na temat debaty znajduje się pod linkiem <https://www.gov.pl/web/krrit/debata-krrit/>

2.3. Zabezpieczenie środków abonamentowych

Bezprawne działania Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego uniemożliwiły stosowanie przez Krajową Radę dotychczasowych procedur przekazywania środków abonamentowych spółkom publicznej radiofonii i telewizji.

Krajowa Rada, wobec braku pewności, kto w istocie posiada tytuł prawny do dysponowania publicznymi pieniędzmi przeznaczonymi na funkcjonowanie mediów publicznych, na początku 2024 r. podjęła uchwałę w sprawie przesunięcia terminu realizacji harmonogramu przekazania środków z abonamentu, wskazując jednocześnie nadawcom publicznym ścieżkę prawną, aby mogli otrzymać te środki pomimo stanu likwidacji spółek⁵. Następnie KRRiT zdecydowała, że środki z opłat abonamentowych do czasu prawomocnego potwierdzenia przez sąd procesu likwidacji spółek, będą trafiać do depozytu sądowego⁶.

Wszelkie zatem stwierdzenia o wstrzymywaniu przez KRRiT środków z opłat abonamentowych były i są nieprawdziwe. Podjęcie środków z depozytu przez uprawnione osoby jest możliwe po złożeniu stosownych oświadczeń. W momencie podejmowania tej decyzji likwidatorzy nie zostali prawomocnie wpisani do Krajowego Rejestru Sądowego. Z tych powodów i z uwagi na przepisy prawa⁷, KRRiT nie mogła do spółek zarządzanych przez likwidatorów przekazać kolejnych transz abonamentu. Dlatego też KRRiT zdecydowała o przekazywaniu tych środków w kolejnych transzach do depozytu sądowego. Ten wadliwy stan spowodowany decyzją Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego może rozwiązać tylko sąd.

Z kolei władza wykonawcza, chcąc zaradzić problemowi przez siebie wywołanemu, zdecydowała się na początku 2024 r. przekazać z rezerwy budżetowej pieniądze spółkom mediów publicznych, co w świetle obowiązującego prawa stanowiło niedozwoloną pomoc publiczną, niezgłoszoną do Urzędu Ochrony Konsumentów i Konkurencji.

2.4. Rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji na temat możliwości uzyskania środków abonamentowych w rozgłoszeniach regionalnych

W sytuacji chaosu prawnego wywołanego przez rząd, w programach rozpowszechnianych przez 17 rozgłoszeń regionalnych Polskiego Radia, pojawiły się informacje wprowadzające w błąd opinię publiczną, co do faktycznego stanu prawnego związanego z wypłatą abonamentu. W maju 2024 r. KRRiT wydała komunikat⁸, w którym podkreśliła negatywną rolę rządu premiera Donalda Tuska w przeprowadzeniu niezgodnego z Konstytucją, procesu likwidacji mediów publicznych, którego konsekwencjami obciąża się Krajową Radę oskarżając ją o blokowanie wypłaty środków z abonamentu.

W komunikacie KRRiT ponownie podkreśliła, że środki te są złożone w depozytach sądowych, na kontach Ministerstwa Finansów. Likwidatorzy rozgłoszeń regionalnych oraz Polskie Radio SA mogą je dobrowolnie podjąć na swój własny wniosek.

⁵ Por. uchwała nr 8 z 10 stycznia 2024 r.

⁶ Por. uchwała nr 40 z 7 lutego 2024 r.

⁷ Por. art. 11 ust. 1 ustawy z 17 grudnia 2004 r. o dyscyplinie finansów publicznych.

⁸ Komunikat KRRiT z dnia 30 maja 2024 r. KRRiT wzywa do zaprzestania rozpowszechniania fake newsów na antenach 17 regionalnych rozgłoszeń Polskiego Radia - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji - Portal Gov.pl

W odpowiedzi na kolejne zarzuty pod adresem KRRiT dotyczące braku w rozgłoszeniach regionalnych wystarczających środków finansowych na funkcjonowanie, KRRiT przypominała, że rozgłoszenie utrzymują się także z reklam, sponsoringu, grantów i własnych wydawnictw. Środki z abonamentu, które są przeznaczone wyłącznie na realizację misji publicznej, stanowią jedynie uzupełnienie zasobów na pokrycie kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów.

Podobne stanowisko wobec dezinformacji i oszczerstw prezentowanych przez tzw. likwidatorów, podczas konferencji prasowej 6 czerwca 2024 r. zajął Przewodniczący KRRiT odnosząc się m.in. do faktu, że sami tzw. likwidatorzy, którzy w praktyce pełnią funkcję osób zarządzających jednostkami publicznego radia i telewizji na swojej konferencji potwierdzili, że likwidacja tych mediów to tylko czynność pozorna, tymczasowa, która może być w każdej chwili cofnięta. Miało to miejsce bezpośrednio po odrzuceniu przez Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie kolejnej skargi na uchwały KRRiT o przekazaniu środków abonamentowych do depozytu sądowego⁹. Likwidatorzy zarzucając Przewodniczącemu KRRiT intencję zniszczenia mediów publicznych i przypisując jego działaniom charakter bezprawny, wpisali się w propagandowy charakter działań rządu, który służy do uzasadnienia siłowego przejęcia mediów publicznych przez władzę wykonawczą.

Odsłaniając faktyczny cel działań Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, zmierzającego do podporządkowania sobie mediów publicznych i uczynienia z nich mediów rządowych, Przewodniczący KRRiT przywołał wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 2016 roku¹⁰, w którym Trybunał orzekł, że niezgodne z Konstytucją, a zatem sprzeczne z prawem, jest pozbawianie KRRiT wpływu na powołanie władz publicznej radiofonii i telewizji. Należy podkreślić, że ten wyrok zapadł przy pełnej aprobacie ówczesnego Rzecznika Praw Obywatelskich, a obecnego Ministra Sprawiedliwości Adama Bodnara.

Odnosząc się do zarzutu rzekomego „głodzenia rozgłoszeń regionalnych Polskiego Radia Przewodniczący KRRiT zwrócił uwagę, że mimo półrocznej działalności tzw. likwidatorów żadna ze spółek nie planuje zamknięcia swojej działalności. Przeciwnie, tzw. likwidatorzy domagają się kolejnych środków finansowych fałszywie uzasadniając, że brakujące obecnie w ich budżecie wpływy z abonamentu to aż od 60 do 85% ich całego budżetu. Jednak z danych, określonych w planach programowo – finansowych spółek za 2024 rok wynika, że pieniądze z abonamentu pokrywają koszty audycji misyjnych w regionalnych rozgłoszeniach, w wysokości od ok. 34 do ok. 50%, w zależności od anteny. W Telewizji Polskiej jest to ok. 8%, a w Polskim Radiu ok. 40%. Ponadto spółki osiągnęły w 2023 r. nadwyżkę budżetową w kosztach realizacji misji, którą w całości powinny przeznaczyć na działania misyjne w 2024 roku¹¹. Przewodniczący KRRiT przypominał, że z doniesień prasowych wynika, iż likwidowane jednostki zostały solidnie zasilone finansowo z budżetu państwa.

⁹ Por. <https://www.gov.pl/web/krrit/odpowiedz-przewodniczacego-krrit-na-dezinformacje-i-oszczerstwa-tzw-likwidatorow-zaprezentowane-na-konferencji-prasowej-dnia-6-czerwca-br-zorganizowanej-po-odrzczeniu-przez-wojewodzki-sad-administracyjny-w-warszawie-kolejnej-skargi-na-uchwaly-krrit>

¹⁰ Wyrok zapadł w składzie: Andrzej Rzepliński – przewodniczący, członkowie: Leon Kieres, Stanisław Rymar, Piotr Tuleja i Marek Zubik.

¹¹ <https://www.gov.pl/web/krrit/media-publiczne-osiagnely-w-2023-r-nadwyzke-budzetowa-w-lacznej-kwocie-83-967-tys-zl-Informacje-medialne-o-rzekomym-zagladzaniu-mediow-publicznych-przez-Przewodniczacego-KRRiT-sa-nieprawdziwe>

Likwidatorzy wprowadzali opinię publiczną w błąd twierdząc, że nie mogli odebrać pieniędzy z depozytów sądowych, ponieważ wnioski o ich wypłatę są odrzucane i środki wracają na konto KRRiT. Te twierdzenia były kolejną manipulacją.

Pieniądze z abonamentu skierowane na realizację misji publicznej były bezpośrednio wypłacane tym spółkom, których likwidatorzy zostali prawomocnie wpisani do KRS, a więc tym podmiotom, których wpisy sądy uznały za zgodne z prawem. Wśród 17 rozgłośni radiowych było siedem takich przypadków (Radio Poznań, Radio dla Ciebie, Radio Lublin, Radio Katowice, Radio Łódź, Radio Rzeszów, Radio Gdańsk).

Informacje dotyczące wypłaty środków abonamentowych zostały przedstawione w rozdziale 12.

2.5. Decyzja KRRiT o wypłacie środków abonamentowych w związku ze stanem nadzwyczajnym związanym z powodzią 17 września 2024 r.

W obliczu katastrofalnych skutków powodzi, która dotknęła wiele polskich rodzin, a także potrzeby wsparcia mediów publicznych, które są głównym źródłem informacji, Krajowa Rada podjęła decyzję o zmianie uchwały nr 40/2024 z 7 lutego 2024 r. dotyczącej wykorzystania wpływów z opłat abonamentowych na realizację misji publicznej. KRRiT podjęła taką decyzję w trosce o interes odbiorców poszkodowanych lub mogących być poszkodowanymi skutkami naturalnej katastrofy, która nawiedziła kraj.

KRRiT postanowiła przyspieszyć wypłatę kolejnej transzy środków z abonamentu z ich przeznaczeniem przede wszystkim dla ośrodków regionalnych. KRRiT podjęła również uchwałę o przekazaniu mediom nadwyżki za 2022 rok w kwocie ponad 22 mln zł.

Telewizja Polska otrzymała 51% tej kwoty. Spółka została zobowiązana do przekazania 70% środków dla oddziałów regionalnych TVP. Pozostałe 49% otrzymało Polskie Radio i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia. Informacje dotyczące wypłaty środków abonamentowych w związku z powodzią znajdują się również w części pt. Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 r.

2.6. Apel Przewodniczącego KRRiT do Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sprawie pilnego zakończenia procesu likwidacji mediów publicznych oraz zapewnienia realnego i stałego finansowania ze środków innych niż abonament

Krajowa Rada w listopadzie 2024 r. pomimo pozytywnej oceny projektów, podjęła uchwałę w sprawie odmowy upoważnienia Przewodniczącego KRRiT do zawarcia porozumień z jednostkami publicznej radiofonii i telewizji w sprawie ustalenia kart powinności tych jednostek na lata 2025-2029¹².

W ocenie KRRiT, do realizacji ustawowych zadań misji publicznej wszystkie spółki mediów publicznych wskazały szacunkowe koszty na poziomie obecnie niemożliwym do sfinansowania ze środków publicznych, również przy założeniu wykorzystania zaplanowanych środków własnych. Powoduje to, że w każdym roku obowiązywania kart powinności na lata 2025-2029 wystąpi znaczny niedobór środków finansowych. Z analizy kart powinności wynika, że na pełną realizację zadań misji

¹² <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-jednoglosnie-odmowila-upowaznienia-przewodniczacego-macieja-swirskiego-do-zawarcia-porozumienia-w-sprawie-ustalenia-kart-powinnosci-mediow-publicznych-na-lata-2025--2029>

publicznej w okresie 5 lat, w kształcie określonym w tych kartach, brakuje środków finansowych w wysokości prawie 15 mld zł.

Według KRRiT, wszelkie założenia co do przychodów nadawców publicznych w kolejnych latach obowiązywania kart powinny, pochodzących z dotacji z budżetu państwa, jeśli nie będzie określonej wyraźnej podstawy prawnej regulującej takie dotacje, należy uznać za co najmniej przedwczesne i nieuzasadnione. KRRiT podtrzymała stanowisko, iż ustalanie kart powinny dla spółek mediów publicznych pozostaje w sprzeczności z celami procesu likwidacji. Do czasu przywrócenia stanu prawnego zgodnego z ustawą o radiofonii i telewizji, zwłaszcza w świetle wyroku Trybunału Konstytucyjnego¹³ oraz zakończenia pozorności postępowań likwidacyjnych, a także zapewnienia stabilnego finansowania misji publicznej ze środków publicznych, brak jest podstaw do ustalenia kart powinny na lata 2025-2029 w kształcie przedłożonym przez spółki publicznej radiofonii i telewizji.

Przewodniczący KRRiT zaapelował do MKiDN, odpowiedzialnego za stan prawny spółek mediów publicznych, o pilne podjęcie działań w celu zakończenia procesu likwidacji oraz zapewnienia stabilnego systemu finansowania misji publicznej, co pozwoli na niezakłóconą realizację wszystkich ustawowych zobowiązań. Apel pozostał bez merytorycznego odniesienia się do tego problemu.

2.7. Stronniczość przekazu w TVP – raport KRRiT

Krajowa Rada 22 kwietnia 2024 r. opublikowała raport na temat realizacji misji publicznej przez TVP w likwidacji. Monitoring serwisu informacyjnego TVP: 19.30 oraz kontekstowo Faktów TVN, Wydarzeń Telewizji Polsat i Dzisiaj TV Republiki, przeprowadzono w okresie od 21 grudnia 2023 r. do 31 marca 2024 r. Raport potwierdził ogromny spadek oglądalności po przejęciu mediów przez koalicję rządzącą oraz pomijanie w programach TVP informacji niewygodnych dla obozu władzy¹⁴.

Unikanie informacji niewygodnych dla koalicji rządzącej, skąpe i jednostronne relacje na temat tzw. odbicia mediów publicznych i wątpliwości związanych z legalnością działań władz w tej sferze, błędy merytoryczne i wpadki techniczne – to główne wnioski z wynikające z monitoringu głównego serwisu informacyjnego telewizji publicznej „19.30”.

Analiza pokazała, że w porównaniu z programami informacyjnymi konkurencyjnych stacji telewizyjnych - „Faktów” TVN, „Wydarzeń” Polsatu i „Dzisiaj” TV Republika, serwis „19.30” unikał relacji dotyczących przejęcia mediów publicznych przez rząd Donalda Tuska, nie odnotowano również żadnych ujęć ilustrujących siłowy sposób i moment wtargnięcia do budynków Telewizji Polskiej, Polskiego Radia i Polskiej Agencji Prasowej. Nie było też relacji z przebiegu społecznych protestów w obronie mediów publicznych. W materiałach nie zamieszczano wypowiedzi konstytucjonalistów, stanowiska Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, KRRiT i Przewodniczącego KRRiT odnoszących się krytycznie do sposobu siłowego przejęcia mediów publicznych.

Monitoring wykazał, że serwis „19.30” nie informował lub bardzo lakonicznie wspominał o innych niewygodnych dla władzy tematach, m. in. o demonstracjach pod zakładami karnymi, w których przebywali zatrzymani w Pałacu Prezydenckim posłowie opozycji Mariusz Kamiński i Maciej Wąsik. Informowały o tym pozostałe telewizje. Pominęto temat dziennikarskiego śledztwa w sprawie byłego

¹³ Por. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 18 stycznia 2024 r. w sprawie K 29/23

¹⁴ <https://www.gov.pl/web/krrit/ogromny-spadek-ogladalnosci-serwisu-informacyjnego-tvp-1930-raport-z-monitoringu-krrit>

Marszałka Senatu Tomasza Grodzkiego z Platformy Obywatelskiej, podejrzanego o korupcję w czasach, gdy był dyrektorem szpitala.

Późniejsza analiza wykazała, że w serwisie „19.30” nie podawano też tematów niewygodnych dla władzy, jak np. rolnicze protesty w całym kraju, okoliczności aresztowania i niehumanitarnego traktowania księdza Michała Olszewskiego i dwóch byłych urzędniczek Ministerstwa Sprawiedliwości, sprawa rosyjskiego szpiega Pawła Rubcowa vel Pablo Gonzaleza oraz jego partnerki, polskiej dziennikarki wchodzącej w skład tzw. „grupy Wejście” siłowo przejmującej media publiczne w grudniu 2023 r. Pomijano także krytykę działania rządu podczas powodzi w południowo-zachodniej Polsce.

2.8. Brak równowagi w audycjach przedstawiających stanowiska partii politycznych w węzłowych sprawach publicznych

Zgodnie z art. 23 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji media publiczne mają obowiązek stwarzania partiom politycznym możliwości przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych. Tryb postępowania w tych sprawach uregulowany został w rozporządzeniu KRRiT z 24 kwietnia 2003 r. *w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych*.

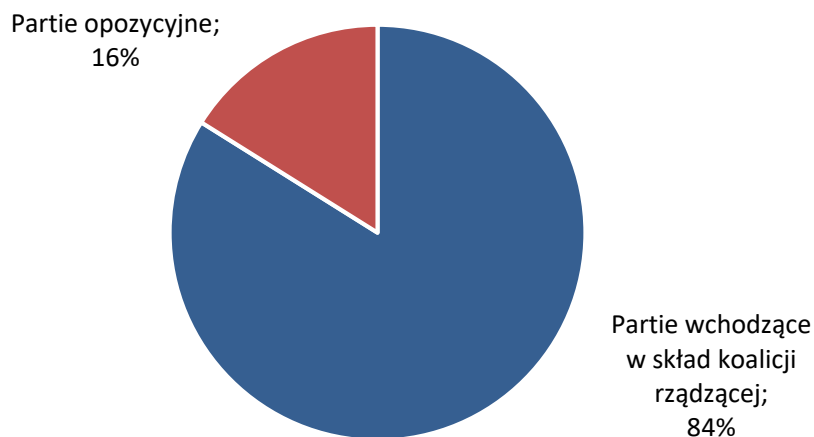
Spółki publicznej radiofonii i telewizji przekazywały KRRiT po zakończeniu każdego kwartału 2024 r. sprawozdania dotyczące czasu antenowego przeznaczonego na rozpowszechnianie audycji przedstawiających stanowiska partii politycznych w węzłowych sprawach publicznych.

Ze sprawozdań tych wynika, że w 2024 r. media publiczne zdecydowanie więcej czasu przeznaczyły dla partii politycznych wchodzących w skład koalicji rządzącej niż dla partii opozycyjnych.

Telewizja Polska

W 2024 r. w programach Telewizji Polskiej łączny czas partii politycznych wyniósł 743 godz. 2 min, w tym czas partii wchodzących w skład koalicji rządzącej (Platforma Obywatelska, Inicjatywa Polska, Nowoczesna, Polskie Stronnictwo Ludowe, Polska 2050 Szymona Hołowni, Nowa Lewica, Lewica Razem, Centrum dla Polski, Polska Partia Socjalistyczna, Ruch Społeczny Agrounia TAK, Partia Zieloni, Unia Europejskich Demokratów) wyniósł 623 godz. 33 min, a czas partii opozycyjnych (tj. pozostałych partii) wyniósł 119 godz. 29 min.

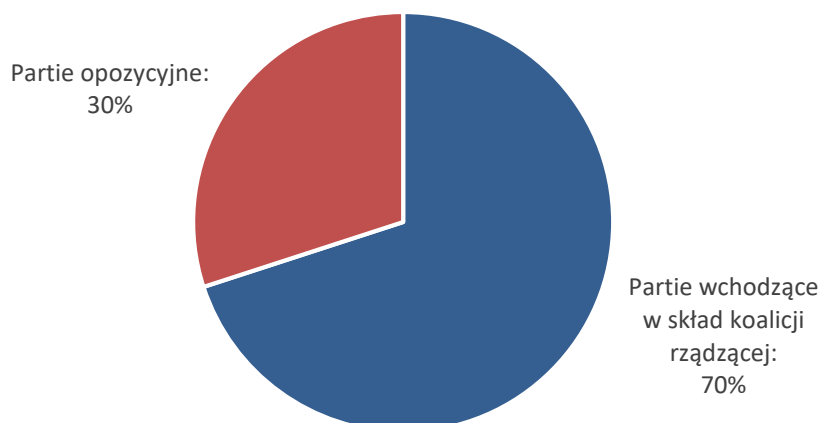
Proporcje pomiędzy partiami tworzącymi rząd, a partiami opozycyjnymi przedstawia poniższy wykres (w %).

Udział (%) partii w czasie wszystkich partii w okresie styczeń-grudzień 2024 r.

Źródło: Biuro KRRiT

Polskie Radio

W 2024 r. w programach Polskiego Radia łączny czas partii politycznych wyniósł 298 godz. 27 min, w tym czas partii wchodzących w skład koalicji rządzącej (Platforma Obywatelska, Inicjatywa Polska, Nowoczesna, Polskie Stronnictwo Ludowe, Polska 2050 Szymona Hołowni, Nowa Lewica, Lewica Razem, Centrum dla Polski, Polska Partia Socjalistyczna, Partia Zieloni, Unia Europejskich Demokratów, Bezpartyjni Samorządowcy - Łączy nas Polska) wyniósł 208 godz.50 min, a czas partii opozycyjnych (tj. pozostałych partii) wyniósł 89 godz. 37 min.

Udział (%) partii w czasie wszystkich partii w okresie styczeń-grudzień 2024 r.

Źródło: Biuro KRRiT

Rozgłośnie Regionalne Polskiego Radia

Rozgłównia	Udział partii należących do koalicji rządowej (%)	Udział partii należących do opozycji (%)
Polskie Radio Zachód	74	26
Polskie Radio Łódź	70	30
Polskie Radio Koszalin	68	32
Polskie Radio Olsztyn	68	32
Polskie Radio Wrocław	67	33
Polskie Radio Kraków	66	34
Polskie Radio dla Ciebie	67	33
Polskie Radio Gdańsk	63	37
Polskie Radio Katowice	62	38
Polskie Radio Szczecin	64	36
Polskie Radio Kielce	64	36
Polskie Radio Rzeszów	60	40
Polskie Radio Pomorza i Kujaw	60	40
Polskie Radio Poznań	60	40
Polskie Radio Opole	59	41
Polskie Radio Lublin	58	42
Polskie Radio Białystok	54	46

Źródło: Biuro KRRiT

Szczegółowe informacje na ten temat Krajowa Rada przedstawiła 31 stycznia 2025 r. na swojej stronie internetowej¹⁵ wraz z tabelami prezentującymi udział poszczególnych partii politycznych w programach wszystkich spółek mediów publicznych.

Informacje te zostały także zaprezentowane w „Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce – Raport KRRiT” część 2 pod redakcją dr Agnieszki Glapiak – zastępcy Przewodniczącego KRRiT¹⁶.

¹⁵ <https://www.gov.pl/web/krrit/partie-koalicji-rzadzacej-otrzymaly-w-2024-r-w-publicznych-mediach-zdecydowanie-wiecej-czasu-antenowego-niz-partie-opozycyjne>

¹⁶ Por. pkt 2.1

2.9. Drastyczne spadki oglądalności – skutek procesu likwidacji mediów publicznych

Sygnal TVP Info został wyłączony 20 grudnia 2023 r. Tego dnia nie wyemitowano również głównych programów informacyjnych na innych antenach Telewizji Polskiej. To bezprecedensowe wydarzenie w historii demokratycznej Polski, negatywnie odbiło się na wynikach oglądalności poszczególnych programów, a także audycji informacyjnych TVP, w tym „19.30”, „Panoramy” i „Teleexpressu”.

Kolejne miesiące 2024 r. nie przyniosły poprawy sytuacji, telewizja publiczna nadal nie odzyskiwała widzów i traciła udziały w rynku. W porównaniu do 2023 r. czołowe audycje Telewizji Polskiej zanotowały znaczące spadki oglądalności.

Szczegółowe informacje na ten temat znajdują się w części pt. „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 r.”.

3. KRRiT jako organ konstytucyjny

3.1. Niezależność organów regulacyjnych

Przewodniczący KRRiT prezentując 26 czerwca 2024 r. *Sprawozdanie z rocznej działalności KRRiT za 2023 r.* podczas debaty w Senacie RP, podkreślił potrzebę uszanowania przez organy władzy ustawodawczej i wykonawczej, konstytucyjnej roli KRRiT oraz jej niezależności gwarantowanej w art. 213 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Fakt przynależności KRRiT do grona konstytucyjnych organów kontroli państwa i ochrony prawa stanowi w Polsce zasadę ustrojową.

KRRiT stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji, a ochrona tych wartości uzasadnia uniezależnienie mediów od jakichkolwiek dyspozycji rządu. Kontrola programowa mediów dopuszczalna jest wyłącznie *ex post*, ale i ten rodzaj kontroli nie może w państwie demokratycznym spoczywać w rękach tego samego organu, który kieruje polityką państwa.

Niezależność medialnych organów regulacyjnych w państwach członkowskich Unii Europejskiej gwarantują przepisy dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, wskazując jednocześnie na rządowy obowiązek zapewnienia takim organom właściwych warunków działalności oraz finansowania stabilnego, pewnego i adekwatnego do zadań.

Od 2018 r. ustawodawca unijny rozszerzał obowiązki regulatorów medialnych powierzając im pieczę nad działalnością nowych usług, takich jak usługi medialne na żądanie (VoD) czy platformy udostępniania wideo (VSP). Akt o usługach cyfrowych (DSA), przyjęty przez Radę Unii Europejskiej 4 października 2022 r., powinien ugruntować obowiązki KRRiT poddając jej regulacji nie tylko media audiowizualne, ale również cyfrową prasę. Jak dotychczas tak się jednak nie stało, ponieważ rząd optuje za inną koncepcją wdrożenia do polskiego prawa przepisów DSA.

Więcej informacji dotyczących tych kwestii zostało przedstawionych w rozdziale 17.

3.2. Sprzeciw Członków KRRiT wobec wniosku o postawienie Przewodniczącego KRRiT przed Trybunałem Stanu

W maju 2024 roku, prowadząc konsekwentną politykę niszczenia niezależności KRRiT jako organu konstytucyjnego, odpowiedzialny za chaos prawny w mediach publicznych Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego Bartłomiej Sienkiewicz, zapowiedział postawienie Przewodniczącego KRRiT przed Trybunałem Stanu.

Członkowie KRRiT w stanowisku z 9 maja 2024 r. wyrazili w stanowczy sprzeciw wobec tej deklaracji podkreślając, że jest ona odbierana jako bezprecedensowa próba zastraszenia organu konstytucyjnego oraz wywieranie nacisku w celu uzyskania korzystnych dla władzy wykonawczej postanowień¹⁷.

¹⁷ <https://www.gov.pl/web/krrit/oswiadczenie-czlonkow-krajowej-rady-radiofonii-i-telewizji>

3.3. Ostracyzm wobec KRRiT ze strony instytucji rządowych objawiający się eliminowaniem jej roli w procesach legislacyjnych

W ubiegłorocznej debacie parlamentarnej Przewodniczący KRRiT podkreślał potrzebę rzetelnego przygotowania się do wdrożenia ważnych aktów prawnych UE, które w istotny sposób będą wpływać na otoczenie regulacyjne mediów, jednocześnie deklarując aktywną rolę KRRiT w opracowaniu odpowiednich rozwiązań prawnych.

W lutym 2024 r. minął czas wyznaczony na wdrożenie do polskiego porządku prawnego Aktu o usługach cyfrowych (DSA)¹⁸. Do tego czasu państwa członkowskie powinny nominować krajowego koordynatora ds. usług cyfrowych oraz zdecydować o wyznaczeniu innych organów właściwych. Powinny też przyjąć ustawę wdrażającą DSA z określeniem szczegółowych zakresów kompetencji, zasad współpracy oraz innych zagadnień proceduralnych, które DSA pozostawia do uregulowania w prawie krajowym.

Od przyjęcia DSA 4 października 2022 r. przez Radę Unii Europejskiej, Krajowa Rada przez kolejne lata zwracała uwagę na konieczność przyspieszenia prac dotyczących wdrożenia DSA w Polsce oraz zgłaszała propozycje merytoryczne m.in. podkreślając, że KRRiT powinna być organem właściwym w obszarze ochrony swobody wypowiedzi i prawa do informacji użytkowników platform właściwego w sprawach wolności wypowiedzi i prawa do informacji, wskazując wprost na wykluczenie internetowych służących wymianie treści.

Te postulaty nie znalazły żadnego odzwierciedlenia w projektach przygotowywanych przez Ministerstwo Cyfryzacji. W ocenie KRRiT nastąpiło upolitycznienie sposobu wdrażania DSA w Polsce i wynikające z niego ryzyko cenzury treści w Internecie.

Rząd RP podważa konstytucyjną rolę niezależnego, pluralistycznego organu regulacyjnego obecnego składu KRRiT ze względów politycznych, a nie merytorycznych¹⁹.

Więcej informacji dotyczących tych kwestii zostało przedstawionych w rozdziale 17.

Podobna sytuacja ma miejsce także w przypadku wdrożenia Europejskiego Aktu o wolności mediów (EMFA)²⁰. W ocenie KRRiT rozporządzenie to ma charakter pozatraktatowy, ale zgodnie z polskim porządkiem prawnym, wymaga odpowiednich zmian m.in. w ustawie o radiofonii i telewizji. Nowelizacja ustawy powinna obejmować powierzenie istotnej części zadań organowi właściwemu w sprawach usług medialnych.

W związku z wdrożeniem EMFA, podobnie jak w przypadku DSA, Krajowa Rada zadeklarowała pełną gotowość do współpracy z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego w celu wypracowania możliwie najlepszych rozwiązań regulacyjnych.

¹⁸ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (Akt o usługach cyfrowych - DSA).

¹⁹ Por. projekt z dnia 13 grudnia 2024 r. ustawy wdrażającej DSA, w tym uzasadnienie str. 63: „*Ponadto, biorąc pod uwagę kompetencje Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w zakresie działalności platform udostępniania wideo, mogłaby ona w przyszłości, po niezbędnych reformach mających na celu zagwarantowanie jej niezależności, zostać również uznana za właściwy organ w rozumieniu art. 49 Rozporządzenia*”.

²⁰ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1083 w sprawie ustanowienia wspólnych ram dla usług medialnych na rynku wewnętrznym i zmiany dyrektywy 2010/13/UE (Europejski Akt o wolności mediów - EMFA) – por. rozdział 17.

Jednocześnie KRRiT zapowiedziała, że w przypadku przyjęcia szerszego niż wynika to wprost z EMFA podejścia do zmiany przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, będzie wnioskowała poszerzenie tego katalogu zmian o inne propozycje, które wynikają z dotychczasowej praktyki stosowania dyrektywy o usługach audiowizualnych, i które w przeszłości wielokrotnie były ze strony KRRiT przedmiotem postulatów *de lege ferenda*.

Niestety głos ten nie został wysłuchany. KRRiT została pozbawiona zarówno bezpośredniego wpływu na kształt dyskusji o projektowanych rozwiązaniach, jak również możliwości zgłoszenia postulatów dotyczących modernizacji istniejących przepisów.

W pracach Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego związanych z wdrożeniem EMFA pojawiły się również zapowiedzi w sprawie przyjęcia nowego modelu finansowania mediów publicznych. KRRiT nie została włączona również i do tych prac, choć jako organ odpowiedzialny za nadzór nad realizacją misji oraz za podział środków na jej wykonanie, ma największą wiedzę i kompetencje do przygotowania propozycji zmian. W szczególności dotyczy to organizacji okresu przejściowego i zabezpieczenia w jego trakcie misyjnej działalności publicznej radiofonii i telewizji.

KRRiT apelowała do resortu odpowiedzialnego za realizację ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłatach abonamentowych, o pilną zmianę sposobu pozyskiwania środków na finansowanie misji publicznej. Niepewność związana z brakiem stabilnego systemu finansowania mediów publicznych spowodowała m.in. problemy związane z przyjęciem w 2024 r. nowych Kart powinności dla mediów publicznych na lata 2025 -2029.

3.4. Pomijanie konstytucyjnej i ustawowej roli KRRiT w związku z wpisaniem przez Radę Ministrów do wykazu podmiotów podlegających ochronie spółek TVN i Telewizja Polsat

Rada Ministrów 18 grudnia 2024 r. przyjęła rozporządzenie w sprawie wykazu podmiotów podlegających ochronie oraz właściwych dla nich organów kontroli. Rozporządzenie będzie obowiązywało do 31 grudnia 2027 r. Rada Ministrów rozszerzyła listę podmiotów objętych ochroną o spółki posiadające koncesje na rozpowszechnianie programów tj. Telewizję Polsat Sp. z o.o. oraz TVN SA.

W stanowisku z 18 grudnia 2024 r. KRRiT uznała, że działanie Rady Ministrów miało miejsce z pominięciem konstytucyjnej i ustawowej roli Krajowej Rady w szczególności:

- art. 213 – 215 Konstytucji RP wskazujących na niezależność od Rady Ministrów i organów administracji rządowej, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako konstytucyjnego organu kontroli państwowej i ochrony prawa,
- art. 6 ust. 2 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji, stanowiącego, iż do zadań Krajowej Rady należy projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na żadnym z etapów prac legislacyjnych nie konsultowała zamierzeń rządu, ani nawet nie była informowana o planowanym nowym trybie nadzoru nad mediami prywatnymi sprawowanym przez Radę Ministrów, czyli nadzorze całkowicie innym niż wynika to z ustawy radiofonii i telewizji.

KRRiT stwierdziła, że powyższe działania Prezesa Rady Ministrów i członków Rady Ministrów w dziedzinie kontroli rynku medialnego w Polsce stanowią kolejną próbę uzurpacji kompetencji przysługujących Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, jak również mogą stanowić wstęp do wywierania przez administrację rządową wpływu na treść programu oferowanego przez uzależnionych od siebie nadawców²¹.

²¹ <https://www.gov.pl/web/krrit/rzad-rzeczypospolitej-polskiej-uzurpuje-sobie-prawa-krrit>

4. Odpowiedzialność mediów oraz bezpieczeństwo informacyjne

4.1. Równy dostęp mediów do informacji o działaniach rządu i innych instytucji państwowych

Krajowa Rada zaniepokojona licznymi przypadkami stosowania zakazu wstępu wobec dziennikarzy m.in. TV Republika na konferencje i briefingi prasowe członków rządu, w stanowisku z 2 lipca 2024 r. wyraziła stanowczy sprzeciw wobec powyższych praktyk uniemożliwiających niektórym redakcjom wykonywanie podstawowych obowiązków, wynikających z ustawy Prawo prasowe²².

Art. 61 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej mówi o prawie obywateli do uzyskania informacji o działalności organów władzy publicznej. Prawo prasowe w art.2 wskazuje wprost, że „*Organy państwowe zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej stwarzają prasie warunki niezbędne do wykonywania jej funkcji i zadań, w tym również umożliwiające działalność redakcjom dzienników i czasopism zróżnicowanych pod względem programu, zakresu tematycznego i prezentowanych postaw.*” Także art. 4 ustawy o dostępie do informacji publicznej mówi o obowiązku władz publicznych do udostępniania informacji, zaś art. 18 wskazuje, że dostęp do informacji nie może być umożliwiany tylko wybranym podmiotom. Prawo prasowe stanowi ponadto, iż nie wolno utrudniać prasie zbierania materiałów krytycznych ani w jakikolwiek sposób tłumić krytyki (art. 6 tej ustawy).

Krajowa Rada odnotowała liczne przypadki ograniczania dostępu dziennikarzy do informacji, co miało miejsce także podczas konferencji prasowych członków rządu i sztabów kryzysowych na temat jesiennej powodzi w południowo - zachodniej Polsce. Te ograniczenia można kwalifikować jako działanie zagrażające bezpieczeństwu publicznemu.

W komunikacie z 16 września 2024 r. Krajowa Rada podkreśliła, że równy dostęp wszystkich mediów jest niezbędny, aby jak najszersze grono obywateli zostało poinformowane o podejmowanych działaniach, które mogą przyczynić się do ratowania życia i niesienia pomocy. Wiedza o zagrożeniach, aktualnych działaniach służb ratunkowych, czy zaleceniach sztabów kryzysowych pozwala ludziom podejmować odpowiednie działania, aby chronić siebie, swoje zdrowie i majątek. Blokowanie dziennikarzom dostępu do informacji jest niedopuszczalne i niezgodne z prawem, tym bardziej w sytuacjach zagrożenia²³.

W związku z licznymi przypadkami braku równego traktowania mediów w dostępie do informacji publicznej 8 listopada 2024 r. Przewodniczący KRRiT zwrócił się do Rzecznika Praw Obywatelskich o interwencję, informując m.in. o stosowaniu cenzury przez organizatorów konferencji prasowych premiera Donalda Tuska²⁴. Cenzura ta przybiera formy blokowania uczestnictwa w konferencjach oraz utrudniania zadawania pytań. Przewodniczący KRRiT podkreślił, że w ten sposób naruszane są prawa

²² <https://www.gov.pl/web/krrit/stanowisko-krajowej-rady-radiofonii-i-telewizji-z-2-lipca-2024-r-w-sprawie-rownego-dostepu-do-informacji-publicznej>

²³ <https://www.gov.pl/web/krrit/apel-krrit-do-mediow-o-rozwage-i-rzetelnosc-podczas-informowania-o-katastroficznej-powodzi-w-polsce>

²⁴ <https://www.gov.pl/web/krrit/konferencje-prasowe-premiera-donald-tuska-sa-cenzurowane-i-naruszaja-prawo-obywateli-dostepu-do-informacji--pismo-przewodniczacego-krrit-do-rzecznika-praw-obywatelskich>

obywateli, w tym przypadku odbiorców programów radiowych i telewizyjnych, którzy dostęp do informacji uzyskują za pośrednictwem danej redakcji.

Zgodnie z Konstytucją RP i prawem prasowym każdy obywatel ma prawo do informacji o działalności organów władzy publicznej i osób pełniących funkcje publiczne. To jedno z podstawowych praw obywatelskich wymienionych w ustawie zasadniczej oraz w ustawie o radiofonii i telewizji w jej art.1 ust.1 pkt 1.

4.2. Apel KRRiT do mediów o rozwagę i rzetelność podczas informowania o katastrofalnej sytuacji powodziowej w Polsce²⁵

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji z najwyższą uwagą monitorowała doniesienia środków przekazu na temat tych tragicznych wydarzeń. W ocenie KRRiT, nie wszystkie media przekazywały rzetelne i wiarygodne informacje, bez podsycania negatywnych emocji i wzbudzania paniki wśród osób dotkniętych kataklizmem. Klęska żywiołowa nigdy nie może być traktowana jako tzw. interesujący temat.

Krajowa Rada 16 września 2024 r. skierowała do mediów apel, aby pamiętano, że najważniejsze wartości to zdrowie i życie ludzi oraz ich bezpieczeństwo. W sytuacji, gdy straż pożarna, policja, wojsko i służby ratownicze walczą z żywiołem, rzetelne i obiektywne przekazywanie informacji jest niezbędnym warunkiem skutecznej pomocy i jej koordynowania przez właściwe instytucje państwa. Media to niezmiennie istotny element propagowania działań i poleceń sztabów antykrzysowych. To ten element, który ma wpływ na zdrowie, życie i bezpieczeństwo mieszkańców danego terenu.

4.3. Zwiększenie odpowiedzialności i transparentności mediów

Reakcja KRRiT na fałszywą depeszę PAP o możliwości częściowej mobilizacji w Polsce²⁶

Polska Agencja Prasowa 31 maja 2024 r. o godz. 14.00 nadała fałszywą depeszę o najwyższym priorytecie, jakoby w Polsce miała nastąpić częściowa mobilizacja wojskowa. Depesza została po kilku minutach wycofana z serwisu, potem została nadana ponownie, po czym po raz kolejny anulowana, a PAP w końcu przekazała komunikat, że depesza jest nieprawdziwa. KRRiT zaapelowała do osób odpowiedzialnych w mediach za bezpieczeństwo infrastruktury informatycznej o prowadzenie stałej kontroli w celu wyeliminowania zagrożeń hakerskich. W ocenie KRRiT tego typu ataki będą mieć miejsce coraz częściej, a szkody wyrządzane przez publikowanie fake newsów mogą zagrozić bezpieczeństwu państwa i jego obywateli, bezpieczeństwu międzynarodowemu oraz wywoływać strach i destabilizację społeczną.

Informacja KRRiT o możliwości zgłaszania incydentów o charakterze informacyjnym w czasie wyborów do Parlamentu Europejskiego²⁷

Od 5 czerwca 2024 r. KRRiT na swojej stronie internetowej udostępniła wskazówki pomocne w zgłaszaniu wszelkich przejawów zakłóceń informacyjnych, mogących wpłynąć na przebieg wyborów do Parlamentu Europejskiego.

²⁵ <https://www.gov.pl/web/krrit/apel-krrit-do-mediow-o-rozwage-i-rzetelnosc-podczas-informowania-o-katastroficznej-powodzi-w-polsce>

²⁶ <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-wyraz-zaniepokojenie-brakiem-zapewnienia-bezpieczenstwa-informacyjnego-i-opublikowaniem-fake-newsow-przez-polska-agencje-prasowa>

²⁷ <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-informuje-o-mozliwosci-zglaszania-wszelkich-przejawow-zaklocen-informacyjnych-mogacych-wplynac-na-przebieg-wyborow-do-parlamentu-europejskiego>

KRRiT zachęcała w ten sposób obywateli do zgłaszania wszelkich incydentów o charakterze dezinformacyjnym, szczególnie w kontekście zbliżających się wyborów oraz wskazała podmioty publiczne, do których można zgłaszać niepokojące incydenty: NASK, CERT Polska, CERT Artemis, ABW, CSIRT GOV, MSZ – stop dezinformacji. Krajowa Rada wskazując właściwe skrzynki i adresy, określiła jednocześnie jakiego typu sprawy należy zgłaszać do tych podmiotów według ich właściwości merytorycznej.

Przeciwdziałanie zagrożeniom hybrydowym w sferze informacyjnej

KRRiT jest ważnym elementem w państwowym systemie przeciwdziałania zagrożeniom hybrydowym w sferze informacyjnej. W sytuacji dużego prawdopodobieństwa wystąpienia w Polsce takich działań rola ta jeszcze bardziej wzrasta.

Obserwacja nasilających się ataków hybrydowych, przybierających formę stałej wojny informacyjnej, realizowanej poprzez kampanie dezinformacyjne w mediach, operacje w mediach społecznościowych z wykorzystaniem botów lub trolli, akcje rozsyłania smsów z fałszywymi komunikatami, hakowanie skrzynek mailowych organów państwowych, skłoniły KRRiT do przyjęcia 14 czerwca 2024 r. stanowiska, w którym KRRiT zadeklarowała zachowanie szczególnej rzetelności w zakresie udzielania koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych i radiowych.

Ustawa o radiofonii i telewizji stanowi, iż podmioty ubiegające się o koncesję oraz nadawcy są zobowiązani do nierozpowszechniania w swoich programach treści zagrażających bezpieczeństwu państwa. Art. 36 ust. 2 tej ustawy określa przesłanki wykluczające udzielenie koncesji. Przewodniczący KRRiT nie udziela jej m.in. w sytuacjach stanowiących zagrożenie dla bezpieczeństwa państwa. Zgodnie z tym przepisem, odmowa udzielenia koncesji następuje, jeżeli rozpowszechnianie programów przez wnioskodawcę mogłoby spowodować zagrożenie interesów kultury narodowej, dobrych obyczajów i wychowania, bezpieczeństwa i obronności państwa oraz zagrożenia dla bezpieczeństwa informacji niejawnych.

Ta ustawowa dyrektywa oznacza, że ocena podmiotów w postępowaniu koncesyjnym powinna uwzględniać również informacje z tego zakresu. KRRiT nie posiada jednak samodzielnych kompetencji do weryfikacji podmiotów pod względem bezpieczeństwa i obronności państwa. Powinno to następować na podstawie urzędowych danych uzyskanych od właściwych organów państwa, m.in. Ministerstwa Sprawiedliwości, Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministerstwa Obrony Narodowej, jednostek prokuratury, służb mundurowych takich jak Policja, ABW, CBA, SKW.

KRRiT wprowadziła odpowiednie procedury koncesyjne. Ich celem jest rozszerzenie analizy wniosków koncesyjnych, w sytuacji gdy pojawia się podejrzenie, że wnioskodawca po uzyskaniu koncesji może zagrażać bezpieczeństwu informacyjnemu państwa.

Ustawa przewiduje również możliwość cofnięcia już udzielonej już koncesji. Art. 38 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji m.in. stanowi, że już udzielona koncesja może być cofnięta, jeżeli rozpowszechnianie programu powoduje zagrożenie interesów kultury narodowej, bezpieczeństwa i obronności państwa lub narusza normy dobrego obyczaju. Przesłanki dotyczące bezpieczeństwa i obronności państwa muszą być uwzględniane również w stosunku do nadawców rozpowszechniających już programy telewizyjne i radiowe.

Oddziaływanie rosyjskiego wywiadu na środowisko dziennikarzy i korespondentów zagranicznych w Polsce

Najbardziej wyrazistym przykładem zagrożenia związanego z wojną hybrydową w sferze informacyjnej są prawdopodobne działania podejmowane przez oficera GRU Pablo Gonzáleza vel Pawła Rubcowa w czasie jego kilkuletniego pobytu w Polsce.

Miał on według publikacji prasowych m.in. „rozpracowywać środowiska dziennikarzy i korespondentów”, w tym prawdopodobnie pobierać dane z ich urządzeń elektronicznych²⁸. Istnieje zagrożenie, że w ten sposób we władanie rosyjskiej służby GRU dotarło wiele danych i informacji dotyczących środowiska medialnego w Polsce.

W najbliższych latach może to wpływać na kształt i charakter polskiej radiofonii i telewizji, a pośrednio m.in. na bezpieczeństwo wewnętrzne i zewnętrzne Polski²⁹.

Przewodniczący KRRiT zwrócił się do Prezesa Rady Ministrów z wnioskiem o podjęcie w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji działań w celu zapobieżenia ryzyku, iż w najbliższych latach opinia publiczna może być współkształtowana przez osoby pozostające pod wpływem służb obcego państwa³⁰.

Brak odpowiedzi w tej sprawie jest kolejnym przykładem ignorowania realnych zagrożeń, ale jest to też znaczący przykład stosowania ostracyzmu politycznego wobec KRRiT, którego inne przykłady podane zostały już wcześniej w rozdziale 2.

4.4. Finansowanie mediów i koncentracja kapitału na rynkach mediowych

Zdaniem KRRiT, problemem polskich mediów, nie tylko publicznych, jest sposób ich finansowania. Głównym źródłem przychodów jest emisja reklam, co na rynku opanowanym przez oligopole w łatwy sposób pozwala wywołać efekt w postaci nieformalnej cenzury bądź bojkotu mediów zwanych niepoprawnymi politycznie. Wynika to ze specyfiki przedsiębiorstw medialnych, które są podmiotami gospodarczymi, ale jednocześnie pełnią ważne funkcje społeczno-polityczne i mają bezpośredni wpływ na kształtowanie opinii publicznej.

Takie sytuacje mają miejsce coraz częściej, a ich przykładem są działania reklamodawców, jakie zostały podjęte wobec stacji telewizyjnych: Republika i wPolsce24.

W 2024 r. KRRiT rozpoczęła prace nad określeniem stanu koncentracji na rynkach mediowych tj. rynkach związanych z działalnością samych mediów, dostarczaniem tworzonych przez nie treści oraz reklamą i przychodami z płatnej telewizji i audiowizualnych usług na żądanie (VoD). Wyniki analizy wskazują na wysoki poziom koncentracji prawie na wszystkich rynkach mediowych oraz na istotny wpływ dużych koncernów polskich i zagranicznych, których silna pozycja jest m.in. konsekwencją koncentracji krzyżowej w kilku segmentach rynku medialnego, tj. telewizyjnym, radiowym, prasowym i telekomunikacyjnym. Jest to szczególnie widoczne w przypadku łączenia funkcji nadawcy

²⁸ Por. opublikowany 12 sierpnia 2024 r. na portalu internetowym Frontstory.pl artykuł pt. „Magnes z Putinem” <https://frontstory.pl/szpieg-gru-pablo-gonzalez-pawel-rubcow-partnerka-zarzuty-rosja/>

²⁹ Por. Wystąpienie z 13 sierpnia 2024 r. Przewodniczącego KRRiT do Prezesa Rady Ministrów <https://www.gov.pl/web/krrit/istnieje-obawa-ze-rosyjskie-sluzby-moga-wplywac-bezposrednio-na-ksztalt-i-charakter-radiofonii-i-telewizji-w-polsce-a-tym-samym-na-bezpieczenstwo-wewnetrzne-i-zewnetrzne-polski>

³⁰ Por. art. 6 ust. 2 pkt 1 ustawy z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji: *Do zadań Krajowej Rady należy w szczególności:*
1) projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji.

z działalnością brokerską. Sytuacja taka oznacza nadmierną koncentrację i w znacznym stopniu ogranicza możliwość rozwoju pozostałych dostawców treści oraz blokuje wejście na rynek nowym podmiotom³¹.

Opracowanie dotyczące stanu koncentracji zostało przedstawione w części pt. *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 r.*

Europejski Akt o wolności mediów (EMFA)³² nałożył na regulatorów medialnych obowiązki związane z ochroną pluralizmu m.in. w kontekście koncentracji i wpływów właścicieli na linie programowe, redakcje i dziennikarzy. Podmioty działające na rynku mediów mają obowiązek przyjąć rozwiązania gwarantujące niezależność redakcyjną, szczególnie w sferze informacji i publicystyki, a do zadań regulatorów należy ocena ich skuteczności. Zadaniem organów do spraw mediów będzie także prowadzenie baz danych na temat własności mediów oraz systematyczne dokonywanie analiz w zakresie ich koncentracji.

Organy regulacyjne do spraw mediów będą włączone w procedury prowadzone przez organy do spraw konkurencji w przypadku wyrażania zgody na dokonanie koncentracji jeśli chociaż jeden z podmiotów uczestniczących w takim procesie działa na rynku medialnym.

4.5. Zagrożenia dla rozwoju dzieci i młodzieży w dobie cyfrowego świata i wielkich platform społecznościowych oraz sztucznej inteligencji (SI)³³

Na niektóre aspekty związane z rozwojem technologii cyfrowych i sieci internetowych, szczególnie ze względu na ich wpływ na młode pokolenia, zwróciła uwagę dr hab. Hanna Karp, prof. AKSiM w swoim opracowaniu pt. *„Pokolenie iGen (internet Generation), influencerzy i przedawkowanie social mediów- studium przypadku.”*

„...nowe media współtworzą dynamiczne środowisko egzystencji i różnego rodzaju interakcji, zdolnych symulować rzeczywiste emocje i formy komunikacji. Nowe formy komunikacji cyfrowej oparte na interaktywności, wirtualności, sieciowości, hipertekstualności, konwergencji i komunikacji on line w czasie rzeczywistym, wymagają od swoich użytkowników szczególnej samokontroli. Szczególnej uwagi wymagają ważne aspekty wpływu technologii na procesy komunikacji społecznej, ekspresję emocji i uczuć, budowanie relacji. Cyberpsychologia badająca wpływ nowych mediów na neurotypowe i nieneurotypowe funkcjonowanie człowieka, w tym także dostępność nowych technologii cyfrowych, ich miniaturyzację, mobilność i kompatybilność z innymi mediami cyfrowymi stwierdza, iż wszystko to sprzyja rozwojowi zjawisk charakterystycznych dla medialnego ekshibicjonizmu i voyeryzmu; cyberinwigilacji powiązanej z cyberprzestępczością, cyberkontrolą, cyberseksualnością i cybererotyką.”

W 2024 r. KRRiT analizowała dane dotyczące popularności telewizji wśród widzów małoletnich. Analiza obejmująca lata 2005-2023 potwierdziła, że coraz mniej młodych widzów ogląda tradycyjną telewizję. Średni dobowy czas oglądania telewizji wśród dzieci i młodzieży sukcesywnie maleje i prawidłowość ta dotyczy zarówno najmłodszych dzieci (4-9 lat), jak i starszych (10-15 i 16-19 lat).

³¹ Por. *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku*, Warszawa maj 2023 r., s. 123.

³² Por. rozdział 17.

³³ <https://www.gov.pl/web/krrit/cyfrowe-technologie-zawladnely-swiadomoscia-mlodych-pokolen-co-wykorzystuja-globalne-marki-i-rynek-reklamy-mlodzi-uzytkownicy-mediow-spolecznosciowych-niezauwazalnie-traca-wlasna-podmiotowosc-a-po-wykorzystaniu-sa-odrzucon-i-publikacja-czlonka-krrit-dr-hab-hanny-karp>

W ocenie KRRiT, z uwagi na ekspozycję dzieci i młodzieży na treści obecne w ramach różnego rodzaju platform, zagadnienia związane z ochroną małoletnich w sieci są obecnie największym wyzwaniem. Pełne wykorzystanie mechanizmów określonych w Akcie o usługach cyfrowych (DSA) umożliwiające skuteczną reakcję regulatora na zakazane praktyki, zarówno ze strony dostawców treści jak i samych platform, jest obecnie jedyną, skuteczną drogą do zabezpieczenia dzieci i młodzieży przed zagrożeniami cyfrowego świata. Wymaga to ścisłej współpracy wszystkich podmiotów, które zostaną włączone w kontrolę nad stosowaniem w Polsce rozporządzenia DSA. Rolę wiodącą powinna w tym zakresie odgrywać KRRiT przy wsparciu Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz innych jednostek podległych ministrowi do spraw cyfryzacji³⁴.

³⁴ Por. rozdziały 3 i 17.

5. Badania treści i odbioru mediów

5.1. Analizy KRRiT z wykorzystaniem danych firm rynkowych

Zgodnie z art. 6 ust.2 pkt 5 ustawy o radiofonii i telewizji KRRiT organizuje badania treści i odbioru usług medialnych oraz platform udostępniania wideo;

KRRiT pozyskuje i analizuje dane pochodzące z badań Nielsen Audience Measurement, Kantar Polska, Adres:Media, Mediapanel Gemius, które dotyczą oglądalności telewizji, audytorium radia oraz czasu korzystania, zasięgu i liczby realnych użytkowników audiowizualnych usług medialnych w Internecie.

Informacje o liczbie odbiorów telewizji, w formie kwartalnych raportów są publikowane na stronie KRRiT³⁵. Pozostałe dane są wykorzystywane do analiz problemowych niezbędnych w bieżącej pracy KRRiT, a także są publikowane w corocznej Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, składanej do rozpatrzenia wraz ze Sprawozdaniem z działalności KRRiT.

W tegorocznej Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji wyniki oglądalności znajdują się w rozdziale 2.

5.2. Badania Krajowego Instytutu Mediów³⁶

W czwartym roku istnienia Krajowego Instytutu Mediów (KIM) podstawowym przedmiotem działalności Instytutu były badania mediów, zlecone przez KRRiT. Prace KIM były zgodne z głównym celem jego powołania, a więc wspierania realizacji działań regulatora przede wszystkim w następujących obszarach:

- dostarczania danych populacyjnych w zakresie konsumpcji mediów w Polsce;
- konceptualizacji i wykonywania badań będących głównym źródłem danych statystycznych odnośnie do celów, częstotliwości i sposobów konsumpcji mediów;
- dostarczania informacji o trendach i technologiach w zakresie konsumpcji mediów;
- diagnozy i segmentacji użytkowników mediów w zakresie ich konsumpcji.

Badanie Założycielskie

W 2024 r. Instytut realizował ciągłe badanie założycielskie prowadzone przez 12 miesięcy w formie wywiadów na próbie 15 tysięcy gospodarstw domowych. Badanie prowadzone było częściowo własną siecią ankieterską KIM, a częściowo przez zakontraktowanych przez Instytut wykonawców. Łączna liczba respondentów, z którymi przeprowadzono wywiady to 31.382 osoby. Zrealizowano ponad 45.000 z wywiadów indywidualnych, z czego 4.427 wywiadów zostało poddanych kontroli terenowej.

Wyniki badań za pierwsze półrocze 2024 r. i wcześniejsze badania dostępne są na stronie Instytutu³⁷. Wyniki badania przeprowadzonego w drugim półroczu opublikowane zostaną w pierwszym kwartale 2025 r. Badanie Założycielskie dostarcza dane o wyposażeniu w urządzenia do odbioru mediów oraz o zachowaniach respondentów w zakresie konsumpcji mediów elektronicznych. Z uwagi na fakt, że jest to badanie ciągłe, możliwe jest śledzenie zmian w czasie. Możliwe są także analizy różnic między grupami o różnych profilu demograficznym, m.in. ze względu na płeć, wiek czy miejsce zamieszkania.

³⁵ Raporty są dostępne na stronie internetowej w zakładce <https://www.gov.pl/web/krrit/rynek-telewizyjny>

³⁶ Raporty z badań są dostępne na stronie Instytutu <https://kim.gov.pl/wyniki-badan/>

³⁷ Por. przypis nr 36

Badanie ankietowe słuchalności Audio Track

Deklaratywne badanie konsumpcji radia Audio Tracking było prowadzone przez 12 miesięcy na próbie minimum 11.900 wywiadów miesięcznie. W trakcie badania przeprowadzono 147.823 wywiady. Instytut w połowie 2023 r. uruchomił własne studio badań telefonicznych i zrekrutował zespół ankieterów telefonicznych. W 2024 r. Instytut z sukcesem realizował około połowę zakładanej ilości wywiadów własną siecią ankierską.

Celem badania Audio Track było pogłębienie wiedzy o konsumentach treści audio, ze szczególnym uwzględnieniem radia, pozwalającej kształtować ofertę programową, budować misyjność oraz planować działania reklamowe. Badanie Audio Track przeprowadzone było z zastosowaniem metody wywiadów telefonicznych CATI, na próbie generowanej losowo (RDD).

Badanie oglądalności telewizji lokalnych

W ramach badania Audio Track, Krajowy Instytut Mediów zrealizował badanie odbioru telewizji lokalnych, które rozpoczynały działalność jako tzw. stacje kablowe. Publikacja prezentuje wyniki pomiaru prowadzonego między styczniem a grudniem 2023 r. W tym czasie zrealizowano 113 140 wywiadów, pozyskując w ten sposób rzetelną próbę do wnioskowania na poziomie ogólnopolskim, a także regionalnym.

Budowa jednoźródłowego panelu pasywnego

W 2024 r. Instytut realizował budowę jednoźródłowego panelu pasywnego, służącego pomiarom poziomu i sposobu konsumpcji mediów. KIM kontynuował prace badawcze, prace nad wykonaniem systemu telemetrycznego, dedykowanego dla Instytutu oraz nad rekrutacją nowego składu osobowego panelu. W drugiej połowie 2024 r. został zrekrutowany nowy skład osobowy panelu (1300 panelistów). Było to dostosowane do dostępnych środków budżetowych aczkolwiek pierwotnie planowano rozwój projektu. W obecnej sytuacji budżetowej, po decyzji pozbawiającej KIM środków finansowych, od 1 stycznia 2025 r. rozwój w tym obszarze został całkowicie zaniechany.

Badanie odbioru sygnału stacji telewizyjnych na podstawie ścieżki zwrotnej (Return Path Data)

Był to projekt badania statystycznego prowadzonego w ramach statystyki publicznej i realizowanego przez Przewodniczącego KRRiT³⁸. Realizacja prac badawczych nie została jednak podjęta. Powodem była odmowa dostarczania danych przez operatorów, wynikająca z dobrowolności realizacji tego obowiązku i wątpliwościami operatorów m.in. dotyczącymi ochrony danych osobowych, obawy przed naruszeniem tajemnicy telekomunikacyjnej oraz ich oczekiwań dotyczących odpłatności za przekazywane dane RPD. Trudności w przekonaniu operatorów do dobrowolnego udziału w tym badaniu, skłoniły Przewodniczącego KRRiT do skierowania wniosku o stosowną zmianę w projekcie rozporządzenia. Ostatecznie z końcem 2024 r. zaniechano realizacji tego programu, a umowa pomiędzy KRRiT a Instytutem została rozwiązana. Badanie zostało wykreślone z listy badań na 2025 r.

³⁸ Uprawnienie wynika z art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej (Dz. U. z 2022 r. poz. 459, z późn. zm.).

Prace badawcze nad wykorzystaniem sztucznej inteligencji w procesach kontroli i analizy strumieni mediów

W 2024 r. Instytut rozpoczął kilkuletni projekt badawczy w zakresie stosowania sztucznej inteligencji szczególnie w celu analizy rynku mediów. Prace badawcze miały na celu zrewolucjonizowanie sposobu analizy mediów w Polsce poprzez opracowanie innowacyjnego, kompleksowego rozwiązania, które byłoby w pełni dostosowane do specyfiki polskiego rynku oraz obowiązujących regulacji prawnych. Celem było nie tylko dostarczenie narzędzi o najwyższej jakości i funkcjonalności, ale także przyczynienie się do podniesienia poziomu bezpieczeństwa informacyjnego w kraju, przy jednoczesnym zapewnieniu bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z danych mediowych.

Badania jakościowe

- Badanie zjawiska fake news jako elementu dezinformacji w mediach – projekt objął pogłębione wywiady indywidualne, desk research, netnografię oraz panel ekspercki. Badanie miało na celu analizę zjawiska fake newsów, a w szczególności analizę percepcji i postrzegania ujawnionej nieprawdziwej informacji oraz diagnozę największych zagrożeń wynikających z rozpowszechniania nieprawdziwych informacji.
- Badanie zjawiska dezinformacji – badanie zostało zrealizowane z wykorzystaniem Bulletin Board Discussion (moderowana społeczność online) oraz zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI; N= 12). Celem projektu było badanie postrzegania zjawiska i rozumienia zagrożeń z niego wynikających, analiza roli mediów w dezinformowaniu, analiza wpływu dezinformacji na bezpieczeństwo (w tym uleganie opiniom i komentarzom, budowanie świadomości społecznej, antagonizowanie, zamykanie w bańkach informacyjnych) oraz analiza wpływu zjawiska na zaufanie do mediów i państwa.
- Badanie Pokolenie Alfa – celem badania było poznanie postaw i wartości w grupie pokolenia Alfa (tj. dzieci urodzone po 2010 roku), a w szczególności określenie roli pokolenia Alfa w świecie mediów, w tym odpowiedź na pytania: twórcy czy odbiorcy, jak konsumują media, kto jest przewodnikiem w świecie mediów, jakie mają autorytety, jaki styl życia (czas wolny, marzenia, przyszłość), co wpływa na ich światopogląd i zdefiniowanie ich postawy. Badanie przeprowadzono pozyskując wiedzę od dzieci, rodziców oraz kadry nauczycielskiej. Badanie obejmowało affinity groups (w grupach dzieci w podziale na wiek 4-5 lat, 6-8 lat, 9-11 lat i 12-14 lat), wywiady brief IDI z rodzicami oraz spotkania eksperckie w formie pogłębionych wywiadów indywidualnych online z kadrą nauczycielską różnych grup wiekowych.

5.3. Współpraca z organizacjami rynku mediowego

W 2024 r. Instytut nawiązał współpracę z przedstawicielami rynku mediowego w zakresie prowadzonego Badania Założycielskiego oraz przygotowywanego do wdrożenia jednoźródłowego panelu walidacyjnego.

Głównymi organizacjami, z którymi prowadzona była współpraca były: Komitet Badań Radiowych (KBR), Polskie Badania Internetu (PBI), Związek Pracodawców Ogólnopolskich Mediów Telewizyjnych (MOC TV), Związek Pracodawców Mediów Radiowych (MOC Radio), Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamodawców (IAA) oraz Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej (SAR). Współpraca zaowocowała m.in. istotnymi deklaracjami współdziałania i korzystania przez branżę, a konkretnie MOC TV z Badania Założycielskiego KIM, jako podstawy dla innych paneli badawczych w Polsce.

5.4. Dalsze losy Krajowego Instytutu Mediów

Plan Finansowy KIM projektowany na 2025 rok, zatwierdzony w KRRiT i włączony do projektu ustawy budżetowej na 2025 rok zakładał kontynuowanie projektów badawczych z zachowaniem ciągłości pomiarów oraz rozwoju telemetrii.

Plan finansowy na 2025 rok, wprowadzony ustawą budżetową, spowodował drastyczne ograniczenie działalności KIM i wycofanie się z prowadzenia projektów badawczych w zakresie mediów. Zmiany opracowane w parlamencie, wniesione w grudniu 2024 r. jako poprawki do ustawy budżetowej, drastycznie obniżyły budżet KRRiT w części dotyczącej wydatków związanych z działalnością KIM, co w konsekwencji przełożyło się na pozbawienie środków na finansowanie przez KRRiT badań i prac w zakresie telemetrii w 2025 r.

Wobec powyższych działań ustawodawcy w Instytucie podjęto decyzję o niezaciąganiu zobowiązań, w tym nieogłaszaniu postępowań przetargowych. Ponadto podjęto decyzję o reorganizacji Instytutu, co w konsekwencji oznaczało decyzję o niekontynuowaniu badań od stycznia 2025 r. Tym samym z powodu braku finansowania podjęto decyzję o rozwiązaniu sieci ankierskiej oraz likwidacji działalności studia wywiadów telefonicznych. W porozumieniu z organem nadzorującym postanowiono także zakończyć prace badawcze w zakresie zastosowania sztucznej inteligencji m.in. do analizy rynku mediów.

6. Pluralizm oferty programowej w mediach

6.1. Nziemna Telewizja Cyfrowa DVBT-2

Po zakończeniu procesu konwersji do nowego systemu nadawania DVBT-2 miała miejsce migracja 7 programów telewizji publicznej na nowy MUX - 6. Dzięki temu zwolniły się dodatkowe miejsca dla nadawców koncesjonowanych. Po przeprowadzeniu postępowań ofertę nziemnej telewizji cyfrowej wzbogaciły: w 2023 r. program Wydarzenia 24³⁹, w 2024 r. trzy kolejne programy (dwa programy informacyjno – publicystyczne: WPolsce24 i Republika oraz program wyspecjalizowany filmowo – dokumentalny ViDocTV⁴⁰).

Dalszy rozwój nziemnej telewizji cyfrowej będzie możliwy po ogłoszeniu przez Prezesa UKE konkursu na operatora MUX- 5. Nadawcy programów na MUX - 8, ze względu na znacznie gorsze warunki rozpowszechniania programu, mogą być zainteresowani przeniesieniem się do nowo uruchamianego multipleksu. KRRiT podejmie decyzję o kształcie oferty programowej na MUX - 5 po analizie warunków, jakie Prezes UKE określi w swoim konkursie oraz po zapoznaniu się z oczekiwaniami odbiorców i ich zapotrzebowaniem na nowe treści.

6.2. Nziemna Radiofonia Cyfrowa DAB+

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na razie nie planuje żadnych nowych konkursów dotyczących multipleksów DAB+, może to nastąpić dopiero po zakończeniu wojny za wschodnią granicą. Do wybuchu wojny koncepcja zastąpienia FM przez DAB+ miała uzasadnienie technologiczne.

Obecnie niewiele osób posiada w domach odbiorniki DAB+, a niemal wszyscy dysponują tunerami dla zakresu fal UKF. Nieco lepiej jest ze sprzętem do odbioru cyfrowego radia w samochodach, ale można je znaleźć najczęściej tylko w nowych modelach, chociaż nie we wszystkich. W 2023 r. zdecydowana większość konsumentów kupowała odbiorniki FM. Jedynie 6,3 proc. osób nabyło urządzenia, które pozwalają na odbiór multipleksów DAB+. W sumie sprzedano wówczas 950 tys. odbiorników⁴¹.

KRRiT nie planuje więc wznowienia konkursu dotyczącego ogólnopolskiego multipleksu DAB+. Zdaniem KRRiT, na tym etapie DAB+ można traktować jako uzupełnienie dla emisji FM, jednak analizując przebieg dotychczasowych postępowań o udzielenie koncesji na rozpowszechnianie w radiowym multipleksie cyfrowym, brak jest wystarczającej liczby chętnych do uruchomienia takiej działalności.

W dalszej przyszłości KRRiT nie widzi perspektyw na rozwój radiofonii cyfrowej w Polsce bez decyzji rządu w sprawie ustalenia zasad konwersji analogowo-cyfrowej. Ustalenie daty przełączenia sygnału i zapewnienie umieszczenia programów analogowych w multipleksach radiowych może zostać dokonane wyłącznie poprzez uchwalenie odpowiednich przepisów ustawowych.

³⁹ Koncesja została wydana jeszcze w 2023 r.

⁴⁰ Pierwotna nazwa tego programu to CTV9.

⁴¹ Dane GfK Polonia za Wirtualnemedial.pl <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/krrit-fm-dab-maciej-swirski-wylaczenie-nadajnikow-cyfrizacja-radia-wojna-ukraina-rosja-sprzedaz-odbiornikow>

Choć radiofonia DAB+ działa od 2019 r., spośród mediów prywatnych, dostępne są wyłącznie programy o zasięgu lokalnym⁴². W 2024 r. takich programów było 23. Część z nich to programy nadawców analogowych, które są rozpowszechniane jednocześnie w obu systemach (13), a pozostałe to nowe programy wyłącznie cyfrowe (10). Radiowe koncesjonowane multipleksy cyfrowe działają tylko w 7 polskich miastach.

6.3. Media lokalne

Niezależne media, w tym w szczególności media lokalne, zmagają się z trudnościami w dostępie do rynków reklamowych oraz problemami związanymi z zapewnieniem dystrybucji swoich treści. Media te są marginalizowane, przegrywają z dużymi graczami rynkowymi ze względu na znacznie słabszą pozycję negocjacyjną. Praktycznie nie mają one własnej, bezpośredniej reprezentacji w zawieraniu kontraktów reklamowych. Procesy konsolidacyjne z udziałem wiodących grup mediowych wskazują na ograniczone możliwości utrzymania się niezależnych mediów, nie mówiąc o możliwościach ich rozwoju.

KRRiT, ogłaszając o możliwości udzielenia nowych koncesji radiowych i telewizyjnych, oczekuje ofert gwarantujących pojawienie się nieobecnego dotychczas głosu w debacie publicznej. W szczególności KRRiT dbając o pluralizm informowania także w skali małych ojczyzn, konsekwentnie działa na rzecz rozwoju radiofonii lokalnej. Lokalne programy radiowe oferują słuchaczom dostęp do wysokiej jakości treści i jej udziału w ramówkach. Takie programy stanowią gwarancję niezależności i różnorodności w ramach oferty radiowej. Dlatego też KRRiT, ogłaszając o możliwości udzielenia koncesji na rozpowszechnianie programów, za pomocą nowych częstotliwości, formułuje wyraźne oczekiwanie, że zainteresowani będą spełniać warunki nadawcy lokalnego.

Informacje na temat nowych koncesji lokalnych udzielonych w 2024 r. zostały przedstawione w rozdziale 14.

Przepisy ustawy o radiofonii i telewizji nie definiują pojęcia nadawcy lokalnego. Dlatego też KRRiT nie może wykluczyć, że w postępowaniu o udzielenie koncesji nie pojawią się wnioski złożone przez grupy radiowe takie jak ZPR, RMF, AGORA i Eurozet. W przypadku, gdy podmioty lokalne nie są w stanie spełnić wymogów konkursu, KRRiT jest zmuszona do wyboru koncesjonariusza spośród spółek zajmujących się tzw. sieciowaniem programów. Choć grupy radiowe, które otrzymują koncesje w takich okolicznościach są zobowiązane do zagwarantowania udziału tematyki lokalnej w programie, to i tak nie są one zainteresowane tworzeniem oryginalnych treści poza tymi, które są konieczne ze względu na zobowiązania koncesyjne. Prowadzi to do zunifikowania programu na obszarze całego kraju z wykorzystaniem centralnych redakcji.

⁴² W multipleksie DAB + Polskiego Radia SA są rozpowszechniane programy Polskiego Radia: Program 1 (Jedynka), Program 2 (Dwójka), Program 3 (Trójka), Czwórka, RDC - Radio Dla Ciebie, Polskie Radio 24, Radio Chopin, Radio Dzieciom, Radio Dla Kierowców, Radio Poland, Radio dla Ukrainy a także 17 programów rozgłośni regionalnych oraz 5 programów miejskich: MC (nadawca Radio Poznań), Radio Freee (nadawca Radio Lublin), Radio Gorzów (nadawca Radio Zachód), Radio Zielona Góra (nadawca Radio Zachód), Radio RAM (nadawca Radio Wrocław).

KRRiT chcąc chronić rynek nadawców lokalnych, w swoim ubiegłorocznym Sprawozdaniu, postulowała utworzenie Funduszu jakości, z którego mogliby korzystać nadawcy lokalni z przeznaczeniem na unikatową produkcję audycji radiowych. Głos ten jednak nie został wysłuchany, podobnie jak postulat doprecyzowania ustawy o radiofonii i telewizji poprzez określenie definicji nadawcy lokalnego. To powoduje, że pomimo starań KRRiT lokalny rynek radiowy jest coraz bardziej zagrożony.

W trudnej sytuacji są również nadawcy lokalnych programów telewizyjnych. KRRiT zleciła Krajowemu Instytutowi Mediów badanie telewizji rozprowadzanych w ramach oferty operatorów kablowych. Nadawcy ci nie są obejmowani stałymi, rynkowymi badaniami odbioru, prowadzonymi dla potrzeb tworzenia oferty reklamowej przez takie firmy jak Nielsen czy Kantar. Raport z badania został opublikowany w sierpniu 2024 r.

Wyniki badań wskazują, że odbiorcy telewizji lokalnych stanowią znaczącą grupę w ramach całej widowni. KIM zapytał także respondentów, czy zdecydowaliby się na płatny dostęp do telewizji lokalnej w formie abonamentu⁴³.

Więcej informacji na temat badań KIM dotyczących odbioru telewizji lokalnych znajduje się w części pt. Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 r.

⁴³ Więcej informacji w raporcie pt. Zasięgi telewizji lokalnych <https://kim.gov.pl/wyniki-badan/page/2/>

7. Walka z dezinformacją

7.1. Dezinformacja jako element hybrydowych działań wojennych ze strony Rosji

Działania KRRiT na podstawie deklaracji z 4 października 2023 r. o współpracy w przeciwdziałaniu dezinformacji podpisanej w Warszawie z regulatorami Europy Środkowej i Wschodniej

KRRiT, wspólnie z zagranicznymi partnerami - regulatorami mediów z Litwy, Rumunii i Ukrainy - zdemaskowała rosyjskie kłamstwa i propagandę, które znalazły się w wywiadzie amerykańskiego dziennikarza Tuckera Carlsona z Władimirem Putinem, opublikowanym w serwisie społecznościowym X i YouTube 9 lutego 2024 r. Wywiad zawierał liczne kłamstwa i dezinformację na temat historii Polski, Ukrainy i Europy Środkowo-Wschodniej. Materiał został udostępniony innym mediom i obejrzało go wiele milionów ludzi na całym świecie.

Sprawa ta była przedmiotem specjalnego oświadczenia, jakie członkowie organów regulacyjnych tych państw, działając na podstawie deklaracji o współpracy w przeciwdziałaniu dezinformacji, przedstawili Komisji Europejskiej i innym regulatorom europejskim podczas konferencji EPRA w Rotterdamie 5 czerwca 2024 r. KRRiT, wraz z regulatorami litewskim, rumuńskim i ukraińskim zaleciła swoim odpowiednikom w Europie podjęcie zdecydowanych działań w celu ochrony obywateli przed rosyjską dezinformacją i ostrzegła przed niebezpieczeństwami związanymi z dostępem do rosyjskojęzycznych mediów w Europie.

Wniosek do Prezesa Rady Ministrów o podjęcie wspólnych działań zapobiegających współkształtowaniu opinii publicznej przez osoby pozostające pod wpływem służb obcego państwa

Przewodniczący KRRiT 13 sierpnia 2024 r. skierował do premiera Donalda Tuska list w sprawie podjęcia wspólnych działań w celu ochrony polskiej radiofonii i telewizji przed działaniami rosyjskich służb stanowiących zagrożenie dla bezpieczeństwa kraju. Przewodniczący KRRiT zwrócił uwagę, że agent GRU rozpracowywał środowiska dziennikarzy i korespondentów oraz mógł pobierać dane z ich urządzeń elektronicznych. W tej sytuacji Przewodniczący KRRiT zwrócił się do premiera z wnioskiem o podjęcie, w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, działań mających na celu zapobieżenie wskazanemu wyżej ryzyku. Bez podjęcia stosownych działań istnieje uzasadniona obawa, że w najbliższych latach opinia publiczna może być współkształtowana przez osoby pozostające pod wpływem służb obcego państwa.

Opublikowanie fake newsów przez Polską Agencję Prasową oraz brak bezpieczeństwa informacyjnego PAP

KRRiT zaapelowała do osób odpowiedzialnych w mediach za bezpieczeństwo infrastruktury informatycznej o stałą kontrolę w celu wyeliminowania zagrożeń hakerskich. Polska Agencja Prasowa 31 maja o godz. 14.00 nadała fałszywą depeszę o najwyższym priorytecie, jakoby w Polsce miała nastąpić częściowa mobilizacja wojskowa. Depesza została po kilku minutach wycofana z serwisu, potem była nadana ponownie, po czym po raz kolejny została anulowana, a PAP nadała komunikat, że depesza jest nieprawdziwa. Najwyższe zaniepokojenie wywołał fakt, że ataku hakerskiego

dokonano na największą polską agencję informacyjną. Pamiętać trzeba, że PAP należy do mediów publicznych, których władze zostały bezprawnie zmienione 19 grudnia 2023 r. decyzją ówczesnego Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a sama jednostka została postawiona w stan likwidacji.

Fake newsy stały się powszechnym zjawiskiem dostępnym we wszystkich mediach, charakteryzując się szybkim rozprzestrzenianiem się i emocjonalnym zabarwieniem. O sposobie przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się dezinformacji informował Krajowy Instytut Mediów w raporcie pt. „Fake news”, opracowanym na podstawie badań jakościowych. Raport KIM wskazywał także na rekomendowane rozwiązania systemowe, które pozwolą przeciwdziałać zjawiskom dezinformacji⁴⁴.

Apel KRRiT w celu zgłaszania wszelkich zakłóceń informacyjnych mogących wpłynąć na przebieg wyborów do Parlamentu Europejskiego

W związku z atakami na infrastrukturę informatyczną Polskiej Agencji Prasowej, KRRiT zachęcała obywateli do zgłaszania wszelkich incydentów o charakterze dezinformacyjnym. Cyberataki i dezinformacja są klasycznymi działaniami zmierzającymi do osłabienia państwa i osiągnięcia zamierzonych celów. Rzetelne informowanie, szczególnie w okresie wyborczym, jest niezbędne dla zachowania bezpieczeństwa państwa⁴⁵.

Udział KRRiT w krajowych działaniach na rzecz wzmocnienia walki z dezinformacją

KRRiT brała udział w cyklicznych spotkaniach organizowanych przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych w sprawie przeciwdziałania dezinformacji w związku z wyborami do Parlamentu Europejskiego. Celem spotkań była wymiana informacji, zintegrowanie działań i wzmocnienie współpracy międzyresortowej. Istotna była również mobilizacja do prac nad podniesieniem świadomości społecznej w zakresie dezinformacji.

Angażując się w te działania KRRiT m.in. zwróciła się do nadawców publicznych i komercyjnych z apelem o informowanie w programach radio i telewizji, a także w serwisach internetowych o mechanizmach zgłaszania incydentów o charakterze dezinformacyjnym odpowiednim instytucjom państwowym. Po zakończeniu wyborów do PE, Ministerstwo Spraw Zagranicznych kontynuowało spotkania koordynacyjne dotyczące przeciwdziałania dezinformacji w związku z przygotowaniem do prezydencji Polski w Radzie UE. KRRiT uczestniczyła także w tych spotkaniach⁴⁶.

7.2. Stanowisko KRRiT w sprawie roli Krajowej Rady w sytuacji wojny hybrydowej⁴⁷

Nasilające się ataki hybrydowe i otwarty konflikt graniczny na wschodniej granicy kraju, stanowiące istotny element polityki Federacji Rosyjskiej wobec Zachodu, po ataku na Ukrainę w 2022 r. przybierają formę stałej wojny informacyjnej. Zdaniem KRRiT, istnieje uzasadniona obawa, iż działania te mogą stanowić wręcz przygotowanie do konwencjonalnego konfliktu na pełną skalę w Europie. Taką ocenę działań Federacji Rosyjskiej podzielają polscy i unijni przedstawiciele do spraw bezpieczeństwa.

⁴⁴ Por. informacje o działalności KIM i przeprowadzonych badaniach w rozdziale 5.

⁴⁵ Por. rozdział 4.

⁴⁶ Por. rozdział 4.

⁴⁷ Stanowisko KRRiT z 14 czerwca 2024 r. <https://www.gov.pl/web/krrit/stanowisko-krrit-w-sprawie-roli-krajowej-rady-w-sytuacji-wojny-hybrydowej>

Cechą charakterystyczną działań hybrydowych są m.in. agresywne operacje informacyjne i psychologiczne, których podstawą jest dezinformacja. Ta sytuacja nakazuje zarówno politykom jak i Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, jako regulatorowi rynku medialnego, zachowanie szczególnej ostrożności w sferze informacyjnej⁴⁸.

7.3. Sztuczna Inteligencja - możliwości i zagrożenia

Coraz częściej podstawowym narzędziem dziennikarskim staje się system generatywny i syntetyczna technologia, które mają możliwość automatyzować tworzenie treści, rozpoznawać głos oraz mowę, zarządzać spersonalizowanymi kanałami informacyjnymi i analizować ogromne ilości danych w czasie rzeczywistym.

Niedojrzałość technologiczna SI wymaga stałej czujności i oceny sytuacji oraz ograniczania ryzyka. Z tego względu na poziomie UE podjęto skoordynowane działania zapobiegające i łagodzące ryzyka, czego ważnym przejawem jest przyjęcie 21 maja 2024 r. rozporządzenia Akt o Sztucznej Inteligencji⁴⁹. Działania ustawodawcze mają zatem na celu ochronę prawa człowieka, praworządności i demokracji w kontekście oddziaływania SI.

Aby nadzorować realizację praw podstawowych, organy mediów potrzebują łatwego w zarządzaniu zestawu narzędzi oraz otoczenia infrastrukturalnego. Z tego względu Przewodniczący KRRiT zainicjował prace analityczne nad stworzeniem koncepcji narzędzia dla sztucznej inteligencji, które prowadziłoby kontrolę w obszarze wolności słowa oraz prawa do rzetelnej informacji. Przygotowanie do wdrożenia takiego rozwiązania poprzedzało zlecenie Krajowemu Instytutowi Mediów odpowiednich badań⁵⁰.

Prace te zostały zakończone z powodu decyzji większości parlamentarnej o zaniechaniu finansowania działalności Krajowego Instytutu Mediów.

⁴⁸ Por. rozdział 4.

⁴⁹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji.

⁵⁰ Por. rozdział 5 oraz część pt. Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 r.

8. Odpowiedzialność prawna nadawców

8.1. Rozpatrywanie skarg i wniosków

W roku sprawozdawczym w sprawach skarg i wniosków wpłynęły łącznie 5144 wystąpienia, z czego:

- 2624 wystąpienia, podpisane przez 26 656 osób, dotyczyły reportażu pt. „29 lat bezkarności. Fenomen ojca Tadeusza”, opublikowanego w serwisie TVN24 GO;
- 1112 wystąpień, podpisanych przez 14 381 osób, dotyczyło audycji pt. „Czy PiS odpowie za finansowanie Rydzyka”, wyemitowanej 10 października 2024 r. w ramach cyklu „Niebezpieczne związki” w programie TVP Info;
- 98 wystąpień, podpisanych przez 312 osób, dotyczyło audycji pt. „Arcydzieło Rydzyka”, wyemitowanej 13 grudnia 2024 r. w ramach cyklu „Raport specjalny” w programie TVP 1.

Zdecydowana większość wystąpień dotyczyła programu telewizyjnego i radiowego. W 2024 r. było to prawie 72% wszystkich wystąpień. Ponadto spośród wystąpień indywidualnych 13% dotyczyło problematyki związanej z abonamentem rtv i finansowaniem mediów publicznych, treści dostępnych na platformach udostępniania wideo, spraw koncesyjnych, reklamy i działań podejmowanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i jej Przewodniczącego. Kolejne 5% wystąpień poświęconych było problemom technicznym z odbiorem programów, sprawom kadrowym w spółkach mediów publicznych i koncesjonowanych, funkcjonowaniu serwisów VoD oraz konkursom organizowanym przez nadawców. 10% wystąpień nie należało do kompetencji KRRiT (były to m.in. komentarze do aktualnej sytuacji politycznej w Polsce i na świecie, komentarze do artykułów prasowych i publikacji internetowych, opinie na temat treści publikowanych w mediach społecznościowych). 13 wystąpień, zgodnie z właściwością, przekazano do innych organów.

W związku ze skargami, zawierającymi wskazanie konkretnych audycji lub innych przekazów, których emisja mogła naruszać przepisy ustawy o radiofonii i telewizji, wszczęte zostały 293 postępowania wyjaśniające. Najwięcej z nich, 35%, dotyczyło audycji publicystycznych, 23% - treści wyemitowanych w audycjach informacyjnych, 20% postępowań dotyczyło niewystarczającej ochrony małoletnich widzów, zaś 8% postępowań prowadzonych było w związku z używaniem wulgaryzmów w różnych audycjach. Postępowania wyjaśniające odnoszące się do konkretnych przekazów naruszających przepisy regulujące emisję przekazów handlowych stanowiły 4% wszystkich postępowań. Pozostałe 10% postępowań dotyczyło m.in. obrazy uczuć religijnych, treści kontrowersyjnych obyczajowo, nierzetelności w prezentowaniu faktów historycznych w filmach.

W wyniku przeprowadzonych postępowań wyjaśniających Przewodniczący KRRiT wydał 15 decyzji o ukaraniu nadawców karą pieniężną, w tym:

- 4 decyzje w związku ze stwierdzeniem naruszenia przepisów o ochronie małoletnich (programy: TV Puls - 2 decyzje, TVP - 1 decyzja, Polsat - 1 decyzja);
- 4 decyzje w związku ze stwierdzeniem emisji wulgaryzmów (programy: TVN – 1 decyzja, Radio TOK FM – 1 decyzja, Polsat – 1 decyzja, TVP - 1 decyzja);
- 4 decyzje w związku z naruszeniem przepisów regulujących emisję przekazów handlowych (TV Mazowsze – 3 decyzje, Telewizja WTK – 1 decyzja);
- 3 decyzje w związku ze stwierdzeniem emisji przekazów propagujących działania sprzeczne z prawem, moralnością i dobrem społecznym (TVN – 2 decyzje, Radio TOK FM - 1 decyzja);

Dodatkowo Przewodniczący KRRiT wydał decyzję w sprawie nałożenia kary pieniężnej na likwidatora Spółki Telewizja Polska SA w związku z nieudzieleniem informacji na żądanie Przewodniczącego KRRiT, skierowane na podstawie art. 10 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

Przewodniczący KRRiT w 2024 r. po sygnałach od odbiorców wszczął 6 postępowań administracyjnych w sprawie ukarania nadawców karą pieniężną.

Na podstawie art. 10 ust. 3 ustawy⁵¹, Przewodniczący KRRiT skierował do nadawców 31 wezwań i upomnień, z czego:

- 14 dotyczyło rzetelności i obiektywizmu w audycjach informacyjnych i publicystycznych (TVN – 4, TVP – 2, TV Republika – 2, TOK FM – 2, Polsat – 1, Polskie Radio – 1, RMF FM – 1, Radio Zet – 1);
- 10 – ochrony małoletnich widzów (Polsat - 4, TVP – 2, TVN - 2, Polskie Radio – 1, 4Fun.TV – 1);
- 5 – emitowania wulgaryzmów (Polskie Radio – 2, TVP – 1, TV Republika – 1, Akademickie Radio Kampus – 1);
- 2 – obrazy uczuć religijnych (Polskie Radio - 1, Radio Zet – 1).

W 2024 r. zakończone zostały 3 postępowania prowadzone we współpracy z zagranicznymi regulatorami:

- w związku z emisją w programie Cinemax 2 filmu pt. „Rimini” po przeprowadzonym postępowaniu czeski regulator (RRTV) poinformował KRRiT o usunięciu filmu z listy emisyjnej przez nadawcę;
- w związku z emisją w programie Cinemax 2 filmu pt. „W piwnicy” po przeprowadzonym postępowaniu czeski regulator (RRTV) poinformował KRRiT o usunięciu filmu z listy emisyjnej przez nadawcę;
- w związku z emisją w programie Filmbox Premium HD filmu pt. „Amonit” po przeprowadzonym postępowaniu hiszpański regulator (CNMC) poinformował o wszczęciu wobec nadawcy procedury nałożenia sankcji.

8.2. Stosowanie sankcji związane z naruszeniami.

Zgodnie ze swoimi ustawowymi uprawnieniami w 2024 r. Przewodniczący KRRiT wymierzył 72 kary finansowe po przeprowadzeniu postępowań administracyjnych, podczas których nadawcy mieli zagwarantowane wszystkie prawa przysługujące stronie postępowania. Wymierzone kary obejmowały różne naruszenia wymienione w ustawie w rozdziale 8 – Odpowiedzialność prawna, w szczególności w art. 53 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Przepis ten ma charakter obligatoryjny i nie zależy od woli organu, lecz wyłącznie powiązany jest z faktem dokonania naruszenia ustawy. Wśród naruszeń ustawa przepis ten wymienia te, które m.in. dotyczą obecności w programie określonych audycji, poprzez które realizowane są tzw. kwoty programowe, np. audycje z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych, czy audycje wytworzone w języku polskim. Inna grupa naruszeń jest związana z nieprzestrzeganiem przepisów regulujących działalność nadawców w dziedzinie reklamy i sponsoringu. Istotne, społeczne znaczenie mają przepisy zawarte w art. 18, który reguluje ważne kwestie związane z ochroną małoletnich, ale też odnosi się do zakazu propagowania działań

⁵¹ Art. 10 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji stanowi, iż Przewodniczący Krajowej Rady może wezwać dostawcę usług medialnej do zaniechania działań w zakresie dostarczania usług medialnych, jeżeli naruszają one przepisy ustawy, uchwały Krajowej Rady lub warunki koncesji.

sprzecznych z prawem, moralnością, dobrem społecznym, polską racją stanu oraz odnosi się do zakazu nawoływania do nienawiści, przemocy, dyskryminacji, czy podejmowania działań związanych z dezinformacją.

W 2024 roku Przewodniczący KRRiT wydał 72 decyzje o nałożeniu kar finansowych w łącznej wysokości 2 165 626,45 zł, spośród których 32 kary dotyczyły różnych aspektów działalności w zakresie reklamy i sponsoringu, 8 kar było związanych z ochroną małoletnich przed treściami szkodliwymi dla ich rozwoju, 4 kary wiązały się z emisją wulgaryzmów wbrew ustawowemu nakazowi ochrony języka polskiego, 12 kar wymierzono z powodu nieprzestrzegania udogodnień dla osób niepełnosprawnych, 3 kary zostały wymierzone z powodu obecności mowy nienawiści w rozpowszechnianych audycjach, 2 kary dotyczyły rozpowszechniania treści pornograficznych, 7 kar wymierzono z powodu niezgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie, 4 kary dotyczyły naruszenia przepisów dotyczących kwot europejskich.

Statystyka decyzji o ukaraniu:

- 8 decyzji było związanych z naruszeniami stwierdzonymi w programach nadawanych przez spółkę Polsat (łącznie kary w wysokości 172 tys. zł);
- 7 decyzji dotyczyło programów spółki Telewizja Polska (łączna wysokość kar 82 tys. zł);
- 6 decyzji dotyczyło spółki Biznes 24 (łącznie 20,4 tys. zł);
- 5 decyzji dotyczyło spółki Michał Winnicki Entertainment (łącznie 9,5 tys. zł);
- 4 decyzje dotyczyły spółki TVN SA (łącznie 747 326,45 zł);
- 3 decyzje dotyczyły spółki TV Republika (łącznie 29 tys. zł);
- 3 decyzje dotyczyły spółki Canal+ (łącznie 13,2 tys. zł);
- 3 decyzje dotyczyły spółki TV Puls (łącznie 65 tys. zł);
- 3 decyzje dotyczyły podmiotu gospodarczego Foto-Jakowscy (łącznie 8 tys. zł);
- 3 decyzje dotyczyły spółki Golf Zone Sp. z o.o. (łącznie 4,3 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki Federacja Gromda F.C. Sp. z o.o. (łącznie 100 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki Inforadio Sp. z o.o. (łącznie 98 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki MF CASH Sp. z o.o. (łącznie 180 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki Red Carpet Media Group (łącznie 30 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki R.D.F. Entertainment Sp. z o.o. (łącznie 11 tys. zł);
- 2 decyzje dotyczyły spółki Motowizja Sp. z o.o. (łącznie 4,3 tys. zł).

Pozostałe wymierzane kary były jednorazowe, a wśród ukaranych był m.in. likwidator spółki TVP SA (kara 145,2 tys. zł za brak udzielenia informacji przewidzianych przepisem art. 10 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji).

Informacje na temat decyzji o nałożeniu kary w związku z niedopełnieniem powyższych zobowiązań znajdują się w załączniku nr 1.

Od wymierzonych kar przysługuje sądowa droga odwoławcza. Każda z decyzji może być podstawą skargi nadawcy do sądu administracyjnego. Kary obejmowały wyłącznie te przypadki naruszeń, które ustawa obligatoryjnie kwalifikuje do ukarania karą finansową. Ustawa stanowi wprost, iż to Przewodniczący KRRiT jako organ nakłada kary po przeprowadzeniu postępowania. Podobne uprawnienia ma np. Prezes UOKiK czy Prezes UKE.

Oprócz kar Przewodniczący KRRiT stosował inne ustawowe środki upominawcze m.in. upomnienia i wezwania, których łącznie skierował w 31 sprawach.

Opinie i zarzuty o tłumieniu debaty publicznej oraz wprowadzaniu efektu mrozącego w mediach są w tym kontekście prawnym i faktycznym całkowicie bezzasadne.

8.3. Nawoływanie do nienawiści i dyskryminacja za przekonania religijne w reportażu „32 lata bezkarności. Fenomen ojca Tadeusza”

Przewodniczący KRRiT 20 listopada 2024 r. wydał decyzję o nałożeniu kary finansowej w wysokości 142 800 zł na Spółkę TVN SA za emisję treści nawołujących do nienawiści i dyskryminujących z uwagi na przekonania religijne w reportażu pt. „29 lat bezkarności. Fenomen ojca Tadeusza Rydzyka”. Reportaż został opublikowany na platformie YouTube, na profilu cyklu pt. „Czarno na białym” oraz w serwisie TVN24 GO. W związku z audycją wpłynęło łącznie 2 624 skarg z 26 656 podpisami odbiorców⁵².

Przeprowadzona analiza wykazała, że poruszone wątki opisujące działania ks. Tadeusza Rydzyka oraz środowiska słuchaczy Radia Maryja miały na celu wzbudzenie niechęci odbiorców i pokazanie duchownego wyłącznie w negatywnym świetle. Przywoływane wypowiedzi ks. Tadeusza Rydzyka, a także różne wydarzenia związane z jego działalnością pozbawione były szerszego kontekstu. Zostały wykorzystywane w celu poparcia kolejnych tez stawianych przez autora reportażu bez żadnego udokumentowania oraz w sposób jednostronny, tak aby wzbudzić niechęć odbiorców i wywołać wyłącznie negatywne opinie.

W toku postępowania ustalono, że w audycji zastosowano typowe środki manipulacji polegające na cytowaniu wypowiedzi wyrwanych z kontekstu oraz rozpowszechnianie kłamstw w odniesieniu do spraw już dawno wyjaśnionych. Przywoływano przy tym wiele stereotypowych poglądów na temat rozgłośni Radia Maryja, a na poparcie stawianych tez wykorzystano m.in. fragmenty utworu scenicznego, a zatem fikcji, autorstwa Marcina Kąckiego, jednej z tych osób, których wypowiedzi w reportażu były przedstawiane jako ustalenia faktyczne. Ustalono, że poprzez publikację materiału zawierającego treści nawołujące do nienawiści oraz dyskryminujące ze względu na religię lub przekonania, poglądy polityczne lub wszelkie inne poglądy spółka naruszyła art. 47h ustawy o radiofonii i telewizji⁵³.

⁵² <https://www.gov.pl/web/krrit/spolka-tvn-ukarana-za-emisje-tresci-nawolujacych-do-nienawisci-i-dyskryminujacych-z-uwagi-na-przekonania-religijne-w-reportazu-pt-32-lata-bezkarnosci-fenomen-ojca-tadeusza>

⁵³ ...podmiot dostarczający audiowizualną usługę medialną na żądanie narusza obowiązek wynikający z przepisu art. 47h ustawy o rtv, Przewodniczący wydaje decyzję nakładającą na niego karę pieniężną w wysokości do dwudziestokrotności przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw, włącznie z wpłatami z zysku, w kwartale poprzedzającym wydanie decyzji nakładającej karę, ogłaszanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski”.

9. Realizacja wybranych zadań ustawowych przez nadawców

9.1. Audycje z udogodnieniami w programach telewizyjnych i usługach VoD dla osób z dysfunkcją narządu wzroku lub słuchu

W 2024 r. KRRiT skontrolowała sprawozdania nadawców dotyczące zapewnienia udogodnień w programach telewizyjnych w roku poprzednim⁵⁴. Przepisy ustawy stanowią, że udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami wzroku lub słuchu w programach telewizyjnych są obecne w co najmniej 50% kwartalnego czasu nadawania programu z wyłączeniem reklam i telesprzedaży. Ustawodawca w latach 2019-2024 przewidział okres przejściowy dla wdrażania tego przepisu. W 2023 r. nadawcy telewizyjni musieli zapewnić co najmniej 35% udziału audycji z udogodnieniami. Szczegółowe warunki stosowania udogodnień określa rozporządzenie KRRiT⁵⁵.

Do złożenia sprawozdań zobowiązani byli nadawcy 139 programów. W 129 programach obowiązek dotyczący udziału udogodnień był realizowany we wszystkich czterech kwartałach 2023 r., zaś w 10 programach stwierdzono zbyt mały udział udogodnień w co najmniej jednym kwartale.

Informacje na temat decyzji o nałożeniu kary w związku z niedopełnieniem powyższych zobowiązań znajdują się w załączniku nr 1.

Ogółem średni udział udogodnień w programach telewizyjnych w 2023 r. wyniósł 43,5% czasu nadawania z wyłączeniem reklam i telesprzedaży, przy czym udział udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami wzroku wyniósł 10,8%, zaś dla osób z niepełnosprawnościami słuchu 32,7%.

Zebrane dane wskazują, że w programach najchętniej oglądanych, których udział widowni przekracza 1%, a więc szczególnie atrakcyjnych również dla osób z niepełnosprawnościami, udział udogodnień osiągnął niemal 62%. W tej kategorii 46,8% czasu nadawania programu (z wyłączeniem reklam i telesprzedaży), zajęły audycje z napisami dla niesłyszących bądź tłumaczeniem na język migowy, a ponad 15,1% czasu nadawania audycje z audiodeskrypcją.

W porównaniu do 2022 r. średni udział udogodnień w programach telewizyjnych wzrósł o 3,9 punktu procentowego, przy czym udział udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami wzroku wzrósł o 0,9 punktu procentowego, a udział udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami słuchu o 3,0 punkty procentowe.

⁵⁴ Zgodnie z art. 18a ust. 1b ustawy nadawcy zobowiązani są do składania tych sprawozdań w terminie do 31 marca za rok poprzedni.

⁵⁵ Rozporządzenie z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych (Dz. U. z 2022 r. poz. 982), określa ono: rodzaj udogodnień, ich udział w czasie nadawania w zależności od pory emisji i charakteru programu, rodzaj programów, których nadawcy nie są obowiązani do wprowadzania udogodnień, niższy niż określony w art. 18a ust. 1 udział udogodnień w programach o niskim zasięgu ludnościowym, małym udziale w widowni lub wyróżnionych ze względu na sposób rozpowszechniania i specjalizację oraz sposób informowania KRRiT i odbiorców o terminie, czasie emisji i czasie trwania audycji zawierających udogodnienia. Zgodnie z rozporządzeniem, w 2023 r. wymagano następującego udziału udogodnień: w programach dla dzieci – 14% audiodeskrypcji, 21% napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy, w programach muzycznych lub informacyjnych – 17,5% napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy, w programach sportowych – 3,5% audiodeskrypcji, 14% napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy, w pozostałych programach – 5% audiodeskrypcji, 30% napisów dla niesłyszących lub tłumaczenia na język migowy. Ponadto, w programach, których udział w widowni jest mniejszy niż 1% lub w których łączny czas nadawania reklamy i telesprzedaży nie przekracza połowy limitu ustawowego, minimalny udział każdego z rodzaju udogodnień jest proporcjonalnie zmniejszony, w taki sposób, aby łącznie zajęły one co najmniej 17,5% czasu nadawania z wyłączeniem reklam i telesprzedaży.

Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie zobowiązani są do zapewnienia w katalogu co najmniej 30% audycji z udogodnieniami. Obowiązek ten nie dotyczy katalogów, których liczba użytkowników katalogu w poprzednim roku kalendarzowym nie przekraczała 2 mln użytkowników. Informacje o realizacji tego obowiązku dostawcy VoD muszą przekazać do KRRiT w ramach corocznego sprawozdania w terminie do 31 marca za rok poprzedni.

Skontrolowano 151 sprawozdań dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie wpisanych do wykazu Przewodniczącego KRRiT, które w 2023 r. podlegały obowiązkowi sprawozdawczemu. Kontrola wykazała, że w 7 przypadkach dostawca VoD zapewniał, przynajmniej w części swojej oferty, audiodeskrypcję dla osób z niepełnosprawnościami wzroku. Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami słuchu, według informacji zawartych w sprawozdaniach, obecne były w 13 usługach VoD, w tym w jednej oferowano tłumaczenie na język migowy i napisy dla niesłyszących, zaś w pozostałych tylko napisy.

9.2. Komunikaty o sytuacjach nadzwyczajnych w sposób dostępny dla osób z niepełnosprawnościami w związku z zagrożeniem powodziowym

Ze względu na potrzeby osób z niepełnosprawnościami wzroku lub słuchu, w związku z sytuacją kryzysową spowodowaną powodzią, Przewodniczący KRRiT wydał komunikat⁵⁶, w którym przypomniał nadawcom o obowiązkach dotyczących zapewnienia odbiorcom z niepełnosprawnościami dostępu do informacji o charakterze nadzwyczajnym. Komunikat ten został także rozesłany bezpośrednio do nadawców rozpowszechniających programy informacyjne o zasięgu ogólnopolskim.

KRRiT skontrolowała wyspecjalizowane programy informacyjne: TVP Info, TVN 24, Polsat News, Republikę, wPolsce24. Kontrola dotyczyła okresu od 13 do 20 września 2024 r. Okres ten pozwolił na sprawdzenie jak informowano o zagrożeniu, gdy nie obowiązywał jeszcze stan klęski żywiołowej, ale było już oczywiste, że mieszkańcy zagrożonych terenów wraz ze służbami ratowniczymi i lokalnymi władzami, będą musieli zmierzyć się z tzw. powodziami błyskawicznymi oraz jak media realizowały obowiązki informacyjne kilka dni po wejściu w życie rozporządzenia Rady Ministrów z 16 września 2024 r. w sprawie wprowadzenia stanu klęski żywiołowej na obszarze części województwa dolnośląskiego, opolskiego oraz śląskiego. Niemal we wszystkich programach wyemitowano od kilkudziesięciu do kilkuset godzin audycji z napisami dla osób niesłyszących lub tłumaczeniem na język migowy. Kluczowe komunikaty o zagrożeniu lub konieczności ewakuacji nadawano także w formie tekstowej, w postaci tzw. belek oraz pasków informacyjnych.

Jedynie w programie wPolsce24 sytuacja kształtowała się odmiennie. Nadawca tłumaczył brak możliwości zrealizowania udogodnień w audycjach na żywo przyczynami technicznymi oraz organizacyjnymi zmianami w funkcjonowaniu studia telewizyjnego i zespołu redakcyjnego, a także zbyt krótkim okresem funkcjonowania po otrzymaniu koncesji. Program został bowiem uruchomiony 2 września 2024 r. czyli zaledwie dwa tygodnie przed wejściem w życie rozporządzenia Rady Ministrów o stanie klęski żywiołowej.

Wyniki przeprowadzonej kontroli zostały przekazane do wiadomości Rzecznika Praw Obywatelskich w związku z jego wystąpieniem do KRRiT o udzielenie informacji na temat realizacji przez nadawców

⁵⁶ <https://www.gov.pl/web/krrit/komunikat-przewodniczacego-krrit-do-nadawcow-telewizyjnych-w-sprawie-dostepu-do-informacji-dla-osob-z-niepelnosprawnosciami>

ustawowych obowiązków oraz monitorowania przez KRRiT działalności programowej nadawców w związku z zagrożeniem powodziowym.

9.3. Promocja utworów w języku polskim i utworów europejskich

Utwory w języku polskim

Zgodnie z art. 15 ust. 1 ustawy nadawcy telewizyjni muszą przeznaczać co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów na audycje pierwotnie wytworzone w języku polskim. Podobnie nadawcy radiowi co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania muzyki mają przeznaczać na utwory wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60% w godzinach 5-24 (art. 15 ust. 2 ustawy)⁵⁷.

Kontrola 93 programów telewizyjnych wykazała, że w ich ofercie przeważały audycje wytworzone w języku polskim. Ogółem średnioroczny udział tych audycji wyniósł 72% znacznie przekraczając minimum wymagane w ustawie. Tylko jeden nadawca (Golf Zone Sp. z o.o. – nadawca programu Golf Zone) nie zrealizował wymaganego ustawowo udziału audycji w języku polskim, co skutkowało wydaniem przez Przewodniczącego decyzji o nałożeniu kary finansowej⁵⁸.

Kontrola programów radiowych pod względem udziału utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim objęła 352 programy. Ogółem średni, miesięczny udział piosenek wykonywanych w języku polskim wyniósł 40%, przy czym średnio 69% czasu utworów wykonywanych w języku polskim zajęły utwory nadane w godzinach 5-24. Programy pod nazwą ESKA 2, należące do Grupy Radiowej Time rozpowszechniały wyłącznie piosenki w języku polskim. Spośród innych programów najwyższy odsetek utworów słowno-muzycznych w języku polskim cechował należące do Grupy Radiowej AGORA programy pod nazwą Radio Pogoda, specjalizujące się w starych przebojach (77%), programy społeczno-religijne nienależące do sieci Radia Plus (54%) oraz programy Polskiego Radia (49%). Najniższy udział polskich piosenek miały programy z sieci Meloradio, należące do grupy Eurozet (33%).

Promocja produkcji europejskiej

W celu wspierania filmowej produkcji europejskiej nadawcy telewizyjni są zobligowani do przeznaczania co najmniej 50% kwartalnego czasu nadawania z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów na audycje europejskie (art. 15 ust. 3 ustawy). Ponadto nadawcy mają promować audycje wytworzone przez producentów niezależnych⁵⁹.

W 2024 r. skontrolowano 93 programy telewizyjne na podstawie sprawozdań nadawców zawierających informacje o czasie nadawania audycji europejskich, w tym audycji europejskich producentów niezależnych. Łącznie w skontrolowanych programach średnioroczny udział audycji europejskich wyniósł 87%, średnioroczny udział audycji europejskich producentów niezależnych osiągnął 39%,

⁵⁷ W szczególnych przypadkach rozporządzenie KRRiT przewiduje niższy udział takich utworów, zarówno w programach telewizyjnych jak i radiowych.

⁵⁸ Por. załącznik nr 1.

⁵⁹ Art. 15a ust.1 Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów. 2. Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają co najmniej 5% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

średnioroczny udział audycji europejskich producentów niezależnych, wytworzonych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem wyniósł 23%. Tylko dwóch nadawców telewizyjnych (nadawcy programów TOP KIDS i Golf Zone) nie zrealizowało w swoich programach wymagań związanych z nadawaniem audycji europejskich⁶⁰.

Dostawcy VoD skontrolowani zostali pod względem promocji dzieł europejskich na podstawie sprawozdań za rok poprzedni. W 2023 r. informacje zebrano od 151 dostawców VoD, wpisanych do wykazu dostawców, prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT, którzy nadesłali sprawozdania roczne w ustawowym terminie. W przypadku 95 katalogów VoD dostawca deklarował że jest zwolniony z obowiązku promowania audycji europejskich⁶¹. Powodem najczęściej była zbyt mała skala działalności na rynku.

Udział audycji europejskich w pozostałych katalogach średnio wyniósł 83%. Obowiązek promocji audycji europejskich był ponadto realizowany przez oznaczenie kraju pochodzenia audycji (w 33 katalogach), udostępnienie możliwości wyszukania audycji europejskiej (w 36 katalogach), umieszczenie dodatkowych materiałów promujących audycje europejskie (w 36 katalogach), eksponowanie audycji europejskich w katalogu (w 43 katalogach).

9.4. Ochrona odbiorców małoletnich

Ochrona małoletnich w programach telewizyjnych

KRRiT prowadzi stałe kontrole pod kątem wypełniania przez dostawców usług medialnych obowiązków związanych z ochroną małoletnich⁶². Należą do nich kontrole planowe, prowadzone w związku z toczącymi się postępowaniami koncesyjnymi oraz realizowane dodatkowo według bieżących decyzji KRRiT. Taką dodatkową kontrolą w 2024 r. zostali objęci nadawcy telewizyjni, którzy rozpowszechniają programy w naziemnej telewizji cyfrowej oraz nadawcy programów kablowych i satelitarnych.

W 2024 r. w trakcie kontroli przestrzegania przez nadawców zasad ochrony małoletnich sprawdzono tygodniowe próby 30 programów, w których nie stwierdzono naruszeń.

⁶⁰ Por. załącznik nr 1.

⁶¹ Obowiązek przeznaczania o najmniej 30% zawartości katalogu na audycje europejskie nie dotyczy katalogów, w których są publicznie udostępniane wyłącznie audycje audiowizualne niebędące audycjami europejskimi, podmiotów dostarczających audiowizualne usługi medialne na żądanie będących mikroprzedsiębiorcami w rozumieniu art. 7 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców, podmiotów dostarczających audiowizualne usługi medialne na żądanie, których liczba użytkowników wszystkich udostępnianych publicznie audiowizualnych usług medialnych na żądanie w poprzednim roku kalendarzowym nie przekroczyła 1% abonentów usług transmisji danych zapewniających szerokopasmowy dostęp do Internetu (zob. art. 47f ust. 4 ustawy rtv).

⁶² Przede wszystkim pod kątem przestrzegania tzw. pory chronionej tj. zakazu rozpowszechniania w programach telewizyjnych i radiowych w godz. 6-23 treści, które mogą szkodzić fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi małoletnich. Kontrole dotyczą także stosowania prawidłowych oznaczeń wiekowych w audycjach telewizyjnych (a w przypadku audycji „od lat 18” również oznaczania rodzajów treści mogących negatywnie wpływać na małoletnich), na podstawie których rodzice i opiekunowie mogą podejmować decyzje, czy dziecko powinno być odbiorcą treści prezentowanych w danej audycji.

Ochrona małoletnich w serwisach VoD

Dostawcy usług medialnych na żądanie (VoD), podobnie jak nadawcy telewizyjni, są zobowiązani do stosowania oznaczeń informujących o kategorii wiekowej. Ten obowiązek dotyczy też treści audiowizualnych znajdujących się na platformach udostępniania plików wideo (VSP). Dostawcy VoD w przypadku treści przeznaczonych dla użytkowników od 18 roku życia muszą również stosować oznaczenia rodzajów treści, które mogą negatywnie wpływać na małoletnich (np. seks, przemoc, wulgaryzmy). Są też zobowiązani do stosowania skutecznych środków technicznych, które uniemożliwiają odbiór szkodliwych treści przez małoletnich.

KRRiT w 2024 r. przeprowadziła kontrolę najpopularniejszych serwisów VoD, będących w jurysdykcji polskiej m.in. Megogo.pl, Player.pl, Vodtvpl.pl, Canal+ Online, CDA.pl, Redgo.pl. W każdym z serwisów skontrolowano ponad 50 audycji. W serwisach czterech dostawców stwierdzono obecność audycji mogących zagrażać małoletnim użytkownikom ze względu na ich niewłaściwą kwalifikację wiekową lub brak oznaczeń rodzajów treści mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich. W związku z powyższym do dostawców skierowano łącznie pięć wezwań do zaniechania naruszeń pod rygorem nałożenia kary pieniężnej. Dostawcy niezwłocznie dostosowali się do wezwań.

Ochrona małoletnich na platformach VSP

W 2024 r. wysłano 12 wezwań do dostawców platform z wnioskiem o wyjaśnienia oraz przedstawienie stosowanych rozwiązań technicznych, umożliwiających użytkownikom klasyfikowanie treści. Dwóch dostawców na dwóch platformach udostępniania wideo, tworzyło i obsługiwało systemy kontroli rodzicielskiej. Tylko czterech dostawców umożliwiała stosowanie przez użytkowników oznaczeń wiekowych, zgodnych z przepisami rozporządzenia KRRiT⁶³. Były to platformy BanBye, Wgrane, Kwejek, Jbzd.

Dostawcy, którzy dotąd nie stosowali odpowiednich systemów zabezpieczeń technicznych⁶⁴, poinformowali o rozpoczęciu prac nad wprowadzeniem takich rozwiązań jak system kontroli rodzicielskiej i narzędzia kwalifikujące treści. W dwóch przypadkach takie rozwiązania zostały wprowadzone całkowicie od nowa.

Serwisy VSP umożliwiają użytkownikom kwalifikowanie umieszczanych przez nich materiałów przed przestaniem ich na platformę. Na tym etapie użytkownicy zamieszczający treści na platformie mają możliwość oznaczenia danego materiału jako nieodpowiedniego dla małoletnich. Przed emisją takiego materiału wyświetlane jest ostrzeżenie. Niektórzy dostawcy umieszczają materiał dopiero po jego ocenie przez administratora serwisu.

Wszystkie platformy stosują ex post zgłoszenia naruszeń regulaminu poprzez formularz kontaktowy. System ten odnosi się do weryfikacji materiałów wideo i komentarzy zamieszczanych przez użytkowników, innych niż ci, którzy zamieścili materiały. Administratorzy weryfikują, czy zgłoszenie jest uzasadnione i wówczas takie pliki są najczęściej blokowane. W przypadku zamieszczania

⁶³ Por. rozporządzenie KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie kwalifikowania i oznaczania audycji, wideo stworzonych przez użytkowników i innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich w poszczególnych kategoriach wiekowych w platformach udostępniania wideo (Dz. U. poz. 1019).

⁶⁴ Najczęściej stosowanym zabezpieczeniem przez dostawców VSP był komunikat z pytaniem dotyczącym pełnoletniości użytkownika. Rozwiązanie to nie spełnia kryterium skuteczności.

materiałów z serwisu społecznościowego YouTube, dostawcy zwracają uwagę, iż serwis ten stosuje własne oznaczenia klasyfikacyjne.

Ochrona małoletnich w kanałach tzw. youtuberów

W roku sprawozdawczym analizowano także treści udostępniane w kanałach YouTube przez tzw. youtuberów. Analizie poddano ofertę udostępnianą na 43 kanałach, na którą złożyło się łącznie 211 audycji w formie np. filmów instruktażowych, rozmów z influencerami, teledysków i relacji z życia czyli tzw. vlogów.

W zdecydowanej większości przypadków nie stwierdzono naruszeń art. 47e ust. 1-3 ustawy. Jednak w audycjach i innych przekazach pod wspólną nazwą *Alkomaster 2 - Wesele*, dostępnych w jednym z katalogów na platformie YouTube, równoległe do transmisji w formie pay-per-view, doszło m.in. do promowania patologicznych wzorców zachowań związanych ze spożywaniem alkoholu, agresją i poniżaniem innych osób, tj. do naruszenia art. 47e ust. 1 ustawy poprzez publiczne udostępnienie treści zagrażających małoletnim odbiorcom bez stosowania skutecznych zabezpieczeń technicznych.

Przewodniczący KRRiT wydał dwie decyzje o ukaraniu dostawcy za reklamę i promocję alkoholu, udostępnianie szkodliwych, patologicznych wzorców zachowań związanych ze spożywaniem alkoholu, agresją oraz poniżaniem innych osób bez stosowania skutecznych zabezpieczeń mających na celu ochronę małoletnich oraz za brak zapewnienia użytkownikom łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację usługi i podmiotu dostarczającego audiowizualną usługę medialną na żądanie⁶⁵.

Na podstawie pozostałych analizowanych treści, które były dostępne w katalogach innych dostawców, odnotowano co najmniej dwa nurty twórczości youtuberów, które zyskując coraz bardziej na popularności mogą niekorzystnie wpływać na budowanie przez małoletnich relacji społecznych oraz obrazu samych siebie w przyszłości. Pierwszy z tych nurtów odnosi się do audycji pokazujących sposoby wyboru partnera na randkę. W większości tego rodzaju materiałów wykorzystywany był format reality-show, którego uczestnicy musieli dokonywać wyborów (często w przeważającym stopniu lub wyłącznie na podstawie cech fizycznych), ale także między potencjalnym związkiem a obiecaną nagrodą finansową. Z kolei w formatach opartych o tzw. challenge (wyzwania) stawiano przed uczestnikami zadania związane z jedzeniem (np. za pomocą różnych narzędzi lub spożycia określonej liczby kalorii). Zarówno wymienione formaty randkowe, jak również wyzwania dotyczące jedzenia mogą przyczyniać się do utrwalania niekorzystnych dla małoletnich wzorców zachowań m.in. materialistyczne i przedmiotowe podejście do relacji międzyludzkich lub stosowanie niewłaściwej diety, zaburzenia odżywiania.

Orzecznictwo w sprawach ochrony małoletnich

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie – emisja audycji zawierającej treści o charakterze pornograficznym⁶⁶.

W decyzji Przewodniczący KRRiT stwierdził, iż nadawca dopuścił się naruszenia przepisu art. 18 ust. 4 ustawy poprzez rozpowszechnienie audycji zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu

⁶⁵ Naruszenie m.in. przepisów zawartych w art. 16b ust. 1 pkt 2 w zw. z art. 47k ustawy o radiofonii i telewizji oraz art. 13¹ ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, a także art. 47e ust. 1 w zw. z art. 18 ust. 4 ustawy o radiofonii i telewizji.

⁶⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 czerwca 2024 r. (sygn. akt VII AGa 1420/23).

rozwojowi małoletnich, w szczególności zawierających treści i sceny o charakterze pornograficznym. Przewodniczący KRRiT uznał, że częstotliwość scen zawierających prezentację stosunków seksualnych i innych przejawów życia płciowego człowieka, ich długość, a także ich sposób filmowania przesądza, że dominujący staje się w audycji temat seksu, zaś audycja została zrealizowana wyłącznie dla zaprezentowania tych scen. Obszar opisanych scen był nieproporcjonalnie rozbudowany w stosunku do pozostałych wątków. Motywem przewodnim audycji było ukazanie scen seksualnych, a pozostałe treści jedynie łączyły poszczególne sceny.

Sąd Apelacyjny w Warszawie uznał, że brak ukazania wprost ludzkich narządów płciowych w trakcie stosunku seksualnego nie wyklucza uznania przekazu za zawierającego treści pornograficzne. Sąd wskazał, że częstotliwość scen przedstawiających stosunki seksualne, czas trwania oraz realistyczność tych scen w oderwaniu od jakichkolwiek relacji międzyludzkich, z pominięciem warstwy intelektualno – personalistycznej jednoznacznie wskazuje, że celem produkcji było wywołanie podniecenia seksualnego, a nie przekazanie treści erotycznych nakierowanych na ukazanie piękna ludzkiego ciała, uwypuklenie relacji uczuciowych między partnerami.

Sąd wskazał, że dopuszczenie do emisji treści pornograficznych, które są zakazane bez względu na porę emisji i grono ich adresatów, może prowadzić do nieodwracalnych społecznie skutków w postaci upowszechnienia nieprawidłowego wzorca zachowań seksualnych, zwłaszcza u małoletnich odbiorców. Sąd uznał za całkowicie chybioną argumentację nadawcy wskazującą, że to przede wszystkim na rodzicach powinien spoczywać obowiązek zapewnienia kontroli i zabezpieczenia dzieci przed treściami pornograficznymi. Wyraźnie wskazał, że skoro rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, w szczególności zawierających treści pornograficzne jest zakazane, a zakaz odnosi się do nadawców, nie można za ewentualne skutki jego złamania obciążać rodziców małoletnich, którzy mają uzasadnione podstawy, aby oczekiwać, że małoletni nigdy nie zetkną się z takimi treściami w telewizji.

9.5. Moderowanie treści na platformach udostępniania wideo (VSP)

W 2024 r. przeprowadzono kontrolę platform udostępniania wideo pod kątem moderowania przez ich dostawców treści zagrażających małoletnim. W odniesieniu do jednego dostawcy, w przypadku dwóch audycji zamieszczonych przez użytkowników stwierdzono, że zawarte w nich treści zagrażają prawidłowemu fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich i nie zostały zakwalifikowane zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 47p ust. 3 ustawy.

Przewodniczący KRRiT, zgodnie z art. 53e ust. 1 ustawy, wezwał dostawcę do zaniechania naruszeń w ciągu 14 dni od dnia doręczenia wezwania pod rygorem nałożenia kary pieniężnej. Dostawca niezwłocznie dostosował się do wezwania.

10. Przekazy handlowe

10.1. Kontrola emisji przekazów handlowych

W 2024 r. przeprowadzono zarówno planowe jak i interwencyjne monitoringi przekazów handlowych emitowanych i udostępnianych przez nadawców i dostawców VoD, w tym treści oferowanych przez polskich youtuberów. Przeprowadzono 186 monitoringów programów telewizyjnych, 9 monitoringów lokalnych programów telewizji kablowych, 300 monitoringów programów radiowych, 53 monitoringi usług VoD (635 audycji).

Informacje dotyczące decyzji o ukaraniu dostawców usług medialnych w związku z naruszeniem przepisów regulujących emisję przekazów handlowych zostały przedstawione w rozdziale 8 i w załączniku nr 1.

10.2. Emisja reklam tzw. niezdrowej żywności przy audycjach dla dzieci ⁶⁷

Rzecznik Praw Dziecka skierował do KRRiT w 2023 r. skargę na reklamę popularnej marki słodczy reklamowanych przy audycjach dla dzieci. Monitoring potwierdził obecność reklam tego rodzaju produktów przy niektórych audycjach dla dzieci w programach Polsat, Polsat Film, Polsat Rodzina, Puls 2, Stopklatka, Super Polsat, TV4, TV6, TVN Siedem, TVP1 (film familijny) i Zoom TV. Do nadawców wysłane zostały wezwania Przewodniczącego KRRiT do zaprzestania naruszania przepisów ustawy ⁶⁸. Wyniki monitoringu wraz z informacją o podjętych działaniach zostały przedstawione Rzecznikowi Praw Dziecka.

10.3. Orzecznictwo w zakresie przekazów handlowych

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie – emisja przekazów autopromocyjnych błędnie oznaczonych jako ogłoszenia nadawcy ⁶⁹.

W decyzji Przewodniczący KRRiT stwierdził, że nadawca dopuścił się naruszenia przepisu art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy poprzez wyemitowanie przekazów autopromocyjnych błędnie oznaczonych jako ogłoszenia nadawcy, które są przewidziane w art. 16 ust. 4 pkt 1a ustawy, w wyniku czego pominięto te przekazy przy obliczaniu ustanowionego w art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy łącznego czasu nadawania reklam oraz przekroczono dopuszczalny czas emisji reklam. Sąd Apelacyjny w Warszawie uznał, że materiały wyemitowane przez nadawcę nie zawierały jedynie prostego, neutralnego przekazania informacji, a z uwagi na sposób zaprezentowania ich treści stanowiły zachętę do obejrzenia określonych programów nadawcy, wobec tego były autopromocją, nie zaś jedynie ogłoszeniami nadawcy.

Przepisy art. 16 ust. 4 pkt 1 ustawy i art. 16 ust. 4 pkt 1a ustawy odnoszące się do ogłoszeń nadawcy, przewidują wyłączenia stosowania art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy tylko w przypadku ogłoszeń nadawcy zawierających jedynie informację o audycjach. Wszelkie przekazy, które wykraczają poza informację, a zawierają element emocjonalny, przekonujący do ich obejrzenia, podpadają pod ograniczenia czasu reklamy wynikające z art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy. Ogłoszenia nadawcy jedynie w takim zakresie nie podlegają

⁶⁷ Jest to emisja przy audycjach dla dzieci reklam artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana.

⁶⁸ Por. art. 16b ust. 3a ustawy o radiofonii i telewizji.

⁶⁹ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 11 października 2024 r. (sygn. akt VII AGa 498/24).

wliczeniu do czasu reklamowego, w jakim bezpośrednio wiążą się z przekazywaniem widzom jedynie informacji o audycjach nadawcy lub fragmentów tych audycji.

10.4. Współpraca z Głównym Inspektorem Farmaceutycznym

Przykładem stałej współpracy międzyinstytucjonalnej jest współpraca z Głównym Inspektorem Farmaceutycznym w zakresie przekazywania danych o emisji reklam poszczególnych produktów leczniczych w programach telewizyjnych wraz z oznaczeniem nazwy programu telewizyjnego, daty, godziny oraz czasu trwania emisji.

Główny Inspektor Farmaceutyczny, zgodnie z ustawą z 6 września 2011 r. Prawo Farmaceutyczne, sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie reklamy produktów leczniczych.

10.5. Propozycja wprowadzenia zakazu reklamy piwa przed godz. 22.00

Odpowiadając na wystąpienia przewodniczącego senackiej Komisji Petycji w związku z petycją dotyczącą nowelizacji ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi poprzez wprowadzenie zakazu reklamy piwa przed godziną 22.00 oraz w sprawie zmiany górnej granicy godzinowego zakazu prowadzenia reklamy i promocji piwa w telewizji, radiu, kinie i teatrze, a także Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sprawie zmiany zasad emisji reklam piwa, Przewodniczący KRRiT podkreślił, że krajowe regulacje są bardziej restrykcyjne od regulacji przyjętych przez ustawodawcę unijnego w dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych.

Prawodawstwo unijne w odniesieniu do przekazów handlowych promujących napoje alkoholowe, oprócz zakazu kierowania takich reklam do małoletnich odbiorców, nie przewiduje żadnych ograniczeń godzinowych w emisji tego rodzaju reklam. W opinii Przewodniczącego KRRiT kolejne ograniczenia w zakresie reklamy piwa w telewizji wpłynęłyby niekorzystnie na poziom konkurencyjności polskiego rynku telewizyjnego względem takich rynków podlegających jurysdykcji innych krajów członkowskich UE. Proponowany w petycji zakaz obejmowałby wyłącznie nadawców podlegających polskiej jurysdykcji, zatem zagraniczni nadawcy programów polskojęzycznych znaleźliby się w sytuacji uprzywilejowanej.

W efekcie polski rynek nadawców telewizyjnych mógłby ulec rozregulowaniu. Brak równowagi i zachwiana konkurencja mogłaby skłonić polskich nadawców do przeniesienia siedzib oraz zespołów redakcyjnych do innego kraju członkowskiego UE. To wywołałoby realny spadek przychodów państwa, niższy poziom krajowych inwestycji w obszarze produkcji telewizyjnej i filmowej, niższe opłaty odprowadzane na rzecz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, a także negatywny wpływ na rynek pracy w sektorze audiowizualnym.

11. Edukacja medialna w działaniach KRRiT

KRRiT ustawowo jest zaangażowana w procesy związane z promocją edukacji medialnej⁷⁰.

11.1. Edukacja medialna w programach nadawców publicznych

W 2024 r. publiczna radiofonia i telewizja nadała w audycjach edukacyjnych, informacyjnych i publicystycznych łącznie 1614 godz. treści tematycznie poświęconych edukacji medialnej. Dotyczyły one m.in. sztucznej inteligencji w zawodzie dziennikarskim, weryfikowania informacji, umiejętności sprawdzania treści budzących wątpliwości czy odporności na metody manipulowania opinią publiczną. W kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego duża część audycji poświęcona była roli mediów społecznościowych oraz zagrożeniom takim jak manipulacja i dezinformacja czy kwestiom związanym z weryfikowaniem nieprawdziwych informacji w sieci. Wiele miejsca poświęcono również ochronie dzieci w przestrzeni cyfrowej, w tym tematów takim jak sharenting, czyli publikacja w sieci fotografii dzieci, przetwarzanie danych, etyka w mediach, specjalizacje informacyjno-komunikacyjne wśród kobiet, nowinki ze świata nowoczesnych technologii. Edukowano także w zakresie phishingu, usług deepfake⁷¹, ustawy o sztucznej inteligencji. Odbiorców informowano o ciekawych aplikacjach na telefony, pracy podcasterów i youtuberów oraz technologiach wspierających edukację. Omawiano także potrzebę nabywania i rozwijania kompetencji cyfrowych oraz informowano o korzyściach płynących z cyfryzacji. Starano się znaleźć odpowiedź na problem wykorzystania AI (ChatGPT) w szkole. Istotnym elementem był również przekaz skierowany do seniorów, który w prosty sposób omawiał jak korzystać z zasobów sieci, a w szczególności z platform, serwisów i aplikacji instytucji państwowych m.in. IKP, ePUAP, mObywatel.

Większość oferty programowej z tego zakresu tematycznego zamieszczana jest w formie podcastów i wideocastów w serwisach internetowych nadawców. Na portalu TVP.PL opublikowano treści związane z bezpieczeństwem w sieci, ochroną przed manipulacją medialną, zachęcające do rozwijania umiejętności krytycznego myślenia i omawiające problem dezinformacji. TVP, wspólnie z Ministerstwem Cyfryzacji zrealizowała projekt pt. „Uważaj! Dezinformacja”⁷². W serwisie TVP VoD dostępna jest oferta, która uczy o zawiłościach szeroko rozumianego Internetu.

Media publiczne realizują także działania pozaantenowe związane z edukacją medialną (seminaria naukowe, debaty, warsztaty, szkolenia). Ważnym miejscem jest Centrum Edukacji Medialnej (CEM), utworzone przy Polskim Radiu Kielce⁷³, a także Ośrodek Szkoleń Radia Wrocław i Radia RAM⁷⁴.

⁷⁰ Por. art. 6 ust 2 pkt 14 ustawy - prowadzenie badań i dokonywanie oceny realizacji stanu edukacji medialnej, w tym oceny działań dostawców usług medialnych i dostawców platform udostępniania wideo.

⁷¹ Phishing to rodzaj cyberataku, podczas którego cyberprzestępca próbuje wyłudzić od ofiary poufne informacje, zaś deepfake to technika wykorzystująca sztuczną inteligencję do tworzenia fałszywych wideo, imitujących autentyczne nagrania.

⁷² <https://www.tvp.pl/83782904/program-uwazaj-dezinformacja>

⁷³ Głównym celem CEM jest dostarczanie praktycznej wiedzy o mechanizmach powstawania przekazów medialnych, sposobach ich rozpowszechniania, nauka krytycznej analizy przekazów medialnych, praktyczna prezentacja sposobów odróżniania informacji rzetelnych i wiarygodnych od fake newsów oraz propagowanie dobrych praktyk związanych ze świadomym i bezpiecznym korzystaniem z mediów. W 2024 r. CEM odwiedziło 6 320 osób. Dla odwiedzających zorganizowano m.in. następujące warsztaty: „Jak nie dać się fake newsom?”, „Od opinii do informacji”, „Poznajemy gatunki medialne”, „Różne oblicza hejtu. Jak z nim walczyć i budować kulturę szacunku?”, „Radiowa Akademia Dziecięca”.

⁷⁴ Jest to miejsce gdzie przekazywana jest wiedza i umiejętności dotyczące pracy dziennikarza radiowego. Uczestnicy mogą ćwiczyć emisję głosu, dykcję oraz jak prezentować się przed kamerą. Dowiadują się jak przygotowywać, zdobywać, redagować

11.2. Edukacja medialna wśród obowiązków platform udostępniania wideo (VSP)

KRiIT zwróciła się do polskich dostawców platform udostępniania wideo o informację dotyczącą przestrzegania ustawy o radiofonii i telewizji, m.in. w zakresie upowszechniania umiejętności świadomego korzystania z mediów wśród swoich użytkowników⁷⁵.

W większości przypadków obowiązek ten realizowany był w formie informacji o prawach i obowiązkach użytkowników platform oraz prawach i obowiązkach dostawców platform wideo, które są zamieszczane w regulaminach. Informacje te znajdują się też w działach poświęconych dobrym praktykom oraz w odpowiedziach na pytaniach FAQ.

KRiIT, chcąc zachęcić dostawców VSP do większego zaangażowania w promocję edukacji medialnej, zorganizowała spotkanie, podczas którego przedstawiciele platform zgodzili się na współpracę przy organizacji kampanii informacyjnej na temat praw i obowiązków platform i użytkowników w komunikacji internetowej.

11.3. Badania Krajowego Instytutu Mediów w związku z edukacją medialną⁷⁶

Krajowy Instytut Mediów przeprowadził istotne badanie pt. „Pokolenie Alfa – diagnoza potrzeb i wartości”. Celem badania było zrozumienie wartości tego pokolenia, jego potrzeb, motywacji, autorytetów i stosunku do mediów. Wyniki badania pokazały, że w grupie 4-5 latków, choć narzędzia komunikacji (telefon, tablety, komputer, telewizor) są ważnym elementem ich życia, to nie dominują one jako forma rozrywki. Telefon, najczęściej należący do rodziców, używany jest w domu i służy głównie do oglądania bajek. W grupie 6-8 latków korzystanie i oglądanie treści na urządzeniach do obsługi mediów, podobnie jak w grupie młodszej, kontrolowane jest przez rodziców. W tej grupie, badanie ujawniło jednak, że dzieci pobieżnie znają zagrożenia wynikające z korzystania z urządzeń do odbioru mediów, nikt z nimi o tym nie rozmawiał, a część dzieci zna tylko podstawowe zasady bezpieczeństwa, np. nierozmawianie z nieznanymi albo nieprzekazywanie swoich danych. Niektóre z dzieci posiadało już konto w mediach społecznościowych, ale wykorzystywało je głównie do kontaktów z rodziną. Grupa 9-11 latków charakteryzuje się tym, że posiadali już własne urządzenia do odbioru mediów i w większości może korzystać z nich bez ograniczeń. Tylko w niektórych przypadkach rodzic na bieżąco kontrolował czas spędzony przed ekranem. Dzieci były świadome zagrożeń wynikających z Internetu np. nie publikują treści prywatnych czy zdjęć, odpowiednio reagują na zaczepki na portalach. Niektóre samodzielnie ograniczały sobie dostęp do aplikacji i gier na telefonie. Grupa 12-14 latków używa telefony komórkowe do grania, oglądania filmów, komunikacji za pośrednictwem Messengera i WhatsAppa oraz przeglądania Internetu. Dzieci posiadają już konta na platformach społecznościowych (głównie na IG i TikToku, You Tube), na których publikują treści. Urządzenia wykorzystywane są również do nauki, uczestnictwa w zajęciach online oraz rozwiązywania zadań edukacyjnych. W opinii dzieci rodzice kontrolują wyłącznie czas ich korzystania z aplikacji na telefonie, natomiast nie obserwują i nie

i czytać informacje, uczą się interpretacji tekstu literackiego. Przeprowadzane są także warsztaty na temat bezpieczeństwa w sieci oraz redakcji newsów internetowych. Uczestnicy zapoznają się z historią radia, odwiedzają muzeum, mają okazję poznać archiwalne nagrania rozgłośni. Zajęcia prowadzone są przez zawodowych dziennikarzy Radia Wrocław w profesjonalnych studiach nagraniowych. Oferty zajęć przygotowywane są dla przedszkoli, szkół podstawowych, ponadpodstawowych i oparte są na podstawie programowej Ministerstwa Edukacji.

⁷⁵ Por. art. 47w ustawy o radiofonii i telewizji.

⁷⁶ Por. rozdział 5.

śledzą co robią w Internecie, np. jakie treści publikują, jakie zawierają w sieci znajomości. Inne zdanie na ten temat mają rodzice, którzy deklarują, że bez wiedzy dziecka przeglądają jego telefon, głównie wtedy, kiedy zauważą zmianę w zachowaniu dziecka. Badanie wskazało również na sytuacje, w których to wspólnie rodzice i dzieci wprowadzają pewne ograniczenia w korzystaniu z technologii. Ta grupa dzieci zna doskonale zagrożenia płynące z internetu. Wie, że nie wolno publikować zdjęć, treści prywatnych i odpowiednio reagować na zaczepki obcych osób. Wiedzę dotyczącą zagrożeń czerpie głównie z zajęć szkolnych, chociaż rodzicom również zdarza się prowadzić z nimi rozmowy na ten temat. Niektóre dzieci mają wiedzę, jak zabezpieczać swoją prywatność (np. używanie nieprawdziwego imienia i nazwiska, stosowanie programów VPN, niepublikowanie żadnych informacji, które mogą naprowadzić innych na prawdziwą tożsamość).

Dzieci z pokolenia „Alfa” mają świadomość zagrożeń płynących z Internetu, przy czym kadra pedagogiczna uważa, że wiedza na temat hejtu, oszustw internetowych czy uzależnienia od technologii jest niewystarczająca. Na pewno wsparciem w budowaniu świadomości korzystania z mediów są rodzice i szkoła. Wielu rodziców instaluje specjalne aplikacje kontrolujące treści, które mogą być przeglądane. Uczestniczą też w spotkaniach, podczas których są informowani o zagrożeniach technologicznych oraz sposobach ich unikania.

Istotnym było również badanie pt. „Zjawisko dezinformacji”. Wnioski z badania wskazały, że choć poziom znajomości w polskim społeczeństwie pojęcia edukacji medialnej jest niski, to istnieje intuicyjne rozumienie potrzeby takiej edukacji. Ludzie postrzegają edukację medialną jako działania profilaktyczne i edukacyjne skierowane do różnych grup społecznych mające na celu zwiększanie świadomości i ochronę przed zagrożeniami w mediach; naukę krytycznego odbioru treści medialnych - rozpoznawanie dezinformacji, świadome korzystanie z mediów społecznościowych; naukę bezpieczeństwa w sieci, rozpoznawania manipulacji oraz rozwijania umiejętności analitycznych w odbiorze treści. Powszechne jest też przekonanie, że media mają wpływ na wszystkich, dlatego edukacja medialna powinna objąć całe społeczeństwo. Jednocześnie dwie grupy odbiorców wskazuje się jako szczególnie istotne. Po pierwsze dzieci i młodzież, którzy edukacją medialną powinni być objęci już od najmłodszych lat, aby rozumiały zasady działania mediów i mogły uniknąć negatywnych wzorców zachowań, np. związanych z mediami społecznościowymi. Równie istotna jest edukacja rodziców, aby mogli świadomie wspierać dzieci w korzystaniu z mediów. Druga grupa to seniorzy, jako szczególnie podatni na manipulację i dezinformację z uwagi na trudności w poruszaniu się w nowoczesnym świecie mediów oraz nadmierną łatwowierność.

Na percepcję edukacji medialnej wpływ mają zmienne demograficzne. Starsi częściej postrzegają edukację medialną jako potrzebę dla innych, przede wszystkim dla dzieci, młodzieży i seniorów. Młodszy widzą w edukacji medialnej coś, co może być przydatne również dla nich samych. Kobiety bardziej akcentują aspekt edukacji dzieci i młodzieży oraz rolę rodziców w tym procesie. Mężczyźni natomiast częściej wskazują na krytyczne myślenie i analizę informacji jako elementy kluczowe. Osoby z dużych miast są bardziej świadomi, czym jest edukacja medialna niż osoby z mniejszych miejscowości.

Dla młodszych grup, istotne jest, aby wiedza z zakresu edukacji medialnej przekazywana była w sposób dynamiczny. Preferowane są cyfrowe formy edukacji. Starsze pokolenia i mieszkańcy mniejszych miejscowości cenią tradycyjne metody, np. spotkania i kampanie informacyjne. Osoby pracujące w wieku 25-45 lat cenią edukację prowadzoną przez ekspertów m.in. dziennikarzy, psychologów, socjologów w formie warsztatów, szkoleń oferowanych w pracy, czy podcastów.

11.4. Edukacja do mediów i poprzez media - opracowania i publikacje na stronie internetowej KRRiT

Kompendium standardów w mediach⁷⁷

KRRiT opracowała i opublikowała opis podstawowych aspektów etyki dziennikarskiej oraz standardów zawodowych, które powinny być fundamentem pracy każdego dziennikarza. Głównymi elementami, które powinny kierować pracą dziennikarza są poszukiwanie prawdy, profesjonalizm i rzetelność, umiejętność oddzielania informacji od emocji. Istotne są także weryfikacja faktów, analiza i konfrontacja różnych źródeł. Ze względu na to, że dziennikarstwo jest zawodem zaufania publicznego, w swojej pracy osoby mediów powinny kierować się dobrem ogółu i powinny zachować neutralność w sporach społecznych czy politycznych. KRRiT podkreśliła, że precyzji wymaga forma przekazu, ponieważ konieczne jest oddzielanie informacji od opinii, a także jasne oznaczanie treści takich jak felietony czy materiały sponsorowane. Dziennikarze, jako liderzy opinii, muszą mieć świadomość odpowiedzialności za publikowane treści i tego, jaki wpływ treści te mają na społeczeństwo. W tym kontekście szczególną wagę ma również odpowiedzialność za przestrzeganie zasad wolności słowa i ochrony dóbr osobistych. Rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (fake newsów) jest absolutnie niedopuszczalne. Ponadto KRRiT zwróciła uwagę na organizację rynku mediów, która powinna uwzględniać wpływ na życie polityczne i gospodarcze, ponieważ media odgrywają istotną rolę w kształtowaniu świadomości społecznej.

Publikacja „Pokolenie iGen (internet Generation), influencerzy i przedawkowanie social mediów- studium przypadku”⁷⁸

Członek KRRiT dr hab. Hanna Karp, prof. AKSiM poruszyła problem wykorzystania przez globalne marki i rynek reklamy fascynacji młodych pokoleń nowoczesnymi technologiami komunikacji. Ta grupa została najbardziej zdominowana przez narzędzia cyfrowe. Prowadzi to do pytania o cenę, jaką młodzi użytkownicy płacą, tracąc podmiotowość na rzecz globalnych graczy. W opracowaniu przedstawione zostały wnioski, w tym ostrzeżenia przed niekontrolowanym użytkowaniem mediów społecznościowych, takich jak TikTok, oraz wskazówki dotyczące przeciwdziałania wobec uzależnienia od tych platform⁷⁹.

11.5. Nagroda KRRiT im dr. Pawła Stępki

Kapituła Nagrody im. dr. Pawła Stępki pod przewodnictwem dr hab. Hanny Karp, prof. AKSiM po raz kolejny przyznała Nagrody im. dr. Pawła Stępki za najlepszą pracę naukową oraz wydawnictwo z dziedziny mediów elektronicznych.

W 2024 r. Kapituła Nagrody im. dr. Pawła Stępki postanowiła nie przyznawać nagrody za najlepszą rozprawę doktorską w dziedzinie mediów elektronicznych, ponieważ zgłoszona praca w tej kategorii nie była tematycznie związana z ideą przewodnią Nagrody.

⁷⁷ <https://www.gov.pl/web/krrit/kompendium-standardow-w-mediach>

⁷⁸ <https://www.gov.pl/web/krrit/cyfrowe-technologie-zawladnely-swiadomoscia-mlodych-pokolen-co-wykorzystuja-globalne-marki-i-rynek-reklamy-mlodzi-uzytkownicy-mediow-spolesnosciovych-niezauwazalnie-traca-wlasna-podmiotowosc-a-po-wykorzystaniu-sa-odrzuconi--publikacja-czlonka-krrit-dr-hab-hanny-karp>

⁷⁹ Por. rozdział 4.

Nagrodę za najlepsze wydawnictwo naukowe i popularnonaukowe z dziedziny mediów elektronicznych otrzymał dr Łukasz Gajek za pracę pt. „Administracyjne kary pieniężne w ustawie o radiofonii i telewizji”, wydaną przez Wydawnictwo C.H. Beck.

W związku z faktem, iż w tej edycji Nagrody wszystkie zgłoszone prace charakteryzowały się bardzo wysokim poziomem merytorycznym, Kapituła Nagrody im. dr. Pawła Stępki postanowiła przyznać honorowe wyróżnienia dla:

- dr Tomasza Podleńskiego za pracę doktorską pt. „Rola rzecznika prasowego Konferencji Episkopatu Polski z perspektywy teorii i praktyki komunikowania społecznego oraz misji Kościoła”, obronioną na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie;
- dr Aleksandry Chmielewskiej i red. Jacka Snopkiewicza za pracę zbiorową pt. „Nowe Supermedium. Współczesne oblicza telewizji i scenariusze przyszłości”, wydaną przez ELIPSA Dom Wydawniczy i Handlowy oraz Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi.

W 2024 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji sfinansowała ponadto publikację laureatki Nagrody im. dr. Pawła Stępki w edycji z 2023 r. dr Diany Rutkowskiej, autorki pracy pt. „BBC w epoce cyfrowej. Ewolucja nadawcy publicznego w erze nowych technologii”, wydanej przez ELIPSA Dom Wydawniczy i Handlowy.

11.6. Nagrody specjalne ufundowane przez KRRiT

Przewodniczący KRRiT ufundował nagrodę specjalną KRRiT dla twórcy najlepszego polskiego filmu dokumentalnego prezentowanego na **16. Międzynarodowym Festiwalu Filmowym Niepokorni Niezłomni Wyklęci** w Gdyni. Laureatem Złotego Opornika w kategorii Polski film dokumentalny został **Piotr Mielech**, twórca filmu pt. „**Moja sytuacja jest szczególnie trudna**”. Dokument opowiada o męczeńskiej śmierci ks. Jerzego Popiełuszki i roli mec. Jana Olszewskiego jako oskarżyciela posiłkowego w procesie zabójców ks. Jerzego.

Członkowie KRRiT ufundowali nagrodę specjalną dla twórcy najlepszego filmu dokumentalnego prezentowanego w kategorii: Międzynarodowy film dokumentalny. Nagrodę odebrał reżyser filmu pt. „**Mensch**”, **Paweł Wysoczański**. Dokument był prezentowany kilkanaście razy w USA i Kanadzie w ramach festiwali filmowych, na uniwersytetach oraz seansach dla Polonii. Jest poświęcony Ludwikowi Hirszfelowi (1884-1954), wybitnemu lekarzowi, twórcy polskiej szkoły immunologicznej i nowej dziedziny nauki - seroantropologii. Ludwik Hirszfeld to naukowiec, któremu przyszło uprawiać swoją pasję w niezwykle opresyjnej rzeczywistości.

Międzynarodowy Festiwal Filmowy Niepokorni Niezłomni Wyklęci w Gdyni, organizowany przez Stowarzyszenie Scena Kultury i Miasto Gdynia jest najważniejszym tego typu wydarzeniem nie tylko w Polsce, ale i w Europie.

Przewodniczący KRRiT po raz jedenasty ufundował nagrodę **Kryształowego Ekranu** dla nadawców lokalnych telewizji kablowych, których programy poruszają tematy ważne dla miejscowych społeczności oraz promują dany region. Wydarzenie odbyło się w ramach konkursu **To nas dotyczy** organizowanego dla telewizji lokalnych przez Polską Izbę Komunikacji Elektronicznej. Konkurs jest jedynym takim wydarzeniem dla środowiska koncesjonowanych nadawców lokalnych.

KRRiT przyznaje nagrody w kategorii: Moja Mała Ojczyzna - jestem stąd. W pracach jury konkursu uczestniczy rzecznik prasowy KRRiT. Jury ocenia nadesłane materiały konkursowe m.in. pod kątem doboru tematu, wartości przekazu w danej kategorii, sposobu realizacji.

Laureatami konkursu: Moja Mała Ojczyzna - jestem stąd zostali:

- **Twoja Telewizja Morska z Wejherowa** za film pt. **Skarby Kaszub-Nadole**, zrealizowany przez **Eugeniusza Pryczkowskiego i Daniela Zaputowicza**;
- **Telewizja Asta z Piły** za film pt. **Wielkopolska Travel**, zrealizowany przez **Tomasza Janczara i Paulinę Michatek-Komorowską**;
- **Telewizja Toruń** za film pt. **Śladem Mikołaja Kopernika**, zrealizowany przez **Martę Nowicką - Bujak**

11.7. Patronaty honorowe Przewodniczącego KRRiT

Przewodniczący KRRiT obejmował honorowym patronatem wydarzenia takie jak konferencje, konkursy, seminaria i inne uroczystości, organizowane przez wyższe uczelnie, organizacje zrzeszające przedsiębiorców, wydawnictwa, fundacje. Patronaty Przewodniczącego KRRiT udzielane są w związku z aktywnością tych podmiotów w obszarze usług audiowizualnych i telekomunikacyjnych

Honorowy patronat Przewodniczącego KRRiT uzyskały wymienione poniżej podmioty, jako organizatorzy następujących wydarzeń:

- Olimpiada Wiedzy o Mediach - Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, Katedra Komunikacji Społecznej i Public Relations Uniwersytetu Warszawskiego;
- Jesienna Konferencja Szkoleniowa Związku Telewizji Kablowych w Polsce - Izba Gospodarcza Związek Telewizji Kablowych w Polsce;
- XXXI Konferencja Operatorów Telekomunikacyjnych iNET - Media Forum Meeting 2024 w Zakopanem – Fundacja Media Forum;
- Wiosenna Konferencja KIKE w Jachrance - Krajowa Izba Komunikacji Ethernetowej;
- Jesienna Konferencja KIKE w Warszawie - Krajowa Izba Komunikacji Ethernetowej;
- Ogólnopolska Wiosenna Konferencja Operatorów Komunikacji Elektronicznej PIKE - Polska Izba Komunikacji Elektronicznej;
- Forum Telewizji Lokalnych i konkurs: *To nas dotyczy. Moja Mała Ojczyzna* - Fundacja PIKSEL;
- 51. Międzynarodowa Konferencja i Wystawa PIKE w Toruniu - Polska Izba Komunikacji Elektronicznej;
- Jubileusz 35-lecia magazynu TV-SAT oraz 19. Wigilia Kablowa w Siennej k/Stronia Śląskiego – Łódź Sat Sp. z o.o., Fundacja Protelko, iNET Group.

12. Realizacja misji przez media publiczne

12.1. Ocena realizacji misji publicznej w 2023 r. na podstawie rocznych sprawozdań nadawców składanych do KRRiT do końca kwietnia 2024 r.

KRRiT, jak co roku, przeprowadziła analizę sprawozdań jednostek publicznej radiofonii i telewizji z realizacji i kosztów misji publicznej w 2023 r. Sprawozdania zawierały informacje o sposobie realizacji zadań misyjnych określonych w art. 21 ust. 1, 1a i 2 ustawy o radiofonii i telewizji i ustalonych w Karcie Powinności na lata 2020-2024, a także informacje o wysokości i sposobie wykorzystania środków publicznych oraz całkowitym koszcie netto realizacji misji publicznej. Krajowa Rada 26 czerwca 2024 r. podjęła uchwały w tej sprawie postanawiając przyjąć sprawozdania wszystkich spółek. Jednocześnie KRRiT zaleciła spółkom, aby w programach rozpowszechnianych w 2024 r. realizowały postanowienia Karty Powinności na lata 2020-2024 oraz zatwierdzonego wcześniej planu programowo-finansowego na ten rok.

KRRiT zaleciła spółkom, aby nie zmniejszały zaplanowanego na 2024 r. wymiaru następujących elementów programu:

- liczby godzin audycji realizujących ustawowe zadania i powinności określone w art. 21 ustawy;
- udziału procentowego i wymiaru czasowego dla poszczególnych kategorii gatunkowych określonych w art. 21 ust. 1 ustawy w rocznym czasie emisji;
- udziału procentowego i wymiaru czasowego tematyki dotyczącej regionu i zaplanowanej liczby godzin audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługujących się językiem regionalnym (dotyczy programów o zasięgu regionalnym);
- w programach radiowych: udziału procentowego i wymiaru czasowego audycji słownych oraz udziału procentowego utworów, o których jest mowa w art. 15 ust. 2, tj. utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim;
- w rozszczepianych pasmach lokalnych tworzonych przez rozgłośnie regionalne: zaplanowanej liczby godzin rocznego czasu nadawania danego programu;
- w programach telewizyjnych: udziału procentowego audycji, o których jest mowa w art. 15 ust. 1 i 3 oraz 15a ust. 1 i 2, a także audycji, o których jest mowa w art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

KRRiT przyjęła sprawozdania jednostek publicznej radiofonii i telewizji z realizacji misji publicznej za 2023 r. na łączną kwotę kosztów w wysokości 4 543 032 tys. zł. Koszty te zostały pokryte przyznanymi w 2023 r. środkami abonamentowymi i rekompensatą oraz nadwyżką z lat poprzednich jak również środkami własnymi i dotacjami z budżetu państwa.

Koszty misji przedstawiane przez nadawców publicznych w sprawozdaniach rocznych za 2023 r., zgodnie z art. 31 b ustawy o radiofonii i telewizji, prezentuje załącznik nr 2.

12.2. Ocena realizacji zadań wynikających z zatwierdzonych planów programowo-finansowych na 2024 r.

KRRiT przeprowadziła kontrolę realizacji przez spółki mediów publicznych planów programowych zatwierdzonych na 2024 rok⁸⁰. Przy ocenie wykonania planów, KRRiT wzięta pod uwagę również fakt, że na pełną realizację planów miało wpływ sprzeczne z prawem postawienie spółek mediów publicznych w stan likwidacji.

Kontrola przebiegała w sposób podobny do lat poprzednich, tj. obok sprawdzenia czy spółki nadały zatwierdzone do rozpowszechniania programy, porównano z planem realizację następujących elementów programu:

- udział procentowy i wymiar czasowy poszczególnych kategorii audycji określonych w art. 21 ust. 1 ustawy;
- liczby godzin audycji realizujących zadania i powinności nadawcy publicznego określonych w art. 21 ust. 1a i 2 ustawy;
- udziału procentowy i wymiar czasowy audycji słownych (programy radiowe);
- udział procentowy i wymiar czasowy tematyki dotyczącej społeczności lokalnych;
- liczbę godzin nadawania rozszczepianych pasm lokalnych;
- liczbę godzin audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym.

Analiza sprawozdań spółek mediów publicznych z realizacji planów programowych zatwierdzonych przez KRRiT na 2024 r., była przeprowadzona według przyjętej od lat metodologii kontroli, zgodnie z którą odstępstwa od planu w zakresie badanych elementów programu mogą sięgać do 20%. Za brak realizacji planu KRRiT uznaje zmniejszenie liczby godzin każdego z kontrolowanych elementów programu powyżej 20% w stosunku do wielkości wskazanej w planie.

W roku sprawozdawczym, podobnie jak w latach poprzednich, żadna ze spółek mediów publicznych nie zrealizowała w 100% planu odpowiadającego planowi zatwierdzonemu przez KRRiT. Odstępstwa od zatwierdzonego planu programowego stwierdzono w zakresie wszystkich kontrolowanych wskaźników, tj.:

- udziału ustawowych kategorii audycji;
- udziału audycji słownych w programach radiowych;
- udziału tematyki regionalnej/miejskiej/lokalnej w programach radiowych i telewizyjnych;
- udziału audycji realizujących zadania i powinności nadawcy publicznego, zgodnie z art. 21 ust. 1a i 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

Sprawozdania wykazały, że plany w zakresie wymienionych powyżej elementów programowych zostały zrealizowane w co najmniej 80 % przez 15 spółek radiofonii regionalnej⁸¹. W programach czterech pozostałych spółek, tj. TVP SA, Polskie Radio SA i dwóch rozgłośni regionalnych (Radio Łódź SA i Radio Koszalin SA), niektóre badane elementy programowe zostały zrealizowane na poziomie poniżej 80%.

⁸⁰ Skontrolowano w ten sposób wszystkie programy nadane w 2024 r., tj. łącznie 94 programy, z czego 38 nadanych przez TVP SA, 10 przez PR SA, a 46 przez rozgłośnie regionalne (w tym 17 uniwersalnych programów regionalnych, 7 wyspecjalizowanych, 5 miejskich, 15 rozszczepianych pasm lokalnych oraz 2 programy nadawane okresowo, tzw. okazjonalne).

⁸¹ Radio Białystok SA, Radio Pomorza i Kujaw SA, Radio Gdańsk SA, Radio Katowice SA, Radio Kielce SA, Radio Kraków SA, Radio Lublin SA, Radio Olsztyn SA, Radio Opole SA, Radio Poznań SA, Radio Rzeszów SA, Radio Szczecin SA, Radio Wrocław SA, Radio dla Ciebie SA, Radio Zachód SA.

Analiza sprawozdań prowadzona była również pod kątem realizacji postanowień zawartych w kartach powinności w odniesieniu do 2024 r. Spośród 19 spółek, w programach pięciu spółek stwierdzono odstępstwa od postanowień zawartych w kartach powinności w odniesieniu do 2024 r. Niezgodność z kartą dotyczyła trzech spółek rozgłośni regionalnych (Radio Gdańsk SA, Radio Łódź SA, Radio Kielce SA), Telewizji Polskiej SA i Polskiego Radia SA. Odstępstwa od postanowień karty dotyczyły braku realizacji minimalnych udziałów niektórych ustawowych kategorii audycji. W przypadku spółki Radio Łódź SA nie uruchomiono emisji zaprojektowanego na 2024 r. pasma lokalnego dla Piotrkowa Trybunalskiego, a Telewizja Polska SA nie nadawała programu TVP 4K.

Skontrolowano również realizację przepisów rozporządzenia KRRiT dotyczącego nieodpłatnego rozpowszechniania audycji wyborczych w związku z wyborami do Parlamentu Europejskiego oraz samorządu terytorialnego⁸². Spośród wszystkich 19 spółek publicznej radiofonii i telewizji, wymagań określonych w rozporządzeniu w wyborach do Parlamentu Europejskiego - nie zrealizowało 6 spółek rozgłośni regionalnych, TVP SA i PR SA, zaś w wyborach do samorządu terytorialnego - 5 rozgłośni regionalnych i TVP SA.

Podobnie jak w latach poprzednich, w 2024 r. KRRiT rozdysponowała dla nadawców publicznej radiofonii i telewizji środki na pokrycie w 100% kosztów tworzenia i rozpowszechniania audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym.

W programach nadawców publicznych obecne były audycje adresowane do różnych mniejszości. W programach rozgłośni regionalnych nadawano, tworzone w językach mniejszości, audycje dla społeczności: białoruskiej, ukraińskiej, litewskiej, niemieckiej, romskiej, łemkowskiej, ormiańskiej, słowackiej oraz do posługującej się językiem regionalnym, społeczności Kaszubów. W regionalnych programach TVP SA tworzone były audycje dla mniejszości: białoruskiej, ukraińskiej, litewskiej, niemieckiej, ormiańskiej, tatarskiej oraz do kaszubskiej społeczności posługującej się językiem regionalnym.

Audycje dla mniejszości tworzyło 11 spółek radiofonii regionalnej⁸³ i tylko jedna, w niewielkim stopniu, nie zrealizowała swego planu. Telewizja Polska zaplanowała audycje adresowane do tych grup odbiorców w 5 programach regionalnych TVP (TVP3 Białystok, TVP3 Gdańsk, TVP3 Katowice, TVP3 Olsztyn i TVP3 Opole) oraz w paśmie o zasięgu ogólnokrajowym pn. TVP3 Regionalna⁸⁴. Audycje dla mniejszości TVP nadawała w 6 programach regionalnych (TVP3 Białystok, TVP3 Gdańsk, TVP3 Katowice, TVP3 Olsztyn, TVP3 Opole, TVP3 Szczecin) oraz w paśmie wspólnym TVP3 Regionalna.

Wyniki tej kontroli zostaną uwzględnione przez KRRiT przy podziale wpływów abonamentowych na 2026 rok.

⁸² Por. rozporządzenie KRRiT z dnia 12 lipca 2011 r. w sprawie czasu oraz ramowego podziału czasu przeznaczonego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych, trybu postępowania dotyczącego podziału czasu, zakresu rejestracji oraz sposobu przygotowania i emisji audycji wyborczych w programach publicznej radiofonii i telewizji, w zakresie rozpowszechniania audycji wyborczych w wyborach do Parlamentu Europejskiego w Rzeczypospolitej Polskiej oraz w wyborach do rad gmin, rad powiatów i sejmików wojewódzkich, a także w wyborach wójta, burmistrza i prezydenta miasta.

⁸³ Tylko Radio Wrocław przeznaczyło na tę ofertę nieznacznie tj. o 0,5 godz. mniej czasu niż zaprojektowało w planie.

⁸⁴ Spośród 5 oddziałów terenowych TVP SA, które zaplanowały audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz dla społeczności posługującej się językiem kaszubskim, tylko jeden oddział terenowy TVP SA w pełni zrealizował plan, tj. TVP3 Opole. W pozostałych programach oddziałów terenowych TVP oraz w paśmie TVP3 Regionalna odstępstwa od założeń mieściły się w zakresie od 1 min. do blisko 14 godz.

12.3. Plany programowo-finansowe projektowane na 2025 r.

W 2024 r. KRRiT po raz kolejny przeprowadziła proces uzgadniania i zatwierdzania planów programowo-finansowych spółek publicznej radiofonii i telewizji na kolejny rok kalendarzowy. Przedmiotem analizy były projekty planów dotyczące łącznie 86 programów radiowych i telewizyjnych, tj. TVP SA – 32 programy, Polskie Radio SA – 10, rozgłośnie regionalne Polskiego Radia – 44.

W porównaniu do 2024 r. spośród 19 spółek mediów publicznych trzy z nich zaplanowały znaczące zmiany, tj. mniejszą liczbę programów do rozpowszechniania:

- w 2025 r. TVP zamierzała zrezygnować z nadawania 8 programów wyspecjalizowanych (Alfa TVP, TVP ABC2, TVP Kultura2, TVP Historia, TVP Historia2, TVP Dokument, TVP Nauka, TVP Kobieta). Projekty wskazywały, że programy: TVP Historia, TVP Nauka i TVP Dokument miały być połączone w jeden nowy program pn. TVP Wiedza.
- dwie spółki radiofonii regionalnej – Radio Białystok SA i Radio Łódź SA - zaplanowały rezygnację z tworzenia i nadawania 2 programów lokalnych, rozpowszechnianych w ramach tzw. rozszczepień: Radio Białystok z pasma adresowanego do społeczności Suwałk i Suwalszczyzny, a Radio Łódź do mieszkańców Piotrkowa Trybunalskiego.

Projekty planów wszystkich spółek wskazywały ustawowe zadania i powinności wymienione w art. 21 ust. 1, 1a i 2 ustawy oraz zawarte w projektach kart powinności na lata 2025-2029, a także wynikające z rozporządzeń KRRiT (prezentacja działalności organizacji pożytku publicznego czy stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i pracodawców w węzłowych sprawach publicznych). Ważnym elementem projektów planów spółek rozpowszechniających programy ogólnokrajowe (Telewizja Polska SA i Polskie Radio SA) były zaplanowane, zgodnie z Kodeksem Wyborczym oraz rozporządzeniami KRRiT, audycje wyborcze dotyczące kampanii na urząd Prezydenta RP.

Złożone w ustawowym terminie, tj. do 31 maja 2024 r. projekty planów na 2025 r. nie mogły zostać zatwierdzone, gdyż Krajowa Rada nie upoważniła Przewodniczącego KRRiT do zawarcia porozumienia ze spółkami w sprawie ustalenia kart powinności obowiązujących w latach 2025 – 2029. W tej sytuacji, zgodnie z art. 21d ustawy, obowiązują karty powinności ustalone na poprzedni okres, tj. na lata 2020-2024. Przewodniczący KRRiT wezwał spółki do dostosowania planów programowo-finansowych na 2025 r. do kart powinności ustalonych na lata 2020 - 2024. Oznacza to, że spółki, powinny dostosować do tych kart plany na 2025 r. w zakresie liczby rozpowszechnianych programów, planowanych do realizacji ustawowych zadań i powinności. Spółki, które planowały zmniejszenie liczby rozpowszechnianych programów musiały przywrócić do emisji te programy, które były nadawane w 2024 r. Nie wszystkie spółki dostosowały się do wezwania Przewodniczącego KRRiT. W przypadku 10 spółek (Polskie Radio SA, Radio Białystok SA, Radio Gdańsk SA, Radio Kielce SA, Radio Koszalin SA, Radio Kraków SA, Radio Łódź SA, Radio Olsztyn SA, Radio Poznań SA oraz Radio Zachód SA.) stwierdzono brak zgodności z kartami powinności na lata 2020-2024 w zakresie działalności programowej w 2024 r. Odstępstwa od ustaleń zawartych w kartach dotyczyły zarówno kwestii programowych, jak i finansowych. W związku z tym Krajowa Rada w uchwałach z 11 grudnia 2024 r. odmówiła zatwierdzenia ich planów programowo-finansowych na 2025 r. W odniesieniu do pozostałych 9 spółek (Telewizja Polska SA, Radio PiK SA, Radio Katowice SA, Radio Lublin SA, Radio Opole SA, Radio Rzeszów SA, Radio Szczecin SA, Radio dla Ciebie SA oraz Radio Wrocław SA), Krajowa Rada zatwierdziła plany na 2025 r. ponieważ były one dostosowane do postanowień kart powinności na lata 2020-2024. Spółki, którym odmówiono zatwierdzenia planów programowo-finansowych na 2025 r.

zostały wezwane przez Przewodniczącego KRRiT, aby do 31 grudnia 2024 r. przekazały poprawione plany programowo-finansowe na 2025 r. Dalszy proces uzgadniania planów 10 spółek mediów publicznych będzie miał miejsce w 2025 r.

12.4. Karty powinności na lata 2025 – 2029

W 2024 r. KRRiT rozpoczęła proces uzgadniania kart powinności na kolejny 5-letni okres, tj. na lata 2025-2029, realizowany zgodnie z wytycznymi zawartymi w ustawie oraz rozporządzeniu KRRiT z 15 listopada 2018 r. w sprawie szczegółowego trybu uzgadniania karty powinności. Spółki mediów publicznych przekazały do KRRiT projekty kart w ustawowym terminie, tj. do 30 kwietnia 2024 r. Zgodnie z wymaganiami ustawy, projekty kart zostały poddane konsultacjom społecznym poprzez opublikowanie ich na stronie internetowej KRRiT.

KRRiT sporządziła informację o wynikach konsultacji, która została udostępniona na stronie internetowej KRRiT⁸⁵. Projekty kart zostały poddane analizie pod kątem ich zgodności z zasadami wypełniania misji publicznej, określonej w art. 21 ustawy. Krajowa Rada zgłosiła uwagi do projektów kart powinności i wezwała jednostki publicznej radiofonii i telewizji do złożenia wyjaśnień. W ustawowym terminie, do 15 listopada 2024 r. KRRiT oceniła zgodność skorygowanych przez spółki projektów kart powinności na lata 2025-2029 z zasadami wypełniania misji publicznej. W zakresie programowym projekty kart zostały ocenione pozytywnie i uznano, że gwarantują one realizację zadań wynikających z misji publicznej. Ostatecznie jednak - w odniesieniu do wszystkich spółek - KRRiT podjęła uchwały w sprawie odmowy upoważnienia Przewodniczącego KRRiT do zawarcia porozumień w sprawie ustalenia kart powinności na lata 2025-2029. Podstawową przyczyną odrzucenia projektów kart było wskazanie przez spółki, dla kolejnych lat pięcioletniego okresu, kosztów finansowania misji publicznej na poziomie niemożliwym do sfinansowania ze środków publicznych oraz ze względu na trwający proces likwidacji spółek mediów publicznych. W związku z odrzuceniem projektów kart powinności na lata 2025-2029, Krajowa Rada powołując się na art. 21d ustawy poinformowała spółki, że do czasu zawarcia porozumienia przedłużone zostaje obowiązywanie poprzednich kart powinności, tj. ustalonych na lata 2020-2024.

12.5. Finansowanie misji publicznej w 2024 r.

KRRiT rozdysponowała na realizację zadań misyjnych w 2024 r. dla nadawców publicznych łącznie 642,3 mln zł, w tym 620 mln zł wpływów abonamentowych, zaplanowanych na 2024 r.⁸⁶ oraz 22,3 mln zł nadwyżki wpływów abonamentowych z 2022 r. Wskutek postawienia spółek mediów publicznych w stan likwidacji⁸⁷ środki z podziału wpływów abonamentowych zostały przekazane do depozytów sądowych lub bezpośrednio na konta spółek⁸⁸.

⁸⁵ <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-prezentuje-wyniki-publicznych-konsultacji-projektow-kart-powinnosci-na-lata-2025-2029-zlozonych-przez-19-spolek-mediow-publicznych>

⁸⁶ Na podstawie uchwały nr 194/2023 z 13 września 2023 r. w sprawie sposobu podziału wpływów z opłat abonamentowych w 2024 r. między jednostki publicznej radiofonii i telewizji.

⁸⁷ Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego 27 grudnia 2023 r. podjął decyzję o postawieniu Telewizji Polskiej SA i Polskiego Radia SA w stan likwidacji, zaś 29 grudnia 2023 r. podjął decyzję o likwidacji 17 spółek radiofonii regionalnej.

⁸⁸ Środki zostały przekazane na podstawie uchwały nr 194/2023 z 13 września 2023 r. w sprawie sposobu podziału wpływów z opłat abonamentowych w 2024 r. między jednostki publicznej radiofonii i telewizji, uchwały nr 40/2024 z 7 lutego 2024 r. w sprawie wykorzystania wpływów z opłat abonamentowych na realizację misji publicznej w 2024 r., uchwały nr 240/2024 z 17 września 2024 r. w sprawie zmiany uchwały nr 40/2024 z 7 lutego 2024 r. w sprawie wykorzystania wpływów z opłat

KRRiT rozdysponowała wpływy z opłat abonamentowych w wysokości 620 mln zł z 2024 r. w następujący sposób:

- dla Telewizji Polskiej, łącznie ze środkami dla 16 oddziałów terenowych, przekazano 316,2 mln zł;
- dla Polskiego Radia przekazano 151,9 mln zł;
- dla 17 spółek radiofonii regionalnej przekazano łącznie 151,9 mln zł.

Szczegółowe rozdysponowanie wpływów z opłat abonamentowych przez KRRiT dla jednostek publicznej radiofonii i telewizji w 2024 r. prezentuje załącznik nr 3.

Dodatkowo, w związku z powodzią na terytorium Polski i stanem klęski żywiołowej we wrześniu 2024 r. Krajowa Rada przekazała spółkom publicznej radiofonii i telewizji środki z nadwyżki powstałej w 2022 r. w wysokości 22,3 mln zł oraz określiła następujący sposób podziału tych środków⁸⁹:

- Telewizja Polska 11,3 mln zł (51,0%);
- Polskie Radio 5,5 mln zł (24,5%);
- spółki radiofonii regionalnej 5,5 mln zł (24,5%).

Szczegółowe rozdysponowanie opłat abonamentowych z 2024 r. oraz nadwyżki z 2022 r. przekazanych publicznej radiofonii i telewizji w 2024 r. prezentuje załącznik nr 4.

Telewizja Polska SA

Z informacji przekazanych przez TVP wynika, że w 2024 r. przychody ze środków abonamentowych pokryły 4,4% kosztów realizacji misji publicznej Telewizji Polskiej. Pozostałe 95,6% kosztów sfinansowano z nadwyżki z 2023 r., dotacji budżetowych i środków własnych. Koszty misji publicznej w 2024 r. w TVP wyniosły 2 991 528 tys. zł, z czego tworzenie programów:

- ogólnokrajowych – 1 442 551 tys. zł;
- wyspecjalizowanych – 574 186 tys. zł;
- regionalnych – 385 022 tys. zł;
- TVP 3 Regionalna (pasma wspólne) – 35 049 tys. zł;
- TVP Polonia, TVP World, TVP Wilno i Bielsat TV – 246 309 tys. zł.

Na rozpowszechnianie programów przeznaczono 159 389 tys. zł, a na pozostałe zadania realizujące misję publiczną, w tym na Bibliotekę Cyfrową Mediów Publicznych (BCMP), ofertę multimedialną, emisję i technologię oraz Telegazetę, przeznaczono 149 022 tys. zł.

Szczegółowe informacje na temat kosztów realizacji misji publicznej w Telewizji Polskiej w 2024 r. przedstawia załącznik nr 5.

Polskie Radio SA

Informacje przekazane przez Polskie Radio wskazują, że w 2024 r. środki z opłat abonamentowych pokryły 9,5% kosztów realizacji misji publicznej Polskiego Radia. Pozostałe koszty misji sfinansowano z nadwyżki z 2023 r., dotacji budżetowych, środków własnych. Nie znalazło pokrycia sfinansowanie 4% kosztów misji na kwotę 15 212 tys. zł.

abonamentowych na realizację misji publicznej w 2024 r., uchwały KRRiT nr 241/2024 z 17 września 2024 r. oraz odrębnych uchwał w sprawie każdej z 17 spółek radiofonii regionalnej.

⁸⁹ Na podstawie uchwały nr 241/2024 z 17 września 2024 r. Krajowa Rada postanowiła rozdzielić między jednostki publicznej radiofonii i telewizji nadwyżkę wpływów, o których mowa w art. 8 ust. 1 ustawy o opłatach abonamentowych.

Koszty misji publicznej w 2024 r. w Polskim Radiu wyniosły 376 212 tys. zł, z czego tworzenie programów:

- ogólnokrajowych – 220 177 tys. zł;
- wyspecjalizowanych – 40 746 tys. zł;
- Polskiego Radia dla Zagranicy – 17 275 tys. zł.

Na rozpowszechnianie analogowe programów ogólnokrajowych, Radia dla Zagranicy oraz Radia dla Ukrainy przeznaczono 67 855 tys. zł, na rozpowszechnianie programów w systemie DAB+ 15 950 tys. zł, a na pozostałe zadania realizujące misję publiczną, w tym na Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim, przeznaczono 14 209 tys. zł.

Szczegółowe informacje na temat sposobu wykorzystania przez Polskie Radio środków z opłat abonamentowych w 2024 r. przedstawia załącznik nr 6.

Rozgłoszenie regionalne radia publicznego

Spółki radiofonii regionalnej wykazały, że przychody ze środków abonamentowych otrzymanych z KRRiT oraz z depozytów sądowych w łącznej wysokości 63 926 tys. zł pokryły 19,2% kosztów poniesionych na realizację misji publicznej w 2024 r. Pozostałe koszty realizacji misji zostały sfinansowane z przychodów własnych spółek, nadwyżki z 2023 r. oraz dotacji z budżetu państwa. Łącznie koszty realizacji misji publicznej wszystkich spółek radiofonii regionalnej w 2024 r. wyniosły 332 143 tys. zł. Dwanaście z siedemnastu spółek wykazało brak pokrycia kosztów realizacji misji w łącznej wysokości 24 818 tys. zł.

Oprócz wydatków związanych z tworzeniem i rozpowszechnianiem programów, w sposób analogowy i cyfrowy, spółki radiofonii regionalnej wykorzystały środki abonamentowe na pokrycie kosztów tworzenia i rozpowszechniania audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz na tworzenie i rozpowszechnianie pasm lokalnych, a także programów wyspecjalizowanych i nowych mediów. Spółki radiofonii regionalnej poniosły też wydatki na inwestycje w kwocie 5 576 tys. zł, które zostały sfinansowane z nadwyżki abonamentowej, abonamentu przeznaczonego na koszty amortyzacji, środków własnych oraz dotacji. Ze środków abonamentowych pokryto wydatki inwestycyjne w Radiu Gdańsk w kwocie 85 tys. zł, Radiu Koszalin w kwocie 11 tys. zł oraz Radiu dla Ciebie w kwocie 319 tys. zł.

Szczegółowe informacje na temat kosztów realizacji misji publicznej w spółkach radiofonii regionalnej w 2024 r. przedstawia załącznik nr 7.

12.6. Prognoza wpływów na 2025 r. i sposób ich podziału

Krajowa Rada 30 września 2024 r. przyjęła prognozę wpływów abonamentowych i pozaabonamentowych na 2025 r. w wysokości 605 mln zł oraz określiła następujący sposób ich podziału:

- Telewizja Polska 308,4 mln zł (51,0%);
- Polskie Radio 148,3 mln zł (24,5%);
- spółki radiofonii regionalnej 148,3 mln zł (24,5%).

13. Telewizja koncesjonowana

13.1. Zmiany na multipleksach naziemnej telewizji cyfrowej

W 2023 r. kanały telewizji publicznej zwolniły miejsca na MUX-8 oraz MUX-1 w związku z udostępnieniem ich na MUX-6, czyli w multipleksie w całości zawierającym programy nadawane przez Telewizję Polską. Na MUX-8 uwolnione zostały trzy miejsca na nowe kanały telewizyjne, w MUX-1 zwolniło się miejsce na jeden program telewizyjny. Miejsce na MUX 1 jeszcze w 2023 r. zostało przeznaczone na program Wydarzenia 24.

KRRiT w 2024 r. wydała trzy decyzje o udzieleniu nowych koncesji na naziemny program telewizyjny nadawany w MUX-8, w tym dwie decyzje na programy wyspecjalizowane informacyjno - publicystyczne, WPolsce24 i Republika, oraz jedną decyzję na program wyspecjalizowany filmowo - dokumentalny, ViDocTV (pierwotna nazwa CTV9).

13.2. Koncesje telewizyjne naziemne na kolejny okres

Nie później niż na 12 miesięcy przed datą wygaśnięcia koncesji, nadawca programu ma prawo do złożenia wniosku o udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat (tzw. rekoncesja)⁹⁰. Podczas rozpatrywania wniosku KRRiT ocenia dotychczasową działalność nadawcy sprawdzając, czy nie występują okoliczności wskazane w ustawie jako podstawa do cofnięcia koncesji w trakcie jej wykonywania oraz czy nie zaistniały przesłanki do odmowy udzielenia koncesji na kolejny okres⁹¹. Do takich okoliczności należą m.in. trwałe, następujące przez trzy kolejne miesiące, zaprzestanie emisji programu, rażące naruszanie ustawy lub warunków koncesji, bezpośrednie lub pośrednie przejęcie kontroli nad działalnością nadawcy przez inną osobę⁹². Postępowanie w zakresie tzw. rekoncesji toczy się z udziałem dotychczasowego nadawcy, bez możliwości przystąpienia do niego innych zainteresowanych.

KRRiT wydała w 2024 r. decyzję o przedłużeniu koncesji na kolejny okres dla programu TV Puls. Wnioski o udzielenie koncesji na kolejny okres w 2024 r. złożył nadawca programu lokalnego naziemnego TVC (nowa koncesja została wydana w styczniu 2025 r.) oraz dwóch nadawców ogólnopolskich naziemnych programów WP oraz NOWA TV (termin obowiązywania koncesji upłynie w styczniu 2026 r.)

13.3. Przeniesienie uprawnień z koncesji w przypadku naziemnych nadawców telewizyjnych

W przypadku przekształcenia spółek handlowych lub założenia spółki przez osobę fizyczną, za zgodą KRRiT, dopuszczalne jest przeniesienie uprawnień wynikających z koncesji. Przeniesienie uprawnień możliwe jest również w przypadku łączenia lub podziału spółek. Zmiany następują po dokonaniu wpisów w Krajowym Rejestrze Sądowym. Celem zmian najczęściej jest chęć uporządkowania struktury organizacyjnej w ramach tej samej grupy kapitałowej lub zmiana dotychczasowej formy prawnej prowadzonej działalności.

⁹⁰ Por. art. 35a ustawy o radiofonii i telewizji.

⁹¹ Por. art. 35a i 38 ustawy o radiofonii i telewizji.

⁹² Por. art. 38 ust.1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

W 2024 r. KRRiT wyraziła zgodę na przejście uprawnień wynikających z koncesji w związku z połączeniem się spółek Polo TV i Music TV⁹³ ze spółką TV Spektrum – jako spółką przejmującą⁹⁴. Powyżej opisane zmiany własnościowe dokonane zostały w spółkach działających w ramach grupy kapitałowej Polsat Plus. Ponadto zgodę na przejście uprawnień z koncesji na spółkę Kino Polska TV otrzymała spółka Stopklatka, w związku z planowanym połączeniem się spółek.

13.4. Zmiany programowe w koncesjach naziemnych nadawców telewizyjnych

Podczas wykonywania koncesji nadawcy kierują do KRRiT wnioski o dokonanie zmian w zakresie warunków programowych. Najczęściej chodzi o zmianę nazwy programu. Ze względu na konkursowy charakter postępowania, w wyniku którego udzielono koncesji, w programach nadawanych za pomocą częstotliwości naziemnych, zmiany programowe nie powinny w istotny sposób odbiegać od koncepcji pierwotnie przedstawionej przez nadawcę. Ograniczenia te w mniejszym stopniu dotyczą koncesji satelitarnych i kablowych.

W 2024 r. KRRiT dokonała zmiany programowej w jednej koncesji nadawcy naziemnego. W koncesji udzielonej spółce Red Carpet TV dokonano zmiany nazwy programu na ViDocTV. Z kolei odmówiono spółce Telewizja Puls zmiany koncesji na rozpowszechnianie programu PULS 2, polegającej na uchyleniu ram czasowych (godz. 6.00-23.00) wyznaczonych dla realizacji obowiązku zapewnienia w programie minimalnego udziału procentowego planowanych rodzajów audycji w tygodniowym czasie nadawania.

13.5. Satelitarne programy telewizyjne

W 2024 r. wpłynęło 11 wniosków o udzielenie nowych koncesji oraz 16 wniosków o udzielenie koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programu telewizyjnego w sposób rozsiewczy satelitarny.

Przewodniczący KRRiT wydał siedem nowych koncesji (pięć na programy o charakterze wyspecjalizowanym sportowym, których nadawcą jest CANAL+Polska, dwie o charakterze wyspecjalizowanym muzycznym) oraz dziewięć koncesji na kolejny okres.

W maju 2024 r. odbyło się głosowanie nad udzieleniem koncesji na kolejny okres dla programu TVN Style, które pozostało nierozstrzygnięte. Zgodnie z art. 35 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji podmioty zagraniczne nie mogą posiadać (nawet pośrednio) więcej niż 49% udziałów w spółce posiadającej koncesję w Polsce. Wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej zmieniono ustawę o radiofonii i telewizji w ten sposób, że zwiększono limit udziałowców spoza Unii Europejskiej w spółce posiadającej koncesję na rozpowszechnianie programu do 49%, a w przypadku udziałowców z Europejskiego Obszaru Gospodarczego brak jest ograniczeń. Właściciel akcji w TVN SA kontrolujący w 100% tę spółkę, nie jest podmiotem z Europejskiego Obszaru Gospodarczego, gdyż Stany Zjednoczone są krajem spoza EOG. Przewodniczący KRRiT przypomniał, że inwestycja amerykańska w TVN SA nastąpiła bez zezwolenia KRRiT, gdyż taka uchwała w przedmiocie amerykańskiej inwestycji w TVN SA nigdy nie miała miejsca.

Jak wynika z art. 40a ustawy o radiofonii i telewizji, nabycie akcji przez osobę zagraniczną w spółce, która posiada koncesję na rozpowszechnianie programu, wymaga zezwolenia Przewodniczącego KRRiT. Przewodniczący KRRiT wydaje i cofa ww. zezwolenie, na podstawie uchwały Krajowej Rady Radiofonii

⁹³ Są to nadawcy programów telewizyjnych POLO TV, VOX MUSIC TV oraz ESKA TV na multipleksie.

⁹⁴ W wyniku połączenia miało nastąpić przeniesienie całości majątku spółek przejmowanych na spółkę TV Spektrum.

i Telewizji, a jakiegokolwiek zbycie akcji dokonane bez zezwolenia Przewodniczącego KRRiT jest nieważne z mocy prawa.

Przewodniczący KRRiT Maciej Świrski zapowiedział rozważenie wniosku o postawienie przed Trybunałem Stanu Jana Dworaka – Przewodniczącego KRRiT w latach 2010-2016 - z powodu poważnego naruszenia polskiego prawa medialnego, poprzez bierne umożliwienie dokonania powyższej transakcji⁹⁵. Z tego powodu struktura kapitałowa spółki została poddana analizom przez niezależnych ekspertów.

Ostatecznie w czerwcu 2024 r. koncesja na kolejny okres została przegłosowana przy głosie przeciwnym Przewodniczącego KRRiT. Zdaniem Przewodniczącego KRRiT przyznanie koncesji dla programu TVN Style mogłoby wiązać się ze złamaniem polskiego i europejskiego prawa.

W listopadzie KRRiT przegłosowała również udzielenie koncesji dla programów: TVN Fabuła i TVN International Extra na kolejne 10 lat. Podczas głosowania Przewodniczący KRRiT poinformował, że nie poparł uchwały z uwagi na niewyjaśnioną do chwili obecnej sprawę stosunków własnościowych spółki.

W przypadku pięciu koncesji, w związku ze wspomnianymi wcześniej zmianami własnościowymi w grupie kapitałowej Polsat Plus, wydane zostały decyzje o przeniesieniu uprawnień wynikających z tych koncesji na spółkę TV Spektrum jako spółkę przejmującą⁹⁶, natomiast spółce Stopklatka udzielono zgody na przeniesienie uprawnień na spółkę Kino Polska TV. Cztery kolejne decyzje dotyczyły zmiany nazwy programu, dwie zmiany struktury programowej, a jedna decyzja obejmowała całkowitą zmianę zarówno nazwy jak i treści programowej.

Dwie koncesje CANAL+ Polska zostały uchylone na wniosek nadawcy.

W załączniku nr 8 znajduje się wykaz decyzji wydanych w związku z rozpowszechnianiem telewizyjnych programów satelitarnych.

13.6. Programy telewizyjne w sieciach telekomunikacyjnych

W 2024 r. wpłynęło 19 wniosków o udzielenie nowych koncesji, siedem wniosków o udzielenie koncesji na kolejny okres oraz 33 wnioski o rozszerzenie o kolejne sieci koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telekomunikacyjnych.

Przewodniczący KRRiT wydał 28 koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sieciach telekomunikacyjnych (16 nowych koncesji i 12 koncesji na kolejny okres). Wśród nowych koncesjonariuszy znalazło się 11 spółek prawa handlowego, trzy spółdzielnie mieszkaniowe, jedna fundacja oraz jedna osoba fizyczna.

Siedem koncesji realizuje uniwersalny charakter programu, dziewięć koncesji udzielono na różne programy wyspecjalizowane: trzy informacyjno - publicystyczne, jeden rozrywkowy, jeden podróżniczo – kulinarny oraz jeden dokumentalny. Nowe programy, zgodnie z zapisami koncesji, posiadają zróżnicowany czas nadawania; czas maksymalny to codzienna emisja całodobowo, natomiast czas minimalny to 1 godzina na dobę raz w tygodniu.

Przewodniczący KRRiT wydał również 45 decyzji związanych z dokonaniem zmian w koncesji na wniosek nadawcy (31 zmian dotyczyło rozszerzenia koncesji o nowe sieci telekomunikacyjne lub wprowadzenia innych zmian technicznych, trzy były związane z przeniesieniem uprawnień z osoby fizycznej na spółkę

⁹⁵ <https://www.gov.pl/web/krrit/komunikat-przewodniczacego-krrit-w-sprawie-glosowania-nad-koncesja-dla-tvn-style>

⁹⁶ Por. pkt 13. 3.

prawa handlowego, a jedna z przekształceniem podmiotu w inną formę spółki prawa handlowego). W sprawach dotyczących zmiany nazwy programu lub nazwy koncesjonariusza wydane zostały cztery decyzje, a w sprawie zmiany specjalizacji wraz ze zmianą minimalnego czasu nadawania programu wydano dwie decyzje, natomiast jedna dotyczyła zmiany nazwy programu i jego struktury. Wydano także sześć decyzji o uchyleniu koncesji na wnioski nadawcy. Jako przyczyny złożenia takich wniosków wskazano m.in. trudną sytuację finansową nadawcy, brak perspektyw i sprzyjających warunków do prowadzenia działalności nadawczej, a także trudności w pozyskiwaniu audycji spełniających wymogi koncesji. Jedną koncesję cofnięto z powodu trwałego zaprzestania nadawania programu, a w wyniku nieuzupełnienia dokumentacji wydano trzy powiadomienia o pozostawieniu wniosków bez rozpoznania.

W załączniku nr 9 znajduje się wykaz, wydanych w 2024 r., nowych oraz udzielonych na kolejny okres koncesji na rozpowszechnianie programów w tzw. sieciach kablowych.

W załączniku nr 10 znajduje się wykaz decyzji wydanych w 2024 r. w sprawie zmian w tzw. kablowych koncesjach.

13.7. Zasada *must carry/must offer* – transmisja obowiązkowa⁹⁷

Zasada *must carry* zobowiązuje operatora rozprowadzającego programy do włączenia do swojej oferty programów: TVP1, TVP2, Polsat, TVN, TV4, TV Puls i ośrodków regionalnych TVP. Na podstawie zasady *must offer* nadawcy programów wskazani w zasadzie *must carry* są zobowiązani do udostępnienia programów operatorom. Nadawcy tych programów nie mogą odmówić zgody na udostępnienie sygnału ani uzależniać swojej zgody od wnoszenia jakiegokolwiek wynagrodzenia.

Konsekwencje zmian prawa autorskiego

Operatorzy, w swoich pismach do KRRiT, podnoszą, że przedstawione przez nadawców warunki umowy znacznie utrudniają im realizację ustawowego obowiązku lub sprawiają, że jego realizacja staje się niemożliwa. Również nadawcy sygnalizują problemy z wykonaniem swoich powinności. Sygnalizowane przez operatorów i nadawców problemy dotyczące warunków umownych to m.in.:

- warunek w postaci rozprowadzania programów „bez dodatkowych opłat” oraz „bez konieczności wykupienia przez abonenta jakiegokolwiek dodatkowej usługi”;
- warunek w postaci rozprowadzania programów „bez konieczności zarejestrowania konta i logowania się na stronie operatora lub w aplikacji operatora”;
- warunek w postaci rozprowadzania programów bez usuwania „komponentów sygnału”;

⁹⁷ Zasada *must carry/must offer* jest opisana w art. 43 i 43a ustawy o radiofonii i telewizji. Zgodnie z tymi przepisami nadawcy wskazani w ustawie są zobowiązani do udostępnienia sygnału swojego programu operatorom (satelitarnym, kablowym czy internetowym), rozprowadzającym programy bez żądania wynagrodzenia. Natomiast operatorzy są zobowiązani do umieszczania w swojej ofercie wskazanych ustawowo programów w całości i bez zmian. Zasada ta dotyczy programów: "Telewizja Polska I", "Telewizja Polska II" i jednego regionalnego programu telewizyjnego rozpowszechnianego przez Telewizję Polską S.A. oraz programów rozpowszechnianych w dniu wejścia w życie ustawy z dnia 30 czerwca 2011 r. o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej (Dz. U. z 2016 r. poz. 649) na podstawie koncesji na rozpowszechnianie tych programów w sposób analogowy drogą rozsiwczą naziemną przez Telewizję Polsat S.A., TVN S.A., Polskie Media S.A., Telewizję Puls Sp. z o.o. W przypadku operatora rozprowadzającego programy w sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozsiwczego naziemnego lub rozsiwczego satelitarnego obowiązek rozprowadzania regionalnego programu telewizyjnego dotyczy regionalnego programu telewizyjnego właściwego dla danego obszaru.

- warunek w postaci rozprowadzania programów w formie tzw. upscaling⁹⁸ lub downscaling⁹⁹ (zastrzeżenie operatorów wynika z brzmienia przepisu, ponieważ sygnał jest rozpowszechniany przez nich w sposób wtórny).

Nadawcy i operatorzy zwracali się także do KRRiT o pomoc w związku z narastającymi wątpliwościami w sprawie stosowania przepisów znowelizowanej ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Wątpliwości te dotyczyły w szczególności:

- rozumienia pojęcia tzw. „wprowadzenia bezpośredniego” w kontekście rozpowszechniania i rozprowadzania programów, o których mowa w ustawie o radiofonii i telewizji¹⁰⁰;
- odpowiedzi, czy ustawa rozwiązuje kwestię reemisji, dokonywanej przez platformy OTT, w związku ze sposobem naliczania opłat z tytułu praw autorskich dla nadawców¹⁰¹.

Krajowa Rada 12 lutego 2025 r. przyjęła w powyższej sprawie stanowisko regulacyjne dotyczące obowiązków wynikających z ustawy o radiofonii i telewizji względem programów wprowadzanych bezpośrednio¹⁰².

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie w sprawie nieodpłatnego udostępniania programu operatorowi rozprowadzającemu program¹⁰³

Przewodniczący KRRiT w wydanej decyzji stwierdził, że nadawca nie zastosował się do wezwania do nieodpłatnego udostępniania programów operatorowi rozprowadzającemu programy. Nadawca zarzucił organowi stosowanie przymusu prowadzącego do łamania praw autorskich oraz błędną interpretację art. 43 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

Sąd nie uwzględnił zarzutu dotyczącego dokonania błędnej wykładni przepisu art. 43 ust. 2 ustawy oraz zarzutu naruszenia przez organ przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Uznał, że art. 43 i art. 43a ustawy stanowią swojego rodzaju ograniczenie prawa do nadań, które przysługuje nadawcy zgodnie z art. 97 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Stosunki nadawcy z pozostałymi podmiotami korzystającymi z jego nadania w inny sposób, jak również wzajemne relacje nadawcy, operatora i innych podmiotów z tytułu innych praw niż prawo do nadania, pozostają poza zakresem regulacji ustawy i powinny zostać określone przez zainteresowane podmioty zgodnie z właściwymi przepisami. Sąd wskazał, że ustawodawca nie wprowadził ograniczeń w zakresie pojęcia odbiorcy. Wobec tego nie można uznać, że nieodpłatne udostępnianie programu winno nastąpić tylko i wyłącznie na rzecz użytkownika końcowego, niebędącego podmiotem dostarczającym programy innym użytkownikom. Sąd uznał, że skoro żaden z przepisów ustawy nie upoważnia nadawcy do wyboru rodzaju odbiorcy, do którego może być rozprowadzany udostępniany przez niego program, nie ma podstaw do rozróżniania sytuacji operatorów rozprowadzających programy w zależności

⁹⁸ Upscaling polega na przekonwertowaniu danego materiału o niższej rozdzielczości do wyższego standardu.

⁹⁹ Downscaling to działanie odwrotne od pojęcia upscaling.

¹⁰⁰ Art. 4 pkt 7 ustawy o radiofonii i telewizji definiuje pojęcie rozpowszechniania programu jako emisję programu drogą bezprzewodową lub przewodową do odbioru przez odbiorców. Art. 4 ust 8 określa rozprowadzanie jako przejmowanie rozpowszechnionego programu w całości i bez zmian oraz równoczesne, wtórne jego rozpowszechnianie.

¹⁰¹ Problem wynika z braku zgody nadawcy na udostępnianie programów lub braku pola eksploatacji.

¹⁰² <https://www.gov.pl/web/krrit/stanowiska-krrit2>

¹⁰³ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 6 sierpnia 2024 r. (sygn. akt VII AGa 243/24) oddalający odwołanie Telewizji Polsat od decyzji Przewodniczącego KRRiT o ukaraniu nadawcy za brak udostępnienia Spółdzielni Mieszkaniowej w Grudziądzu programów „Polsat” oraz „TV4” <https://www.gov.pl/web/krrit/sad-apelacyjny-w-warszawie-oddalil-apelacje-telewizji-polsat-sp-z-oo-w-sprawie-z-odwolania-od-decyzji-przewodniczacego-krrit-o-ukaraniu>

od rodzaju podmiotów, do których rozprowadzany jest przez nich program. Nie można zatem uznać, że podmiot prowadzący działalność może być uznany za użytkownika końcowego, jeżeli będzie odbierał programy w celu realizacji własnych potrzeb.

Zgodnie z treścią wyroku, nie można uznać, iż prawidłowe zastosowanie art. 43 ust. 1 ustawy podlega ograniczeniu, w odniesieniu do użytkowników końcowych w rozumieniu przepisów telekomunikacyjnych. W przypadku gdy ustawodawca w ustawie nie posługuje się pojęciem "użytkownik końcowy", nie ma żadnych podstaw, aby odwoływać się do definicji tego pojęcia zawartej w przepisach telekomunikacyjnych. Przewidziana w przepisach telekomunikacyjnych definicja użytkownika końcowego odnosi się do obowiązku must-carry nałożonego na przedsiębiorstwa, które zapewniają sieci łączności elektronicznej wykorzystywane do rozpowszechniania wśród ogółu obywateli kanałów radiowych lub telewizyjnych. W odniesieniu do tych podmiotów wskazuje się na to, że użytkownik końcowy korzysta z usług telekomunikacyjnych nie w celach związanych z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą, lecz po to, aby zaspokoić własne potrzeby.

13.8. Kontrola wykonywania koncesji telewizyjnych

KRRiT systematycznie kontroluje sposób realizacji warunków określonych w koncesjach. W 2024 r. wykonano dziewięć monitoringów, podczas których skontrolowano realizację programowych warunków koncesyjnych w ośmiu programach telewizyjnych: Biłgorajska Telewizja Kablowa, NOWA TV, Polsat Cafe, Red Carpet TV (RCTV), Studio Petrus, Telewizja Orion, TVC (dwukrotnie), TVN Style.

Obowiązki koncesyjne realizowało sześciu nadawców. W przypadku programów TVC oraz Red Carpet TV (RCTV), Przewodniczący KRRiT wystosował do nadawców wezwania do zaniechania działań naruszających warunki koncesji.

13.9. Aktualizacja listy ważnych wydarzeń

W 2024 r. Krajowa Rada kontynuowała prace nad projektem rozporządzenia w sprawie listy ważnych wydarzeń. Projekt rozporządzenia określa listę innych, niż wymienione w art. 20b ust. 2 ustawy, ważnych wydarzeń, które są przedmiotem społecznego zainteresowania oraz mają znaczenie dla życia społecznego, gospodarczego i politycznego.

KRRiT przyjęła projekt rozporządzenia w tej sprawie i zleciła zespołowi robocznemu opracowanie dokumentu notyfikacyjnego oraz podjęcie dalszych działań związanych z notyfikacją aktualizacji polskiej listy w Komisji Europejskiej. Notyfikacja listy ważnych wydarzeń jest niezbędna w celu uzyskania prawnej ochrony na terenie całej Unii Europejskiej. Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego negatywnie zaopiniował projekt nowelizacji jednocześnie zaznaczając, że wydanie rozporządzenia leży w wyłącznej kompetencji KRRiT.

W porównaniu do obecnie obowiązującego rozporządzenia z 17 listopada 2014 r. w sprawie listy ważnych wydarzeń, projekt zakłada następujące zmiany:

- aktualizację nazwy Siatkarskiej Ligi Narodów¹⁰⁴ oraz dodanie meczów w ramach tej imprezy poza granicami kraju z udziałem reprezentacji Polski;

¹⁰⁴ Siatkarska Liga Narodów powstała w miejsce organizowanej w latach 1990-2017 Ligi Światowej.

- dodanie półfinałów i finałów mistrzostw świata i Europy w koszykówce mężczyzn, a także wszelkich innych meczów w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym meczów eliminacyjnych;
- dodanie meczów z udziałem zawodniczek i zawodników z Polski w ramach turniejów tenisowych: Australian Open, Roland Garros, Wimbledon i US Open;
- dodanie meczów z udziałem polskich klubów w ramach Ligi Konferencji Europy UEFA¹⁰⁵;
- dodanie meczów z udziałem reprezentacji Polski w mistrzostwach świata Elity mężczyzn w hokeju na lodzie;
- wykreślenie z listy zawodów Pucharu Świata w biegach narciarskich kobiet.

¹⁰⁵ Zgodnie z decyzją Komitetu Wykonawczego UEFA od sezonu 2024/25 Liga Konferencji Europy UEFA będzie miała nazwę Liga Konferencji UEFA.

14. Radiofonia koncesjonowana

14.1. Udzielanie koncesji radiowych

KRRiT wspiera rozwój lokalnej radiofonii przeznaczając wolne częstotliwości na udzielenie lub rozszerzenie programów o zasięgu lokalnym, starając się dokonywać wyboru na rzecz podmiotów działających na danym obszarze. W 2024 r. Krajowa Rada wydała dwie koncesje na uniwersalne programy lokalne w Białymstoku oraz Andrychowie, a także podjęła uchwały o udzieleniu koncesji na uniwersalne programy lokalne w Łodzi i Częstochowie.

Nie we wszystkich miejscowościach pojawiają się lokalni przedsiębiorcy gotowi rozpocząć działalność radiową, a niekiedy też takie podmioty nie spełniają kryteriów udzielenia koncesji. Krajowa Rada nie ma prawnych możliwości unieważnienia takich postępowań. W tej sytuacji rozstrzygnięcie musi nastąpić na rzecz sieci stacji lokalnych, która przedstawi najbardziej wartościową propozycję. W takich właśnie okolicznościach w 2024 r. udzielono koncesji spółce Multimedia na program RMF MAXX Tomaszów Mazowiecki, a Stowarzyszeniu Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu na program Z Wami FM Suwałki (obecnie ESKA Suwałki).

W listopadzie 2024 r. KRRiT podjęła uchwałę w sprawie przeznaczenia nowych częstotliwości na potrzeby przeprowadzenia postępowań koncesyjnych na rozpowszechnianie programów radiowych.

Przedmiotem postępowania będą częstotliwości przeznaczone na rozwój radiofonii lokalnej w Kwidzynie, Zawierciu, Kaliszu, Słupsku (program skierowany do mniejszości kaszubskiej) i Starogardzie Gdańskim.

14.2. Rozszerzenie koncesji radiowych o nową stację nadawczą

Tam, gdzie istnieją odpowiednie warunki techniczne, Przewodniczący KRRiT inicjuje postępowania dotyczące możliwości rozszerzenia koncesji o nowy nadajnik, co pozwala na zwiększenie obszaru nadawania. Zmieniając koncesje, KRRiT bierze pod uwagę potrzeby związane z rozwojem nadawców lokalnych.

Dzięki takiemu działaniu nastąpi zwiększenie zasięgu nadawania programów czterech lokalnych nadawców w Łowiczu i Skierniewicach oraz w Sierpcu, Woli k/Czerwińska i Porażynie, na podstawie podjętych w 2024 r. uchwał i wydanych na tej podstawie decyzji koncesyjnych.

W załączniku nr 11 znajduje się wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób rozsiewczy naziemny, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą lub zakończonych wydaniem decyzji w 2024 r.

14.3. Zmiana warunków technicznych rozpowszechniania programu

W celu poprawy jakości sygnału lub zwiększenia obszaru nadawania programu nadawca może zwrócić się z wnioskiem o zmianę technicznych warunków określonych w koncesji. Zmiany te są dokonywane w porozumieniu z Prezesem UKE, o ile nie mają one negatywnego wpływu na funkcjonowanie innych stacji.

W 2024 r. Przewodniczący KRRiT wydał 22 decyzji w sprawie zmian warunków technicznych w radiowych koncesjach naziemnych, w tym 10 decyzji skutkujących zwiększeniem zasięgu ludnościowego.

Zmiany techniczne dokonane w koncesji udzielonej panu Marcinowi Marcowi objęły dodatkowym zasięgiem 151.600 osób, co pozwoliło na podwojenie zasięgu ludnościowego w Lublinie. Z kolei zmiany dokonane w koncesji spółki Eurozet Radio pozwoliły na objęcie sygnałem ze stacji w Będzinie prawie 87 tys. nowych słuchaczy. Natomiast zmiana warunków technicznych dokonana w dwóch koncesjach należących do Grupy ZPR na rozpowszechnianie programów w Toruniu dała każdemu z tych programów możliwość zwiększenia liczby potencjalnych słuchaczy o kilkanaście tys. osób.

W załączniku nr 12 znajduje się wykaz naziemnych koncesji radiowych, w których dokonano zmian technicznych.

14.4. DAB+ cyfrowe programy radiowe

Dalszy rozwój radiofonii naziemnej zależy od decyzji w sprawie konwersji analogowo-cyfrowej. Pierwsze koncesje na programy lokalne w standardzie DAB+ zostały udzielone w 2019 r. Obecnie w DAB+ działa 7 lokalnych multipleksów: Poznań, Tarnów, Częstochowa, Katowice, Warszawa, Rzeszów i Toruń. Prawo do nadawania w standardzie DAB+ posiadało na koniec 2023 r. 19 nadawców na podstawie 31 koncesji (17 udzielonych nowych koncesji oraz 14 koncesji rozszerzonych o to prawo). W 2024 r. spółka RD Plus (działająca w ramach grupy kapitałowej WP Holding), nadawca 7 programów w standardzie DAB+, zwróciła się do KRRiT z wnioskiem o uchylenie swoich koncesji, uzasadniając swoją decyzję niezadawalającymi wynikami prowadzonej działalności w tym zakresie, koniecznością ograniczenia ponoszonych kosztów oraz skupieniem się Grupy Kapitałowej na innych przedsięwzięciach. W związku z powyższym Przewodniczący KRRiT wydał 7 decyzji uchylających koncesje na programy radiowe w tym standardzie. Uchylona została również koncesja spółki Loctra w części dotyczącej prawa do rozpowszechniania programu radiowego w sposób cyfrowy rozsiewczy naziemny w multipleksie cyfrowym w Poznaniu. Spółka zrezygnowała z nadawania programu drogą cyfrową, ze względu na wysokie koszty nadawania w tym systemie.

Na koniec 2024 r. w standardzie DAB+, na podstawie koncesji, nadawane były 23 programy, które rozpowszechniało 17 nadawców. W większości były to programy uniwersalne (15). Poza tym w DAB+ usłyszeć można było programy wyspecjalizowane: cztery społeczno-religijne, trzy muzyczno-kulturalne i jeden informacyjno-biznesowo-muzyczny.

W załączniku nr 13 znajduje się wykaz koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych w DAB+.

W załączniku nr 14 znajduje się wykaz koncesji na programy radiowe nadawane w standardzie DAB+ uchylonych na wniosek nadawcy w 2024 r.

14.5. Koncesje radiowe na kolejny okres

KRRiT udzieliła 11 koncesji radiowych na kolejny okres: siedem koncesji uzyskali nadawcy lokalnych programów uniwersalnych, trzy zostały udzielone nadawcy sieciowanych lokalnych programów muzycznych, jedną koncesję na kolejny okres udzielono nadawcy lokalnego programu muzyczno - kulturalnego.

W załączniku nr 15 znajduje się wykaz decyzji w sprawie udzielenia naziemnych koncesji radiowych na kolejny okres.

14.6. Kontrola wykonywania koncesji radiowych

W 2024 r. wykonano 22 monitoringi programów radiowych sprawdzające realizację programowych warunków koncesyjnych:

- dwa monitoringi programów z grupy AGORA: Radio Złote Przeboje 92,8 FM i Radio Złote Przeboje 93,2 FM;
- jeden monitoring programu z grupy RMF – Radio Gra Wrocław;
- sześć monitoringów programów z grupy TIME: ESKA Ostrzeszów i ESKA Rock, ESKA2 Trójmiasto, VOX FM Gorzów i VOX FM Radom (dwukrotnie);
- jedenaście monitoringów programów niezależnych nadawców lokalnych: Bayer FM, Muzyczne Radio, Norda FM, POPradio, Radio Bartoszyce, Radio FEST, Radio Impuls, Radio Parada, Radio Rekord Mazowsze (dwukrotnie) i Radio Vanessa;
- jeden monitoring akademickiego programu Radio Akadera;
- jeden monitoring programu Radio AM Andrychów (emisja na falach średnich).

W 15 monitoringach potwierdziło się realizowanie przez nadawcę warunków koncesyjnych. W przypadku sześciu programów: VOX FM Gorzów, VOX FM Radom, Radio Rekord Mazowsze, Radio Bartoszyce, Radio Parada i Radio Vanessa stwierdzono naruszenie warunków koncesji. Nadawcy tych programów zostali wezwani do złożenia wyjaśnień, a w czterech przypadkach Przewodniczący KRRiT skierował wezwania do zaniechania działań naruszających warunki koncesji.

W sytuacji kryzysowej związanej w powodzią i jej skutkami wielu nadawców, spełniając dodatkowe obowiązki informacyjne, musiało zawiesić realizację niektórych warunków programowych i dostosować swoje programy do bieżących wyzwań. Krajowa Rada uwzględniła te okoliczności w procesie oceny realizacji zobowiązań koncesyjnych oraz programowych m.in. wynikających z art. 15, 15a i 15b ustawy o radiofonii i telewizji.

14.7. Rozkładanie na raty opłat koncesyjnych

Ustawa o radiofonii i telewizji przewiduje możliwość wniesienia opłaty za udzielenie lub zmianę koncesji w sposób ratalny¹⁰⁶. Sposób wniesienia opłaty deklarowany jest we wniosku o udzielenie lub zmianę koncesji. W 2024 r. na raty rozłożone zostały opłaty naliczone w 18 decyzjach Przewodniczącego KRRiT (11 decyzji dotyczyło nadawców radiowych, a siedem nadawców telewizyjnych).

Oprócz tej możliwości, ustawa o finansach publicznych dopuszcza odroczenie zapłaty, rozłożenie na raty należności z tytułu opłaty koncesyjnej lub częściowe jej umorzenie w przypadkach uzasadnionych względami społecznymi lub gospodarczymi¹⁰⁷. Możliwe jest również umorzenie całości należności w przypadkach uzasadnionych ważnym interesem zobowiązanego lub interesem publicznym. W 2024 r. Przewodniczący KRRiT wydał trzy decyzje ws. rozłożenia na raty i jedną decyzję ws. odroczenia płatności. Wydana została również jedna decyzja w sprawie umorzenia postępowania, które stało się bezprzedmiotowe ze względu na wcześniejsze uiszczenie opłaty. Natomiast dwoma decyzjami odmówiono udzielenia ulgi ze względu na brak możliwości dokonania przez KRRiT jednoznacznej oceny sytuacji finansowej nadawcy.

¹⁰⁶ Por. art. 40 ust. 10 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹⁰⁷ Por. art. 64 ust.1 pkt 2 ustawy z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych.

W załączniku nr 16 znajduje się wykaz podmiotów, którym rozłożono na raty należność wynikającą z decyzji o udzieleniu lub zmianie koncesji (na podstawie art. 40 ust. 10 ustawy o radiofonii i telewizji).

W załączniku nr 17 znajduje się wykaz postępowań w sprawie ulg stosowanych na podstawie ustawy o finansach publicznych

14.8. Zmiany programowe w radiowych koncesjach naziemnych

Na podstawie wniosków złożonych przez nadawców, Przewodniczący KRRiT wydał 11 decyzji dotyczących zmian koncesjonowanych programów radiowych, rozpowszechnianych w sposób naziemny. Zmiany te w większości dotyczyły korekty nazw rozpowszechnianych programów. W czterech przypadkach dodano zapis umożliwiający obliczanie udziału tematyki lokalnej w programie z wyłączeniem okresu wakacyjnego, tj. lipca i sierpnia. Natomiast jedna decyzja dotyczyła zarówno zmiany rozliczania udziału tematyki lokalnej w okresie wakacyjnym, jak i zmiany struktury programowej, poprzez zmniejszenie udziału audycji słownych i tematyki lokalnej w programie. Natomiast w czterech przypadkach, po rozpatrzeniu wniosków o dokonanie zmiany, wydano decyzje odmowne.

W załączniku nr 18 znajduje się wykaz decyzji w sprawie zmian programowych w koncesjach na naziemne rozpowszechnianie programu radiowego (zmiana nazwy bądź inne zmiany programowe).

15. Usługi VoD i VSP. Programy rozpowszechniane wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programy rozprowadzane

15.1. Obowiązek wpisu do wykazu

Audiowizualne usługi na żądanie (VoD)

Do końca 2024 r. wpłynęły 142 zgłoszenia o wpis do wykazu VoD. Przewodniczący KRRiT, na podstawie tych i wcześniejszych zgłoszeń, wydał 183 postanowienia o wpisie do wykazu VoD. W 2024 r. wielu dostawców unikało obowiązku zgłoszenia usługi VoD do wykazu prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT, a tym samym przyjęcia na siebie obowiązków związanych z przestrzeganiem ustawowych zobowiązań. Do KRRiT wpływają także skargi z powodu niedokonania zgłoszenia. Dostawcy tłumaczyli swoje postępowanie w związku z niedokonaniem wpisu do wykazu faktem nieosiągania przychodów z tytułu oferowanych treści wideo, umieszczanych zazwyczaj na platformach VSP.

KRRiT ma znaczne trudności w pozyskiwaniu danych identyfikacyjnych poszczególnych kanałów, profili czy kont w celu wszczęcia postępowań administracyjnych w przypadku stwierdzenia naruszeń ustawy o radiofonii i telewizji.

Przewodniczący KRRiT wszczął 24 postępowań administracyjnych w sprawie nałożenia kary za brak wpisu do wykazu VoD oraz wydał 7 decyzji o nałożeniu kary za to naruszenie.

Obecnie w wykazie znajduje się 659 wpisów dotyczących usług VoD i 14 wpisów dotyczących platform VSP¹⁰⁸. KRRiT szacuje, że obowiązkiem zgłoszenia do wykazu objętych jest od kilku do kilkunastu tysięcy twórców internetowych, umieszczających swoje audycje lub składające się z nich katalogi na platformach VSP (m.in. YouTube, Tik Tok, Facebook, Instagram)¹⁰⁹. Ogromna liczba podmiotów¹¹⁰, problemy z ich pełną identyfikacją, trudny dostęp do danych teleadresowych to główne przyczyny spowolnienia procesu uzupełniania wykazów.

Platformy udostępniania wideo (VSP)

Obecnie w wykazie znajduje się 14 wpisów dotyczących platform VSP¹¹¹. W 2024 r. do wykazu VSP wpłynęło tylko jedno zgłoszenie o wpis.

¹⁰⁸ Wykaz jest dostępny publicznie na stronach KRRiT pod adresem:

<https://www.gov.pl/web/krrit/lista-dostawcow-audiowizualnych-uslug-medialnych-na-zadanie2>

<https://www.gov.pl/web/krrit/lista-dostawcow-platform-udostepniania-wideo-wpisanych-do-wykazu-przewodniczacego-krrit-na-podstawie-art-1a-ust7-urt>

¹⁰⁹ Zgodnie z art. 4 pkt 6a ustawy o radiofonii i telewizji audiowizualną usługą medialną na żądanie jest usługa medialna: świadczona w ramach prowadzonej w tym zakresie działalności gospodarczej, polegająca na publicznym udostępnianiu audycji audiowizualnych na podstawie katalogu ustalonego przez podmiot dostarczający usługę.

¹¹⁰ Według danych przedstawionych podczas konferencji IAB HowTo: Nowe horyzonty w influencer marketingu, w Polsce działa ponad 700 tys. influencerów z ponad 1000 obserwujących, a liczba influencerów z ponad 10 tys. obserwujących wynosi 74 tys.

¹¹¹ Por. przypis 107.

Programy rozprowadzane oraz programy telewizyjne rozpowszechniane wyłącznie w systemie teleinformatycznym

W 2024 r. wpłynęło 249 zgłoszeń, które dotyczyły programów rozprowadzanych oraz programów telewizyjnych, rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym. Zgłoszenia te były podstawą do wydania 263 postanowień o dokonaniu wpisu. Przeprowadzona została weryfikacja podmiotów rozpowszechniających programy telewizyjne wyłącznie w systemie teleinformatycznym. Do nadawców teleinformatycznych wysłano 202 wezwania o nadesłanie wyjaśnień w sprawie aktualności wpisu do rejestru, na które wpłynęło 138 odpowiedzi. Na podstawie przeprowadzonej weryfikacji, Przewodniczący KRRiT wydał 24 postanowienia o wykreśleniu programów telewizyjnych z wykazu, głównie na wniosek tych podmiotów ze względu na fakt zaprzestania świadczenia przez nich działalności nadawczej. Dotyczyło to również rozpowszechniania programów telewizyjnych wyłącznie w Internecie. Przeprowadzona kontrola wykazała, że niektóre z tych podmiotów świadczą usługi VoD, zamiast rozpowszechniania programu. W związku z tym zostały one poinformowane o konieczności zgłoszenia świadczonej usługi VoD do odpowiedniego wykazu prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT.

Stanowisko KRRiT w sprawie kwalifikacji usług e-learningowych¹¹²

W stanowisku z 23 sierpnia 2023 r. KRRiT stwierdziła, iż usług e-learningowych nie można kwalifikować jako audiowizualnych usług medialnych na żądanie. W marcu 2024 r. Przewodniczący KRRiT zwrócił się do dostawców platform e-learningowych z wnioskiem o weryfikację dostarczanej usługi (platformy e-learningowej) i ewentualne zgłoszenie konieczności wykreślenia jej z wykazu usług VoD. Z możliwości tej skorzystali dostawcy 50 usług e-learningowych.

15.2. Obowiązki związane z udzielaniem wyjaśnień i dostarczaniem materiałów na żądanie Przewodniczącego KRRiT

Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji Przewodniczący KRRiT ma prawo żądać od dostawcy usługi medialnej, dostawcy platformy udostępniania wideo oraz operatora rozprowadzającego programy radiowe lub telewizyjne, przedstawienia materiałów, dokumentów oraz udzielenia wyjaśnień¹¹³. Jeśli podmiot taki nie dostarcza informacji lub dostarcza niepełne, nierzetelne dane, Przewodniczący KRRiT może nałożyć karę jedynie na osobę kierującą działalnością dostawcy usługi medialnej. Przewodniczący KRRiT nie posiada zatem podstawy prawnej do nakładania kar na dostawców platform udostępniania wideo ani operatorów rozprowadzających programy¹¹⁴.

W praktyce ma to ogromne znaczenie, zwłaszcza wobec wyzwań związanych z treściami prezentowanymi w cyberprzestrzeni. Taka sytuacja powoduje nierówne traktowanie pomiotów zobligowanych do przestrzegania prawa. Ponadto fakt, że kara jest zależna od wysokości wynagrodzenia rodzi szereg problemów. W świetle ochrony danych osobowych i prywatności powstaje pytanie, czy Przewodniczący KRRiT jest uprawniony do uzyskiwania informacji o wynagrodzeniu pracownika w celu określenia wysokości kary. Przewodniczący KRRiT zaproponował, aby wysokość kary była uzależniona od kryteriów obiektywnych, tj. przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw.

¹¹² <https://www.gov.pl/web/krrit/stanowiska-krrit2>

¹¹³ Por. art. 10 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹¹⁴ Por. art. 54 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

15.3. Kontrola dostawców VoD w zakresie składania sprawozdań z wykonania przepisów ustawowych oraz sprawozdania finansowego

Dostawcy VoD mają obowiązek składania rocznych sprawozdań z wykonania przepisów ustawy o radiofonii i telewizji w zakresie: ochrony małoletnich, promocji utworów europejskich i pierwotnie wytworzonych w języku polskim oraz udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami¹¹⁵. Do końca 2024r. z powodu niezłożenia sprawozdania za 2023 r., wezwano 340 dostawców VoD do nadesłania wyjaśnień oraz wysłano 40 zawiadomień o wszczęciu postępowania administracyjnego zmierzającego do nałożenia kary pieniężnej. Jednocześnie przypominano dostawcom o obowiązku składania informacji o rocznych przychodach i kosztach dotyczących odrębnie każdej z dostarczanych usług medialnych¹¹⁶.

15.4. Kontrola regulaminów świadczenia usług drogą elektroniczną dostawców VSP

Z prowadzonej w 2024 r. kontroli treści regulaminów świadczenia usług drogą elektroniczną wynika, iż:

- jedynie w regulaminach trzech dostawców znajdowały się informacje o cechach oraz szczegółowych warunkach kwalifikowania i oznaczania audycji lub wideo stworzonych przez użytkowników oraz wzorach odpowiednich symboli graficznych koniecznych w związku z ochroną małoletnich;
- tylko w regulaminach sześciu dostawców znajdowały się informacje wymagane w rozporządzeniu KRRiT dotyczącym zasad umieszczania przekazów handlowych w audycjach wideo stworzonych przez użytkowników oraz innych przekazach umieszczanych na platformie udostępniania wideo przez użytkowników¹¹⁷;
- tylko ośmiu dostawców VSP zawierało w regulaminach informacje o sposobie zgłaszania, że oferta programowa umieszczona na platformie narusza zakaz umieszczania określonych treści wraz z informacją o trybie rozpatrywania zgłoszeń¹¹⁸;
- także ośmiu dostawców VSP przedstawiło w regulaminach kryteria dokonywania oceny zgodności audycji wideo stworzonych przez użytkowników oraz innych przekazów;
- również ośmiu dostawców VSP poinformowało w regulaminach o możliwości składania skarg na rozstrzygnięcia dostawcy platformy udostępniania wideo oraz informacje dotyczące innych środków ochrony prawnej przysługujących użytkownikom platform¹¹⁹.

Jedynie informacje o zakresie i celu przetwarzania danych osobowych użytkowników VSP znajdowały się u wszystkich skontrolowanych dostawców VSP.

¹¹⁵ Obowiązek ten wynika z art. 47j ustawy o radiofonii i telewizji. Art. 47j ustawy nakłada obowiązek składania przez dostawców usług medialnych na żądanie sprawozdania z wykonania obowiązków, o których mowa w art. 47e ust. 1 i 2 (stosowania zabezpieczeń technicznych lub innych odpowiednich środków, mających na celu ochronę małoletnich przed treściami dla nich szkodliwymi); art. 47f (promowania audycji europejskich w tym wytworzonych pierwotnie w języku polskim) oraz art. 47g ust. 1-4 (udziału audycji zawierających udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami wraz ze wskazaniem udziału poszczególnych rodzajów tych udogodnień).

¹¹⁶ Zgodnie z art. 37a ustawy o radiofonii i telewizji.

¹¹⁷ Por. art. 47q ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹¹⁸ Por. art. 47o ustawy o radiofonii i telewizji.

¹¹⁹ Por. art. 47t ust. 1 i 2 oraz art. 47u ustawy o radiofonii i telewizji.

W kwietniu i maju 2024 r. przeprowadzona została analiza działalności 16 platform udostępniania wideo¹²⁰. Wystosowano m.in. wezwania do dostawców 13 platform udostępniania wideo i złożenia wyjaśnień w zakresie ochrony małoletnich w związku z obowiązkiem dotyczącym stosowania odpowiednich zabezpieczeń technicznych, do 6 platform skierowano wezwania w zakresie obowiązków informacyjnych dostępnych na stronie platformy, do 11 wezwania dotyczące regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną, do 12 dostawców w zakresie promowania świadomego korzystania z mediów w ramach platformy VSP¹²¹. W październiku przeprowadzono ponowną kontrolę 14 usług (dwie usługi zostały wykreślone z wykazu w czerwcu i lipcu 2024 r.). Tylko w dwóch przypadkach stwierdzono, że platformy spełniają wszystkie wymagane wymogi. Do dostawców VSP wpisanych do wykazu Przewodniczącego KRRiT, zostały wysłane wezwania o przekazanie informacji o realizacji obowiązków informacyjnych. Kontrola wykazała, że trzech usługodawców na pięciu platformach objętych analizą nie wywiązało się z nałożonych obowiązków. Skierowano do nich wezwania.

Aby wspierać współpracę z dostawcami oraz wyjaśnić szczegółowe wymagania ustawowe, Przewodniczący KRRiT zorganizował spotkanie online z przedstawicielami platform, podczas którego omówiono ustawowe obowiązki oraz przedstawiono oczekiwania dotyczące funkcjonowania narzędzi ochronnych.

15.5. Kontrola realizacji obowiązków informacyjnych - VoD

Obowiązek informacyjny polega na umożliwianiu w sposób łatwy, bezpośredni i ciągły dostępu do informacji, które pomogą odbiorcom identyfikować usługi i podmioty je dostarczające¹²².

W 2024 r. Przewodniczący KRRiT skierował, wezwania do 349 podmiotów o nadesłanie informacji na temat realizacji ustawowych obowiązków informacyjnych m.in. przez wskazanie dokładnego adresu strony internetowej, pod którym publikowane są informacje takie, jak np. nazwiska lub nazwy wspólników, komplementariuszy, akcjonariuszy, beneficjentów rzeczywistych, a ponadto, gdzie dostępna jest lista wszystkich usług medialnych, platform udostępniania wideo, dzienników, czasopism. KRRiT będzie systematycznie kontrolowała wykonywanie tych obowiązków.

15.6. Kontrola obowiązku informacyjnego w usługach VSP¹²³

Kontrola wykazała, że 11 dostawców VSP zapewniało odbiorcom na swoich stronach internetowych lub w regulaminach wymagane ustawą informacje o dostawcy i wspólnikach¹²⁴. Do dostawców VSP, wpisanych do wykazu Przewodniczącego KRRiT, zostały wysłane wezwania o nadesłanie informacji na temat realizacji tych zobowiązań informacyjnych. Ponowna kontrola obowiązków informacyjnych wykazała, że wszystkie podmioty wywiązywały się z tych zadań.

¹²⁰ Por. obowiązki z art. 47p ust.3, 47q ust.2, 47o ust.1, art. 47s, 47t ust. 1 i 2, 47m ust.1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹²¹ Por. art. 47p ust. 1, art. 47m ust. 2 i 3, art. 47r, art. 47w ustawy o radiofonii i telewizji.

¹²² Por. art. 14a ust. 1-2 ustawy o radiofonii i telewizji.

¹²³ Por. art. 47 c ustawy o radiofonii i telewizji.

¹²⁴ Por. art. 47m ust. 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

16. Prace KRRiT na forum międzynarodowym

Podstawowym dążeniem KRRiT na forum międzynarodowym jest ochrona wolności mediów, dbałość o interes odbiorców oraz zapewnienie równowagi między interesami różnych grup mediów. Krajowa Rada uczestniczyła w pracach różnych gremiów międzynarodowych, w tym dwóch o charakterze branżowym - Grupie Regulatorów do spraw audiowizualnych usług medialnych (ERGA) i Europejskiej Platformie Organów Regulacyjnych (EPRA) oraz w gremiach o charakterze doradczym i eksperckim, które funkcjonują przy Komisji Europejskiej i Radzie Europy. KRRiT pełni w nich rolę samodzielnego przedstawiciela Polski.

W przypadku gremiów takich jak Komitet Zarządzający do spraw mediów i społeczeństwa informacyjnego (CDMSI), Komitet Kontaktowy do spraw dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, Grupa Robocza do spraw audiowizualnych (AUDIO), Grupa Ekspertów do spraw Usług Cyfrowych (DSA Expert Group), w poprzednich latach KRRiT uczestniczyła jako organ wspierający działania rządu (Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwo Cyfryzacji). W 2024 r. właściwe kompetencyjnie ministerstwa nie kontynuowały współpracy z KRRiT w zakresie udziału w pracach tych międzyrządowych komitetów i grup eksperckich.

Krajowa Rada monitoruje zmiany legislacyjne w Unii Europejskiej i w tym zakresie przygotowuje stanowiska i opinie przekazywane najczęściej Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministrowi Cyfryzacji. Przewodniczący KRRiT m.in. uczestniczył w przyjmowaniu opinii i stanowisk odnośnie zmian legislacyjnych w obszarze mediów, które przygotowywała ERGA.

KRRiT jest aktywna we wszystkich pracach, które wiążą się ze sposobem wdrażania rozwiązań unijnych do ustawodawstwa krajowego, widząc siebie jako regulatora w nowych obszarach prawa mediów i usług cyfrowych, w szczególności związanych z ochroną odbiorców, w tym dzieci i młodzieży, rozpowszechnianiem przekazów handlowych, pluralizmem mediów i przejrzystością własności, dostępnością treści z udogodnieniami dla osób z niepełnosprawnościami narządu słuchu lub wzroku. W 2024 r. przedstawiciele KRRiT m.in. brali udział w pracach dotyczących Europejskiego Aktu o wolności mediów (EMFA) oraz Aktu o usługach cyfrowych (DSA).

Przewodniczący KRRiT na forum ERGA i EPRA wielokrotnie informował organy regulacyjne z innych krajów oraz przedstawicieli KE o sytuacji mediów publicznych w Polsce oraz o naciskach finansowych i próbach podważania przez obecny rząd i parlament niezależności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

16.1. Organizacje branżowe

Europejska Grupa Regulatorów do spraw audiowizualnych usług medialnych (ERGA)

Sprawozdawczy 2024 rok to praktycznie ostatni rok działania ERGA w dotychczasowej formule¹²⁵. Na mocy art. 8 Europejskiego Aktu o Wolności Mediów (EMFA) od 8 lutego 2025 r. ERGA została przekształcona w Europejską Radę do spraw Usług Medialnych (ERUM), a jej kompetencje uległy znacznemu poszerzeniu.

¹²⁵ ERGA została powołana w 2014 r. na podstawie decyzji Komisji Europejskiej. Od 2018 r. jej rolę i zadania precyzuje znowelizowana dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych. Członkami ERGA są wysokiej rangi przedstawiciele organów regulacyjnych w dziedzinie audiowizualnych usług medialnych państw członkowskich UE. Grupa doradza Komisji Europejskiej w sprawach mediów elektronicznych oraz prowadzi bieżącą współpracę między europejskimi regulatorami do spraw audiowizualnych.

Art. 13 Europejskiego Aktu o Wolności Mediów (EMFA) wskazuje na następujące zadania Europejskiej Rady do spraw Usług Medialnych (ERUM):

- udzielanie KE specjalistycznego wsparcia odnośnie do zapewnienia przez Komisję spójnego i skutecznego stosowania rozdziału III EMFA oraz wdrażania dyrektywy 2010/13/UE, bez uszczerbku dla zadań krajowych władz lub organów regulacyjnych;
- propagowanie współpracy i skutecznej wymiany informacji, doświadczeń i najlepszych praktyk między krajowymi organami regulacyjnymi w zakresie stosowania przepisów unijnych i krajowych mających zastosowanie do usług medialnych, w tym przepisów EMFA i dyrektywy 2010/13/UE, w szczególności art. 3, 4 i 7 tej dyrektywy;
- na wniosek Komisji wydawanie opinii dotyczących kwestii technicznych i merytorycznych w odniesieniu do art. 2 ust. 5c, art. 3 ust. 2 i 3, art. 4 ust. 4 lit. c) i art. 28a ust. 7 dyrektywy 2010/13/UE;
- w porozumieniu z Komisją sporządzanie opinii dotyczących:
 - wniosków o współpracę między krajowymi władzami lub organami regulacyjnymi, zgodnie z art. 14 ust. 5 EMFA;
 - wniosków o podjęcie środków egzekucyjnych w przypadku braku porozumienia między organami wnioskującymi a organami, do których skierowano wniosek, w tym zalecanych działań, na podstawie art. 15 ust. 3 EMFA;
 - środków krajowych dotyczących usług medialnych spoza Unii, zgodnie z art. 17 ust. 2 EMFA;
- na wniosek dostawcy usług medialnych, z którym dostawca bardzo dużej platformy internetowej podjął dialog, o którym mowa w art. 18 ust. 6 EMFA, sporządzanie opinii na temat wyników takiego dialogu;
- z własnej inicjatywy, na wniosek Komisji lub na należycie umotywowany i uzasadniony wniosek dostawcy usług medialnych, którego to dotyczy indywidualnie i bezpośrednio, sporządzanie opinii dotyczących środków regulacyjnych lub administracyjnych, które mogą znacząco wpłynąć na działalność dostawców usług medialnych na wewnętrznym rynku usług medialnych, zgodnie z art. 21 ust. 4 EMFA;
- sporządzanie opinii na temat projektów ocen lub projektów opinii krajowych organów regulacyjnych, zgodnie z art. 22 ust. 5 EMFA;
- z własnej inicjatywy lub na wniosek Komisji sporządzanie opinii na temat koncentracji na rynku mediów, które mogą wpływać na funkcjonowanie wewnętrznego rynku usług medialnych, zgodnie z art. 23 ust. 1 EMFA;
- pomoc Komisji w sporządzaniu wytycznych dotyczących:
 - stosowania EMFA i wdrażania dyrektywy 2010/13/UE, zgodnie z art. 16 ust. 2 EMFA;
 - elementów, o których mowa w art. 22 ust. 2 lit. a), b) i c) EMFA, zgodnie z jego ust. 3;
 - stosowania art. 24 ust. 1, 2 i 3 EMFA na podstawie ust. 4 tego artykułu;
- na wniosek co najmniej jednego krajowego organu prowadzenie mediacji w przypadku braku porozumienia między regulatorami, zgodnie z art. 15 ust. 3 EMFA;
- zachęcanie do współpracy w zakresie kształtu zharmonizowanych norm związanych z projektowaniem urządzeń lub interfejsów użytkownika lub w zakresie sygnałów cyfrowych przesyłanych przez takie urządzenia, zgodnie z art. 20 ust. 5 EMFA;
- koordynowanie odpowiednich środków, które podejmują krajowe organy regulacyjne, i które są związane z rozpowszechnianiem treści usług medialnych pochodzących spoza Unii

i skierowanych lub docierających do grup docelowych w Unii lub z dostępem do takich treści, w przypadku gdy takie usługi powodują uszczerbek dla bezpieczeństwa publicznego lub stwarzają poważne i groźne ryzyko takiego uszczerbku, zgodnie z art. 17 ust. 1 EMFA oraz w porozumieniu z Komisją, sporządzanie zestawu kryteriów, o których mowa w ust. 4 tego artykułu;

- prowadzenie zorganizowanego dialogu między dostawcami bardzo dużych platform internetowych i przedstawicielami dostawców usług medialnych oraz społeczeństwa obywatelskiego, a także składanie Komisji sprawozdań z wyników takiego dialogu, zgodnie z art. 19 EMFA;
- wspieranie wymiany najlepszych praktyk związanych z wdrażaniem systemów pomiaru odbiorców, zgodnie z art. 24 ust. 5 EMFA;
- prowadzenie wymiany doświadczeń i najlepszych praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów, w tym w celu wspierania rozwoju i stosowania skutecznych środków i narzędzi służących poprawie tej umiejętności;
- sporządzanie szczegółowych rocznych sprawozdań ze swojej działalności i zadań.

W 2024 r. w ramach ERGA działały cztery grupy robocze i jedna grupa akcyjna z udziałem przedstawicieli Biura KRRiT. Grupy te opracowały raporty na temat¹²⁶:

- środków i zabezpieczeń służących ochronie małoletnich w środowisku online;
- transpozycji i implementacji następujących przepisów dyrektywy audiowizualnej: art. 13 ust. 1 (eksponacja utworów europejskich), art. 13 ust. 2 (finansowa kontrybucja w produkcję utworów europejskich) oraz art. 13 ust. 6 (zwolnienie z obowiązków w powyższym zakresie ze względu na niską oglądalność);
- dobrych praktyk w zakresie stosowania narzędzi SI do stosowania wymogów wynikających z dyrektywy audiowizualnej;
- regulacji i promocji dostępności audiowizualnych usług medialnych dla osób z niepełnosprawnościami, przegląd dobrych praktyk i rekomendacje w zakresie stosowania bardziej ujednoliconego podejścia w powyższym zakresie;
- stosowania przez członków ERGA w 2024 r. Protokołu Ustaleń w sprawie dobrowolnej współpracy (Memorandum of Understanding) oraz podsumowania czterech lat funkcjonowania tego narzędzia (w kontekście przekształcenia dobrowolności tego narzędzia w obowiązek współpracy na mocy przepisów EMFA);
- powołania i funkcjonowania ERUM jako prawnej następczyni ERGA (raporty wewnętrzne);
- monitoringu Kodeksu Dobrych Praktyk w zakresie dezinformacji - doświadczenia, spostrzeżenia i rekomendacje członków ERGA (raport wewnętrzny);
- kompetencji i zdolności analitycznych krajowych regulatorów w zakresie przeciwdziałania dezinformacji (raport wewnętrzny);
- oświadczenia ERGA w sprawie postępów i wyzwań związanych z Kodeksem Dobrych Praktyk w zakresie dezinformacji (stanowisko publiczne);
- implementacji i transgranicznego stosowania europejskich ram legislacyjnych dla usług audiowizualnych i cyfrowych, tj. głównie relacji między DSA - dyrektywą audiowizualną - EMFA (analiza nowych i dotychczasowych unijnych ram prawnych oraz ich interferencji);
- wdrażania i transgranicznego egzekwowania europejskich ram prawnych dotyczących cyfrowych i audiowizualnych usług medialnych wraz z wewnętrznym załącznikiem na temat

¹²⁶ Upublicznione raporty i stanowiska ERGA dostępne są na stronie https://erga-online.eu/?page_id=14

udziału członków ERGA w implementacji DSA, z którego wynika, że 11 regulatorów pełni w swoich państwach rolę krajowego Koordynatora do spraw Usług Cyfrowych w rozumieniu DSA; 6 regulatorów pełni rolę tzw. organu właściwego w rozumieniu DSA, a 4 regulatorów - inną rolę w zakresie stosowania DSA. Tylko 6 regulatorów nie pełni żadnej krajowej roli w zakresie stosowania DSA.

W 2024 r. ERGA wydała trzy stanowiska dotyczące:

- projektu wytycznych KE dla bardzo dużych platform internetowych i bardzo dużych wyszukiwarek w zakresie ograniczania ryzyk systemowych w procesach wyborczych;
- poglądu na temat przyszłych priorytetów polityki medialnej (zestawienie dla nowego składu KE);
- Europejskiego Aktu o Wolności Mediów (EMFA).

Stanowisko Przewodniczącego KRRiT w sprawie EMFA jest konsekwentne i wskazuje na niezgodność tego rozporządzenia z postanowieniami Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, co miało wyraz w głosowaniu przeciwko Stanowisku ERGA w sprawie EMFA.

Krajowy punkt kontaktowy (Single point of contact - SPOC)

W ramach zobowiązania przyjętego przez członków ERGA w grudniu 2020 r. w Protokole Ustaleń (ERGA Memorandum of Understanding), KRRiT zapewnia funkcjonowanie Krajowego Punktu Kontaktowego (SPOC), który przygotowuje określone w Protokole Ustaleń wnioski o informacje i wnioski o współpracę, a także odpowiada na wnioski otrzymane z innych krajów.

W 2024 r. SPOC działający w KRRiT przekazał do SPOC w innych krajowych organach regulacyjnych kilka wniosków o informacje oraz współpracę, a także opracował i przekazał kilkanaście odpowiedzi na wnioski tego typu z innych krajów. Pytania dotyczyły m.in.: jurysdykcji terytorialnej, udziału utworów europejskich w katalogach VoD, koncentracji mediów w związku z implementacją EMFA, kwalifikacji usług medialnych na platformie X, dostawców kanałów pornograficznych na platformach VSP, implementacji dyrektywy o dostępności, lokowania produktu, rejestracji vlogerów.

Europejska Platforma Organów Regulacyjnych (EPRA)

Europejska Platforma Organów Regulacyjnych działa od 1995 r. Organizacja zrzesza organy regulacyjne z 47 krajów oraz stałych obserwatorów, którzy reprezentują Komisję Europejską, Radę Europy, Europejskie Obserwatorium Audiowizualne oraz Biuro Przedstawiciela OBWE ds. Wolności Mediów. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji należy do członków założycieli tej organizacji.

EPRA organizuje współpracę krajowych organów regulacyjnych oraz wymianę doświadczeń w zakresie praktyki regulacyjnej dotyczącej mediów elektronicznych. Podczas dwóch plenarnych spotkań w 2024 r. uczestnicy obrad omawiali zagadnienia dotyczące m.in.: umiejętności korzystania z mediów; wpływu sztucznej inteligencji na media i implikacji dla regulatorów rynku; roli organów regulacyjnych w zwalczaniu nienawistnych treści.

Biorący udział w obradach EPRA Przewodniczący KRRiT informował pozostałych uczestników o bieżącej sytuacji w Polsce w odniesieniu do zawłaszczenia mediów publicznych przez obecny rząd i związanych z tym zagrożeń, a także o zagrożeniu dla niezależności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji¹²⁷.

¹²⁷ Por. Oświadczenie Przewodniczącego KRRiT wygłoszone na posiedzeniu EPRA w Rotterdamie, <https://www.gov.pl/web/krrit/oswiadczenie-przewodniczacego-krrit-macieja-swirskiego-wygloszone-6-czerwca-2024-r-podczas-59-konferencji-europejskiej-platformy-organow-regulacyjnych-epra-w-rotterdamie>

16.2. Komisja Europejska

Media Literacy Expert Group (MLEG)

Media Literacy Expert Group (MLEG) to powołana przez Komisję Europejską robocza grupa ekspercka o charakterze doradczym w obszarze edukacji medialnej. Swoimi doświadczeniami, a także zrealizowanymi z sukcesem inicjatywami z tego obszaru dzielą się przedstawiciele instytucji z państw unijnych, reprezentanci organizacji pozarządowych oraz naukowcy. W 2024 r. najważniejszymi tematami poruszonymi podczas konferencji były:

- edukacja medialna w kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego, w tym przypomnienie istoty kodeksu postępowania w zakresie dezinformacji¹²⁸ oraz wytycznych dla dostawców bardzo dużych platform i wyszukiwarek internetowych dotyczących ograniczania ryzyka systemowego dla procesów wyborczych¹²⁹; informacja na temat projektów skierowanych do osób młodych, w tym szczególnie tych, które brały po raz pierwszy udział w wyborach; omówiono przykłady belgijskiej kampanii „Idoubt”¹³⁰ oraz projekt zrealizowany we współpracy z publicznym nadawcą VRT – EDUbox; podzielono się doświadczeniami z projektu na temat dezinformacji - „Medievetna seniorer”¹³¹ dedykowanego szwedzkim seniorom; omówiono działania realizowane przez Europejskie Obserwatorium Mediów cyfrowych – EDMO oraz jego ośrodki regionalne (NORDIS, IDMO, BROD);
- aktywności na rzecz działania przeciw dezinformacji platform TiKTok (projekt „Think Twice”¹³²), Meta i Google;
- wykorzystanie sztucznej inteligencji w edukacji medialnej, tj. omówienie projektów (Titan¹³³, TADAM EDUCATION¹³⁴) z zakresu sztucznej inteligencji, wspierających podnoszenie umiejętności krytycznego myślenia oraz narzędzi do audytowania i wykrywania naruszeń, a także dostarczania informacji wspierających kształtowanie i egzekwowanie polityk regulacyjnych;
- informacja na temat aktualnych prac związanych z rozporządzeniem o sztucznej inteligencji AI Act;
- omówienie publikacji (Synthetic Media Exposed: A Comprehensive Guide to AI Disinformation Detection¹³⁵) będącej kompleksowym przewodnikiem po SI w celu wykrywania dezinformacji i rozpoznawania treści generowanych przez SI;
- bezpieczeństwo dzieci w Internecie, m.in. Podzielono się doświadczeniami z realizacji projektów dedykowanych temu zagadnieniu („Better Internet for Kids”¹³⁶);
- omówienie wyników badań dotyczących: umiejętności społecznych identyfikowania fałszywych i wprowadzających w błąd treści w Internecie (OECD Truth Quest¹³⁷), zagrożeń dla demokracji (EuroBarometr. European Elections) oraz IPSOS¹³⁸ dotyczące sztucznej inteligencji.
- informacja na temat możliwości finansowania projektów z zakresu edukacji medialnej w ramach programu Kreatywna Europa.

¹²⁸ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

¹²⁹ <https://disinfocode.eu/>

¹³⁰ <https://idoubt.eu/support-the-campaign/>

¹³¹ <https://filmpedagogerna.se/utbildning/medievetna-seniorer/>

¹³² <https://www.dpa.com/en/think-twice>

¹³³ <https://www.titanthinking.eu/criticalthinking>

¹³⁴ <https://tadam.education/>

¹³⁵ <https://democracyreporting.s3.eu-central-1.amazonaws.com/images/6528fb3c06eb8.pdf>

¹³⁶ <https://better-internet-for-kids.europa.eu>

¹³⁷ https://www.oecd.org/en/publications/the-oecd-truth-quest-survey_92a94c0f-en.html

¹³⁸ <https://www.ipsos.com/en-nz/global-views-ai-and-disinformation>

16.3. Unijny Kodeks postępowania w sprawie zwalczania dezinformacji

W związku z pracami Europejskiej Grupy Regulatorów do spraw Audiowizualnych Usług Medialnych (ERGA), KRRiT pozyskuje wiedzę na temat walki z dezinformacją na poziomie unijnym. W ramach wzmocnionego unijnego Kodeksu postępowania w sprawie zwalczania dezinformacji, sygnatariusze Kodeksu, w tym największe globalne platformy społecznościowe, jako jedno z ważniejszych zobowiązań, przyjęli skuteczniejszą ochronę użytkowników przed dezinformacją wyborczą. Działania te obejmują usuwanie fałszywych treści wyborczych, ograniczanie ich zasięgu, oznaczanie dezinformacji oraz promowanie rzetelnych informacji na temat procesu wyborczego.

Sygnatariusze są również zobowiązani do szczegółowego raportowania swoich działań, co umożliwia ocenę skuteczności stosowanych środków. We wrześniu 2024 r. główne platformy internetowe, w tym Google, Meta, Microsoft i TikTok opublikowały czwarty zestaw sprawozdań w Centrum Przejrzystości, dokumentując działania na rzecz przeciwdziałania dezinformacji, szczególnie w kontekście wyborów europejskich. Podkreślano w nich skuteczność systemu szybkiego reagowania, który miał sprawdzić się podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego oraz współpracę platform i organizacji społeczeństwa obywatelskiego w ochronie integralności wyborów.

Monitorowanie realizacji zobowiązań sygnatariuszy Kodeksu odbywa się w ramach prac ERGA, która przedstawia analizy raportów dostarczanych przez platformy oraz współpracuje z Komisją Europejską w celu identyfikacji dobrych praktyk i obszarów wymagających poprawy. Celem tych działań jest zapewnienie transparentności i ograniczenie wpływu dezinformacji m.in. na procesy wyborcze w krajach UE.

W listopadzie 2024 r. ERGA przyjęła raport wewnętrzny oraz publiczne Oświadczenie¹³⁹ dotyczące postępów i wyzwań związanych z Kodeksem postępowania w zakresie dezinformacji. ERGA zwróciła w nim uwagę na temat kluczowych obszarów, w których sprawozdawczość platform jest nadal niewystarczająca. Informacje przekazywane przez platformy są ciągle niepełne, szczególnie w takich obszarach jak reklama polityczna, zapewnianie dostępu do danych dla badaczy, wsparcie dla inicjatyw w zakresie weryfikacji faktów i umiejętności korzystania z mediów oraz brak sprawozdawczości dla wszystkich państw Europejskiego Obszaru Gospodarczego w przypadku niektórych bardzo dużych platform internetowych (tzw. VLOP). Wymienione luki w sprawozdawczości platform wskazują na potrzebę wywierania na nie ciągłej presji, aby dotrzymywały własnych zobowiązań. ERGA zwraca także uwagę, że platformy muszą inwestować więcej zasobów na poziomach krajowych, aby lepiej wywiązywać się ze swoich kodeksowych zobowiązań. Obejmuje to zwiększone wsparcie dla organizacji fact-checkingowych i inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

W 2024 r. Komisja Europejska kontynuowała prace nad konwersją Kodeksu na kodeks zgodny z Aktem o Usługach Cyfrowych (DSA), zwracając uwagę na wyzwania związane z audytowaniem działań platform.

Kampania KE i ERGA na rzecz wsparcia obywateli w przeciwdziałaniu dezinformacji przed wyborami do Parlamentu Europejskiego

Kampania przygotowana przez Dyрекcję Generalną do spraw Komunikacji Komisji Europejskiej wraz z ERGA objęła 17 krajów, osiągając zasięg szacowany na 330 mln osób, co stanowi połowę populacji UE. Spot, dostępny w 24 językach narodowych, miał 7 mln wyświetleń na YouTube, a jego emisja rozpoczęła się 8 maja, miesiąc przed eurowyborami, z intensyfikacją na tydzień przed wyborami

¹³⁹ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2024/12/ERGA-SG3-Statement-CoP_final.pdf

aż do rozpoczęcia ciszy wyborczej w kolejnych krajach. Kampania miała na celu podniesienie świadomości na temat zagrożeń dezinformacyjnych w kontekście eurowyborów, w tym rozpoznawania fałszywych treści, konieczności weryfikacji źródeł informacji oraz odpowiedzialnego korzystania z mediów społecznościowych. Kampania miała też pokazać, jak skutecznie wykorzystać edukację medialną do wspierania obywateli w walce z dezinformacją poprzez różne kanały dystrybucji: media tradycyjne (łącznie spot nadawany był przez 53 stacje radiowe i telewizyjne), media społecznościowe, strony internetowe organów regulacyjnych oraz platformy sygnatariuszy Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji. Według KE i ERGA kampania okazała się dużym sukcesem. Możliwa jest jej kontynuacja, z adaptacją treści (uniwersalizacja lub dostosowanie do krajowych kalendarzy wyborczych) i drugą falą dystrybucji w zainteresowanych krajach.

Większość członków KRRiT nie podzieliła jednak pozytywnej oceny wyżej wymienionego spotu odnośnie do sposobu jego realizacji oraz pozyskanej polskiej wersji językowej. KRRiT nie wyraziła zatem zgody na udział w jego promowaniu.

16.4. Rada Europy

Europejskie Obserwatorium Audiowizualne (EAO)

Działające od ponad 30 lat Europejskie Obserwatorium Audiowizualne specjalizuje się w zbieraniu, agregowaniu, analizie oraz publikacji danych i informacji na temat rynków, przepisów prawa i polityk publicznych w sektorach telewizyjnym, VoD, wideo i filmowym. Pozyskane w ten sposób informacje służą do zasilania ogólnodostępnych baz danych oraz publikowane są na stronie internetowej Obserwatorium w formie raportów.

Członkami EAO są instytucje publiczne z 41 krajów (głównie krajowe organy regulacyjne do spraw audiowizualnych, ministerstwa kultury lub narodowe instytuty właściwe w sprawach kinematografii i/lub sprawach audiowizualnych) oraz Unia Europejska reprezentowana przez Komisję Europejską. Polskę w pracach EAO reprezentuje KRRiT.

Prowadzone przez EAO, publicznie dostępne bazy danych to:

- najnowsza, o nazwie OPUS (opus.obs.coe.int) – przegląd, jak państwa członkowskie UE oraz Islandia, Lichtenstein, Norwegia, Szwajcaria i Wielka Brytania transponowały do swojego prawa krajowego przepisy dyrektywy audiowizualnej w zakresie promocji utworów europejskich, w tym utworów krajowych oraz produkcji niezależnej w usługach linearnych i nielinearnych (art. 13 ust. 1, 2 i 6 oraz art. 16 i 17 dyrektywy) wraz z możliwością porównania kwot w tym zakresie;
- AVMSD (avmsd.obs.coe.int) – wykaz przepisów transponujących dyrektywę audiowizualną do krajowego prawodawstwa państw członkowskich UE;
- MAVISE (mavise.obs.coe.int) – wykaz europejskich programów telewizyjnych, usług VoD oraz częściowo platform udostępniania wideo, ze wskazaniem jurysdykcji w rozumieniu dyrektywy audiowizualnej;
- LUMIERE (lumiere.obs.co.int) – wykaz filmów dopuszczonych do wyświetlania w europejskich kinach;
- LUMIERE VoD (lumierevod.obs.coe.int) – wykaz utworów europejskich (filmów i audycji telewizyjnych), zasilających katalogi VoD w Europie;
- IRIS Newsletter i IRIS MERLIN (merlin.obs.coe.int) – zbiór artykułów na temat prawa europejskiego i praw krajowych, orzecznictwa w obszarze mediów audiowizualnych.

W 2024 r. Obserwatorium opracowało kilkanaście raportów m.in. w sprawie:

- omówienia Europejskiego Aktu o wolności mediów (EMFA);
- ochrony małoletnich w Internecie (AVMSDigest);
- wyzwań prawnych i dynamiki rynku w sektorze gier wideo;
- sztucznej inteligencji i sektora audiowizualnego - przegląd pod kątem aktualnego otoczenia prawnego;
- audiowizualnych usług medialnych w Europie (edycja 2024);
- umiejętności korzystania z mediów i wzmocnienie pozycji użytkowników.

Przedstawiciel KRRiT wchodzi w skład Komitetu Wykonawczego EAO. W 2024 r. pierwsze posiedzenie tego Komitetu miało miejsce w Gruzji jako kraju sprawującym w danym roku prezydencję w Obserwatorium, na zaproszenie zintegrowanego organu regulacyjnego ComCom (Komisja do spraw Komunikacji – regulator do spraw audiowizualnych, komunikacji elektronicznej i ochrony praw konsumenckich). Na otwierającej posiedzenie Komitetu konferencji „Konkurencyjność rynku – implikacje dla podmiotów rynkowych i regulatorów w małych krajach”, jednym z panelistów był przedstawiciel KRRiT, który przekazał podstawowe informacje o regulowanym przez KRRiT rynku oraz zakresie kompetencji krajowego regulatora do spraw audiowizualnych, a także w oparciu o Oświadczenie Przewodniczącego KRRiT wygłoszone podczas spotkania EPRA w Rotterdamie, poinformował o sytuacji związanej z chaosem prawnym w mediach publicznych w Polsce.

W 2024 r. KRRiT jako przedstawiciel Polski w EAO, wraz z innymi członkami Obserwatorium, zobowiązała się do pokrycia proporcjonalnej części składki członkowskiej za Ukrainę na lata 2025-2026.

16.5. Bilateralne kontakty KRRiT z innymi organami regulacyjnymi w obszarze mediów

Przewodniczący KRRiT 10 września 2024 r. spotkał się z przewodniczącą albańskiego organu regulacyjnego Audiovisual Media Authority (AMA). Przewodnicząca AMA wyraziła uznanie dla nowych możliwości współpracy, które otworzyły się między dwoma regulatorami, albańskim i polskim wskazując: „to ważne, ponieważ wierzę, że tylko w ten sposób możemy odnieść sukces w naszej pracy, dzieląc się naszymi pomysłami i planami, aby sprostać wyzwaniom czasowym, z którymi mierzą się organy, którym przewodnimy”.

Przewodnicząca AMA przedstawiła krótki przegląd pracy albańskiego regulatora i jego dotychczasowych osiągnięć, takich jak zatwierdzenie zmian prawnych i dostosowanie do dyrektywy UE 2018/1808 (znowelizowana dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), a także dalsze proponowane zmiany, które przewidują włączenie koncepcji pomiaru widowni do ustawodawstwa, walka z piractwem praw nadawczych oraz stała współpraca z międzynarodowymi partnerami działającymi w sektorze mediów, mająca na celu poprawę jakości dziennikarstwa w mediach audiowizualnych i innych.

Przewodnicząca AMA podkreśliła również, że pomiary widowni pozostają aktualnym i znaczącym celem pracy AMA, co niezbędne jest do dalszej regulacji rynku audiowizualnego. Podobnie, priorytetem jest walka z piractwem, zjawiskiem, które obecnie rozprzestrzeniło się również w Internecie. „AMA będzie nadal wzmacniać i rozwijać ugruntowaną współpracę z różnymi partnerami działającymi w sektorze mediów, aby osiągnąć wspólne cele w walce z mową nienawiści, dezinformacją.”

W dniach 17-25 września 2024 r. delegacja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z jej przewodniczącym na czele odbyła podróż służbową do krajów bałtyckich - Litwy, Łotwy, Estonii.

Głównym motywem wizyty były spotkania z regulatorami audiowizualnymi tych krajów w celu kontynuacji i zacieśnienia współpracy na mocy Deklaracji Warszawskiej podpisanej 4 października 2023 r. Podczas spotkań poruszane były następujące tematy: włączenie języków narodowych w budowę globalnej sztucznej inteligencji, sytuacja w sektorze medialnym poszczególnych krajów, legislacja europejska, rosyjska dezinformacja i propaganda w mediach, sankcje na rosyjskie media, dalsze działania w ramach współpracy międzynarodowej. Delegacja KRRiT w Wilnie spotkała się z polskimi dziennikarzami mieszkającymi na Litwie oraz odbyła spotkanie z Komitetem Kultury w litewskim Sejmie. Podczas wizyty Przewodniczącego KRRiT w Rydze odbyła się uroczystość wręczenia odznaczenia Bene Merito Przewodniczącemu Rady Nacionālā Elektronisko Plašsaziņas Līdzekļu Padome - NEPLP p. Ivarsowi Āboliņšowi. Dzięki jego zaangażowaniu rozwinęła się polsko-łotewska współpraca w sektorze mediów publicznych, czego najlepszym przykładem jest decyzja z marca 2023 r. o włączeniu tvp.info, TVP World, TVP Wilno i Biełsat do wykazu programów audiowizualnych, które mogą być reemitowane na terenie Republiki Łotewskiej. Odznaczenie wręczył Chargé d'affaires a.i. Łukasz Cudny. Przewodniczący KRRiT w Rydze spotkał się z arcybiskupem Zbigniewem Stankiewiczem - metropolitą, prymasem Łotwy. Delegacja KRRiT odwiedziła też historyczne miejsca pamięci ku czci Polaków pomordowanych na Wschodzie.

KRRiT utrzymuje stałe, robocze kontakty ze swoimi partnerami zagranicznymi - sygnatariuszami „Deklaracji Warszawskiej” (Deklaracja o współpracy i wzajemnym wsparciu w zwalczaniu dezinformacji, podpisana 4 października 2023 r. w Warszawie podczas międzynarodowej konferencji „Stop dezinformacji i rosyjskiej propagandzie”).

17. Unijne akty prawne w sprawach mediów i oczekiwana rola KRRiT w tych obszarach

17.1. Zmiany w prawie unijnym w obszarach dotyczącym mediów

Unijne rozporządzenie Akt o usługach cyfrowych (DSA)

Unijne rozporządzenie Akt o usługach cyfrowych (DSA)¹⁴⁰ określa ramy prawne działalności platform internetowych ukierunkowane na zapewnienie bezpiecznego, wiarygodnego i przyjaznego środowiska wymiany informacji, poglądów, opinii, środowiska umożliwiającego ekspresję artystyczną, ale także miejsca bezpiecznego zakupu towarów i usług online. DSA określa także mechanizmy egzekwowania obowiązków wynikających z tej regulacji. Akt o usługach cyfrowych powinien być w pełni stosowany w państwach członkowskich UE od 17 lutego 2024 r.

Obok unijnej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM), która stanowi regulację treści¹⁴¹, DSA – jako uzupełniająca regulacja w zakresie zachowania procedur należytej staranności (*due dilligence*) przez pośredników usług cyfrowych – ma stanowić kluczową regulację zapewniającą jednostkom ochronę realizacji prawa do swobody wypowiedzi i prawa do informacji, zapewniając wszystkim grupom społecznym przyjazne środowisko do wymiany poglądów, realizowania prawa do informacji i kształtowania opinii, a także wzmacniając zabezpieczenia chroniące wolność słowa w relacjach użytkowników z dostawcami platform. Platformy muszą wykazać każdy przypadek usunięcia treści, uzasadnić go, a użytkownicy mogą zakwestionować decyzję moderacji platformy w pozasądowym mechanizmie rozstrzygania sporów.

W 2024 r. Komisja Europejska przyjęła dwa akty wykonawcze ułatwiające stosowanie Aktu o usługach cyfrowych (DSA):

- rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2024/2835 z dnia 4 listopada 2024 r. ustanawiające wzory związane z wypełnianiem obowiązków sprawozdawczych w zakresie przejrzystości spoczywających na dostawcach usług pośrednich i dostawcach platform internetowych na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065;
- rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2024/607 z dnia 15 lutego 2024 r. w sprawie ustaleń praktycznych i operacyjnych na potrzeby funkcjonowania systemu wymiany informacji na podstawie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych).

Komisja przeprowadziła też konsultacje w sprawie projektu rozporządzenia delegowanego, uzupełniającego DSA poprzez ustanowienie warunków technicznych i procedur, zgodnie z którymi dostawcy bardzo dużych platform internetowych i bardzo dużych wyszukiwarek internetowych mają udostępniać dane na podstawie art. 40 tego aktu.

Ponadto, 20 stycznia 2025 r., po pozytywnej ocenie KE i Europejskiej Rady do spraw Usług Cyfrowych, do ram regulacyjnych DSA został włączony „Kodeks postępowania w zakresie zwalczania nielegalnego

¹⁴⁰ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (Akt o usługach cyfrowych).

¹⁴¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1808 z dnia 14 listopada 2018 r. zmieniająca dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) ze względu na zmianę sytuacji na rynku.

nawoływania do nienawiści w Internecie +”. Instancje te uznały przestrzeganie kodeksu przez bardzo duże platformy internetowe i wyszukiwarki za środek zmniejszający ryzyko, co ma ułatwić stosowanie i egzekwowanie DSA.

Bardzo duże platformy internetowe i wyszukiwarki opublikowały też pierwsze sprawozdania z oceny ryzyka i audytów na podstawie DSA.

Uznając znaczenie komplementarnego, spójnego stosowania DSA i DAUM, Europejska Grupa Regulatorów do spraw Audiowizualnych Usług Medialnych (ERGA) podjęła prace analityczne nad określeniem przewodnika dla regulatorów krajowych, ułatwiającego spójne stosowanie procedur z DSA, DAUM i EMFA, skutkujące przyjęciem w 2024 r. wewnętrznego raportu ERGA pt. „Wdrażanie i transgraniczne egzekwowanie europejskich ram prawnych dotyczących cyfrowych i audiowizualnych usług medialnych”.

Komisja Europejska 15 października 2024 r. opublikowała zaproszenie do składania ofert w ramach przetargu na opracowanie specyfikacji technicznych w celu weryfikacji wieku użytkowników cyfrowych usług online, przy zapewnieniu ochrony prywatności. To rozwiązanie techniczne powinno stanowić istotny etap w kierunku lepszej ochrony dzieci przed treściami, które są dla nich szkodliwe.

Rozporządzenie Europejski Akt o Wolności Mediów (EMFA)

Rozporządzenie Europejski Akt o Wolności Mediów (EMFA)¹⁴² przyjęto 11 kwietnia 2024 r., a rozpoczęcie stosowania pierwszej części jego przepisów nastąpiło już w 2024 r., przy czym zasadnicza część jego postanowień ma być stosowana od 2025 r.¹⁴³

Celem EMFA jest zapewnienie lepszego funkcjonowania mediów publicznych i prywatnych na rynku wewnętrznym UE, z uwzględnieniem wyzwań transformacji cyfrowej przestrzeni medialnej. Jednym z kluczowych aspektów EMFA jest też pogłębienie współpracy regulatorów medialnych z państwami członkowskimi UE w relacjach bilateralnych i multilateralnych (w ramach tzw. zorganizowanej współpracy oraz w ramach procedury realizacji wniosków o egzekwowanie obowiązków nałożonych na dostawców platform udostępniania wideo, będących w obcej jurysdykcji), a także z Komisją Europejską¹⁴⁴.

W 2024 r. ERGA podjęła prace przygotowawcze do rozpoczęcia stosowania EMFA opracowując m.in. wstępną redakcję deklaracji celów ERUM, zarys strategii wieloletniej oraz wstępną koncepcję regulaminu proceduralnego ERUM.

¹⁴² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1083 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie ustanowienia wspólnych ram dla usług medialnych na rynku wewnętrznym i zmiany dyrektywy 2010/13/UE (Europejski Akt o wolności mediów).

¹⁴³ Art. 3 - od 8 listopada 2024 r.; art. 4 ust. 1 i 2, art. 6 ust. 3 oraz art. 7–13 i 28 - od 8 lutego 2025 r.; art. 14–17 stosuje się od 8 maja 2025 r.; art. 20 - od 8 maja 2027 r.; wszystkie pozostałe przepisy - od 8 sierpnia 2025 r.

¹⁴⁴ Por. rozdział 16.

Rozporządzenie Akt o sztucznej inteligencji (AI Act)

Rozporządzenie Akt o sztucznej inteligencji (AI Act)¹⁴⁵ przyjęto 13 czerwca 2024 r. Określa ono w szczególności:

- zharmonizowane przepisy dotyczące wprowadzania do obrotu, oddawania do użytku oraz wykorzystywania systemów sztucznej inteligencji;
- zakazy dotyczące niektórych praktyk w zakresie AI;
- wymogi dotyczące systemów AI wysokiego ryzyka oraz obowiązki spoczywające na operatorach takich systemów;
- przepisy dotyczące przejrzystości systemów AI;
- przepisy dotyczące wprowadzania do obrotu modeli AI ogólnego przeznaczenia;
- przepisy dotyczące monitorowania wprowadzania do obrotu, nadzoru rynku, zarządzania i egzekwowania.

Rozporządzenie AI Act ma być stosowane od 2 sierpnia 2026 r.¹⁴⁶.

Rozporządzenie AI Act ma umożliwić pełniejszą realizację swobody wypowiedzi, prawa do informacji oraz wolności formowania i wyrażania opinii. Dostarcza środków do zwalczania dezinformacji, dyskryminacji w sferze informacyjnej i mowy nienawiści w kontekście funkcjonowania systemów GPAI. Ma także zwiększać ochronę grup szczególnie wrażliwych, w tym małoletnich przed treściami szkodliwymi m.in. poprzez obowiązki przejrzystości i rozliczalności w zakresie procesu trenowania i testowania modeli GPAI oraz modeli GPAI z ryzykiem systemowym. Dostawcy modeli GPAI zobowiązani są m.in. do publikowania podsumowania treści wykorzystywanych do szkolenia, a dostawcy modeli GPAI, które stwarzają ryzyko systemowe muszą również przeprowadzać kontradiktoryjne testy modelu z myślą o zidentyfikowaniu ryzyka systemowego i jego ograniczenia, oceniać i ograniczać ewentualne ryzyko systemowe mogące wynikać z rozwoju lub wykorzystywania modeli GPAI, rejestrować i zgłaszać poważne incydenty oraz zapewniać ochronę cyberbezpieczeństwa.

Z perspektywy ochrony swobody wypowiedzi, szczególne znacznie mają postanowienia AI Act odnoszące się do GPAI, zważywszy na korzystanie z systemów GPAI jako źródła informacji, a także z uwagi na rosnące ich wykorzystanie przez dostawców usług medialnych (od robo-dziennikarstwa, przez fact-checking, po zestawianie audycji i innych składników programu), jak również

¹⁴⁵ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144 oraz dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (akt w sprawie sztucznej inteligencji).

¹⁴⁶ Rozdziały I i II (zakazy dotyczące niektórych systemów sztucznej inteligencji i wymogi dotyczące umiejętności korzystania ze sztucznej inteligencji) mają być stosowane od 2 lutego 2025 r.; do dnia 2 maja 2025 r. mają zostać przygotowane Kodeksy postępowania GPAI (modele AI ogólnego przeznaczenia); rozdział III sekcja 4 (jednostki notyfikowane), rozdział V (modele GPAI), rozdział VII (zarządzanie; w tym Urząd ds. AI i Europejska Rada ds. Sztucznej Inteligencji) i rozdział XII (termin, w którym państwa członkowskie muszą ustanowić przepisy dotyczące kar i grzywien, powiadomić o nich Komisję i zapewnić ich prawidłowe wdrożenie) oraz art. 78 (poufność) mają być stosowane od 2 sierpnia 2025 r., z wyjątkiem art. 101 (kary pieniężne dla dostawców GPAI); do 2 sierpnia 2025 r. państwa członkowskie mają przekazać KE dane organów notyfikujących i organów nadzoru rynku oraz informacje o zadaniach tych organów. Również do 2 sierpnia 2025 r. państwa UE mają podać do wiadomości publicznej informacje o sposobach kontaktowania się z właściwymi organami i pojedynczymi punktami kontaktowymi. Państwa UE mają wyznaczyć organ nadzoru rynku do działania w charakterze pojedynczego punktu kontaktowego do celów rozporządzenia; do 2 sierpnia 2025 r. jeżeli kodeks postępowania nie zostanie sfinalizowany do tej daty, KE może ustanowić wspólne zasady wykonywania obowiązków przewidzianych w art. 53 i 55 AI Act - obowiązki dostawców modeli GPAI oraz modeli GPAI z ryzykiem systemowym - w drodze aktów wykonawczych; dostawcy modeli GPAI wprowadzonych do obrotu przed dniem 2 sierpnia 2025 r., zobowiązani są do dostosowania do wymagań AI Act do 2 sierpnia 2027 r.; art. 6 ust. 1 (klasyfikacji systemów AI wysokiego ryzyka) i odpowiadające mu obowiązki ustanowione w AI Act stosuje się od 2 sierpnia 2027 r.

wykorzystywanie tych narzędzi przez niektórych użytkowników w debacie publicznej. Z narzędzi AI korzystają też europejskie organy regulacyjne do spraw usług medialnych, w tym w obszarach automatycznego wykrywania naruszeń obowiązków określonych przepisami prawa.

17.2. Stanowisko KRRiT wobec działań rządu RP w zakresie wdrażania DSA, EMFA i AI Act w Polsce

Akt o usługach cyfrowych (DSA)

Akt o usługach cyfrowych powinien być w pełni stosowany we wszystkich państwach członkowskich UE od 17 lutego 2024 r. Większość państw członkowskich dotrzymała tego terminu. Polska nie należy do tej grupy mimo dotychczas zaprezentowanych przez Ministerstwo Cyfryzacji czterech projektów ustawy wdrażającej przepisy DSA¹⁴⁷. W sprawie tej po raz kolejny głos zabrała Komisja Europejska, która 16 grudnia 2024 r. skierowała do Polski tzw. uzasadnioną opinię będącą formalnym wnioskiem o zapewnienie zgodności z prawem UE poprzez wdrożenie DSA w terminie 2 miesięcy. We wniosku tym KE zwraca uwagę na konieczność nominowania krajowego koordynatora do spraw usług cyfrowych, przyznanie mu niezbędnych kompetencji oraz wdrożenie przepisów dotyczących kar za naruszenia wymagań *due diligence* określonych w DSA. Jest to już drugi etap procedury naruszeniowej, po tym jak 24 kwietnia 2024 r. Komisja przesłała wniosek o usunięcie uchybień. Kolejnym etapem może być skierowanie sprawy przeciwko Polsce do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej.

Żaden z przedłożonych przez Ministerstwo Cyfryzacji projektów ustawy wdrożeniowej DSA, rozpatrywanych zarówno przed objęciem władzy przez obecny rząd jak i po tym czasie, mimo wielokrotnych pism, postulatów, komunikatów i stanowisk KRRiT, nie uwzględnia należnej Krajowej Radzie aktywnej roli w jego stosowaniu jako jednemu z organów właściwych w rozumieniu DSA. Jedynie w pierwszym z projektów ustawy wdrażającej (styczeń 2023 r.) proponowano KRRiT rolę jednego z organów właściwych lecz jedynie w odniesieniu do spraw dotyczących platform udostępniania wideo, czyli dostawców, którzy podlegają już władztwu KRRiT na mocy ustawy o radiofonii i telewizji. Kolejne trzy projekty ustawy wdrażającej DSA pomijały nawet i ten mocno okrojony aspekt.

Począwszy od stycznia 2023 r. do stycznia 2025 r. wydanych zostało 6 stanowisk KRRiT, a także oświadczenie Przewodniczącego KRRiT i komunikat, w których podejmowano tematykę potrzeby pilnego wdrożenia DSA w Polsce, postulowanej roli KRRiT w zakresie stosowania tego rozporządzenia w Polsce czy ryzyk i zagrożeń w związku ze zmianami, które nastąpiły w ostatnim projekcie ustawy wdrażającej (projekt z grudnia 2024 r.) w stosunku do poprzedniej wersji projektu (projekt z 19 lipca 2024 r.). Ostatnie zmiany dotyczą m.in. znaczącego poszerzenia uprawnień Prezesa UKE (w poprzedniej wersji projektu były one przypisane sądowi) oraz znaczącego osłabienia zabezpieczeń proceduralnych. W ocenie KRRiT wiąże się to z wysokim ryzykiem wykorzystania do celów usuwania krytycznych wypowiedzi w Internecie, co łamie podstawowe prawo do wolności wypowiedzi.

¹⁴⁷ Według informacji ze stycznia 2025 r. dotychczasowe projekty ustawy o zmianie ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz niektórych innych ustaw, które mają na celu wdrożenie w Polsce przepisów DSA to: projekt z 10 stycznia 2023 r.; projekt z 14 marca 2024 r.; projekt z 19 lipca 2024 r.; projekt z 13 grudnia 2024 r. Projekt ten jest obecnie na etapie prac Komitetu Stałego Rady Ministrów: <https://legislacja.gov.pl/projekt/12383101/katalog/13045632#13045632>

Wszystkie stanowiska KRRiT, oświadczenie Przewodniczącego KRRiT oraz komunikat dostępne są na stronie internetowej KRRiT¹⁴⁸. Z tego względu poniżej przedstawione zostało krótkie streszczenie najważniejszych postulatów KRRiT w zakresie wdrażania DSA w Polsce.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji już od początku 2024 r. wyrażała zaniepokojenie opóźnianiem w przyjęciu przez rząd przepisów służących stosowaniu DSA oraz wskazywała, że w trybie pilnym należy zadbać o możliwość skutecznego stosowania DSA w Polsce, podkreślając, że to KRRiT powinna być organem właściwym w obszarze ochrony swobody wypowiedzi i prawa do informacji użytkowników platform internetowych służących wymianie treści. Jednocześnie KRRiT wskazywała, że z jej nadzoru powinny być wyłączone sprawy odnoszące się do nieuczciwych praktyk handlowych i umów zawieranych na odległość z konsumentami, gdzie właściwy byłby Prezes UOKiK, a także sprawy dotyczące ochrony danych osobowych w kontekście profilowania, gdzie właściwy byłby Prezes UODO. Taki zakres kompetencji KRRiT w odniesieniu do stosowania DSA w Polsce stanowiłby bowiem naturalne poszerzenie obecnego zakresu ustawowych obowiązków Krajowej Rady i zagwarantowałby oddziaływanie jednego regulatora o spójnym podejściu do tych samych lub zbliżonych zjawisk. Dorobek, wiedza i doświadczenie Krajowej Rady w zakresie ochrony użytkownika mają bowiem istotne znaczenie dla zapewniania bezpiecznej, otwartej i pluralistycznej debaty publicznej w środowisku online, dostępu do informacji, swobody wypowiedzi i prawa do swobodnego kształtowania opinii w środowisku platform internetowych.

Krajowa Rada zwracała także uwagę, że w projektowanych przepisach należy określić procedury współpracy, zasięgania opinii i konsultacji między organami właściwymi oraz między organami właściwymi a koordynatorem do spraw usług cyfrowych, z poszanowaniem ich dotychczasowego dorobku i wiedzy oraz umożliwić stworzenie forum wypracowywania stanowiska Polski prezentowanego w ramach Europejskiej Rady Usług Cyfrowych.

KRRiT postulowała także, aby w trosce o zwiększenie przejrzystości prawnej funkcjonowania dostawców usług pośrednich mających siedziby na obszarze RP, a także w trosce o ochronę interesów polskich obywateli, porządku i zdrowia publicznego, doprecyzowano w możliwie największym stopniu pojęcie treści nielegalnych na gruncie prawa krajowego.

Pomimo wielokrotnych pism, postulatów i stanowisk KRRiT przy projektowaniu przepisów ustawy wdrażającej DSA, rząd RP konsekwentnie pomija należną KRRiT rolę jaką powinno być przyznanie jej statusu jednego z organów właściwych w rozumieniu DSA. Tym samym rząd RP podważa konstytucyjną rolę niezależnego, pluralistycznego organu regulacyjnego właściwego w sprawach wolności

¹⁴⁸ Stanowisko KRRiT z dnia 1 lutego 2023 r. w sprawie projektu ustawy o zmianie ustawy świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz niektórych innych ustaw (projekt z dnia 10 stycznia 2023 r.), wdrażającej akt o usługach cyfrowych; Stanowisko KRRiT z dnia 10 stycznia 2024 r. w związku z procesem wdrażania aktu o usługach cyfrowych (DSA) – niezbędne zmiany legislacyjne w obszarze właściwości KRRiT; Stanowisko KRRiT z dnia 15 lutego 2024 r. w sprawie pilnego wdrożenia Aktu o usługach cyfrowych (DSA) oraz uwzględnienia aktywnej roli KRRiT w nadzorze nad stosowaniem jego przepisów w Polsce; Stanowisko KRRiT z dnia 17 września 2024 r. w sprawie pomijania przez obecny rząd RP konstytucyjnej i ustawowej roli KRRiT jako niezależnego regulatora mediów audiowizualnych; Stanowisko KRRiT z dnia 27 grudnia 2024 r. w sprawie potrzeby pilnego wdrożenia Aktu o usługach cyfrowych (DSA) oraz uwzględnienia aktywnej roli KRRiT w nadzorze nad jego stosowaniem w Polsce; Oświadczenie Przewodniczącego KRRiT z 27 grudnia 2024 r. w sprawie opóźnienia przez Rząd RP implementacji DSA w Polsce i pomijaniu udziału KRRiT w tej implementacji; Stanowisko KRRiT z dnia 13 stycznia 2025 r. w sprawie projektu ustawy wdrażającej unijne rozporządzenie Akt o Usługach Cyfrowych (DSA), przedstawionego przez Ministerstwo Cyfryzacji (plan wprowadzenia cenzury w Internecie); Ryzyka i zagrożenia w związku ze sposobem wdrażania przez rząd RP aktu o usługach cyfrowych (DSA) do polskiego porządku prawnego (komunikat z 15 stycznia 2025 r.).

wypowiedzi i prawa do informacji, wskazując wprost na wykluczenie obecnego składu KRRiT ze względów politycznych, a nie merytorycznych¹⁴⁹.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stanowczo protestuje przeciwko zapowiedziom ograniczenia wolności słowa w Polsce. Takie działania stanowią rażące naruszenie konstytucyjnych gwarancji wolności słowa, zapisanych w art. 54 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, który jednoznacznie zakazuje cenzury. KRRiT stanowczo podkreśla, że wprowadzenie mechanizmów cenzury w Internecie, w szczególności bez nadzoru sądowego i przy braku gwarancji proceduralnych, jest niedopuszczalne w demokratycznym państwie prawa. Takie rozwiązania będą prowadzić do arbitralnych decyzji i ograniczenia prawa do informacji i do wyrażania opinii, co stanowi podstawę dla działania wolnych mediów i społeczeństwa obywatelskiego. Krajowa Rada oświadcza, że przypadku uchwalenia takich przepisów podejmie wszelkie możliwe kroki prawne w celu ochrony konstytucyjnych praw obywateli i pociągnięcia do odpowiedzialności osób wprowadzających cenzurę.

Europejski akt o wolności mediów (EMFA)

Przewodniczący KRRiT, w piśmie z 13 września 2024 r. skierowanym do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, przedstawił stanowisko dotyczące koncepcji wdrożenia do polskiego porządku prawnego regulacji wynikających z rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1083 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie ustanowienia wspólnych ram dla usług medialnych na rynku wewnętrznym i zmiany dyrektywy 2010/13/UE (Europejski akt o wolności mediów)¹⁵⁰.

Przewodniczący KRRiT wskazał, że rozporządzenie ma pozatraktatowy charakter, a Unia Europejska nie ma mandatu do kształtowania ustroju mediów, co wielokrotnie wcześniej podkreślał na forum krajowym i międzynarodowym. Ponadto zwrócił uwagę, że przyjęcie przepisów mających realizować postanowienia unijnego rozporządzenia, musi wiązać się z kluczową rolą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji jako niezależnego regulatora rynku mediów, w tym z odpowiednim rozszerzeniem jej kompetencji oraz wyposażeniem jej w odpowiednie narzędzia regulacyjne, administracyjne i finansowe. Zwrócił także uwagę na fakt, że przedstawiona koncepcja z jednej strony zawiera propozycje wykraczające poza zakres implementacji rozporządzenia, a z drugiej strony pomija niektóre obszary wymagające wdrożenia krajowego. Zdaniem Krajowej Rady, z zakresu proponowanych założeń niesłusznie wyłączono przepisy art. 14-15, 17, 18 ust. 1, 2 i 8 oraz art. 26 rozporządzenia, które wymagają wdrożenia do krajowego systemu prawnego. Odnośnie do poszczególnych propozycji Przewodniczący KRRiT przedstawił następujące stanowisko:

- postulat przywrócenia 9-osobowego składu KRRiT nie ma uzasadnienia w przepisach EMFA, a użyte przez MKiDN argumenty odnośnie kompetencji KRRiT nie tylko nie mają przełożenia na rzeczywistość, ale także skutkować będą nieuzasadnionymi wydatkami środków publicznych;
- postulat przywrócenia rotacyjnego sposobu powoływania członków KRRiT wykracza poza przepisy EMFA;

¹⁴⁹ Por. projekt ustawy wdrażającej DSA (projekt z 13 grudnia 2024 r.) uzasadnienie s. 63: „Ponadto, biorąc pod uwagę kompetencje Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w zakresie działalności platform udostępniania wideo, mogłaby ona w przyszłości, po niezbędnych reformach mających na celu zagwarantowanie jej niezależności, zostać również uznana za właściwy organ w rozumieniu art. 49 Rozporządzenia”.

¹⁵⁰ <https://www.gov.pl/web/kultura/zalozenia-do-ustawy-medialnej>

- niedopuszczalne jest, aby w warunkach wolności słowa, głównej zasady w demokratycznym państwie prawa, ograniczać prawo do posiadania mediów i korzystania z nich, a tym samym uniemożliwiać realizowanie tej podstawowej reguły jednostkom samorządu terytorialnego, które działają niezależnie od struktur administracji rządowej - propozycja całkowitego zakazu prowadzenia działalności medialnej przez jednostki samorządu terytorialnego oraz podległe im podmioty stanowi bezprecedensowy przykład radykalnego wpływu administracji rządowej na samodzielne funkcjonowanie samorządu, uderza w jego podmiotowość i kompetencje ustawowe;
- postulat rozważenia ustawowego oddzielenia funkcji redaktora naczelnego od zarządu spółki publicznej radiofonii i telewizji, co do zasady, mieści się w celach określonych w EMFA;
- postulat nałożenia na KRRiT obowiązku przeprowadzania konsultacji społecznych przed przyjęciem przez KRRiT informacji o wykonaniu kart powinności za dany okres nie wynika z wymogów EMFA, a zaproponowana zmiana wydaje się nieuzasadniona;
- kryteria zaproponowane wobec kandydatów do rad nadzorczych mediów publicznych są niewystarczające w stosunku do założonego celu;
- propozycja przyznania ministrowi albo innemu podmiotowi będącemu reprezentantem lub elementem władzy wykonawczej uprawnienia do powoływania członków rad nadzorczych spółek publicznej radiofonii i telewizji nie gwarantuje niezależności mediów publicznych od interesów rządowych i politycznych;
- propozycja dotycząca zmiany roli, liczebności, sposobu powoływania i kryteriów wyboru rad programowych w mediach publicznych wykracza poza zakres EMFA;
- postulaty dotyczące powoływania członków zarządu mediów publicznych wymagają dalszej analizy;
- propozycje dotyczące zmodyfikowania zadań TVP w zakresie działalności regionalnej nie zasługują na poparcie i powinny zostać odrzucone;
- biorąc pod uwagę faktyczną niewydolność aktualnego systemu abonamentowego, zasadne jest poszukiwanie optymalnego modelu finansowania mediów publicznych, a wskazane uzasadnienie zmiany sposobu finansowania mediów publicznych wpisuje się w cele zawarte w EMFA;
- KRRiT w obecnym stanie prawnym dysponuje już odpowiednimi narzędziami do oceny działalności mediów publicznych;
- postulaty dotyczące ograniczenia obecności mediów publicznych na rynku reklamy oraz zwiększenia obowiązków misyjnych nadawców publicznych wymagają szczegółowych analiz ekonomicznych;
- wątpliwe wydaje się rozróżnienie obowiązków wydawców prasy i dostawców innych usług medialnych w zakresie prezentowania ich struktury właścicielskiej i udziałowej;
- zasadny jest postulat rozszerzenia zakresu podmiotów, do których adresowane będą żądania KRRiT o wydawców prasy w związku z postępowaniami dotyczącymi oceny koncentracji na rynku mediów, podmioty prowadzące systemy pomiaru odbiorców w zakresie zgodności ich systemów ze standardami określonymi w EMFA oraz podmioty publiczne w zakresie stosowania przepisów dotyczących przydziału środków publicznych na reklamę państwową;
- zadanie monitorowania i analizy rynku urządzeń oraz interfejsów pozwalających na kontrolę dostępu i korzystania z usług medialnych polegających na dostarczaniu audycji, ze względu na wyłącznie techniczny charakter, powinno zostać powierzone UKE, a nie KRRiT;

- propozycja dotycząca terminów podjęcia uchwały przez KRRiT w sprawach koncesyjnych wymaga szczegółowego doprecyzowania;
- zasadny wydaje się postulat rozważenia zredukowania koncesji do nadawania rozsiewczego naziemnego;
- postulaty dotyczące indywidualnej kontroli koncentracji są, co do zasady, zgodne z EMFA;
- postulat przeprowadzania okresowego monitoringu stanu rynku medialnego pod kątem pluralizmu oferty oraz niezależności redakcyjnej podmiotów medialnych wymaga uszczegółowienia;
- rozszerzenie zadań KRRiT w zakresie propagowania samoregulacji i współregulacji powinno być poprzedzone ustawowym zdefiniowaniem tych pojęć;
- przypisanie KRRiT obowiązków związanych z regulacjami przydziału reklamy państwowej jest zgodne z EMFA.

Jednocześnie Przewodniczący KRRiT zaznaczył, że kluczowe znaczenie dla wdrożenia systemu regulacji rynku mediów, o którym mowa w rozporządzeniu, mają regulacje krajowe, a stanowisko Krajowej Rady odnośnie poszczególnych obszarów będzie rozwijane bądź modyfikowane wraz z dalszymi etapami procedury. Przewodniczący KRRiT zadeklarował także pełną gotowość do współpracy z Ministrem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz z krajowym prawodawcą w celu wypracowania możliwe najlepszych rozwiązań legislacyjnych i regulacyjnych.

Akt w sprawie sztucznej inteligencji (AI Act)

Przewodniczący KRRiT w piśmie z 14 listopada 2024 r. skierowanym do Ministra Cyfryzacji, ustosunkował się do projektu ustawy o systemach sztucznej inteligencji¹⁵¹.

Przewodniczący KRRiT podtrzymał stanowisko wyrażone już w piśmie z 18 kwietnia 2024 r. będącym odpowiedzią na prekonsultacje podkreślając, że funkcję organów nadzoru rynku powinny pełnić obecnie istniejące organy. Wynika to z dotychczasowego doświadczenia, wykwalifikowanej kadry oraz merytorycznej znajomości zagadnień rynkowych, jakie posiadają już istniejące podmioty. Nie bez znaczenia jest również sfera ekonomiczna - rozszerzenie kompetencji już istniejących instytucji o nowe zadania wynikające z Aktu w sprawie sztucznej inteligencji ograniczyłoby znacznie wydatki, w przeciwieństwie do powołania i stworzenia nowych struktur. Ponadto, zakres tematyczny, który obejmuje unijne rozporządzenie, realizowany jest już przez te podmioty, czego przykładem są chociażby kompetencje Krajowej Rady w odniesieniu do szeroko pojętej ochrony małoletnich, czy też kwestie związane z reklamą. Odnosząc się jednak do modelu nakreślonego w projekcie ustawy, Przewodniczący KRRiT wskazał, że włączenie KRRiT do grupy organów nadzorczych, z którymi współpracować będzie Komisja Rozwoju i Bezpieczeństwa Sztucznej Inteligencji jest nieodzowne do ustanowienia takich ram zarządzania, które umożliwią koordynację i właściwe stosowanie unijnego Aktu w sprawie sztucznej inteligencji na poziomie krajowym. Ponadto, Krajowa Rada, będąca praktykiem w zakresie nadzoru nad mediami elektronicznymi, powinna zostać ustanowiona jako organ odpowiedzialny

¹⁵¹ Projekt ustawy o sztucznej inteligencji, wdrażający AI Act do polskiego porządku prawnego, został przedstawiony w październiku 2024 r. przez Ministra Cyfryzacji: <https://legislacja.gov.pl/projekt/12390551> Projektowana ustawa określa organizację i sposób sprawowania nadzoru krajowego nad rynkiem systemów sztucznej inteligencji oraz modeli sztucznej inteligencji ogólnego przeznaczenia i ma służyć stosowaniu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 roku w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144 oraz dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (akt w sprawie sztucznej inteligencji), które określa ramy regulacyjne dla rozwoju, wdrażania i użytkowania systemów sztucznej inteligencji w ramach jednolitego rynku Unii Europejskiej.

za kontrolę i regulację treści wytwarzanych przez systemy sztucznej inteligencji w zakresie usług audiowizualnych, przy czym należy rozważyć rozszerzenie ustawowych kompetencji Krajowej Rady o narzędzia pozwalające na ochronę wizerunku osób publicznych oraz zwalczanie takich zjawisk jak deep fake w mediach elektronicznych czy też wykorzystywanie systemów sztucznej inteligencji do manipulacji zachowaniem ludzi za pośrednictwem mediów lub platform internetowych.

Pozytywnie ocenione zostało proponowane rozwiązanie, zgodnie z którym jednym z członków Komisji Rozwoju i Bezpieczeństwa Sztucznej Inteligencji będzie przedstawiciel Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. W kontekście bezpieczeństwa usług należy podkreślić potrzebę udziału wszystkich regulatorów rynku cyfrowego, do których kompetencji należy nadzór nad stosowanymi systemami zautomatyzowanego przetwarzania danych przy usługach cyfrowych, w tym przy usługach medialnych. Słuszne jest także założenie, aby w zakresie sprawowania nadzoru nad systemami sztucznej inteligencji i wykonywania swoich zadań, Komisja była organem niezależnym, sprawującym nadzór nad rynkiem w sposób autonomiczny, a wszyscy członkowie Komisji byli równi, posiadając prawo uczestnictwa w posiedzeniach Komisji, uzyskiwania informacji, głosowania oraz podejmowania rozstrzygnięć. Przewodniczący KRRiT zwrócił też uwagę, że przedstawiony projekt ustawy wymaga gruntownej korekty pod względem legislacyjnym.

18. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej, Radzie Europy, OBWE

18.1. Raport KE w sprawie praworządności w 2024 r.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jednoznacznie krytycznie oceniła Sprawozdanie Komisji Europejskiej na temat praworządności z 2024 r. w zakresie dotyczącym pluralizmu mediów i wolności mediów w Polsce, co znalazło wyraz w piśmie z 29 lipca 2024 r. Przewodniczącego KRRiT do Wiceprzewodniczącej Komisji Europejskiej, a także w piśmie do Kancelarii Prezesa Rady Ministrów z 12 sierpnia 2024 roku. Zdaniem KRRiT, diagnozy Komisji Europejskiej na temat praworządności w Polsce i w polskich mediach publicznych nie opierają się na faktach.

Krajowa Rada oceniła zarzuty skierowane w Sprawozdaniu wobec organu regulacyjnego jako ewidentnie tendencyjne i niemające podstaw. W żadnym razie nie można zgodzić się z insynuacjami, że istnieją obawy co do bezstronności regulacyjnej Krajowej Rady, oraz że istnieje wysokie ryzyko w odniesieniu do niezależności i skuteczności organu regulacyjnego do spraw mediów. Należy bowiem wyraźnie podkreślić, że Krajowa Rada działa na podstawie i w granicach prawa, a jej decyzje podlegają kontroli sądowej. Proces prowadzenia postępowań administracyjnych, wydawania decyzji, w tym koncesji, a także rozpatrywania skarg i wniosków jest przejrzysty i jasno określony przepisami prawa. Krajowa Rada zachowuje pełną niezależność wobec podmiotów zewnętrznych, w tym od rządu.

Aktualna sytuacja w polskich mediach publicznych została przedstawiona w sprawozdaniu KE w sposób całkowicie stronniczy i wypaczający rzeczywistość, a pominięcie w tej sprawie stanowiska przedstawionego przez Przewodniczącego KRRiT podczas poprzedzającego to sprawozdanie spotkania z przedstawicielami KE, należy uznać za celowe działanie Komisji. Jest to niezrozumiałe ignorowanie konstytucyjnego organu sprawującego nadzór nad spółkami mediów publicznych, zgodnie z przepisami prawa.

18.2. Misja OBWE-ODiHR oraz inne gremia

W 2024 r. nie doszło do żadnego, z dwóch zaplanowanych spotkań delegacji Biura Instytucji Demokratycznych i Praw Człowieka OBWE - ODiHR z Przewodniczącym KRRiT i przedstawicielami Biura KRRiT. Pierwsze spotkanie, o które prosiła misja ODiHR miało dotyczyć głównie roli mediów publicznych w kampanii podczas wyborów europejskich. Zostało ono jednak odwołane przez stronę inicjującą w przeddzień ustalonej daty.

Drugie spotkanie, wstępnie zaplanowane na prośbę ODiHR we wrześniu 2024 r. nie doszło do skutku z powodu braku ostatecznego potwierdzenia ze strony misji ODiHR. Spotkanie miało służyć przedyskutowaniu zaproponowanych w raporcie ODiHR rekomendacji po wyborach parlamentarnych w Polsce w 2023 r. Przewodniczący KRRiT zaproponował, aby podczas spotkania było także omówione stanowisko w sprawie braku informacji w przejętych przez obecny rząd RP mediach publicznych, na temat bulwersującej sprawy aresztowania księdza Michała Olszewskiego. Sprawa ta została nagłośniona przez media niezależne, a była przemilczana przez media publiczne. Z tego zatem względu stosunek do tego faktu wyrażony przez ODiHR stanowił dla Przewodniczącego KRRiT wyznacznik bezstronności tej organizacji w ocenie sytuacji mediów w Polsce.

Jeśli chodzi o inne gremia, to w przeciwieństwie do 2023 r., w 2024 roku sprawozdawczym o spotkaniu z przedstawicielami KRRiT nie występowała ani delegacja Komisji Monitoringowej Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy, ani Komisja Kultury i Edukacji Parlamentu Europejskiego.

19. Dane liczbowe

19.1. Informacje statystyczne o pracach KRRiT i Przewodniczącego KRRiT

W roku sprawozdawczym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji:

- odbyła 27 posiedzeń;
- podjęła 359 uchwał, w większości związanych z rozstrzygnięciami postępowań w sprawie udzielenia lub zmiany koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych;
- wydała opinie do 15 projektów ustaw odnoszących się do różnych dziedzin działalności na rynku audiowizualnym;

Przewodniczący KRRiT, po uzgodnieniu warunków technicznych z Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej, opublikował:

- 16 ogłoszeń o możliwości uzyskania lub rozszerzenia koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób analogowy rozsiewczy naziemny;
- 1 ogłoszenie o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie dwóch programów telewizyjnych w ogólnopolskim multipleksie.

Przewodniczący KRRiT wydał:

- 4 decyzje w sprawie udzielenia nowych koncesji na radiowy program lokalny;
- 3 decyzje w sprawie rozszerzenia koncesji na program radiowy o nową częstotliwość;
- 3 decyzje o udzieleniu nowej koncesji na program telewizyjny w multipleksie ogólnopolskim;
- 7 decyzji w sprawie udzielenia nowych koncesji na program satelitarny;
- 11 koncesji na kolejny okres dla naziemnych programów radiowych;
- 1 koncesję na kolejny okres dla telewizyjnych programów naziemnych;
- 9 koncesji na kolejny okres dla telewizyjnych programów satelitarnych;
- 16 nowych koncesji na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sieciach telekomunikacyjnych;
- 12 koncesji na kolejny okres na rozpowszechnianie programów telewizyjnych w sieciach telekomunikacyjnych;
- 16 397 decyzji administracyjnych, w tym 16 088 decyzji abonamentowych, 237 koncesyjnych i 72 decyzje o nałożeniu kar finansowych w łącznej wysokości 2 165 626,45 zł.

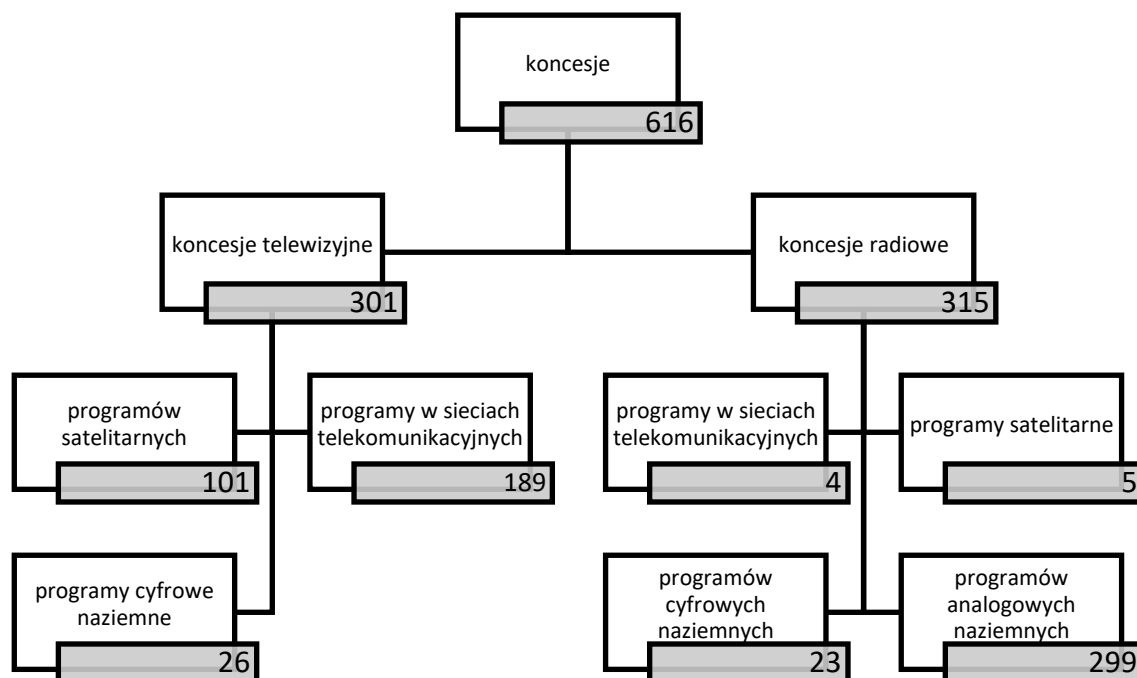
19.2. Informacje statystyczne o stanie rynku radiofonii i telewizji

Na koniec okresu sprawozdawczego obowiązywało¹⁵²:

- **315** koncesji radiowych, w tym **5** koncesje na rozpowszechnianie satelitarne, **4** w sieciach telekomunikacyjnych i **23** koncesje na rozpowszechnianie cyfrowo naziemnie w DAB+ (**13** z nich uzyskało to prawo na podstawie rozszerzenia koncesji, a **10** na podstawie udzielenia nowych koncesji) oraz **299** koncesji na programy rozpowszechniane naziemnie analogowo;
- **301** koncesji telewizyjnych, w tym **26** na rozpowszechnianie naziemne, **101** na rozpowszechnianie satelitarne, **189** w sieciach telekomunikacyjnych;

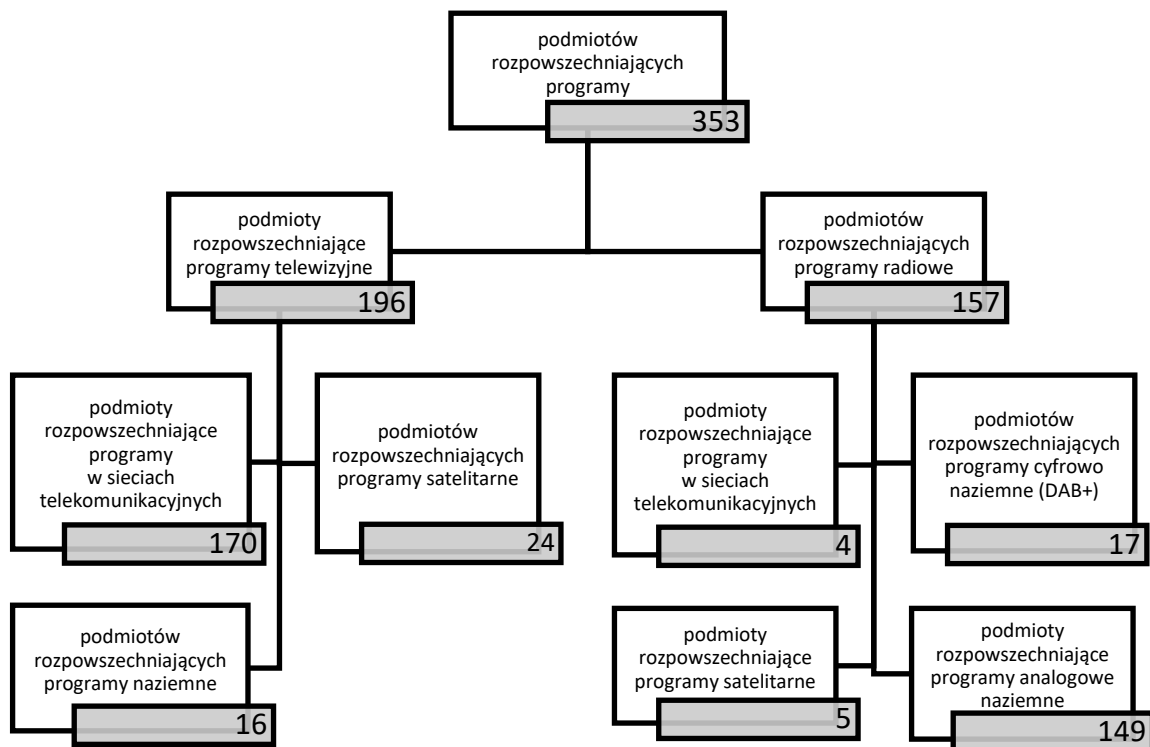
¹⁵² Liczba koncesji i podmiotów rozpowszechniających programy nie sumuje się, gdyż część nadawców rozpowszechnia więcej niż jeden program lub w więcej niż jeden sposób.

- koncesjonowane programy radiowe były rozpowszechniane przez **157** podmiotów (**149** podmiotów rozpowszechniało programy naziemnie analogowo, **17** podmiotów naziemnie cyfrowo, **5** satelitarnie i **4** w sieciach kablowych); koncesjonowane programy telewizyjne były rozpowszechniane przez **196** podmiotów (**16** podmiotów rozpowszechniało programy naziemnie, **24** satelitarnie i **170** w sieciach kablowych).



*Liczba koncesji nie sumuje się, ponieważ część koncesji daje prawo do rozpowszechniania programu w więcej niż jeden sposób.

Źródło: Biuro KRRiT



*Liczba podmiotów nie sumuje się, ponieważ część nadawców rozpowszechniania programy w więcej niż jeden sposób

Źródło: Biuro KRRiT

19.3. Informacje statystyczne na temat usług VoD i VSP

W 2024 roku:

- wpłynęło 265 zgłoszeń o wpis do rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych. Na podstawie tych i wcześniejszych zgłoszeń, Przewodniczący KRRiT wydał 263 postanowienia o dokonaniu wpisu do rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym i programów rozprowadzanych, 12 postanowień o zmianę treści wpisów w księgach rejestrowych operatorów oraz 24 postanowienia o wykreślenie z rejestru programów telewizyjnych rozpowszechnianych wyłącznie w systemie teleinformatycznym na wniosek nadawcy;
- wpłynęły 142 zgłoszenia o wpis do wykazu VoD. Na podstawie tych i wcześniejszych zgłoszeń Przewodniczący KRRiT wydał 187 postanowień o wpisie do wykazu VoD. Przewodniczący KRRiT wszczął także 24 postępowania administracyjne w sprawie nałożenia kary za brak wpisu do wykazu VoD oraz wydał 7 decyzji o nałożeniu takiej kary z uwagi na brak wpisu;
- z Wykazu Przewodniczącego KRRiT wykreślono 59 audiowizualnych usług medialnych na żądanie (głównie platform e-learningowych - 50);
- wszczęto 40 postępowań administracyjnych w sprawie nałożenia kary pieniężnej za niezłożenie sprawozdania w terminie przewidzianym w art. 47j ust. 3 ustawy;
- do wykazu VSP wpłynęło jedno zgłoszenie o wpis;
- dwie usługi VSP wykreślono z Wykazu platform udostępniania wideo.

19.4. Opłata abonamentowa i abonenci w 2024 r.

W 2024 r. wysokość opłaty abonamentowej wynosiła¹⁵³:

- za używanie odbiornika radiofonicznego 8,70 zł za 1 miesiąc;
- za używanie odbiornika telewizyjnego, radiofonicznego i telewizyjnego 27,30 zł za 1 miesiąc.

Abonenci w 2024 r.

Według ewidencji Poczty Polskiej, na dzień 31 grudnia 2024 r. było zarejestrowanych 4 742 347¹⁵⁴ abonentów, w tym abonentów instytucjonalnych 238 105. Liczba abonentów z zarejestrowanymi odbiornikami rtv zmniejszyła się. Z kolei liczba abonentów zwolnionych z opłat abonamentowych wzrosła. Szczegółową informację o liczbie abonentów przedstawia załącznik nr 19.

Na 12,5 mln gospodarstw domowych w Polsce¹⁵⁵ 92,7% posiada odbiorniki telewizyjne¹⁵⁶. Zgodnie z raportem Poczty Polskiej S.A. wg stanu na 31 grudnia 2024 r.¹⁵⁷ liczba gospodarstw domowych zarejestrowanych jako płatnik opłaty abonamentowej wyniosła 4,5 mln, co stanowi jedynie 38,8% wszystkich gospodarstw domowych posiadających odbiorniki, które powinny zostać zarejestrowane.

Pośród zarejestrowanych gospodarstw 2,6 mln abonentów było zwolnionych z wnoszenia opłat abonamentowych. Informacje na temat liczby osób zwolnionych z obowiązku wnoszenia opłat abonamentowych w latach 2010 – 2024 prezentuje załącznik nr 20.

Na koniec 2024 r. opłaty abonamentowe uregulowało tylko 0,7 mln zobowiązanych gospodarstw domowych i abonentów instytucjonalnych (32,1%).

Wnioski o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości z tytułu opłat abonamentowych:

- wpłynęły 15 722 wnioski o umorzenie lub rozłożenie na raty zaległości;
- zostało rozpatrzonych 17 867 wniosków z lat 2019- 2024;
- wydano 16 088 decyzji oraz 1 779 postanowień i zawiadomień kończących postępowanie w sprawie wniosku.

Decyzje KRRiT o umorzeniu lub rozłożeniu na raty zaległości z tytułu opłat abonamentowych:

- umorzono zaległości abonamentowe na kwotę ponad 9,6 mln zł;
- rozłożono na raty zadłużenia w wysokości około 3,8 mln zł;
- wydano 2 829 decyzji, na podstawie których odmówiono umorzenia lub rozłożenia na raty zaległości abonamentowych na łączną kwotę ponad 14,5 mln zł.

¹⁵³ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 10 maja 2023 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczenie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2024 r. (Dz.U. 2023 poz. 943).

¹⁵⁴ Na podstawie comiesięcznych zestawień Poczty Polskiej SA pn. Stan abonentów radiofonicznych lub telewizyjnych na ostatni dzień każdego miesiąca.

¹⁵⁵ Według danych GUS, zgodnie ze spisem powszechnym z 2021 r.

¹⁵⁶ Według danych Badania założeń Krajowego Instytutu Mediów, 2024.

¹⁵⁷ Por. sprawozdanie Poczty Polskiej: I.9 Sprawozdanie ze stanu abonentów radia i telewizji na dzień 31 grudnia 2024 r.

Wykonanie umowy przez Poczta Polską w 2024 r.

Poczta Polska przedłożyła do KRRiT sprawozdanie¹⁵⁸ z wykonania umowy, w którym wykazała, że w 2024 r. zainkasowała łącznie wpływy abonamentowe i pozaabonamentowe w kwocie 660,2 mln zł brutto, z tego:

- opłaty abonamentowe 643,2 mln zł;
- odsetki za zwłokę 11,9 mln zł;
- kary za niezarejestrowane odbiorniki 5,1 mln zł.

Z danych przekazanych przez Poczta Polską SA wynika, że na koniec grudnia 2024 r. uległy przedawnieniu zaległości abonamentowe za 2019 r. w kwocie 207,8mln zł. Załącznik nr 21 prezentuje pozyskane wpływy abonamentowe oraz pozaabonamentowe w latach 2010-2024.

Z tytułu wykonywania ustawowych obowiązków związanych z pobieraniem opłat abonamentowych Poczta Polska otrzymuje wynagrodzenie umowne w wysokości 6% od zainkasowanych opłat i odsetek za zwłokę oraz 50% wpływów z kar pobranych za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych.

W 2024 r. Poczta Polska pobrała wynagrodzenie umowne w kwocie 41,8 mln zł. Załącznik nr 22 prezentuje wysokość prowizji pobranej przez Poczta Polską w latach 2010 – 2024.

Centrum Obsługi Finansowej Poczty Polskiej w 2024 r. wysłało 118 365¹⁵⁹ upomnień do abonentów zalegających z wnoszeniem opłaty abonamentowej. Zadłużenie w całości lub części uregulowało 32 651 abonentów, wpłacając kwotę 53,6 mln zł. W stosunku do pozostałych abonentów zalegających z opłatami Poczta Polska wszczyniała postępowania administracyjne i wystawiła 21 232 tytuły wykonawcze¹⁶⁰. W 2024 r. zrealizowano 31 608 tytułów na kwotę 42,9 mln zł.

Po potrąceniu prowizji z tytułu ściągnięcia zaległości abonamentowych, Poczta Polska przekazała kwotę 90,7 mln zł na rachunek bankowy KRRiT w Banku Gospodarstwa Krajowego.

W sytuacji kryzysowej, wywołanej powodzią Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji we wrześniu 2024 r. poinformowała o wystąpieniu do Poczty Polskiej o możliwe przedłużenie procesu ściągania należności abonamentowych oraz zadeklarowała, że pozytywnie rozpatrzy wszelkie wnioski poszkodowanych powodzią odbiorców o umorzenie opłat abonamentowych w trybie art. 10 ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych¹⁶¹.

¹⁵⁸ Por. sprawozdanie Poczty Polskiej: I.9 Sprawozdanie ze stanu abonentów radia i telewizji na dzień 31 grudnia 2024 r.

¹⁵⁹ Na podstawie kwartalnych zestawień Poczty Polskiej: Zestawienie w zakresie ilości, wyegzekwowanej kwoty zobowiązania oraz kwoty przekazanej z tego tytułu na rachunek KRRiT dla upomnień i tytułów wykonawczych.

¹⁶⁰ Na podstawie comiesięcznych sprawozdań Poczty Polskiej: *Zestawienie zbiorcze z pobranych opłat za używanie odbiorników radiowych lub telewizyjnych za dany miesiąc 2024 roku wraz z zestawieniami cząstkowymi w podziale na województwa.*

¹⁶¹ Apel KRRiT do mediów o rozagę i rzetelność podczas informowania o katastrofalnej sytuacji powodziowej w Polsce - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji - Portal Gov.pl

Opłata abonamentowa w 2025 r.

Rozporządzenie KRRiT¹⁶² określa wysokość opłat abonamentowych w 2025 r. oraz zniżki za uiszczanie opłat abonamentowych z góry, za okres dłuższy niż jeden miesiąc, przy uwzględnieniu prognozowanej liczby osób korzystających z tych zniżek oraz konieczności zapewnienia pokrycia kosztów realizacji misji. W 2025 r. opłata za używanie odbiornika radiofonicznego pozostała w niezmienionej wysokości i wynosi 8,70 zł za jeden miesiąc a za używanie odbiornika telewizyjnego albo radiofonicznego i telewizyjnego 27,30 zł za jeden miesiąc.

19.5. Stan środków publicznych na koniec 2024 r.

Na 31 grudnia 2024 r. na wyodrębnionych rachunkach bankowych KRRiT, pozostała kwota 39,7 mln zł, z tego:

- 19,3 mln zł to wpływy abonamentowe przekazane przez Poczta Polską oraz odsetki *overnight* uzyskane okresie od 11 do 31 grudnia 2023 r.,
- 18,2 mln zł to nadwyżka wpływów abonamentowych i odsetek ponad prognozę z 2023 r.,
- 1,3 mln zł to nadwyżka wpływów abonamentowych i odsetek ponad prognozę z 2024 r.,
- 0,9 mln zł to zwrócone odsetki od depozytów sądowych oraz zwrócony depozyt¹⁶³.

19.6. Informacje o wysokości dochodów i wydatków budżetowych KRRiT oraz o stanie zatrudnienia

Zrealizowane dochody budżetowe wyniosły 61 296,1 tys. zł. Stanowiło to 138,1 % kwoty przyjętej w ustawie budżetowej na 2024 r. Dochody podlegały odprowadzeniu na rachunek bieżący dochodów budżetu państwa.

Na odprowadzone do budżetu państwa dochody złożyły się m.in. wpływy: z tytułu opłat koncesyjnych (koncesje radiowe, telewizyjne, w sieciach telewizji kablowych); opłat prolongacyjnych i odsetek; opłat za wpis do rejestru programów rozpowszechnianych wyłącznie w systemach teleinformatycznych i programów rozprowadzanych; kar pieniężnych nałożonych na nadawców, kosztów sądowych uiszczanych na rzecz Skarbu Państwa.

Szczegółowe wykonanie dochodów KRRiT w 2024 r. w porównaniu do planu finansowego w podziale na paragrafy przedstawia załącznik nr 23.

W 2024 r. na realizację swoich zadań Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeznaczyła 86 408,6 tys. zł, z tego na realizację zadań przez Krajowy Instytut Mediów na rzecz organu założycielskiego 49 461,4 tys. zł.

Szczegółowe wykonanie wydatków KRRiT w 2024 r. prezentuje załącznik nr 24.

¹⁶² Por. rozporządzenie KRRiT z 13 maja 2024 r. w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych oraz zniżek za ich uiszczanie z góry za okres dłuższy niż jeden miesiąc w 2025 r. (Dz.U. z 2024 r. poz. 756).

¹⁶³ W dniu 23 grudnia 2024 r. na rachunek bankowy KRRiT wpłynęły środki z Sądu Rejonowego Katowice-Wschód jako zwrot z depozytu dla Radia Katowice (dot. transzy przekazanej do depozytu sądowego 15 marca 2024 r.). Na podstawie uchwały KRRiT nr 12/2025, środki w wysokości 739 600,00 zł zostały przekazane 9 stycznia 2025 r. na rachunek bankowy Radia Katowice.

Wykonanie średniorocznego zatrudnienia w 2024 r. wyniosło 151,08 etatów (KRRiT 5 etatów oraz Biuro KRRiT 146,08 etatów).

Na podstawie ustawy o finansach publicznych¹⁶⁴, po dokonaniu analizy dotyczących stopnia realizacji zadań oraz poziomu wykorzystania środków budżetowych, Przewodniczący KRRiT w trakcie roku wydał decyzje w sprawie blokowania planowanych wydatków w wysokości 3 848 900 zł.

¹⁶⁴ Por. art. 177 ust. 1 pkt 2 i pkt 3 w zw. z ust. 3 pkt 2 ustawy z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz.U. 2023, poz. 1270, ze zm.).

Załączniki

Załącznik nr 1 Wykaz wszystkich decyzji o nałożeniu kary, jakie zostały wydane przez Przewodniczącego KRRiT w 2024 r.

Przewodniczący KRRiT wydał następujące decyzje o nałożeniu kary:

- Decyzja nr DM-56-2023 z 3 stycznia 2024 r. Stars.TV s.r.o., nadawca programu STARS.TV, kara 20 tys. zł za emisję przekazu handlowego napojów alkoholowych (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 13¹ ust. 2, pkt 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr DM-1-2024 z 3 stycznia 2024 r. BIZNES24 Sp. z o.o., nadawca programu Biznes24, kara 4 tys. zł za emisję przekazu handlowego napojów alkoholowych (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 13¹ ust. 2, pkt 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr 1/DPz/2024 z 11 stycznia 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Kultura, kara 15 tys. zł za naruszenie za rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zawierających sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich oraz wulgaryzmów (art. 18 ust. 5 oraz art. 18 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-2-2024 z 10 stycznia 2024 r., Red Carpet Media Group SA, nadawca programu Red Carpet TV, kara 15 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja DM-3-2024 z 17 stycznia 2024 r., Polo TV Sp. z o.o., nadawca programu Polo TV, kara 20 tys. zł za niewłaściwe oznaczenie symbolem graficznym wyemitowanego materiału (art. 18 ust. 5b pkt 1 ustawy oraz § 6 ust. 1 pkt 4, ust. 2 i ust. 4 rozporządzenia KRRiT w sprawie kwalifikowania, rozpowszechniania i sposobu zapowiadania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich);
- Decyzja nr 2/DPz/2024 z 23 stycznia 2024 r., Inforadio Sp. z o.o., nadawca programu TOK FM, kara 88 tys. zł ze emisję przekazów propagujących działania sprzeczne z prawem, w szczególności zawierających mowę nienawiści tj. treści nawołujące do nienawiści lub przemocy oraz dyskryminujące ze względu na przekonania, poglądy polityczne lub wszelkie inne poglądy (art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-4-2024 z 23 stycznia 2024 r. Biznes24 Sp. z o.o., nadawca programu Biznes24, kara 2,5 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-5-2024 z 2 lutego 2024 r. Telewizja Republika SA, nadawca programu Telewizja Republika, kara 13 tys. zł za emisję napojów alkoholowych (16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z art. 13¹ ust. 2 pkt 1 ust. 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi)
- Decyzja nr 3/DPz/2024 z 7 lutego 2024 r. Telewizja Puls Sp. z o.o., nadawca programu TV Puls, kara 30 tys. zł za rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zawierających sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich (art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji);

- Decyzja nr DM-6-2024 z 2 lutego 2024 r. Biznes24 Sp. z o.o., nadawca programu Biznes24, kara 2,6 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-7-2024 z 6 lutego 2024 r. Motowizja Sp. z o.o., nadawca programu Motowizja, kara 2 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-8-2024 z 13 lutego 2024 r. Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu Polsat Sport, kara 25 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-9-2024 z 12 lutego Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu TV4, kara 20 tys. zł za emisję przekazów autopromocyjnych, błędnie oznaczonych jako ogłoszenie nadawcy, a w konsekwencji przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 5 w zw. z art. 16 ust. 4 pkt 1 i 1a oraz art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-10-2024 z 13 lutego 2024 r., Motowizja Sp. z o.o., nadawca programu Motowizja, kara 2,3 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-11-2024 z 13 lutego 2024 r. Młodzieżowa Spółdzielnia Mieszkaniowa w Toruniu, nadawca programu Telewizja Toruń, kara 1,2 tys. zł za brak realizacji w programie obowiązku kwalifikowania i oznaczania audycji symbolem graficznym (art. 18 ust. 5b pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji oraz § 6 ust. 1 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie kwalifikowania, rozpowszechniania i sposobu zapowiadania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich);
- Decyzja nr DM-12-2024 z 13 lutego 2024 r. osoba prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu Tel-Ka, kara 1,2 tys. zł za brak realizacji w programie obowiązku kwalifikowania i oznaczania audycji symbolem graficznym (art. 18 ust. 5b pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji oraz § 6 ust. 1 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie kwalifikowania, rozpowszechniania i sposobu zapowiadania audycji lub innych przekazów mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich);
- Decyzja nr 4/DPz/2024 z 4 marca 2024 r. TVN SA, nadawca programu TVN, kara 550 tys. zł za propagowanie działań sprzecznych z prawem, poglądów i postaw sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym oraz zawierających treści nawiązujące do nienawiści i treści dyskryminujące, a także brak poszanowania przekonań religijnych odbiorców, a zwłaszcza chrześcijańskiego systemu wartości za emisję audycji z cyklu Czarno na białym – reportaż *Bielmo. Franciszkańska 3* (art. 18 ust. 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-13-2024 z 6 marca 2024 r. Red Carpet Media Group SA, nadawca programu Red Carpet TV, kara 15 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-14-2024 z 15 marca 2024 r. 4FUN Sp. z o.o., nadawca programu 4FUN DANCE, kara 10 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-15-2024 z 20 marca 2024 r. Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu Polsat Sport, kara 5 tys. zł za niezapewnienie w IV kwartale 2023 r., co najmniej 10% kwartalnego

czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów (art. 15a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);

- Decyzja nr DM-16-2024 z 21 marca 2024 r., Stopklatka SA, nadawca programu Stopklatka, kara 15 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 5/DPz/2024 z 25 marca 2024 r., Wielkopolska Telewizja Kablowa Sp. z o.o. nadawca programu WTK, kara 3 tys. zł za nadmierne ekspozowanie lokowanego produktu (art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji)
- Decyzja nr 6/DPz/2024 z 25 marca 2024 r., p. Daniel Maksymilian Gorgosz – likwidator TVP SA, kara 145,2 tys. zł za nieudzielenie informacji przewidzianych przepisem art. 10 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji;
- Decyzja nr DM-18-2024 z 25 marca 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu POWER TV, kara 2,2 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-19-2024 z 25 marca 2024 r., Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu Polsat Sport News, kara 10 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 7/DPz/2024 z 9 kwietnia 2024 r. TVN SA, nadawca programu TVN 24, kara 19 526,45 zł. za rozpowszechnianie audycji zawierającej wulgarne treści (art. 18 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-22-2024 z 9 kwietnia 2024 r. Fratria Sp. z o.o., nadawca programu Telewizja wPolsce.pl, kara 2 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-23-2024 z 12 kwietnia 2024 r., R.D.F. Entertainment Sp. z o.o., nadawca programu Active Family, kara 5 tys. zł za emisję reklam napojów bezalkoholowych, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z art. 13¹ ust. 2 pkt 1 i ust. 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr DM-24-2024 z 15 kwietnia 2024 r., R.D.F. Entertainment Sp. z o.o., nadawca programu Active Family, kara 6 tys. zł za emisję reklam napojów bezalkoholowych, których nazwa, znak towarowy, kształt graficzny lub opakowanie wykorzystuje podobieństwo lub jest tożsame z oznaczeniem napoju alkoholowego (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z art. 13¹ ust. 2 pkt 1 i ust. 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr 8/DPz/2024 z 23 kwietnia 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TV Mazowsze, kara 3 tys. zł za emisję ukrytego przekazu handlowego oraz naruszenie zakazu emisji reklamy piwa (art. 16c pkt 1 oraz art. 16b ust. 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 13¹ ust. 2 pkt 2 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr DM-25-2024 z 23 kwietnia 2024 r. Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu Wydarzenia 24, kara 22 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);

- Decyzja nr DM-26-2024 z 23 kwietnia 2024 r. CANAL+ Polska SA, nadawca programu Canal+ Sport, kara 5 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-27-2024 z 7 maja 2024 r. CANAL+ Polska SA, nadawca programu Canal+ Kuchnia, kara 3 tys. zł, za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy w zw. z § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr 9/DPz/2024 z 23 maja 2024 r. Inforadio Sp. z o.o., nadawca programu TOK FM, kara 10 tys. zł za emisję audycji zawierającej wulgaryzmy (art. 18 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 10/DPz/2024 z 23 maja 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TV Mazowsze, kara 3 tys. zł za nadmierne eksponowanie lokowanego produktu i promocyjnego odniesienia do produktów podmiotu lokującego (art. 17a ust. 5 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-31-2024 z 28 maja 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu ALFA TVP, kara 5 tys. zł. za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy w zw. z § 5 pkt. 1 lit. a rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-32-2024 z 28 maja 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Kultura, kara 5 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy w zw. z § 4 pkt. 1 lit. a i § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-33-2024 z 29 maja 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu ANTENA HD, kara 3 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy w zw. z § 4 pkt. 1 lit. b i § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-34-2024 z 3 czerwca 2024 r. BIZNES24 Sp. z o.o., nadawca programu BIZNES24, kara 3 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy w zw. z § 7 pkt. 1 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-35-2024 z 13 czerwca 2024 r. MF CASH Sp. z o.o., udostępniająca w systemie pay-per-view audycje Alkomaster 2 – Wesele, kara 100 tys. zł za reklamę i promocję alkoholu w czasie emisji programu (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z art. 13¹ ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi), a także za promowanie szkodliwych, patologicznych wzorów zachowań związanych ze spożyciem alkoholu, agresją oraz poniżaniem innych osób w tym o podtekstach seksualnych (art. 18 ust. 3 oraz art. 18 ust. 4 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-36-2024 z 24 czerwca 2024 r. Telewizja Polsat SA, nadawca programu Polsat Sport 2, kara 20 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-37-2024 z 24 czerwca 2024 r. Telewizja PULS Sp. z o.o., nadawca programu TV PULS, kara 5 tys. zł. za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt. 1 lit. b rozporządzenia KRRiT w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);

- Decyzja nr DM-38-2024 z 24 czerwca 2024 r. Telewizja Republika SA, nadawca programu Telewizja Republika, kara 8 tys. zł. za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt. 1 lit. b i § 9 rozporządzenia KRRiT w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-39-2024 z 24 czerwca 2024 r. Telewizja Republika SA, nadawca programu Telewizja Republika, kara 8 tys. zł. za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt. 1 lit. b i § 9 rozporządzenia KRRiT w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-40-2024 z 24 czerwca 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Kultura, kara 8 tys. zł. za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt. 1 lit. a i § 9 rozporządzenia KRRiT w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr 11/DPz/2024 z 28 czerwca 2024 r., Telewizja Polsat SA, nadawca programu Polsat Doku, kara 50 tys. zł. za rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zawierających sceny lub treści mogących mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich z oznaczeniem kategorii wiekowej „od lat 12” (art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-41-2024 z 2 lipca 2024 r., MF CASH Sp. z o.o. udostępniająca na platformie YouTube audycje pod nazwą Alkomaster 2 – Wesele, kara 80 tys. zł. za reklamę i promocję alkoholu (art. 16b ust. 1 pkt 2 w zw. z art. 47k ustawy o radiofonii i telewizji oraz art. 13¹ ust. 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi), udostępnianie szkodliwych, patologicznych wzorców zachowań związanych ze spożywaniem alkoholu, agresją oraz poniżaniem innych osób bez stosowania skutecznych zabezpieczeń mających na celu ochronę małoletnich (art. 47e ust. 1 w zw. z art. 18 ust. 4 ustawy o radiofonii i telewizji) oraz za brak zapewnienia użytkownikom łatwego, bezpośredniego i stałego dostępu do informacji umożliwiających identyfikację usługi i podmiotu dostarczającego audiowizualną usługę medialną na żądanie (art. 47c ust. 1-2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 12/DPz/2024 z 16 lipca 2024 r. Telewizja Polsat Sp. z o.o., nadawca programu Polsat, kara 20 tys. zł. za rozpowszechnianie audycji zawierającej wulgarne treści (art. 18 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-42-2024 z 30 lipca 2024 r., TV Spektrum Sp. z o.o., nadawca programu Polsat News Polityka, kara 4 tys. zł. za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-43-2024 z 5 sierpnia 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Nauka, kara 4 tys. zł. za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-44-2024 z 9 sierpnia 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Sport, kara 30 tys. zł. za emisję przekazu handlowego napojów alkoholowych (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 13¹ ust. 2, pkt 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);

- Decyzja nr DMM-55/2024 z 20 sierpnia 2024 r. osoba prywatna świadcząca usługę medialną na żądanie za pośrednictwem platformy YouTube, kara 50 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DMM-56/2024 z 20 sierpnia 2024 r. osoba prywatna świadcząca usługę medialną na żądanie za pośrednictwem platformy udostępniania wideo KICK.COM, kara 50 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DMM-57/2024 z 20 sierpnia 2024 r. osoba prywatna świadcząca usługę medialną na żądanie za pośrednictwem platformy YouTube pn. Amadi, kara 50 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-46-2024 z 26 sierpnia 2024 r. Golf Zone Sp. z o.o., nadawca programu Golf Zone, kara 1 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących przeznaczenia czasu nadawania programu na audycje europejskie (art. 15 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-47-2024 z 26 sierpnia 2024 r. Golf Zone Sp. z o.o., nadawca programu Golf Zone, kara 1,5 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących przeznaczenia czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim (art. 15 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-48-2024 z 27 sierpnia 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TOP KIDS, kara 1 tys. zł. za niezapewnienie w I kwartale 2024 r. co najmniej 5% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych (art. 15a ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-49-2024 z 29 sierpnia 2024 r. Biznes24 Sp. z o.o., nadawca programu BIZNES24, kara 4,1 tys. zł. za emisję przekazu handlowego napoju alkoholowego (art. 16b ust. 1 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji w związku z art. 13¹ ust. 2, pkt 1 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi);
- Decyzja nr DMM-62/2024 z 4 września 2024 r. Federacja Gromda F.C. Sp. z o.o. świadcząca usługę medialną na żądanie GROMDA.TV za pośrednictwem strony internetowej, kara 50 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DMM-63/2024 z 4 września 2024 r. Federacja Gromda F.C. Sp. z o.o. świadcząca usługę medialną na żądanie GROMDA za pośrednictwem platformy udostępniania wideo YouTube, kara 50 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 13/DPz/2024 z 5 września 2024 r. Telewizja Polska SA, nadawca programu TVP Info, kara 15 tys. zł za emisję audycji zawierającej wulgarne treści (art. 18 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 14/DPz/2024 z 16 września 2024 r. osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TV Mazowsze, kara 2 tys. zł za nieumieszczenie neutralnej informacji o producencie lub sprzedawcy lokowanego towaru lub podmiocie świadczącym lokowaną usługę oraz samym towarze lub usłudze oraz poprzez nadmierne eksponowanie w lokowanym produkcie i promocyjnego odniesienia do produktów podmiotu lokującego (art. 17a ust. 3 oraz ust. 5 pkt 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-50-2024 z 26 września 2024 r., TVN SA, nadawca programu TVN siedem i TVN Fabuła, kara 35 tys. zł. za rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zawierających

sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich (art. 18 ust. 5 i ust. 5a pkt 1 i pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji oraz §2, § 4 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 a także § 4 ust. 5 i ust. 6 rozporządzenia w sprawie kwalifikowania, rozpowszechniania i sposobu zapowiadania audycji lub innych audycji mogących mieć negatywny wpływ na rozwój małoletnich w związku z rozpowszechnieniem);

- Decyzja nr DMM-79/2024 z 3 października 2024 r. osoba prywatna świadcząca usługę medialną na żądanie pn. „Tazy8” za pośrednictwem platformy udostępniania wideo KICK.COM, kara 120 tys. zł. za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DMM 128/2024 z 12 listopada 2024 r., osoba prywatna świadcząca usługę medialną na żądanie DeeJayPallaside za pośrednictwem platformy udostępniania wideo YouTube <https://www.youtube.com/@DeeJayPallaside>; kara 100 tys. zł za brak zgłoszenia do wykazu audiowizualnych usług medialnych na żądanie (art. 53c ust. 1 w związku z art. 47ca ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 15/DPz/2024 z 14 listopada 2024 r. Telewizja Puls Sp. z o.o., nadawca programu TV Puls, kara 30 tys. zł za rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zawierających sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich z oznaczeniem kategorii wiekowej „od lat 16” (art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-51-2024 z 12 listopada 2024 r., BIZNES24 Sp. z o.o., nadawca programu BIZNES24, kara 4,2 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (art. 16 ust. 3 pkt 2 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr 16/DPz/2024 z 20 listopada 2024 r., TVN SA nadawca programu TVN24 GO, kara 142,8 tys. zł za publikację materiału zawierającego treści nawołujące do nienawiści lub dyskryminującego ze względu na religię, przekonania, poglądy polityczne (naruszenie art. 47h ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-52-2024 z 16 grudnia 2024 r., CANAL+ Polska SA, nadawca programu CANAL+ Sport 4, kara 5,2 tys. zł za przekroczenie dopuszczalnego czasu emisji reklam (naruszenie art. 16 ust. 3 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji);
- Decyzja nr DM-53-2024 z 30 grudnia 2024 r., osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TOP Kids, kara 1,5 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 5 pkt 1 lit. a i § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-54-2024 z 30 grudnia 2024 r., osoba prywatna prowadząca działalność gospodarczą, nadawca programu TOP Kids, kara 1,8 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt 1 lit. a i lit. b oraz § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych);
- Decyzja nr DM-55-2024 z 30 grudnia 2024 r., Golf Zone Sp. z o.o. nadawca programu Golf Channel, kara 1,8 tys. zł za naruszenie przepisów dotyczących audycji dla osób niepełnosprawnych (art. 18a ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji w zw. z § 4 pkt 1 lit. a i lit. b oraz § 9 rozporządzenia KRRiT z 13 kwietnia 2022 r. w sprawie udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami w programach telewizyjnych).

Załącznik nr 2 Koszty misji prezentowane przez nadawców publicznych w sprawozdaniach rocznych za 2023 rok, zgodnie z art. 31 b ustawy o radiofonii i telewizji

(w tys. zł)

Spółki	Abonament i rekompensata (obligacje w wartości nominalnej) przekazane nadawcom publicznym w 2023 roku	Całkowite koszty misji wg sprawozdań rocznych nadawców publicznych	Informacja o nadwyżce, o której mowa w art. 31 ust. 7 i 8 ustawy o rtv wg sprawozdań rocznych nadawców publicznych
I. Telewizja Polska S.A.	2 661 994,0	3 813 021	19 882
II. Polskie Radio S.A.	337 860,0	376 146	48 882
III. Rozgłośnie regionalne	320 136,3	353 865	15 202
Radio Białystok S.A.	19 770,7	20 608	1 010
Radio Pomorza i Kujaw S.A.	18 181,7	19 184	1 111
Radio Gdańsk S.A.	18 247,7	23 487	534
Radio Katowice S.A.	23 008,7	25 686	936
Radio Kielce S.A.	20 595,7	24 691	-1 548
Radio Koszalin S.A.	17 973,7	19 096	0
Radio Kraków S.A.	19 848,7	21 169	833
Radio Lublin S.A.	19 577,0	20 531	1 027
Radio Łódź S.A.	19 247,7	17 782	4 389
Radio Olsztyn S.A.	17 329,7	18 241	107
Radio Opole S.A.	18 147,7	18 615	1 407
Radio Poznań S.A.	18 552,7	19 471	1 868
Radio Rzeszów S.A.	19 197,7	21 712	1 288
Radio Szczecin S.A.	16 104,7	20 452	1 620
Radio dla Ciebie S.A.	18 207,7	19 716	306
Radio Wrocław S.A.	19 036,7	24 634	-107
Radio Zachód S.A.	17 107,8	18 790	421
RAZEM	3 319 990,3	4 543 032	83 966

Źródło: Biuro KRRiT na podstawie danych finansowych przekazanych przez nadawców publicznych.

Załącznik nr 3 Wpływy z opłat abonamentowych rozdysponowane przez KRRiT w 2024 roku dla jednostek publicznej radiofonii i telewizji

(kwoty w zł)

Data	Abonament dla nadawców publicznych przekazany do depozytów sądowych	Abonament dla nadawców publicznych przekazany na konta spółek	Nadawca
1	2	3	4
12.02.2024 r.	158 000 000	-	19 spółek
15.03.2024 r.	44 785 230	-	17 spółek
	-	720 420	Radio Poznań
	-	694 350	Radio Dla Ciebie
15.04.2024 r.	44 785 230	-	17 spółek
	-	720 420	Radio Poznań
	-	694 350	Radio Dla Ciebie
15.05.2024 r.	44 785 230	-	17 spółek
	-	720 420	Radio Poznań
	-	694 350	Radio Dla Ciebie
14.06.2024 r.	44 785 230	-	17 spółek
	-	720 420	Radio Poznań
	-	694 350	Radio Dla Ciebie
15.07.2024 r.	43 421 180	-	15 spółek
	-	739 600	Radio Katowice
	-	624 450	Radio Lublin
	-	720 420	Radio Poznań
	-	694 350	Radio Dla Ciebie
14.08.2024 r.	42 136 370	-	13 spółek
	-	739 600	Radio Katowice
	-	624 450	Radio Lublin
	-	641 730	Radio Łódź
	-	720 420	Radio Poznań
	-	643 080	Radio Rzeszów
	-	694 350	Radio dla Ciebie
02.09.2024 r.	-624 450	-	zwrot depozytu dla Radia Lublin
05.09.2024 r.	-	624 450	Radio Lublin
13.09.2024 r.	41 444 220	-	12 spółek
	-	739 600	Radio Katowice
	-	624 450	Radio Lublin
	-	641 730	Radio Łódź
	-	720 420	Radio Poznań
	-	643 080	Radio Rzeszów
	-	694 350	Radio dla Ciebie
	-	692 150	Radio Gdańsk

Data	Abonament dla nadawców publicznych przekazany do depozytów sądowych	Abonament dla nadawców publicznych przekazany na konta spółek	Nadawca
1	2	3	4
19.09.2024 r.	-	46 200 000	wszystkie spółki
15.11.2024 r.	-	46 200 000	wszystkie spółki
21.11.2024 r.	-3 117 040	-	zwrot depozytu dla Radia Białystok
29.11.2024 r.	-	3 117 040	Radio Białystok
13.12.2024 r.	-	46 200 000	wszystkie spółki
RAZEM:	460 401 200	159 598 800	
RAZEM: 620 000 000			
23.12.2024 r.	-739 600	-	zwrot depozytu dla Radia Katowice *
RAZEM:	459 661 600	159 598 800	-

*KRRiT podjęła 8 stycznia 2025 r. Uchwałę Nr 12/2025 w sprawie przekazania Polskiemu Radiu – Regionalnej Rozgłośni w Katowicach "Radio Katowice" S.A. środków z wpływów z opłat abonamentowych w zw. ze zwrotem tych środków Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji z rachunku depozytowego Ministra Finansów przez Sąd Rejonowy Katowice-Wschód, zwrócone z depozytu środki w wysokości 739 600,00 zł zostały przekazane na rachunek bankowy „Radia Katowice” w dniu 9 stycznia 2025 r.

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 4 Środki z opłat abonamentowych z 2024 roku i nadwyżki z 2022 roku przekazane przez KRRiT jednostkom publicznej radiofonii i telewizji w 2024 roku

(w tys. zł)

Spółki	Środki z opłat abonamentowych z 2024 i nadwyżki z 2022 r. wypłacone przez KRRiT w 2024 roku	Środki abonamentowe dla nadawców publicznych przekazane do depozytów sądowych	Środki abonamentowe dla nadawców publicznych przekazane na konta spółek
I. Telewizja Polska S.A.	327 548	245 514	82 034
II. Polskie Radio S.A.	157 352	117 943	39 409
III. Rozgłoszenie regionalne	157 351	96 944	60 407
Radio Białystok S.A.	9 786	4 221	5 565
Radio Pomorza i Kujaw S.A.	9 139	6 852	2 287
Radio Gdańsk S.A.	9 617	6 514	3 103
Radio Katowice S.A.	10 284	5 490	4 794
Radio Kielce S.A.	8 940	6 703	2 237
Radio Koszalin S.A.	9 018	6 763	2 255
Radio Kraków S.A.	9 682	7 256	2 426
Radio Lublin S.A.	8 685	4 014	4 671
Radio Łódź S.A.	8 918	5 400	3 518
Radio Olsztyn S.A.	8 771	6 571	2 199
Radio Opole S.A.	9 344	7 000	2 344
Radio Poznań S.A.	10 013	2 462	7 551
Radio Rzeszów S.A.	8 945	5 421	3 524
Radio Szczecin S.A.	9 547	7 153	2 394
Radio dla Ciebie S.A.	9 661	2 384	7 278
Radio Wrocław S.A.	8 983	6 732	2 251
Radio Zachód S.A.	8 018	6 009	2 009
RAZEM	642 251	460 401	181 850

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 5 Koszty realizacji misji publicznej w Telewizji Polskiej SA w 2024 r.

(w tys. zł)

Przedsięwzięcia realizujące misję publiczną	Koszty	w tym koszty sfinansowane ze środków abonamentowych
1.Tworzenie programów ogólnokrajowych	1 442 551	50 971
z tego dla programów:		
TVP 1	844 170	29 533
TVP 2	598 381	21 438
2.Tworzenie programów regionalnych	385 022	55 250
z tego dla programów:		
TVP3 Białystok	17 900	2 810
TVP 3 Bydgoszcz	23 719	3 182
TVP 3 Gdańsk	27 990	4 311
TVP 3 Gorzów Wielkopolski	13 061	1 780
TVP 3 Katowice	36 327	4 721
TVP 3 Kielce	15 576	2 069
TVP 3 Kraków	41 573	5 062
TVP 3 Lublin	24 548	3 175
TVP 3 Łódź	25 143	3 491
TVP 3 Olsztyn	10 888	1 958
TVP 3 Opole	11 623	1 517
TVP 3 Poznań	25 791	4 662
TVP 3 Rzeszów	19 327	2 927
TVP 3 Szczecin	22 902	3 671
TVP 3 Warszawa	34 712	5 189
TVP 3 Wrocław	33 942	4 725
3.Tworzenie programu TVP 3 Regionalna	35 049	23
4.Tworzenie programu TVP Polonia	41 551	0
5. Tworzenie programu TVP Wilno	45 496	0
6. Tworzenie programu TVP World	86 533	0
7.Tworzenie programu Bielsat TV	72 729	0
8. Tworzenie programów wyspecjalizowanych	574 186	8 445
z tego dla programów:		
TVP Kultura (i TVP Kultura 2)	30 294	1 531
TVP Historia (i TVP Historia 2)	17 337	626
TVP ABC (i TVP ABC 2)	15 239	1 656
TVP Info	238 990	4 632
TVP Sport	227 909	0
TVP Seriale	4 970	0
TVP HD	4 624	0
TVP Rozrywka	5 110	0
TVP 4K	0	0
TVP Dokument	9 260	0
TVP Nauka	8 829	0
TVP Kobieta	7 609	0

Przedsięwzięcia realizujące misję publiczną	Koszty	w tym koszty sfinansowane ze środków abonentowych
Alfa TVP	4 015	0
9. Rozpowszechnianie programów: ogólnokrajowych, regionalnych, TVP 3, wyspecjalizowanych, TVP Polonia, TVP World, TVP Wilno i Biełsat TV	159 389	14 808
10. Pozostałe zadania realizujące misję publiczną	149 022	1 013
z tego:		
Inne antenowe	43 267	0
Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	429	213
Oferta multimedialna	62 629	0
Emisja i technologia	40 870	0
Telegazeta	427	0
Wóz HD	1 400	800
11. RAZEM KOSZTY MISJI PUBLICZNEJ (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10)	2 991 528	130 510

Źródło: Biuro KRRiT. Dane opracowane na podstawie wstępnych informacji finansowych Telewizji Polskiej.

Załącznik nr 6 Koszty realizacji misji publicznej w Polskim Radiu SA

(w tys. zł)

Przedsięwzięcia realizujące misję publiczną	Koszty	w tym koszty sfinansowane z abonamentu
1. Tworzenie programów ogólnokrajowych	220 177	22 319
z tego:		
Program 1	82 509	6 486
Program 2	51 622	5 910
Program 3	44 121	4 948
Program 4 - Polskie Radio 24	41 925	4 975
2. Tworzenie programów wyspecjalizowanych	40 746	6 015
z tego:		
Czwórka Polskie Radio	16 310	2 200
Polskie Radio Dzieciom	9 246	1 675
Polskie Radio Chopin	4 119	542
Polskie Radio Kierowców	6 826	963
Polskie Radio dla Ukrainy	4 245	635
3. Tworzenie programu Polskie Radio dla Zagranicy	17 275	0
4. Rozpowszechnianie analogowe programów ogólnokrajowych i programu Radio dla Ukrainy	65 911	3 154
5. Rozpowszechnianie analogowe programu dla Zagranicy	1 944	668
6. Rozpowszechnianie programów w standardzie cyfrowym DAB+ (ogólnokrajowych, wyspecjalizowanych oraz Polskiego Radia dla Zagranicy)	15 950	388
7. Pozostałe zadania realizujące misję publiczną	14 209	3 051
z tego:		
Teatr Polskiego Radia	1 003	0
Studio Reportażu i Dokumentu	205	0
Radiowe Centrum Kultury Ludowej	1 972	0
Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim	10 866	3 051
Piknik Naukowy	163	0
8. Razem koszty misji publicznej (1+2+3+4+5+6+7)	376 212	35 595

Ponadto w 2024 r. Spółka poniosła wydatki na inwestycje w kwocie 16 761 tys. zł, które sfinansowane zostały ze środków z opłat abonamentowych oraz środków własnych.

Źródło: Biuro KRRiT. Dane opracowane na podstawie wstępnych informacji finansowych Polskiego Radia.

Załącznik nr 7 Koszty realizacji misji publicznej w spółkach regionalnej radiofonii w 2024 r.

(w tys. zł)

Spółka	Tworzenie programów regionalnych	Tworzenie programów:		Rozpowszechnianie programów:		Pozostałe zadania misyjne	RAZEM koszty misji publicznej (2÷7)	W tym koszty sfinansowane ze środków abonamentowych	Brak pokrycia kosztów misji
		wyspecjalizowanych	miejskich	analogowe	cyfrowe w DAB+				
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Radio Białystok S.A.	17 209	0	0	940	117	1 110	19 376	5 566	0
Radio Pomorza i Kujaw S.A.	14 367	0	0	2426	378	2 679	19 850	2 287	2 728
Radio Gdańsk S.A.	19 592	0	0	1 789	211	975	22 567	3 017	430
Radio Katowice S.A.	19 145	0	0	2 284	179	2 362	23 970	4 794	4 654
Radio Kielce S.A.	13 884	134	0	1 084	152	2 174	17 428	2 238	1 224
Radio Koszalin S.A.	16 707	0	0	1 148	182	870	18 907	2 245	3 208
Radio Kraków S.A.	19 743	1 014	0	1 594	270	637	23 258	2 426	0
Radio Lublin S.A.	15 506	0	553	1 545	209	1 014	18 827	4 672	1 619
Radio Łódź S.A.	12 917	0	0	1 060	182	3 470	17 629	3 518	0
Radio Olsztyn S.A.	16 715	301	0	1 133	177	307	18 633	4 982	0
Radio Opole S.A.	13 474	183	0	2 090	140	599	16 486	2 344	278
Radio Poznań S.A.	15 674	0	260	2 581	277	819	19 611	8 702	0
Radio Rzeszów S.A.	15 711	0	0	1 830	195	384	18 120	3 524	1 595
Radio Szczecin S.A.	12 793	394	0	1 247	145	1 056	15 635	2 393	41
Radio dla Ciebie S.A.	17 418	0	0	1 931	336	565	20 250	6 958	3 782
Radio Wrocław S.A.	16 523	714	1 999	1 756	218	895	22 105	2 251	1 066
Radio Zachód S.A.	14 317	0	3 370	921	114	769	19 491	2 009	4 193
RAZEM	271 695	2 740	6 182	27 359	3 482	20 685	332 143	63 926^{x)}	24 818

^{x)} Ponadto w 2024 r. spółki regionalne poniosły wydatki na inwestycje w kwocie 5 576 tys. zł, które sfinansowane zostały ze środków abonamentowych, z nadwyżki abonamentowej, abonamentu przeznaczonego na koszty amortyzacji, środków własnych oraz dotacji.

Źródło: Biuro KRRiT. Dane opracowane na podstawie wstępnych informacji finansowych spółek radiofonii regionalnej

Załącznik nr 8 Wykaz decyzji wydanych w związku z rozpowszechnianiem telewizyjnych programów satelitarnych

Lp.	Nr koncesji/Nr decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Rodzaj decyzji
1.	863/2024-T	MWE FAMILY Sp. z o.o. („SZLAGIER TV”)	Udzielenie koncesji
2.	864/2024-T	MWE FAMILY Sp. z o.o. („TVC Super”)	Udzielenie koncesji
3.	868/2024-T	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ 360”)	Udzielenie koncesji
4.	869/2024-T	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ EXTRA 1”)	Udzielenie koncesji
5.	870/2024-T	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ EXTRA 2”)	Udzielenie koncesji
6.	871/2024-T	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ EXTRA 3”)	Udzielenie koncesji
7.	872/2024-T	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ EXTRA 4”)	Udzielenie koncesji
8.	596/K/2024-T	CANAL+Polska S.A. („MiniMini+”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
9.	597/K/2024-T	Michał Winnicki („ADVENTURE”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
10.	602/K/2024-T	CANAL+Polska S.A. („Planete+”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
11.	603/K/2024-T	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat News 2”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
12.	608/K/2024-T	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Disco Polo Music”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
13.	610/K/2024-T	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat Cafe”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
14.	616/K/2024-T	TVN S.A. („TVN STYLE”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
15.	622/K/2024-T	TVN S.A. („TVN Fabuła”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
16.	623/K/2024-T	TVN S.A. („TVN International Extra”)	Udzielenie koncesji na kolejny okres 10 lat
17.	DR-21/2024	CANAL+Polska S.A. („Strefa Abonenta”)	Uchylenie koncesji na wniosek nadawcy
18.	DR-112/2024	CANAL+Polska S.A. („CANAL+ 360”)	Uchylenie koncesji na wniosek nadawcy
19.	DR-11/2024	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat News 2”)	Umorzenie postępowania ws. zmiany nazwy programu

Lp.	Nr koncesji/Nr decyzji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Rodzaj decyzji
20.	DR-55/2024-2/737	Golf Zone Sp. z o.o. („GOLF ZONE”)	Zmiana nazwy programu (poprzednio „Golf Channel Polska”)
21.	DR-56/2024-1/575/K	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat Sport 1”)	Zmiana nazwy programu (poprzednio „Polsat Sport”)
22.	DR-57/2024-1/206/K	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat Sport 2”)	Zmiana nazwy programu (poprzednio „Polsat Sport EXTRA”)
23.	DR-58/2024-2/667	Telewizja Polsat Sp. z o.o. („Polsat Sport 3”)	Zmiana nazwy programu (poprzednio „Polsat Sport News”)
24.	DR-113/2024-3/382/K	CANAL+ Polska S.A. (CANAL+ 360”)	Zmiana nazwy programu (poprzednio „Canal+ Family”) oraz struktury programowej
25.	DR-101/2024-1/670/K	TVS Sp. z o.o. („TVS”)	Zmiana struktury programowej
26.	DR-164/2024-1/623	R.D.F. Entertainment Sp. z o.o. („Active Family”)	Zmiana struktury programowej
27.	DR-46/2024-5/643	TV Spektrum Sp. z o.o. („Eska ROCK TV”)	Przejęcie uprawnień ze spółki Music TV Sp. z o.o.
28.	DR-47/2024-4/656	TV Spektrum Sp. z o.o. („ESKA TV EXTRA”)	Przejęcie uprawnień ze spółki Music TV Sp. z o.o.
29.	DR-49/2024-4/567	TV Spektrum Sp. z o.o. („Vox Music TV”)	Przejęcie uprawnień ze spółki Polo TV Sp. z o.o.
30.	DR-50/2024-1/557/K	TV Spektrum Sp. z o.o. („Vox Music TV”)	Przejęcie uprawnień ze spółki Polo TV Sp. z o.o.
31.	DR-51/2024-5/215/K	TV Spektrum Sp. z o.o. („Polsat News Polityka”)	Przejęcie uprawnień ze spółki Superstacja Sp. z o.o.
32.	DR-121/2024	Stopklatka S.A. („Stopklatka”)	Zgoda na przejęcie uprawnień na spółkę Kino Polska TV S.A.

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 9 Wykaz wydanych w 2024 r. nowych oraz udzielonych na kolejny okres koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach kablowych (tj. telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego)

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Rodzaj decyzji
1.	861/2024-TK	Wirtualna Polska Media S.A. (Kabaret tv)	Nowa koncesja
2.	865/2024-TK	Wirtualna Polska Media S.A. (Patronite Travel)	Nowa koncesja
3.	866/2024-TK	Master Pro Sp. z o.o. (TV MASTER)	Nowa koncesja
4.	867/2024-TK	Telkab Sp. z o.o. (Telewizja Tetka Tczew)	Nowa koncesja
5.	874/2024-TK	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Grudziądzu (TVSM)	Nowa koncesja
6.	875/2024-TK	TVL Sp. z o.o. (TVREGIONALNA24.PL)	Nowa koncesja
7.	876/2024-TK	Fundacja Telewizji Teletop Sudety Pro Harmonia (Teletop Sudety)	Nowa koncesja
8.	877/2024-TK	Białogardzka Spółdzielnia Mieszkaniowa (Panorama Białogardzka)	Nowa koncesja
9.	878/2024-TK	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Nowym Tomyszu (TVK „W Obiektywie”)	Nowa koncesja
10.	879/2024	Andrzej Piotr Ploch (Telewizja Lubań)	Nowa koncesja
11.	880/2024-TK	Dolce Vita TV Sp. z o.o. (Dolce Vita TV)	Nowa koncesja
12.	882/2024-TK	CANAL+ Polska S.A. (CANAL+ EXTRA 5)	Nowa koncesja
13.	883/2024-TK	CANAL+ Polska S.A. (CANAL+ EXTRA 6)	Nowa koncesja
14.	884/2024-TK	CANAL+ Polska S.A. (CANAL+ EXTRA 7)	Nowa koncesja
15.	887/2024-TK	TEL-KAB Sp. z o.o. (TEL-KAB HD)	Nowa koncesja
16.	888/2024-TK	Telewizja Lokalna „Azart-Sat” Sp. z o.o. w Bolesławcu (TV Bolesławiec)	Nowa koncesja
17.	598/K/2024-TK	“STELLA” Zakład Instalatorstwa Teleelektrycznego Sp. z o.o. (Stella Telewizja Kablowa)	Koncesja na kolejny okres
18.	599/K/2024-TK	Elżbieta Zjawiona (Tel-Ka)	Koncesja na kolejny okres
19.	600/K/2024-TK	Spółdzielnia Mieszkaniowa w Kole (Program Lokalny Spółdzielni Mieszkaniowej w Kole)	Koncesja na kolejny okres

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Rodzaj decyzji
20.	605/K/2024-TK	Marek Wojciech Krzemiński (Telewizja Gniezno)	Koncesja na kolejny okres
21.	611/K/2024-TK	Gmina Kozienice (Kronika Kozienicka)	Koncesja na kolejny okres
22.	612/K/2024-TK	E-CHO MEDIA Sp. z o.o. (E-CHO TV)	Koncesja na kolejny okres
23.	618/K/2024-TK	Krzysztof Marian Wencki (TV Kaszuby)	Koncesja na kolejny okres
24.	619/K/2024-TK	Młodzieżowa Spółdzielnia Mieszkaniowa (Telewizja Toruń)	Koncesja na kolejny okres
25.	620/K/2024-TK	Gmina Miasto Biłgoraj (Biłgorajska Telewizja Kablowa)	Koncesja na kolejny okres
26.	621/K/2024-TK	Petrus Sp. z o.o. (Studio Petrus)	Koncesja na kolejny okres
27.	625/K/2024-TK	„TV ASTA” Sp. z o.o. (TV ASTA)	Koncesja na kolejny okres
28.	626/K/2024-TK	Telewizja Polsat Sp. z o.o. (Polsat 1)	Koncesja na kolejny okres

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 10 Wykaz decyzji wydanych w 2024 r. w sprawie zmian, na wniosek nadawcy, koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach TVK (sieciach telekomunikacyjnych innych niż wykorzystywane do rozpowszechniania rozszewczego naziemnego lub rozszewczego satelitarnego)

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy	Treść decyzji
1.	DR-1/2024-1/569/2014-TK	Marek Wojciech Krzemiński	Uaktualnienie danych operatorów w koncesji 569/2014-TK
2.	DR-6/2024-3/689/2017-TK	JAZZENTERTAINMENTTELEVISION Sp. z o.o.	Przeniesienie uprawnień z koncesji 689/2017-TK, udzielonej Agnieszce Teresie Bani
3.	DR-7/2024-2/814/2021-TK	JAZZENTERTAINMENTTELEVISION Sp. z o.o.	Przeniesienie uprawnień z koncesji 814/2021-TK, udzielonej Agnieszce Teresie Bani
4.	DR-8/2024-1/377/K/2019-TK	Miejski Ośrodek Kultury w Piotrkowie Trybunalskim	Rozszerzenie koncesji 377/K/2019-TK o sieć operatora P4 Sp. z o.o. i wykreślenie sieci operatora UPC Polska Sp. z o.o.
5.	DR-12/2024-8/726/2018-TK	RADIO DISCO Sp. z o.o.	Zmiana nazwy nadawcy w koncesji 726/2018-TK z DISCO RADIO Sp. z o.o. na RADIO DISCO Sp. z o.o.
6.	DR-13/2024-8/727/2018-TK	RADIO NUTA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy nadawcy w koncesji 727/2018-TK z JOŁ RADIO Sp. z o.o. na RADIO NUTA Sp. z o.o.
7.	DR-14/2024-8/728/2018-TK	RADIO MEGA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy nadawcy w koncesji 728/2018-TK z HELLO RADIO Sp. z o.o. na RADIO MEGA Sp. z o.o.
8.	DR-23/2024-8/626/2015-TK	Red Carpet Media Group S.A.	Zmiana danych technicznych (w zakresie rozpowszechnia satelitarnego) w koncesji 626/2015-TK
9.	DR-24/2024-1/567/K/2023-TK	Agnieszka Katarzyna Cybulska	Rozszerzenie koncesji 567/K/2023-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
10.	DR-25/2024-2/260/K/2015-TK	Bogumiła Orzechowska	Rozszerzenie koncesji 260/K/2015-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
11.	DR-26/2024-2/302/K/2017-TK	Andrzej Paweł Kazanowski	Rozszerzenie koncesji 302/K/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
12.	DR-27/2024-1/681/2017-TK	TELEWIZJA SUDECKA Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 681/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
13.	DR-28/2024-3/748/2019-TK	Natalia Rytkiewicz	Rozszerzenie koncesji 748/2019-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
14.	DR-35/2024-2/360/K/2018-TK	HORYZONT TV Słubice Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 360/K/2018-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
15.	DR-37/2024-1/265/K/2015-TK	Stowarzyszenie Użytkowników Telewizji Kablowej „Zachód”	Rozszerzenie koncesji 265/K/2015-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
16.	DR-39/2024-1/680/2017-TK	Jacek Ruda	Rozszerzenie koncesji 680/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
17.	DR-40/2024-1/687/2017-TK	Jan Wiktor Tamiołło	Rozszerzenie koncesji 687/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy	Treść decyzji
18.	DR-41/2024-4/276/K/2016-TK	Tomasz Paweł Sawicki	Rozszerzenie koncesji 276/K/2016-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
19.	DR-42/2024-5/273/K/2016-TK	Artur Czesław Filipkowski	Rozszerzenie koncesji 273/K/2016-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
20.	DR-43/2024-2/831/2022-TK	Jan Tadeusz Jakowski	Rozszerzenie koncesji 831/2022-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
21.	DR-44/2024-1/659/2016-TK	TOYA Sp. z o.o.	Zmiana nazwy programu na „TV TOYA” w koncesji 659/2016-TK
22.	DR-60/2024-4/272/K/2016-TK	Danuta Domańska	Rozszerzenie koncesji 272/K/2016-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
23.	DR-61/2024-1/683/2017-TK	Krzysztof Waracki	Rozszerzenie koncesji 683/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
24.	DR-70/2024-2/665/2016-TK	Wielkopolska Telewizja Kablowa Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 665/2016-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
25.	DR-71/2024-9/626/2015-TK	Red Carpet Media Group S.A.	Zmiana programowa koncesji 626/2015-TK (specjalizacji i minimalnego czasu rozpowszechniania programu)
26.	DR-72/2024-1/671/2017-TK	BTV Studio Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 671/2017-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
27.	DR-73/2024-1/233/K/2013-TK	Krzysztof Marian Wencki	Rozszerzenie koncesji 233/K/2013-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
28.	DR-74/2024-2/376/K/2019-TK	Krzysztof Henryk Machulski	Rozszerzenie koncesji 376/K/2019-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
29.	DR-75/2024	JAZZENTERTAINMENTTELEVISION Sp. z o.o.	Odmowa dokonania przejścia uprawnień na inny podmiot
30.	DR-76/2024	JAZZENTERTAINMENTTELEVISION Sp. z o.o.	Odmowa dokonania przejścia uprawnień na inny podmiot
31.	DR-77/2024-5/801/2020-TK	Red Carpet Media Group S.A.	Zmiana koncesji 801/2020-TK, w zakresie nazwy programu (zmiana na „ViDocTV1”), specjalizacji oraz minimalnego czasu nadawania
32.	DR-82/2024-1/389/K/2020-TK	Kamil Ceranowski	Rozszerzenie koncesji 389/K/2020-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
33.	DR-95/2024-1/246/K/2014-TK	Młodzieżowa Spółdzielnia Mieszkaniowa	Rozszerzenie koncesji 246/K/2014-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
34.	DR-102/2024-3/586/2014-TK	TEL-KAB Sp. z o.o.	Przeniesienie uprawnień z koncesji 586/2014-TK, udzielonej spółce TEL-KAB Sp. z o.o. Sp.k.
35.	DR-103/2024-2/256/K/2015-TK	„TV ASTA” Sp. z o.o.	Uaktualnienie w koncesji 256/K/2015-TK wykazu sieci, w których rozpowszechniany jest program
36.	DR-104/2024-2/659/2016-TK	TOYA Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 659/2016-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
37.	DR-105/2024	MWE Invest Sp. z o.o.	Odmowa zmiany nazwy i charakteru programu w koncesji Nr 851/2023-TK

Lp.	Nr decyzji	Nazwa nadawcy	Treść decyzji
38.	DR-109/2024-2/692/2017-TK	Fratia Sp. z o.o.	Zmiana założeń programowych i nazwy programu na „WPOLSCE24” (koncesja 692/2017-TK)
39.	DR-124/2024-4/748/2019-TK	Agencja Reklamy i Promocji "DAMI" Sp. z o.o.	Przeniesienie uprawnień z koncesji 748/2019-TK udzielonej Natalii Ryłkiewicz
40.	DR-125/2024-2/720/2018-TK	Centrum Kultury im. Józefa Mehoffera w Ropczycach	Rozszerzenie koncesji 720/2018-TK o kolejną sieć operatora oraz wykreślenie dotychczasowego operatora
41.	DR-127/2024-2/749/2019-TK	Michał Nieckarz	Rozszerzenie koncesji 749/2019-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne
42.	DR-137/2024-3/376/K/2019-TK	Krzysztof Henryk Machulski	Rozszerzenie koncesji 376/K/2019-TK o kolejną sieć telekomunikacyjną
43.	DR-160/2024-2/680/2017-TK	Jacek Ruda	Wykreślenie z treści koncesji 680/2017-TK sieci operatorów
44.	DR-161/2024-1/820/2021-TK	„Wydawnictwo GM” Sp. z o.o.	Rozszerzenie koncesji 820/2021-TK o kolejną sieć telekomunikacyjną i wykreślenie dotychczasowej sieci
45.	DR-162/2024-2/779/2020-TK	ECHO24	Rozszerzenie koncesji 779/2020-TK o kolejne sieci telekomunikacyjne

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 11 Wykaz postępowań o udzielenie lub rozszerzenie koncesji na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób rozsiewczy naziemny, prowadzonych w związku z ogłoszeniami Przewodniczącego KRRiT, rozstrzygniętych uchwałą lub zakończonych wydaniem decyzji w 2024 r.

Lp.	Lokalizacja stacji nadawczej, częstotliwość	Sposób rozstrzygnięcia
1.	Białystok, f=94,8 MHz	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce Białostocki Miłośnicy Mediów Sp. z o.o.
2.	Łowicz, f=107,0 MHz	Decyzja o rozszerzeniu koncesji Fundacji Kultury - WYTWÓRNIA
3.	Skierniewice, f=89,3 MHz	Decyzja o rozszerzeniu koncesji Fundacji Kultury - WYTWÓRNIA
4.	Suwałki, f=89,4 MHz	Decyzja o udzieleniu koncesji Stowarzyszeniu Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu
5.	Tomaszów Mazowiecki, f=88,4 MHz	Decyzja o udzieleniu koncesji spółce Multimedia Sp. z o.o.
6.	Sierpc, f=107,9 MHz	Decyzja o rozszerzeniu koncesji Fundacji Ananke
7.	Andrychów, f=90,9 MHz	Decyzja o udzieleniu koncesji Miejskiej Bibliotece Publicznej
8.	Wola k/Czerwińska	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce Radio Płońsk Sp. z o.o.
9.	Częstochowa, f=92,4 MHz	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce EL RADIO Sp. z o.o.
10.	Bielsko – Biała, f=92,7 MHz	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce ALEX MEDIA Sp. z o.o.
11.	Żywiec, f=98,5 MHz	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce Radio 90 Sp. z o.o.
12.	Łódź, f=90,8 MHz	Uchwała o udzieleniu koncesji spółce EL RADIO Sp. z o.o.
13.	Porażyn, f=100,4 MHz	Uchwała o rozszerzeniu koncesji spółce K2 Win Sp. z o.o.

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 12 Wykaz koncesji radiowych (naziemnych), w których dokonano zmian technicznych

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji	Zmiana zasięgu ludn.
1.	301/K/2017-R	Prowincja Warszawska Zgromadzenia Najświętszego Odkupiciela (Redemptoryści) (Radio Maryja)	Zmiana wysokości zawieszenia anteny stacji Istebna g. Złoty Groń (f=101,7 MHz)	0
2.	437/K/2021-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. (AntyRadio 106,4 FM)	Zmiana lokalizacji i parametrów technicznych stacji Będzin (f=89,8 MHz)	86.600
3.	612/2015-R	Fundacja Kultury – WYTWÓRNIĄ (POPradio)	Zmiana wysokości zawieszenia i charakterystyki anteny stacji Moszna k/Pruszkowa (f= 92,8 MHz)	-28.600
4.	583/K/2023-R	Twoje Radio Sp. z o.o. (Twoje Radio)	Zmiana lokalizacji stacji Goleniów (f=101,0 MHz)	-4.200
5.	330/K/2018-R	Radio Toruń Sp. z o.o. (ESKA2 Toruń)	Zmiana wysokości zawieszenia anteny i charakterystyki anteny stacji Toruń (f= 96,7 MHz)	16.000
6.	502/K/2021-R	Radio ESKA S.A. (ESKA Toruń)	Zmiana wysokości zawieszenia anteny i charakterystyki anteny stacji Toruń (f= 96,7 MHz)	13.300
7.	278/K/2016-R	Radio Muzyka Fakty Grupa RMF Sp. z o.o. sp.k. (RMF FM)	Czasowe przeniesienie stacji nadawczej z Polkowic do Jakubowa (88,2 MHz)	0
8.	678/201/-R	Stowarzyszenie „Ruska Bursa” (Lem.fm)	Czasowe przeniesienie stacji nadawczej z Polkowic do Jakubowa (103,8 MHz)	0
9.	566/K/2023-R	Radio ELKA Sp. z o.o. (Radio ELKA ZAGŁĘBIA MIEDZIOWEGO)	Czasowe przeniesienie stacji nadawczej z Polkowic do Jakubowa (98,3 MHz)	0
10.	505/K/2021-R	Diecezja Legnicka (Radio Plus Legnica)	Czasowe przeniesienie stacji nadawczej z Polkowic do Jakubowa (102,6 MHz)	0
11.	829/2022-R	Radio Leliwa Sp. z o.o. (Radio Leliwa)	Zmiana mocy stacji Stalowa Wola (f=93,5 MHz)	-2.200
12.	291/K/2016-R	Radio 5 Ełk Bajer Sp. j. (Radio 5)	Zmiana parametrów technicznych stacji Ełk (f=102,6 MHz)	9.700

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji	Zmiana zasięgu ludn.
13.	485/K/2021-R	Radio Weekend Sp. z o.o. (WEEKEND FM)	Zmiana lokalizacji i parametrów technicznych stacji Sępólno Krajeńskie (f=92,6 MHz)	19.100
14.	527/K/2022-R	Muzo.fm Sp. z o.o. (Eska ROCK)	Zmiana lokalizacji stacji Bydgoszcz (f=90,5 MHz)	21.100
15.	570/K/2023-R	INFORADIO Sp. z o.o. (TOK FM – Pierwsze Radio Informacyjne)	Zmiana lokalizacji stacji Elbląg (f=89,2 MHz)	13.800
16.	334/K/2018-R	ESKA ROCK S.A. (VOX FM)	Zmiana lokalizacji stacji Gdańsk (f=104,4 MHz) – decyzja uchylona	0
17.	523/K/2022-R	Stowarzyszenie Ziemia Pucka (Radio KASZĘBĚ)	Zmiana lokalizacji stacji Chojnice (f=100,7 MHz)	-2.300
18.	862/2024-R	Białostoccy Miłośnicy Mediów Sp. z o.o. (Radio NA STOKU 94,8 FM)	Zmiana parametrów technicznych stacji Białystok (f=94,8 MHz)	-11.300
19.	855/2023-R	Twoja Telewizja Morska Sp. z o.o. (Norda FM Słupsk)	Zmiana lokalizacji stacji Słupsk (f=87,6) MHz	-13.700
20.	836/2023-R	Mariusz Kaszubski (LPU FM)	Zmiana lokalizacji stacji Puławy (f=105,8 MHz)	26.400
21.	839/2023-R	Marcin Marzec (Radio 92,9)	Zmiana lokalizacji stacji Lublin (f=92,9 MHz)	151.600
22.	705/2018-R	Radio Bartoszyce Sp. z o.o. (Radio Bartoszyce)	Zmiana lokalizacji stacji Bartoszyce (f=90,9 MHz)	2.800

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 13 Wykaz koncesji na programy radiowe nadawane w standardzie DAB+ (na koniec 2024 r.)

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu
1.	527/K/2022-R	Muzo.fm Sp. z o.o. (muza.fm)	Wyspecjalizowany informacyjno-biznesowo-muzyczny
2.	517/K/2022-R	RADIO ELKA Sp. z o.o. (Radio ELKA)	Uniwersalny
3.	484/K/2021-R	Diecezja Tarnowska (RDN Małopolska)	Społeczno-religijny
4.	394/K/2020-R	MFM Sp. z o.o. (KOLOR 103 FM)	Uniwersalny
5.	774/2020-R	Polskie Lokalne Media Sp. z o.o. (Radio Toruń)	Uniwersalny
6.	772/2020-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
7.	770/2020-R	Czesław Chlewicki IMPERIUM MEDIA Sp. z o.o. (Radio IMPERIUM)	Uniwersalny
8.	768/2020-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
9.	766/2020-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
10.	764/2020-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
11.	761/2020-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
12.	758/2019-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
13.	756/2019-R	TRENDY MEDIA M. MIKOŚ Sp. j. (Trendy Radio)	Uniwersalny
14.	755/2019-R	Fundacja Emanio Arcus (Bezpieczna Podróż)	Uniwersalny
15.	351/K/2018-R	Archidiecezja Częstochowska (KATOLICKIE RADIO FIAT)	Społeczno-religijny
16.	728/2018-TK	HELLO RADIO Sp. z o.o. (Radio Mega)	Wyspecjalizowany muzyczny-kulturalny
17.	727/2018-TK	JOŁ RADIO Sp. z o.o. (Radio Nuta)	Wyspecjalizowany muzyczny-kulturalny

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu
18.	726/2018-TK	DISCO RADIO Sp. z o.o. (Radio Disco)	Wyspecjalizowany muzyczno-kulturalny
19.	333/K/2018-R	Klasztor OO. Paulinów Jasna Góra – Częstochowa (Radio Jasna Góra)	Społeczno-religijny
20.	328/K/2018-R	Radio LEIWA Sp. z o.o. (Radio Leliwa)	Uniwersalny
21.	682/2017-R	FUNDACJA PROFETO.PL - Sercański Sekretariat Na Rzecz Nowej Ewangelizacji (Radio Profeto)	Społeczno-religijny
22.	295/K/2016-R	RADIO EXPRESS 92,3 FM Sp. z o.o. (EXPRESS FM)	Uniwersalny
23.	651/2016-R	PI KWADRAT Piekarski & Pietrzak Sp. z o.o. (Wasze Radio FM)	Uniwersalny

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 14. Wykaz koncesji na programy radiowe nadawane w standardzie DAB+ uchylonych na wniosek nadawcy w 2024 r.

Lp.	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Charakter programu
1.	788/2020-R*	LOCTRA Sp. z o.o. (KONIN FM)	Uniwersalny
2.	773/2020-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny
3.	769/2020-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny
4.	767/2020-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny
5.	762/2020-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny
6.	759/2019-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny
7.	757/2019-R	OPEN FM Sp. z o.o. (WP Radio)	Wyspecjalizowany muzyczny

* Koncesja uchylona tylko w części dotyczącej nadawania w standardzie DAB+

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 15. Wykaz decyzji w sprawie udzielenia naziemnych koncesji radiowych na kolejny okres

Lp.	Data decyzji	Nr koncesji	Nazwa nadawcy (nazwa programu)
1.	18.01.2024	595/K/2024-R	Radio „TOP” Sp. z o.o. („Radio FAMA 104,1 FM”)
2.	12.02.2024	601/K/2024-R	Ośrodek Kultury Gminy Grodzisk Mazowiecki („Radio Bogoria”)
3.	26.02.2024	604/K/2024-R	Eurozet Radio Sp. z o.o. („CHILLI ZET Katowice” oraz „CHILLI ZET”)
4.	29.03.2024	606/K/2024-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. („Złote Przeboje ELITA 92,1 FM”)
5.	29.03.2024	607/K/2024-R	Radio „AS” Sp. z o.o. („Meloradio Inowrocław”)
6.	17.04.2024	609/K/2024-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. („Twoje Radio Złote Przeboje”)
7.	23.05.2024	613/K/2024-R	Gościniec Wrzesiński Sp. z o.o. („Radio Warta FM”)
8.	06.06.2024	614/K/2024-R	Kablomedia Sp. z o.o. („Radio Impuls”)
9.	08.08.2024	617/K/2024-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. („Radio Złote Przeboje 93,2 FM”)
10.	04.12.2024	624/K/2024-R	Grupa Radiowa Agory Sp. z o.o. („Radio Złote Przeboje 92,8 FM”)
11.	30.12.2024	627/K/2024-R	International Communication Sp. z o.o. („ESKA 2 Trójmiasto”)

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 16 Wykaz podmiotów, którym rozłożono na raty należność wynikającą z decyzji o udzieleniu lub zmianie koncesji (na podstawie art. 40 ust. 10 ustawy o radiofonii i telewizji)

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Treść decyzji
1.	RADIO TOP Sp. z o.o. (Radio FAMA 104,1 FM)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 17.556zł za decyzję Nr 595/K/2024-R
2.	RED CARPET TV Sp.z o.o. (ViDocTV)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 17.852.161 zł za decyzję Nr 859/2024-T
3.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat News 2)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 13.796 zł za decyzję Nr 603/K/2024-T
4.	Białostoccy Miłośnicy Mediów Sp. z o.o. (Radio NA STOKU 94,8 FM)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 85.829 zł za decyzję Nr 862/2024-R
5.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Złote Przeboje ELITA 92,1 FM)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 179.461zł za decyzję Nr 606/K/2024-R
6.	Radio AS Sp. z o.o. (Meloradio Inowrocław)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 43.695 zł za decyzję Nr 607/K/2024-R
7.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Disco Polo Music)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 13.796 zł za decyzję Nr 608/K/2024-T
8.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Twoje Radio Złote Przeboje)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 76.466 zł za decyzję Nr 609/K/2024-R
9.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat Cafe)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 13.796 zł za decyzję Nr 610/K/2024-T
10.	Gościniec Wrzesiński Sp. z o.o. (Radio Warta FM)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 65.152 zł za decyzję Nr 613/K/2024-R
11.	Telewizja Republika S.A. (Republika)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 17.852.161 zł za decyzję Nr 873a/2024-T
12.	Fratrria Sp. z o.o. (WPOLSC24)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 17 852 161 zł za decyzję Nr 873b/2024-T
13.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Radio Złote Przeboje 93,2 FM)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 109.627 zł za decyzję Nr 617/K/2024-R
14.	Kaszubski Mariusz (LPU FM)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 4.214 zł za decyzję Nr DR-141/2024-1/836
15.	Marzec Marcin (Radio 92,9)	Rozłożenie na 5 rat opłaty w kwocie 29.455 zł za decyzję Nr DR-156/2024-1/839
16.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. (Radio Złote Przeboje 92,8 FM)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 134.206 zł za decyzję Nr 624/K/2024-R
17.	Telewizja POLSAT Sp. z o.o. (Polsat 1)	Rozłożenie na 10 rat opłaty w kwocie 2.762 zł za decyzję Nr 626/K/2024-TK
18.	Radio Bartoszyce Sp. z o.o. (Radio Bartoszyce)	Rozłożenie na 3 raty opłaty w kwocie 351 zł za decyzję Nr DR-172/2024-3/705

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 17. Wykaz postępowań w sprawie ulg stosowanych na podstawie ustawy o finansach publicznych

Lp.	Nr decyzji/ uchwały	Nazwa nadawcy (nazwa programu)	Rodzaj ulgi
1.	DR-67/2024-1/358/K	Białoruskie Centrum Informacyjne Sp. z o.o. („Białoruskie Radio Racja”)	Rozłożenie na 2 raty zaległej VI raty wynikającej z decyzji 358/K/2018-R
2.	DR-94/2024-9/739	Radio WNET Sp. z o.o. („Radio WNET”)	Odroczenie terminu spłaty zaległej VII raty, wynikającej z decyzji 739/2018-R
3.	DR-98/2024-3/513/K	Radio OKO Sp. z o.o. („Radio OKO”)	Rozłożenie na 8 rat, pozostałych do zapłacenia rat (III – V) wynikających z decyzji 513/K/2021-R
4.	DR-118/2024-1/555/K	Ewa Maria Błachowiak („RADIO GNIEZNO”)	Rozłożenie na cztery raty II raty opłaty wynikającej z decyzji 555/K/2023-R
5.	DR-142/2024	Fundacja Emanio Arcus („Bezpieczna Podróż”)	Odmowa rozłożenia na 24 raty IV rat wynikających z decyzji: 764/2020-R, 766/2020-R, 768/2020-R, 772/2020-R
6.	DR-143/2024	Fundacja Emanio Arcus („Bezpieczna Podróż”)	Odmowa umorzenia V rat wynikających z decyzji: 755/2019-R, 758/2019-R, 761/2020-R, 764/2020-R, 766/2020-R, 768/2020-R, 772/2020-R
7.	DR-144/2024	Fundacja Emanio Arcus („Bezpieczna Podróż”)	Umorzenie postępowania w sprawie rozłożenia na 24 raty IV rat wynikających z decyzji: 755/2019-R, 758/2019-R, 761/2020-R
8.	Uchwała nr 229/2024	Diecezja Gliwicka	Pozostawienie bez rozpoznania wniosku o umorzenie zaległości podatkowej

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 18 Wykaz decyzji w sprawie zmian programowych w koncesjach na naziemne rozpowszechnianie programu radiowego (zmiana nazwy bądź inne zmiany programowe).

Lp.	Nazwa nadawcy (nazwa programu, nr koncesji)	Treść
1.	Radio Rekord FM S.A. („Radio Rekord”, 830/2022-R)	Zmiana nazwy programu z „Radio Rekord Kielce” na „Radio Rekord”
2.	WPP Media Sp. z o.o. („Włocławek”, 817/2021-R)	Zmiana nazwy programu z „Włocławek po polsku” na „Włocławek”
3.	GRUPA RADIOWA AGORY Sp. z o.o. („Radio Złote Przeboje 103,6 FM”, 719/2018-R)	Wyłączenie okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
4.	Muzo.fm Sp. z o.o. („„Eska ROCK”, 527/K/2022-R)	Zmiana nazwy programu z „muzo.fm” na „Eska ROCK”
5.	Nadawca Sp. z o.o. („ESKA ROCK Warszawa”, 363/K/2019-R)	Zmiana nazwy programu z „ESKA ROCK” na „Eska ROCK Warszawa”
6.	Radio Bartoszyce Sp. z o.o. („Radio Bartoszyce”, 705/2018-R)	Zmiana nazwy programu z „ESKA Bartoszyce” na „Radio Bartoszyce”
7.	Radio CCM Sp. z o.o. („ESKA Południe”, 480/K/2021-R)	Zmiana nazwy programu „Radio CCM” na „ESKA Południe”
8.	Radio ESKA S.A. („ESKA Ostrzeszów”, 620/2015-R)	Wyłączenie okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
9.	Radio ESKA S.A. („ESKA Kraśnik”, 723/2018-R)	Wyłączenie okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
10.	Stowarzyszenie Rozwoju Rozgłośni Radiowej w Elblągu („ESKA Braniewo”, 746/2019-R)	Wyłączenie okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
11.	MCC GROUP Sp. z o.o. („Radio FEST”, 362/K/2019-R)	Odmowa uchylecia obowiązkowego udziału muzyki chrześcijańskiej w programie
12.	Radio GO Sp. z o.o. („VOX FM Gorzów”, 595/2015-R)	Wyłączenie okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
13.	Radio ESKA S.A. („Eska 106,6”, 343/K/2018-R)	Odmowa wyłączenia okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
14.	Radio ESKA S.A. („ESKA Siedlce”, 321/K/2018-R)	Odmowa wyłączenia okresu wakacyjnego (tj. lipca i sierpnia) z rozliczania udziału tematyki lokalnej w programie
15.	Radio REKORD FM S.A. („RADIO REKORD Mazowsze”, 753/2019-R)	Odmowa zmniejszenia udziału warstwy słownej i tematyki lokalnej w programie

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 19 Szczegółowa informacja o liczbie abonentów w 2024 roku

Według ewidencji Poczty Polskiej, na dzień 31 grudnia 2024 r. było zarejestrowanych 4 742,3 tys. abonentów, w tym abonentów instytucjonalnych 238,1 tys.:

- abonenci użytkujący odbiornik telewizyjny lub radiofoniczny i telewizyjny – 4 503,3 tys.;
- abonenci użytkujący odbiornik radiofoniczny – 239,0 tys.

W 2024 roku w porównaniu do poprzedniego roku nastąpił:

- spadek o 21,4 tys. liczby abonentów - osób fizycznych;
- spadek o 5,5 tys. liczby abonentów instytucjonalnych.

Liczba abonentów z zarejestrowanymi odbiornikami rtv zmniejszyła się o 26,9 tys. Ponadto nastąpił wzrost liczby abonentów zwolnionych z opłat abonamentowych o 94,7 tys.

Na 12 500 tys. gospodarstw domowych w Polsce¹⁶⁵ 92,7% posiada odbiorniki telewizyjne¹⁶⁶.

Według stanu na 31 grudnia 2024 r.¹⁶⁷ zarejestrowane odbiorniki rtv miało:

- 4 504,2 tys. (38,8%) gospodarstw domowych w Polsce,

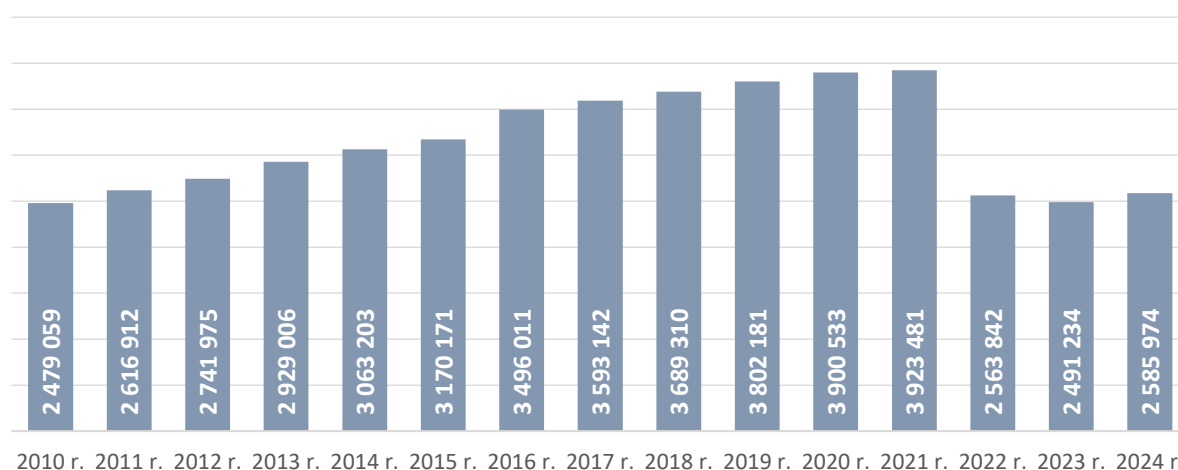
spośród których:

- 2 585,9 tys. (57,8%) abonentów było zwolnionych z wnoszenia opłat.

Pozostali, czyli 2 156,4 tys. w tym 1 918,3 tys. gospodarstw domowych i 238,1 tys. abonentów instytucjonalnych, powinni terminowo wnosić opłaty.

Na koniec 2024 r. opłaty uregulowało jedynie 691,9 tys. zobowiązanych (32%) – w tym 453,8 tys. gospodarstw domowych i 238,1 tys. abonentów instytucjonalnych.

Załącznik nr 20 Liczba osób zwolnionych z wnoszenia opłat abonamentowych w latach 2010 – 2024



Źródło: na podstawie sprawozdania Poczty Polskiej I.9 Sprawozdanie ze stanu abonentów radia i telewizji w 2024 r.

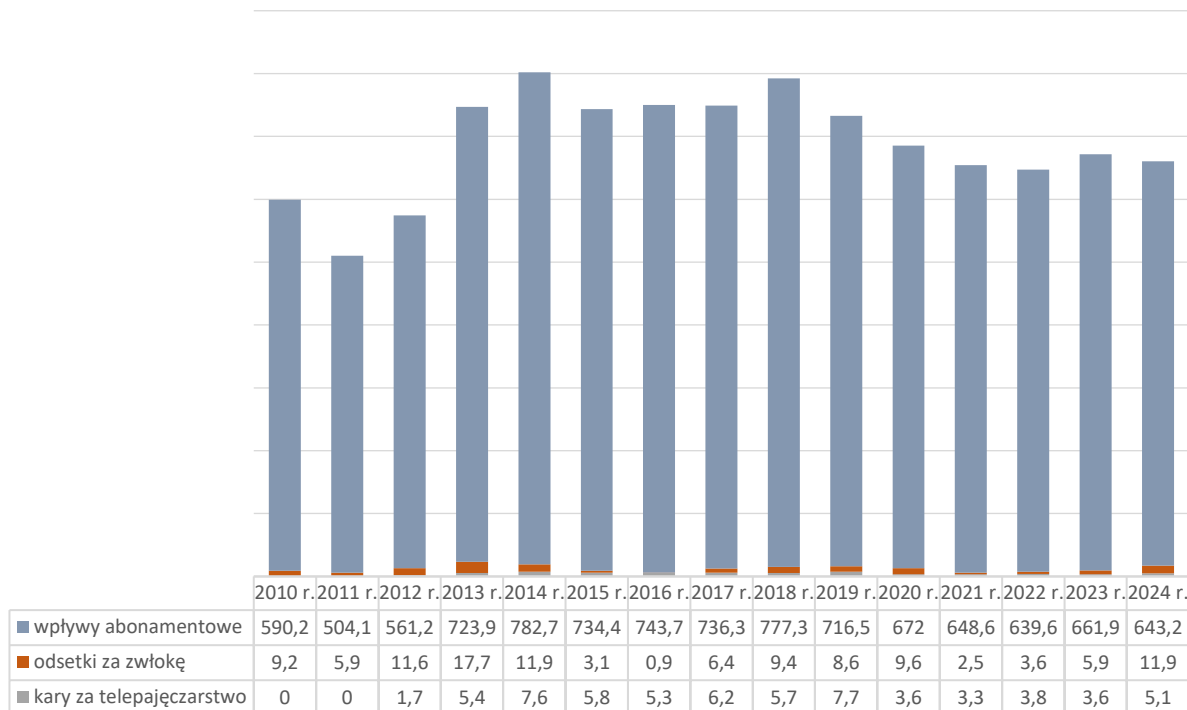
¹⁶⁵ Według danych GUS, zgodnie ze spisem powszechnym z 2021 r.

¹⁶⁶ Według danych Badania założycielskiego Krajowego Instytutu Mediów, 2024.

¹⁶⁷ Por. sprawozdanie Poczty Polskiej: I.9 Sprawozdanie ze stanu abonentów radia i telewizji na dzień 31 grudnia 2024 r.

Załącznik nr 21 Pozyskane wpływy abonamentowe oraz pozaabonamentowe w latach 2010-2024

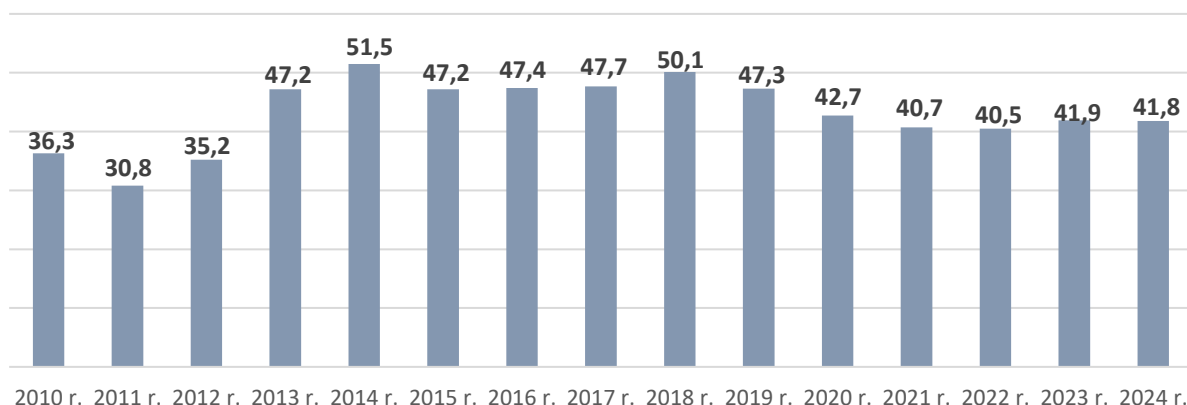
(w mln zł)



Źródło: Biuro KRRiT na podstawie comiesięcznych sprawozdań Poczty Polskiej: „Zestawienie zbiorczeh pobranych opłat za używanie odbiorników radiowych lub telewizyjnych za dany miesiąc wraz z zestawieniami cząstkowymi w podziale na województwa” z lat 2010-2024.

Załącznik nr 22 Poczta Polska – prowizja pobrana w latach 2010-2024

(w mln zł)



Źródło: Biuro KRRiT na podstawie comiesięcznych sprawozdań Poczty Polskiej: „Zestawienie zbiorczeh pobranych opłat za używanie odbiorników radiowych lub telewizyjnych za dany miesiąc wraz z zestawieniami cząstkowymi w podziale na województwa” z lat 2010-2024.

Załącznik nr 23 Wykonanie dochodów budżetowych za okres od 1.01.-31.12.2024 r.

Treść	Plan finansowy na 2024 r.	Wykonanie	Różnica	%
			kol. 3-2	kol. (3:2)
	tys. zł			
1	2	3	4	5
Ogółem cz. 09 - KRRiT, w tym:	44 380	61 296,1	16 916,1	138,1%
dział 751, rozdział 75101 Urzędy naczelných organów władzy państwowej, kontroli i ochrony prawa	44 380	61 296,1	16 916,1	138,1%
§0570 Wpływy z tytułu grzywien, mandatów i innych kar pieniężnych od osób fizycznych	0	57,4	57,4	0,0%
§0580 Wpływy z tytułu grzywien, mandatów i innych kar pieniężnych od osób prawnych i innych jednostek organizacyjnych	300	1 270,3	970,3	423,4%
§0590 Wpływy z opłat za koncesje i licencje	37 360	53 571,6	16 211,6	143,4%
§0630 Wpływy z tytułu opłat i kosztów sądowych oraz innych opłat uiszczanych na rzecz Skarbu Państwa z tytułu postępowania sądowego i prokuratorskiego	30	48,8	18,8	162,5%
§0640 Wpływy z tytułu kosztów egzekucyjnych, opłaty komorniczej i kosztów upomnień	1	1,3	0,3	131,7%
§0690 Wpływy z różnych opłat w tym: - opłaty za wpisy do rejestru programów rozprowadzanych oraz programów rozpowszechnianých wyłącznie w systemie teleinformatycznym, - zwrot kosztów postępowania administracyjnego,	280	327,0	47,0	116,8%
§0870 Wpływy ze sprzedaży składników majątkowych	0	0,2	0,2	0,0%
§0880 Wpływy z tyt. opłat prolongacyjnych	6 326	5 749,3	- 576,7	90,9%

Treść	Plan finansowy na 2024 r.	Wykonanie	Różnica	%
			kol. 3-2	kol. (3:2)
	tys. zł			
1	2	3	4	5
§0910 Wpływy z odsetek od nieterminowych wpłat z tytułu podatków i opłat	80	189,9	109,9	237,4%
§0920 Pozostałe odsetki	0	1,0	1,0	0,0%
§0940 Wpływy z rozliczeń/zwrotów z lat ubiegłych	0	14,9	14,9	0,0%
§0950 Wpływy z tytułu kar i odszkodowań wynikających z umów	1	63,9	62,9	6392,7%
§0970 Wpływy z różnych dochodów w tym: - wpływy z tytułu wynagrodzenia dla płatnika z tytułu wykonywania zadań określonych przepisami prawa	2	0,5	- 1,5	24,5%

Źródło: Biuro KRRiT

Załącznik nr 24 Wykonanie wydatków budżetowych KRRiT w podziale na paragrafy oraz pozycje w paragrafach za okres 1.01. - 31.12.2024 r.

§§	Plan finansowy po zmianach	Wykonanie	% kol 4:2
1.	2.	3.	4.
WYDATKI BUDŻETOWE, OGÓŁEM dział 751, rozdział 75101, z tego:	91 164,0	86 408,6	94,8%
1. Świadczenia na rzecz osób fizycznych, z tego:	118,0	32,3	27,4%
§ 3020 Wydatki osobowe niezaliczone do wynagrodzeń	115,0	32,0	27,8%
§ 3030 Różne wydatki na rzecz osób fizycznych	3,0	0,3	10,0%
2. Wydatki bieżące jednostek budżetowych, z tego:	89 036,0	85898,9	96,5%
§ 4010 Wynagrodzenia osobowe pracowników	19 414,3	19 383,1	99,8%
§ 4040 Dodatkowe wynagrodzenie roczne	963,7	963,7	100,0%
§ 4110 Składki na ubezpieczenia społeczne	3 562,0	3 185,8	89,4%
§ 4120 Składki na Fundusz Pracy oraz Fundusz Solidarnościowy	508,0	334,3	65,8%
§ 4140 Wpłaty na Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych	159,0	158,0	99,4%
§ 4710 Wpłaty na PPK finansowane przez podmiot zatrudniający	244,0	221,6	90,8%
§ 4000 Grupa wydatków bieżących jednostki z tego:	60 724,0	59 055,2	97,3%
1) § 4210 Zakup materiałów i wyposażenia	1 986,0	1 589,0	80,0%
2) § 4220 Zakup środków żywności	75,0	50,6	67,5%
3) § 4260 Zakup energii	499,0	376,7	75,5%
4) § 4280 Zakup usług zdrowotnych	20,0	12,2	61,0%
5) § 4300 Zakup usług pozostałych	54 613,0	53 977,2	98,8%
6) § 4360 Opłaty z tytułu zakupu usług telekomunikacyjnych	218,0	169,6	77,8%
7) § 4380 Zakup usług obejmujących tłumaczenia	97,0	66,8	68,9%
8) § 4390 Zakup usług obejmujących wykonanie ekspertyz, analiz i opinii	424,0	156,2	36,8%
9) § 4400 Opłaty za administrowanie i czynsze za budynki, lokale i pomieszczenia garażowe	2 792,0	2 656,9	95,2%

§§	Plan finansowy po zmianach	Wykonanie	% kol 4:2
1.	2.	3.	4.
§ 4090 Honoraria	3,0	-	0,0%
§ 4170 Wynagrodzenie bezosobowe	1 005,0	762,6	75,9%
§ 4190 Nagrody konkursowe	250,0	60,5	24,2%
§ 4270 Zakup usług remontowych	456,0	313,0	68,6%
§ 4410 Podróże służbowe krajowe	143,0	44,3	31,0%
§ 4420 Podróże służbowe zagraniczne	300,0	235,7	78,6%
§ 4430 Różne opłaty i składki	76,0	72,0	94,7%
§ 4440 Odpisy na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych	401,0	390,3	97,3%
§ 4480 Podatek od nieruchomości	13,0	11,5	88,5%
§ 4520 Opłaty na rzecz budżetu jednostek samorządu terytorialnego	211,0	210,3	99,7%
§ 4540 Składki do organizacji międzynarodowych	374,0	346,7	92,7%
§ 4580 Pozostałe odsetki	5,0	0,3	6,0%
§ 4610 Koszty postępowania sądowego i prokuratorskiego	95,0	55,8	58,7%
§ 4700 Szkolenia pracowników niebędących członkami korpusu służby cywilnej	129,0	93,9	72,8%
§ 4990	-	0,3	0,0%
3. Wydatki majątkowe	2 010,0	477,4	23,8%
§ 6060 Wydatki na zakupy inwestycyjne jednostek budżetowych	2 010,0	477,4	23,8%

Źródło: Biuro KRRiT



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

INFORMACJA

2024



**Informacja
o podstawowych problemach
radiofonii i telewizji
w 2024 roku**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji,
Warszawa, marzec 2025 r.

Krajowa Rada
Radiofonii i Telewizji

UCHWAŁA NR 95/2025
z dnia 19 marca 2025 roku

Na podstawie art. 9 ust. 1 w związku z art. 12 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2022 r. poz. 1722 i z 2024 r. poz. 96) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji

postanawia

1. Przyjąć *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 roku* stanowiącą załącznik do uchwały.
2. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 roku*:
 - Sejmowi RP,
 - Senatowi RP,
 - Prezydentowi RP.
3. Przedstawić *Informację o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2024 roku* Prezesowi Rady Ministrów.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
/ - / Maciej Świrski

Spis treści

Spis treści.....	4
1. Zagrożenia ładu medialnego i wolności słowa – wybrane przykłady.....	7
1.1. Negatywne skutki procesu likwidacji mediów publicznych	8
Problemy z realizacją misji publicznej.....	8
Drastyczne spadki oglądalności	9
Problemy finansowe mediów publicznych	14
1.2. Dezinformacja – mechanizmy, skutki i przeciwdziałanie	15
Dezinformacja i fake newsy: źródła, definicje, badania.....	15
Dezinformacja: mechanizmy szerzenia i technologie wspierające	20
Usuwanie i oznaczanie fałszywych informacji oraz problem z moderacją treści	23
Wpływ dezinformacji na zaufanie do rządu i mediów	25
Skutki dezinformacji.....	27
Integracja zaawansowanych narzędzi monitoringu i analizy.....	29
Przyszłość regulacji i adaptacja systemów prawnych	30
Skuteczna strategia walki z dezinformacją	31
1.3. Ryzyko wykorzystania Aktu o Usługach Cyfrowych jako narzędzia do tłumienia wolności słowa i manipulowania przestrzenią informacyjną	33
2. Widownia programów telewizyjnych w 2024 r.	36
3. Koncentracja na rynkach mediowych w 2023 r.	44
3.1. Telewizja	44
Widownia - rynek programów telewizyjnych ogółem	45
Widownia - rynek naziemnych programów telewizyjnych	46
Widownia - rynek programów satelitaro-kablowych	48
Widownia programów informacyjno-publicystycznych	50
Przychody reklamowe.....	52
Przychody reklamowe brokerów reklamy telewizyjnej	55
3.2. Radio	57
Audytorium programów radiowych.....	57
Przychody reklamowe w programach radiowych.....	59
Brokerzy reklamy radiowej	59
Przychody i koszty działalności nadawców radiowych – sprawozdania finansowe	60

3.3. Usługi audiowizualne na żądanie (VOD)	63
Korzystanie z VOD	63
VOD w modelu subskrypcyjnym	66
Wartość rynku płatnych serwisów VOD (SVOD)	66
3.4. Usługi płatnej telewizji	67
Abonenci płatnej telewizji (SAT+KAB+IPTV)	67
Abonenci cyfrowej telewizji satelitarnej	67
Abonenci telewizji kablowej oraz IPTV	68
Wartość rynku płatnej telewizji	68
3.5. Wnioski	69
4. Media lokalne, ich rola i problemy	70
Łączny zasięg telewizji lokalnych	70
Profil widzów telewizji lokalnych	71
Zasięgi telewizji lokalnych – dane ogólnopolskie (TOP 15)	72
Zasięgi telewizji lokalnych – dane dla województw (TOP 5)	73
Organizacja rynku rozgłośni lokalnych	77
Łączny zasięg rozgłośni lokalnych	77
Zasięgi rozgłośni lokalnych – dane dla województw (TOP 5)	78
5. Proponowane kierunki zmian legislacyjnych	82

1. Zagrożenia ładu medialnego i wolności słowa – wybrane przykłady

Jednym z najpoważniejszych zagrożeń pluralizmu i ładu medialnego w Polsce jest bezprawne przejęcie mediów publicznych pod koniec 2023 r., czego skutki obserwujemy do dzisiaj. Telewizja Polska, Polskie Radio i Polska Agencja Prasowa zostały formalnie postawione w stan likwidacji, co pozwoliło rządowi przejąć nad nimi pełną kontrolę. Władza, wykorzystując tę fikcyjną likwidację, zastąpiła dotychczasowe kierownictwo i struktury organizacyjne osobami lojalnymi wobec partii rządzących. W praktyce media publiczne stały się narzędziem propagandowym, promującym narrację prorządową i atakującym opozycję. Przykłady takich działań to jednostronne przedstawianie wydarzeń politycznych, ignorowanie tematów niewygodnych dla rządu oraz regularne kampanie dezinformacyjne wymierzone w opozycję i niezależnych dziennikarzy.

Rząd zastosował również mechanizmy ekonomiczne, które skutecznie ograniczyły przestrzeń dla niezależnych mediów. Media opozycyjne są regularnie zaszczuwane przez prorządowe media publiczne i komercyjne, które wspierają rządową narrację. Ponadto domy mediowe sprzyjające władzy odcinają opozycyjne redakcje od dochodów z reklam, co skutecznie ogranicza ich zdolność do funkcjonowania na rynku. Co więcej, Rada Ministrów przekierowała znaczną część budżetów reklamowych z państwowych spółek i instytucji, które wcześniej wspierały media publiczne, do mediów komercyjnych sprzyjających rządowi. Tym samym prorządowe media komercyjne czy portale internetowe sympatyzujące z władzą, otrzymują stały strumień funduszy, który pozwala im na dominację w przestrzeni medialnej.

Jednocześnie rząd, mimo deklarowanej likwidacji mediów publicznych, nadal dotuje je za pomocą funduszy publicznych, co stanowi formę nielegalnej pomocy publicznej. Dotacje te są wykorzystywane do utrzymania propagandowych treści w TVP i Polskim Radiu, co zapewnia rządowi stałą kontrolę nad ich przekazem. Jednocześnie trwają prace nad ustawą, która zakazałaby reklam w mediach publicznych, co dodatkowo zmarginalizowałoby ich potencjał finansowy, czyniąc je całkowicie zależnymi od państwowych dotacji. Taka regulacja, choć na pierwszy rzut oka mogłaby wyglądać jak działanie wspierające niezależność i przejrzystość, w rzeczywistości jeszcze bardziej umacniałaby monopol władzy nad mediami publicznymi.

Polska jest przykładem, jak można stworzyć iluzję pluralizmu, jednocześnie manipulując mediami w sposób, który uniemożliwia prawdziwą niezależność i różnorodność głosów. Działania takie, jak siłowe przejęcie mediów publicznych, niewpuszczanie dziennikarzy mediów konserwatywnych, np. TV Republika, na konferencje prasowe przedstawicieli rządu, ekonomiczne naciski na te media i manipulacje regulacjami prawnymi stanowią wzór ograniczania wolności mediów w systemach hybrydowych. W dłuższej perspektywie takie praktyki mogą prowadzić do dalszej konsolidacji władzy i marginalizacji niezależnych narracji.

1.1. Negatywne skutki procesu likwidacji mediów publicznych

Niezgodny z prawem proces likwidacji mediów publicznych w Polsce spowodował ich niepowetowane straty finansowe, organizacyjne i wizerunkowe.

Problemy z realizacją misji publicznej

Pod koniec grudnia 2023 r. i w 2024 r. nastąpiły problemy z realizowaniem misji publicznej przez TVP. Z przeprowadzonego przez KRRiT monitoringu wynika, że telewizja publiczna nie wywiązywała się z realizowania misji w pełnym zakresie, wynikającym z obowiązujących spółkę przepisów prawa, ponieważ od 20 grudnia 2023 r. nie rozpowszechniała programu TVP3 Regionalna i programów regionalnych tworzonych przez 16 oddziałów terenowych Telewizji Polskiej, TVP Info i TVP World. Ponadto nie dostarczała odbiorcom zaplanowanych głównych audycji informacyjnych, publicystycznych oraz usług, m.in. serwisów internetowych, a także stałej oferty w aplikacji TVP GO i VOD¹. Przed budynkami TVP w Warszawie i przed siedzibami oddziałów terenowych odbyły się obywatelskie manifestacje w obronie mediów publicznych i wolności słowa².

KRRiT opracowała obszerny, dwuczęściowy raport pod redakcją dr Agnieszki Glapiak na ten temat pt. „Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce”³. Opisują one zmiany w funkcjonowaniu TVP, Polskiego Radia i radiofonii regionalnej, działania likwidatorów, zdejmowanie z anten audycji i znanych prezenterów, co wywołało trudne do odrobienia spadki oglądalności, usuwanie artykułów, materiałów audio i wideo z portali internetowych, problemy z realizacją misji, zwalnianie dziennikarzy i pracowników.

Bardziej szczegółowe informacje dotyczące Kalendarium znajdują się w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

Spółki mediów publicznych postawione w stan likwidacji są przede wszystkim niepewne swojej przyszłości. Zastrzegają realizację zadań misyjnych pod warunkiem kontynuowania dalszej działalności⁴.

Zgodnie z obowiązującym prawem⁵, likwidatorzy spółek akcyjnych, a zatem likwidatorzy spółek mediów publicznych, które działają na podstawie art. 26 ustawy o radiofonii i telewizji wyłącznie w formie jednoosobowych spółek Skarbu Państwa, są zobowiązani do podjęcia czynności likwidacyjnych, w tym powinni zakończyć bieżące interesy i wszelkie przedsięwzięcia spółki. Nowe interesy likwidatorzy mogą podejmować tylko wówczas, gdy jest to potrzebne do ukończenia spraw rozpoczętych i pozostających w toku postępowania, a prowadzonych celem zlikwidowania spółki.

Należy podkreślić, że cele procesu likwidacji są sprzeczne z planowanymi na pięć lat kartami powinności spółek mediów publicznych. To jeden z czynników, który uniemożliwił zawarcie porozumień w sprawie uzgodnienia kart powinności na lata 2025-2029 pomiędzy nadawcami publicznymi a KRRiT. Drugim, istotnym argumentem, był brak regulacji prawnych zapewniających stałe

¹ Raport KRRiT, *Stopień realizacji misji publicznej przez TVP po 20 grudnia 2023 r. oraz straty oglądalności programów TVP i udziałów w rynku reklam od 20.12.2023 r. do 31.01.2024 r.*, <https://www.gov.pl/web/krrit/stopien-realizacji-misji-publicznej-przez-tvp-po-20-grudnia-2023-r-oraz-straty-ogladalnosci-programow-tvp-i-udzialow-w-rynku-reklam-od-20122023-r-do-31012024-r> [odsłona:11.02.2025 r.].

² Raport KRRiT: *Kalendarium likwidowania mediów publicznych w Polsce*, <https://www.gov.pl/web/krrit/komunikat-krrit-na-temat-publikacji-raportu-o-likwidowaniu-mediow-publicznych> [odsłona:18.02.2024 r.].

³ Raport KRRiT: *Kalendarium likwidowania mediów...*, art. cyt.

⁴ Dane własne KRRiT z planów programowo-finansowych spółek mediów publicznych na 2025 r. i z projektów kart powinności na lata 2025-2029.

⁵ Art. 468 par. 1 Kodeksu spółek handlowych.

finansowanie ze środków publicznych innych niż środki abonamentowe, ponieważ wpływy z abonamentu tylko w części pokrywają koszty realizacji misji⁶.

Media publiczne to segment rynku, na który ustawa o radiofonii i telewizji nakłada szczególne obowiązki wobec państwa, społeczeństwa i kultury. Ustawa określa te obowiązki jako misję publiczną, wskazując na pewne zadania i powinności. Są one różnorodne: od technicznych i technologicznych, przez ochronę, konserwację i uzupełnianie archiwizowania zbiorów, po działalność programową, czyli dostarczanie całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki, które ma cechować pluralizm, wyważenie, bezstronność, innowacyjność, wysoka jakość i integralność przekazu.

Niestety ustawa o radiofonii i telewizji nie definiuje wskaźników jakościowych. W efekcie sposób ich realizacji jest dowolną interpretacją przez każdego z nadawców. Ustawodawca nie zadbał również o to, by stworzyć KRRiT możliwość (np. poprzez delegację ustawową do wydania stosownych rozporządzeń) interpretacji poszczególnych ww. terminów i wskazania metodologii stosowanej za ich pomocą przy ocenie programów. To pilne zadanie dla właściciela – Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, posiadającego inicjatywę ustawodawczą lub dla parlamentu.

Postulat ten, jak też pozostałe uwagi *de lege ferenda*, został zawarty w rozdziale „Proponowane kierunki zmian legislacyjnych” niniejszej *Informacji*.

Drastyczne spadki oglądalności

Po przywróceniu kanału informacyjnego TVP Info (zawieszenie emisji w dniach 20-29 grudnia 2023 r.) na antenie tej nastąpiły największe spadki oglądalności. Średnia oglądalność TVP Info wynosi zaledwie jedną czwartą z okresu przed 20 grudnia 2023 roku i nie przekracza 100 tys. widzów. Największe tąpnięcie nastąpiło w dniach 20-31 grudnia 2023 roku, gdy oglądalność w porównaniu z tym samym okresem 2022 roku spadła o 92%.

W styczniu 2024 r. TVP Info straciła niemal 70% widzów, a w październiku 2024 roku miała nawet 77% widzów mniej w porównaniu do roku 2023.

⁶ Komunikat KRRiT z 13 listopada 2024 r. o odmowie upoważnienia przewodniczącego KRRiT do zawarcia porozumień ws. ustalenia kart powinności spółek mediów publicznych na lata 2025-2029, <https://www.gov.pl/web/krrit/krrit-jednoglosnie-odmowila-upowaznienia-przewodniczacego-macieja-swirskiego-do-zawarcia-porozumienia-w-sprawie-ustalenia-kart-powinnosci-mediow-publicznych-na-lata-2025--2029> [odstona:11.02.2025 r.].

Tabela 1. Oglądalność TVP Info w latach 2023 - 2024

AMR - Średnia Oglądalność Minutowa				
	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
STYCZEŃ	277 613	91 264	-186 349	-67%
LUTY	294 277	78 009	-216 268	-73%
MARZEC	272 282	72 432	-199 850	-73%
KWIECIEŃ	236 432	63 028	-173 404	-73%
MAJ	240 053	63 169	-176 884	-74%
CZERWIEC	264 845	63 248	-201 597	-76%
LIPIEC	261 289	64 264	-197 025	-75%
SIERPIEŃ	265 651	61 141	-204 510	-77%
WRZESIEŃ	268 945	105 944	-163 001	-61%
PAŹDZIERNIK	330 388	74 517	-255 871	-77%
LISTOPAD	338 465	80 689	-257 776	-76%
GRUDZIEŃ	227 223	85 754	-141 469	-62%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Spadki oglądalności dotyczą też poszczególnych audycji informacyjnych nadawanych na antenach TVP.

Wg danych AGB Nielsen Media Research, czołowy serwis informacyjny TVP „19.30” stracił - w zależności od miesiąca - od 30 do ponad 40% widzów. Dramatyzm sytuacji jeszcze lepiej uświadamiają liczby widzów: serwis „19.30” w styczniu 2024 roku miał niemal 800 tys. widzów mniej niż „Wiadomości”, w lutym i marcu było to ok. 950 tys. widzów mniej, a w listopadzie i grudniu ponad milion widzów mniej niż „Wiadomości” w porównywalnym okresie.

Tabela 2. Oglądalność „Wiadomości” vs „19.30” w latach 2023-2024

AMR - Średnia Oglądalność Minutowa				
STYCZEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 651 235	1 901 986	-749 249	-28%
LUTY	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 650 514	1 676 460	-974 054	-37%
MARZEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 574 233	1 618 900	-955 333	-37%
KWIECIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 233 013	1 466 506	-766 507	-34%
MAJ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 085 194	1 318 412	-766 782	-37%
CZERWIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 050 415	1 268 112	-782 303	-38%
LIPIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 014 336	1 158 523	-855 813	-42%
SIERPIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 100 115	1 265 793	-834 322	-40%
WRZESIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 335 797	1 619 410	-716 387	-31%
PAŹDZIERNIK	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 780 680	1 593 546	-1 187 134	-43%
LISTOPAD	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 698 492	1 583 929	-1 114 563	-41%
GRUDZIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 866 537	1 605 863	-1 260 674	-44%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research. Dane dotyczą emisji „Wiadomości” i „19.30” łącznie na antenach: TVP 1, TVP Info, TVP Polonia

„Panorama” - główny serwis informacyjny TVP2 nadawany od lat o godz. 18.00 zniknął z anteny 20 grudnia 2023 roku. Przywrócono go dopiero 10 stycznia 2024 roku, jednocześnie przeniesiono czas jego emisji na godz. 22.00. Potem wprowadzono kolejne zmiany pory nadawania, a na początku września 2024 roku „Panorama” została zdjęta z anteny TVP2, na której była obecna przez ponad 30 lat i przeniesiona do TVP Info.

Wg danych AGB Nielsen Media Research „Panorama” miała w 2024 roku średnio ponad 70% widzów mniej niż rok wcześniej. W 2024 roku względem 2023 roku straciła ponad milion widzów. Częste zmiany pory emisji w ciągu roku nie dają szansy na poprawę tych wskaźników.

Tabela 3. Oglądalność „Panoramy” w latach 2023-2024

AMR - Średnia Oglądalność Minutowa				
STYCZEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 589 120	546 007	-1 043 113	-66%
LUTY	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 637 218	460 063	-1 177 155	-72%
MARZEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 487 012	424 757	-1 062 255	-71%
KWIECIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 251 188	461 929	-789 259	-63%
MAJ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 145 394	493 237	-652 157	-57%
CZERWIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 143 645	346 799	-796 846	-70%
LIPIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 148 940	407 222	-741 718	-65%
SIERPIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 199 914	401 591	-798 323	-67%
WRZESIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 193 916	778 012	-415 904	-35%
PAŹDZIERNIK	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 552 055	316 150	-1 235 905	-80%
LISTOPAD	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 644 090	369 526	-1 274 564	-78%
GRUDZIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 621 312	372 668	-1 248 644	-77%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research. Dane dotyczą emisji „Panoramy” łącznie na antenach: TVP 2, TVP Info, TVP Polonia.

„Teleexpress” wznowił emisję 4 stycznia 2024 roku i także ten serwis zanotował ogromne straty oglądalności. Średnio ma o jedną trzecią widzów mniej. Liczbowo jest to od niemal 500 do ponad 800 tys. widzów mniej.

Tabela 4. Oglądalność „Teleexpressu” w latach 2023-2024

AMR - Średnia Oglądalność Minutowa				
STYCZEŃ ⁷	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 583 604	1 970 505	-613 099	-24%
LUTY	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 434 214	1 676 298	-757 916	-31%
MARZEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 159 258	1 521 188	-638 070	-30%
KWIECIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 881 582	1 307 128	-574 454	-31%
MAJ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 711 684	1 199 938	-511 746	-30%
CZERWIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 671 826	1 356 909	-314 917	-19%
LIPIEC	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 648 290	1 171 539	-476 751	-29%
SIERPIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 697 960	1 131 515	-566 445	-33%
WRZESIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	1 772 583	1 299 157	-473 426	-27%
PAŹDZIERNIK	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 114 142	1 389 089	-725 053	-34%
LISTOPAD	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 507 099	1 669 841	-837 258	-33%
GRUDZIEŃ	2023	2024	ZMIANA	ZMIANA %
	2 476 066	1 663 017	-813 049	-33%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

⁷ Dane nie dotyczą 1, 2 i 3 stycznia 2024 roku, bowiem 4 stycznia 2024 nastąpiło wznowienie emisji po trwającej od 20 grudnia 2023 roku przerwie.

Problemy finansowe mediów publicznych

Ogromnym wyzwaniem dla nadawców jest brak stabilności finansowej, który stawia media publiczne przed dylematem: misja czy komercja oraz nie ułatwia bezstronności i pełnienia funkcji kontroli społecznej oraz uniezależnienia się od wpływów politycznych. Dodatkowo, silna konkurencja na rynku medialnym w Polsce stawia media publiczne pod nieustanną presją walki o odbiorców.

Przewidywana tendencja spadkowa wpływów z opłat abonamentowych oraz obowiązujący, dysfunkcyjny system finansowania mediów publicznych stwarzają liczne problemy.

Kosztownym i wieloaspektowym wyzwaniem jest sprostanie technologicznym zmianom w dobie cyfryzacji, sztucznej inteligencji, mediów społecznościowych i platform streamingowych. Publiczni nadawcy szukają sposobów, jak dotrzeć do młodych ludzi, którzy nie potrzebują tradycyjnego radia i telewizji. Przyszłość mediów publicznych zależy w dużej mierze od adaptacji technologii i stworzenia propozycji programowych, które są zgodne z oczekiwaniami i nawykami odbiorców. Niemniej ich rola w realizacji misji publicznej, zapewnieniu społeczeństwu rzetelnych i najświeższych informacji, wspierania tożsamości kulturowej i narodowej, pozostaje nieoceniona.

Dlatego wiele argumentów przemawia za tym, że media publiczne, postrzegane jako dobro społeczne, powinny być dostępne dla każdego obywatela i finansowane ze środków publicznych w jasno określony, uregulowany prawnie sposób.

Działania ustawodawcy, który w latach 2017-2023 finansował media publiczne środkami z rekompensat za utracone wpływy abonamentowe, wynikające ze zwolnienia z obowiązku płacenia abonamentu radiowo-telewizyjnego, można ocenić jako doraźne. Co ważne, rekompensaty znacząco poprawiły kondycję finansową spółek mediów publicznych, ale nie rozwiązały problemów wynikających z braku stabilności i przewidywalności przekazywania środków finansowych na realizację misji publicznej.

W 2024 r. spółki nie otrzymały rekompensaty. Wskutek siłowo wprowadzanych zmian w mediach publicznych, 23 grudnia 2023 r. Prezydent RP Andrzej Duda, „wobec rażącego łamania Konstytucji i zasad demokratycznego państwa prawa”⁸, podjął decyzję o zawetowaniu ustawy o budżecie na rok 2024, która przewidywała kwotę 3 mld zł dla mediów publicznych. Prezydent podkreślił, że media publiczne „trzeba najpierw rzetelnie i zgodnie z prawem naprawić”⁹. W 2024 r. spółki mediów publicznych postawione w stan likwidacji otrzymały dofinansowanie ze środków budżetu państwa, łącznie
ponad
2 mld zł w formie dotacji celowych¹⁰.

Krajowa Rada w 2024 roku przekazała na realizację zadań misyjnych dla nadawców publicznych 620 mln zł wpływów abonamentowych zaplanowanych na 2024 rok. Ponadto, w związku z powodzią na terytorium Polski i stanem klęski żywiołowej, KRRiT przekazała spółkom publicznej radiofonii i telewizji środki z nadwyżki powstałej w 2022 r. w wysokości 22,3 mln zł. Telewizja Polska została

⁸ Komentarz prezydenta wobec zawetowania ustawy budżetowej,
<https://www.prezydent.pl/aktualnosci/wydarzenia/weto-ustawy-okolobudzetowej-i-zapowiedz-prezydenckiej-ustawy>,
[odsłona:11.01.2025 r.].

⁹ Tamże.

¹⁰ Dane na podstawie BIP i informacji ze stron internetowych spółek mediów publicznych o dotacjach celowych MKiDN na Zapewnienie kontynuowania dofinansowania ustawowych zadań związanych z realizacją misji publicznej w 2024 roku określonej w art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U.z 2022 r., poz. 1722 oraz z 2024 r. poz. 96) przez przyznanie dotacji celowej, o której mowa w art. 31 ust. 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

zobowiązana do przekazania 70% otrzymanych środków na tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych w oddziałach terenowych.

Według prognozy KRRiT wpływy abonamentowe w 2025 r. będą mniejsze niż w 2024 r. i wyniosą 605 mln zł. Rada podzieliła prognozowane środki dla 19 spółek, dla Telewizji Polskiej 308,4 mln zł (51%), dla Polskiego Radia 148,3 mln zł (24,5 %) oraz dla spółek radiofonii regionalnej 148,3 mln zł (24,5 %). Również w 2025 r. wpływy z opłat abonamentowych nie wystarczą, aby w całości sfinansować koszty misji wskazywane przez spółki mediów publicznych w planach programowo-finansowych na 2025 r.

W listopadzie 2024 r., mimo pozytywnej oceny sposobów wypełniania zadań misyjnych zawartych w kartach powinności na lata 2025-2029 przekazanych przez spółki mediów publicznych, Krajowa Rada uznała, że podobnie jak w 2019 r., przedstawione szacunkowe koszty realizacji tych powinności uniemożliwiają ich sfinansowanie z dostępnych środków publicznych. KRRiT przewidywała, że w każdym roku obowiązywania kart powinności na lata 2025-2029, analogicznie do trudnej sytuacji finansowej mediów publicznych, wystąpią znaczne niedobory tych środków. Ponadto założenia, że przychody nadawców publicznych w kolejnych latach obowiązywania kart powinności będą pochodzić z dotacji z budżetu państwa, bez wyraźnej podstawy prawnej, KRRiT uznała za nieuzasadnione. Analiza wykazała, że na pełną realizację zadań misji publicznej w okresie pięciu lat, w kształcie określonym w kartach na lata 2025-2029, brakuje prawie 15 mld zł. W aktualnie obowiązującym systemie prawnym określającym finansowanie mediów publicznych, brak jest regulacji zapewniających stałe finansowanie ze środków publicznych innych niż środki abonamentowe.

Ponadto ustalanie kart powinności stoi w sprzeczności z celami procesu likwidacji spółek mediów publicznych. Do czasu przywrócenia stanu prawnego spółek mediów publicznych zgodnego z ustawą o radiofonii i telewizji, zwłaszcza w świetle wyroku Trybunału Konstytucyjnego z dnia 18 stycznia 2024 r. w sprawie K 29/23 oraz pozorności postępowań likwidacyjnych jednostek publicznej radiofonii i telewizji, a także zapewnienia wystarczającego i stabilnego finansowania misji publicznej ze środków publicznych, brak jest podstaw do ustalenia kart powinności jednostek publicznej radiofonii na lata 2025-2029.

Podsumowując, istnieje pilna potrzeba opracowania nowego systemu finansowania mediów publicznych, który zapewni nadawcom stabilność finansową i będzie w wystarczającym stopniu pokrywał koszty zadań realizujących misję publiczną, ponieważ finansowanie mediów publicznych ze środków publicznych jest jednym z warunków pozwalających na ich działalność programowo-nadawczą.

1.2. Dezinformacja – mechanizmy, skutki i przeciwdziałanie

Dezinformacja i fake newsy: źródła, definicje, badania

W świecie, w którym informacja rozprzestrzenia się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, prawda staje się coraz bardziej ulotna. Fake newsy i dezinformacja nie są już tylko narzędziem propagandy, ale realnym zagrożeniem dla demokracji, stabilności społecznej i gospodarki. Fałszywe treści manipulują opinią publiczną, wpływają na wybory, wywołują chaos i polaryzację.

Dezinformacja nie jest przypadkowym zjawiskiem, lecz precyzyjnie zaplanowaną strategią, która wykorzystuje algorytmy mediów społecznościowych, emocjonalne oddziaływanie treści oraz psychologiczne mechanizmy odbiorców. Fake newsy są często konstruowane w sposób zapewniający im maksymalną viralowość, dzięki czemu mogą dotrzeć do milionów użytkowników w krótkim czasie.

Współczesne środowisko medialne sprzyja rozprzestrzenianiu fałszywych informacji, które mogą wpływać na debatę publiczną, kształtować opinie polityczne i destabilizować społeczeństwo. Główne mechanizmy stojące za tym procesem obejmują media społecznościowe, portale pseudo-informacyjne, boty internetowe oraz manipulację danymi.

Media społecznościowe, takie jak Facebook, X, TikTok czy YouTube, stanowią jedno z głównych źródeł dezinformacji. Dzięki algorytmom promującym treści o wysokim zaangażowaniu, sensacyjne informacje mają większy zasięg niż rzetelne wiadomości. Istotnym kanałem szerzenia fałszywych treści są portale pseudo-informacyjne, które udają wiarygodne media, publikując zmanipulowane treści o charakterze clickbaitowym, mające na celu generowanie ruchu i zysków z reklam. Istotną rolę w rozprzestrzenianiu fake newsów odgrywają również boty i farmy trolli, czyli automatycznie generowane konta oraz zorganizowane grupy działające na rzecz określonych interesów, które masowo udostępniają zmanipulowane informacje, wpływając na opinię publiczną. Ważnym kanałem szerzenia dezinformacji są także aplikacje komunikacyjne, takie jak WhatsApp czy Telegram. Szyfrowane komunikatory pozwalają na masowe przekazywanie niezweryfikowanych informacji w zamkniętych grupach, co znacznie utrudnia ich weryfikację.

Dezinformacja wykorzystuje różnorodne techniki manipulacji treścią. Często stosowane są deepfake i inne formy manipulacji wizualnej, polegające na tworzeniu fałszywych zdjęć, filmów i nagrań audio. Innym popularnym mechanizmem jest zmiana kontekstu, czyli przedstawianie prawdziwych informacji w mylącym świetle, np. używanie starych zdjęć jako ilustracji dla aktualnych wydarzeń. Wiele fałszywych narracji bazuje również na tzw. cherry picking, czyli wybiórczym przedstawianiu faktów w taki sposób, aby pasowały do określonej narracji. Dezinformacja często wykorzystuje również falsyfikację danych, czyli manipulację statystykami i liczbami w celu wprowadzenia odbiorców w błąd. Na skuteczność nieprawdziwych treści wpływają także psychologiczne mechanizmy oddziaływania na odbiorców. Jednym z nich jest efekt potwierdzenia, polegający na tym, że ludzie chętniej wierzą w informacje, które zgadzają się z ich wcześniejszymi przekonaniami. Wpływ na rozprzestrzenianie się dezinformacji ma również efekt iluzorycznej prawdy – wielokrotne powtarzanie fałszywych informacji sprawia, że zaczynają one wydawać się prawdziwe. Fake newsy często bazują na narracji emocjonalnej, ponieważ informacje wywołujące silne emocje, takie jak strach, gniew czy oburzenie, są chętniej udostępniane przez użytkowników. Ważnym elementem dezinformacji jest również efekt autorytetu, czyli wykorzystywanie fałszywych ekspertów lub celebrytów do uwiarygodnienia treści.

Dezinformacja może przybierać różne formy – od typowych fake newsów, poprzez manipulację faktami, aż po obrazy, filmy i dźwięki, które w sposób podświadomy wpływają na odbiorców. Współczesna propaganda nie musi polegać na publikowaniu oczywistych kłamstw – wystarczy, że zmieni kontekst, zmanipuluje emocje lub poda półprawdę w atrakcyjnej, angażującej formie. W dobie mediów społecznościowych walka z dezinformacją nie polega już tylko na obalaniu kłamstw – wymaga zrozumienia mechanizmów manipulacji i edukacji użytkowników. Bo im bardziej przekonujące stają się fałszywe obrazy i nagrania, tym trudniej będzie odróżnić rzeczywistość od iluzji.

Główna różnica pomiędzy dezinformacją a manipulacją polega na zmianie znaczenia informacji:

- dezinformacja to celowe rozpowszechnianie fałszywych informacji, które są całkowicie nieprawdziwe lub wytworzone od podstaw: np. „szczepionki powodują autyzm” – całkowicie fałszywa informacja, nieoparta na żadnych dowodach;
- manipulacja polega na zmianie znaczenia prawdziwej informacji poprzez wybiórczą prezentację, zmianę kontekstu, pomijanie istotnych elementów lub przekształcanie danych: np. „wzrosła liczba dzieci z autyzmem po wprowadzeniu szczepień”. Choć faktycznie liczba diagnoz autyzmu wzrosła, nie oznacza to, że szczepienia są przyczyną. Jest to manipulacyjne sugerowanie fałszywego związku przyczynowo-skutkowego.

Treści manipulacyjne prowadzą zatem do fałszywych wniosków, np. poprzez:

- wybiórcze przedstawianie danych statystycznych – np. eksponowanie tylko tych informacji, które pasują do konkretnej narracji, przy jednoczesnym pomijaniu innych istotnych danych;
- manipulację nagłówkami – artykuł może zawierać prawdziwe informacje, ale jego tytuł sugeruje zupełnie inną interpretację wydarzeń, co wprowadza odbiorcę w błąd jeszcze przed przeczytaniem treści;
- zmianę kontekstu zdjęć i nagrań – prawdziwe materiały wizualne są przedstawiane w innej perspektywie czasowej lub geograficznej, co nadaje im fałszywe znaczenie.

W erze mediów społecznościowych obraz stał się jednym z najpotężniejszych nośników informacji, ale i dezinformacji. Zdjęcia, filmy oraz grafiki są obecnie łatwiej i szybciej udostępniane niż tekst, a ich przekaz trafia do odbiorców natychmiast, często wywołując silne emocje. Właśnie dlatego stanowią niezwykle skuteczne narzędzie manipulacji. Memy – humor jako broń w walce o narrację, często postrzegane jako niewinne treści rozrywkowe, w rzeczywistości pełnią istotną rolę w kształtowaniu opinii publicznej. Dzięki prostocie przekazu i viralowemu potencjałowi, mogą skutecznie podsuwać zmanipulowane treści, utrwalając fałszywe przekonania w sposób podprogowy. Ich moc tkwi w humorze i skrótowości, co sprawia, że użytkownicy chętnie je udostępniają, nie zastanawiając się nad ich autentycznością. Najczęściej spotykane techniki manipulacyjne w memach to ośmieszanie postaci publicznych poprzez wyrwane z kontekstu cytaty lub przerobione zdjęcia, które mogą zmieniać odbiór danej osoby lub wydarzenia. Obecne w memach są również zmanipulowane zestawienia danych, które przedstawiają fałszywe porównania, prowadząc odbiorców do błędnych wniosków. Niebezpieczeństwo memów polega na tym, że w przeciwieństwie do typowych fake newsów trudniej poddają się fact-checkingowi, a ich subiektywny i satyryczny charakter sprawia, że odbiorcy traktują je jako „niewinną zabawę”.

Deepfake to z kolei dezinformacja nowej generacji. Jeszcze groźniejsza, gdyż fałszywe nagrania wideo i audio generowane przez sztuczną inteligencję, mogą przedstawiać ludzi w sytuacjach, które nigdy nie miały miejsca. Technologia ta pozwala na podkładanie głosu, zmianę mimiki twarzy czy całkowitą podmianę obrazu, co sprawia, że granica między prawdą a fałszem staje się coraz bardziej rozmyta. Według raportu Reuters Institute 2024, deepfake stanowią jedno z największych zagrożeń dla globalnej przestrzeni informacyjnej, ponieważ ich wykrycie wymaga zaawansowanych narzędzi analitycznych. Im bardziej ta technologia się rozwija, tym trudniej odróżnić zmanipulowany materiał od rzeczywistego nagrania. Wykorzystuje się je m.in. do:

- podszywania się pod polityków i celebrytów – np. w fałszywych przemówieniach lub rzekomych wywiadach, które mogą wpływać na postrzeganie danej osoby;

- kreowania fałszywych dowodów w kampaniach politycznych, mających zdyskredytować przeciwników;
- manipulowania opinią publiczną poprzez tworzenie spreparowanych nagrań mających na celu destabilizację społeczną.

Deepfake dzięki zastosowaniu sieci neuronowych (głównie GAN – Generative Adversarial Networks)¹¹, umożliwia podmiannę twarzy, zmianę ruchu ust czy nawet generowanie głosu, tak by idealnie odwzorowywał prawdziwą osobę. Technologia deepfake umożliwia tworzenie nagrań, w których znane osoby mówią lub robią rzeczy, które nigdy nie miały miejsca. Początkowo rozwijana w celach rozrywkowych, szybko stała się potężnym narzędziem manipulacji, zagrażając wiarygodności przekazów medialnych. Deepfake są coraz częściej wykorzystywane do manipulacji politycznej i dezinformacji, co może destabilizować sytuację międzynarodową i wpływać na decyzje wyborcze. Deepfake mogą być także wykorzystywane w atakach na reputację osób publicznych¹², np. poprzez generowanie fałszywych nagrań kompromitujących celebrytów, polityków czy dziennikarzy.

Dzięki mediom społecznościowym, które działają jak akceleratory informacji, fake newsy mogą dotrzeć do milionów ludzi w ciągu kilku minut. Badania¹³ prowadzone przez Krajowy Instytut Mediów na zlecenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji pokazują, że prawie 36% Polaków zetknęło się z fałszywymi treściami wideo, a ponad 41% internautów uznało pewne informacje za zmanipulowane. Co gorsza, seniorzy oraz osoby mniej zaznajomione z mechanizmami manipulacji są szczególnie podatne na wpływ dezinformacji.

Problem nie tkwi jedynie w skali fałszywych informacji, ale w ich skuteczności. Efekt potwierdzenia, który sprawia, że ludzie chętniej wierzą w treści zgodne z ich poglądami, prowadzi do coraz większych podziałów społecznych. Tymczasem narzędzia takie jak deepfake, czy automatyczne boty, pozwalają tworzyć zmanipulowane materiały na niespotykaną dotąd skalę. Świadomość zagrożenia wciąż jest niewystarczająca. Tylko 2% internautów zgłasza fake newsy organizacjom fact-checkingowym, co pokazuje, że potrzeba znacznie większej edukacji w zakresie krytycznego myślenia i weryfikacji źródeł.

Raport Reuters Institute 2024¹⁴ jednoznacznie wskazuje, że dezinformacja i fake newsy stają się jednym z największych wyzwań współczesnego świata. Zmieniająca się dynamika mediów sprawia, że manipulacje informacyjne są coraz trudniejsze do wykrycia.

W Polsce problem ten jest szczególnie palący w kontekście wyborów oraz gorących debat społeczno-politycznych. Stronniczość mediów publicznych i prywatnych stała się jednym z kluczowych zarzutów wobec krajobrazu informacyjnego w kraju. W efekcie rośnie polaryzacja, a fake newsy znajdują podatny grunt w społeczeństwie coraz bardziej nieufnym wobec tradycyjnych źródeł informacji.

¹¹ Artykuł wyjaśnia koncepcję Generative Adversarial Networks (GAN) – techniki uczenia maszynowego stosowanej do generowania realistycznych obrazów, dźwięków i tekstów,
<https://www.geeksforgeeks.org/generative-adversarial-network-gan/>, [odsłona:03.03.2025].

¹² Artykuł omawia technologię deepfake oraz jej potencjalne zagrożenia dla społeczeństwa,
https://cyberprofilaktyka.pl/blog/deepfake-jak-sztuczna-inteligencja-moze-nas-oszukiwac_i40.html, [odsłona:03.03.2025].

¹³ Raport Krajowego Instytutu Mediów dotyczący zjawiska fake newsów,
<https://kim.gov.pl/2024/05/13/fake-newsy-raport-krajowego-instytutu-mediow> [odsłona:27.02.2025].

¹⁴ Raport deepfa to coroczne badanie dotyczące trendów w mediach, konsumpcji wiadomości i dezinformacji, publikowane na Uniwersytecie Oksfordzkim. W edycji 2024 uwagę poświęcono rozwojowi sztucznej inteligencji w dziennikarstwie, polaryzacji medialnej oraz rosnącemu sceptycyzmowi wobec tradycyjnych źródeł informacji.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>, [odsłona:27.02.2025].

Na skalę dezinformacji w Polsce wpływają nie tylko wewnętrzne podziały, ale również zagraniczne operacje informacyjne. Rosyjskie farmy trolli aktywnie ingerują w przestrzeń medialną, wykorzystując fałszywe narracje, zwłaszcza w kontekście wojny na Ukrainie. Ich działania celują w osłabianie zaufania do instytucji państwowych, mediów i organizacji międzynarodowych.

Choć świadomość zagrożeń dezinformacyjnych wśród Polaków rośnie, nadal wiele osób ma trudności z oceną wiarygodności źródeł. Media tradycyjne, czyli telewizja i radio, są często uznawane za bardziej rzetelne niż internet, choć ich wiarygodność jest coraz częściej kwestionowana ze względu na polityczne wpływy.

Dezinformacja dotyczy różnych sfer życia i w różnym stopniu wpływa na poszczególne grupy społeczne. Z badania KIM¹⁵, przeprowadzonego wśród Polaków powyżej 15. roku życia wynika, że polityka (65,7%) jest zdecydowanie najczęściej kojarzona z fake newsami. To właśnie ten obszar, kształtujący przyszłość kraju i decyzje wyborcze, wydaje się najbardziej podatny na manipulacje. Na kolejnych miejscach znalazły się życie celebrytów (56,4%), kwestie społeczne (50,9%), gospodarka (47,1%) oraz zdrowie (43%).

Percepcja dezinformacji różni się w zależności od płci, wykształcenia i wieku respondentów. Kobiety częściej zauważają fake newsy dotyczące życia celebrytów (62,7% vs. 49,5%), natomiast mężczyźni są bardziej wyczuleni na dezinformację związaną z finansami (45,8% vs. 34,5%) i ekonomią (43,2% vs. 30,0%).

Poziom wykształcenia ma kluczowy wpływ na zdolność rozpoznawania fake newsów. Wśród osób z wykształceniem wyższym 78,7% uważa, że polityka jest głównym obszarem dezinformacji, podczas gdy w grupie osób z niższym wykształceniem ten odsetek wynosi 51,3%. Podobne różnice widoczne są w odniesieniu do kwestii społecznych (60,7% vs. 45,2%). Co ciekawe, temat zdrowia jest jedynym obszarem, w którym osoby z niższym wykształceniem częściej dostrzegają fake newsy (37,5%) niż w innych dziedzinach, choć nadal rzadziej niż osoby z wykształceniem wyższym (54,7%).

Niezmiennie to internet pozostaje głównym źródłem fake newsów – wskazało go 59,7% respondentów. Jednak zaskakująco wysoką pozycję zajęła również telewizja (26%), co oznacza, że również tradycyjne media nie są wolne od manipulacji. Prasa (10,5%) i radio (3,1%) są postrzegane jako najmniej podatne na fake newsy.

Powyższe dane mają szczególne znaczenie w kontekście systematycznie spadającego zaufania do mediów wśród Polaków. Raport Reuters Institute 2024 pokazuje, że od 2015 r. poziom zaufania do mediów w Polsce zmniejszył się o 17 pkt. proc., co czyni nasz kraj jednym z najbardziej spolaryzowanych pod względem medialnym w Europie. Główne przyczyny tego trendu to polaryzacja polityczna, ingerencja rządu w media publiczne oraz rosnąca dominacja mediów społecznościowych jako źródła informacji. W efekcie, Polacy coraz częściej kwestionują rzetelność tradycyjnych serwisów informacyjnych i szukają zamiennych kanałów przekazu.

Przykładem coraz większej popularności alternatywnych źródeł informacji jest „Kanał Zero” na YouTube, który w krótkim czasie przyciągnął dużą liczbę subskrybentów i stał się jednym z najczęściej oglądanych niezależnych źródeł informacji. Trend ten pokazuje, że Polacy coraz częściej odwracają się od tradycyjnych mediów na rzecz platform, które postrzegają jako bardziej niezależne. Jednak popularność takich kanałów niesie ze sobą nowe ryzyka, m.in. większą podatność na dezinformację.

¹⁵ Na podstawie danych własnych Krajowego Instytutu Mediów.

Informacje na temat metodologii badań prowadzonych przez KIM znajdują się w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

Deinformacja: mechanizmy szerzenia i technologie wspierające

Jednym z kluczowych mechanizmów szerzenia fake newsów są algorytmy mediów społecznościowych, które promują treści wzbudzające silne emocje. To sprawia, że fake newsy często rozprzestrzeniają się szybciej niż rzetelne informacje. Bańki informacyjne i tzw. komory echa (echo chambers)¹⁶ dodatkowo potęgują problem, ponieważ personalizacja treści powoduje, że użytkownicy otrzymują wyłącznie informacje zgodne z ich przekonaniami, co wzmacnia efekt dezinformacji. Sensacyjny charakter treści dezinformujących sprawia, że są one konstruowane w sposób emocjonalny i kontrowersyjny, co zwiększa ich viralowy potencjał.

Ekspertiści analizujący mechanizmy dezinformacji wskazują, że komory echa szczególnie intensywnie działają w mediach społecznościowych¹⁷. Użytkownicy podążają za treściami publikowanymi przez osoby i organizacje, które podzielają ich poglądy, a algorytmy platform cyfrowych wzmacniają ten efekt poprzez sugerowanie podobnych treści. Powoduje to zamknięcie w kręgu określonych informacji i opinii, eliminując dostęp do alternatywnych źródeł. W efekcie odbiorcy funkcjonują w medialnym środowisku, które nie tylko ogranicza ich kontakt z różnorodnymi informacjami, ale także wzmacnia podziały społeczne. Komory echa prowadzą do radykalizacji poglądów oraz antagonizacji grup społecznych, sprzyjając konfliktom wynikającym z różnicy zdań. Powodują one umocnienie postawy „my” przeciwko „nim”, gdzie osoby spoza danej bańki informacyjnej są postrzegane jako obce, niegodne zaufania, a ich poglądy jako niewłaściwe lub wręcz zagrażające wartościom danej grupy. Funkcjonowanie w zamkniętych środowiskach medialnych niesie ze sobą poważne konsekwencje. Jednym z głównych zagrożeń jest podatność na manipulację informacyjną. Odbiorcy, którzy mają ograniczony dostęp do różnorodnych źródeł, stają się łatwiejszym celem dla fake newsów i propagandy. Media, kierując się komercyjnymi interesami, dostarczają użytkownikom treści zgodnych z ich oczekiwaniami, co może prowadzić do umacniania przekłamań i błędnych przekonań.

Bańki informacyjne i komory echa wpływają również na kształtowanie postaw społecznych i politycznych. Ograniczony dostęp do różnorodnych perspektyw sprawia, że odbiorcy przyjmują coraz bardziej skrajne stanowiska, tracąc zdolność do prowadzenia dialogu i konfrontowania swoich opinii z innymi punktami widzenia. W efekcie dochodzi do polaryzacji społecznej, wzrostu napięć i osłabienia kultury debaty publicznej.

Ekspertiści zajmujący się mediami i dezinformacją wskazują na kilka sposobów ograniczania wpływu baniek informacyjnych i komór echa¹⁸. Kluczowym elementem jest edukacja medialna, która uczy odbiorców, jak świadomie analizować treści i weryfikować informacje. Zachęcanie do korzystania z różnorodnych źródeł informacji oraz rozwój krytycznego myślenia pozwalają na lepsze zrozumienie medialnego krajobrazu i przeciwdziałanie manipulacji. Istotne jest także zwiększenie transparentności algorytmów stosowanych przez media społecznościowe oraz promowanie pluralizmu informacyjnego.

¹⁶ Komory echa – zjawisko oznaczające wzmacnianie jednostronnych przekazów poprzez wielokrotne powielanie tych samych informacji i opinii, bez możliwości ich krytycznej weryfikacji. W komorach echa treści są powtarzane przez różne źródła, co sprawia, że odbiorcy podobnie jak w przypadku baniek utwierdzają się w przekonaniu o ich prawdziwości.

¹⁷ Artykuł Vademecum Bezpieczeństwa Informacyjnego wyjaśnia zjawisko komory echa (echo chamber), czyli mechanizmu polegającego na wzmacnianiu określonych opinii i filtracji informacji w zamkniętych środowiskach <https://vademecumbezpieczenstwainformacyjnego.uken.krakow.pl/2020/03/10/echo-chamber/?>, [odsłona:03.03.2025].

¹⁸ Artykuł opisuje metody analizy sentymentu w mediach społecznościowych, czyli techniki wykorzystywane do oceny emocjonalnego wydźwięku treści publikowanych online oraz podkreśla znaczenie analizy sentymentu w wykrywaniu dezinformacji i hejtu w sieci. <https://www.mmediahouse.pl/analiza-sentymentu-w-mediach-spolecznosciowych/?>, [odsłona:03.03.2025].

Odbiorcy powinni być świadomi, że treści, które widzą w swoich kanałach informacyjnych, są wynikiem selekcji dokonywanej przez algorytmy, a nie obiektywnym odzwierciedleniem rzeczywistości.

Dezinformacja często wykorzystuje również autorytety i media – informacje rozpowszechniane przez znane osobistości i popularne portale medialne automatycznie zyskują większą wiarygodność i zasięg. Problemem jest również brak natychmiastowej weryfikacji treści – fake newsy często rozprzestrzeniają się błyskawicznie, podczas gdy ich sprostowania pojawiają się późno lub są ignorowane. Kolejną skuteczną metodą szerzenia dezinformacji jest łączenie faktów z propagandą, co sprawia, że trudno odróżnić prawdę od manipulacji.

Badanie przeprowadzone przez naukowców z Massachusetts Institute of Technology (MIT)¹⁹ w 2018 r. wykazało, że fałszywe informacje rozprzestrzeniają się w mediach społecznościowych znacznie szybciej niż prawdziwe wiadomości. Analiza obejmująca 126 tys. tweetów i 4,5 miliona udostępnień ujawniła, że fake newsy docierają do użytkowników nawet sześciokrotnie szybciej niż rzetelne informacje.

Wiele portali zarabia na fake newsach poprzez reklamy PPC (Pay-Per-Click)²⁰ i afiliacyjne (ang. affiliate marketing)²¹ – większa liczba odsłon generuje większe zyski. Niektóre strony, udające niezależne media, proszą użytkowników o wsparcie finansowe w postaci subskrypcji i donacji.

Boty mogą generować posty, lajkować treści, komentować oraz udostępniać informacje w celu sztucznego zwiększenia ich zasięgu. W polityce i mediach społecznościowych są wykorzystywane głównie do:

- masowego rozpowszechniania dezinformacji – boty pomagają zwiększać widoczność fake newsów i zmanipulowanych narracji;
- wpływania na algorytmy platform społecznościowych – masowe interakcje botów powodują, że określone tematy trafiają na listy trendów, nadając im większą wagę, niż faktycznie posiadają;
- polaryzacji społeczeństwa – poprzez promowanie skrajnych poglądów boty przyczyniają się do podziałów i radykalizacji użytkowników.

Astroturfing²² polega na symulowaniu oddolnego ruchu społecznego, np. poprzez fałszywe konta komentujące dany temat w sposób sugerujący masowe poparcie lub sprzeciw. Działania te skutecznie manipulują opinią publiczną, tworząc złudzenie konsensusu, nawet jeśli w rzeczywistości dane stanowisko nie ma szerokiego poparcia.

Raport *Computational Propaganda in Poland* Roberta Gorwy ujawnił, że boty i fałszywe konta odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu politycznej debaty w Polsce. Zauważona została znacząca

¹⁹ Badanie przeprowadzone przez naukowców z Massachusetts Institute of Technology (MIT) w 2018 r. dotyczące rozprzestrzeniania się fałszywych informacji w mediach społecznościowych, w szczególności na platformie X. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>, [odsłona:27.02.2025].

²⁰ To model reklamy internetowej, w którym reklamodawca płaci za każde kliknięcie w swoją reklamę. Oznacza to, że płatność nie jest pobierana za samo wyświetlenie reklamy, ale dopiero w momencie, gdy użytkownik faktycznie w nią kliknie. Reklama PPC najczęściej pojawia się w wyszukiwarkach (np. Google Ads) oraz na platformach społecznościowych (np. Facebook Ads). Działa na zasadzie aukcji – reklamodawcy licytują określone słowa kluczowe, a algorytmy decydują, która reklama zostanie wyświetlona użytkownikowi.

²¹ Reklama afiliacyjna to model marketingu internetowego, w którym partner (afiliant) promuje produkty lub usługi firmy w zamian za prowizję od sprzedaży, kliknięć lub innych akcji wykonanych przez użytkownika. Reklamodawca płaci tylko wtedy, gdy klient dokona zakupu, zapisze się do newslettera lub wykona inną określoną czynność.

²² Słownik Cambridge definiuje astroturfing jako sztuczne tworzenie pozorów oddolnego poparcia dla idei, produktu lub kampanii politycznej <https://dictionary.cambridge.org/pl/dictionary/english/astroturfing>, [odsłona:03.03.2025].

aktywność botów w polskim X. Konta powiązane z określonymi narracjami politycznymi generowały dużą część ruchu na platformie. Manipulacja weszła na wysoki poziom profesjonalizmu, już nie tylko indywidualne osoby, ale również organizacje polityczne i firmy marketingowe stosują boty do wpływania na debatę publiczną, co jasno wskazuje, że nie jest przypadkowym zjawiskiem, lecz strategicznym narzędziem walki politycznej i społecznej.

Również analizy raportu Reuters Institute pokazują, że zaufanie do mediów w Polsce spadło do 39%, co oznacza spory regres w porównaniu z latami wcześniejszymi. Spadek ten można powiązać z zalewem dezinformacji i botów. Odbiorcy nie są w stanie odróżnić autentycznych informacji od manipulacji, co prowadzi do ogólnej nieufności wobec źródeł informacji. Dodatkowo, fałszywe konta i astroturfing zwiększają podziały społeczne, co sprawia, że każda grupa odbiorców uznaje jedno źródło za „prawdziwe”, a drugie za „stronnicze”. Tym samym rośnie sceptycyzm wobec tradycyjnych mediów, a dezinformacja nie tylko podważa zaufanie do serwisów społecznościowych, ale także do gazet, telewizji i portali informacyjnych.

Analiza wyników obydwu raportów ujawnia mechanizm dezinformacyjnego błędnego koła – boty i fałszywe konta masowo rozprzestrzeniają zmanipulowane treści – astroturfing kształtuje narrację w społeczeństwie – odbiorcy przestają ufać mediom, widząc oskarżenia o stronniczość i dezinformację – spadek zaufania do mediów powoduje wzrost popularności alternatywnych źródeł informacji. Konkluzje dla świata mediów są jasne – konieczne jest stałe monitorowanie treści i prowadzenie rzetelnych badań nad zjawiskami w nich zachodzącymi.

Deepfake i AI stały się potężnymi narzędziami dezinformacji, umożliwiając tworzenie realistycznych fałszywych treści o ogromnym wpływie na społeczeństwo. Wykorzystywane są w polityce, mediach i cyberatakach. AI pozwala na automatyczne generowanie fake newsów na szeroką skalę, przez co dezinformacja osiągnęła nowy poziom zaawansowania. Obie technologie nie tylko utrudniają rozróżnienie prawdy od manipulacji, ale także pozwalają na masową produkcję fałszywych treści o potencjalnie katastrofalnych konsekwencjach.

Sztuczna inteligencja odgrywa kluczową rolę w automatyzacji produkcji dezinformacji. Algorytmy takie jak GPT-3, GPT-4 czy Bard mogą generować realistycznie brzmiące artykuły, które trudno odróżnić od rzetelnych treści. AI może tworzyć dezinformację na dużą skalę, przyczyniając się do manipulowania opinią publiczną:

- tworząc fałszywe artykuły – w eksperymentach przeprowadzonych przez badaczy OpenAI sztuczna inteligencja potrafiła generować fałszywe raporty z wydarzeń, które nigdy się nie odbyły, wzmacniając przekaz dezinformacyjny. Badania wykazały, że modele językowe, takie jak GPT-2, mogą generować realistyczne, ale fikcyjne artykuły na dowolny temat. Ze względu na potencjalne zagrożenia związane z dezinformacją, początkowo zdecydowano się nie udostępniać pełnej wersji GPT-2. Jednak później, po dalszych analizach, pełna wersja została opublikowana, co wywołało dyskusje na temat etycznego wykorzystania takich technologii²³;
- automatyzując profile trolli – AI pozwala tworzyć fałszywe konta na portalach społecznościowych, które publikują spreparowane treści, sterując nastrojami społecznymi. Sztuczna inteligencja jest wykorzystywana do tworzenia fałszywych kont w mediach

²³ Artykuł opisuje decyzję OpenAI o upublicznieniu pełnej wersji modelu GPT-2, mimo wcześniejszych obaw o jego potencjalne wykorzystanie do tworzenia dezinformacji i fałszywych treści. <https://mamstartup.pl/openai-zdecydowal-sie-wypuscic-pelna-wersje-algorytmu-gpt-2-do-generowania-tekstow>, [odsłona:03.03.2025].

społecznościowych. Departamenty policji w USA były szkolone w tworzeniu takich profili z wykorzystaniem AI, aby wspierać prowadzone dochodzenia. Te fałszywe konta, często wyposażone w realistyczne zdjęcia generowane przez AI, mogą być używane do monitorowania podejrzanych działań lub zbierania informacji²⁴;

- manipulując opiniami w mediach społecznościowych – boty AI komentują artykuły, rozprzestrzeniając zmanipulowane narracje w sposób trudny do wykrycia. AI jest również stosowana do generowania fałszywych komentarzy i treści w mediach społecznościowych w celu manipulowania opinią publiczną. OpenAI ujawniło przypadki, w których narzędzia takie jak ChatGPT były wykorzystywane do tworzenia fałszywych artykułów i komentarzy, mających na celu wpływanie na nastroje społeczne i szerzenie dezinformacji. Takie działania mogą prowadzić do polaryzacji społeczeństwa i destabilizacji politycznej.

Automatyzacja za pomocą AI sprawia, że produkcja fake newsów jest szybsza, tańsza i trudniejsza do wykrycia. Dodatkowo fałszywe treści mogą być dynamicznie dostosowywane do odbiorców, co zwiększa ich skuteczność. Raport firmy Originality.ai, specjalizującej się w wykrywaniu treści generowanych przez sztuczną inteligencję, ujawnia, że ponad 40% analizowanych postów na Facebooku zostało stworzonych przy użyciu AI. Analiza objęła 8 855 postów opublikowanych między listopadem 2018 a listopadem 2024 r., z których 41,18% nosiło znamiona treści wygenerowanych przez AI. Szczególnie zauważalny wzrost nastąpił po wprowadzeniu ChatGPT w 2023 r., kiedy liczba takich postów zwiększyła się ponad czterokrotnie. Raport podkreśla rosnący wpływ technologii AI na tworzenie treści w mediach społecznościowych, co rodzi pytania o autentyczność komunikacji online.

Usuwanie i oznaczanie fałszywych informacji oraz problem z moderacją treści

Platformy społecznościowe stosują różne mechanizmy mające na celu ograniczenie wpływu dezinformacji:

- Oznaczanie treści jako nieprawdziwych – Facebook i Instagram stosują ostrzeżenia na postach zawierających dezinformację. Takie treści mają ograniczony zasięg i są opatrzone linkami do zweryfikowanych informacji.
- System ostrzeżeń na X – przed usunięciem konta użytkownicy otrzymują ostrzeżenia za rozpowszechnianie dezinformacji. W przeszłości X stosował specjalne etykiety informujące, że dana treść może być nieprawdziwa.
- Demonetyzacja fake newsów – YouTube i Facebook ograniczają możliwość zarabiania na treściach zawierających dezinformację, odbierając twórcom dostęp do programów partnerskich.
- Blokowanie i usuwanie kont – farmy trolli i boty są regularnie usuwane, zwłaszcza w okresach wyborczych. W 2020 r. X usunął tysiące kont powiązanych z kampaniami dezinformacyjnymi z Chin i Rosji.
- Tymczasowe zawieszanie kont – użytkownicy, którzy wielokrotnie publikują fałszywe treści, mogą zostać tymczasowo zablokowani.

²⁴ Publikacja podkreśla, że rozwój AI umożliwia realistyczne generowanie postaci internetowych, co stanowi zarówno narzędzie operacyjne dla służb, jak i zagrożenie w kontekście dezinformacji oraz manipulacji opinią publiczną <https://cyberdefence24.pl/armia-i-slugby/falszywe-profile-w-social-mediach-tworzone-przy-pomocy-sztucznej-inteligencji-tak-była-szkolona-policja?>, [odsłona:03.03.2025].

Chociaż mechanizmy te pomagają ograniczać dezinformację, mają też swoje wady. Wielu użytkowników uważa, że oznaczanie postów jako fake news tylko wzmacnia efekt Streisand²⁵, czyli paradoksalnie zwiększa zainteresowanie treścią.

Mimo zaawansowanych technologii moderacja treści napotyka poważne wyzwania. Jednym z głównych dylematów jest balans między walką z dezinformacją a ochroną wolności słowa. Często zdarza się, że algorytmy błędnie klasyfikują prawdziwe informacje jako fake newsy, co prowadzi do nieuzasadnionego usuwania treści i cenzurowania debat publicznych.

Kolejnym wyzwaniem jest skoordynowana manipulacja moderacją, gdzie rządy autorytarne i grupy wpływu zgłaszają niewygodne treści jako dezinformację, próbując uciszyć krytyków. W niektórych przypadkach platformy usunęły treści niezależnych dziennikarzy na podstawie masowych zgłoszeń, nie dokonując rzetelnej weryfikacji.

Problemem jest również brak jednolitych zasad moderacji, co prowadzi do sytuacji, w której ta sama treść może zostać usunięta z jednej platformy, ale pozostaje dostępna na innej. Brak spójnych standardów utrudnia skuteczną walkę z dezinformacją na globalną skalę.

Coraz więcej rządów i organizacji międzynarodowych domaga się większej przejrzystości w działaniach platform cyfrowych. Kluczowym problemem jest brak publicznego dostępu do informacji o algorytmach moderacji, liczbie usuniętych treści i mechanizmach oceny prawdziwości informacji.

Unia Europejska wprowadziła Akt o Usługach Cyfrowych (DSA), który nakłada na platformy obowiązek ujawniania, jak działają ich algorytmy oraz jak podejmowane są decyzje o usuwaniu treści.

Więcej na temat Aktu o Usługach Cyfrowych znajduje się w rozdziale 1.3. niniejszej *Informacji* oraz w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

Również Stany Zjednoczone naciskają na większą przejrzystość w moderacji treści politycznych i społecznych, szczególnie po kontrowersjach związanych z wyborami prezydenckimi w 2016 i 2020 r.²⁶

Niektóre platformy zaczęły publikować raporty transparentności, które zawierają dane na temat usuniętych treści i wykrytych fake newsów. Przykładem jest Facebook, który wprowadził narzędzie „Widok Treści”, umożliwiające użytkownikom sprawdzenie, dlaczego dany post został oznaczony jako dezinformacja. Mimo tych inicjatyw, wiele decyzji moderacyjnych wciąż podejmowanych jest za zamkniętymi drzwiami, a użytkownicy nie mają wglądu w kryteria, na podstawie których blokowane są treści.

Oprócz mechanizmów moderacyjnych, platformy społecznościowe coraz częściej angażują się w edukację użytkowników na temat dezinformacji. Celem tych działań jest zwiększenie świadomości odbiorców i nauczanie ich, jak samodzielnie weryfikować informacje. Jednym z najważniejszych projektów

²⁵ Efekt Streisand to zjawisko, w którym próba ocenzurowania, ukrycia lub usunięcia informacji prowadzi do jej jeszcze większego rozpowszechnienia. Nazwa pochodzi od incydentu z 2003 r. z udziałem Barbry Streisand. W dobie internetu i mediów społecznościowych każda próba cenzury może prowadzić do efektu odwrotnego od zamierzonego, powodując wirusowe rozprzestrzenienie treści.

W kontekście dezinformacji efekt Streisand może działać przeciwko platformom społecznościowym – gdy treści oznaczone jako „fałszywe” lub „dezinformacyjne” zostają usunięte, zwolennicy teorii spiskowych często uznają to za „dowód” na ukrywanie prawdy, co paradoksalnie zwiększa zainteresowanie danym materiałem.

²⁶ Artykuł analizuje wpływ mediów tradycyjnych i społecznościowych na proces wyborczy w USA podczas pandemii COVID-19. Publikacja koncentruje się na aspektach prawnych i ustrojowych, wskazując, jak media kształtowały debatę publiczną, jakie mechanizmy dezinformacji były wykorzystywane oraz jakie konsekwencje dla demokracji miała cyfrowa komunikacja wyborcza. <https://compress.edu.pl/e-wydania/item/rola-mediow-tradycyjnych-oraz-mediow-spolesnosciowych-podczas-pandemicznych-wyborow-prezydenckich-w-usa-aspekty-prawne-i-ustrojowe>, [odsłona:03.03.2025].

edukacyjnych jest „Google News Initiative”, w ramach którego Google prowadzi szkolenia z zakresu weryfikacji informacji dla dziennikarzy i nauczycieli. Facebook uruchomił kampanię „Media Literacy for Everyone”, której celem jest nauka rozpoznawania fake newsów oraz analiza wiarygodności źródeł.

YouTube, jako jedna z największych platform wideo, wdrożył system oznaczania treści zawierających niepotwierdzone informacje oraz dodawania linków do wiarygodnych źródeł wideo.

X eksperymentuje z programem Community Notes, który pozwala użytkownikom dodawać kontekst do potencjalnie wprowadzających w błąd tweetów. Dzięki temu społeczność może sama oceniać wiarygodność informacji, zamiast polegać wyłącznie na algorytmach moderacji.

Chociaż kampanie edukacyjne są krokiem we właściwym kierunku, ich skuteczność jest ograniczona. Wciąż wiele osób wierzy w fake newsy, ignorując ostrzeżenia platform, co pokazuje, że sama technologia nie rozwiąże problemu dezinformacji – kluczowa pozostaje edukacja i rozwój krytycznego myślenia. Platformy społecznościowe stoją przed ogromnym wyzwaniem w walce z dezinformacją. Z jednej strony stosują coraz bardziej zaawansowane algorytmy do wykrywania fake newsów, a z drugiej borykają się z problemem nadmiernej moderacji i błędów systemowych. Rządy i organizacje międzynarodowe naciskają na większą transparentność działań platform, domagając się ujawnienia mechanizmów moderacji i wzmocnienia odpowiedzialności technologicznych gigantów.

Wpływ dezinformacji na zaufanie do rządu i mediów

Współczesna debata publiczna coraz częściej staje się areną ostrych i agresywnych wypowiedzi, które nie tylko dzielą społeczeństwo, ale także prowadzą do wzrostu niechęci i napięć między różnymi grupami społecznymi. Jednym z kluczowych zjawisk towarzyszących temu procesowi jest mowa nienawiści, czyli używanie języka, który w sposób obraźliwy, poniżający lub dyskryminujący odnosi się do osób lub grup ze względu na ich pochodzenie, religię, orientację, światopogląd czy inne cechy tożsamościowe. Zjawisko to stanowi wyzwanie zarówno dla systemów prawnych, jak i dla społeczeństwa obywatelskiego. Zarówno polskie, jak i międzynarodowe przepisy nie definiują jednoznacznie pojęcia „mowy nienawiści”²⁷, jednak jej główne cechy są szeroko analizowane w literaturze prawniczej. Przyjmuje się, że obejmuje ona wypowiedzi, które szerzą wrogość, uprzedzenia i nietolerancję, a także mogą prowadzić do realnych aktów przemocy lub wykluczenia społecznego. Organizacje międzynarodowe, takie jak Rada Europy, podejmują działania na rzecz ograniczenia zjawiska mowy nienawiści. W rekomendacjach Komitetu Ministrów Rady Europy podkreślono, że należy przeciwdziałać wszelkim formom wypowiedzi, które usprawiedliwiają lub podlegają do dyskryminacji i agresji wobec grup narodowych, etnicznych czy religijnych. Mowa nienawiści jest także uwzględniona w aktach prawnych dotyczących cyberprzestępczości, co wskazuje na istotną rolę mediów elektronicznych w jej rozpowszechnianiu.

W Polsce mowa nienawiści, choć nie posiada jednej legalnej definicji, jest przedmiotem licznych analiz prawnych i orzecznictwa. Przykładem jest wyrok Sądu Okręgowego w Katowicach z 2009 r., w którym określono ją jako język szczególnie obraźliwy i godzący w dobra osobiste drugiej osoby, mający na celu wyrażenie silnej niechęci lub wręcz wrogości. Podobne stanowisko zajął Europejski

²⁷ Rekomendacja R(97)20 Komitetu Ministrów Rady Europy, dotycząca przeciwdziałania mowie nienawiści. <https://www.mowanienawisci.info/post/rekomendacja-r-97-20-komitetu-ministrow-rady-europy-nt-mowy-nienawisci>, [odsłona:03.03.2025].

Trybunał Praw Człowieka, podkreślając, że takie wypowiedzi nie przyczyniają się do konstruktywnej debaty, a jedynie naruszają wolność słowa i prawa innych osób.

W kontekście mediów problem brutalizacji debaty publicznej i mowy nienawiści był wielokrotnie przedmiotem decyzji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Dotyczyły one przypadków szerzenia treści rasistowskich, dyskryminacyjnych lub uderzających w godność i prawa osób bądź grup społecznych.

Więcej informacji na temat wydanych przez KRRiT decyzji znajduje się w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

Zjawisko brutalizacji języka w debacie publicznej oraz obecność mowy nienawiści w mediach stanowią poważne wyzwania dla demokracji i spójności społecznej. Współczesne środki przekazu, zwłaszcza media elektroniczne i internetowe, mają ogromny wpływ na kształtowanie opinii publicznej. Odpowiedzialność za kształt debaty spoczywa zarówno na mediach, jak i odbiorcach treści, którzy mogą przyczyniać się do budowania kultury dialogu opartej na szacunku i równości.

Jakościowe badanie eksploracyjne²⁸ przeprowadzone przez Krajowy Instytut Mediów na zlecenie KRRiT pokazuje, jakie strategie radzenia sobie z dezinformacją stosują odbiorcy mediów w Polsce. Ich podejście do treści medialnych kształtowane jest zarówno przez poziom świadomości zagrożenia, jak i gotowość do weryfikacji informacji. Opracowanie wyróżnia kilka głównych typów odbiorców, którzy w odmienny sposób podchodzą do medialnych przekazów.

Pierwszą grupę stanowią krytyczni analitycy, czyli osoby świadome skali dezinformacji i jej potencjalnych konsekwencji. Wykazują się wysokim poziomem czujności wobec treści pojawiających się w mediach, systematycznie porównują informacje z różnych źródeł, a w razie wątpliwości sięgają po oficjalne portale informacyjne oraz narzędzia fact-checkingowe. Dzięki temu są w stanie trafnie rozróżniać rzetelne wiadomości od zmanipulowanych przekazów, co czyni ich odpornymi na dezinformację.

Drugą grupę tworzą sceptycy, którzy wykazują ostrożność wobec treści medialnych, jednak nie angażują się aktywnie w ich weryfikację. Choć podchodzą do informacji z dużą dozą nieufności, często pozostają bierni, nie podejmując dodatkowych działań w celu sprawdzenia ich rzetelności. Ich sceptycyzm nie zawsze prowadzi do lepszego rozeznania w rzeczywistości medialnej – w wielu przypadkach może skutkować rezygnacją z poszukiwania prawdy i przyjmowaniem postawy pełnej wątpliwości wobec wszelkich przekazów, niezależnie od ich źródła.

Kolejną kategorię stanowią bezkrytyczni odbiorcy, którzy opierają swoją wiedzę na ulubionych i często jednostronnych źródłach informacji. Nie kwestionują ich wiarygodności, rzadko konfrontują uzyskane treści z innymi opiniami i nie podejmują prób samodzielnej weryfikacji faktów. Taka postawa czyni ich szczególnie podatnymi na manipulację i fałszywe informacje, zwłaszcza gdy przekazy medialne wpisują się w ich wcześniej ukształtowane przekonania.

Ostatnią wyróżnioną grupę stanowią ignoranci, czyli osoby, które świadomie unikają angażowania się w tematy medialne. Traktują informacje jako niewiarygodne, nieistotne lub wręcz szkodliwe, przez co rezygnują z ich śledzenia i analizowania. Ich postawa wynika często z przekonania, że media nie są rzetelnym źródłem wiedzy o świecie, co skutkuje całkowitym dystansowaniem się od przekazów medialnych. W efekcie pozostają nieświadomi wielu istotnych wydarzeń i procesów społecznych, co może prowadzić do ich izolacji informacyjnej.

²⁸ Na podstawie danych własnych Krajowego Instytutu Mediów.

Każda z tych grup w inny sposób reaguje na dezinformację i ma różny poziom odporności na manipulację. Krytyczni analitycy stanowią najbardziej świadomą część społeczeństwa, aktywnie przeciwdziałającą fałszywym przekazom. Sceptycy wykazują nieufność, ale ich pasywność sprawia, że nie zawsze są w stanie skutecznie odróżnić prawdę od fałszu. Bezkrytyczni odbiorcy przyjmują treści medialne bez refleksji, co czyni ich szczególnie narażonymi na manipulację. Ignoranci natomiast całkowicie odrzucają medialny przekaz, unikając kontaktu z informacjami, co może prowadzić do braku orientacji w kluczowych kwestiach społecznych, politycznych i gospodarczych.

Świadomość istnienia tych różnych strategii pozwala lepiej zrozumieć mechanizmy, które decydują o podatności społeczeństwa na dezinformację. Kluczowym wyzwaniem pozostaje edukacja medialna oraz rozwój narzędzi wspierających rzetelną weryfikację informacji tak, aby coraz więcej osób mogło świadomie i krytycznie podchodzić do przekazów docierających do nich z różnych źródeł.

Powodem takich postaw są bańki informacyjne. KIM, diagnozując zjawisko fake newsów, szeroko opisywał to zjawisko w 2023 r. w ramach prowadzonych badań jakościowych z medioznawcami i ekspertami działającymi na rynku mediów elektronicznych²⁹.

Skutki dezinformacji

Mechanizmy dezinformacji są wykorzystywane w celu manipulowania opinią publiczną, kreowania fałszywych narracji oraz wzbudzania nieuzasadnionych obaw lub emocji. Choć może to dotyczyć niemal każdej dziedziny, niektóre obszary są szczególnie podatne na tego rodzaju manipulacje ze względu na swoją wagę społeczną oraz możliwość wpływania na decyzje polityczne, gospodarcze czy zdrowotne.

Jednym z najczęściej wykorzystywanych obszarów dezinformacji jest polityka i procesy wyborcze. Manipulacja informacjami w tej sferze często przybiera formę kampanii mających na celu dyskredytowanie przeciwników, rozpowszechnianie fałszywych oskarżeń o rzekome fałszerstwa wyborcze czy kreowanie spreparowanych afer politycznych. Takie działania mogą znacząco wpływać na wyniki wyborów i kształtować społeczne nastroje, destabilizując procesy demokratyczne.

Podobnie podatnym obszarem jest bezpieczeństwo narodowe i konflikty międzynarodowe. Wojnę informacyjną prowadzi się nie tylko na polach bitew, lecz także w przestrzeni medialnej, gdzie szerzy się propagandę i zmanipulowane wiadomości. Fałszywe doniesienia na temat działań zbrojnych, podsycanie nastrojów strachu i nieufności, a także dezinformacja dotycząca cyberataków czy zagrożeń terrorystycznych stanowią narzędzie wpływu na społeczeństwa i ich postrzeganie rzeczywistości.

Istotnym obszarem jest zdrowie publiczne i medycyna, co szczególnie uwidoczniło się podczas pandemii COVID-19. Dezinformacja dotycząca skuteczności szczepionek, rzekomych cudownych terapii czy spiskowych teorii o ukrywanych lekach, doprowadziła do chaosu informacyjnego, wzrostu sceptycyzmu wobec instytucji zdrowotnych i spadku zaufania do ekspertów. Rozpowszechnianie mitów medycznych może mieć poważne konsekwencje, w tym zagrażać zdrowiu i życiu obywateli.

Podobny mechanizm obserwuje się w sferze ekonomii i finansów. Spekulacje oraz celowe dezinformowanie o kondycji rynków, bankructwach dużych firm czy niestabilności gospodarczej mogą wywoływać panikę inwestorów, destabilizować kursy walut oraz wpływać na nastroje społeczne.

²⁹ Raport podkreśla również wpływ dezinformacji na opinię publiczną, polaryzację społeczną oraz zaufanie do instytucji. <https://kim.gov.pl/2024/05/13/fake-newsy-raport-krajowego-instytutu-mediow/>, [odsłona:03.03.2025].

Fałszywe informacje na temat polityki podatkowej, inflacji czy budżetu państwa bywają wykorzystywane do celów politycznych, wzmacniając podziały i nieufność wobec instytucji publicznych.

Z dezinformacją zmagają się także świat nauki i technologii. Rozwój sztucznej inteligencji, inżynierii genetycznej czy sieci 5G stał się źródłem licznych teorii spiskowych, które bazują na strachu przed nieznanym i budują fałszywy obraz postępu technologicznego. Przykładem mogą być nieprawdziwe informacje o rzekomej szkodliwości technologii 5G czy przekonanie, że korporacje farmaceutyczne ukrywają skuteczne metody leczenia nieuleczalnych chorób.

Spółeczeństwo i kultura również nie są wolne od dezinformacji. Spreparowane skandale z udziałem celebrytów, fałszywe wiadomości o przestępczości czy zmanipulowane narracje dotyczące imigracji często pojawiają się w przestrzeni publicznej, prowadząc do polaryzacji i nieuzasadnionych lęków. Podobne mechanizmy obserwuje się w sferze religii i ideologii. Fałszywe informacje na temat imigrantów, czy grup religijnych mogą wzbudzać strach i prowadzić do wzrostu postaw ksenofobicznych. W dezinformacyjnych przekazach często pojawiają się fałszywe informacje o działalności kościoła, duchowieństwa czy ruchów społecznych, mające na celu wzmacnianie podziałów i uprzedzeń.

Dezinformacja najczęściej dotyczy tych obszarów, które wzbudzają silne emocje społeczne i mają realny wpływ na życie obywateli. Im większe zainteresowanie danym tematem, tym bardziej podatny jest on na manipulację. Dlatego tak istotne jest budowanie świadomości i umiejętności krytycznego myślenia, aby skutecznie odróżniać rzetelne informacje od zmanipulowanych przekazów.

Jednym z ważniejszych efektów dezinformacji jest polaryzacja społeczeństwa. Rozpowszechnianie zmanipulowanych informacji często prowadzi do radykalizacji postaw oraz utrwalania istniejących różnic politycznych, kulturowych i światopoglądowych.

Erozja zaufania do instytucji publicznych (rządów, parlamentów, sądów, instytucji międzynarodowych), a także do mediów, naukowców i ekspertów stanowi jeden z najbardziej szkodliwych skutków dezinformacji. Rozpowszechnianie nieprawdziwych treści podważa wiarygodność oficjalnych źródeł informacji, co prowadzi do dezintegracji społecznej i destabilizacji systemów demokratycznych.

Proces erozji zaufania do instytucji publicznych jest samonapędzający. Spadek zaufania do instytucji skutkuje osłabieniem ich legitymacji, co prowadzi do wzrostu popularności populistów, dalszego osłabiania państwa i pogłębiania kryzysu zaufania. Media społecznościowe dodatkowo wzmacniają ten efekt, ponieważ ludzie coraz częściej czerpią informacje z zamkniętych baniek informacyjnych, które utwierdzają ich w nieufności do oficjalnych źródeł. Rosnąca cyniczna postawa obywateli wobec polityki skutkuje spadkiem frekwencji wyborczej i mniejszym zaangażowaniem w społeczeństwo obywatelskie.

Dodatkowo populizm i skrajna polaryzacja polityczna prowadzą do osłabienia instytucji demokratycznych. Populiści podważają autorytet rządów, sądów i mediów, co skutkuje brakiem wiary w zdolność państwa do działania w interesie obywateli³⁰.

³⁰ Biuro Analiz Sejmowych (BAS) omawia również strategię przeciwdziałania dezinformacji oraz działania podejmowane przez państwa i organizacje międzynarodowe w celu ochrony przestrzeni informacyjnej przed celowymi kampaniami manipulacyjnymi [https://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/6E995E55906AF97AC1257F45003EA318/\\$file/Infos_206.pdf](https://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/6E995E55906AF97AC1257F45003EA318/$file/Infos_206.pdf), [odsłona:03.03.2025].

Skutki erozji zaufania mogą być poważne³¹. Przede wszystkim stanowią zagrożenie dla demokracji, gdyż podważanie uczciwości procesów wyborczych i sądownictwa może prowadzić do niestabilności politycznej i zwiększonej podatności społeczeństw na autorytaryzm. Instytucje publiczne stają się mniej efektywne, ponieważ maleje gotowość obywateli do współpracy z administracją państwową, a egzekwowanie prawa staje się trudniejsze. Kryzys zaufania ma również konsekwencje gospodarcze – państwa postrzegane jako niestabilne prawnie i politycznie przyciągają mniej inwestycji, co hamuje rozwój gospodarczy. Dodatkowo, osłabienie więzi społecznych sprawia, że ludzie coraz mniej ufają sobie nawzajem, co prowadzi do wzrostu radykalizacji i atomizacji społeczeństwa.

Erozja zaufania do instytucji publicznych to poważne wyzwanie, które może prowadzić do destabilizacji politycznej, osłabienia państwa i pogorszenia jakości życia obywateli. Odbudowa zaufania wymaga długoterminowych i konsekwentnych działań na rzecz transparentności.

Integracja zaawansowanych narzędzi monitoringu i analizy

Choć sztuczna inteligencja jest wykorzystywana do tworzenia dezinformacji, jej potencjał w przeciwdziałaniu fake newsom jest równie ogromny. Zaawansowane algorytmy mogą analizować wzorce językowe, identyfikować nieprawidłowości w treściach oraz automatycznie flagować podejrzane materiały. Narzędzia oparte na AI są w stanie przeszukiwać miliony danych w czasie rzeczywistym, co pozwala na szybsze wykrywanie manipulacji i przyspiesza proces weryfikacji informacji przez niezależne organizacje fact-checkingowe.

Innowacyjne rozwiązania oparte na technologii blockchain mogą odegrać kluczową rolę w budowaniu zaufania do źródeł informacji. Dzięki niezmienności rejestru i możliwości śledzenia pochodzenia danych, blockchain może służyć jako narzędzie do potwierdzania autentyczności wiadomości. Systemy te umożliwiają stworzenie globalnego, standardowego systemu oznaczania treści, w którym każda informacja mogłaby być weryfikowana pod kątem jej źródła, co może działać jak ostrzeżenia umieszczane na opakowaniach produktów.

Nowoczesne technologie umożliwiają nie tylko wykrywanie dezinformacji, ale również analizę jej mechanizmów oraz źródeł. Zaawansowane systemy monitoringu mediów społecznościowych, wykorzystujące techniki analizy sieciowej i uczenia maszynowego, pozwalają na śledzenie kampanii dezinformacyjnych w czasie rzeczywistym. Dzięki temu możliwe jest nie tylko szybkie reagowanie na pojawiające się zagrożenia, ale również tworzenie baz danych zawierających schematy rozprzestrzeniania się fałszywych treści, co może być wykorzystane do opracowywania bardziej skutecznych strategii prewencyjnych. Duże modele językowe (LLM – Large Language Model) analizując mechanizmy i źródła, mogą nauczyć się przewidywać zwiększenie aktywności dezinformacyjnej w mediach, a tym samym te wyprzedzać te działania. Ponadto LLM znając mechanizmy może skutecznie projektować działania prebunkingowe, dedykowane najbardziej narażonym grupom społecznym takie jak:

- interaktywne moduły edukacyjne online – kursy i symulacje, które prezentowałyby mechanizmy manipulacji – takie jak deepfake, algorytmy rekomendacyjne czy techniki clickbait. Symulowane scenariusze powinny nauczyć się rozpoznawać typowe cechy dezinformacji już na etapie preekspozycji;

³¹ Raport analizuje wpływ zmian społecznych na poziom zaufania do instytucji publicznych w Europie <https://www.eurofound.europa.eu/en/publications/2018/societal-change-and-trust-institutions>, [odszona:03.03.2025].

- gry i aplikacje mobilne oparte na gamifikacji, które angażują użytkowników w proces wykrywania i analizowania fałszywych informacji. Dzięki elementom grywalizacji można rozwijać umiejętność krytycznego myślenia, ucząc się jednocześnie rozpoznawania manipulacyjnych technik w przyjazny i angażujący sposób;
- wtyczki przeglądarkowe i chatboty edukacyjne - które na bieżąco monitorują odwiedzane strony i wyświetlają krótkie, edukacyjne komunikaty na temat potencjalnych zagrożeń związanych z dezinformacją. Chatboty, zintegrowane z popularnymi platformami społecznościowymi, mogłyby dostarczać wskazówki dotyczące weryfikacji treści i wyjaśniać, dlaczego dane informacje mogą być mylące;
- automatyczne systemy wczesnego ostrzegania analizujące trendy i wykrywanie wczesnych sygnałów dezinformacyjnych. Dzięki czemu dostępna byłaby bieżąca informacja o potencjalnie nieprawdziwych narracjach, zanim zyskają one popularność;
- symulacje w wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości (VR/AR) – które umożliwiałyby użytkownikom uczestnictwo w wirtualnych warsztatach lub symulacjach, pokazujących jak dezinformacja jest tworzona i rozpowszechniana;
- współpraca z platformami społecznościowymi – integracja działań prebunkingowych bezpośrednio w algorytmach mediów społecznościowych – poprzez wyświetlanie kontekstowych ostrzeżeń lub edukacyjnych infografik.

Równoległa realizacja tych działań wspierana przez zaawansowane technologie, może znacząco podnieść odporność społeczeństwa na manipulacyjne narracje oraz ułatwić użytkownikom szybkie i skuteczne rozpoznawanie fałszywych informacji.

Przyszłość regulacji i adaptacja systemów prawnych

Dynamiczny rozwój technologii stawia przed ustawodawcami nowe wyzwania. Regulacje prawne muszą nadążyć za szybkim tempem zmian w sferze cyfrowej, aby skutecznie przeciwdziałać dezinformacji. Opracowanie przepisów dostosowanych do dynamicznych zmian technologicznych oraz wprowadzenie międzynarodowych standardów dotyczących oznaczania i weryfikacji treści, to kluczowe elementy przyszłościowej strategii walki z fake newsami. Współpraca między państwami, organizacjami międzynarodowymi i sektorami prywatnymi będzie miała decydujące znaczenie w budowaniu odporności na manipulację informacyjną.

Nowoczesne technologie są jak miecz obosieczny – z jednej strony stanowią poważne zagrożenie, umożliwiając tworzenie i szybką dystrybucję dezinformacji, z drugiej zaś oferują narzędzia, które mogą diametralnie zmienić sposób walki z fake newsami. Kluczowe jest zrozumienie, że sama technologia nie jest ani dobra, ani zła – wszystko zależy od sposobu jej wykorzystania. Dlatego tak istotne są inicjatywy edukacyjne, rozwój kompetencji cyfrowych wśród obywateli oraz ścisła współpraca między sektorem technologicznym a instytucjami publicznymi.

Konieczność ciągłych inwestycji w badania nad technologiami wykrywającymi dezinformację to podstawa przyszłościowej strategii ochrony przed fake newsami. Projekty badawcze, które łączą wiedzę z zakresu informatyki, socjologii i prawa, pozwolą na opracowanie innowacyjnych rozwiązań zdolnych do adaptacji w dynamicznie zmieniającym się środowisku cyfrowym. Współpraca międzynarodowa i transfer technologii mogą przyczynić się do stworzenia globalnych systemów monitoringu i weryfikacji treści.

Technologia, choć kluczowa, nie zastąpi edukacji i krytycznego myślenia. Wzmacnianie świadomości medialnej społeczeństwa, szkolenia z zakresu analizy i weryfikacji informacji oraz kampanie społeczne

promujące rzetelne dziennikarstwo to fundamenty, które muszą towarzyszyć wdrażaniu nowych technologii. Tylko poprzez kompleksowe podejście, łączące innowacje techniczne z edukacyjną transformacją, możliwe będzie zbudowanie odpornej na manipulację przestrzeni informacyjnej.

Nowoczesne technologie stanowią zarówno wyzwanie, jak i szansę w walce z dezinformacją. Z jednej strony, narzędzia takie jak deepfake, zaawansowane algorytmy rekomendacyjne czy automatyzacja dystrybucji fałszywych treści generują nowe zagrożenia, które mogą destabilizować opinię publiczną i podważać zaufanie do mediów. Z drugiej strony, te same technologie oferują innowacyjne metody wykrywania i przeciwdziałania manipulacjom – od systemów AI analizujących treści, przez rozwiązania oparte na blockchain, po zaawansowane platformy monitorujące działalność w sieci.

Kluczowym aspektem przyszłościowej strategii walki z dezinformacją jest zintegrowane podejście, łączące rozwój technologiczny, edukację społeczną oraz skuteczne regulacje prawne. Tylko dzięki współpracy instytucji państwowych, sektora prywatnego oraz organizacji pozarządowych, możliwe będzie stworzenie bezpiecznej, przejrzystej przestrzeni informacyjnej, która zminimalizuje negatywne skutki fake newsów i ochroni fundamenty demokratycznego społeczeństwa.

Nowoczesne technologie są narzędziem, które – właściwie wykorzystane – może stać się filarem przyszłej walki z dezinformacją. W obliczu dynamicznych zmian cyfrowych, konieczne jest nieustanne poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań oraz budowanie świadomości społecznej, aby przeciwdziałać zagrożeniom i wykorzystać pełen potencjał technologii dla dobra publicznego.

Skuteczna strategia walki z dezinformacją

Żyjemy w erze informacyjnego przeciążenia, w której granica między prawdą a manipulacją zaciera się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej. Nowoczesne technologie, które miały ułatwiać dostęp do informacji, stały się jednocześnie bronią w rękach twórców dezinformacji. Deepfake, algorytmy rekomendacyjne i farmy trolli pozwalają na błyskawiczne rozpowszechnianie fałszywych treści, wpływając na społeczne nastroje, decyzje wyborcze i globalną stabilność. Sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe i narzędzia big data otwierają nowe możliwości w wykrywaniu manipulacji i analizie treści, co powinno zostać wykorzystane w walce z dezinformacją, zanim fałsz stanie się nieodróżnialny od prawdy.

Media społecznościowe i platformy streamingowe, które miały demokratyzować dostęp do informacji, w rzeczywistości działają jak amplifikatory narracji, często bez względu na ich prawdziwość. Algorytmy rekomendacyjne podpowiadają treści zgodne z wcześniejszymi przekonaniami użytkowników, zamykając ich w informacyjnych bańkach i zwiększając podatność na dezinformację. Podobnie technologia deepfake, wykorzystywana pierwotnie do tworzenia realistycznych efektów wizualnych, stała się narzędziem propagandy. Fałszywe nagrania polityków czy celebrytów mogą wywołać kryzysy dyplomatyczne, podważyć wiarygodność instytucji i manipulować opinią publiczną na niespotykaną dotąd skalę.

Kiedyś do rozpowszechniania propagandy potrzebne były zorganizowane kampanie medialne – dziś wystarczy armia botów i zautomatyzowane farmy trolli, które w ułamku sekundy mogą wprowadzić do przestrzeni publicznej fałszywe informacje i nadać im pozory autentyczności. Komentarze, udostępnienia i sztucznie generowane „trendy” potrafią błyskawicznie przeobrazić kłamstwo w viral. W świecie, gdzie treści produkowane przez maszyny rozchodzą się szybciej, niż zdąży je zweryfikować człowiek, tradycyjne metody fact-checkingu stają się niewystarczające.

Skuteczne przeciwdziałanie dezinformacji wymaga skomplikowanej strategii opartej zarówno na technologii, jak i edukacji społeczeństwa. Do kluczowych elementów walki z dezinformacją zaliczają się:

- kampanie społeczne – edukacja obywateli w zakresie rozpoznawania fałszywych informacji;
- szkolenia dla dziennikarzy i influencerów – podnoszenie kompetencji osób kształtujących opinię publiczną;
- publikowanie raportów o dezinformacji – platformy społecznościowe powinny transparentnie informować o usuwaniu fake newsów;
- system oznaczania treści – wprowadzenie globalnego systemu oznaczania fake newsów ułatwi ich rozpoznanie;
- wykrywanie kampanii dezinformacyjnych – stosowanie algorytmów do identyfikacji i blokowania zorganizowanych działań propagandowych;
- koordynacja na szczeblu międzynarodowym – wspólne inicjatywy organizacji takich jak ONZ, NATO czy UE zwiększą skuteczność działań;
- przywrócenie Pełnomocnika Rządu ds. Bezpieczeństwa Przestrzeni Informacyjnej RP;
- archiwizacja fake newsów – tworzenie bazy fałszywych treści ułatwi analizę trendów dezinformacyjnych;
- współpraca z firmami technologicznymi – globalne platformy powinny współpracować z fact-checkerami i udostępniać narzędzia do analizy treści.

Brak skoordynowanej walki z fake newsami może prowadzić do manipulacji opinią publiczną, wpływu na wyniki wyborów i decyzje społeczne, polaryzacji społecznej, zagrożeń zdrowotnych (np. fake newsów antyszczepionkowych), oszustw finansowych oraz utraty zaufania do mediów i instytucji publicznych.

Umiejętne wykorzystanie sztucznej inteligencji może paradoksalnie stać się najlepszą bronią w walce z dezinformacją. Zaawansowane algorytmy potrafią analizować ogromne ilości danych w czasie rzeczywistym, rozpoznawać fałszywe narracje i identyfikować deep fakes na podstawie mikro nieprawidłowości w obrazie czy dźwięku.

Równie istotna jest jednak edukacja medialna – bez świadomych i krytycznie myślących odbiorców nawet najbardziej zaawansowane technologie nie powstrzymają zalewu dezinformacji.

Cyfrowa dezinformacja niestety nie stanowi chwilowego problemu. To nowe pole walki o prawdę, w którym ścierają się ludzkie słabości, polityczne interesy i technologiczne innowacje oraz wielkie pieniądze gigantów technologicznych. Tylko znalezienie równowagi między wolnością słowa, a koniecznością regulacji, między rozwojem technologii, a jej etycznym wykorzystaniem, może przynieść sukces. W cyfrowej i medialnej przyszłości los rzetelnych informacji leży w rękach tych, którzy będą umieli odróżnić fakty od manipulacji, zanim będzie za późno.

Należy zatem pamiętać, że dezinformacja jest problemem globalnym, który wymaga kompleksowych działań na wielu poziomach. Kluczowe elementy skutecznej strategii to regulacje prawne, edukacja medialna, rozwój narzędzi fact-checkingowych i międzynarodowa współpraca. Tylko połączenie tych działań pozwoli odbudować zaufanie społeczne i chronić demokrację przed manipulacją informacyjną.

Informacje na temat działań KRRiT dotyczących walki z dezinformacją znajdują się w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

1.3. Ryzyko wykorzystania Aktu o Usługach Cyfrowych jako narzędzia do tłumienia wolności słowa i manipulowania przestrzenią informacyjną

Wprowadzenie w krajach Unii Europejskiej Aktu o Usługach Cyfrowych (DSA) jest jednym z najważniejszych kroków regulacyjnych w obszarze technologii i platform cyfrowych. DSA powstał w odpowiedzi na rosnącą dominację platform Big Tech nad przestrzenią informacyjną oraz na ich wpływ na społeczeństwa, gospodarkę i demokrację. Jest to regulacja, która dąży do zmiany dynamiki władzy między gigantami technologicznymi a użytkownikami, przywracając większą kontrolę nad informacją w ręce społeczeństw.

Formalnie DSA ma na celu zwiększenie transparentności i odpowiedzialności platform technologicznych za treści, które rozprzestrzeniają. Platformy takie jak Facebook, X czy Google stały się centralnymi węzłami informacyjnymi, ale ich działanie dotychczas opierało się głównie na komercyjnych zasadach, maksymalizując zaangażowanie użytkowników, często kosztem jakości i wiarygodności przekazywanych treści. DSA zmienia tę logikę, wymagając od platform bardziej przejrzystego działania, zwłaszcza w zakresie algorytmów, które decydują o widoczności treści. Platformy będą musiały ujawniać, w jaki sposób działają ich algorytmy oraz oferować użytkownikom możliwość ich personalizacji lub wyłączenia, co pozwoli ograniczyć polaryzację i wpływ kontrowersyjnych treści.

Jednym z najbardziej innowacyjnych aspektów DSA jest zobowiązanie platform do aktywnego działania przeciwko dezinformacji i nielegalnym treściom. W przeszłości wiele platform argumentowało, że nie ponoszą odpowiedzialności za treści publikowane przez użytkowników, przedstawiając się jako neutralne narzędzia komunikacji. DSA zmienia ten paradygmat, nakładając na platformy obowiązek szybkiego usuwania treści nielegalnych, takich jak mowa nienawiści, nawoływanie do przemocy czy manipulacje wyborcze. Równocześnie wprowadza mechanizmy apelacyjne, które mają zapobiegać arbitralnemu usuwaniu treści, chroniąc wolność słowa.

Akt o Usługach Cyfrowych reguluje również kwestie ochrony danych użytkowników, szczególnie w kontekście mikrotargetowania reklam. Platformy technologiczne zbudowały swoje modele biznesowe na analizie zachowań użytkowników i personalizowaniu treści reklamowych. DSA wprowadza bardziej restrykcyjne regulacje dotyczące wykorzystywania danych osobowych, ograniczając możliwość profilowania użytkowników bez ich wyraźnej zgody. Te zmiany mogą zrewolucjonizować sposób, w jaki platformy zarabiają na reklamach, a także wzmocnić ochronę prywatności użytkowników.

DSA zmienia także relację między platformami a regulatorami. Dotychczas platformy działały w dużej mierze bez nadzoru, samodzielnie definiując swoje zasady i mechanizmy moderacji treści. Nowe przepisy wprowadzają mechanizmy nadzoru ze strony krajowych i europejskich organów regulacyjnych, które będą monitorować przestrzeganie nowych zasad oraz nakładać sankcje za ich naruszenie. W ten sposób Unia Europejska dąży do zwiększenia odpowiedzialności gigantów technologicznych, co może wpłynąć na sposób, w jaki funkcjonują one nie tylko w Europie, ale także na całym świecie.

Wprowadzenie DSA budzi jednak poważne kontrowersje, szczególnie w kontekście możliwości wykorzystania tej regulacji jako narzędzia do tłumienia wolności słowa i manipulowania przestrzenią informacyjną. Krytycy wskazują, że DSA, zamiast wzmocniać demokrację, może zostać użyty do ograniczenia debaty publicznej i legitymizowania cenzury w rękach niewybranych biurokratów z Unii Europejskiej, którzy nie podlegają bezpośredniej kontroli obywateli. Szczególnie niepokojące są zapowiedzi

wykorzystania DSA do eliminowania „zewnętrznych wpływów na wybory”. Choć z pozoru brzmi to jak działanie na rzecz ochrony demokracji, historia pokazuje, że takie mechanizmy mogą być nadużywane do tłumienia krytyki i eliminowania niewygodnych narracji.

Przykładem tego, jak takie regulacje mogą być wykorzystane w praktyce, jest sytuacja w Rumunii, gdzie wybory prezydenckie zostały unieważnione pod pretekstem ingerencji zewnętrznej. Jak się później okazało, nie rosyjskie działania na TikToku czy innych platformach społecznościowych miały największy wpływ na opinię publiczną, lecz kampania prowadzona przez partię rządzącą w kraju i w konsekwencji wyboru „niewłaściwego” kandydata. To pokazuje, że regulacje tego typu, zamiast chronić demokrację, mogą być używane jako pretekst do podważania wyników wyborów, manipulowania procesem demokratycznym i tłumienia krytycznych głosów.

Obawy, że podobny scenariusz może powtórzyć się w innych krajach Europy, są jak najbardziej uzasadnione. W Polsce, w kontekście wyborów prezydenckich w 2025 r., istnieje ryzyko, że DSA zostanie wykorzystany do ograniczenia przestrzeni publicznej dla krytycznych wobec władzy narracji pod pretekstem walki z „dezinformacją” lub ochrony „integralności wyborów”. W sytuacji, gdy rządzący będą mieli możliwość wpływania na interpretację tego, co stanowi „nielegalne treści”, platformy społecznościowe mogą być zmuszone do usuwania niewygodnych informacji lub całkowitego blokowania krytycznych głosów albo też wynik zostanie podważony na podstawie DSA za rzekomy „obcy wpływ”, jeśli wybory nie pójdą po myśli rządzących. Tu trzeba dodać, że w znacznej większości państw UE organem koordynującym implementację DSA lub tzw. organem właściwym jest regulator, odpowiednik KRRiT.

W Polsce jednak rządzący celowo marginalizują KRRiT w tej sprawie unikając oddania pod kompetencje Krajowej Rady implementacji DSA. Być może dlatego, że mają świadomość, że KRRiT w obecnym składzie nigdy nie zgodzi się na podważenie wyniku wyborów na podstawie propagandowych urojeń władzy, która straciła poparcie społeczne.

Mechanizmy moderacji treści, które będą stosowane przez platformy, mogą dodatkowo pogłębić problem. Platformy, aby uniknąć sankcji finansowych, będą dążyły do nadmiernego usuwania treści, co może prowadzić do przypadków cenzury prewencyjnej. Automatyczne mechanizmy moderacji, takie jak algorytmy wykrywające rzekomo nielegalne treści, często działają z błędami, nie potrafiąc odróżnić treści rzeczywiście szkodliwych od kontrowersyjnych, lecz mieszczących się w granicach wolności słowa. Drastycznym przykładem z przeszłości jest ocenzurowanie przez Facebook i zawieszenie konta polskiego dziennikarza, redaktora naczelnego jednej z głównych gazet codziennych w Polsce za zamieszczenie na swoim profilu zdjęcia współczesnej bandery polskiej Marynarki Wojennej. Facebook uznał, że jest to znak „faszystowski”. Takich przykładów można podać dużo więcej. Ilustrują one, w jaki sposób Big Tech podchodzi do treści podawanych przez użytkowników. Regułą się stało, że treści konserwatywne czy narodowe są cenzurowane.

DSA, choć z założenia ma być regulacją wspierającą odpowiedzialność platform i ochronę użytkowników, może w rzeczywistości zostać wykorzystany jako narzędzie tłumienia wolności słowa i manipulowania przestrzenią informacyjną. Głównym wyzwaniem będzie zapewnienie, że przepisy te nie staną się narzędziem politycznym, wykorzystywanym przez rządy lub instytucje unijne do kontroli nad narracjami w przestrzeni publicznej. Sukces DSA będzie zależał od przejrzystości w jego egzekwowaniu oraz od wprowadzenia skutecznych mechanizmów ochrony wolności słowa, które zapobiegą jego nadużyciom.

Historia Rumunii i możliwe scenariusze w Polsce pokazują, że regulacje takie jak DSA niosą ze sobą zarówno nadzieję na bardziej przejrzystą przestrzeń cyfrową, jak i poważne zagrożenia dla demokratycznych wartości. W rękach niewybranych biurokratów mogą one stać się narzędziem kontroli zamiast wyzwolenia, co wymaga czujności ze strony obywateli i organizacji zajmujących się prawami człowieka, aby zapobiec ich nadużyciom. W erze, gdy media społecznościowe mają ogromny wpływ na demokrację i społeczeństwo, takie regulacje muszą być wdrażane z najwyższą ostrożnością, aby nie podważać wartości, które mają chronić.

Bardziej szczegółowe informacje na temat roli, jaką KRRiT powinna pełnić w zakresie wdrażania DSA w Polsce oraz na temat działań, jakie w związku z tym podejmowała, znajdują się w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.*

2. Widownia programów telewizyjnych w 2024 r.³²

KRRiT prowadziła systematyczne analizy oglądalności telewizyjnych programów publicznych i koncesjonowanych. W raportach kwartalnych monitorowano zmiany widowni i udziałów programów telewizyjnych w polskim rynku, w tym programów nadawcy publicznego.

W 2024 roku telewizja publiczna ogółem odnotowała spadek udziału w widowni telewizyjnej w porównaniu do analogicznego okresu sprzed roku (-5,29 pp.). W 2023 roku TVP miała 26,82 % udziału w widowni telewizyjnej, natomiast w 2024 roku zaledwie 21,53 %. Oznacza to, że sektor publiczny utracił aż 5,29 pp., co było największym spadkiem od 2013 roku i negatywnie odbiło się na pozycji rynkowej, reklamowej i wizerunkowej TVP.

Niższe udziały w widowni telewizyjnej obserwowane były głównie w przypadku:

- wyspecjalizowanego programu informacyjnego TVP Info (-3,51 pp.),
- największych uniwersalnych programów publicznych TVP 1 (-0,45 pp.) i TVP 2 (-1,19 pp.),
- TVP ABC (-0,13 pp.),
- TVP Seriale (-0,13 pp.),
- TVP 3 (-0,09 pp.).

Publiczne programy tematyczne odnotowały natomiast niewielkie wzrosty udziału w widowni:

- TVP Nauka (+0,07 pp.),
- TVP Dokument (+0,06 pp.),
- TVP Kultura (+0,04 pp.),
- TVP Sport (+0,03 pp.),
- TVP Polonia (+0,04 pp.).

Wśród programów koncesjonowanych wzrosty dotyczyły przede wszystkim programów:

- Republika (+3,59 pp.),
- wPolsce 24 (+0,48 pp.),
- Wydarzenia 24 (+0,29 pp.),
- TVN 24 (+0,28 pp.).

Spadki dotyczyły programów:

- TVN (-0,57 pp.),
- Polsat 2 (-0,52 pp.),
- Polsat (-0,32 pp.),
- Polsat News (-0,21 pp.),
- Polsat Sport 1 (-0,11 pp.).

³² Analiza została przeprowadzona na podstawie danych pochodzących z badania realizowanego przez AGB Nielsen Media Research na próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia. Badanie to jest obecnie jedynym dostępnym na polskim rynku ciągłym pomiarem telemetrycznym telewizji.

Struktura panelu badawczego konstruowana jest na podstawie danych GUS oraz wyników tzw. badania założycielskiego realizowanego w dwóch falach na łącznej próbie 8000 gospodarstw domowych.

Obecnie, tj. od 1 stycznia 2022 panel badawczy liczy 3 500 gospodarstw domowych (ponad 9000 osób powyżej 4. roku życia) usytuowanych w: 1104 wsiach, 164 miastach liczących do 10 tys. mieszkańców, 129 miastach liczących od 10 do 19 tys. mieszkańców, 122 miastach liczących od 20 do 49 tys. mieszkańców, 46 miastach liczących od 50 do 99 tys. mieszkańców, 23 miastach liczących od 100 do 199 tys. mieszkańców, 9 miastach liczących od 200 do 499 tys. mieszkańców oraz 5 miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Liczba określająca obecny wymiar panelu badawczego powstała przez stopniowe jego zwiększanie z powodu zmian zachodzących na rynku.

Widownia programów telewizyjnych zmniejsza się z roku na rok. Zmiana ta dotyczy wszystkich grup własnościowych i wynika przede wszystkim z rosnącej popularności treści oglądanych poprzez internet.

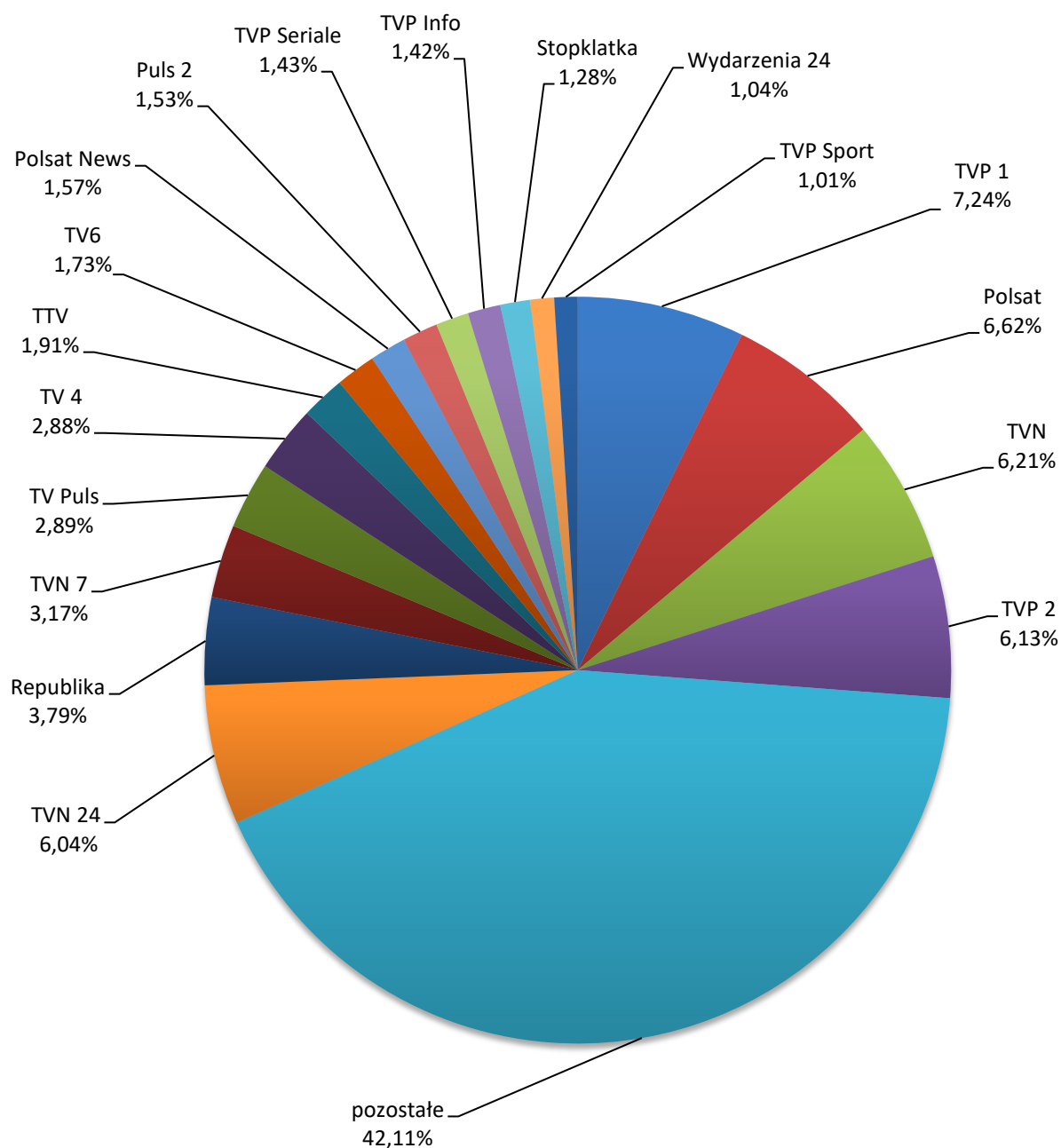
W 2024 roku opracowano w Biurze KRRiT dane dotyczące popularności telewizji wśród widzów małoletnich. Analiza obejmująca lata 2005-2023 potwierdziła, że coraz mniej młodych widzów ogląda tradycyjną telewizję. Średni dobowy czas oglądania tego medium wśród dzieci i młodzieży sukcesywnie maleje i prawidłowość ta dotyczy zarówno najmłodszych dzieci (4-9 lat) jak i starszych (10-15 i 16-19 lat).

W 2024 roku 4 czołowe programy głównych grup telewizyjnych, podobnie jak w poprzednich latach, odnotowały spadek udziału w widowni. Tzw. Wielka Czwórka (TVP 1 i 2 oraz TVN i Polsat) utraciła łącznie 2,53 pp., to jest 8,81% w stosunku do wyników z 2023 roku. Jest to związane z dalszą fragmentacją widowni, która rozprasza swoją uwagę na coraz większą liczbę programów wyspecjalizowanych (m.in. odpływ widowni do nowych programów dostępnych w ofercie naziemnej telewizji cyfrowej – Republika i wPolsce 24) oraz ze zwiększającym się zainteresowaniem ofertą serwisów VoD i platform udostępniania wideo (VSP).

W 2024 r. grupa programów, których udział w rynku widowni przekroczył 1%, zwiększyła się z 16 do 18. Do grupy tej dołączyły programy Republika, Wydarzenia 24 i TVP Sport (ubył program Fokus TV). Wzrosła również grupa programów, które nie osiągnęły jednoprocentowego progu. Stanowiły one łącznie 42,11% widowni (więcej o 0,94 pp. niż w 2023 r., tj. o 2,23%).

Udziały niższe niż 1%, w przedziale 0,9-0,5%, odnotowano dla czternastu programów (Fokus TV, TVP 3, Eurosport 1, Polsat 2, Super Polsat, WP, Polsat Sport 1, Zoom TV, TVP HD, Antena HD, TVP Rozrywka, Polsat Play, TVN 24 Bis, wPolsce 24). Natomiast najbardziej liczna grupa poniżej 0,5% progu to ponad 100 programów.

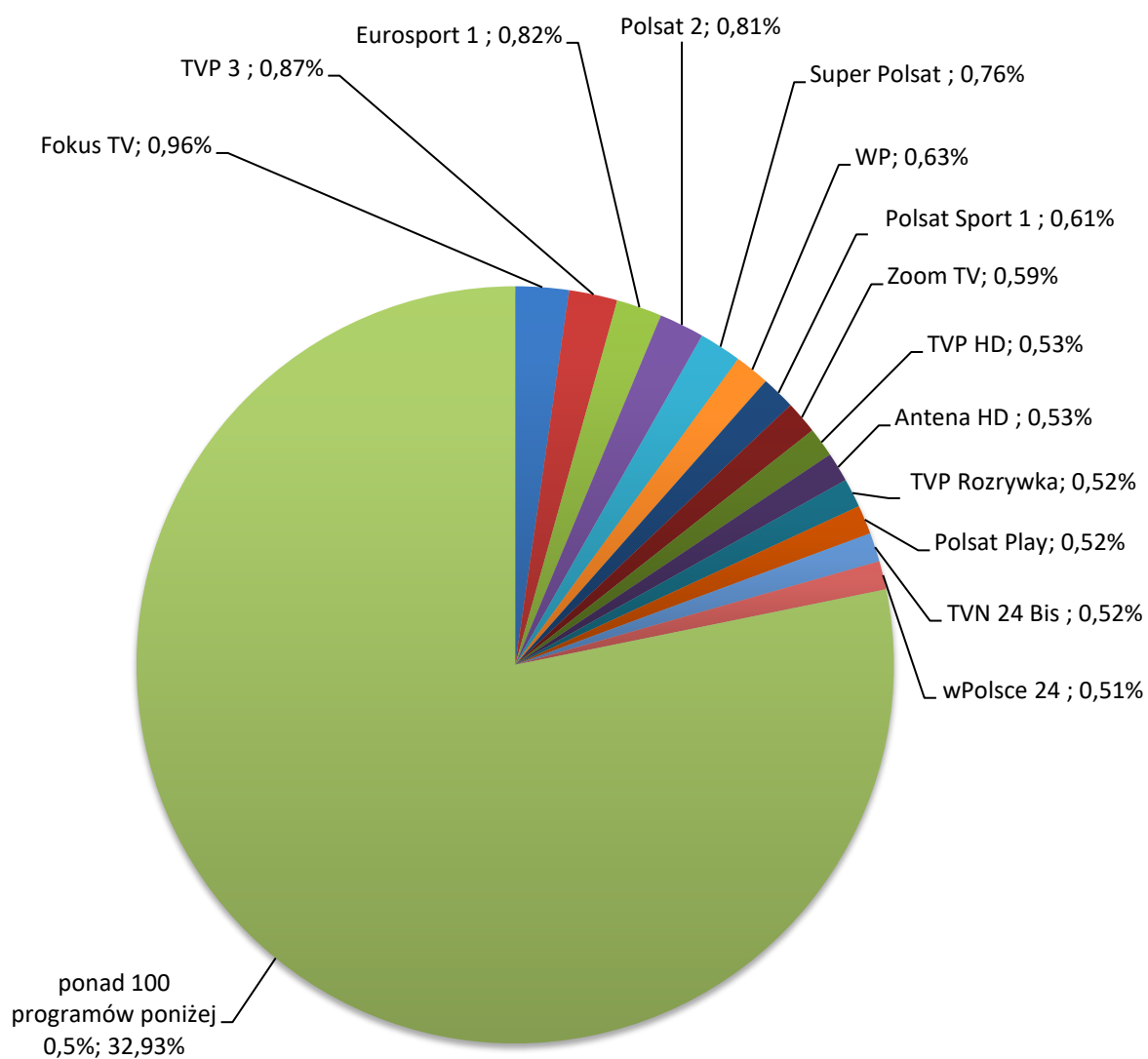
Wykres 1. Struktura rynku telewizyjnego w 2024 r. - udziały w widowni



*kategoria „pozostałe” zawiera programy o udziale poniżej 1%

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Wykres 2. Programy telewizyjne o udziale w widowni poniżej 1% (programy stanowiące łącznie ponad 42% rynku)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Tabela 5. Ranking programów telewizyjnych w 2024 r. o udziale ponad 0,3% w rynku
(z zaznaczeniem kierunków zmian w porównaniu z rokiem 2023)³³

Lp.	Program	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana (pp.)	NTC
1.	TVP 1	383 853	↓ -41 858	7,24%	↓ -0,45	MUX 3
2.	Polsat	350 787	↓ -33 347	6,62%	↓ -0,32	MUX 2
3.	TVN	329 026	↓ -46 026	6,21%	↓ -0,57	MUX 2
4.	TVP 2	325 091	↓ -79 972	6,13%	↓ -1,19	MUX 3
5.	TVN 24	320 024	↑ 1 497	6,04%	↑ 0,28	
6.	Republika	200 955	↑ 190 097	3,79%	↑ 3,59	MUX 8
7.	TVN 7	167 941	↓ -6 582	3,17%	↑ 0,02	MUX 2
8.	TV Puls	153 003	↓ -10 142	2,89%	↓ -0,06	MUX 2
9.	TV 4	152 669	↓ -12 220	2,88%	↓ -0,10	MUX 2
10.	TTV	101 208	↑ 4 326	1,91%	↑ 0,16	MUX 1
11.	TV 6	91 440	↑ 27 520	1,73%	↑ 0,57	MUX 2
12.	Polsat New s	83 456	↓ -15 072	1,57%	↓ -0,21	
13.	Puls 2	80 907	↓ -6 819	1,53%	↓ -0,06	MUX 2
14.	TVP Seriale	75 924	↓ -10 415	1,43%	↓ -0,13	
15.	TVP Info	75 241	↓ -197 663	1,42%	↓ -3,51	MUX 3
16.	Stopklatka	67 959	↑ 3 996	1,28%	↑ 0,12	MUX 1
17.	Wydarzenia 24	54 975	↑ 13 375	1,04%	↑ 0,29	MUX 1
18.	TVP Sport	53 429	↓ -922	1,01%	↑ 0,03	MUX 3
19.	Fokus TV	50 871	↑ 4 112	0,96%	↑ 0,12	MUX 1
20.	TVP 3	46 330	↓ -6 865	0,87%	↓ -0,09	MUX 3
21.	Eurosport 1	43 293	↑ 7 619	0,82%	↑ 0,18	
22.	Polsat 2	43 152	↓ -30 699	0,81%	↓ -0,52	
23.	Super Polsat	40 165	↓ -3 335	0,76%	↓ -0,03	MUX 2
24.	WP	33 328	↑ 2 885	0,63%	↑ 0,08	MUX 8
25.	Polsat Sport 1	32 439	↓ -7 385	0,61%	↓ -0,11	
26.	Zoom TV	31 306	↓ -2 269	0,59%	↓ -0,02	MUX 8
27.	TVP HD	27 965	↓ -1 515	0,53%	→ 0,00	
28.	Antena HD	27 935	↑ 3 845	0,53%	↑ 0,09	MUX 1
29.	TVP Rozrywka	27 754	↓ -387	0,52%	↑ 0,01	MUX 6
30.	Polsat Play	27 536	↓ -4 358	0,52%	↓ -0,06	
31.	TVN 24 Bis	27 426	↓ -1 979	0,52%	↓ -0,01	
32.	w Polsce 24	27 148	↑ 25 232	0,51%	↑ 0,48	MUX 8
33.	FX	25 725	↓ -4 426	0,49%	↓ -0,05	
34.	TVP Historia	25 419	↓ -3 611	0,48%	↓ -0,04	MUX 3
35.	Nowa TV	24 715	↑ 2 261	0,47%	↑ 0,06	MUX 8
36.	TVN Turbo	23 395	↓ -5 024	0,44%	↓ -0,07	
37.	Polo TV	21 903	↑ 2 951	0,41%	↑ 0,07	MUX 1
38.	Polsat Film	21 838	↓ -3 131	0,41%	↓ -0,04	
39.	Polsat Cafe	21 330	↓ -3 921	0,40%	↓ -0,06	
40.	BBC First	20 949	↑ 7 195	0,40%	↑ 0,15	
41.	Polsat Seriale	20 647	↓ -3 521	0,39%	↓ -0,05	
42.	TVP Kultura	19 484	↑ 1 117	0,37%	↑ 0,04	MUX 3
43.	TVP Kobieta	18 169	↓ -687	0,34%	→ 0,00	MUX 6
44.	TVP Polonia	17 927	↑ 1 272	0,34%	↑ 0,04	MUX 6
45.	National Geographic	17 624	↓ -405	0,33%	→ 0,00	
46.	TVN Fabula	17 409	↓ -1 517	0,33%	↓ -0,01	
47.	Romance TV	17 310	↓ -1 165	0,33%	→ 0,00	
48.	TVP ABC	16 842	↓ -7 976	0,32%	↓ -0,13	MUX 3
49.	Paramount Network	16 634	↓ -1 970	0,31%	↓ -0,03	
50.	Nick Jr	16 592	↓ -4 519	0,31%	↓ -0,07	

NTC - naziemna telewizja cyfrowa.

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

³³ Na żółto zaznaczono programy dostępne w telewizji naziemnej.

Większość programów zajmujących czołowe miejsca na powyższej liście odnotowało spadki widowni. Zyskiwały natomiast niektóre programy dostępne w naziemnej telewizji cyfrowej i satelitarne programy wyspecjalizowane.

Wśród pierwszej dziesiątki najchętniej oglądanych programów w 2024 r. – jak już wcześniej wskazano - największy wzrost oglądalności dotyczył programu Republika (wzrost o 3,59 pp.; tj. o 1895%), informacyjnego TVN24 (wzrost o 0,28 pp.; 4,86%) oraz kilku programów dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej: TVN7 (o 0,02 pp., tj. 0,63%), TTV (o 0,16 pp., tj. 9,14%), TV 6 (o 0,57 pp., tj. 49,14%).

W 2024 roku zmniejszyły się udziały trzech głównych grup telewizyjnych, które łącznie zgromadziły prawie 2/3 polskiego rynku widowni. Nieco powyżej 22% udziałów uzyskały łącznie programy Grupy Polsat³⁴, prawie tyle samo, ale poniżej 22% tego rynku należało do TVN Discovery Polska³⁵. Jeszcze mniej uzyskały programy telewizyjne nadawcy publicznego (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP Info, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP Kobieta, TVP Dokument i TVP Nauka).

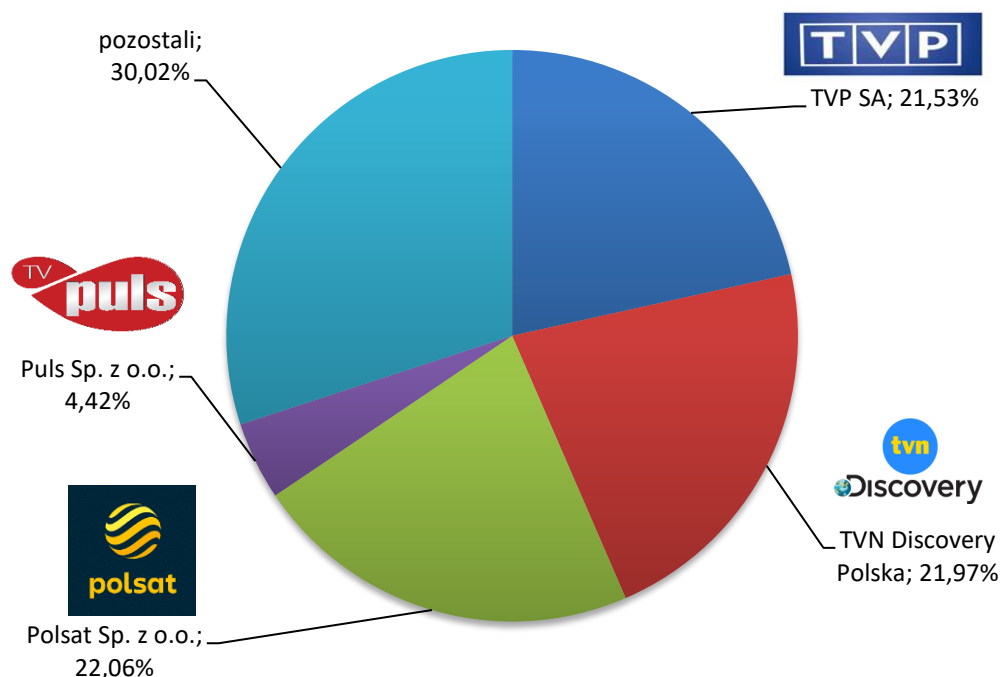
Nieco mniejszą widownię niż w poprzednim roku zgromadziły programy TV Puls (w sumie ok. 4,4%). Natomiast znacznie zwiększyły się udziały pozostałych nadawców, którzy skupili razem ponad 30% widownię.

Na wykresie poniżej przedstawiono podział rynku telewizyjnego, uwzględniający udziały w widowni głównych grup nadawców.

³⁴ Grupa Polsat: Polsat, TV 4, Polsat News, Polsat 2, TV 6, Fokus TV, Super Polsat, Wydarzenia 24, Polsat Sport 1, Polsat Play, Polsat Film, Polsat Cafe, Polsat Seriale, Nowa TV, Polo TV, Polsat Comedy Central Extra, Polsat Viasat History, Eska TV, Eleven Sports 1, Polsat Sport 2, Polsat Viasat Explore, CI Polsat, Polsat Doku, Polsat News 2, Disco Polo Music, Polsat Viasat Nature, Polsat Rodzina, Polsat Sport 3, Polsat JimJam, 4fun Dance, 4fun Kids, 4fun TV, Epic Drama, Polsat Games, Polsat Sport Fight, Eleven Sports 2, Eska TV Extra, Polsat Music HD, Vox Music TV, Eska Rock TV.

³⁵ TVN Discovery Polska: TVN, TVN 24, TVN 7, TTV, TVN 24 Bis, Eurosport 1, TVN Turbo, TVN Style, Discovery, TVN Fabuła, Metro, HGTV, TLC, Investigation Discovery, Discovery Science, Food Network, Eurosport 2, DTX, Travel Channel, Discovery Historia, Discovery Life, Animal Planet HD, Cartoon Network, Cartoonito, Warner TV.

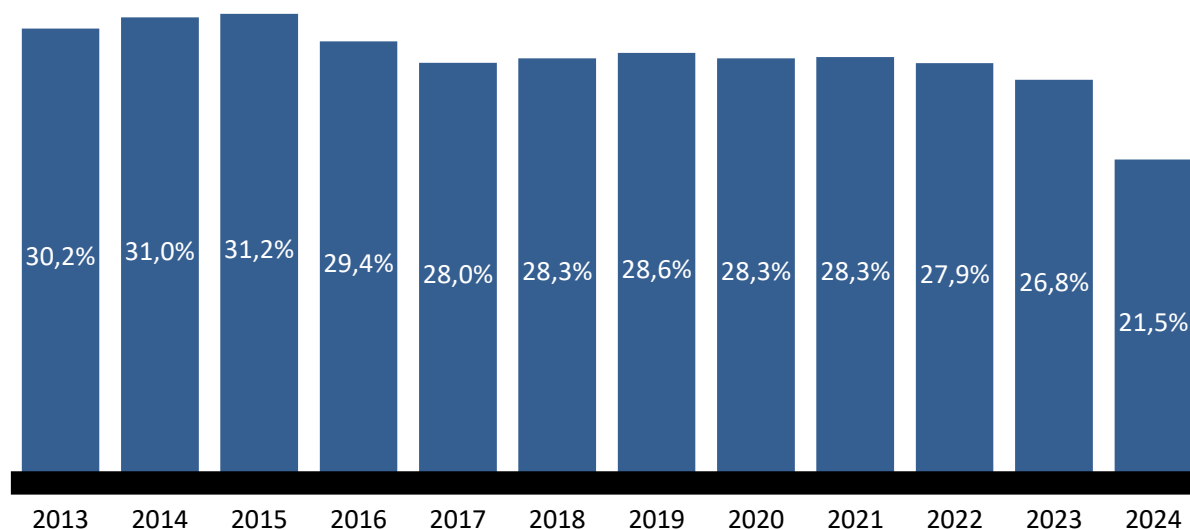
Wykres 3. Udziały w widowni w podziale na główne grupy nadawców w 2024 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Telewizja publiczna, w porównaniu do poprzedniego roku, ogółem straciła aż 5,29 pp. (tj. 19,72%)
Dane obrazujące ten trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 4. Łączne udziały telewizji publicznej w rynku widowni w latach 2013-2024



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2023 zestawiono w poniższej tabeli.

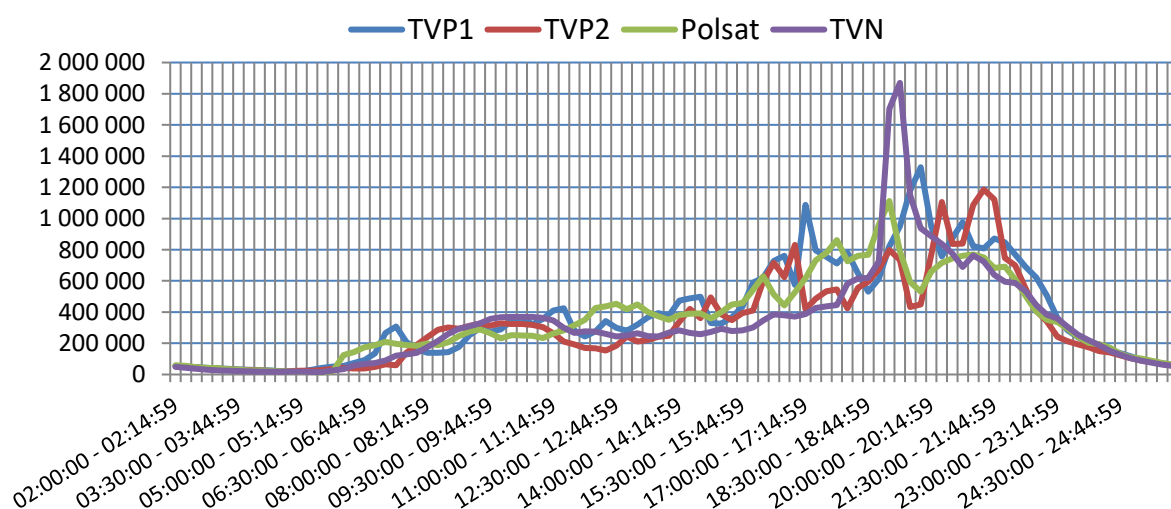
Tabela 6. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w 2024 r.

Lp	Program	AMR	SHR %	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana pp	NTC
1.	TVP 1	425 711	7,69%	383 853	↓ -41 858	7,24%	↓ -0,45	MUX 3
2.	TVP 2	405 063	7,32%	325 091	↓ -79 972	6,13%	↓ -1,19	MUX 3
3.	TVP Seriale	86 339	1,56%	75 924	↓ -10 415	1,43%	↓ -0,13	
4.	TVP Info	272 904	4,93%	75 241	↓ 197 663	1,42%	↓ -3,51	MUX 3
5.	TVP Sport	54 351	0,98%	53 429	↓ -922	1,01%	↑ 0,03	MUX 3
6.	TVP 3	53 195	0,96%	46 330	↓ -6 865	0,87%	↓ -0,09	MUX 3
7.	TVP HD	29 480	0,53%	27 965	↓ -1 515	0,53%	→ 0,00	
8.	TVP Rozrywka	28 141	0,51%	27 754	↓ -387	0,52%	↑ 0,01	MUX 6
9.	TVP Historia	29 030	0,52%	25 419	↓ -3 611	0,48%	↓ -0,04	MUX 3
10.	TVP Kultura	18 367	0,33%	19 484	↑ 1 117	0,37%	↑ 0,04	MUX 3
11.	TVP Kobieta	18 856	0,34%	18 169	↓ -687	0,34%	→ 0,00	MUX 6
12.	TVP Polonia	16 655	0,30%	17 927	↑ 1 272	0,34%	↑ 0,04	MUX 6
13.	TVP ABC	24 818	0,45%	16 842	↓ -7 976	0,32%	↓ -0,13	MUX 3
14.	TVP Dokument	12 093	0,22%	14 982	↑ 2 889	0,28%	↑ 0,06	MUX 6
15.	TVP Nauka	9 698	0,18%	13 234	↑ 3 536	0,25%	↑ 0,07	MUX 6
	Ogółem	1 484 701	26,82%	1 141 644	↓ 343 057	21,53%	↓ -5,29	

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Porą największej oglądalności programów Wielkiej Czwórki (TVP1, TVP2, Polsat i TVN) pozostał czas między godz. 18.00 a 23.00, mimo że dla poszczególnych programów czas ten ulegał indywidualnym przesunięciom. Program TVP 1 odnotował najwyższą oglądalność w porze nadawania informacji o godz. 17.00 i 19.30 (audycje *Teleexpress* i 19.30 – dawniej *Wiadomości*), a TVP2 – między godz. 20.00 a 22.00 (pasmo serialowe). Również w przypadku TVN i Polsatu największą średnią dobową oglądalność obserwowano w porze emisji audycji informacyjnych o godz. 18.50 (*Wydarzenia w Polsce*) i 19.00 (*Fakty* w TVN), a także po godz. 20.00 (pasmo filmowe w Polsce) oraz po godz. 21.00 (seriale i filmy w TVN).

Wykres 5. Dobowa oglądalność programów TVP1, TVP2, Polsat i TVN w 2024 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

3. Koncentracja na rynkach mediowych w 2023 r.

Analiza stanu koncentracji na rynkach medialnych została opracowana na podstawie danych za 2023 r. ze względu na brak aktualnych danych za rok 2024, które są dostępne dopiero na koniec drugiego kwartału³⁶.

3.1. Telewizja

Tworzenie i rozpowszechnianie programów telewizyjnych to działalność oparta przeważnie o dwa filary: rynek widowni programów oraz rynek przychodów z reklamy.

W pierwszej części zostały zaprezentowane informacje dotyczące rynku odbiorcy:

- widownia programów telewizyjnych w podziale na głównych nadawców, niezależnie od sposobu ich rozpowszechniania;
- widownia programów rozpowszechnianych w telewizji naziemnej;
- widownia programów satelitarno-kablowych.

Następnie zostały przedstawione dane na temat widowni programów informacyjno–publicystycznych jako mających szczególne znaczenie dla pluralizmu opinii.

Druga część zawiera informacje na temat rynku reklamy w podobnym ujęciu tj. najpierw informacje ogólne – wartość i struktura całego rynku, a w dalszej kolejności te, które dotyczą reklamy w telewizji naziemnej i satelitarno-kablowej.

Dla każdego z tych ujęć przedstawione zostały wartości wskaźników służących do oceny stopnia koncentracji danego rynku tj.:

- wskaźnik C4³⁷ tj. udział w rynku czterech największych firm. Im wyższy współczynnik koncentracji, tym bardziej skoncentrowana jest dana branża. Rynek jest ogólnie uważany za wysoce skoncentrowany, jeśli C4 jest większy niż 50%;
- wskaźnik HHI³⁸ jest określony jako wyrażona w procentach suma kwadratów udziałów w rynku wszystkich działających na nim przedsiębiorstw. Przyjmuje się, że HHI o wartości powyżej 1800 sugeruje wysoce skoncentrowany rynek.

Odrębnie przedstawiono dane na temat przychodów z reklamy w programach tzw. Wielkiej Czwórki tj. TVP1, TVP2, TVN i Polsat. W związku z brakiem informacji na temat przychodów z reklamy wyłącznie w programach informacyjno – publicystycznych, dane na ten temat nie mogły być zaprezentowane, ograniczono się więc do podania wyników dotyczących widowni.

Na koniec scharakteryzowano rynek brokerów reklamy telewizyjnej, którego funkcjonowanie wpływa na sposób podziału tortu reklamowego i pośrednio na cenę reklamy. Ze względu na fakt, że jest on praktycznie podzielony między trzy grupy kapitałowe – TVN Warner Bros.Discovery (TVN WBD), Polsat Plus oraz TVP, informacje te są istotne przy ocenie ogólnej sytuacji, w jakiej funkcjonują podmioty działające na reklamowym rynku telewizyjnym.

³⁶ Wyniki finansowe nadawców i dostawców usług medialnych mają źródło w sprawozdaniach finansowych składanych do Krajowego Rejestru Sądowego (KRS). Są one składane na podstawie przepisów ustawy o rachunkowości do 30 kwietnia, do 30 czerwca lub do 15 lipca za poprzedni rok kalendarzowy.

³⁷ C4 lub CR (ang. concentration ratio).

³⁸ HHI – znany również jako indeks pochodzi od nazwiska jego twórców Herfindahla – Hishmana.

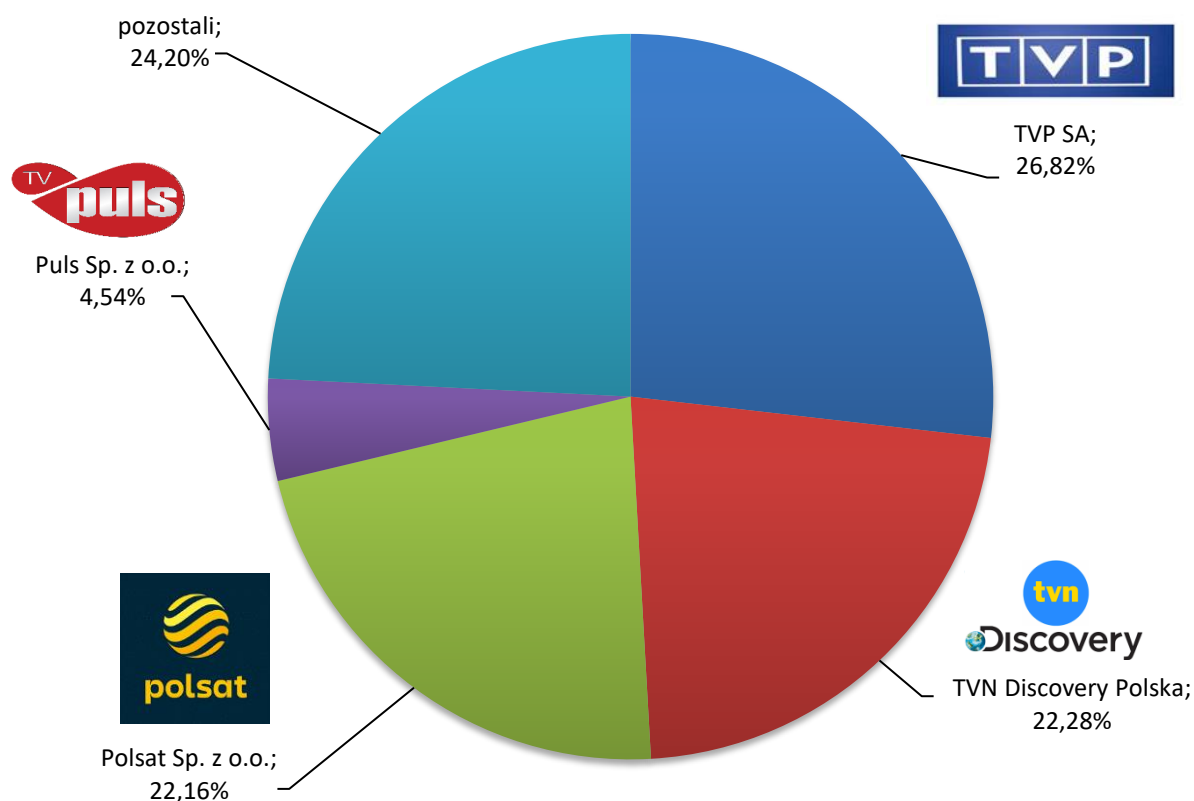
Widownia - rynek programów telewizyjnych ogółem

W 2023 roku nadal ponad $\frac{3}{4}$ polskiego rynku widowni było podzielone pomiędzy trzy grupy telewizyjne. Prawie 27% udziałów uzyskały łącznie programy telewizyjne nadawcy publicznego³⁹. Programy TVN Discovery Polska osiągnęły 22,28%⁴⁰, a 22,16% należało do Grupy Polsat⁴¹.

Większą widownię niż w poprzednim roku zgromadziły programy TV Puls (w sumie ok. 4,54%), a także nieco zwiększyły się udziały pozostałych nadawców⁴², którzy skupili razem ponad 24% widowni.

Na wykresie poniżej przedstawiono podział rynku telewizyjnego, uwzględniający udziały w widowni głównych grup nadawców.

Wykres 6. Udziały w widowni w podziale na główne grupy nadawców w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

³⁹ Grupa TVP: TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP Info, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP Kobieta, TVP Dokument i TVP Nauka.

⁴⁰ TVN Discovery Polska: TVN, TVN 24, TVN 7, TTV, TVN 24 Bis, Eurosport 1, TVN Turbo, TVN Style, Discovery, TVN Fabuła, Metro, HGTV, TLC, Investigation Discovery, Discovery Science, Food Network, Eurosport 2, DTX, Travel Channel, Discovery Historia, Discovery Life, Animal Planet HD, Cartoon Network, Cartoonito, Warner TV.

⁴¹ Grupa Polsat: Polsat, TV 4, Polsat News, Polsat 2, TV 6, Fokus TV, Super Polsat, Wydarzenia 24, Polsat Sport 1, Polsat Play, Polsat Film, Polsat Cafe, Polsat Seriale, Nowa TV, Polo TV, Polsat Comedy Central Extra, Polsat Viasat History, Eska TV, Eleven Sports 1, Polsat Sport 2, Polsat Viasat Explore, CI Polsat, Polsat Doku, Polsat News 2, Disco Polo Music, Polsat Viasat Nature, Polsat Rodzina, Polsat Sport 3, Polsat JimJam, 4fun Dance, 4fun Kids, 4fun TV, Epic Drama, Polsat Games, Polsat Sport Fight, Eleven Sports 2, Eska TV Extra, Polsat Music HD, Vox Music TV, Eska Rock TV.

⁴² tj. takich których widownia nie przekroczyła 1%.

Wskaźnik HHI uwzględniający zsumowaną widownię programów telewizyjnych pogrupowanych według przynależności do poszczególnych podmiotów działających na tym rynku w 2023 roku, osiągnął wartość 1747⁴³. Na malejącą wartość wskaźnika wpływa powszechna dostępność programów telewizyjnych możliwych do odbioru za pośrednictwem wielu platform. W podobnym jak HHI kierunku zmierza również wartość wskaźnika C4⁴⁴, który oscyluje, według danych za 2023 rok, na poziomie 75,8%.

Widownia - rynek naziemnych programów telewizyjnych

Segment naziemnych programów telewizyjnych jest bardziej skoncentrowany, co oczywiste ze względu na ograniczoną liczbę programów. W 2023 roku w multipleksach naziemnej telewizji cyfrowej były rozpowszechniane 22 programy koncesjonowane oraz programy nadawcy publicznego. Większość z nich należy do „zasiedziały nadawców” - TVP, Polsat, TVN Discovery Polska oraz TV Puls, którzy przed rokiem 2011 rozpowszechniali po jednym programie w systemie analogowym a następnie, w wyniku rozstrzygnięć KRRiT, na podstawie przepisów zawartych w ustawie o naziemnej telewizji cyfrowej⁴⁵ uzyskali prawo do rozpowszechniania po jednym dodatkowym programie. Kolejne cyfrowe koncesje dla POLSAT PLUS i TVN WBD zostały udzielone w otwartych konkursach, z udziałem innych zainteresowanych lub w wyniku zakupu spółek posiadających koncesje. TV Puls nie zwiększyło liczby koncesji. W 2023 r. liczba koncesji wynosiła: dla Polsatu – 9, TVN WBD – 4, TV Puls – 2.⁴⁶

Rozstrzygnięcia zawarte w ustawie o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej z 2011 roku zobowiązywały TVP do rozpowszechniania cyfrowo programów TVP1, TVP2 oraz programów regionalnych. Obecność programów TVP zwiększała się stopniowo w zależności od możliwości technicznych, aby w 2023 roku osiągnąć liczbę 17.

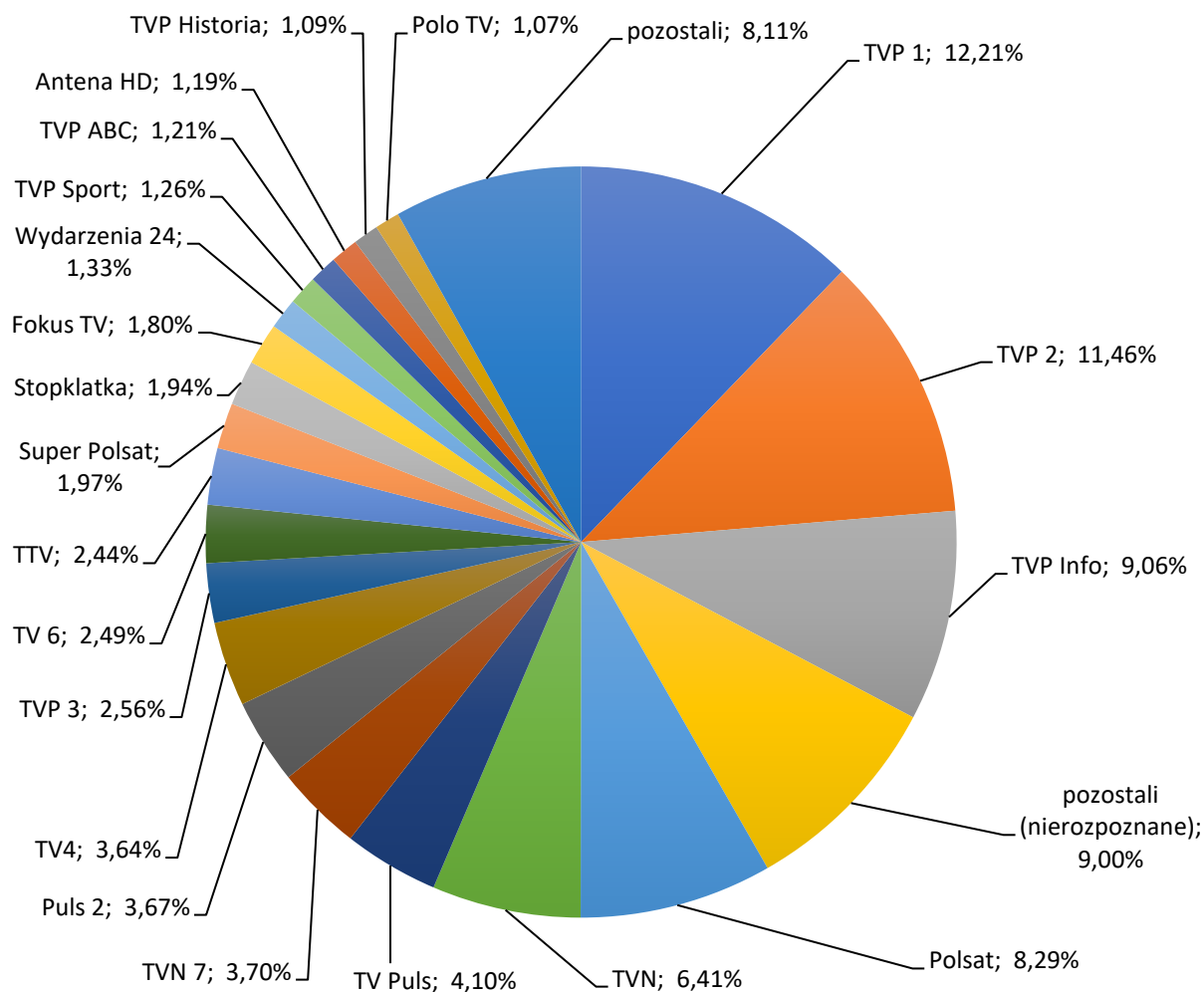
⁴³ Dana została obliczona według innego niż dotychczas sposobu obliczania wskaźnika HHI stosowanego dotychczas w *Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w latach 2020-2022*. W niniejszym opracowaniu uwzględniono sumy wyników oglądalności programów spoza C4 dla pozostałych grup działających na tym rynku, które w poprzednich latach nie były szczegółowo wyodrębniane. Jednak, niezależnie od przyjętego sposobu obliczania wskaźnika C4, wyraźnie zarysowuje się kierunek rozwoju rynku widowni telewizyjnej zmierzający ku większemu rozproszeniu widowni, a więc zwiększeniu konkurencyjności.

⁴⁴ por. *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku*, str.121.

⁴⁵ Ustawa dnia 30 czerwca 2011 r. o wdrożeniu naziemnej telewizji cyfrowej, Dz. U. 2011 Nr 153 poz. 903.

⁴⁶ Lista wszystkich programów poszczególnych nadawców została przedstawiona w przypisach 39-41 na poprzedniej stronie. Do Grupy TVN WBD z naziemnych programów należą TVN, TVN 7, TTV i Metro (ok. 49%), do Grupy Polsat Plus – Polsat, TV4, TV6, Super Polsat, Focus TV, Wydarzenia 24, Polo TV, NOVA TV, ESKA TV, Do grupy TVP – TVP 1 TVP2 TVP Info, TVP 3, TVP Sport, TVP ABC, TVP Historia, do TV Puls – TV Puls i Puls2.

Wykres 7. Udziały w widowni programów rozpowszechnianych w naziemnej telewizji cyfrowej w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie AGB Nielsen Media Research

Szeroka reprezentacja TVP, Polsat i TVN WBD w naziemnej telewizji cyfrowej oraz ugruntowana obecność TV Puls zapewnia zasiedziały, dawniej analogowym, nadawcom silną pozycję w tym segmencie rynku, niezależną od zwiększania obecności w multipleksach nowych programów nienależących do tej czwórki. Widoczna jest również tendencja do koncentracji kapitałowej z ich udziałem poprzez zakup spółek, które uzyskały koncesje na rozpowszechnianie programów w multipleksach i włączanie ich do swoich zasobów. Tak było np. z programami: TTV, Focus TV czy Polo TV.

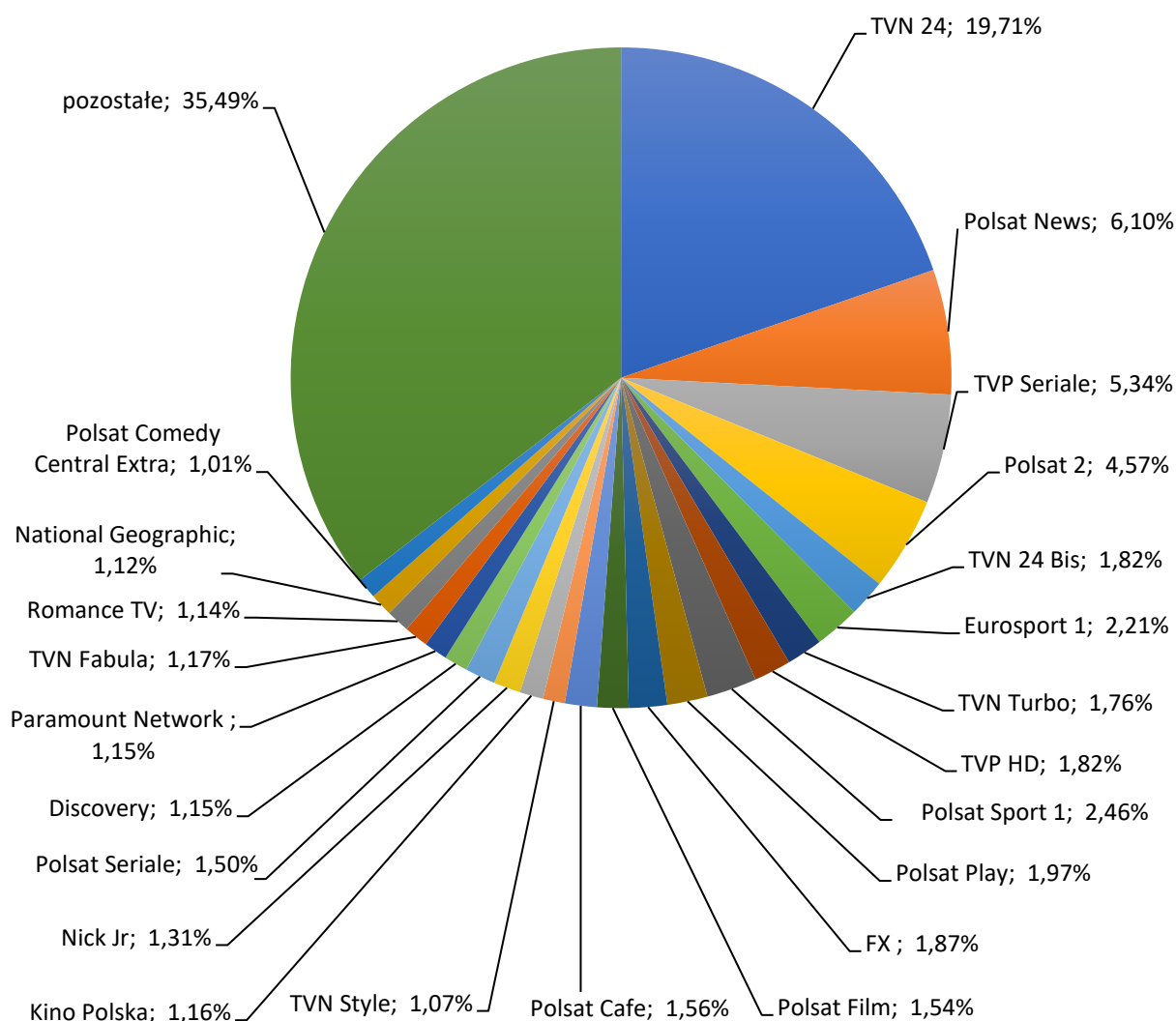
Stopień koncentracji widowni w naziemnej telewizji cyfrowej mierzony wskaźnikiem HHI w 2023 roku osiągnął wysoką wartość 2518. W przypadku wskaźnika C4, który za 2023 rok wynosi 85,12%, sytuacja kształtuje się podobnie.

Oba wskaźniki świadczą o wysokiej koncentracji. Oznacza to, że wprowadzenie w segmencie naziemnej telewizji cyfrowej szerokiej oferty programowej nie przyniosło znaczącej zmiany w zachowaniach widowni. Segment ten, mimo rosnącej liczby uczestników pozostaje wysoko skoncentrowany, z jednoczesnym brakiem istotnych perspektyw na poprawę sytuacji.

Wydaje się, że głównym powodem takiego stanu rzeczy są wysokie koszty nadawania programów w multipleksach cyfrowych dyktowane przez operatora technicznego TP Emitel. Obciążenie kosztami obsługi procesu nadawania ogranicza możliwości nowych nadawców do inwestycji w jakość programów, co przekłada się na wyniki oglądalności. Ponadto główni nadawcy korzystają z możliwości, jaką daje im skala działalności oraz siła marki, a także znacznie większe finansowe zaplecze pozwalające na prowadzenie szerokich kampanii promocyjnych.

Widownia - rynek programów satelitarno-kablowych

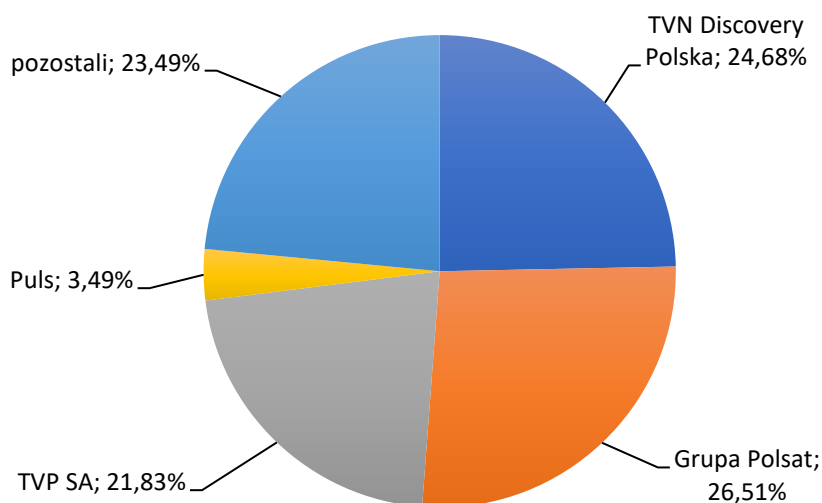
Wykres 8. Udział w widowni programów satelitarno-kablowych w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research za 2023 r.

W grupie pozostałe znajdują się programy, których widownia nie przekroczyła 1%.

Wykres 9. Udział w widowni programów satelitarno-kablowych oraz programów dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej należących do TVP, TVN Discovery Polska, Polsat Plus oraz TV Puls w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research za 2023 r.

Wśród około 200 programów telewizyjnych rozprowadzanych przez operatorów satelitarnych i kablowych czołową rolę pod względem zgromadzonej widowni także odgrywają programy należące do TVP, TVN Discovery Polska i Polsat. Jednak znacząca liczba pozostałych programów, w tym należących do nadawców zagranicznych z ciekawą wysokobudżetową ofertą filmów dokumentalnych i fabularnych oraz seriali powoduje, że 23,49% widowni poświęca swój czas innym nadawcom niż ci, którzy należą do grupy C4.

Sytuacja ta byłaby być może jeszcze bardziej korzystna dla innych niż wiodący podmiotów, działających w tym segmencie rynku, gdyby nie fakt, że zgodnie z zasadą must carry/must offer⁴⁷ programy TVP1, TVP2, TVN oraz Polsat i TV Puls są obecne w najtańszych pakietach oferowanych przez operatorów satelitarnych i kablowych, a dostępność programów innych nadawców, w tym w szczególności zagranicznych, jest możliwa po wykupieniu droższych pakietów. Dodatkowo należy wspomnieć o przewadze jaką Polsat Plus oraz TVN uzyskują na skutek koncentracji międzysektorowej. Firmy te posiadają również udziały w spółkach operatorów satelitarnych Polsat Go oraz cyfra+.

Oba wskaźniki – HHI i C4 dla segmentu telewizji satelitarno-kablowej są niższe niż w przypadku ich wartości z rynku ogółem czy z segmentu programów rozpowszechnianych w telewizji naziemnej.

W 2023 r. HHI dla widowni programów satelitarno-kablowych wynosił 2200, a C4 – 76,51%. Oba wskaźniki oznaczają wysoki poziom koncentracji. Porównując te wyniki do wyników z rynku widowni ogółem różnica ta nie jest znacząca. Gdy jednak porównujemy wyniki segmentu widowni telewizji naziemnej widoczna jest zarówno większa siła jak i liczba pozostałej części rynku, w tym w szczególności takich grup jak: Disney, AXN, Paramount - dawniej Viacom CBS, NBC Universal, Fox i Paramount.

⁴⁷ Zasada must carry/must offer została ustalona w art. 43-43a ustawy o radiofonii i telewizji.

Wydawać by się mogło, że rynek programów satelitarno-kablowych zmierza w kierunku dekoncentracji, choć proces ten jest bardzo powolny. Faktycznie jednak, w związku ze zjawiskiem przechodzenia widzów do oferty operatorów internetowych (tzw. OTT) oraz z powodu cen wyższych pakietów telewizyjnych, które zniechęcają abonentów do korzystania z płatnej telewizji satelitarnej lub kablowej, może się okazać, że proces ten zostanie zahamowany.

Zainteresowanie ww. globalnych podmiotów wykorzystaniem swoich produkcji w modelu płatnej telewizji słabnie co jest widoczne w związku z wycofywaniem niektórych programów z tej oferty i przesuwaniem kontentu do SVOD⁴⁸.

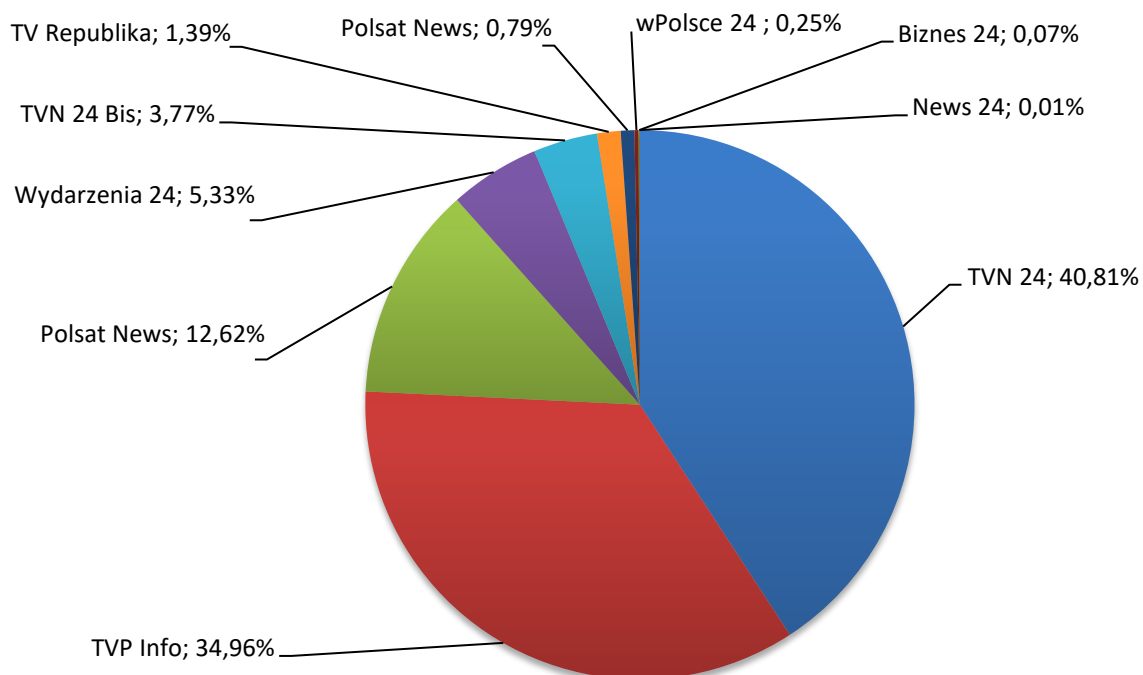
Widownia programów informacyjno-publicystycznych

Stopień koncentracji na rynku wyspecjalizowanych programów telewizyjnych, rozpowszechnianych niezależnie od sposobu dotarcia do widza (naziemny, kablowy, satelitarny), jest bardzo wysoki. Widoczna jest również dominująca rola głównych podmiotów – TVN Discovery, TVP i Polsat. Nie jest to zaskoczeniem ponieważ podmioty te mają ugruntowaną pozycję na rynku, nieporównywalnie duże zasoby organizacyjne, techniczne oraz personalne, a także duże doświadczenie w tworzeniu takich treści. Ponadto programy informacyjno-publicystyczne zasiedziały nadawców są rozwinięciem tematyki prezentowanej na głównych antenach o wysokiej widowni. TVN i Polsat rozszerzają widownię swoich treści informacyjno-publicystycznych także poprzez wykorzystywanie ich w różnych porach za pomocą dodatkowych programów np. TVN24bis czy też Polsat News 2 oraz Wydarzenia 24.

Nowi nadawcy programów informacyjno-publicystycznych TV Republika, czy wPolsce24 dopiero w 2024 roku uzyskali koncesje na rozpowszechnianie programów w naziemnej telewizji cyfrowej. Ich zasięg dotychczas ograniczał się do telewizji satelitarnej i kablowej oraz internetu.

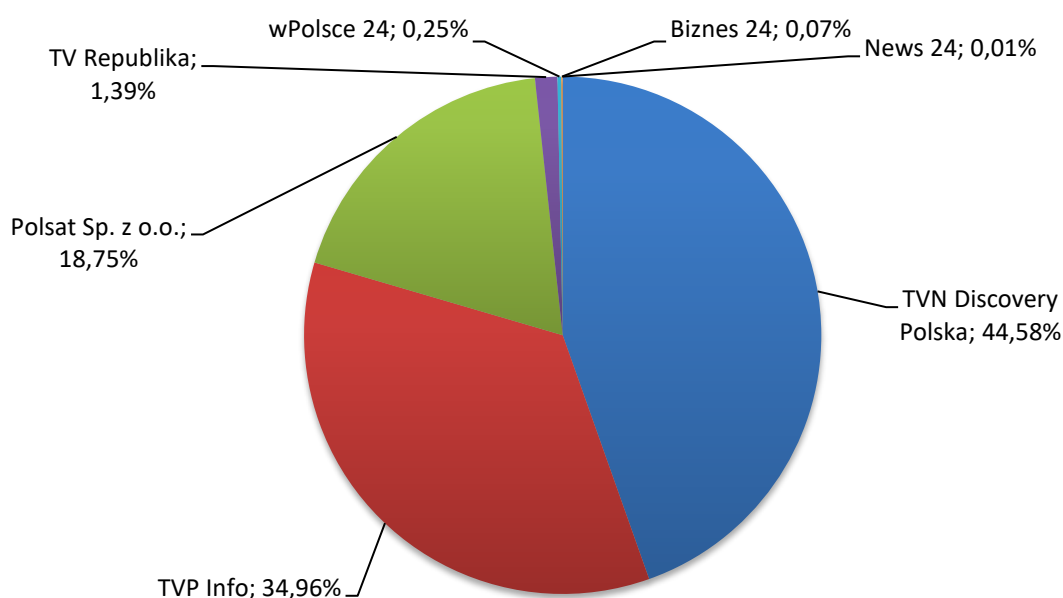
⁴⁸ SVOD – ang. Subscription video on demand. Usługi SVOD zapewniające dostęp do katalogu filmów i seriali po wykupieniu subskrypcji.

Wykres 10. Udział programów informacyjno–publicystycznych rozpowszechnianych naziemnie, satelitarne i kablowo w widowni programów o tej specjalizacji w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research za 2023 r.

Wykres 11. Udział grup telewizyjnych programów informacyjno–publicystycznych rozpowszechnianych naziemnie, satelitarne i kablowo w widowni programów o tej specjalizacji w 2023 r.



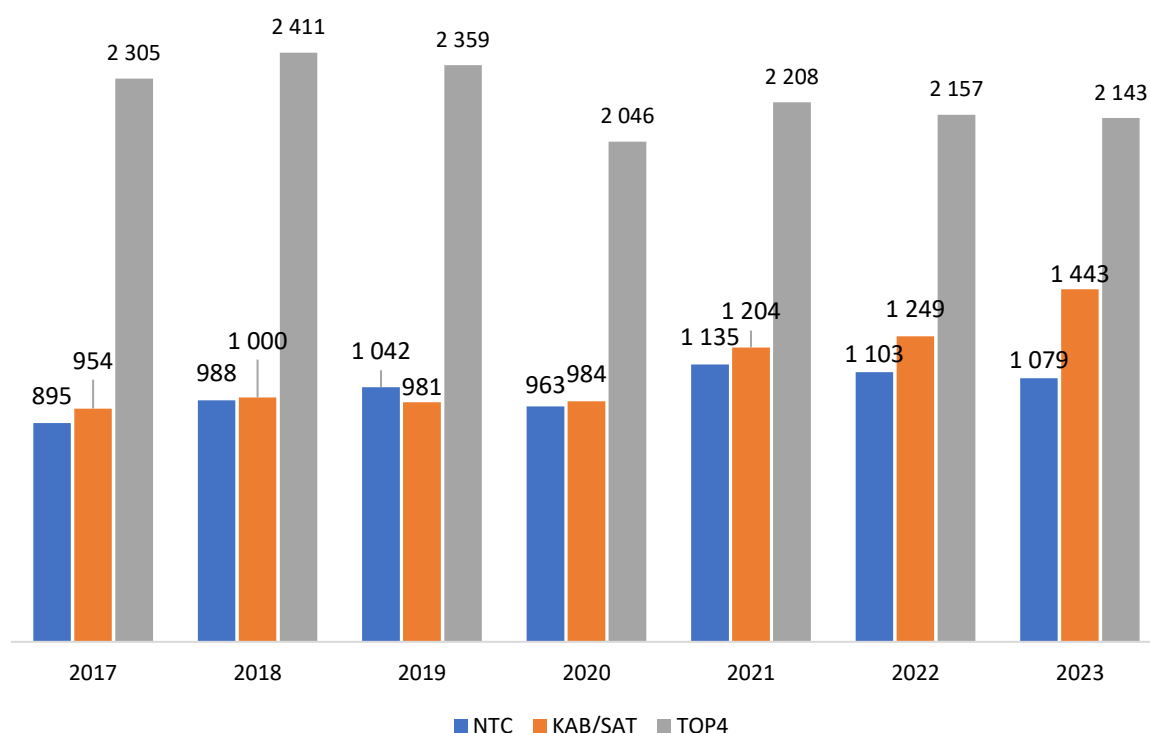
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z badania AGB Nielsen Media Research za 2023 r.

Rynki wysoko wyspecjalizowane, takie jak omawiany, nie mają większych szans na dekoncentrację ze względu na krajowy charakter treści z jednej strony, a z drugiej - na wyższą niż w przypadku innych programów barierę ekonomiczną i techniczno-organizacyjną wejścia. Nie mogą więc dziwić wyniki indeksu HHI za 2023 który wynosi 3562, ani wartość wskaźnika C4 na poziomie prawie 100% (99,68%). Potwierdzają one bardzo wysoką koncentrację w formie oligopolu.

Przychody reklamowe

Jak już wcześniej wspomniano z danych pochodzących z raportu Publicis Groupe⁴⁹, wynika, że wartość rynku reklamy telewizyjnej w 2023 r. to 4 665mln zł. W porównaniu do wpływów z 2022 r. nastąpił wzrost tej wartości o 3,5%. Choć telewizja utraciła już miano lidera rynku reklamy, może jednak liczyć na dalszy wzrost przychodów. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że nadawcy programów telewizyjnych czerpią także przychody z reklamy internetowej, uzyskiwanej w związku z obecnością ich treści w różnych formach w sieci oraz z umów zawieranych z operatorami platform satelitarnych oraz sieci kablowych, a także z VOD i OTT.

Wykres 12. Przychody z reklam w 2023 r. w programach telewizji naziemnej, satelitarno-kablowej oraz w programach tzw. Wielkiej Czwórki tj. TVP1, TVP2 TVN i Polsat – niezależnie do sposobu ich rozpowszechniania



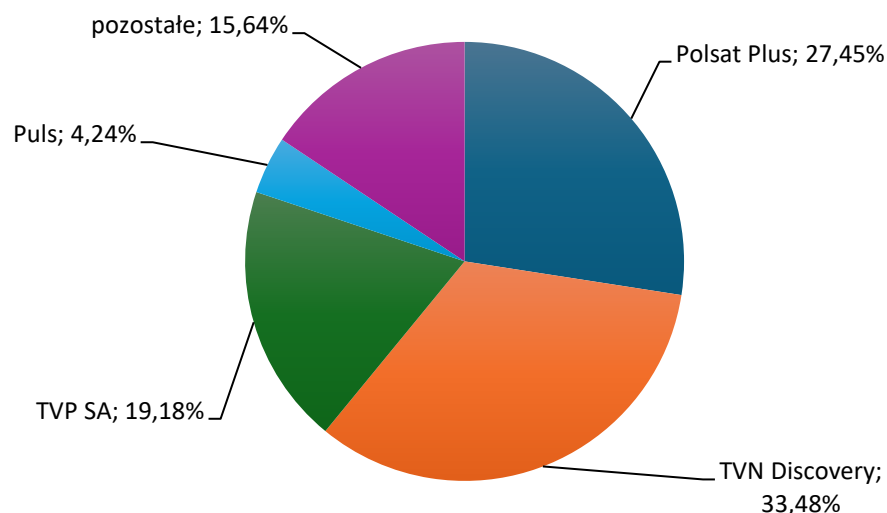
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Publicis Groupe, Rynek reklamy w Polsce w 2023 r. aktualizacja po Q3 2024.

⁴⁹ Publicis Groupe, Rynek reklamy w Polsce w 2023 r., aktualizacja po Q3 2024

W 2023 r. przychody z działalności reklamowej wraz ze sponsoringiem, lokowaniem produktu i ogłoszeniami czterech głównych anten (TVP1, TVP2, Polsat i TVN) wyniosły około 2 143,2 mln zł, tj. 13,4 mln (-0,6 %) mniej niż w 2022 roku, kiedy osiągnęły 2 156,6 mln zł⁵⁰.

Ten sam rodzaj przychodów w programach dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej (bez czterech głównych anten) obniżył się o 2,2% i wyniósł 1 078,9 mln zł, co w porównaniu z 2022 r. stanowiło spadek o niemal 24 mln zł. Analizując natomiast same przychody z wyemitowanych reklam (tzw. spotowych), spadek ten wyniósł 30,7 mln zł, czyli 2,9%.

Wykres 13. Udział grup telewizyjnych w przychodach z reklamy w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Publicis Groupe Rynek reklamy w Polsce w 2023 r. aktualizacja po Q3 2024

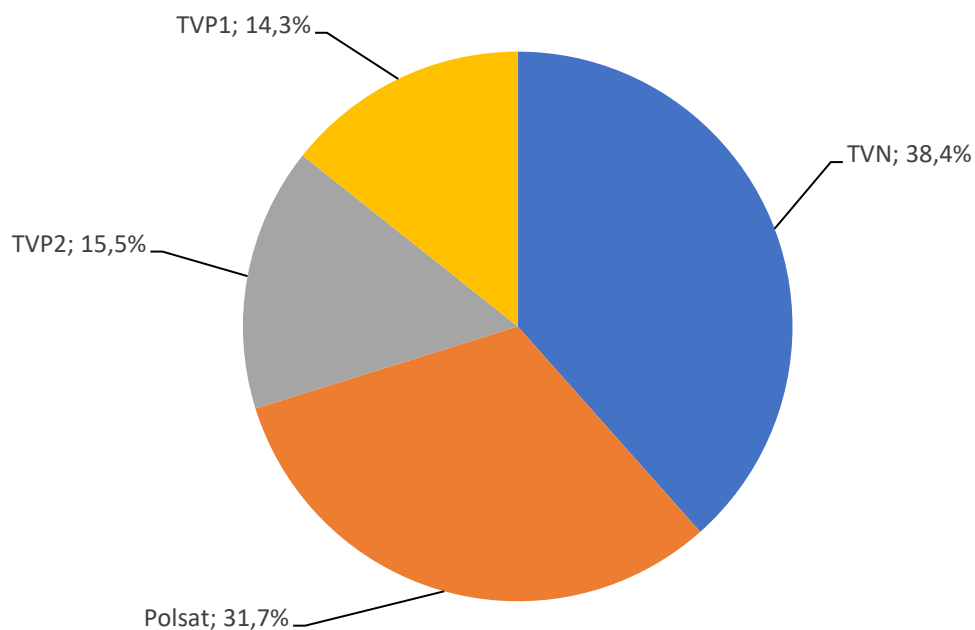
Koncentracja na rynku reklamy telewizyjnej, biorąc pod uwagę zarówno rynek ogółem (tj. niezależnie od sposobu rozpowszechniania lub rozprowadzania) oraz poszczególne jego segmenty (naziemny, satelitarno-kablowy) ma postać zbliżoną do tej, jaką obserwujemy na rynku widowni. Wynika z faktu, że reklamodawcy planując swoje budżety biorą pod uwagę wyniki oglądalności oraz dostępność programów dla odbiorców.

Utrwalona pozycja trzech firm TVN Discovery, Polsat i TVP oraz szeroka dystrybucja należących do nich programów, widoczna szczególnie w telewizji naziemnej, a także siła ich marek i zdolność do inwestowania w kontent przynoszą efekt w postaci zagospodarowania ponad 80% inwestycji w reklamę telewizyjną na ich antenach. Dodatkowo wspiera ten proces duże zaangażowanie głównych firm w różne formy autopromocji i marketingu.

W 2023 roku wskaźnik C4 dla rynku reklamy telewizyjnej ogółem kształtował się na poziomie 84,35%, natomiast HHI - na poziomie 2287. Oba indeksy wskazują na wysoką koncentrację.

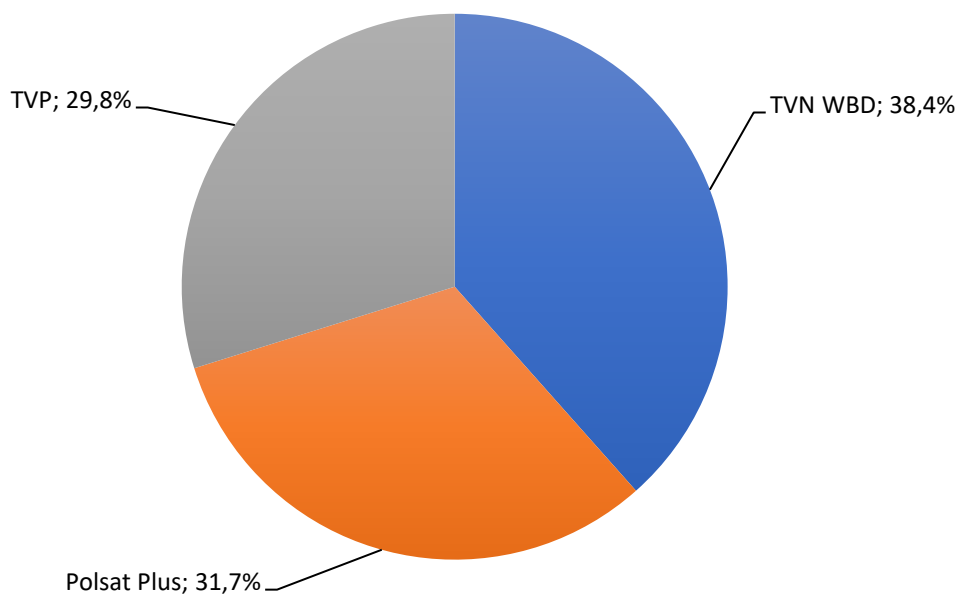
⁵⁰ Ze względu na źródło pochodzenia dane te różnią się od danych podanych w części dot. wyników finansowych nadawców. Przytoczone tutaj wartości są szacunkami netto inwestycji w reklamę, tj. szacunkowymi kwotami wpływów reklamowych mediów po rabatach, ale przed opodatkowaniem VAT, opublikowanych przez Publicis Groupe na podstawie informacji o umowach reklamowych. Natomiast w części dot. wyników finansowych nadawców dane mają źródło w sprawozdaniach finansowych nadawców, a więc prezentują informacje przekazywane przez nadawców w rocznych sprawozdaniach finansowych składanych do Krajowego Rejestru Sądowego (KRS).

Wykres 14. Udział poszczególnych programów w przychodach reklamowych wyemitowanych w programach tzw. Wielkiej Czwórki w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Publicis Groupe, Rynek Reklamy w Polsce w 2023r. aktualizacja po Q4 2024

Wykres 15. Udział grup telewizyjnych w przychodach z reklamy w programach tzw. Wielkiej Czwórki w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie raportu Publicis Groupe, Rynek Reklamy w Polsce w 2023 r. aktualizacja po Q4 2024

Przychody reklamowe brokerów reklamy telewizyjnej

W 2023 r. TVN Media w ramach specjalnej oferty TVN Premium wraz ze wszystkimi kanałami Grupy TVN Discovery miał 41% udziału w rynku zakupu reklamy telewizyjnej, a jednocześnie był brokerem dla:

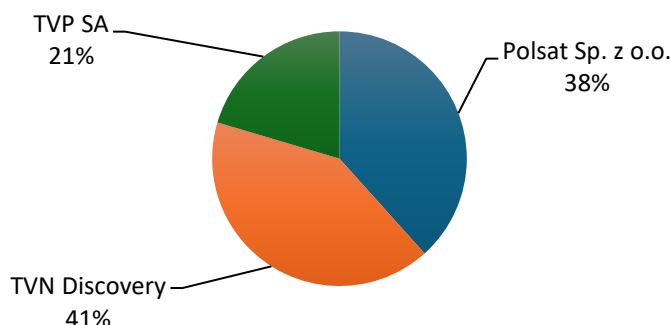
- własnych programów: TVN, TVN7, TVN24, TTV - Twoja Telewizja, TVN Fabuła, TVN Turbo, TVN Style, HGTV, Discovery, Metro, Investigation Discovery, TLC, TVN 24 BiS, Discovery Science, Discovery Historia, Discovery Life, Animal Planet HD, DTX, Eurosport, Eurosport 2, Travel Channel;
- Canal+ (MiniMini+, Canal+ Domo+, Planete+, Canal+ kuchnia+, Ale Kino+, teleTOON+, Canal+ Sport, Canal+ Sport2, Canal+ Sport3, Canal+ Sport5, Canal+ Family, Canal+ Premium, Canal+, Canal+ Dokument, Novelas);
- Disney (Disney Junior, Disney Channel, Disney XD);
- Paramount (dawniej Viacom CBS) (Comedy Central, Nick Jr, Paramount Network, Polsat Comedy Central Extra, Nickelodeon, Nicktoons, MTV PL, Teen Nick);
- FOX (FX, National Geographic, National Geographic Wild, FX Comedy, Nat Geo People);
- oraz innych takich jak: Polsat (Food Network), Mainstream Networks (Romance TV), IKO Media Group (Sportklub, Fightklub), Motowizja (Motowizja), Astro (e-sport tv, News24), Idea4 Broadcasting (StudioMED TV), MWE Network (ULTRA TV, TVC), Sanbox Music (MIXTAPE), Red Carpet Media Group (Red Carpet Tv, RedTOP TV), Music Box Polska.

W 2023 r. Polsat Media miał 38% udziału w rynku zakupu reklamy telewizyjnej i był brokerem dla:

- własnych programów Polsat (4FUN.TV, 4FUN DANCE, 4FUN KIDS, Disco Polo Music, Eleven Sports 1, Eleven Sports 2, Eska Extra (Eska TV), Eska Rock TV, Eska TV (8TV), Fokus TV, Nowa TV, Polo TV, Polsat Café, Polsat Doku, Polsat Film, Polsat Games, Polsat Music HD, Polsat News, Polsat News 2, Polsat Play, Polsat Rodzina, Polsat Seriale, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport Fight, Polsat Sport News HD, Polsat 2, Super Polsat, TV 4, TV 6, Vox Music TV, Wydarzenia24);
- Puls, Puls 2;
- Kino Polska (Stopklatka, Zoom TV, Kino Polska, Kino TV, Kino Polska Muzyka, Gametoon);
- Fratria (Telewizja WPOLSC.PL),
- Telewizja Republika S.A. (TV Republika);
- TVN WBD (Warner TV, Cartoon Network, Boomerang, Cartoonito);
- A&E Television Networks (HISTORY, CI Polsat, History2 (H2));
- Wirtualna Polska (WP);
- AXN (Antenna Group) (AXN, AXN Black, AXN Spin, AXN White);
- Viasat (Epic Drama, Polsat Viasat History, Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature);
- BBC (BBC Earth, BBC Brit, BBC CBeebies, BBC Lifestyle, BBC First);
- AMC Networks (Polsat JimJam, AMC, Extreme Sports, Sundance Channel);
- NBCUniversal (13 Ulica, Scifi Universal, E!Entertainment, Golf Channel Polska – w czerwcu 2023 przejęty przez MWE Network);
- Paramount (CBS Europa, CBS Reality);
- oraz innych takich jak: Polcast Television (Tele5, Polonia1, Water Planet, Novela TV), JBD SA (Stars.tv), Da Vinci Media (Da Vinci).

Trzecim brokerem pod względem udziałów rynkowych jest telewizja publiczna. Biuro Reklamy TVP obsługuje TVP1, TVP2 i programy tematyczne, co w 2023 r. dało udział w rynku na poziomie 21%.

Wykres 16. Udziały brokerów telewizyjnych w rynku przychodów z reklamy w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Publicis Groupe, Rynek reklamy w Polsce w 2023 r. aktualizacja po Q3 2024

W sytuacji, gdy wskaźnik C4 jest równy 100%, a ma to miejsce w tym przypadku, mamy do czynienia z silną koncentracją. Potwierdza to wysoka wartość wskaźnika HHI, który w 2023 wyniósł 3566.

W 2023 roku Prezes UKE prowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie rabatów stosowanych przez Polsat Media, TVN Media oraz Biuro Reklamy TVP świadczących usługi zarówno dla przedsiębiorców ze swojej grupy kapitałowej, jak i dla innych nadawców. Celem postępowania była weryfikacja, czy stosowane przez te podmioty rabaty mogą przyczyniać się do zamknięcia rynku usług brokerskich w zakresie sprzedaży reklamy telewizyjnej.

W wyniku przeprowadzonego postępowania Prezes UKE poinformował: „bardzo gruntownie przeanalizowaliśmy sytuację rynkową i widzimy, iż tzw. *kick-backi*⁵¹ są obecnie pewnym standardem stosowanym przez uczestników rynku, który nie ogranicza konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami”.

Postępowanie to zostało zakończone 9 listopada 2023 roku. Analiza Urzędu nie wykazała, żeby przedsiębiorcy stosowali praktyki ograniczające konkurencję⁵². Według Prezesa UOKiK domy mediowe, przy wyborze brokera, kierują się dopasowaniem mediów do potrzeb kampanii i grupy docelowej klienta. Ustalono również, że nie występują na rynku istotne bariery, które uniemożliwiałyby nadawcom zmianę brokera.

Zdaniem Prezesa UKE aktualnie zdecydowana większość obrotu na polskim rynku reklamowym odbywa się za pośrednictwem domów mediowych, z których znaczna część należy do globalnych koncernów⁵³. Istnienie silnych brokerów reklamy telewizyjnej wzmacnia pozycję sektora telewizyjnego w negocjacjach z domami mediowymi w sprawie zakupu czasu antenowego.

⁵¹ Ang. *kick back* to forma „wewnętrznej prowizji” między podmiotami np. od pozyskanego klienta lub aktywów. Schemat ma miejsce m.in. na rynku reklamy, np. na linii współpracy agencji i domów mediowych z wydawcami powierzchni reklamowej lub pośrednikami. W finansach *kick back* najczęściej dotyczy sytuacji, gdy podmiot zarządzający aktywami klienta dzieli się zyskiem z pośrednikiem, który pozyskał tego klienta na dany produkt inwestycyjny, oszczędnościowy bądź kredytowy.

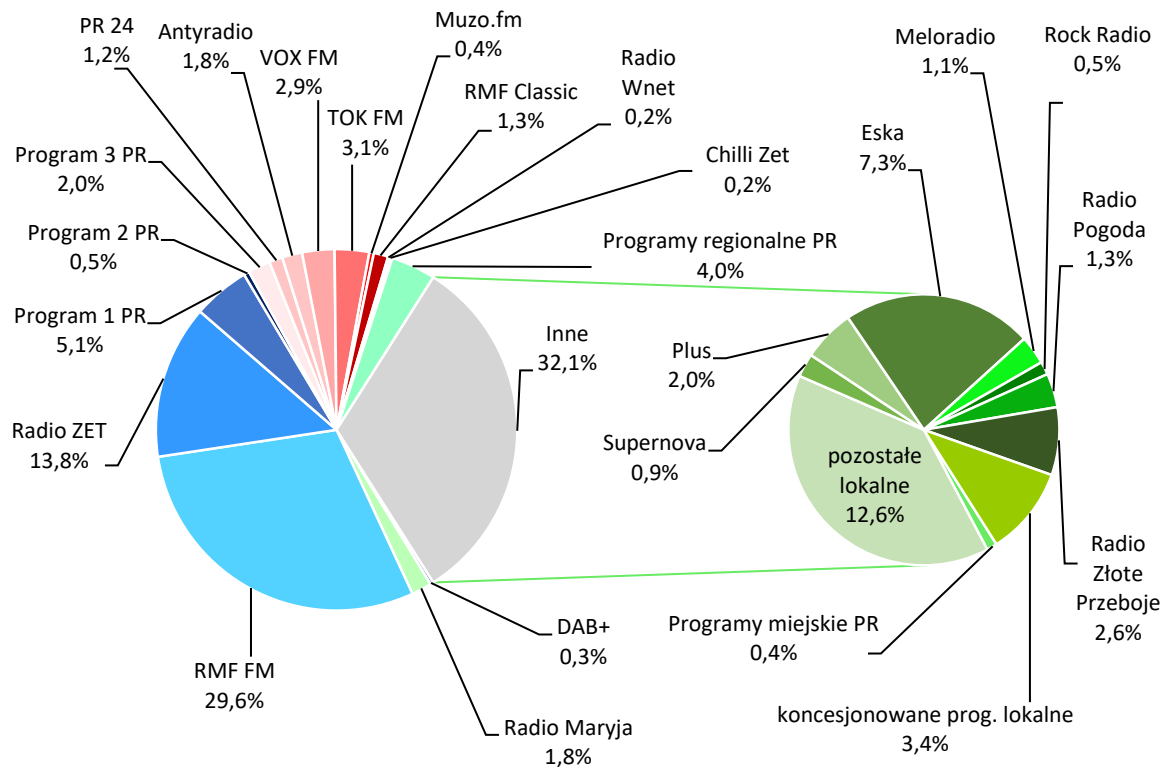
⁵² W trakcie postępowania sprawdzano przede wszystkim rabaty progresywno-obrotowe (określane również jako „AVB” – Agency Volume Bonus, czy też tzw. *kick-back*). W ramach postępowania rozumiane były one jako wynagrodzenie wypłacane domowi mediowemu lub reklamodawcy przez podmiot oferujący miejsce w mediach. Rabat ten stanowi premię za osiągnięcie w danym okresie celu sprzedażowego lub innych ustaleń związanych z realizacją warunków umownych. <https://uokik.gov.pl/zakonczenie-postepowania-w-sprawie-brokerow-mediowych>. Prezes UOKiK badał, czy rabaty progresywno-obrotowe zniekształcają decyzje domów mediowych w sprawie przeznaczenia budżetów na reklamę telewizyjną i tym samym mogą skłaniać do skoncentrowania zamówień lub wydatków u konkretnych brokerów. Przeprowadzona analiza nie wykazała jednak takich tendencji.

⁵³ Starcom (Publicis Group), GroupM, EssenceMediacom i Mindshare
<https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/starcom-value-media-zenith-najwieksze-agencje-mediowe-ranking-recma-2024-r-w-polsce>

3.2. Radio

Audytoryum programów radiowych

Wykres 17. Struktura rynku radiowego - udziały w czasie słuchania w 2023 r.⁵⁴



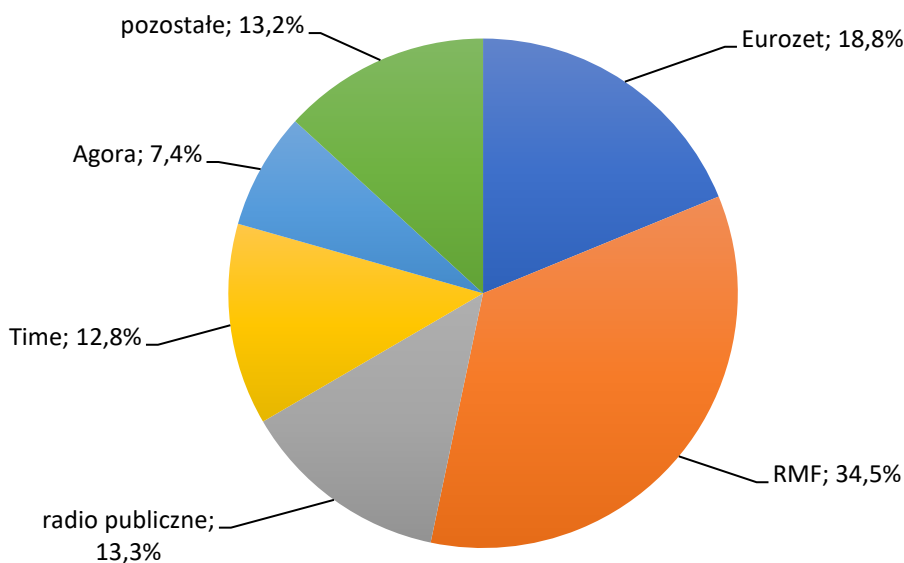
Źródło: Kantar Polska i Adres: Media, Radio w Polsce 2023, listopad 2024 r.⁵⁵

⁵⁴ Wykres kołowy przedstawia podział rynku radiowego pomiędzy poszczególne programy i grupy programów ze względu na udział w czasie słuchania. Na wykresie są wyróżnione programy ogólnopolskie: RMF FM, Radio Zet, Programy 1, 2 i 3 Polskiego Radia, Polskie Radio 24 i Radio Maryja. Następnie programy ponadregionalne: Antyradio, VOX FM, TOK FM, muzo.fm, RMF Classic, Chillizet, Radio Wnet, programy regionalne i miejskie radia publicznego, programy lokalne jako jedna grupa oraz programy rozpowszechniane cyfrowo (DAB+). Programy lokalne przedstawiono dodatkowo na mniejszym kółku wykresu, w podziale na sieci programów: SuperNova, Plus, Eska, Meloradio, Rock Radio, Radio Pogoda, Złote Przeboje, RMF Maxx.

⁵⁵ W 2023 r. na liście badanych stacji doszło do następujących zmian:

- badaniem słuchalności objęto nowe programy: Meloradio (Tarnobrzeg) (czerwiec 2023), Radio SuperNova Stalowa Wola (lipiec 2023), SuperNova (Biała Podlaska) (listopad 2023), Radio Famka (Kraków) (grudzień 2023);
- kilka stacji zakończyło nadawanie, były to: Plus Gryfice i Plus Lipiany (w styczniu 2023);
- w przypadku niektórych programów zachodziły zmiany lokalizacji i warunków technicznych stacji nadawczych, co skutkowało zmianami zasięgu technicznego tych programów.

Wykres 18. Podział rynku radiowego na główne grupy nadawców (udział w czasie słuchania) w 2023 r.



Źródło: Kantar Polska i Adres:Media, Radio w Polsce 2023, listopad 2024 r.

W badanym roku podobnie jak w poprzednich latach⁵⁶, zdecydowanie najsilniejszą pozycję w rynku audytorium wszystkich programów radiowych posiadał RMF. Było to aż 34,5%.

W lutym 2019 r. Spółka Agora SA kupiła 40% udziałów spółki Eurozet. W ramach umowy zyskała też możliwość przejęcia do 2022 r. pozostałych 60% jej udziałów od czeskiej spółki SFS Ventures. Transakcja ta wymagała zgody Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W styczniu 2021 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zakazał tej transakcji. W dniu 27 lutego 2023 r. Sąd Apelacyjny w Warszawie wydał wyrok oznaczający bezwarunkową zgodę na przejęcie przez Agorę kontroli nad Eurozet sp. z o.o. Wyrok jest prawomocny. W wyniku tego rozstrzygnięcia Agora mogła przejąć pełną kontrolę nad spółką Eurozet i doprowadzić do konsolidacji uprawnień wynikających z koncesji, co może być szczególnie znaczące dla niektórych rynków lokalnych, na których zarówno Agora, jak i spółki należące do Eurozet, posiadają koncesje.

W 2023 roku nie została jeszcze sfinalizowana transakcja zakupu przez Agorę pozostałych udziałów Eurozet⁵⁷, dlatego też na wykresie obie firmy są prezentowane osobno. Suma udziałów w audytorium programów obu tych podmiotów wyniosłaby 26,4%. To i tak stosunkowo mało w porównaniu z liderem rynku. Przy założeniu, że udziały w audytorium Agory i Eurozetu będą liczone razem, wśród 4 największych podmiotów znalazłaby się również Grupa Time z wynikiem 12,8%.

Łącznie audytorium wszystkich programów PR SA i rozgłośni regionalnych to 13,3%, co wydaje się stosunkowo niskie, biorąc pod uwagę zasięg techniczny nadawców publicznych w porównaniu do komercyjnych.

⁵⁶ W 2022 roku wynosiło 37,1 proc, w 2021 r. 36,2%, a w 2020 r. 35,5%.

⁵⁷ Miało to miejsce dopiero 20 czerwca 2024 roku.

Wskaźnik C4 w 2023 roku, uwzględniającym strukturę rynku w ujęciu historycznym (Agora i Eurozet liczone osobno), wynosił 79,4% co wskazywało na oligopolistyczną strukturę rynku, zaś liczone łącznie – 86,8%. HHI na poziomie 1958 oznacza wkroczenie w wysoką koncentrację⁵⁸, jeśli policzymy Agorę i Eurozet łącznie to HHI wyniesie 2235. Sytuacja ta zapewne ulegnie zmianie przy podsumowaniu 2025 roku, gdy będą już znane efekty działania połączonych sił Agory i Eurozet.

Sytuację na rynku radiowym można podsumować następująco:

Nadawcy o zasięgu ogólnokrajowym (cztery programy) zajmują ponad połowę audytorium wszystkich programów.

Na rynku audytorium wszystkich programów radiowych a w szczególności programów o zasięgu ogólnokrajowym zdecydowaną pozycję lidera utrzymuje RMF. Sytuacja ta może ulec zmianie w wyniku wykorzystania potencjału Agory w tworzeniu Radio Zet.

Połączenie Agory i Eurozet zwiększa poziom koncentracji na rynku audytorium wszystkich programów poprzez zsumowanie pozycji Eurozet z rynku ogólnokrajowego z pozycją programów lokalnych oraz programu ponadregionalnego TOK FM.

Program TOK FM angażuje około ⅓ audytorium programów informacyjno – publicystycznych, mimo, że w porównaniu do PR24 ma ograniczony zasięg techniczny.

Z analizy słuchalności radia na poziomie województw wynika, że oprócz programów ogólnokrajowych słuchacze najczęściej wybierają programy lokalne należące do Grupy ESKA lub programy publicznych nadawców regionalnych. Rynki regionalne są skoncentrowane na takim samym lub wyższym poziomie niż rynek ogólnokrajowy.

Programy ogólnokrajowe oraz programy regionalne radiofonii publicznej, mimo uzyskiwanego zasięgu technicznego (pokrycie powierzchni kraju oraz dotarcie do potencjalnego odbiorcy) mają stosunkową słabą pozycję.

Rynek radiowy jest rynkiem dojrzałym, na którym nie zachodzą istotne zmiany. Wynika to z ograniczonego dostępu do zasobów częstotliwości. Zauważalne zmiany mogą nastąpić po wdrożeniu DAB+ lub w wyniku dalszych konsolidacji i przejęć.

Przychody reklamowe w programach radiowych

Szacowana wartość reklamy radiowej wyniosła w 2023 r. 880,9 mln zł. Dynamika wzrostu wpływów reklamowych w radiu w stosunku do roku 2022 wyniosła 12,1%.

Brokerzy reklamy radiowej

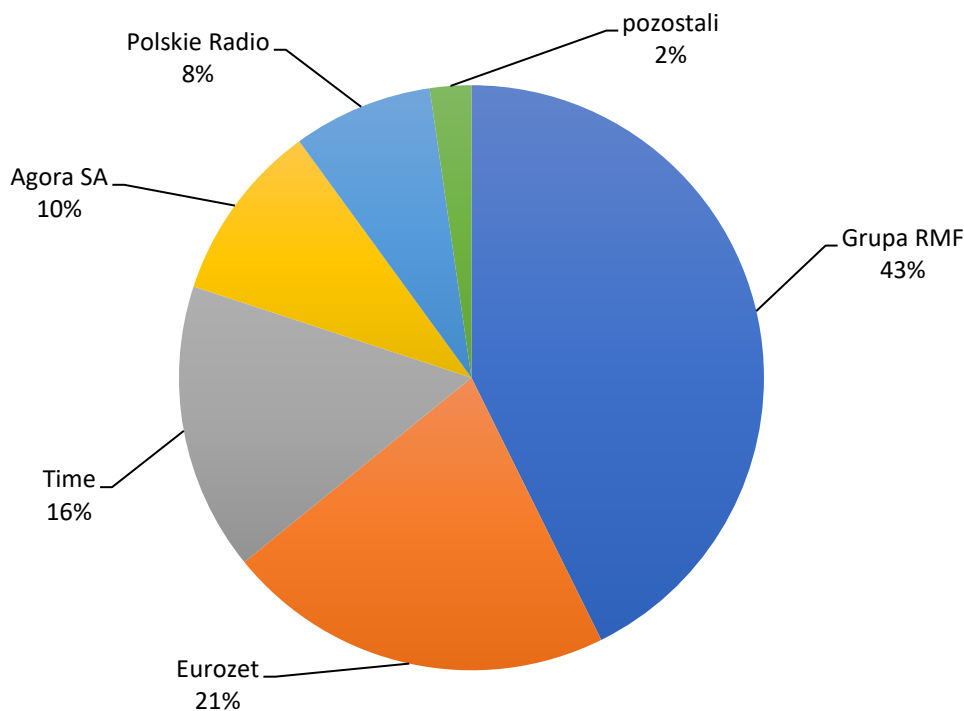
Rynek reklamy radiowej wygląda inaczej niż rynek reklamy telewizyjnej. Reklamodawcy mogą kupować miejsca reklamowe bezpośrednio u każdego z nadawców i nie korzystać z usług brokerskich. Jeśli nadawca posiada narzędzie do planowania kampanii reklamowych (tzw. software), to może być jednocześnie nadawcą i brokerem. Dzięki temu można planować kampanie obejmujące kilku nadawców, a następnie pośredniczyć w zakupie pakietów reklamowych. Obecnie na rynku funkcjonuje trzech największych brokerów: Grupa Eurozet, Grupa Time i Grupa RMF. Oferują oni w swoich

⁵⁸ Niższy od 1000 mała koncentracja, 1000-2000 koncentracja, 1800 a 2500 wysoka koncentracja.

pakietach także stacje niezrzeszone. W przybliżeniu przychody brokerów radiowych odzwierciedlają więc faktyczne przychody poszczególnych grup nadawców.

W 2023 r. na rynku przychodów z reklamy pierwsze miejsce, z udziałem 43%, zajmowała Grupa RMF FM. Grupa Eurozet osiągnęła 21%, a Time 16%. Czwarte miejsce zajęła Agora z udziałem 10%, a kolejne - Polskie Radio z udziałem na poziomie 8%.

Wykres 19. Udziały w rynku brokerów radiowych w latach 2022-2023 (wg Kantar Media)



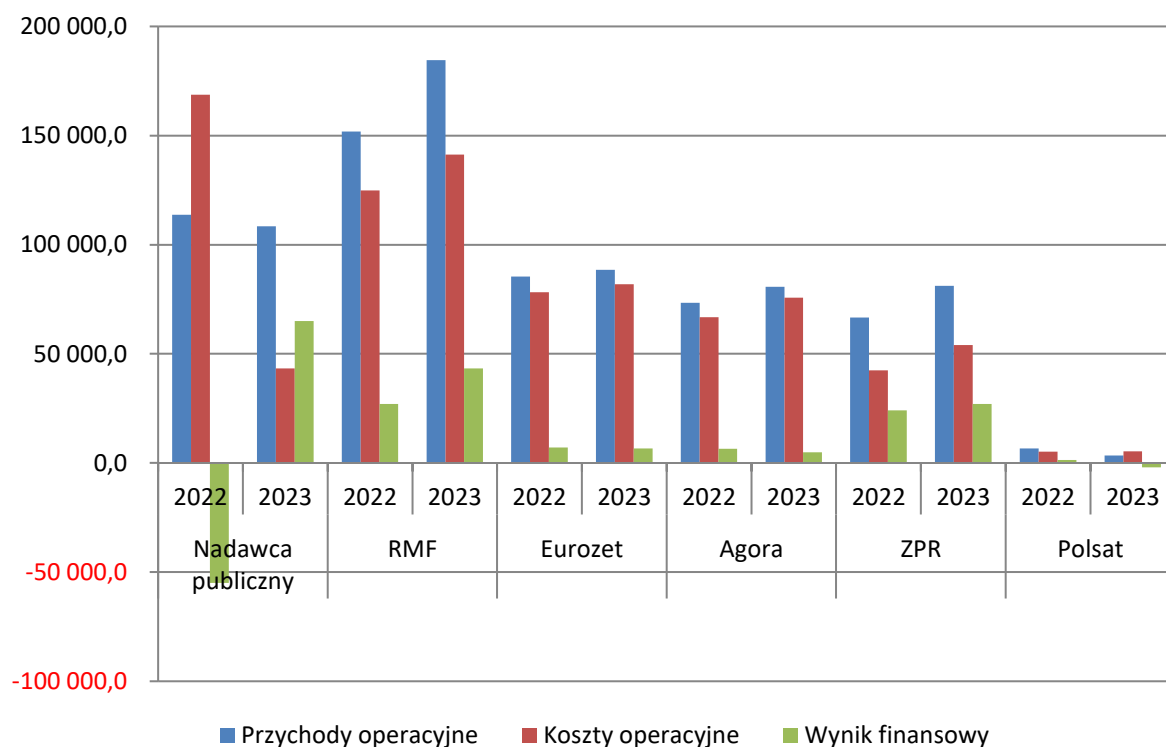
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych cennikowych Kantar Media

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku brokerów radiowych w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 90% i 2711. Rynek brokerów jest bardzo wysoko skoncentrowany.

Przychody i koszty działalności nadawców radiowych – sprawozdania finansowe

Ze sprawozdań finansowych nadawców wynika, że przychody operacyjne, a więc przychody ze sprzedaży reklamy oraz pozostałe przychody np. z produkcji, wynajmu, sprzedaży praw własności intelektualnej itp., w 2023 roku wyniosły 707, 8 mln zł.

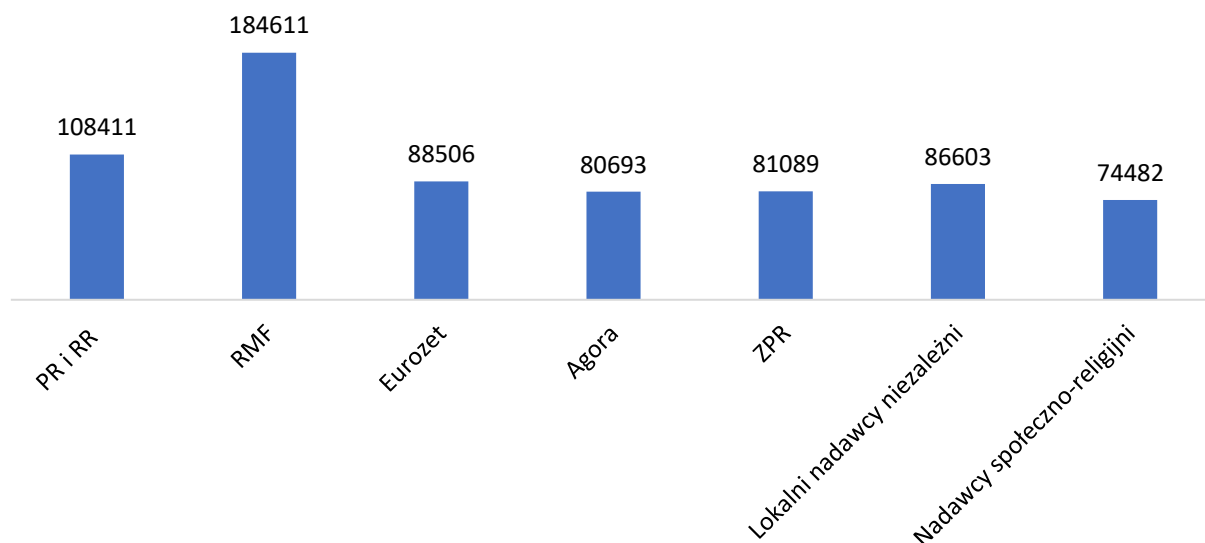
Wykres 20. Porównanie działalności operacyjnej oraz wyników finansowych grup radiowych w latach 2022- 2023 (w tys. zł)



	Nadawca publiczny		RMF		Eurozet		Agora		ZPR		Polsat	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Przychody operacyjne	113 690	108 411	151 842	184 612	85 348	88 506	73 417	80 693	66 668	81 089	6 616	3 395
Koszty operacyjne	168 686	43 369	124 858	141 255	78 261	81 869	66 860	75 777	42 486	53 989	5 232	5 377
Wynik finansowy	-54 995	65 042	26 985	43 358	7 086	6 637	6 557	4 916	24 181	27 100	1 383	-1 982

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych ze sprawozdań finansowych nadawców za 2023 r.

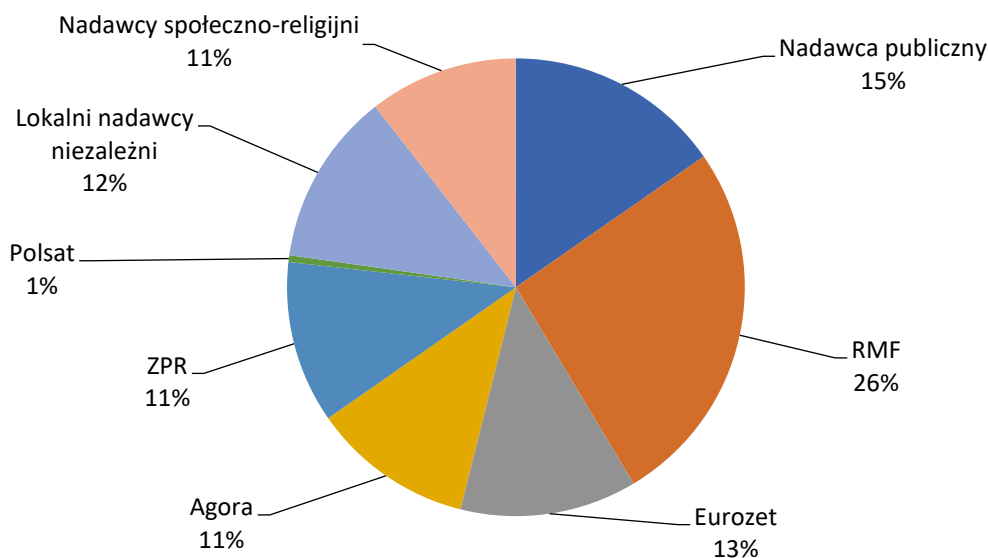
Wykres 21. Przychody operacyjne grup radiowych (w tys. zł) w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych ze sprawozdań finansowych nadawców za 2023 r.

Wykres nie zawiera danych nt. programu Muzo FM, którego nadawcą w 2023 roku była Spółka Radio PIN S.A z grupy Polsat Plus. Grupa ZPR Media przejęła nadawcę Muzo.fm od Telewizji Polsat pod koniec marca 2024 roku. Już od końca 2022 roku Grupa ZPR Media odpowiadała za produkcję programu Muzo.fm, a od stycznia 2023 roku należąca do niej spółka Time przejęła od Polsat Media obsługę reklamową rozgłośni. W marcu 2023 roku radio zmieniło format muzyczny na rockowy. Obecnie program jest rozpowszechniany pod nazwą Eska Rock. Przychody z reklamy w programie Muzo FM w 2023 roku wyniosły 2.152,4 tys. zł.

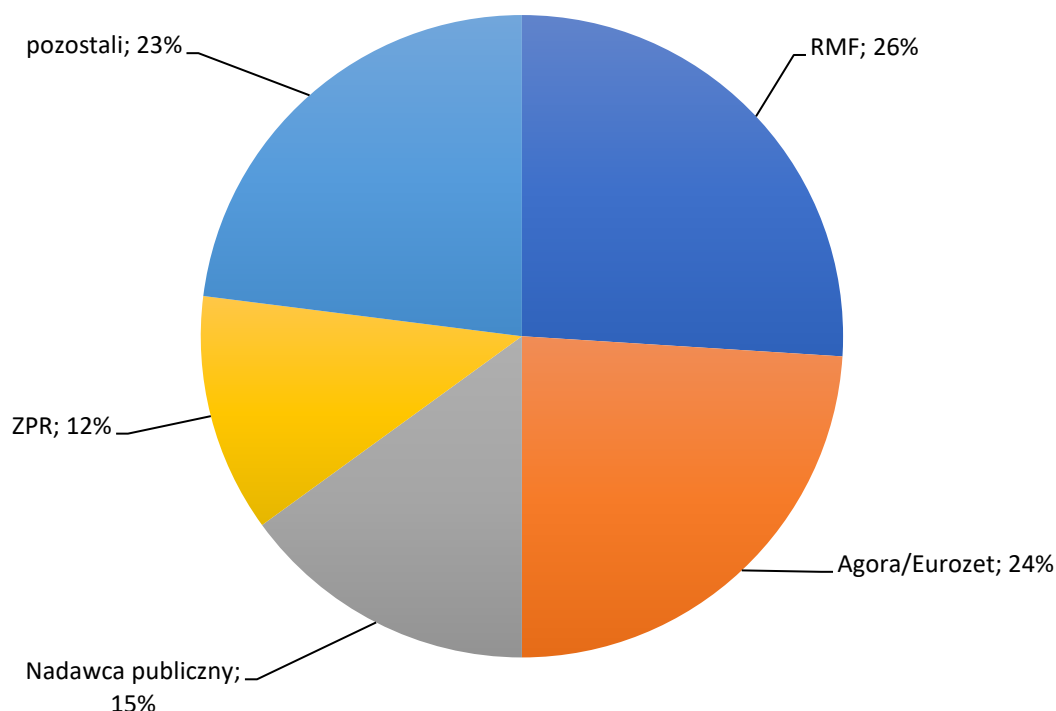
Wykres 22. Udział grup radiowych w przychodach operacyjnych⁵⁹ w 2023 r. (w tys. zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych ze sprawozdań finansowych nadawców za 2023 r.

⁵⁹ Przychody operacyjne = przychody ze sprzedaży + pozostałe przychody operacyjne.

Wykres 23. Udział czterech największych podmiotów w przychodach operacyjnych w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych ze sprawozdań finansowych nadawców za 2023 r.

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku przychodów operacyjnych ustalonych na podstawie sprawozdań finansowych nadawców radiowych w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 77% i 1673.

3.3. Usługi audiowizualne na żądanie (VOD)

Korzystanie z VOD

Według wyników badania Mediapanel Gemius za 2023 rok najpopularniejszym serwisem VOD w 2023 roku pozostał Netflix, z którego korzystało ponad 11 mln użytkowników, na 2, 4 i 5 pozycji znajdowały się serwisy polskich nadawców (Player + VOD, TVP oraz Polsat BOX GO razem z Polsat GO).

Wysoko, bo na trzecim miejscu pod względem liczby użytkowników, uplasował się obecny od niedawna, bo od czerwca 2022 roku serwis Disney, który osiąga zdecydowanie lepszy wynik niż inne globalne serwisy np. Prime Video⁶⁰, MAX⁶¹ czy Skyshowtime⁶².

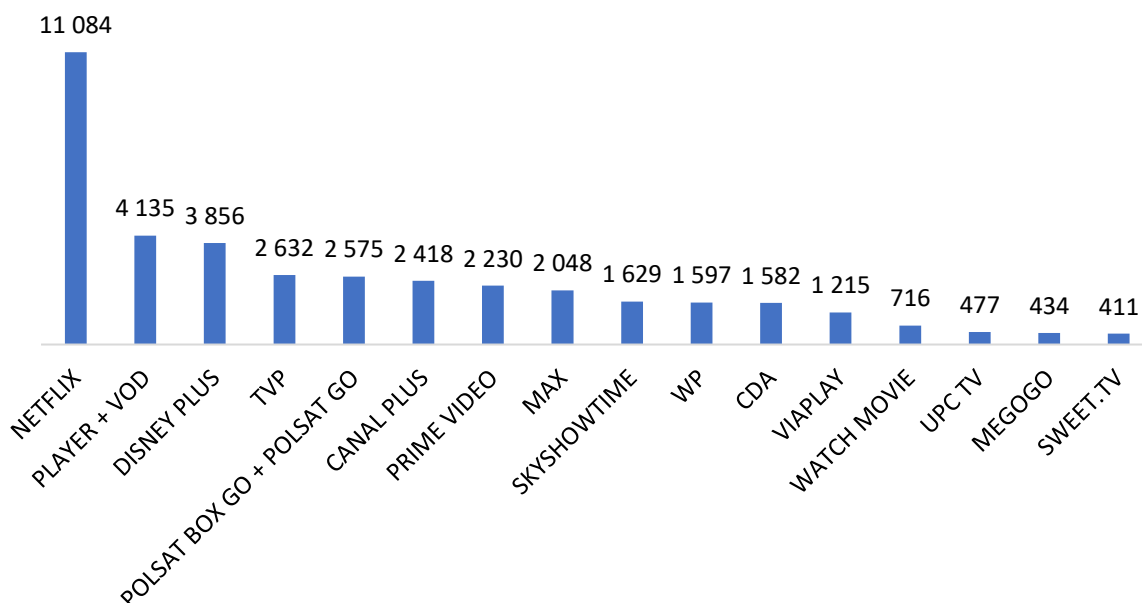
Nadal dość popularny pozostaje działający najdłużej serwis Canal+, którego marka jest znana widzowi polskiej pod początku rozwoju rynku telewizyjnego w Polsce.

⁶⁰ Właścicielem serwisu jest amerykański biznesmen Jeff Bezos.

⁶¹ d. HBO obecnie własność Warner Bros Discovery.

⁶² Własność spółek Comcast i Paramount Global.

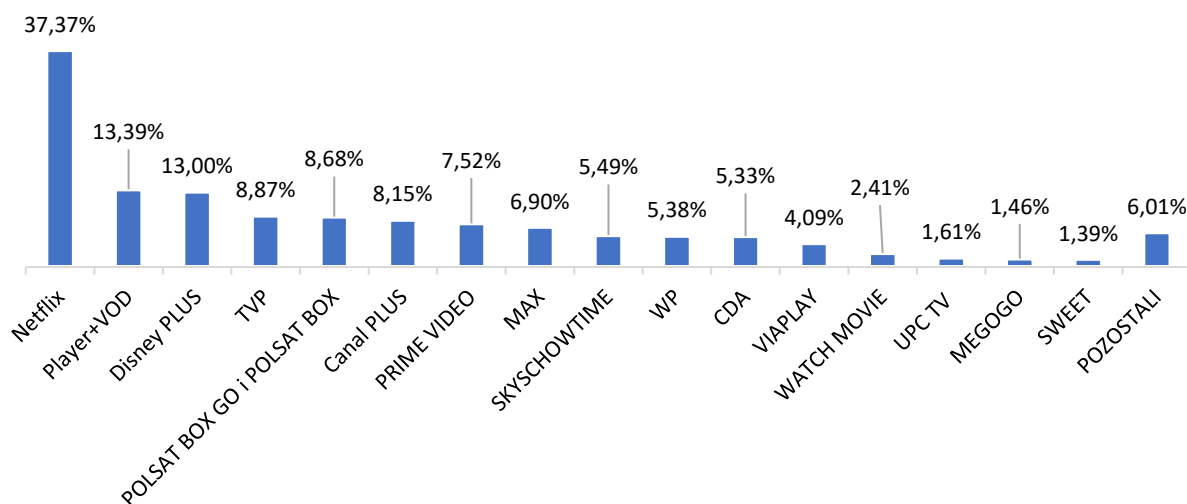
Wykres 24. Liczba użytkowników⁶³ serwisów VOD (w tys.) w 2023 r. – każde wejście na stronę niekoniecznie w celu oglądania treści



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Badania Mediapanel prowadzonego przez Gemius od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r.; wskaźnik: realni użytkownicy, internet.

Pozostałe serwisy w 2023 roku nie przekroczyły 1% zasięgu⁶⁴.

Wykres 25. Zasięg serwisów VOD w 2023 r.

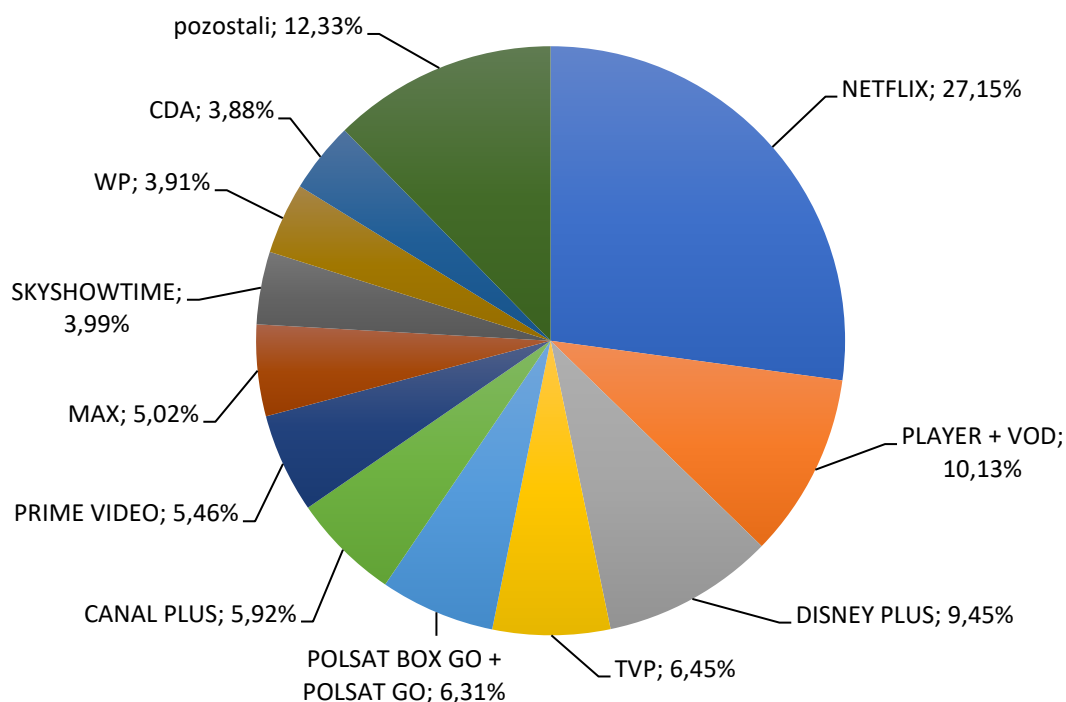


Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Badania Mediapanel prowadzonego przez Gemius od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r.; wskaźnik: zasięg, internet.

⁶³ Badanie Mediapanel Gemius posługuje się pojęciem realny użytkownik. Wskaźnik realni użytkownicy (ang. real users) wskazuje liczbę osób w danej grupie celowej, które były odbiorcami treści danego medium w zdefiniowanym okresie.

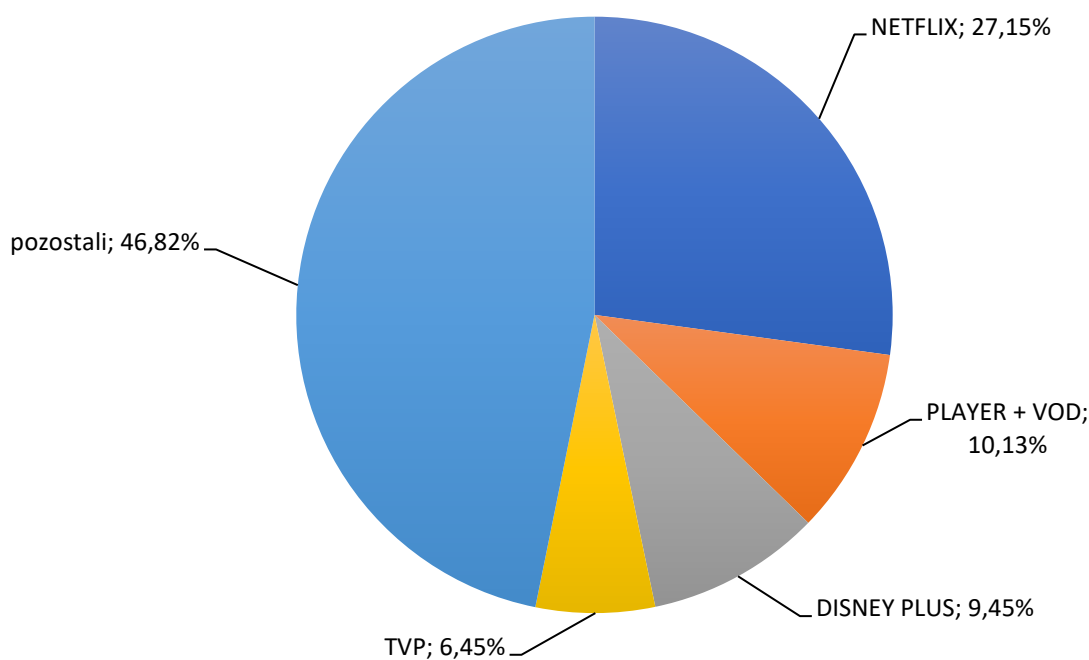
⁶⁴ Zasięg (ang. reach) stosunek liczby osób w danej grupie celowej, które odwiedziły wybrany węzeł do liczby wszystkich osób w danej grupie celowej. Wskaźnik wyrażony w procentach. W tej grupie znajdują się Arte.TV, GO Net, Rakuten, Chilli, Telewizja online, Orange, Weeb TV, Toya, Eleven Sports, Televio, 35MM, Cineman, Ninateka, Netia, Play Puls, Film Box.com

Wykres 26. Udział dostawców VOD w liczbie użytkowników w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Badania Mediapanel prowadzonego przez Gemius od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r.; wskaźnik: realni użytkownicy, internet.

Wykres 27. Udział czterech największych dostawców VOD w liczbie użytkowników w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie Badania Mediapanel prowadzonego przez Gemius od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r.; wskaźnik: realni użytkownicy, internet.

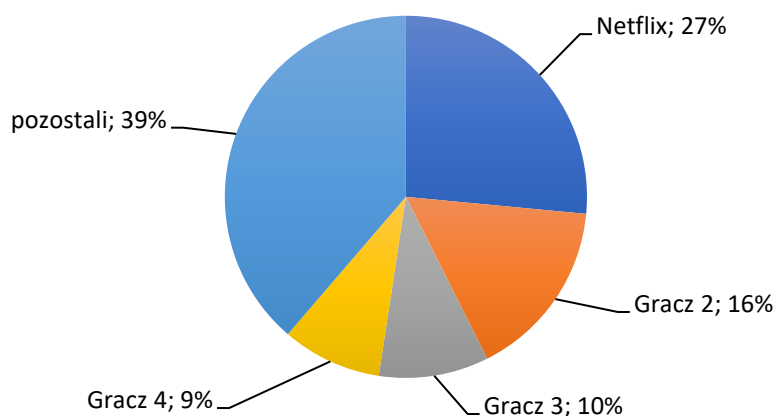
Rynek VOD mimo, że znajduje się w wysokiej fazie wzrostu jest stosunkowo nisko skoncentrowany. Może się to jednak zmienić, biorąc pod uwagę, że od kilku lat przybywa nowych serwisów zagranicznych. Nadal jednak ponad 50% użytkowników wybiera ofertę Netflix i polskich serwisów VOD.

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku przychodów ze sprzedaży programów telewizyjnych operatorom satelitarnym i kablowym w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 53,18% i 1154.

VOD w modelu subskrypcyjnym

Według danych z raportu PMR *Rynek płatnej telewizji i usług VOD w Polsce 2024. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2024-2029* liczba gospodarstw domowych korzystających z usług SVOD w 2023 roku wynosiła 7,89 mln. Niekwestionowanym liderem rynku SVOD w Polsce zarówno pod względem liczby abonentów jak i przychodów jest Netflix.

Wykres 28. Udział czterech największych serwisów SVOD w liczbie subskrypcji w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie PMR Rynek VOD i płatnej telewizji w 2023 roku. Prognoza na lata 2024-2029

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku subskrypcji serwisów SVOD w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 61% i 1371.

Wskaźniki C4 i HHI mogą być wyższe ze względu na fakt, że serwisy Player i Max należą do jednego właściciela Warner Bros⁶⁵.

Wartość rynku płatnych serwisów VOD (SVOD)

Jak wynika z raportu PMR *Rynek płatnej telewizji i usług VOD w Polsce Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2024-2029*, w 2023 roku wartość rynku płatnych serwisów VOD w Polsce wyniosła 2,3 mld złotych ze stopą wzrostu 28% rok do roku. Penetracja płatnymi usługami VOD wśród polskich gospodarstw znajduje się w silnym trendzie wzrostowym. W 2023 r. osiągnęła pułap 65%, wyprzedzając tym samym usługi płatnej telewizji. Czterech największych graczy zagospodarowało ponad ¾ środków, jakie subskrybenci w Polsce przeznaczali na SVOD.

⁶⁵ W styczniu 2024 roku platforma HBO a następnie HBO Max zmieniła nazwę na MAX, w wyniku rebrandingu i nowej organizacji serwisu po zakupie przez Warner Bros (obecnie Warner Bros Discovery) wszystkich udziałów spółce HBO i wycofaniu się jej z polskiego rynku.

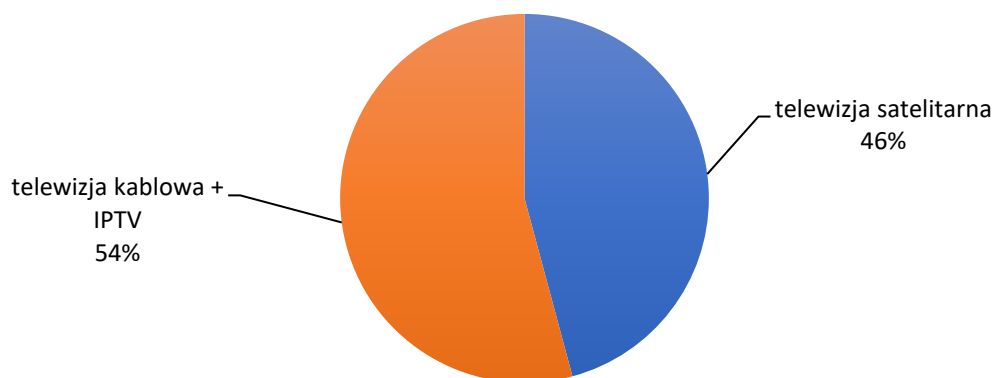
Przy, relatywnie do Netflix'a niskich udziałach w przychodach 3 z 4 największych serwisów SVOD działających na polskim rynku, wskaźnik C4, który w 2023 roku wyniósł około 77% nie jest bardzo wysoki. Jednak wynik indeksu HHI – 2682 wskazuje na bardzo wysoki poziom koncentracji ponieważ wszyscy pozostali uczestnicy rynku notują znacznie słabsze wyniki od lidera.

3.4. Usługi płatnej telewizji

Abonenci płatnej telewizji (SAT+KAB+IPTV⁶⁶)

W 2023 roku liczba abonentów wszystkich rodzajów usług płatnej telewizji wyniosła 10,4 mln. (spadek o 0,5%), z czego telewizja kablowa wraz z IPTV zgromadziła w sumie 5,6 mln abonentów, a cyfrowa telewizja satelitarna blisko 4,8 mln.

Wykres 29. Udział w liczbie abonentów usług płatnej telewizji w Polsce w 2023 r.



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie PMR Rynek płatnej TV i usług VOD w Polsce 2024. Analiza Rynku i prognozy rozwoju na lata 2024-2029

5 największych operatorów odpowiada za 83% rynku płatnej telewizji. Są to: Grupa Polsat Plus, Canal+, P4, Vectra i Orange.

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku płatnej telewizji wg liczby abonentów w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 75% i 1637.

Abonenci cyfrowej telewizji satelitarnej

Z usług cyfrowej telewizji satelitarnej w Polsce w 2023 roku korzystało około 30% gospodarstw domowych tj. 4,8 mln. (dane PMR). Na rynku w praktyce działa dwóch graczy (Grupa Polsat Plus i Canal+) kontrolujących blisko 100% udziałów. Około 15 tys. abonentów w 2023 roku posiadał Orange. Ze względu na niski wynik udziały Orange nie zostały uwzględnione w kalkulacji dotyczącej poziomu koncentracji rynku.

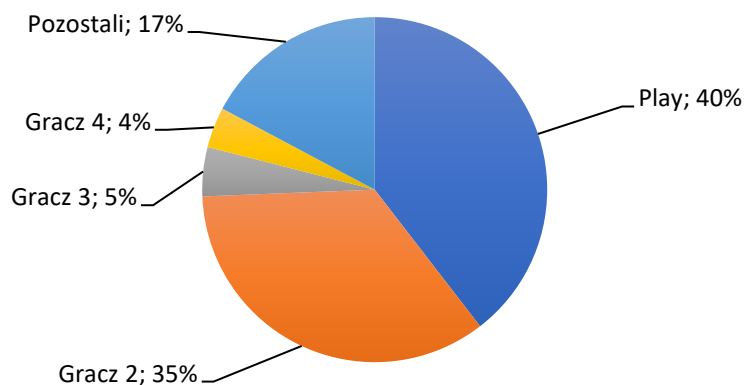
Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku wg liczby abonentów płatnej telewizji satelitarnej w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 100% i 5200. Oznacza to duopolistyczną strukturę rynku.

⁶⁶ Sieć transmisji: IPTV wykorzystuje zamkniętą sieć, zapewniając stabilną jakość obrazu i dźwięku z dedykowanym sprzętem od dostawcy, natomiast OTT to przesyłanie sygnału telewizyjnego przez dowolne łącze internetowe. Operatorzy IPTV to np. GonetTV czy IPTV Polska.

Abonenci telewizji kablowej oraz IPTV

Według PMR liczba abonentów telewizji kablowej oraz IPTV w Polsce w 2023 roku wynosiła w sumie 5,6 mln.

Wykres 30. Udział głównych graczy telewizji kablowej oraz IPTV w liczbie abonentów w 2023 r.



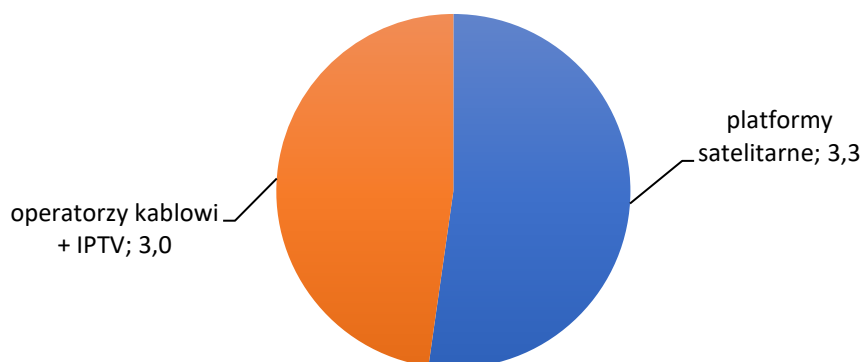
Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych z raportu PMR Rynek płatnej telewizji i usług VOD w Polsce. Prognoza na lata 2024-2029

Wskaźniki koncentracji C4 i HHI dla rynku płatnej telewizji kablowej (cyfrowej) wg liczby abonentów w 2023 r. wynosiły odpowiednio: 96,6% i 3900 tj. stan bardzo wysokiej koncentracji.

Wartość rynku płatnej telewizji

Wartość rynku płatnej telewizji, według raportu PMR Rynek płatnej telewizji i usług VOD w Polsce. Prognoza na lata 2024-2029, w 2023 roku, wyniosła 6,2 mld (-0,8%).

Wykres 31. Wartość poszczególnych rodzajów usług płatnej telewizji w przychodach z rynku w 2023 r. (w mld zł)



Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie PMR Rynek płatnej TV i usług VOD w Polsce 2024. Analiza Rynku i prognozy rozwoju na lata 2024-2029

Operatorzy satelitarni odpowiadają za 52% wartości rynku płatnej telewizji, operatorzy telewizji kablowej oraz IPTV za 48%.

3.5. Wnioski

Opisane rynki wykazują wysoki lub bardzo wysoki stopień koncentracji, niektóre z nich mają charakter oligopolu, a nawet duopolu.

Wyniki analizy wskazują także na istotny wpływ dużych koncernów polskich i zagranicznych, których silna pozycja jest m.in. konsekwencją koncentracji krzyżowej w kilku segmentach rynku medialnego, tj. telewizyjnym, radiowym, prasowym i telekomunikacyjnym. Jest to szczególnie widoczne w przypadku łączenia funkcji nadawcy z działalnością brokerską. Sytuacja taka oznacza nadmierną koncentrację i w znacznym stopniu ogranicza możliwość rozwoju pozostałych dostawców treści oraz blokuje wejście na rynek nowym podmiotom⁶⁷.

W zależności od technicznych uwarunkowań związanych z rozpowszechnianiem lub rozprowadzeniem programów radiowych lub telewizyjnych istnieją różne scenariusze dalszego kształtowania się poszczególnych rynków. Jak w każdej dziedzinie wymagającej dostępu do infrastruktury i wysokich kosztów wejścia na rynek raczej nie można się spodziewać procesów dekoncentracyjnych. Nawet przy założeniu, że Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji będzie dążyła do wprowadzania nowych podmiotów na rynki radiowy i telewizyjny, będą one dążyły do koncentracji poprzez różnego rodzaju działania konsolidacyjne – kapitałowe, technologiczne lub programowo-licencyjne czy marketingowe.

⁶⁷ Por. *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2022 roku*, Warszawa, maj 2023 r., str. 123.

4. Media lokalne, ich rola i problemy

Na polskim rynku telewizyjnym działa ponad 150 telewizji lokalnych. Są to podmioty, które funkcjonują na podstawie koncesji przyznanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Emisja programów telewizji lokalnych odbywa się przede wszystkim za pośrednictwem sieci kablowych. Obecnie część telewizji lokalnych zapewnia swoim użytkownikom dostęp do materiałów także za pośrednictwem internetu.

Telewizje lokalne działają często w oparciu o oddolne inicjatywy. Są w większości prowadzone przez lokalnych, niezależnych przedsiębiorców, wykorzystujących na działalność stacji przychody często z innych źródeł niż telewizja. Program stacji niemal w całości realizowany jest samodzielnie w oparciu o tematykę lokalną, skupioną wokół wydarzeń i problemów mieszkańców konkretnego miasta czy powiatu.

Obecnie telewizje lokalne nie mają jednoznacznie uporządkowanego i zdefiniowanego statusu prawnego. Co więcej, to rozproszona i zróżnicowana grupa drobnych podmiotów, niemająca spójnej reprezentacji w obronie wspólnych interesów. Brak jasnego statusu prawnego w połączeniu z koniecznością rywalizacji z silnymi korporacjami nadawców, uniemożliwia skuteczne dotarcie do częstotliwości, koncesji, operatorów czy platform satelitarnych.

Telewizje lokalne, podobnie jak duże komercyjne stacje koncesjonowane, utrzymują się ze sprzedaży czasu antenowego oraz emisji reklam. Dodatkowo pozyskują fundusze z produkcji treści dla ogólnopolskich stacji telewizyjnych. Największy potencjał pochodzi jednak z emisji reklam. Lokalny charakter stacji ogranicza jednak znacząco ich atrakcyjność dla dużych reklamodawców, mogących w istotny sposób zasilić budżety nadawców lokalnych.

Informacje o działaniach KRRiT na rzecz mediów lokalnych, w tym o postulacie dotyczącym ich wsparcia finansowego, zostały zawarte w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.* oraz w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2023 r.*

Łączny zasięg telewizji lokalnych

W 2024 r. średnia oglądalność telewizji lokalnych w grupie mieszkańców Polski w wieku 15 lat i więcej wyniosła 9,8%⁶⁸ (jakakolwiek stacja oglądana w ciągu ostatnich trzech miesięcy poprzedzających wywiad; pomiarów dokonano między lipcem 2023 a czerwcem 2024 r.). Średnia łączna liczba widzów deklarujących oglądanie telewizji lokalnej w ciągu ostatnich trzech miesięcy wyniosła zatem 3,1 mln.

Najwięcej widzów w relacji do liczby mieszkańców, w ujęciu ostatnich trzech miesięcy, telewizje lokalne zgromadziły w województwie śląskim (649 tys.), wielkopolskim (446 tys.) i dolnośląskim (302 tys.).

⁶⁸ Badanie *Zasięgi telewizji lokalnych* przeprowadzone przez Krajowy Instytut Mediów, 2024. Badanie telefoniczne, wielkość próby N=148 965 mieszkańców Polski 15+.

Tabela 7. Liczba widzów telewizji lokalnych (oglądanie w ciągu ostatnich 3 miesięcy)
w województwach w relacji do liczby mieszkańców. Dane z 2024 r.

	liczba widzów w ujęciu ostatnich 3 miesięcy (tys.)	% widzów wśród mieszkańców województwa
śląskie	648,6	17,5%
wielkopolskie	446,0	15,2%
dolnośląskie	302,0	12,2%
podlaskie	112,0	11,6%
opolskie	85,4	10,6%
łódzkie	200,0	9,9%
kujawsko-pomorskie	163,8	9,6%
lubuskie	80,0	9,6%
warmińsko-mazurskie	103,3	8,9%
zachodniopomorskie	123,2	8,8%
podkarpackie	140,7	8,0%
małopolskie	209,7	7,3%
świętokrzyskie	69,9	6,9%
pomorskie	129,4	6,5%
lubelskie	106,9	6,2%
mazowieckie	217,5	4,7%

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Zasięgi telewizji lokalnych

Profil widzów telewizji lokalnych

Porównanie profilu demograficznego widzów telewizji lokalnych z całą populacją mieszkańców Polski 15+, pokazuje, że na tle ogółu wśród osób oglądających którąś z telewizji lokalnych (w ujęciu ostatnich 3 miesięcy) znacząco częściej są kobiety, częściej osoby powyżej 65 roku życia, zatem częściej niepracujące. W grupie widzów jest także relatywnie wyższy odsetek osób z niższym wykształceniem.

Tabela 8. Profil widzów telewizji lokalnych (deklarujących oglądanie w ciągu ostatnich 3 mies. przed wywiadem). Dane z 2024 r.

	widzowie telewizji lokalnych (ostatnie 3 miesiące)	ogół mieszkańców Polski 15+
	płeć	
kobieta	54% +	52%
mężczyzna	46%	48%
	wiek	
15-29 lat	12% -	18%
30-49 lat	26% -	37%
50-64 lata	25%	22%
65+	37% +	23%
	wykształcenie	
niższe	44% +	38%
średnie	33%	31%
wyższe	23% -	30%
	wielkość miejscowości	
wieś	33%	40%
miasto do 100 tys. mieszkańców	41% +	32%
miasto pow. 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	17%	16%
miasto pow. 500 tys. mieszkańców	9%	12%
	status zawodowy	
pracuje	40% -	54%
uczy się	7%	9%
nie pracuje	55% +	40%

+ / - - wynik istotnie wyższy/ niższy od wyniku dla ogółu mieszkańców Polski 15+

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Zasięgi telewizji lokalnych

Zasięgi telewizji lokalnych – dane ogólnopolskie (TOP 15)

Telewizje lokalne mają różny zasięg działania. Wśród nich są także takie, które – dzięki szerokiej dystrybucji kablowej – można oglądać na terenie całego kraju. Do stacji o ogólnopolskim zasięgu należą telewizje TVT oraz WTK. Zasięgi tych stacji w ujęciu liczby widzów deklarujących oglądanie programu w ciągu ostatnich 3 miesięcy, są w konsekwencji relatywnie największe.

Tabela 9. Zasięgi telewizji lokalnych – oglądalność w ujęciu ostatnich 3 miesięcy (TOP 15). Dane z 2024 r.

	liczba widzów (ostatnie 3 miesiące) (tys.)	% widzów wśród ogółu oglądających (3,1 mln)
Telewizja TVT	273,2	8,7%
TELEWIZJA WTK	236,1	7,5%
TV Toya	100,6	3,2%
TV Mazowsze	83,7	2,7%
ECHO24	70,4	2,2%
TV Asta	68,5	2,2%
TV Bolesławiec	66,5	2,1%
TV Olsztyn	58,2	1,9%
Lubelska.tv	54,5	1,7%
TV Toruń	49,0	1,6%
Telewizja PRO ART	49,0	1,6%
TV Podlasie (Hajnówka)	46,9	1,5%
Telewizja Kujawy	44,0	1,4%
Telewizja Kalisz	43,3	1,4%
TV Kaszuby	41,7	1,3%

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Zasięgi telewizji lokalnych

Zasięgi telewizji lokalnych – dane dla województw (TOP 5)

Poniższe zestawienie obejmuje liczbę widzów pięciu największych telewizji lokalnych w danym województwie (deklarowana oglądalność stacji w ciągu ostatnich 3 miesięcy). Prezentowane dane obejmują uśrednione wyniki dla całego 2024 r.

Tabela 10. Zasięgi telewizji lokalnych w województwach – oglądalność w ciągu ostatnich 3 miesięcy (TOP 5). Dane z 2024 r.

woj. dolnośląskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
ECHO24	70,4	2,9%
TV Bolesławiec	66,5	2,7%
TV Sudecka	33,4	1,4%
TV Dami Wałbrzych	26,1	1,1%
Master TV Głogów	23,7	1,0%
woj. kujawsko-pomorskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Toruń	49,0	2,9%
Telewizja Kujawy	44,0	2,6%
TVK SM Grudziądz	30,7	1,8%
Inowrocławska Telewizja Miejska	9,9	0,6%
Krajna.tv	6,9	0,4%
woj. lubelskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Lubelska.tv	54,5	3,2%
Master TV Łuków	16,1	0,9%
Telewizja spółdz. mieszkaniowej Puławy	12,1	0,7%
Kanał S	9,6	0,6%
Biłgorajska TK	8,1	0,5%
woj. lubuskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Teletop Telewizja Gorzów	28,1	3,4%
Index Zielona Góra	15,2	1,8%
Telewizja Horyzont Słubice	10,3	1,2%
TV Żagań	7,7	0,9%
Telewizja Lubuszan	7,0	0,8%
woj. łódzkie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Toya	100,6	5,0%
Telewizja Piotrków	18,4	0,9%
Telewizja Kablowa Bełchatów	14,8	0,7%
"Ósemka" Telewizja Regionalna - Sieradz	14,7	0,7%
Twoja Telewizja Lokalna TTL - Bełchatów	13,8	0,7%

woj. małopolskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Telewizja TVT	47,9	1,7%
RTK Lokalny Nowy Sącz	19,6	0,7%
Chrzanowska TV Lokalna	16,9	0,6%
Nasza Telewizja Sądecka - Nowy Sącz	16,2	0,6%
starnowa.pl	14,2	0,5%
woj. mazowieckie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Mazowsze	77,0	1,7%
TV Dami Radom	35,2	0,8%
Telewizja Żyrardów TVŻ	17,0	0,4%
TEL-KAB TV – Pruszków	16,5	0,4%
TV Wschód	14,4	0,3%
woj. opolskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Telewizja TVT	28,9	3,6%
TV Pogranicze	6,8	0,8%
woj. podkarpackie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TVL Telewizja Lokalna Tarnobrzeg	21,5	1,2%
tvBieszczady.pl	18,6	1,1%
STELLA Telewizja Kablowa	15,4	0,9%
TV Sędziszów Małopolski	15,2	0,9%
Dębica TV	14,1	0,8%
woj. podlaskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Podlasie (Hajnówka)	39,0	4,0%
TV Narew	26,1	2,7%
TV Suwałki	24,0	2,5%
TV Sokółka	20,3	2,1%

woj. pomorskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Kaszuby	41,7	2,1%
Twoja Telewizja Morska	31,6	1,6%
TV Słupsk	21,8	1,1%
TeTka Tczew	21,2	1,1%
Truso.TV	7,6	0,4%
woj. śląskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Telewizja TVT	156,8	4,2%
TV Zabrze	30,8	0,8%
TV Orion	22,8	0,6%
Raciborska Telewizja Kablowa	19,0	0,5%
Imperium (TV Imperium)	15,6	0,4%
woj. świętokrzyskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Świętokrzyska	24,1	2,4%
Lokalna.TV - Ostrowiec Świętokrzyski	24,0	2,4%
Telewizja Starachowice	12,8	1,3%
TKN24 Końskie	9,9	1,0%
woj. warmińsko-mazurskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TV Olsztyn	58,2	5,0%
Truso.TV	12,3	1,1%
TV Mazury	11,0	1,0%
Bart-Sat	9,8	0,8%
Macrosat	8,1	0,7%
woj. wielkopolskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
TELEWIZJA WTK	184,7	6,3%
TV Asta	53,9	1,8%
Telewizja PRO ART	49,0	1,7%
Telewizja Kalisz	43,3	1,5%
Telewizja Wielkopolska w Koninie	37,1	1,3%

woj. zachodniopomorskie	liczba widzów (tys.)	% widzów wśród mieszkańców woj.
Zachodniopomorska Telewizja	24,2	1,7%
TV Max	23,6	1,7%
Telewizja Kablowa Kołobrzeg	16,6	1,2%
Telewizja Police	15,5	1,1%
TV Asta	14,6	1,0%

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Zasięgi telewizji lokalnych

Organizacja rynku rozgłośni lokalnych

Dużą część polskiego rynku radiowego stanowią lokalne stacje, które dostępne są w poszczególnych rejonach kraju, mając wpływ na rozwój rynku medialnego na danym obszarze. W Polsce funkcjonuje kilka sieci radiowych, skupiających pod wspólną nazwą rozgłosnie lokalne. Stacje te nadają jeden wspólny program uzupełniony o lokalne wiadomości, informacje pogodowe czy drogowe, nadające tym stacjom lokalny charakter. Najsilniejszą siecią stacji lokalnych jest Radio Eska, obejmująca 43 rozgłosnie.

Pozostałe sieci radiowe, funkcjonujące na podobnych zasadach, to sieć Złote Przeboje (25 stacji), sieć RMF MAXX (23 stacje), sieć stacji Meloradio (20 stacji), Radio Plus (18 stacji), sieć Eska2 (16 stacji), Radio Pogoda (8 stacji) oraz Rock Radio (4 stacje).

Stacje lokalne, najczęściej niezależne i nieskupione w dużych grupach radiowych, dysponują zazwyczaj jednym nadajnikiem i adresują swój program do mieszkańców jednego, konkretnego miasta lub regionu.

Regionalne stacje Polskiego Radia działają w ramach Grupy Audytorium 17, porozumienia, w ramach którego 23 rozgłosnie współpracują w celu ich reprezentacji na rynku ogólnopolskim oraz ponadregionalnym.

Rozgłosnie katolickie współpracują w ramach Forum Niezależnych Rozgłosni Katolickich, skupiającego 21 stacji diecezjalnych i zakonnych.

Łączny zasięg rozgłosni lokalnych

Średni dzienny zasięg radia w 2024 roku wyniósł 55,8 %⁶⁹ ogółu mieszkańców Polski w wieku 15 lat i więcej. Średnie zasięgi radia w poszczególnych województwach różnią się, jakkolwiek tylko w kilku na poziomie istotnym statystycznie.

Większe zasięgi radia – w porównaniu z wynikiem na poziomie całej Polski – odnotowano w 2024 r. w województwie podkarpackim (57,9%), świętokrzyskim (57,8%) oraz wielkopolskim i lubelskim (w obu 57,7%).

Województwa, w których zasięgi radia są relatywnie najniższe to województwa dolnośląskie (53,1 %), zachodniopomorskie (54,2%) oraz mazowieckie (54,7%).

⁶⁹ Badanie *Audio Track*, Krajowy Instytut Mediów, badanie telefoniczne, wielkość próby N=148 965 mieszkańców Polski 15+

Tabela 11. Zasięgi radia w województwach. Dane z 2024 r.

	liczba słuchaczy (mln)	% słuchaczy wśród mieszkańców województwa
podkarpackie	1,0	57,9%
świętokrzyskie	0,6	57,8%
wielkopolskie	1,7	57,7%
lubelskie	1,0	57,7%
opolskie	0,5	57,2%
podlaskie	0,5	56,4%
pomorskie	1,1	56,2%
małopolskie	1,6	56,0%
kujawsko-pomorskie	0,9	55,7%
śląskie	2,1	55,6%
warmińsko-mazurskie	0,6	55,5%
lubuskie	0,5	54,9%
łódzkie	1,1	54,9%
mazowieckie	2,5	54,7%
zachodniopomorskie	0,8	54,2%
dolnośląskie	1,3	53,1%

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Audio Track

Zasięgi rozgłośni lokalnych – dane dla województw (TOP 5)

Poniższe zestawienie prezentuje zasięgi głównych lokalnych rozgłośni radiowych (TOP5) - skupionych w sieciach, współpracujących w grupach bądź działających niezależnie - w poszczególnych województwach. Prezentowane dane obejmują uśrednione wyniki dla całego 2024 roku.

Tabela 12. Zasięgi dzienne lokalnych rozgłośni radiowych w województwach (TOP 5). Dane z 2024 r.

woj. dolnośląskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	200,2	8,1%
Radio Wrocław	66,5	2,7%
Muzyczne Radio	62,2	2,5%
Radio Złote Przeboje	47,4	1,9%
Radio PLUS	42,1	1,7%
woj. kujawsko-pomorskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	70,3	4,2%
RMF MAXX	61,9	3,7%
Polskie Radio PiK	51,7	3,1%
Radio HIT	35,5	2,1%
Radio GRA	31,3	1,9%
woj. lubelskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	104,1	6,1%
Polskie Radio Lublin	72,0	4,2%
Radio PLUS	31,2	1,8%
Radio Złote Przeboje	28,2	1,6%
RMF MAXX	18,1	1,1%
woj. lubuskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	51,8	6,3%
Radio Zachód	30,0	3,6%
Radio PLUS	19,1	2,3%
RMF MAXX	15,2	1,8%
Radio Gorzów 95,6 FM	15,1	1,8%
woj. łódzkie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	133,5	6,6%
Radio PLUS	44,9	2,2%
Radio Parada	42,6	2,1%
Nasze Radio	30,0	1,5%
Radio Łódź	26,5	1,3%

woj. małopolskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	129,0	4,5%
RMF MAXX	89,4	3,1%
Radio PLUS	59,8	2,1%
Radio Kraków	55,0	1,9%
Radio Żółte Przeboje	46,2	1,6%
woj. mazowieckie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	274,4	5,9%
RMF MAXX	90,0	1,9%
Radio PLUS	86,7	1,9%
Radio POGODA	78,1	1,7%
Radio Żółte Przeboje	47,8	1,0%
woj. opolskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Radio Park	81,2	10,2%
Radio Opole	55,6	7,0%
Eska	35,3	4,4%
Rock Radio	14,7	1,8%
RMF MAXX	13,6	1,7%
woj. podkarpackie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	110,3	6,4%
Polskie Radio Rzeszów	70,1	4,0%
RMF MAXX	37,1	2,1%
VIA - Katolickie Radio Rzeszów	26,9	1,6%
Eska2	24,2	1,4%
woj. podlaskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Polskie Radio Białystok	64,5	6,7%
Eska	43,4	4,5%
Radio 5	25,8	2,7%
RMF MAXX	24,1	2,5%
Radio JARD	22,8	2,4%
woj. pomorskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
RMF MAXX	84,6	4,3%
Radio PLUS	77,8	3,9%
Radio KASZEBE	67,1	3,4%
Eska	59,9	3,0%
Radio Gdańsk	50,1	2,5%

woj. śląskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Polskie Radio Katowice	136,8	3,7%
RMF MAXX	117,5	3,2%
Radio Bielsko	107,0	2,9%
Radio 90 FM	97,1	2,6%
Radio Silesia	80,6	2,2%
woj. świętokrzyskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Radio Kielce	72,2	7,1%
RMF MAXX	70,6	7,0%
Eska	32,5	3,2%
Radio Ostrowiec	17,9	1,8%
Radio Złote Przeboje	7,8	0,8%
woj. warmińsko-mazurskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	69,4	6,0%
Polskie Radio Olsztyn	59,7	5,2%
Radio PLUS	33,5	2,9%
Meloradio	23,5	2,0%
Radio 5	16,8	1,5%
woj. wielkopolskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Eska	213,8	7,34%
RMF MAXX	60,6	2,08%
Radio CENTRUM	43,3	1,49%
Radio Poznań	39,6	1,36%
Radio Złote Przeboje	36,4	1,25%
woj. zachodniopomorskie	liczba słuchaczy (tys.)	% słuchaczy wśród mieszkańców woj.
Radio Szczecin	70,4	5,0%
Polskie Radio Koszalin	34,6	2,5%
Radio PLUS	33,3	2,4%
Radio Złote Przeboje	15,3	1,1%
Twoje Radio	11,2	0,8%

Źródło: Krajowy Instytut Mediów, badanie Audio Track

5. Proponowane kierunki zmian legislacyjnych

Postulaty legislacyjne, które w 2024 r. KRRiT zgłosiła wobec projektów ustaw wdrażających DSA i AI Act oraz wobec przedstawionej przez MKiDN koncepcji wdrożenia Europejskiego Aktu o Wolności Mediów (EMFA) zostały omówione w *Sprawozdaniu z działalności KRRiT w 2024 r.* Odnoszą się one m.in. do:

- pozycji ustrojowej KRRiT oraz należnej jej roli w stosowaniu DSA, EMFA i AI Act;
- kwestii reformy mediów publicznych i modernizacji systemu ich finansowania.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zwraca także uwagę ustawodawcy na pilną potrzebę wprowadzenia skutecznych rozwiązań legislacyjnych dotyczących:

- zmian własnościowych i koncentracji kapitału w mediach oraz wyeliminowania niespójności przepisów prawa medialnego z prawem konkurencji w tym zakresie;
- wsparcia finansowego dla mediów lokalnych poprzez utworzenie funduszu celowego⁷⁰.

Ponadto, od wielu lat KRRiT zgłasza potrzebę nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji w celu uspoźnienia, uporządkowania i doprecyzowania jej przepisów w oparciu o praktykę regulacyjną KRRiT.

W związku z powyższym, KRRiT przedstawia następujące uwagi de lege ferenda (lista niewyczerpująca):

- Likwidacja obowiązku wpisu do rejestru programów rozprowadzanych na rzecz obowiązku wpisu do wykazu operatorów rozprowadzających programy oraz obowiązku informacyjnego dotyczącego rozprowadzanych programów.
- Objęcie zasadą transmisji obowiązkowej (must carry) wszystkich programów rozpowszechnianych naziemnie. Transmisją obowiązkową powinny zostać objęte także programy radiowe i telewizyjne uruchamiane w sytuacjach kryzysowych i nadzwyczajnych – uruchomione w celu zapewnienia okazjonalnego przekazu informacji.
- Zmiana zbyt restrykcyjnych przepisów dotyczących wykonywania obowiązku zgłoszenia o wpis do wykazu prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT przez podmioty dostarczające audiowizualne usługi medialne na żądanie poprzez platformy udostępniające wideo – w tym celu należy przyjąć, że poza komercyjnym charakterem działalności, oferowana usługa musi być również konkurencją dla rozpowszechniania linearnego (telewizji) oraz mieć dużą siłę oddziaływania (np. liczbę obserwujących/liczbę wyświetleń).
- Zastąpienie poprzez sankcje administracyjne odpowiedzialności karnej za rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego bez koncesji oraz rozprowadzanie programu radiowego lub telewizyjnego bez wpisu do rejestru.
- Ujednolicenie cech treści zabronionych w odniesieniu do programów radiowych i telewizyjnych, audiowizualnych usług medialnych na żądanie oraz platform udostępniania wideo.
- Ujednolicenie obowiązków informacyjnych w zakresie obowiązku informowania o tożsamości osób wchodzących w skład organów podmiotu dostarczającego usługę, w odniesieniu do nadawców, podmiotów dostarczających audiowizualną usługę medialną na żądanie oraz platform udostępniania wideo.

⁷⁰ Por. rozdział 6.3. *Sprawozdania z działalności KRRiT w 2024 r.* oraz rozdział 13.5. *Sprawozdania z działalności KRRiT w 2023 r.*

- Ujednolicenie zasad dotyczących zakazu sponsorowania transmisji sportowych przez partie polityczne, związki zawodowe, organizacje pracodawców oraz przez przedsiębiorców, których główna działalność polega na produkcji, sprzedaży lub innym udostępnianiu towarów lub usług, których reklama jest zakazana, w odniesieniu do programów radiowych i telewizyjnych, audiowizualnych usług medialnych na żądanie oraz platform udostępniania wideo.
- Określenie wzoru corocznego sprawozdania, składanego do KRRiT, obowiązującego dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie oraz wprowadzenie obowiązku elektronicznego składania sprawozdania za pośrednictwem aplikacji.
- Zdefiniowanie w ustawie o radiofonii i telewizji pojęć „operator rozprawdzający programy”, „użytkownik”, „katalog” oraz „media lokalne” z uwagi na istotne znaczenie przedmiotowych terminów.
- Dookreślenie pojęcia „audycji dla dzieci” poprzez wskazanie jednoznacznych kryteriów wyróżniających ten rodzaj audycji, także w odniesieniu do audiowizualnych usług medialnych na żądanie.
- Przyznanie Przewodniczącemu KRRiT uprawnienia do żądania od dostawcy platformy udostępniania wideo udzielenia informacji (danych identyfikujących) o dostawcach audiowizualnych usług medialnych na żądanie świadczących usługi za pośrednictwem platformy udostępniania wideo.
- Przyznanie Przewodniczącemu KRRiT uprawnienia do nałożenia kary na operatora rozprawdzającego programy radiowe i telewizyjne w przypadku niewykonania obowiązku przedstawienia materiałów, dokumentów oraz udzielenia wyjaśnień (analogicznie jak wobec dostawcy usługi medialnej) – realizacja przepisów art. 10 ust. 2.
- Uzależnienie wysokości nakładanych kar pieniężnych nie od wysokości wynagrodzenia osoby kierującej działalnością podmiotu lecz od kryteriów obiektywnych, takich jak wysokość przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw.
- Nałożenie na dostawcę platformy udostępniania wideo obowiązku zgłoszenia do KRRiT możliwości naruszenia prawa w audiowizualnych usługach medialnych na żądanie, znajdujących się w katalogu umieszczonym na danej platformie udostępniania wideo.
- Ustanowienie sankcji dla nadawców za:
 - naruszenie zasad dotyczących ochrony danych osobowych małoletnich;
 - niespełnienie obowiązku złożenia do KRRiT corocznego sprawozdania z wykonania obowiązków dotyczących dostępności audycji dla osób z niepełnosprawnościami za poprzedni rok kalendarzowy;
 - naruszenie przepisów dotyczących zasad utrwalania i przechowywania audycji, reklam i innych przekazów;
 - naruszenie zasad dotyczących emisji przekazów handlowych towarzyszących audycjom dla dzieci.
- Ustanowienie sankcji dla dostawców platform udostępniania wideo za:
 - niewykonanie obowiązku publikacji na stronie internetowej dostawcy wymaganych prawem informacji o dostawcy;
 - naruszenie obowiązku zgłoszenia Przewodniczącemu KRRiT zmiany stanu faktycznego i prawnego objętego wpisem do wykazu;
 - naruszenie zasad dotyczących ochrony danych osobowych małoletnich;

- nieprzestrzeganie obowiązku przechowywania kopii audycji, wideo stworzonych przez użytkowników, przekazów handlowych i innych przekazów udostępnianych publicznie przez okres nie krótszy niż 28 dni od dnia ich usunięcia z platformy udostępniania wideo lub zakończenia ich udostępniania oraz do przedstawienia ich Przewodniczącemu KRRiT po otrzymaniu stosownego żądania;
- naruszenie przepisów rozporządzenia KRRiT określającego sposób wyodrębniania i oznaczania przekazów handlowych w audycjach, wideo stworzonych przez użytkowników oraz innych przekazach umieszczanych na platformie udostępniania wideo, przed ich rozpoczęciem oraz po ich zakończeniu, oraz przekazów handlowych umieszczanych na platformie udostępniania wideo, ale nieposiadających związku z audycjami lub wideo stworzonymi przez użytkowników;
- nieudzielenie lub udzielenie nierzetelnych informacji na żądanie Przewodniczącego KRRiT, określone przepisem art. 10 ust. 2 u.r.t.
- Urealnienie wysokości kary pieniężnej, jaką Przewodniczący KRRiT może nałożyć na dostawcę platformy udostępniania wideo za naruszenie przepisów ustawy – obecnie obowiązująca górna granica sankcji jest stanowczo zbyt niska, biorąc pod uwagę możliwą skalę działalności platformy udostępniania wideo.
- Ustanowienie wobec dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie obowiązku prowadzenia ewidencji audycji sponsorowanych oraz ewidencji audycji, w których zastosowano lokowanie produktu.
- Zdefiniowanie wskaźników jakościowych (pluralizm, wyważenie, bezstronność, innowacyjność, wysoka jakość, integralność przekazu) służących obiektywnej ocenie działalności mediów publicznych oraz upoważnienie KRRiT, np. poprzez delegację ustawową do wydania stosownych rozporządzeń, do interpretacji poszczególnych terminów i wskazania stosowanej metodologii przy ocenie programów mediów publicznych.
- Wykreślenie z art. 6 ust. 3 pkt 4) przepisu wskazującego, że: „Krajowa Rada przekazuje Komisji Europejskiej sprawozdanie dotyczące stosowania przez dostawców platform udostępniania wideo środków przeciwdziałających udostępnianiu treści, o których mowa w art. 47p ust. 1.” Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych nie nakłada obowiązku przedłożenia takiego Sprawozdania do Komisji Europejskiej.
- Wprowadzenie rzeczywistej neutralności technologicznej ustawy poprzez wykreślenie technologii rozprowadzania programów – ustawa nie jest pod tym względem jednolita.