

O rynku mediów w Polsce i koncesji dla TVN24

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku na rok 2020/21



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

W dniu 11 sierpnia br. Sejm uchwalił nowelizację ustawy o radiofonii i telewizji, w której znalazł się zapis mówiący o tym, że koncesja na rozpowszechnianie programów może być udzielona „osobie zagranicznej, której siedziba lub stałe miejsce zamieszkania znajduje się w państwie członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego, pod warunkiem, że osoba taka nie jest zależna, w rozumieniu Kodeksu spółek handlowych, od osoby zagranicznej, której siedziba lub stałe miejsce zamieszkania znajduje się w państwie niebędącym państwem członkowskim Europejskiego Obszaru Gospodarczego”¹. Przepis ten został odebrany przez wiele osób i środowisk jako wymierzony w telewizję TVN (i potocznie nazywany Lex TVN). Jednocześnie przeciąga się w czasie podjęcie przez KRRiT decyzji o przedłużeniu koncesji na nadawanie stacji TVN24. Wcześniej z krytyką części obserwatorów spotkał się zakup dokonany przez PKN Orlen wydawnictwa Polska Press – lidera na rynku mediów regionalnych i lokalnych. Działania rządzących wpisują się w podejmowanie już próby uregulowania rynku medialnego, uzasadniane potrzebą dekoncentracji i repolonizacji mediów.

W naszym sierpniowym sondażu poruszyliśmy kwestie dotyczące funkcjonowania rynku mediów w Polsce, w tym także nowelizacji tzw. ustawy medialnej i przedłużenia koncesji TVN24².

POSTRZEGANIE RYNKU MEDIÓW W POLSCE

Większość badanych (65%) uważa, że media w Polsce są pluralistyczne: prezentują różne poglądy i opinie. Przeciwnego zdania jest 17% respondentów.

Przekonanie o pluralizmie mediów w Polsce dominuje we wszystkich uwzględnionych w analizach grupach społeczno-demograficznych. O tym, że media w naszym kraju przedstawiają różne punkty widzenia, przekonane są w większości zarówno osoby identyfikujące się z prawicą (65%), jak i sympatycy lewicy (73%). Opinia ta przeważa także w elektoratach ugrupowań cieszących się obecnie

¹ [http://orka.sejm.gov.pl/opinie9.nsf/nazwa/1389_u/\\$file/1389_u.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/opinie9.nsf/nazwa/1389_u/$file/1389_u.pdf)

² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (375) przeprowadzono w ramach procedury mixed-mode na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL.

Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod:

- wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI),
- wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) – dane kontaktowe respondent otrzymywał w liście zapowiednim od CBOS,
- samodzielne wypełnienie ankiety internetowej, do której dostęp był możliwy na podstawie loginu i hasła przekazanego respondentowi w liście zapowiednim od CBOS.

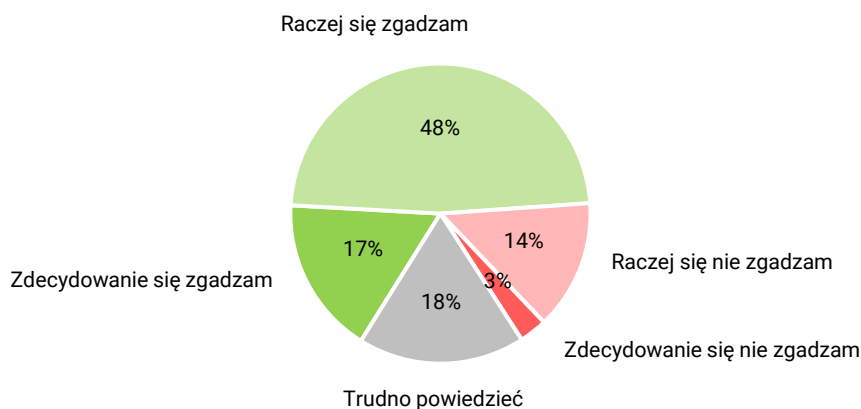
We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 16 do 26 sierpnia 2021 roku na próbie liczącej 1167 osób (w tym: 62,4% metodą CAPI, 23,5% – CATI i 14,1% – CAWI).

CBOS realizuje badania statutowe w ramach opisanej wyżej procedury od maja 2020 roku, w każdym przypadku podając proporcję wywiadów bezpośrednich, telefonicznych i internetowych.

największym poparciem społecznym, przy czym najczęściej zastrzeżenia do różnorodności prezentowanych w mediach opinii mają zdeklarowani wyborcy Konfederacji (ogółem 35% nie zgadza się z opinią, że w Polsce media są pluralistyczne).

CBOS

RYS. 1. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującym stwierdzeniem?
Media w Polsce są pluralistyczne, przedstawiają różne poglądy i opinie.

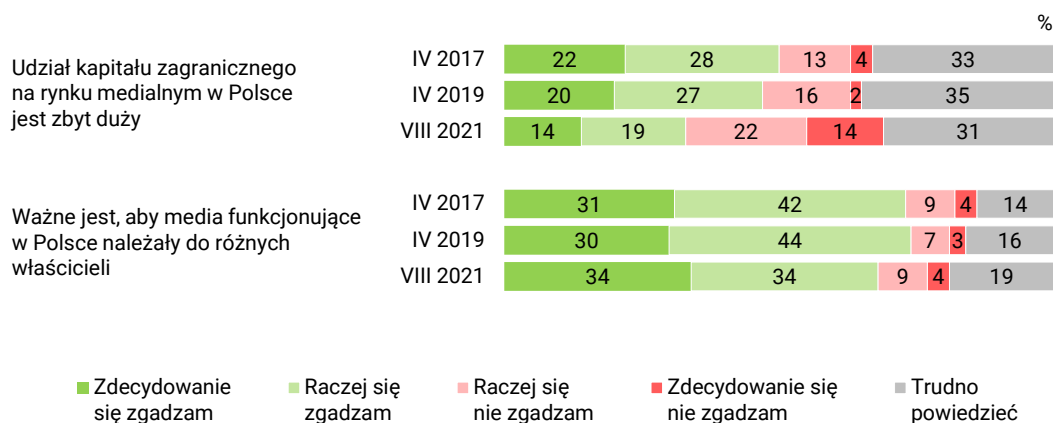


Większość ankietowanych (68%) uważa za ważne, aby media funkcjonujące w Polsce należały do różnych właścicieli. Choć opinia ta jest obecnie wyrażana nieco mniej powszechnie niż w latach ubiegłych, jednak nadal rzadko kwestionowana (13%).

W badaniach realizowanych w latach 2017–2019 mniej więcej połowa ankietowanych wyrażała przekonanie, że udział kapitału zagranicznego na rynku medialnym w Polsce jest zbyt duży. Obecnie pogląd ten podziela tylko co trzeci ankietowany (33%). Pozostałe osoby nie zgadzają się z opinią o nadmiernej obecności kapitału zagranicznego w mediach (36%) lub nie mają wyrobionego zdania na ten temat (31%).

CBOS

RYS. 2. Czy zgadza się Pan(i) czy też nie zgadza z następującymi stwierdzeniami?



O ile przekonanie o potrzebie obecności na rynku mediów podmiotów należących do różnych właścicieli nie budzi kontrowersji i jest co do tego zgoda także na poziomie analizowanych grup społeczno-demograficznych, o tyle kwestia obecności kapitału zagranicznego na polskim rynku medialnym oceniana jest bardzo różnie. Opinie na ten temat różnicuje przede wszystkim orientacja polityczna i preferencje partyjne. O zbyt dużym udziale kapitału zagranicznego w mediach mówią przede wszystkim badani deklarujący prawicowe poglądy polityczne (54%). Przeciwnego zdania są najczęściej osoby identyfikujące się z lewicą (64%), ale także blisko połowa określających swoje poglądy jako centrowe (48%). W elektoratach o nadmiernym udziale kapitału zagranicznego na rynku mediów w Polsce są przekonani wyborcy Prawa i Sprawiedliwości oraz Konfederacji. Całkowicie odmiennego zdania w tej kwestii są wyborcy Lewicy, Koalicji Obywatelskiej oraz Polski 2050 Szymona Hołowni.

TABELA 1

Potencjalne elektoraty	Udział kapitału zagranicznego na rynku medialnym w Polsce jest zbyt duży		
	Zgadzam się	Nie zgadzam się	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Konfederacja Wolność i Niepodległość (KORWiN, Ruch Narodowy, Braun)	62	20	18
Prawo i Sprawiedliwość (wraz z Solidarną Polską)	59	9	32
Polska 2050 Szymona Hołowni	14	63	23
Koalicja Obywatelska (Platforma Obywatelska, Nowoczesna, Inicjatywa Polska, Zieloni)	13	73	14
Lewica (Nowa Lewica – dawniej SLD, Wiosna, Lewica Razem)	13	76	11

Opinie w tej kwestii różnicują deklaracje dotyczące głównego źródła, z którego badani czerpią informacje telewizyjne. Zbyt dużym udziałem kapitału zagranicznego na rynku mediów w Polsce zaniepokojone mogą być przede wszystkim osoby, które codzienne informacji czerpią przede wszystkim z TVP Info, w mniejszym stopniu także widzowie programów informacyjnych TVP1. Z opinią o nadmiernym udziale kapitału zagranicznego w mediach na ogół nie zgadzają się respondenci oglądający przede wszystkim programy TVN24 i TVN. Widzowie polsatowskich Wydarzeń oraz Polsat News są podzieleni w opiniach. Osoby, które nie oglądają telewizyjnych programów informacyjnych lub też nie wskazują głównego źródła informacji, nieco częściej odrzucają pogląd o zbyt dużym udziale kapitału zagranicznego na rynku mediów w Polsce, niż go popierają.

TABELA 2

Która z wymienionych stacji telewizyjnych, który z programów, jest głównym źródłem Pana(i) codziennych informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie?*	Udział kapitału zagranicznego na rynku medialnym w Polsce jest zbyt duży		
	Zgadzam się	Nie zgadzam się	Trudno powiedzieć
	w procentach		
TVP Info	68	8	24
Wiadomości, Teleexpress i inne programy telewizyjnej Jedynki (TVP1)	48	10	42
Wydarzenia i inne programy Polsatu (poza Polsat NEWS)	35	31	34
Polsat NEWS	34	34	32
Fakty i inne programy TVN (poza TVN24)	20	51	29
TVN24	11	66	23
Żadna z nich, nie oglądam telewizji	26	43	31
Trudno powiedzieć	24	39	37

* Pominięto inne, mniej popularne stacje telewizyjne

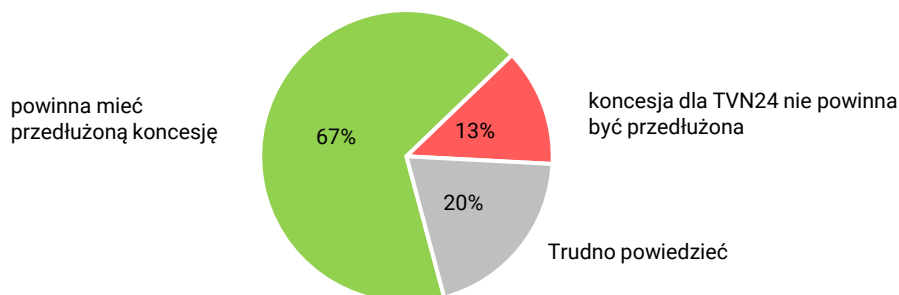
Spośród cech społeczno-demograficznych na opinię o obecności kapitału zagranicznego na polskim rynku medialnym wpływa przede wszystkim status społeczno-ekonomiczny, a także wielkość miejsca zamieszkania i wiek. Najbardziej jednoznacznie oceniają tę kwestię osoby najlepiej wykształcone i sytuowane oraz mieszkańcy dużych miast, którzy na ogół nie zgadzają się z poglądem o nadmiernym udziale kapitału zagranicznego. Opinie te ponadprzeciętnie często odrzucają także ludzie młodzi – do 34 roku życia (zob. tabelę aneksową 2).

O KONCESJI DLA TVN24 I REGULACJI RYNKU AUDIOWIZUALNEGO

Większość badanych (67%) uważa, że telewizja TVN24 powinna mieć przedłużoną koncesję na nadawanie swoich programów w Polsce. Przeciwnego zdania jest zaledwie 13% ankietowanych.

CBOS

RYS. 3. 26 września wygasa koncesja na nadawanie dla TVN24. Czy, Pana(i) zdaniem, telewizja TVN24:



Poparcie dla przedłużenia koncesji dla telewizji TVN24 przeważa we wszystkich grupach społeczno-demograficznych. Więcej zwolenników niż przeciwników ma ono także wśród osób deklarujących prawicowe poglądy polityczne (odpowiednio 45% wobec 30%). Przedłużenia koncesji dla tej stacji oczekują niemal wszyscy wyborcy Koalicji Obywatelskiej, Lewicy oraz Polski 2050 Szymona Hołowni, ale także większość zwolenników Konfederacji. Sympatycy Prawa i Sprawiedliwości są w tej kwestii podzieleni.

TABELA 3

Potencjalne elektoraty	Czy, Pana(i) zdaniem, telewizja TVN24:		
	powinna mieć przedłużoną koncesję	koncesja dla TVN24 nie powinna być przedłużona	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Koalicja Obywatelska (Platforma Obywatelska, Nowoczesna, Inicjatywa Polska, Zieloni)	98	1	1
Polska 2050 Szymona Hołowni	97	1	2
Lewica (Nowa Lewica – dawniej SLD, Wiosna, Lewica Razem)	97	0	3
Konfederacja Wolność i Niepodległość (KORWiN, Ruch Narodowy, Braun)	61	20	19
Prawo i Sprawiedliwość (wraz z Solidarną Polską)	37	33	30

Za przedłużeniem koncesji dla telewizji TVN24 opowiadają się widzowie tej stacji oraz widzowie programów informacyjnych TVN, ale także zdecydowana większość osób, dla których głównym źródłem informacji telewizyjnych jest Polsat lub Polsat News. Mniej przychylni temu są badani polegający głównie na informacjach telewizyjnej Jedynki, a zwłaszcza TVP Info. Przyznanie koncesji TVN24 popiera większość respondentów nieoglądających telewizyjnych programów informacyjnych oraz tych, którzy nie potrafili wskazać głównego źródła swoich informacji telewizyjnych.

TABELA 4

Która z wymienionych stacji telewizyjnych, który z programów, jest głównym źródłem Pana(i) codziennych informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie?*	Czy, Pana(i) zdaniem, telewizja TVN24:		
	powinna mieć przedłużoną koncesję	koncesja dla TVN24 nie powinna być przedłużona	Trudno powiedzieć
	w procentach		
TVP Info	32	44	24
Wiadomości, Teleexpress i inne programy telewizyjnej Jedynki (TVP1)	34	26	39
Wydarzenia i inne programy Polsatu (poza Polsat NEWS)	70	6	24
Polsat NEWS	78	10	12
Fakty i inne programy TVN (poza TVN24)	93	2	5
TVN24	96	1	3
Żadna z nich, nie oglądam telewizji	67	9	24
Trudno powiedzieć	76	6	18

* Pominięto inne, mniej popularne stacje telewizyjne

Poparciu dla przedłużenia koncesji dla telewizji TVN24 sprzyja akceptacja obecnego poziomu udziału kapitału zagranicznego na rynku mediów w Polsce oraz przekonanie o potrzebie obecności na tym rynku podmiotów należących do różnych właścicieli.

TABELA 5

Udział kapitału zagranicznego na rynku medialnym w Polsce jest zbyt duży	Czy, Pana(i) zdaniem, telewizja TVN24:		
	powinna mieć przedłużoną koncesję	koncesja dla TVN24 nie powinna być przedłużona	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Zgadzam się	47	31	22
Nie zgadzam się	94	3	3
Trudno powiedzieć	57	7	36

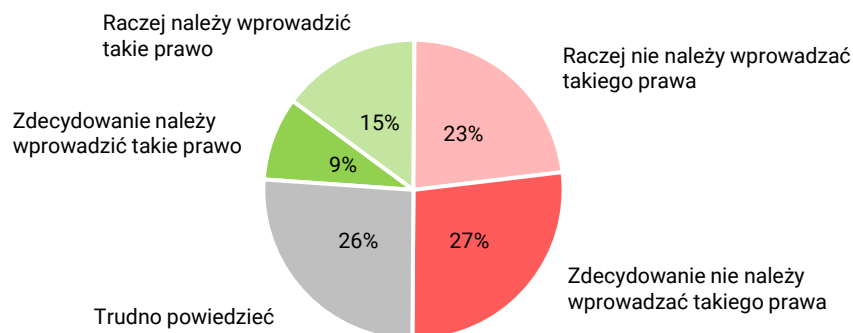
TABELA 6

Ważne jest, aby media funkcjonujące w Polsce należały do różnych właścicieli	Czy, Pana(i) zdaniem, telewizja TVN24:		
	powinna mieć przedłużoną koncesję	koncesja dla TVN24 nie powinna być przedłużona	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Zgadzam się	78	10	12
Nie zgadzam się	46	35	19
Trudno powiedzieć	46	7	47

Proponowane zmiany w ustawie o radiofonii i telewizji, zgodnie z którymi koncesję na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych w Polsce będą mogły otrzymywać tylko media należące do kapitału z krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego, ponad dwukrotnie częściej spotykają się ze sprzeciwem (50%) niż z aprobatą (24%) badanych.

CBOS

RYS. 4. Czy, Pana(i) zdaniem, należy wprowadzić prawo, zgodnie z którym koncesję na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych w Polsce będą mogły otrzymywać tylko media należące do kapitału z krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego (kraje Unii Europejskiej oraz Norwegia, Islandia i Lichtenstein) czy też nie należy wprowadzać takiego prawa?



Dezaprobata przeważa niemal we wszystkich grupach społeczno-demograficznych, dominuje przede wszystkim wśród osób najlepiej wykształconych i sytuowanych, mieszkańców dużych miast oraz ankietowanych do 44 roku życia (zob. tabelę aneksową 4).

Opinie na temat proponowanych zmian w tzw. ustawie medialnej zależą przede wszystkim od orientacji politycznej i sympatii partyjnych. Dość jednoznacznie krytyczni wobec przyjętych przez Sejm przepisów są badani deklarujący lewicowe poglądy polityczne (75%), ale także większość określających swoje przekonania polityczne jako centrowe (59%). Stosunek osób identyfikujących się z prawicą do proponowanych rozwiązań można określić jako ambiwalentny (popiera je 39% z nich, odrzuca – 35%). W elektoratach zwolennicy zmian w tzw. ustawie medialnej przeważają jedynie wśród wyborców Prawa i Sprawiedliwości.

TABELA 7

Potencjalne elektoraty	Czy, Pana(i) zdaniem, należy wprowadzić prawo, zgodnie z którym koncesję na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych w Polsce będą mogły otrzymywać tylko media należące do kapitału z krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego (kraje Unii Europejskiej oraz Norwegia, Islandia i Lichtenstein) czy też nie należy wprowadzać takiego prawa?		
	Należy wprowadzić takie prawo	Nie należy wprowadzać takiego prawa	Trudno powiedzieć
w procentach			
Prawo i Sprawiedliwość (wraz z Solidarną Polską)	41	27	32
Konfederacja Wolność i Niepodległość (KORWiN, Ruch Narodowy, Braun)	34	51	15
Koalicja Obywatelska (Platforma Obywatelska, Nowoczesna, Inicjatywa Polska, Zieloni)	17	74	9
Lewica (Nowa Lewica – dawniej SLD, Wiosna, Lewica Razem)	13	78	9
Polska 2050 Szymona Hołowni	13	75	12

Biorąc pod uwagę preferencje dotyczące głównego źródła informacji telewizyjnych można stwierdzić, że najczęściej zyskują one poparcie wśród widzów TVP Info.

TABELA 8

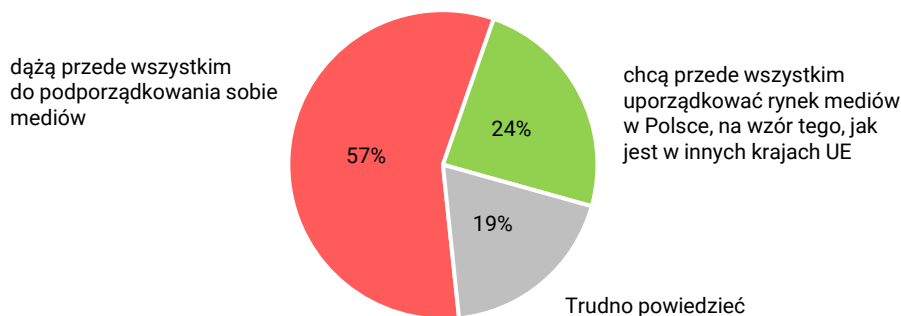
Która z wymienionych stacji telewizyjnych, który z programów, jest głównym źródłem Pana(i) codziennych informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie?*	Czy, Pana(i) zdaniem, należy wprowadzić prawo, zgodnie z którym koncesję na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych w Polsce będą mogły otrzymywać tylko media należące do kapitału z krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego (kraje Unii Europejskiej oraz Norwegia, Islandia i Lichtenstein) czy też nie należy wprowadzać takiego prawa?		
	Należy wprowadzić takie prawo	Nie należy wprowadzać takiego prawa	Trudno powiedzieć
	w procentach		
TVP Info	48	27	25
Wiadomości, Teleexpress i inne programy telewizyjnej Jedynki (TVP1)	33	27	40
Polsat NEWS	31	46	23
Wydarzenia i inne programy Polsatu (poza Polsat NEWS)	23	54	23
Fakty i inne programy TVN (poza TVN 24)	15	63	22
TVN24	14	69	17
Żadna z nich, nie oglądam telewizji	18	59	23
Trudno powiedzieć	16	46	38

* Pominięto inne, mniej popularne stacje telewizyjne

Proponowane zmiany w tzw. ustawie medialnej tłumaczone są m.in. chęcią uporządkowania rynku medialnego oraz zapobieżenia przejmowaniu funkcjonujących w Polsce mediów przez podmioty z krajów niedemokratycznych, co mogłoby stwarzać zagrożenie dla bezpieczeństwa naszego kraju. Przeciwnicy zmian argumentują, że są one wymierzone w TVN24 i stanowią kolejną próbą podporządkowania sobie niewygodnych mediów przez Prawo i Sprawiedliwość. Argumenty przeciwników proponowanych przepisów są dla opinii publicznej zdecydowanie bardziej przekonujące niż deklarowane motywy ich zwolenników. W ocenie 57% respondentów rządzący dążą przede wszystkim do podporządkowania sobie mediów. Niemal o połowę mniej liczną grupę (24%) przekonuje argumentacja, że rządzący chcą uporządkować rynek mediów w Polsce, na wzór tego, jak funkcjonuje on w innych krajach UE.

CBOS

RYS. 5. Czy, Pana(i) zdaniem, rządzący w Polsce:



Opinia, że rządzący chcą kontrolować media, przeważa w zdecydowanej większości grup społeczno-demograficznych, a szczególnie trafia do przekonania respondentom stosunkowo dobrze wykształconym i sytuowanym, mieszkańcom dużych miast oraz osobom młodym i w średnim wieku (zob. tabelę aneksową 5).

Ocena motywów działania rządzących zależy w głównej mierze od orientacji politycznej i preferencji partyjnych. Chęć podporządkowania sobie mediów przez władze dostrzega 88% badanych deklarujących lewicowe poglądy polityczne i ponad dwie trzecie osób lokujących swoje poglądy w centrum (69%). Inaczej widzą to ankietowani identyfikujący się z prawicą, spośród których prawie połowa (49%) uważa, że rządzący chcą uporządkować rynek mediów, zaś mniej niż jedna trzecia (30%) przypisuje im dążenie do uzyskania wpływu na media i ich przekaz.

O motywach działania rządzących krytycznie wypowiadają się wyborcy wszystkich uwzględnionych w badaniu ugrupowań opozycyjnych. Pozytywnie ocenia je natomiast większość zwolenników Prawa i Sprawiedliwości.

TABELA 9

Potencjalne elektoraty	Czy, Pana(i) zdaniem, rządzący w Polsce:		
	dążą przede wszystkim do podporządkowania sobie mediów	chcą przede wszystkim uporządkować rynek mediów w Polsce, na wzór tego, jak jest w innych krajach UE	Trudno powiedzieć
w procentach			
Koalicja Obywatelska (Platforma Obywatelska, Nowoczesna, Inicjatywa Polska, Zieloni)	95	2	3
Lewica (Nowa Lewica – dawniej SLD, Wiosna, Lewica Razem)	95	0	5
Polska 2050 Szymona Hołowni	94	3	3
Konfederacja Wolność i Niepodległość (KORWiN, Ruch Narodowy, Braun)	68	24	8
Prawo i Sprawiedliwość (wraz z Solidarną Polską)	15	59	26

Argumenty rządzących przekonują widzów polegających na programach informacyjnych Jedynki i – przede wszystkim – TVP Info.

TABELA 10

Która z wymienionych stacji telewizyjnych, który z programów, jest głównym źródłem Pana(i) codziennych informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie?*	Czy, Pana(i) zdaniem, rządzący w Polsce:		
	dążą przede wszystkim do podporządkowania sobie mediów	chcą przede wszystkim uporządkować rynek mediów w Polsce, na wzór tego, jak jest w innych krajach UE	Trudno powiedzieć
	w procentach		
TVN24	89	4	7
Fakty i inne programy TVN (poza TVN 24)	78	13	9
Polsat NEWS	64	22	14
Wydarzenia i inne programy Polsatu (poza Polsat NEWS)	61	18	21
TVP Info	14	67	19
Wiadomości, Teleexpress i inne programy telewizyjnej Jedynki (TVP1)	14	50	36
Żadna z nich, nie oglądam telewizji	71	12	17
Trudno powiedzieć	55	18	27

* Pominęto inne, mniej popularne stacje telewizyjne

W ocenie społecznej media w Polsce są pluralistyczne: przedstawiają różne poglądy i opinie. Zdecydowana większość dorosłych Polaków ma świadomość, że ważne jest, aby media funkcjonujące w naszym kraju należały do różnych właścicieli.

W ciągu ostatnich dwóch lat istotnie zmieniło się postrzeganie udziału kapitału zagranicznego na rynku medialnym w Polsce. Jeszcze w 2019 roku blisko połowa ankietowanych wyrażała przekonanie, że jest on zbyt duży, obecnie pogląd ten podziela niespełna co trzecia osoba.

Większość badanych opowiada się za przedłużeniem koncesji dla telewizji TVN24, a połowa jest przeciwna zmianom w tzw. ustawie medialnej. Działania rządzących są odbierane raczej jako chęć podporządkowania sobie mediów niż próba uporządkowania rynku mediów w Polsce.

Opracowała

Beata Roguska