

# Media w Polsce

## Część 2. Polski system medialny

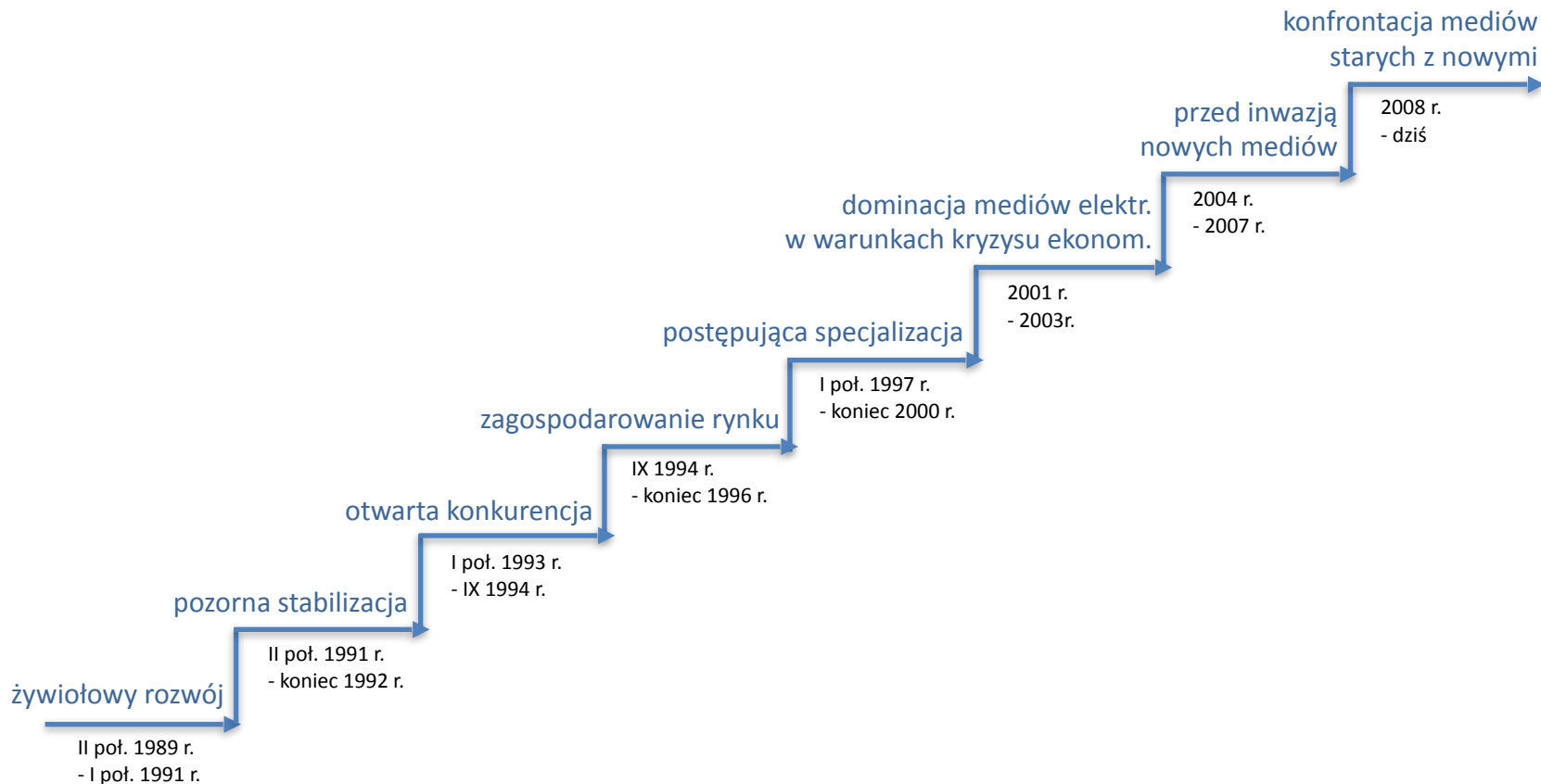
# Transformacja systemowa a rozwój polskiego rynku medialnego

- Porozumienia Okrągłego Stołu (6 II – 5 IV 1989 r.)
  1. strona koalicyjno-rządowa zdecydowała się na odejście od „systemu koncesjonowania działalności prasowej i zastąpienie go systemem zgłoszeniowym”;
  2. odrzucono postulat opozycji dotyczący „ewolucyjnego przechodzenia od modelu monopolistycznego do społecznego modelu pluralistycznego radia i telewizji”, a przyjęto stanowisko „integralności prawno-organizacyjnej Komitetu ds. RTV jako instytucji państwowej pozostającej pod administracją rządu”.
  3. porozumienia okołoformalne:  
„możliwość emisji programów w ramach czasu antenowego przeznaczonego dla organizacji opozycyjnych, NSZZ 'Solidarność', Kościoła katolickiego i innych wyznań oraz mniejszości narodowych.

- Zmiany w systemie regulacyjnym (podstawy nowego rynku):
  - swoją działalność Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk zaniechał zaraz po wyborach w 1989 r, jednak dopiero 11 kwietnia 1990 r. Sejm przyjął *Ustawę o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy Prawo Prasowe*;
  - 1 stycznia 1990 r. została zniesiona reglamentacja papieru;
  - 22 marca 1990 r. *Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch*;
  - 29 grudnia 1992 r. *Ustawa o radiofonii i telewizji*;
  - 31 lipca 1997 r. *Ustawa o Polskiej Agencji Prasowej*.

- Czynniki ekonomiczno-polityczne:
  - likwidacja monopolu państwowych,
  - wprowadzenie rynkowych zasad w strukturze mediów,
  - prywatyzacja,
  - decentralizacja,
  - liberalizacja,
  - pluralizm światopoglądowy,
  - wzrost politycznej emancypacji mediów,
  - dostęp nowych podmiotów do rynku,
  - koegzystencja starej i nowej oferty medialnej,
  - wzrost konkurencji i komercjalizacji mediów.

# Periodyzacja przemian mediów w Polsce wg R. Filasa



# Rynek prasowy

- Początki rynku prasowego:

- RSW „Prasa-Książka-Ruch” - Idea „uspółdzielczenia” zakończyła się fiaskiem;
- Rynek prasowy i wydawniczy najszybciej i najefektywniej zaczął dostosowywać się do zmian politycznych i ekonomicznych;
- Żywiołowy rozwój rynku – do końca 1991 roku sądy wojewódzkie rejestrowały przeciętnie około 100 tytułów miesięcznie;
- Czas wielkich zagranicznych koncernów medialnych:
  - Socpress Roberta Hersanta (Francja), Orkla (Norwegia),
  - Bauer, G+J (Bertelsmann), Passauer Neue Presse (Niemcy)

- Ale też początek nowych polskich przedsiębiorstw: AGORA, Wydawnictwo Prószyński i S-ka
- nowych gatunków prasy: pisma kobiece, specjalistyczne, sensacyjne: „Nie”, „Skandale”, „Poradnik Domowy”
- nowych tytułów: „Gazeta Wyborcza” - 8 V 1989 roku, 8s. dziennik o nakładzie 150 tys. egz.

- Rynek prasowy w 2014 roku

- 746 mln. egz. (sprzedaż)

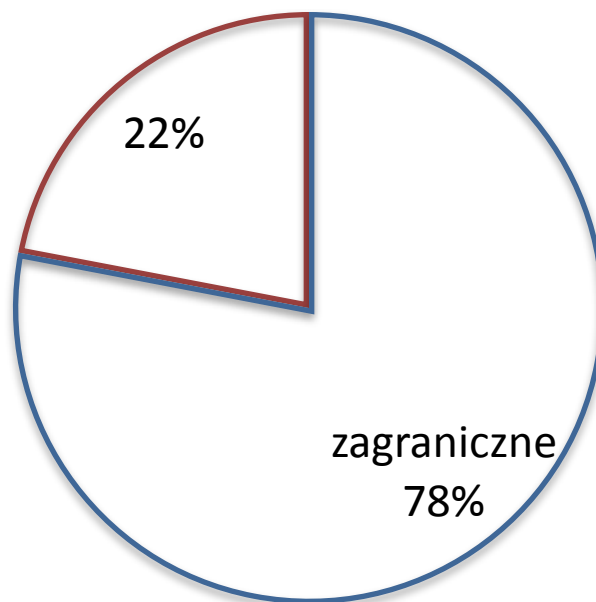
- 19 koncernów medialnych:

- 9 zagranicznych** (Wydawnictwo Bauer, Ringier Axel Springer, Grupa Polska Press, Edipresse Polska, Grupa Burda International, Phoenix Media, Marquard Media, Egmont Polska i Bonier Bussines Polska)

- 10 polskich** (Agora, ZPR Media, Grupa Gremi, Westa Druk Mirosław Kuliś, Infor Biznes, Fundacja Gościa Niedzielnego, Polityka, PMPG Polskie Media, FratRIA i Media Service Polska), które łącznie kontrolują 185 czasopism.



Ale ... wydawnictwa zagraniczne mają 138 tytułów (567 mln. egz.),  
polskie wydawnictwa mają 47 tytułów (178 mln. egz.), czyli ...



- **Największe zagraniczne grupy medialne**

- **Wydawnictwo Bauer** (niemiecka grupa medialna) - od 1991 r. w Polsce. Obecne portfolio to 39 czasopism, których sprzedaż sięga 248 mln. egz. (**33%** udziałów w rynku). Wydawnictwo specjalizuje się w magazynach luksusowych („Pani”, „Twój Styl”, „SHOW”), poradniczych („Mam dziecko”, „Świat Kobiety”, „Tina”), rozrywkowych („Chwila dla Ciebie”, „Rewia” „Życie na Gorąco”), młodzieżowych („Bravo”, „Bravo Girl”), komputerowych („CD Action”, „PC Format”), motoryzacyjnych („Auto Moto”), popularnonaukowych („Świat Wiedzy”) oraz telewizyjnych („Tele Tydzień”, „Tele Świat”). Większość tytułów Bauera jest liderem w swojej kategorii.

- **Ringier Axel Springer** - szwajcarsko-niemiecka grupa, obecna na polskim rynku od 1994 roku. łączny nakład tytułów sięga 122 mln. egz. (**16%** udziałów w rynku). Najważniejszymi tytułami grupy są dziennik „Fakt” (ok. 315 tys. egz. dziennie), sportowy dziennik „Przegląd Sportowy” (30 tys. egz.), oraz tygodnik społeczno-polityczny „Newsweek Polska” (110 tys. egz.). Ringier Axel Springer ma też bogatą ofertę czasopism, m.in.: miesięcznik „Forbes”, czasopisma motoryzacyjne „Auto Świat” i „Top Gear” oraz komputerowe – „Komputer Świat”. Ringier Axel Springer posiada 49% udziałów w spółce Infor Biznes, właściciela „Dziennika Gazety Prawnej”.

- **Polskapresse** (Verlagsgruppe Passau), niemiecka grupa od 1991 r. inwestuje w polski rynek, a obecnie kontroluje prasę lokalną w 15 województwach (projekt „Polska The Times”). Posiada 22 tytuły o łącznej sprzedaży sięgającej ponad 111 mln. egz. (**15%** udziału w rynku).

- **Polskie grupy medialne**

- **Agora**, spółka założona w 1992 roku. Obecnie dysponuje 11 tytułami. Sztandarowym wydawnictwem Agory jest „Gazeta Wyborcza” (obecny nakład to ok. 150 tys., w najlepszym czasie gazeta sprzedawała się w nakładzie ponad 600 tys. egz.). Ponadto znana jest z bezpłatnego dziennika „Metro” oraz szeregu kolorowych czasopism „Logo”, „Avanti”, „Cztery Kąty” i „Kuchnia”. W sumie sprzedany nakład wynosi ok. 55 mln. egz. (**7,5%** udziałów w rynku).

- **Grupa ZPR Media** (w skład której wchodzi **Murator S.A.**, właściciel dziennika „Super Express”) 48 mln. egz. rocznie,

- **Grupa Gremi** (wydawca dziennika „Rzeczpospolita”) – 18 mln.,

- Westa Druk Mirosław Kuliś (właściciel tygodnika „Angora”) – 15 mln.,

- Infor Biznes (wydawca „Gazety Prawnej”) – 11 mln.,

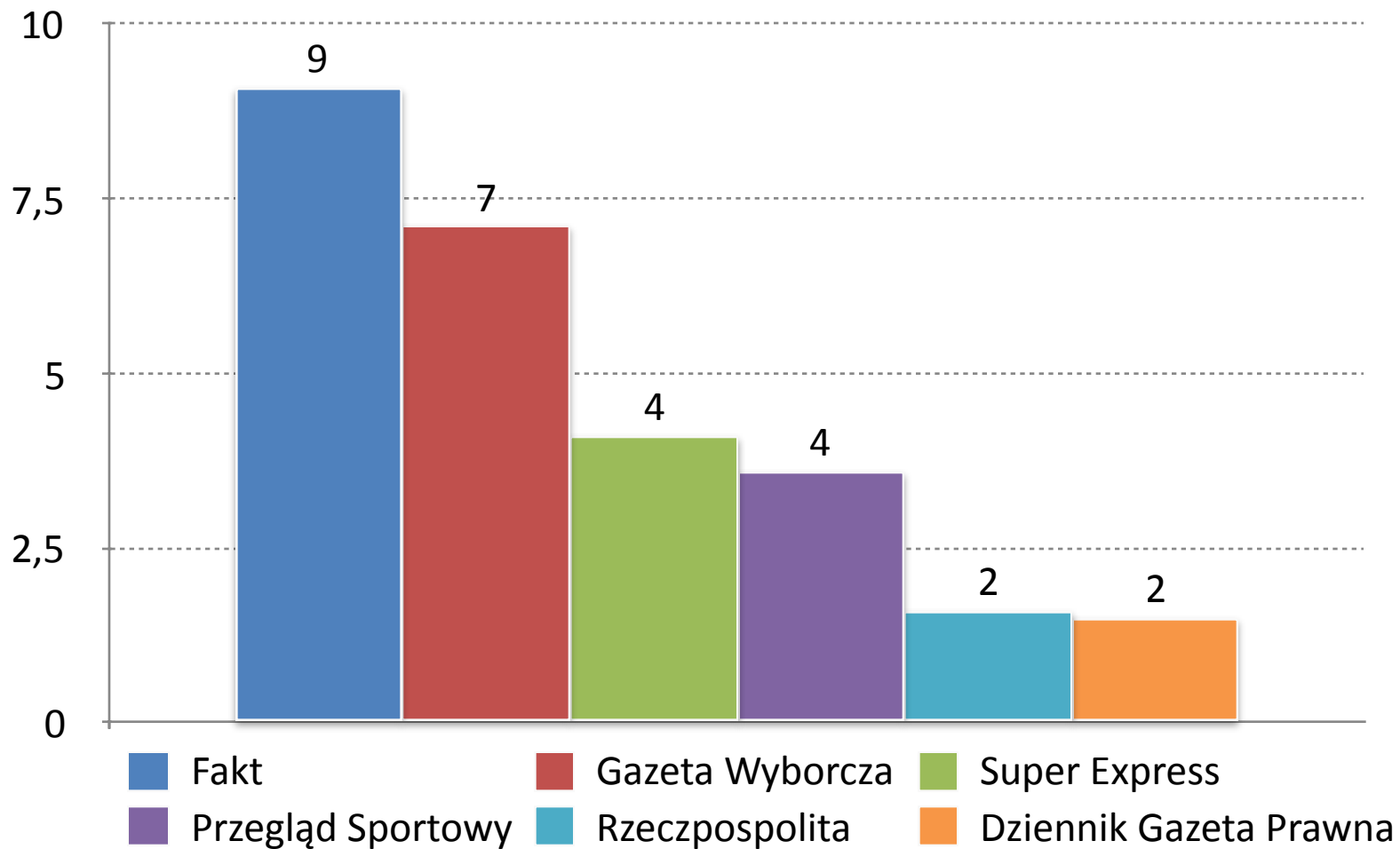
- Fundacja Gościa Niedzielnego (właściciel tygodnika „Gość Niedzielny”) – 7 mln.,

- Polityka Sp z.o.o. (właściciel tygodnika o tej samej nazwie) – 6 mln.,

- PMPG Polskie Media (wydawca tygodników „Do Rzeczy” i „Wprost”) – 6 mln.,

- Fratria (właściciel tygodnia „wSieci”) – 4 mln.

- czytelnictwo (%), III kwartał 2016 r.



# Rynek mediów elektronicznych

- **Początki radiofonii i telewizji w Polsce**
  - zmiany personalne w Radiokomitecie – Jerzego Urbana zastąpił Andrzej Drawicz, zastępcą Jan Dworak;
  - zmiany kadrowe w państwowej telewizji i radiu
  - pozostał Lew Rywin, który już w 1990 r. zaproponował prywatyzację drugiego programu tv
  - 1990 r. Przewodniczący Komitetu wydał zgodę na nadawanie programu przez trzy stacje radiowe: Radio Zet i Radio „Solidarność” (później Radio S) w Warszawie i RMF w Kraowie (Radio Małopolska Fun)
  - pozostałe stacje radiowe, a następnie telewizyjne pojawiały się w oparciu o niejasne przepisy: m.in. Pojawił się sardyński biznesmen Nicola Grauso - Polonia1.
  - *Ustawa o radiofonii i telewizji* (29 grudnia 1992 roku): likwidacja monopolu i otwarcie możliwości legalnego działania nadawców prywatnych, powołanie **Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**.

# Radio

Radiofonie publiczną tworzy Polskie Radio SA (1925r.) oraz 17 stacji regionalnych Polskiego Radia w oddzielnych spółkach (w sumie to 18% udziału w rynku). Polskie Radio nadaje 5 programów o różnym charakterze:

- uniwersalny Program 1, w tym audycje Radia Parlament (na falach długich 198 MHz);
- muzyczno-literacki Program 2;
- informacyjno-rozrywkowy Program 3;
- młodzieżowo-poznawczy Program 4 (dawniej Radio Bis, do niedawna Radio EURO, a dziś znów „Czwórka”);
- Program 5 - dla słuchaczy za granicą (dawniej Radio Polonia) – Polskie Radio dla Zagranicy

- Rynek komercyjny

- **GRUPA RMF** (Bauer) z udziałem 28 % w rynku. RMF powstał w 1997 roku, z inicjatywy krakowskich dziennikarzy (St. Tyczyński). Dopiero w 2008 roku spółka została zakupiona przez grupę Bauera. Aktualnie portfolio radiowe grupy stanowi stacja „RMF FM” (24% słuchalności), „RMF MAXXX” (3%), „RMF Classic” (1%) i inne mniejsze, słabiej notowane kanały.

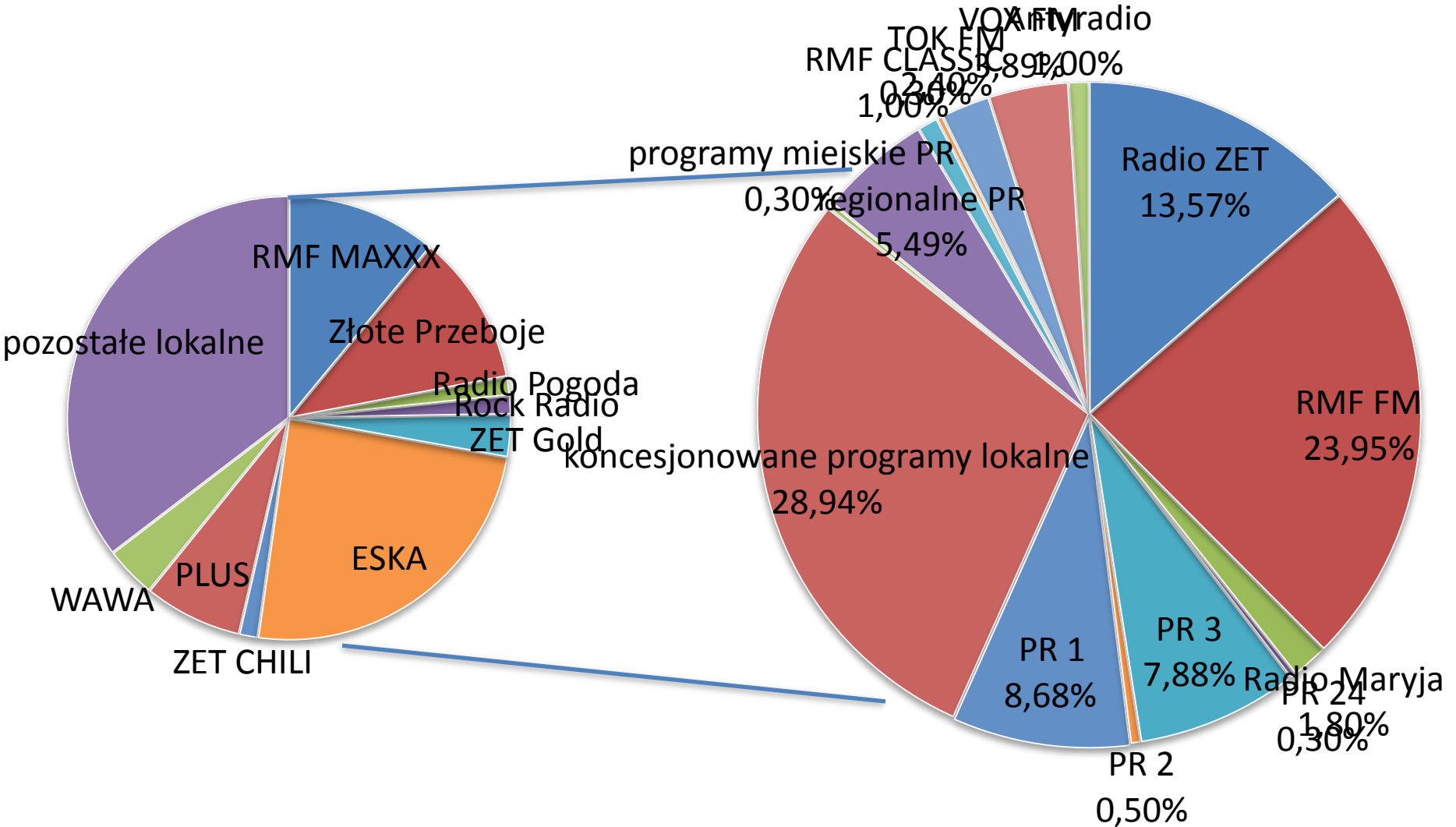
- **GRUPA EUROZET** istnieje od 1993 roku. Główna stacja, czyli „Radio Zet”, zostało założone w 1990 roku (A. Woyciechowski, L. Stafiej, J. Weiss). Po przystąpieniu do UE jedynym właścicielem spółki jest EDI POLOGNE S.A. z siedzibą w Paryżu, spółka związana z Lagardere Active Radio International (LARI) – jeden z największych operatorów radiowych w zachodniej i centralnej Europie. Obecnie grupa ma 19% udziału w rynku, posiada 5 stacji radiowych – „Radio Zet” (15% udziałów w rynku), „Radio Zet Chilli” (2% udziałów w rynku), „Radio Zet Gold” (1% udziałów w rynku) i dwie mniejsze – „Radio PLUS” i „Antyradio”.

- **Grupa Radiowa TIME (ZPR Media)** - właściciel „Radia Eska” kontrolowana przez ZPR Media – 11%,

- **Grupa Radiowa AGORY** (wydawca „Radia Złote Przeboje” i „TOK FM”) 5%,

- **Warszawska Prowincja Redemptorystów** (właściciel „Radia Maryja”) – 2%.

# Audytorium radiowe, III kwartał 2016 r.





# Telewizja

- Nadawca publiczny

- Telewizja Polska, działa od 1952 r. (1935)

- posiada 4 kanały ogólnotematyczne (TVP1, TVP2, TVP Polonia, TVP Regionalne), 8 tematycznych (TVP Info, TVP Historia, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP Rozrywka, TVP ABC, Belsat TV), 16 regionalnych i jeden internetowy (TVP Parlament).

- rynek komercyjny

- Rynek telewizyjny w Polsce składa się aktualnie z 18 podmiotów, które łącznie posiadają około 88% udziałów w oglądalności. Resztę stanowią kanały tematyczne o niewielkim zasięgu (ok. 200), lokalni nadawcy publiczni i komercyjni.

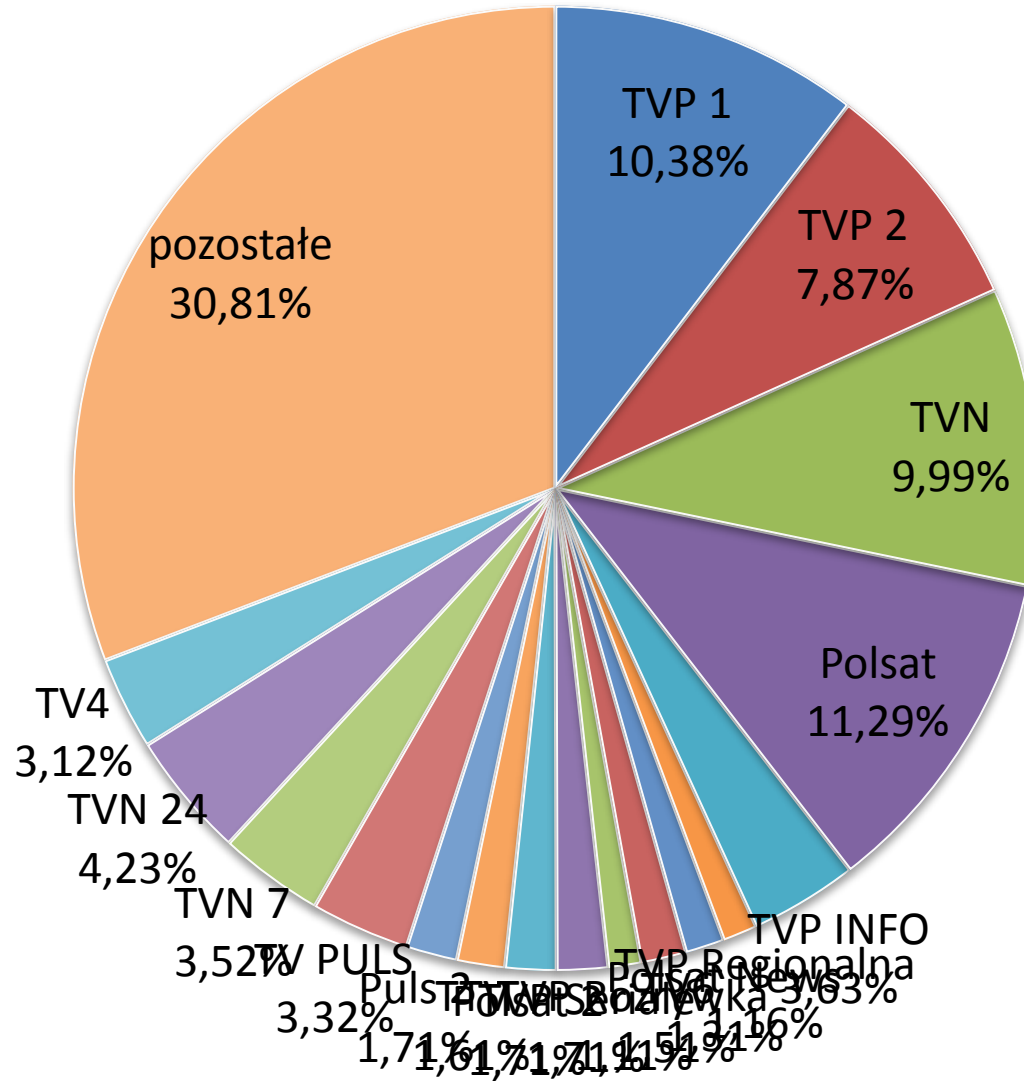
- Z 18 spółek 8 pochodzi z Polski (Telewizja Polska S.A, Cyfrowy Polsat, Telewizja Puls Sp z.o.o, ZPR Media, Grupa ATM, AGORA, Fundacja TVS i Fundacja Lux Veritatis), a 10 z zagranicy (Grupa TVN, Discovery Communications, Viacom, The Walt Disney Company, Sony Pictures Television International, Time Warner, Canal+, National Geographic Society i Universal Network International). Wymienione koncerny posiadają 51 programów telewizyjnych, spośród których 29 należy do pierwszych, a 21 do drugich.

- **Grupa TVN**, założona w 1996 roku przez Mariusza Waltera, do 2014 r. należała do Grupy ITI, a następnie została sprzedana amerykańskiej korporacji Scripps Networks Interactive. W portfolio firmy wchodzi dwa ogólne, bardzo popularne programy: TVN oraz TVN 7 . Ponadto w skład grupy wchodzi jeszcze 12 programów tematycznych (m.in.: TVN24, TVN Style, TVN Turbo).

- **Polsat**, antenna założona w 1992 roku przez Zygmunta Solorza-Żaka. Obecnie w swoim portfolio ma najpopularniejszy program w Polsce Polsatu. Spółka to 3 kanały ogólne („Polsat”, „TV4” i „TV6”) i 21 wyspecjalizowanych (m.in. „Polsat Sport”, „Polsat News”, „Polsat Film” czy „Polsat Cafe”). W 2014 roku osiągnęła prawie 21% udziałów w rynku telewizyjnym.

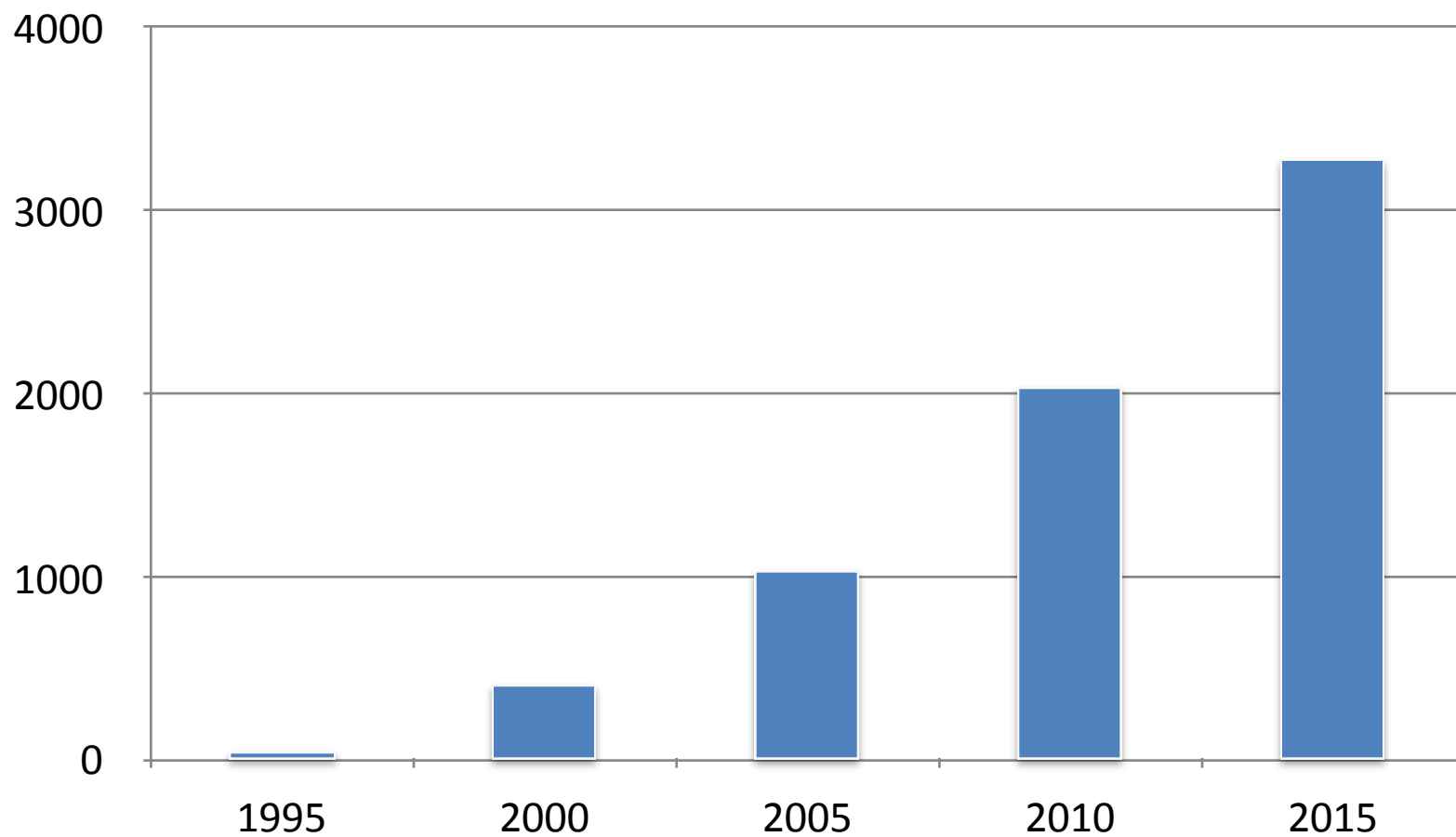
- **TV Puls** - grupa medialna założona przez ojców franciszkanów przy wsparciu spółek Skarbu Państwa. Aktualnie należy do Dariusza Dąbskiego. Posiada 2 kanały ogólne na multipleksach (TV Puls, PULS2), co pozwala jej notować oglądalność powyżej 4%.
- **zagraniczne koncerny medialne** tworzące specjalistyczną ofertę programową (niskobudżetowa telewizja) m.in.: Time Warner, Walt Disney Company, BBC.

# Audytorium telewizyjne, III kwartał 2016 r.



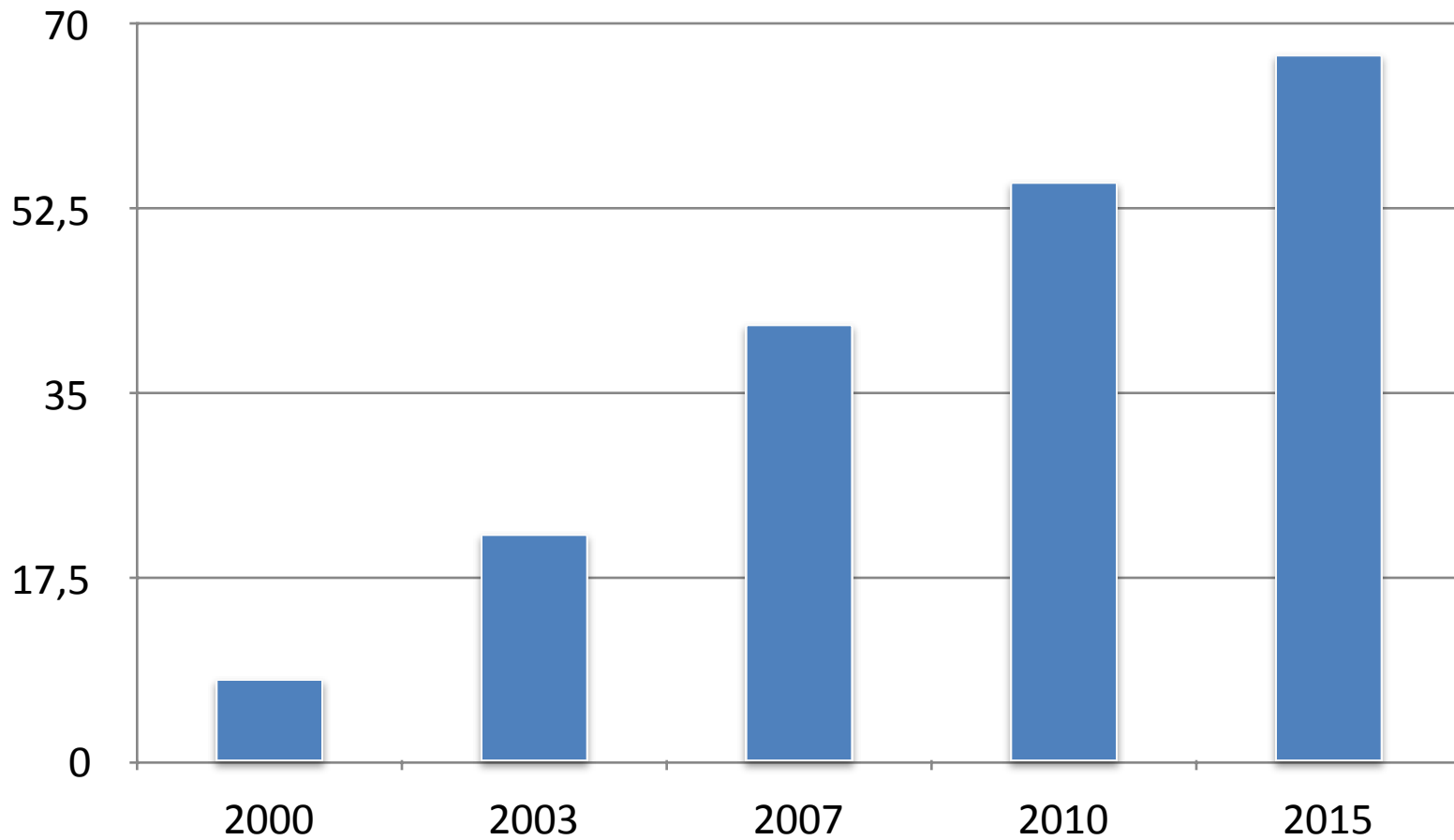
# Internet

Liczba użytkowników Internetu na świecie (w mln.)



L.p.	Państwo	Liczba użytkowników	% populacji państwa
1.	Chiny	641 601 070	46,03
2.	USA	279 834 232	86,75
3.	Indie	243 198 922	19,19
4.	Japonia	109 252 912	86,03
5.	Brazylia	107 822 831	53,37
6.	Rosja	84 437 793	59,27
7.	Niemcy	71 727 551	86,78
8.	Nigeria	67 101 452	37,59
9.	W. Brytania	57 075 826	89,90
10.	Francja	55 429 382	85,75
21.	Polska	25 666 238	67,15
62.	Dania	5 419 113	96,08
64.	Finlandia	5 117 660	94,01
65.	Norwegia	4 895 885	96,15

Liczba użytkowników Internetu w Polsce (% populacji)





- początki Internetu w Polsce

- 17 sierpnia 1991 r. - „początek” Internetu w Polsce

- pierwszy portal - Wirtualna Polska, 1995 r.

- kolejne: Onet.pl (1996/1998); Interia.pl (1999/2000);

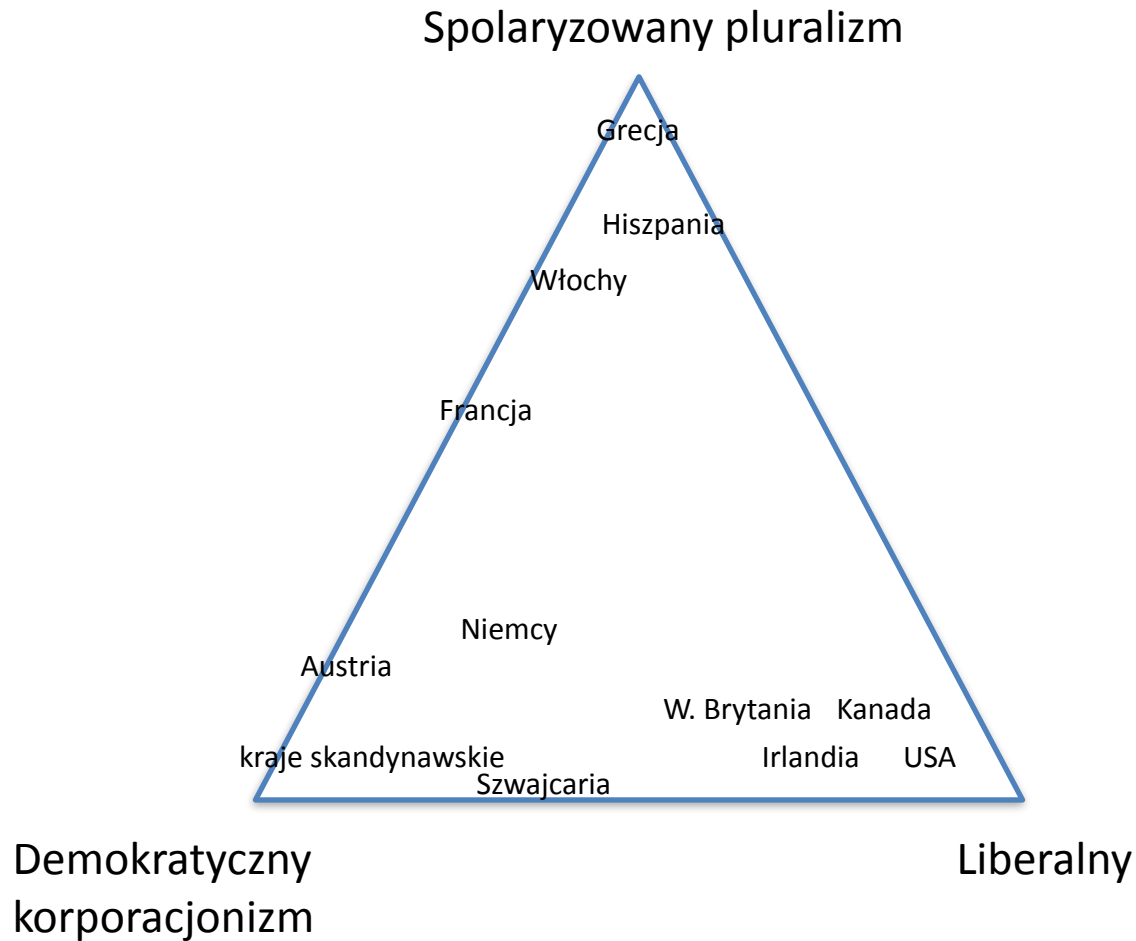
- elektroniczne wydania prasy: Gazeta Wyborcza (Gazeta.pl, 1997); Rzeczpospolita i Super Express (1996/1997)

- Obecnie

- duże koncerny medialne przejęły także rynek internetowy w Polsce: 10 głównych wydawców, m.in. Axel Springer, Bauer, Agora, Polskapresse należą do najprężniej działających w tym segmencie.

- W 2014 r. Grupa Onet (Ringier Axel Springer) miała blisko 16 mln. użytkowników. Następna w kolejności jest Wirtualna Polska, należąca do czterech akcjonariuszy (European Media Holding, Orfe S.A, 10x S.A, Albemuth Inwestycje), której portale przyciągnęły 15,6 mln. internautów. Na trzecim miejscu plasuje się Grupa Interia.pl należąca do Bauer Media Polska, którą wybrało 12,5 mln użytkowników. Kolejne miejsce przypada portalowi Gazeta.pl, należącemu do grupy Agory (sport.pl, plotek.pl). Całą platformę odwiedziło ok. 10,9 mln internautów. Pozostałe media przyciągają mniej niż 10 mln odwiedzających miesięcznie.

# Gdzie polski system medialny?



# Wyzwania dla polskiego rynku medialnego

- dalszy rozwój ICT
- rozwój infrastruktury
- globalizacja
- koncentracja kapitału
- czynniki społeczne
- czynniki polityczne
- czynniki prawne