

## Finansowanie mediów publicznych

Przedruk i rozpowszechnianie  
tej publikacji **w całości** dozwolone  
wyłącznie za zgodą CBOS.  
Wykorzystanie **fragmentów**  
**oraz danych empirycznych**  
wymaga podania źródła

**20** lat  
Fundacji **CBOS**  
1997–2017

# 20 lat Fundacji CBOS 1997-2017

Od 11 kwietnia 1997 r., od wejścia w życie ustawy z dnia 20 lutego 1997 r. o fundacji Centrum Badania Opinii Społecznej, **CBOS DZIAŁA JAKO FUNDACJA.**

Dwadzieścia lat w życiu politycznym, społecznym i w życiu fundacji to dużo. Wiele się przez ten czas zdarzyło.

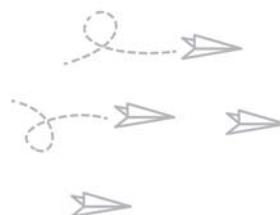
CBOS ZREALIZOWAŁ

**836**  
badań



REZULTATY BADAŃ STATUTOWYCH UDOSTĘPNILIŚMY  
SPOŁECZEŃSTWU, MEDIOM, INSTYTUCJOM PUBLICZNYM  
I ORGANOM PAŃSTWOWYM W POSTACI

**3735**  
komunikatów



PRACOWAŁO DLA NAS

**3600**  
ankieterów



PRZEBADALIŚMY PONAD

**1 000 000**  
respondentów



Naszym czytelnikom, naszym respondentom i sobie życzymy kolejnych lat owocnych i inspirujących badań, upowszechniania płynącej z nich wiedzy o społeczeństwie, a także popularyzacji dorobku fundacji CBOS.

Obecny system finansowania publicznego radia i telewizji z abonamentu płaconego przez posiadaczy odbiorników się nie sprawdza. Z danych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji<sup>1</sup> wynika, że w 2016 roku spośród ponad 13,5 mln gospodarstw domowych mniej więcej połowa (49%) miała zarejestrowane odbiorniki, z czego 52% było zwolnionych z opłat abonamentowych. Wśród pozostałych abonament opłaciła do końca ubiegłego roku ponad jedna trzecia (35%), co stanowiło około 17% mających zarejestrowane odbiorniki, czyli mniej więcej 8% ogółu gospodarstw domowych w Polsce. Co pewien czas pojawiają się propozycje rozwiązań legislacyjnych mających na celu zwiększenie wpływów z abonamentu. W ubiegłych latach rozważano zastąpienie abonamentu tzw. opłatą audiowizualną, wnoszoną przez wszystkie gospodarstwa domowe z wyjątkiem tych, które byłyby z niej zwolnione (np. ze względu na wiek czy grupę inwalidzką osoby, na którą zarejestrowano odbiornik). Zeszłoroczny projekt zakładał, że opłata byłaby dołączana do rachunków za prąd. Od tego rozwiązania jednak odstąpiono, prawdopodobnie ze względu na zbyt długi czas oczekiwania na notyfikację nowych przepisów przez Komisję Europejską. Kolejny projekt mający poprawić ściągalność abonamentu RTV przewidywał, że dostawcy telewizji kablowych i satelitarnych będą zobowiązani przekazywać dane swoich klientów Poczcie Polskiej. Na tej podstawie mogłaby ona domagać się od wskazanych osób rejestracji odbiorników. Rozwiązanie to jest również dość kontrowersyjne, nie ma więc pewności, czy w ogóle wejdzie w życie. Niemniej jednak o te i inne aspekty finansowania mediów publicznych zapytaliśmy w lipcowym sondażu<sup>2</sup>.

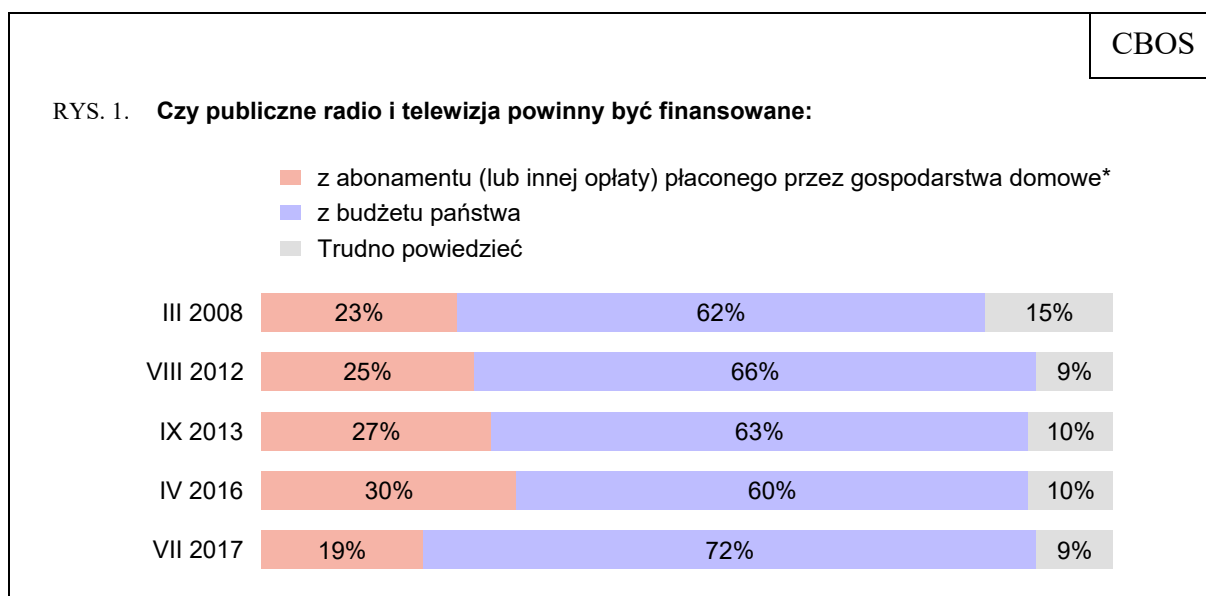
---

<sup>1</sup> *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2016 roku*; [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/sprawozdania/spr-i-inf-2016/sprawozdanie-krrit-2016.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr-i-inf-2016/sprawozdanie-krrit-2016.pdf)

<sup>2</sup> **Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (326) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 29 czerwca – 6 lipca 2017 roku na liczącej 977 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.**

## OGÓLNE ZASADY FINANSOWANIA MEDIÓW PUBLICZNYCH

Preferowany przez Polaków sposób finansowania publicznego radia i telewizji pozostaje od lat niezmienny. W stosunku do wcześniejszych pomiarów opinia publiczna jest w tej sprawie bardziej jednorodna. Za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa opowiada się niemal trzy czwarte Polaków (72%, od kwietnia 2016 roku wzrost o 12 punktów procentowych), natomiast z abonamentu płaconego przez obywateli – niespełna jedna piąta (19%, spadek o 11 punktów). Niewykluczone, że spadek poparcia dla abonamentu jest reakcją przeciw proponowanemu rozwiązaniu mającemu poprawić jego ściągalność (spotyka się ono z dezaprobatą większości badanych, o czym w dalszej części komunikatu).



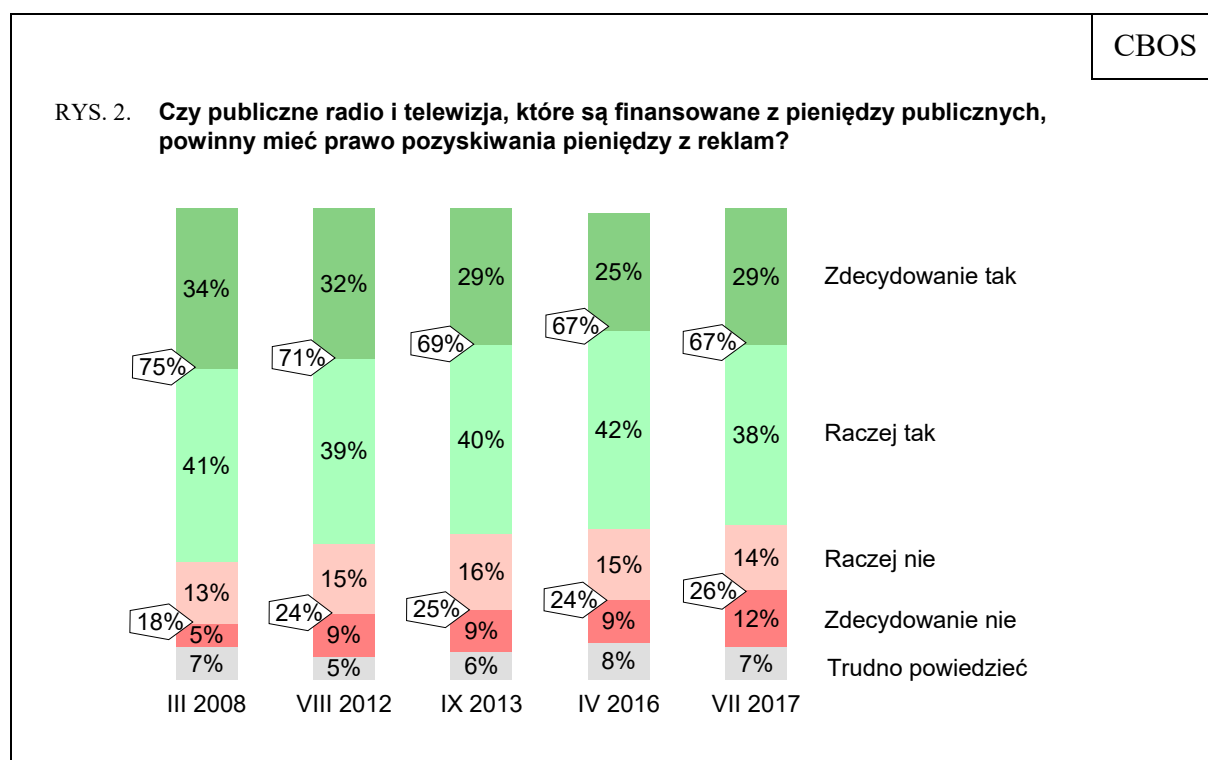
\* W latach 2008–2013 odpowiedź miała brzmienie „z abonamentu płaconego przez posiadaczy odbiorników radiowych i telewizyjnych”

Stosunek do sposobu finansowania mediów publicznych jest mało zróżnicowany w poszczególnych grupach społeczno-demograficznych. W żadnej z tych, które brałismsy pod uwagę, badani opowiadający się za abonamentem nie mają liczebnej przewagi. Można jedynie zauważyć, że relatywnie więcej niż przeciętnie jest ich wśród najmłodszych ankietowanych, mieszkańców największych aglomeracji, osób uzyskujących najwyższe dochody *per capita*, a także respondentów identyfikujących się z prawicą.

Istotnym źródłem finansowania mediów publicznych, zwłaszcza telewizji, są reklamy. W ubiegłym roku pokryły one 74% kosztów działalności misyjnej Telewizji Polskiej<sup>3</sup>,

<sup>3</sup> Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2016 roku – zob. przypis 1.

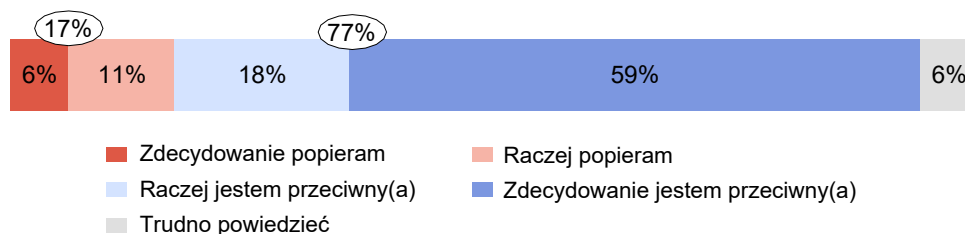
podczas gdy wpływy z abonamentu – 23%. W przypadku publicznego radia koszty misji w większości (około 75%) pokrył abonament, a środki z reklam stanowiły mniej więcej jedną piątą (21%). Stosunek do pozyskiwania przez media finansowane ze środków publicznych pieniędzy z emisji reklam jest również niezmiennie przychylny. Obecnie – tak jak w ciągu ostatnich pięciu lat – aprobuje je co najmniej dwie trzecie Polaków (67%), a jedna czwarta (26%) jest temu przeciwna. Krytycznie do tego źródła finansowania częściej niż inni podchodzą najmłodszy ankietowani (33%) oraz osoby z gospodarstw domowych o najwyższych dochodach *per capita* (36%).



### POPRAWA ŚCIAĞALNOŚCI ABONAMENTU

Ponad trzy czwarte Polaków (77%), w tym niemal sześciu na dziesięciu (59%) kategorycznie, sprzeciwia się wprowadzeniu przepisów, które zobowiązywałyby dostawców płatnej telewizji kablowej i satelitarnej do przekazywania danych ich klientów Poczcie Polskiej. Rozwiązanie to popiera jedynie co szósty badany (17%).

RYS. 3. Przygotowywane są przepisy, które mają poprawić pobieranie opłat abonamentowych za publiczną telewizję. Dostawcy sygnału telewizyjnego, czyli płatne telewizje kablowe i satelitarne, będą zobowiązani przekazywać Poczcie Polskiej dane osobowe swoich klientów. Na tej podstawie poczta będzie domagać się od zgłoszonych osób rejestracji odbiorników i opłacania abonamentu. Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?



Rozwiązanie to relatywnie częściej niż inni popierają potencjalni wyborcy Prawa i Sprawiedliwości, jednak należy podkreślić, że również wśród nich ma ono więcej przeciwników niż zwolenników. Ponadto w większym stopniu niż pozostali opowiadają się za nim osoby o poglądach prawicowych i najmłodszy respondenci.

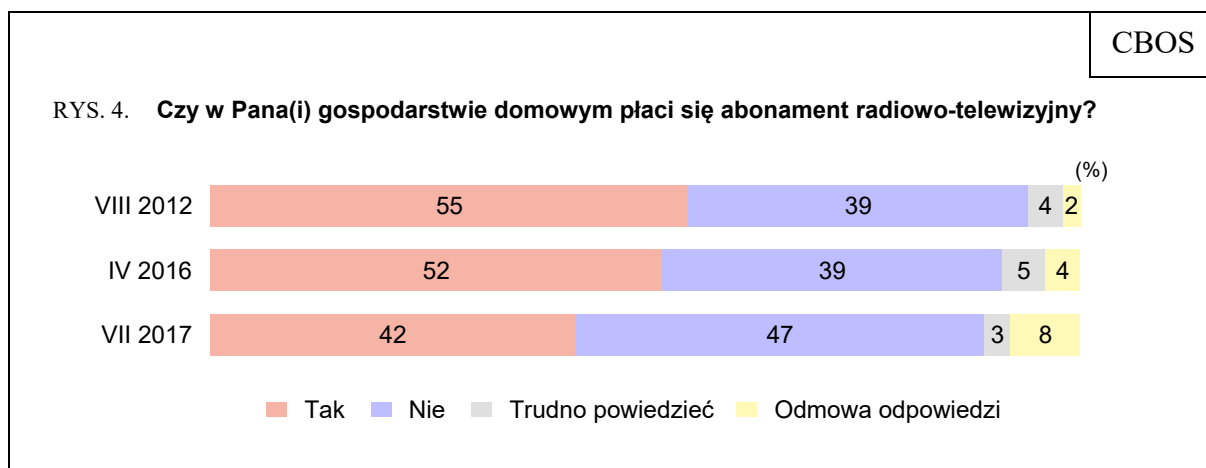
Tabela 1

Elektoraty partyjne określone na podstawie deklaracji głosowania w ewentualnych wyborach parlamentarnych	Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie [przekazywanie przez dostawców telewizyjnych danych swoich klientów Poczcie Polskiej] czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?		
	Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć
	w procentach		
PiS (wraz Solidarną Polską i Polską Razem)	31	61	9
PO	13	86	1
Kukiz'15	11	87	2
Niezdecydowani, czy wziąć udział w wyborach	14	79	7
Niezamierzający głosować	16	74	10

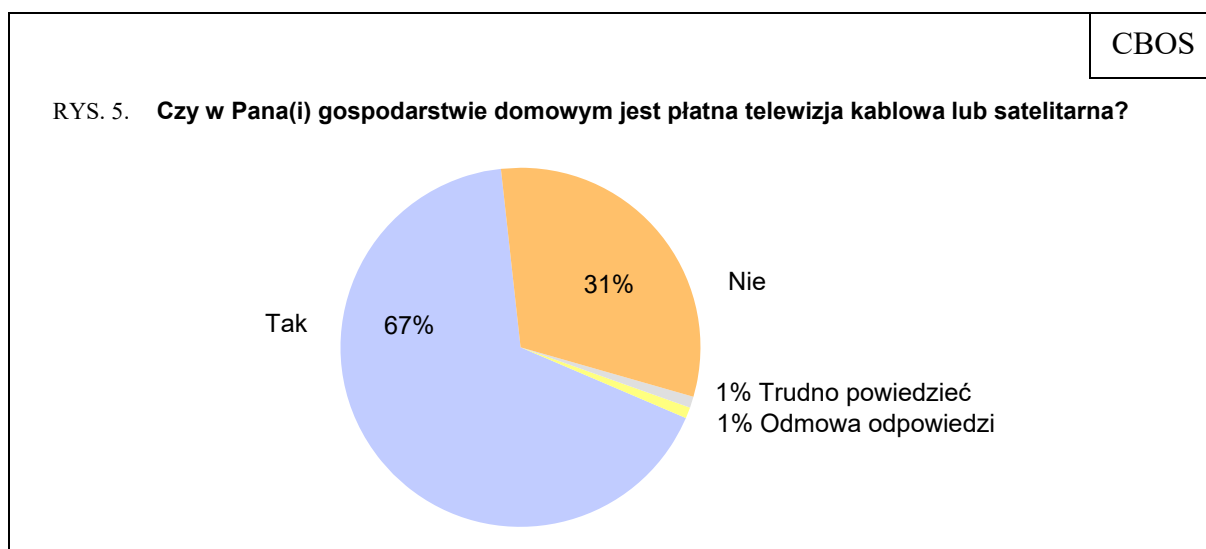
W zdecydowanej większości przeciwni proponowanemu rozwiązaniu są ci, którzy opowiadają się za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa (85% wobec 10% je popierających). Natomiast wśród respondentów uważających, że powinny być one opłacane bezpośrednio przez obywateli, zdania są podzielone, choć również minimalnie przeważa dezaprobatą (50% wobec 45%).

Opinie na temat proponowanych rozwiązań warto skonfrontować z deklaracjami badanych dotyczącymi płacenia abonamentu RTV i posiadania płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej przez gospodarstwa domowe. W naszym sondażu płacenie abonamentu

radiowo-telewizyjnego deklaruje dwie piąte (42%). To mniej niż w ubiegłych latach, jednak znacznie więcej niż podaje KRRiT, co wskazuje, że deklaracje istotnie zawyżają rzeczywistą skalę płacenia abonamentu. Respondenci, mając świadomość istnienia takiego obowiązku, niechętnie przyznają się do nieprzestrzegania przepisów. Warto też zwrócić uwagę na stosunkowo duży odsetek osób odmawiających odpowiedzi – dwukrotnie wyższy niż rok temu i czterokrotnie wyższy niż pięć lat temu.



Dwie trzecie ogółu badanych (67%) ma w gospodarstwie domowym płatną telewizję kablową lub satelitarną. W tej grupie opłacanie abonamentu RTV deklaruje 46%, natomiast 44% twierdzi, że ich gospodarstwo domowe go nie płaci (wśród niekorzystających z płatnych dostawców telewizyjnych jest to odpowiednio: 36% i 58%).



Osoby deklarujące płacenie abonamentu radiowo-telewizyjnego oraz niekorzystające z usług płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej minimalnie częściej niż pozostałe wyrażają poparcie dla rozwiązania zobowiązującego dostawców telewizyjnych do przekazywania Poczcie Polskiej danych klientów, co nie zmienia jednak faktu, że w zdecydowanej większości również nie popierają tego rozwiązania.

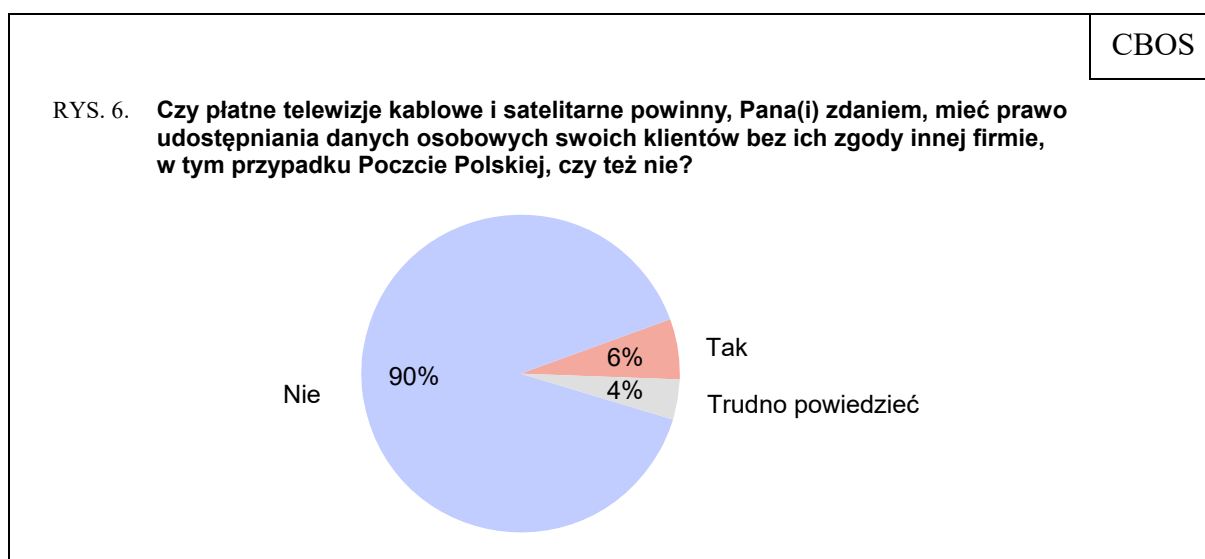
Tabela 2

Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest płatna telewizja kablowa lub satelitarna?	Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie [przekazywanie przez dostawców telewizyjnych danych swoich klientów Poczcie Polskiej] czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?		
	Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Tak	16	79	5
Nie	20	70	10

Tabela 3

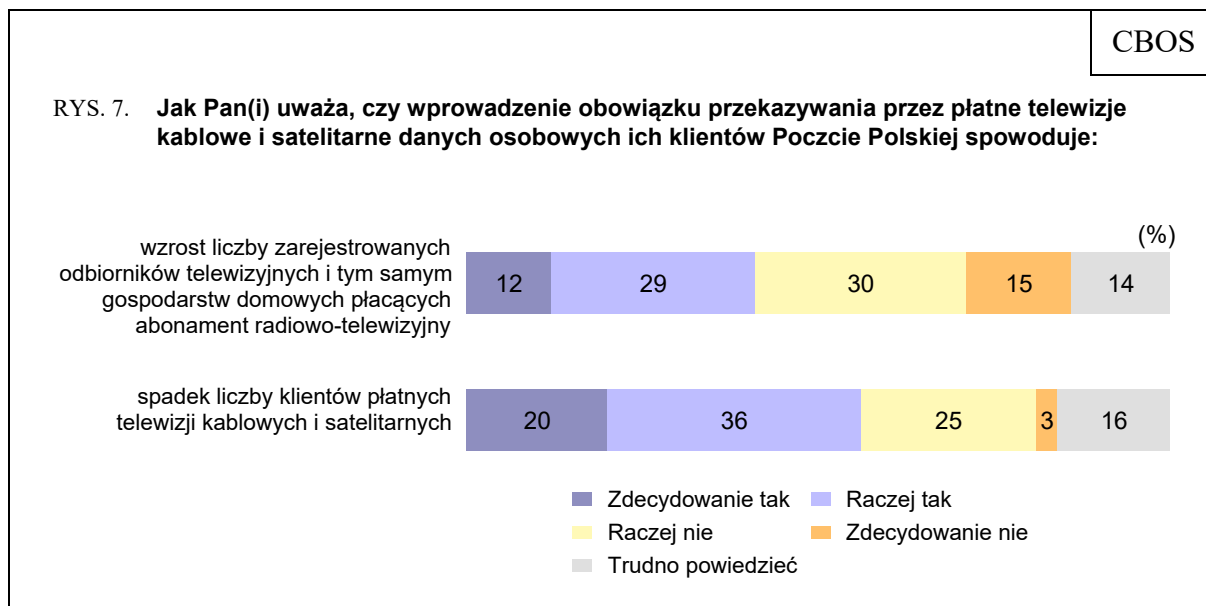
Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym płaci się abonament radiowo-telewizyjny?	Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie [przekazywanie przez dostawców telewizyjnych danych swoich klientów Poczcie Polskiej] czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?		
	Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Tak	23	71	6
Nie	13	80	7
Trudno powiedzieć	17	60	23
Odmowa odpowiedzi	3	96	1

Niemal powszechne (90%) jest przekonanie, że dostawcy płatnej telewizji kablowej i satelitarnej nie powinni mieć prawa udostępniania danych swoich klientów bez ich zgody innej firmie, w tym przypadku Poczcie Polskiej. Nieliczni (6%) są przeciwnego zdania.





Co się zmieni, jeśli przygotowywane rozwiązanie mające poprawić ściągalność abonamentu wejdzie w życie? W opinii ponad połowy badanych (56%) płatne telewizje kablowe i satelitarne stracą część klientów, natomiast ponad jedna czwarta (28%) uważa, że nie wpłynie to na ich liczbę. Poglądy na temat tego, czy zwiększyłyby to liczbę zarejestrowanych odbiorników, a tym samym wpływy z abonamentu, są podzielone – opinie sceptyczne nieznacznie przeważają (45% wobec 41%).



Poparcie dla przepisu zobowiązującego dostawców płatnej telewizji do przekazywania danych klientów Poczcie Polskiej jest powiązane z przekonaniem, że poprawi to ściągalność abonamentu RTV i nie wpłynie na spadek liczby klientów płatnej telewizji, choć w tej drugiej kwestii opinie są zróżnicowane. Zarówno deklarowane opłacanie abonamentu, jak i korzystanie przez gospodarstwo domowe respondenta z płatnej telewizji kablowej lub satelitarnej nie przekłada się w istotny sposób na te przewidywania.

Tabela 4

Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie [przekazywanie przez dostawców telewizyjnych danych swoich klientów Poczcie Polskiej] czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?	Jak Pan(i) uważa, czy wprowadzenie obowiązku przekazywania przez płatne telewizje kablowe i satelitarne danych osobowych ich klientów Poczcie Polskiej spowoduje:					
	wzrost liczby zarejestrowanych odbiorników telewizyjnych i tym samym gospodarstw domowych płacących abonament radiowo-telewizyjny			spadek liczby klientów płatnych telewizji kablowych i satelitarnych		
	Tak	Nie	Trudno powiedzieć	Tak	Nie	Trudno powiedzieć
	w procentach					
Popieram	71	17	12	37	43	20
Jestem przeciwny(a)	37	52	11	62	27	11
Trudno powiedzieć	18	20	62	26	15	59

★ ★ ★

Większość Polaków opowiada się za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa, nie zaś z abonamentu lub innej opłaty wnoszonej bezpośrednio przez obywateli. Pogląd ten w stosunku do deklaracji z lat ubiegłych jeszcze się umocnił. Niezmiennie aprobowane przez przeważającą część społeczeństwa jest pozyskiwanie przez publicznych nadawców dodatkowych środków z emisji reklam. Pomysł regulacji mającej poprawić ściągalność abonamentu RTV, która zobowiązywałaby dostawców płatnej telewizji kablowej i satelitarnej do przekazywania danych klientów Poczcie Polskiej, spotyka się z dość stanowczym sprzeciwem. Niemal powszechnie za niedopuszczalne uznawane jest przyznanie uprawnień do przekazywania przez dostawców telewizyjnych informacji tego typu stronie trzeciej bez zgody samych klientów. Wątpliwe są również potencjalne rezultaty takiej zmiany – ponad połowa ankietowanych przewiduje, że w konsekwencji telewizje kablowe i satelitarne stracą część klientów, natomiast opinie w kwestii tego, czy zwiększy to liczbę gospodarstw płacących abonament radiowo-telewizyjny, są podzielone.

Opracował  
Michał FELIKSIĄK

## A N E K S

Tabela 1

		Czy publiczne radio i telewizja powinny być finansowane:			Liczba osób
		z abonamentu (lub innej opłaty) płaconego przez gospodarstwa domowe	z budżetu państwa	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		19	72	9	974
Płeć	Mężczyźni	19	74	7	457
	Kobiety	20	70	10	517
Wiek	18-24 lata	31	65	4	75
	25-34	18	75	7	187
	35-44	16	77	7	182
	45-54	25	70	5	147
	55-64	18	74	8	177
	65 lat i więcej	17	69	14	206
Miejsce zamieszkania	Wieś	16	75	8	389
	Miasto do 19 999	21	73	6	149
	20 000 - 99 999	17	75	8	209
	100 000 - 499 999	24	70	6	133
	500 000 i więcej mieszk.	30	57	14	95
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	15	72	13	187
	Zasadnicze zawodowe	21	74	5	237
	Średnie	18	74	8	299
	Wyższe	23	69	8	251
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	26	63	11	109
	Średni personel, technicy	18	76	6	31
	Pracownicy adm.-biurowi	18	72	9	61
	Pracownicy usług	24	72	4	65
	Robotnicy wykwalifikowani	9	89	2	110
	Robotnicy niewykwalifik.	10	84	6	46
	Rolnicy	24	69	7	48
	Pracujący na własny rach.	16	76	8	48
	Bezrobotni	22	78		30
	Emeryci	17	70	12	246
	Renciści	24	68	9	66
	Uczniowie i studenci	42	55	3	34
	Gospodynie domowe i inni	20	70	10	81
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	18	73	9	134
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	17	81	2	86
	sekt. pryw. poza rolnict.	19	76	6	247
	prywatnym gosp. rolnym	24	68	8	53
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	17	74	10	91
	Od 650 zł do 999 zł	21	72	7	131
	Od 1000 zł do 1399 zł	20	70	10	156
	Od 1400 zł do 1999 zł	19	76	5	143
	2000 zł i więcej	26	66	8	185
Ocena własnych war. mater.	Złe	8	76	16	66
	Średnie	17	75	8	383
	Dobre	23	70	7	525
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	19	65	15	36
	Raz w tygodniu	20	72	8	421
	1-2 razy w miesiącu	16	77	7	169
	Kilka razy w roku	19	73	8	213
	W ogóle nie uczestniczy	22	70	9	125
Poglądy polityczne	Lewica	17	76	6	166
	Centrum	16	78	6	264
	Prawica	27	65	8	293
	Trudno powiedzieć	15	72	13	239

Tabela 2

		Przygotowywane są przepisy, które mają poprawić pobieranie opłat abonamentowych za publiczną telewizję. Dostawcy sygnału telewizyjnego, czyli płatne telewizje kablowe i satelitarne, będą zobowiązani przekazywać Poczcie Polskiej dane osobowe swoich klientów. Na tej podstawie poczta będzie domagać się od zgłoszonych osób rejestracji odbiorników i opłacania abonamentu. Czy popiera Pan(i) takie rozwiązanie czy też jest mu Pan(i) przeciwny(a)?			Liczba osób
		Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		17	77	6	976
Płeć	Mężczyźni	16	78	6	459
	Kobiety	18	75	7	516
Wiek	18-24 lata	28	67	5	75
	25-34	13	85	2	189
	35-44	12	84	4	182
	45-54	18	75	7	147
	55-64	21	76	3	177
	65 lat i więcej	15	67	18	205
Miejsce zamieszkania	Wieś	18	73	9	389
	Miasto do 19 999	15	77	8	149
	20 000 - 99 999	15	80	6	209
	100 000 - 499 999	16	82	3	131
	500 000 i więcej mieszk.	16	78	6	97
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	20	65	15	187
	Zasadnicze zawodowe	15	78	7	237
	Średnie	18	77	4	299
	Wyższe	14	83	3	253
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	18	78	4	109
	Średni personel, technicy	13	87		31
	Pracownicy adm.-biurowi	10	89	1	63
	Pracownicy usług	22	74	4	65
	Robotnicy wykwalifikowani	9	88	3	110
	Robotnicy niewykwalifik.	15	81	4	46
	Rolnicy	14	78	8	48
	Pracujący na własny rach.	5	91	4	48
	Bezrobotni	25	71	4	30
	Emeryci	18	69	14	244
	Renciści	19	75	6	66
	Uczniowie i studenci	33	59	8	34
	Gospodynie domowe i inni	21	73	6	81
	Pracuje w:	inst. państw., publicznej	14	83	4
spółce właścicieli prywatnych i państwa		14	84	2	86
sekt. pryw. poza rolnict.		14	83	3	249
prywatnym gosp. rolnym		17	73	10	53
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	21	70	9	91
	Od 650 zł do 999 zł	20	73	7	131
	Od 1000 zł do 1399 zł	15	75	10	157
	Od 1400 zł do 1999 zł	20	73	7	142
	2000 zł i więcej	16	80	5	187
Ocena własnych war. mater.	Złe	13	81	7	66
	Średnie	13	78	9	383
	Dobre	20	75	5	527
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	21	59	20	35
	Raz w tygodniu	19	74	6	420
	1-2 razy w miesiącu	14	78	8	169
	Kilka razy w roku	14	81	5	213
	W ogóle nie uczestniczy	15	80	5	128
Poglądy polityczne	Lewica	8	90	2	164
	Centrum	15	79	6	266
	Prawica	25	69	6	293
	Trudno powiedzieć	13	75	12	240