



INSTYTUT GLOBALIZACJI  
[www.globalizacja.org](http://www.globalizacja.org)

**Tomasz Teluk**

## **Polacy a cyfryzacja**

Raport o stanie cyfryzacji w Polsce w 2009 r.

Raport powstał w ramach projektu  
badawczo-edukacyjnego pt. „Cyfrowa Polska”



Luty 2009

## Spis treści

Rozdział I. Badanie opinii publicznej pt. „Polacy a cyfryzacja”

Rozdział II. Korzyści z wolnej konkurencji w aspekcie cyfryzacji

Rozdział III. Przykład udanej cyfryzacji na podstawie platformy FreeSat

Rozdział IV. TVP na manowcach cyfryzacji

O autorze

## Rozdział I. Badanie opinii publicznej pt. „Polacy a cyfryzacja”

### Najważniejsze wnioski rozdziału

- Polacy uważają, że są źle przygotowani do cyfryzacji. Aż 41 proc. pytanym jest zdania, że są źle przygotowani do cyfryzacji telewizji i radia.
- Za cyfryzację w Polsce odpowiedzialny jest premier. 43 proc. ankietowanych uważa, że za cyfryzację w Polsce odpowiada rząd RP.
- Cyfryzacja jest priorytetem cywilizacyjnym w kontekście Euro 2012. Dla 47 proc. Polaków możliwość oglądania w cyfrowej jakości Euro 2012 jest równie ważne, co budowa dróg i stadionów.
- Polacy chcą narodowej platformy cyfrowej. 59 proc. ankietowanych uważa, że TVP powinna jak najszybciej uruchomić platformę cyfrową dostępną dla wszystkich obywateli.
- Polacy nie zgadzają się na narzucanie im technologii odbioru telewizji cyfrowej. 68 proc. respondentów chce mieć możliwość wyboru, w jaki sposób odbierać telewizję.
- Telewizja cyfrowa w Polsce jest zbyt droga. 63 proc. Polaków jest zdania, że drożyzna jest wynikiem zbyt małej konkurencji na rynku.
- Polacy uważają, że uruchomienie nowych projektów telewizji cyfrowej może przyczynić się do spadku cen. 49 proc. ankietowanych uważa, że ceny spadną, jeśli nową ofertę przedstawią TVP i TP SA.
- Tylko 23 proc. respondentów zgodziłoby się na ponoszenie dodatkowych opłat na rzecz narodowej platformy cyfrowej obok abonamentu.
- 34 proc. Polaków zależy, aby zachować satelitarny dostęp do telewizji cyfrowej.
- Tylko 2 proc. populacji „bardzo dobrze” ocenia politykę informacyjną dotyczącą cyfryzacji.

## Wstęp

Przez dziesięciolecia Telewizja Polska była rynkowym monopolistą i każdy Polak, czy tego chciał, czy nie, łożył na utrzymanie telewizyjnego giganta. Tym samym TVP przez 40 lat zaciągała u każdego obywatela moralny i finansowy dług.

Jest to naturalne, że ktoś, kto przez lata, często wbrew własnej woli, płacił za oglądanie telewizji, traktując abonament jako kolejny podatek, może oczekiwać ciągłości świadczenia określonych usług. Taka postawa Polaków wobec cyfryzacji, która wyłania się z badania, jest jak najbardziej zrozumiała.

W międzyczasie świat poszedł do przodu. Telewizja analogowa jest wypierana przez telewizję cyfrową. W 2014 r., zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej, nadawanie analogowe zostanie wyłączone całkowicie. Niestety TVP SA jak dotąd nie zrobiła nic, aby zapewnić widzom odbiór dobrej, cyfrowej telewizji.

Brak odpowiedniego poziomu technologicznego, słaby repertuar i nieefektywne zarządzanie powodują, że TVP nie tylko traci pozycję lidera, ale wkrótce może mieć kłopoty z utrzymaniem się na rynku. W ciągu ostatnich 4 lat TVP straciła 22 proc. rynku, a w 2009 r. zarząd spółki planuje ok. 70 mln złotych straty.

Jednocześnie od kilku lat trwają w TVP debaty o konieczności utworzenia narodowej platformy cyfrowej. Mimo że w tym roku podjęto już wszelkie uchwały, projekt stoi w miejscu. Narodowa platforma cyfrowa to być albo nie być dla telewizji publicznej.

Instytut Globalizacji postanowił zbadać, czego oczekują Polacy w zakresie cyfryzacji. Jak oceniają rynek i przygotowania to tego cywilizacyjnego procesu. Badania wykonał dla nas wyłączny partner w zakresie przeprowadzania badań opinii publicznej – TNS OBOP.

## Metodologia badań

Badania opinii publicznej dla Instytutu Globalizacji przeprowadził TNS OBOP – wyłączny partner IG w zakresie badań opinii i rynku.

TNS OBOP zrealizował badanie ilościowe – Omnimas. Wywiad przeprowadzany był metodą face-to-face CAPI (ang. Computer Aided Personal Interview). Jest to metoda wywiadu osobistego, wspomaganego komputerowo. Polega on na tym, że zamiast w papierowe kwestionariusze ankieterzy są wyposażeni w laptopy, na których uruchamiają odpowiednie skrypty. Zwiększa to wiarygodność badań.

Projekt został zrealizowany w dniach 18-22 września 2008 r. na próbie N=1002. Jest to próba ogólnopolska, reprezentatywna dla całej populacji.

Próba losowana była w Głównym Urzędzie Statystycznym, wśród osób powyżej 15-go roku życia. Operatem jest tzw. TERYT, czyli Krajowy Rejestr Urzędu Podziału Terytorialnego Kraju.

W badaniu został zastosowany dobór typu random-route (ang. ustalonej ścieżki). Technika ustalonej ścieżki polega na losowaniu adresów startowych i dobraniu w ich bezpośrednim otoczeniu, według ściśle określonych zasad, wyznaczonej liczby następnych adresów. W tym przypadku każdy wylosowany adres stanowił punkt startowy dla zrealizowania tylko jednego adresu.

Na poziomie gospodarstwa domowego dobór respondenta następował za pomocą metody ostatnich urodzin. Polega ona na tym, że ankieter rozmawia w rodzinie z osobą, która jako ostatnia obchodziła urodziny.

Pytanie I - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Polacy są dobrze przygotowani do cyfryzacji odbioru telewizji i radia.

W pierwszym pytaniu Instytut Globalizacji chciał wysondować nastroje w związku z przygotowaniem do przejścia z analogowego na cyfrowe nadawanie telewizji i radia. Pragnęliśmy dowiedzieć się, jak Polacy czują, czy są dobrze przygotowani do tego procesu.

W kontekście debaty o cyfryzacji, która w zasadzie toczy się w bardzo wąskim gronie polityków i ekspertów, wyniki tego pytania nie powinny być zaskoczeniem.

Polacy uważają, że są źle przygotowani do cyfryzacji.

Aż dwukrotnie więcej respondentów uważa, że są źle przygotowani do procesu. 41 proc. pytanym nie zgadza się ze stwierdzeniem, natomiast zgadza się odpowiednio 20 proc. respondentów.

Równie duża jest liczba niezdecydowanych – 38 proc., co może świadczyć o pewnym zagubieniu ankietowanych, którzy tak naprawdę nie wiedzieli, co powiedzieć, ponieważ świadomość problemu była wśród nich zbyt niska.

Warto zauważyć, że grupą, która uważa, że Polacy są dobrze przygotowani do cyfryzacji, są prywatni przedsiębiorcy. Aż 36 proc. biznesmenów jest optymistami, zapewne patrząc przez własną perspektywę.

Najbardziej zagubieni i niezdecydowani są osoby w podeszłym wieku, osoby samotne, osoby z wykształceniem podstawowym, o niskich dochodach.

W tym kontekście istotnej wagi nabiera problem wykluczenia cyfrowego, czyli pozostawienia samym sobie osób, które nie radzą sobie w nowej, cyfrowej rzeczywistości.

Gdy TVP zaniecha odpowiedzialności za najgorzej sytuowanych widzów, prawdopodobnie możemy być świadkami wykluczenia cyfrowego tych najsłabszych grup społecznych.

Pytanie II - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Za cyfryzację telewizji i radia w Polsce odpowiada rząd RP.

Owo pytanie mogło wprawić w zakłopotanie nie tylko szarego obywatela. Najprawdopodobniej pytanie, kto jest w Polsce odpowiedzialny za cyfryzację (Ministerstwo Infrastruktury, TVP, KRRiT, czy UKE) w Polsce, może nastroić problemów i ekspertom, i politykom.

Wszystkie wymienione instytucje mają jednak jednego zwierzchnika, a jest nim rząd RP, na którego barkach spoczywa ciężar odpowiedzialności za proces przymusowej zmiany nadawania telewizji z analogowego na cyfrowy.

Dlatego nie powinniśmy czuć się zaskoczeni, że Polacy uważają, iż to właśnie rząd RP odpowiada za cyfryzację telewizji i radia. Tak uważa 43 proc. pytanym, a zaledwie 16 proc. jest przeciwnego zdania. Niezdecydowanych pozostaje 40 proc.

Najbardziej „skołowani” wydają się być emeryci, renciści, gospodynie domowe, ale także przedsiębiorcy, menedżerowie i specjaliści, którzy nie wiedzą, kto tak naprawdę jest odpowiedzialny za cyfryzację w Polsce.

Można też przypuszczać, że Polacy, widząc to, co dzieje się w TVP, będą z zaawansowania cyfryzacji rozliczać rząd RP.



Pytanie III - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

W kontekście organizacji przez Polskę Euro 2012 cyfryzacja nadawania telewizji i radia powinna być równie ważna co budowa infrastruktury sportowej i transportowej (czyli dróg, stadionów itd.).

Euforia towarzysząca otrzymaniu praw do organizacji mistrzostw Europy zbiegła się ze świadomością konieczności poniesienia ogromnych nakładów inwestycyjnych. Co zastanawiające, mówi się wyłącznie o budowaniu dróg i stadionów, jakby 40 mln Polaków i kilkaset milionów fanów futbolu z całego świata miało się zmieścić na kilku budowanych stadionach.

Rzeczywistość jest zgoła inna. Inwestycja w cyfryzację radia i telewizji powinna być priorytetem w kontekście Euro 2012, gdyż tylko w ten sposób można zapewnić masowy udział Polaków w imprezie. Dlatego cyfryzacja powinna być traktowana jako niezbędna inwestycja, a nie przykra konieczność.

Dlatego zapytaliśmy Polaków, czy sądzą, że cyfryzacja jest niemniej ważna od inwestycji w drogi i stadiony. Okazuje się, że tak.

47 proc. Polaków zgadza się z tym stwierdzeniem, a zaledwie 18 proc. jest przeciw. Oznacza to, że dla Polaków równie ważne, a może nawet ważniejsze, jest to, aby móc oglądać Euro 2012 w dobrej, cyfrowej jakości, w publicznej telewizji, niż zbudowanie kilku stadionów w największych miastach Polski.

Przeciętny kibic „polskich mistrzostw”, będzie przede wszystkim kibicem telewizyjnym. Oglądanie meczów na żywo, czy na zbudowanych telebimach, będzie udziałem dużo mniejszej grupy kibiców. Dlatego też cyfryzacja powinna być jednym z priorytetów inwestycyjnych przy organizacji imprezy.

Pytanie IV - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

TVP powinna jak najszybciej uruchomić własną platformę cyfrową dostępną dla wszystkich Polaków.

Telewizja publiczna zdecydowała o budowie narodowej platformy cyfrowej. W zamierzeniu ma to być platforma powszechna, dostępna dla każdego obywatela.

Zapytaliśmy Polaków, jak oceniają pomysł zbudowania narodowej platformy cyfrowej.

Okazuje się, że aż 59 proc. Polaków, chce, aby narodowa platforma cyfrowa powstała jak najszybciej. Tylko 2 proc. Polaków zdecydowanie sprzeciwia się temu pomysłowi.

Wyniki badania pokazują nie tylko fakt, że publiczna platforma cyfrowa jest oczekiwana przez Polaków, ale też z drugiej strony, że Polacy nie wyobrażają sobie tego, aby mogła ona nie powstać.

Płatnicy abonamentu uważają, że taki projekt powinien zostać uruchomiony „jak najszybciej”. Ukazuje to ewentualny duży popyt na produkt TVP.

Najwięcej zwolenników platforma cyfrowa TVP posiada wśród młodzieży, kadry kierowniczej, osób dobrze zarabiających i mieszkańców dużych miast.

Pytanie V - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Chciałbym mieć możliwość wyboru, w jaki sposób odbierać telewizję cyfrową.

Zadaliśmy to pytanie Polakom, aby skonfrontować świadomość konkurencji technologicznej w zakresie telewizji cyfrowej z wyobrażeniami polityków operujących do tej pory dość zaskakującym tokiem rozumowania tzn. albo telewizja naziemna, albo telewizja satelitarna.

Okazuje się, że konsumenci w Polsce są lepiej wyedukowani od decydentów i zdają sobie sprawę, że żyjemy w czasach, w których odbiór telewizji cyfrowej jest możliwy na wiele sposobów.

W zasadzie nikt nie chciałby zostać pozbawiony możliwości wyboru, w jaki sposób odbierać telewizję cyfrową. Warto o tym wspomnieć dlatego, że przez pewien okres decydenci chcieli zmusić Polaków, aby obierali telewizję publiczną wyłącznie z nadajników naziemnych (ewentualnie wybrane stacje TVP byłyby dostępne w innych platformach satelitarnych).

Tymczasem za możliwością wyboru technologii odbioru telewizji cyfrowej opowiedziało się 68 proc. respondentów. Najwięcej spośród czterdziestolatek, rolników, osób aktywnych zawodowo i miast o liczbie mieszkańców od 100 do 500 tys.

Pytanie VI - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

W Polsce ceny za dostęp do cyfrowej telewizji i radia są wygórowane wskutek zbyt małej konkurencji na rynku.

W kolejnym pytaniu zwróciliśmy się o ocenę kosztów za dostęp do telewizji cyfrowej jako konsekwencji niskiej konkurencji wśród oferentów. Polska jest krajem, w którym konkurencja na rynku telewizyjnym jest wciąż niska. Jednym ze skutków są wysokie ceny, zwłaszcza gdy porównamy je z zarobkami.

Respondenci identycznie odbierają sytuację na rynku. 63 proc. z nich uważa, że drożyzna jest wynikiem niskiej konkurencji. Tylko 6 proc. jest przeciwnego zdania, a prawie co trzeci Polak nie ma zdania na zadany temat.

Drożyznę jako wynik braku konkurencji najbardziej dostrzegają osoby najlepiej zarabiające, mieszkańcy wsi i rolnicy. Najmniej ceny dają się we znaki prywatnym przedsiębiorcom.

Wysokie koszty dostępu do telewizji cyfrowej w Polsce mogą w znacznym stopniu hamować proces cyfryzacji. Wiele gospodarstw domowych nie stać na wykup płatnych pakietów.

Z drugiej strony niski poziom konkurencji sprawia, że Polacy otrzymują gorszy produkt niż mieszkańcy innych państw Unii Europejskiej. Niewielka ilość programów HD, brak usług dodatkowych, słaby repertuar - to tylko kilka najważniejszych efektów podziału rynku przez kilku dużych graczy.

Pytanie VII - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Jeśli TVP i TP SA uruchomią własne platformy cyfrowe, to spadną ceny za dostęp do telewizji cyfrowej.

Polacy są intuicyjnie świadomi, że tracą na niskiej konkurencji i kształcie rynku zbliżonym do oligopolu, gdzie kilka firm dyktuje stawki rynkowe i nie zależy im na konkurencji cenowej między sobą.

Instytut Globalizacji chciał zbadać, czy konsumenci podzielają przekonanie, że zwiększenie liczby graczy na rynku może skutkować zwiększeniem konkurencji, a co za tym idzie – spadkiem cen za dostęp do telewizji cyfrowej.

Spytaliśmy Polaków o dwa duże projekty, które zostały zapowiedziane przez zarządy TVP i TP SA, dotyczące uruchomienia własnych platform cyfrowych.

Konsumenci okazują się optymistami. 49 proc. Polaków uważa, że im więcej platform, tym większa szansa na niższe koszty dostępu do telewizji cyfrowej ponoszone przez obywateli. Szans na obniżenie cen po wprowadzeniu nowych projektów nie widzi 14 proc. badanych. 36 proc. nie ma zdania.

Generalnie zalety konkurencji dostrzegają ludzie młodzi, dobrze wykształceni, przedsiębiorczy, dobrze zarabiający i mieszkający w wielkich miastach.

Można przypuszczać, że konsumenci oczekują sytuacji podobnej do tej znanej z rynku telefonii komórkowej, gdzie przez dłuższy czas rynek był podzielony przez kilku graczy. Gdy wydawało się, że „taniej już być nie może”, po wejściu konkurencji, rozpoczęła się wojna cenowa o klienta.

Pytanie VIII - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Gdyby TVP uruchomiła własną platformę telewizji cyfrowej, zgodziłbym się/ zgodziłabym się na ponoszenie dodatkowych opłat, obok opłaty abonamentowej.

Telewizja publiczna jest utrzymywana z opłat abonamentowych. Abonament jest traktowany przez obywateli jako parapodatek, stąd tendencja do jego unikania. Przekłada się to na ściągalność abonamentu, która, np. w porównaniu do realiów brytyjskich, jest dramatycznie niska.

Instytut Globalizacji zadał pytanie o postawę wobec dodatkowych opłat obok abonamentu, aby wyznaczyć granicę tolerancji wydatków ponoszonych przez konsumenta na cyfryzację. Owa kwestia jest nie bez znaczenia przy projekcie budowania narodowej platformy cyfrowej.

Na pytanie o gotowość płacenia abonamentu i dodatkowej opłaty za dostęp do narodowej platformy cyfrowej zgodę wyraziło 23 proc. badanych. 37 proc. pytanych nie chce dodatkowych opłat, a dla 30 proc. jest to obojętne.

Spółeczeństwo jest więc podzielone. Z pewnością istnieje wysoki potencjał osób, które płaciłyby za dostęp do platformy TVP, niemniej największy sukces projekt odniósłby, gdyby opłaty traktować jako wykluczające się alternatywy tzn. albo abonament, albo opłata za dostęp, tak jak ma to miejsce w przypadku platform komercyjnych.

Najmniej chętni ponoszenia dodatkowych kosztów są czterdziestolatki, gdzie ponad połowa z nich nie życzy sobie dublowania opłat. Płacić nie zamierzają także bezrobotni i mieszkańcy miast o wielkości zaludnienia od 100 do 500 tys. mieszkańców.

Pytanie IX - W jakim stopniu zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem:

Zależy mi na możliwości odbioru telewizji cyfrowej drogą satelitarną (czyli za pomocą anteny satelitarnej).

Cyfryzacja w Polsce następuje drogą satelitarną. Świadczy o tym dynamiczny wzrost klientów cyfrowych platform satelitarnych. Technologia ma też tę przewagę, że jest najbardziej demokratyczna i pozwala na odbiór cyfrowej telewizji każdemu obywatelowi, niezależnie od miejsca zamieszkania.

Platforma TVP ma być z założenia platformą satelitarno-naziemną, czyli ma korzystać z uzupełniających się metod nadawania. Jest to dobre rozwiązanie, zważywszy, że klienci oczekują możliwości wyboru metody odbioru telewizji cyfrowej.

W wyniku badania okazuje się, że 34 proc. ankietowanych zależy, aby odbierać telewizję drogą satelitarną. Dla 28 proc. jest to bez znaczenia.

Rezultaty badania można interpretować wielowątkowo. Niewątpliwie wiele gospodarstw domowych zainwestowało już w systemy satelitarnego odbioru i liczą, że będą mogły kontynuować tę metodę, po niezbędnych usprawnieniach, co z pewnością obniży koszty dostępu do telewizji cyfrowej.

Postawa wobec tej technologii jest też zbieżna z miejscem zamieszkania. Za technologią satelitarną opowiada się aż połowa rolników, a tylko 30 proc. biznesmenów i menedżerów. Analogicznie za jest 41 proc. mieszkańców wsi i tylko 26 proc. mieszkańców wielkich aglomeracji.

Jest to zrozumiałe, bowiem nadajniki naziemne najlepiej sprawdzają się w miastach, natomiast gospodarstwa domowe zlokalizowane poza miastami są skazane na telewizję satelitarną.

Pytanie X - Jak Pan(i) ocenia politykę informacyjną dotyczącą planowanej cyfryzacji telewizji i radia?

Na koniec Instytut Globalizacji zwrócił się do obywateli o wystawienie cenzurki instytucjom, które są odpowiedzialne za cyfryzację. Obserwując debatę publiczną o cyfryzacji, nie trudno odnieść wrażenie, że toczy się ona w zbyt wąskim gronie. Dla przeciętnego Polaka cyfryzacja jest zagadką.

Polityka informacyjna dotycząca cyfryzacji jest bardzo słaba. Źle ocenia ją ponad połowa Polaków. W pełni zadowolonych jest zaledwie 2 proc. ankietowanych.

Nietrudno więc zauważyć, jak wiele jest do zrobienia. Rolnicy, gospodynie domowe czy bezrobotni nie mają bladego pojęcia o cyfryzacji. Obrazuje to, jak wiele pozostaje do zrobienia.

Politykę informacyjną fatalnie oceniają również specjaliści i osoby na stanowiskach kierowniczych, a także respondenci z wyższym wykształceniem.

Powyższe pokazuje, że potrzeby informacyjne społeczeństwa w zakresie cyfryzacji są ogromne i pozostają niezaspokojone.

Po raz kolejny okazuje się, że ważny krok cywilizacyjny, jakim bez wątpienia jest cyfryzacja, jest dokonywany z pominięciem debaty publicznej i bez aktywnego udziału obywateli.



## Podsumowanie

Podsumowując badanie „Polacy a cyfryzacja”, trudno być optymistą. Wyłania się obraz Polaka niewiedzącego, czym jest cyfryzacja, słabo poinformowanego, pełnego obaw.

Jest to zbieżne z rzeczywistym postępowaniem prac nad cyfryzacją w Polsce. Na tle krajów Unii Europejskiej, gorzej jest tylko w Rumunii i Bułgarii, ale przecież to my organizujemy Euro 2012.

Ciężar odpowiedzialności za ten stan spada na rząd jako właściciela telewizji publicznej, bez udziału której o cyfryzacji trudno mówić jako o procesie powszechnym.

Polacy jednoznacznie opowiadają się za uruchomieniem narodowej platformy cyfrowej. W domyśle jest to miejsce, gdzie zamierzają śledzić zmagania naszych piłkarzy w mistrzostwach Europy w 2012. Nie zapominajmy, że niewielu kibiców dotrze na stadiony.

Nie lubimy, jak się nam coś narzuca. W przypadku cyfryzacji narzuca się Polakom telewizję naziemną i wysokie ceny. Jesteśmy świadomi, że drożyzna jest wynikiem niskiej konkurencji, a pojawienie się nowych graczy jest szansą na obniżkę cen.

Polacy chcą cyfrowej telewizji dla każdego. Chcą za nią płacić, ale tylko raz.

## Rozdział II. Korzyści z wolnej konkurencji w aspekcie cyfryzacji

### Najważniejsze wnioski rozdziału

- Telewizja cyfrowa w Polsce jest usługą dla wybranych, w dodatku drogą i niezadowalającej jakości. Czy tak pozostanie, zależy wyłącznie od przyjętej strategii cyfryzacji w Polsce. Polska stoi przed wyborem: kartel albo wolna konkurencja.
- Optymalnym modelem cyfryzacji jest model oparty na wolnej konkurencji. Cyfryzacja powinna być procesem jawnym, a decyzje muszą być podejmowane na podstawie konsultacji z niezależnymi ekspertami, a nie tylko z przedstawicielami trzech największych stacji telewizyjnych.
- Kluczowym elementem dla cyfryzacji Polski są zagadnienia technologiczne, w szczególności zapewnienie wolnej konkurencji w zakresie cyfrowych platform technologicznych (DTT, DVB-S, IPTV, DVB-H, cyfrowy kabel) oraz konkurencji wśród operatorów tych platform.
- Największym zagrożeniem dla rynku jest brak bezstronności regulatora w zakresie konkurencji operatorów, zakusy monopolizacji przesyłu sygnału cyfrowego przez firmę wskazaną do obsługi technicznej multipleksów cyfrowych oraz brak neutralności decydentów w zakresie technologii dystrybucji sygnału cyfrowego.
- Zmowa polegająca na podzieleniu rynku między siebie, propozycja świadczeń finansowych ze strony podmiotów prywatnych w zamian za przyznanie im monopolu na obsługę multipleksów oraz za zamknięcie rynku na konkurencję łamią w sposób jednoznaczny prawo europejskie oraz prawa konsumentów w Polsce.
- Należy budować wartość TVP, bez względu na jej obecną lub przyszłą strukturę własności, jako firmy, która jest liderem rynku telewizyjnego w Polsce oraz niezwykle cenną marką, tak aby w przyszłości udziały owego przedsiębiorstwa państwowego były atrakcyjną inwestycją dla potencjalnych inwestorów.
- Stworzenie platformy cyfrowej przez TVP byłoby niezmiernie korzystne zarówno dla jej klientów, jak i nadawcy. Gdyby uwzględnić konkurencję technologiczną, łącząc różne technologie nadawania (np. analogicznie do przykładu brytyjskiego DTT z DTH), platforma cyfrowa mogłaby powstać w stosunkowo krótkim czasie.
- Największe korzyści odniosą konsumenci w przypadku takiego modelu cyfryzacji, który gwarantuje wolną konkurencję na rynku telewizji cyfrowej. Konkurencja musi dotyczyć przede wszystkim strony technologicznej, kluczowej dla całego przedsięwzięcia cyfryzacji.

## Wstęp

Przyszłość telewizji to wysokiej jakości telewizja cyfrowa. Według zaleceń Komisji Europejskiej, kraje członkowskie powinny wyłączyć nadawanie analogowe do 2012 r. Polacy są entuzjastami telewizji cyfrowej i kupili w 2008 r. przeszło 1,5 mln nowoczesnych telewizorów LCD i plazmowych. Jednakże nic nie wskazuje na to, aby mistrzostwa Europy w piłce nożnej w 2012 r. w Polsce i na Ukrainie były powszechnie dostępne dla wszystkich zainteresowanych oglądaniem masowych widowisk sportowych w technologii HD. Telewizja cyfrowa w Polsce jest usługą dla wybranych, w dodatku drogą i niezadowalającej jakości.

Czy tak pozostanie, zależy wyłącznie od przyjętej strategii cyfryzacji w Polsce. Dlatego niniejszy dokument będzie skupiał się na przedstawieniu optymalnego sposobu przeprowadzenia przejścia z nadawania analogowego na nadawanie cyfrowe.

Instytut Globalizacji jest wolnorynkowym instytutem spraw publicznych. Zwracamy uwagę na zalety dobrowolnych umów rynkowych, korzyści, które płyną z wolnej konkurencji oraz zagrożeń, które niesie ze sobą monopolizacja rynku, zmowa cenowa czy ograniczanie praw indywidualnych konsumentów.

Nie inaczej jest w przypadku niniejszego raportu. Na cyfryzację spoglądamy poprzez pryzmat indywidualnego użytkownika telewizji cyfrowej w Polsce. W przypadku przymusowego procesu cyfryzacji telewizji publicznej, zwracamy uwagę na to, aby zmiany były jak najmniej dotkliwe dla podatnika zarówno w perspektywie krótkoterminowej, jak i długoterminowej.

Dlatego proces cyfryzacji będzie można uznać za udany, gdy wszyscy użytkownicy telewizji w Polsce będą mieli dostęp do wysokiej jakości telewizji cyfrowej. Ponadto będą mogli wybrać między wieloma oferentami, spośród rozmaitych technologii dystrybucji sygnału cyfrowego. Wówczas mają gwarancję uczciwych cen i konkurencji jakościowej między oferentami.

Porażką cyfryzacji, która rysuje się w sposób jak najbardziej realny, jest kartelizacja rynku, czyli podział wyłącznie między dużych graczy. Jeszcze bardziej niebezpieczna jest monopolizacja dystrybucji sygnału cyfrowego. Wówczas konsument będzie zmuszony do zakupu po zawyżonych cenach oferty niskiej jakości. Telewizja cyfrowa będzie dostępna w zakresie ograniczonym, a podatnik poniesie ogromne koszty jej wdrażania. W przedstawionym raporcie zachęcamy do realizacji pierwszego, optymistycznego dla widzów scenariusza.

## Potrzeba wolnej konkurencji na rynku telewizji cyfrowej w Polsce

Najważniejszym problemem, przed którym stoi rynek telewizji cyfrowej w Polsce, jest konieczność zapewnienia jak największego stopnia wolnej konkurencji na rynku telewizyjnym.

Wszelkie debaty toczące się na kanwie cyfryzacji: spraw abonamentu, misji telewizji publicznej, ewentualnego podziału TVP są tematami zastępczymi, mającymi odciągnąć uwagę opinii publicznej od podstawowego problemu: czy rynek telewizji cyfrowej w Polsce będzie funkcjonował na zasadzie wolnej konkurencji, czy zostanie on trwale podzielony między trzech największych nadawców?

Tylko w przypadku modelu cyfryzacji opartego na wolnej konkurencji rynkowej konsument może być pewien, że będzie w pełni korzystał z zalet telewizji cyfrowej, której cechami są dostępność, interaktywność, wysoka jakość i niskie ceny. Wówczas telewidz będzie mógł wybrać, z których usług będzie chciał korzystać, a nowy ład na rynku telewizyjnym ukształtuje się na zasadach rynkowych.

Jeśli jednak kształt rynku będzie z góry ustalony przez regulatora i będzie dążył do monopolizacji dystrybucji sygnału cyfrowego oraz do kartelizacji rynku przez podmioty dominujące, nie tylko konsument poniesie niepowetowane straty.

Niekorzystna sytuacja źle wpłynie na rynek mediów elektronicznych jako całość. Rynek będzie mniejszy, przedsiębiorcy weń zaangażowani będą notowali niższe obroty. Powstanie mniej miejsc pracy. W skali marko może to rzutować na niższy wzrost gospodarczy niż w przypadku wolnej konkurencji. Rynek mediów to przecież dziesiątki tysięcy miejsc pracy, miliardowe obroty i tysiące zaangażowanych przedsiębiorstw.

Tabela 1. Korzyści z wolnej konkurencji na rynku telewizyjnym

<b>Obszar</b>	<b>Brak konkurencji</b>	<b>Wolna konkurencja</b>
Gospodarka	Niższy wzrost PKB	Wyższy wzrost PKB
Rynek pracy	Bezrobocie	Więcej miejsc pracy
Przedsiębiorstwa	Niższe obroty	Wyższe obroty
Ilość graczy	Kartel	Wielu
Oferta technologiczna	Monopol, np. nadawanie naziemne	Możliwość wyboru, np. nadawanie naziemne, satelita, kabel, IPTV, telewizja mobilna
Oferta programowa	Ograniczona	Różnorodna
Oferta cenowa	Ceny zawyżone, dostęp płatny, opłaty za usługi dodatkowe, np. HD	Konkurencja cenowa, ceny niskie bądź dostęp nieodpłatny, HD w standardzie
Interaktywność	Ograniczona	Pełna
Satysfakcja klienta	Niska - frustracja	Wysoka - zadowolenie

Źródło: opracowanie własne.

Natomiast w przypadku braku konkurencji konsument będzie zwyczajnie naciągany na kiepską ofertę programową i poprzez zawyżone koszty dostępu do usług o ograniczonej jakości.

Przedstawiając kwestię w sposób spolaryzowany, albo konsument będzie funkcjonował tak jak dziś (sygnał cyfrowy dla ograniczonej liczby

telewizjów za opłatą, dodatkowe opłaty za HD, dodatkowe opłaty za usługi interaktywne, dodatkowe opłaty abonamentowe, niski wybór oferty, przymus korzystania z niewielu usług) lub będzie miał dostęp do dużej ilości niekodowanych kanałów w najwyższej jakości HD, z pełną ofertą usług interaktywnych, obejmujących cały kraj, po cenach, które nie będą ograniczały korzystania z nowych usług.

### Konieczność zachowania wolnej konkurencji w zakresie technologii dystrybucji sygnału cyfrowego

Kluczowym elementem dla przyszłości cyfryzacji Polski są zagadnienia technologiczne, w szczególności zapewnienie wolnej konkurencji w zakresie wyboru technologii dystrybucji sygnału cyfrowego. Ma to istotne znaczenie zarówno dla konsumentów, którzy będą mogli wybierać spośród spektrum dostępnych technologii (odbioru naziemnego, satelitarne, kablowego, telewizji internetowej, telewizji mobilnej), ale także dla nadawców, którzy wybiorą technologię konkurencyjną pod względem jakości technicznej oraz kosztów przedsięwzięcia.

Warunkiem, który powinien być zachowany dla podejmowania tak kluczowej decyzji, jak określenie technologicznych aspektów dystrybucji sygnału cyfrowego, jest transparentność procesu podejmowania decyzji. Tymczasem opinia publiczna dowiaduje się o czymś, co dotyczy jej bezpośrednio, z prasowych przecieków. Prace nad cyfryzacją rynku mediów powinny być jawne i przejrzyste, co jest fundamentalnym wymogiem demokracji.

Należy zwrócić uwagę, że zasady wolnej konkurencji są łamane w kwestiach podejmowania kluczowych decyzji. Najwięksi gracze na rynku: TVP, Polsat, TVN prowadzą bezpośrednie negocjacje z Urzędem Regulacji Elektronicznej. Powyższa sytuacja narusza zasady wolnej konkurencji na rynku telewizji cyfrowej i jest niekorzystna dla konsumenta, będącego biernym obserwatorem zachodzących zdarzeń.

Efekty zakulisowych negocjacji największych graczy na rynku oraz decydentów są zatrważające. Polska staje nie tylko przed zagrożeniem kartelizacji rynku (podziału między kilku, pozostających w zмовie ze sobą graczy). O wiele większym zagrożeniem jest brak bezstronności regulatora, zakusy monopolizacji dystrybucji sygnału cyfrowego przez firmę wskazaną do obsługi technicznej multipleksów cyfrowych oraz brak neutralności decydentów w zakresie technologii dystrybucji sygnału cyfrowego.

W ten sposób w Polsce doszło do ewenementu na skalę światową. W RP, jako jedynym kraju Unii Europejskiej, postawiono na monopol technologiczny w zakresie dystrybucji sygnału cyfrowego. Wyłączną technologią cyfryzacyjną ma zostać nadawanie naziemne. Równocześnie decydenci nie podali do wiadomości opinii publicznej żadnego uzasadnienia takiej decyzji. Być może dlatego, że nie istnieją ani technologiczne, ani tym bardziej ekonomiczne argumenty przemawiające za zasadnością powyższego kroku. Zawieranie wyłącznie jednej technologii jest nie tylko zwodnicze, ale także krótkowzroczne, a przede wszystkim nieopłacalne.

Podatnicy mogą ponieść ogromne koszty takiego rozumowania, które wynika m.in. z braku zrozumienia fundamentalnego problemu, że cyfryzacja programów telewizyjnych i radiowych jest znacznie szerszym zagadnieniem niż tylko cyfrowa telewizja naziemna. Razi także brak koordynacji cyfryzacji przez rząd i niejasna strategia całego procesu.

Tabela 2. Porównanie cech najpopularniejszych metod dystrybucji sygnału cyfrowego w Europie

	<b>Nadawanie naziemne (DTT)</b>	<b>Nadawanie satelitarne (DTH)</b>
Miejsce pod względem ilości użytkowników	Drugie po DTH, ale przed telewizją kablową	Najpopularniejsza metoda nadawania i odbioru
Zasięg	Ograniczony do terenów zurbanizowanych, z dobrą infrastrukturą	Nieograniczony, nawet w trudnych warunkach (wyspy, tereny górskie)
Szybkość uruchomienia	Niska, konieczna budowa specjalnych nadajników	Wysoka, infrastruktura satelitarna dostępna na żądanie
Interaktywność	Niska	Wysoka, dostępność do usług dodatkowych, telefonia internetowa, szerokopasmowy dostęp do Internetu
Pojemność	Ograniczona	Wysoka
Koszty	Wysokie, nawet dziesięciokrotnie wyższe od nadawania satelitarnego	Umiarkowane, dobra relacja efektywności w stosunku do kosztów
Prognoza ekspertów	Utrata pozycji na rzecz telewizji kablowej w roku 2011 lub wcześniej	Zdominowanie rynku telewizji satelitarnej po roku 2011 lub wcześniej

Zródło: opracowanie własne.

We współczesnym świecie telewidzowie korzystają z różnego rodzaju sposobów odbioru telewizji cyfrowej, jednakże dwie podstawowe metody to DTT oraz DTH. Technologia naziemna sprawdza się na terenach wysoce zurbanizowanych, lecz poza nimi budowanie infrastruktury może okazać się nieopłacalne. Nadajniki naziemne oferują niski poziom interaktywności, niższy od np. telewizji kablowej. Dane dla rynku hiszpańskiego wykazują, że dotarcie z sygnałem cyfrowym w technologii naziemnej może być nawet dziesięciokrotnie droższe od nadawania satelitarnego. Czy Polaków stać na taką rozrzutność?

Wreszcie budowanie infrastruktury nadawania naziemnego jest niezwykle czasochłonne. Na powyższym przykładzie widać, że monopolizacja technologiczna nie została przeprowadzona ani w interesie konsumentów, ani na podstawie rachunku ekonomicznego.

O wiele szybszą metodą byłoby postawienie na konkurowanie rozmaitych technik, co znacznie przyspieszyłoby proces cyfryzacji. Przecież żyjemy w świecie, gdzie każdy korzysta z takiej technologii, jaka mu odpowiada: jedni będą oglądali telewizję w komórkach, inni przez Internet, jeszcze inni – jak dotychczas: poprzez satelitę.

Nadawanie naziemne nie spełnia postulatu powszechności dostępności do sygnału cyfrowego. Dla wielu mieszkańców z terenów słabiej rozwiniętych

sygnał cyfrowy będzie niedostępny, co bez wątpienia będzie sprzyjało zjawisku wykluczenia cyfrowego najuboższych. W wielu krajach UE, takich jak Austria czy Hiszpania, okazało się, że nadawanie naziemne nie spełnia oczekiwań. Nadrabianie zaległości było bardzo bolesną lekcją finansową dla tych krajów. Dlatego zapewnienie wolnej konkurencji różnorodnych technologii nadawania, przesyłu i odbioru telewizji cyfrowej powinno stać się naczelnym postulatem towarzyszącym procesowi cyfryzacji Polski.

## Niebezpieczeństwo kartelizacji rynku telewizji cyfrowej w Polsce

W ostatnim czasie opinia publiczna dowiedziała się o możliwej kartelizacji rynku telewizji cyfrowej między telewizją publiczną (nieposiadającą własnej platformy cyfrowej), Polsatem (właściciela największej, posiadającej ponad 2 mln abonentów, platformy Cyfrowy Polsat) oraz dynamicznie rozwijającą się telewizją TVN (z raczkującą platformą „n”). Prezesi trzech firm zaapelowali zgodnie o zachowanie abonamentu radiowo-telewizyjnego jako podstawowej formy finansowania telewizji publicznej. Ponadto telewizje TVN i Polsat zadeklarowały współfinansowanie dekodery do odbioru telewizji cyfrowej, w ramach socjalnego programu cyfryzacji kraju (dotowania dekodery przez państwo) w zamian za zamknięcie rynku telewizji cyfrowej do 2012 r. Zamknięcie telewizji cyfrowej polegałoby na przyznaniu monopolu na obsługę multipleksów cyfrowych firmie Polski Operator Telewizyjny, założonej przez Polsat i TVN. W ten sposób rynek telewizyjny zostałby podzielony przez trzy największe firmy działające na polskim rynku. Działania prezesów wymienionych firm spotkały się ze zrozumiałym oburzeniem ze strony opinii publicznej.

Z punktu widzenia konsumenta, niedopuszczalne jest zamykanie rynku telewizyjnego dla konkurencji. Dlatego najlepszym rozwiązaniem jest wystawienie obsługi multipleksów na licytację, tak aby z jednej strony zapewnić jak największą liczbę nadawców, umieszczających swoją ofertę na multipleksach, z drugiej zaś, aby zmaksymalizować wpływy budżetowe, które mogłyby w dalszej kolejności zasilić proces cyfryzacyjny, odciążając podatnika.

W opinii Instytutu Globalizacji zmowa, polegająca na podzieleniu rynku między siebie oraz propozycja świadczeń finansowych ze strony podmiotów prywatnych w zamian za przyznanie im monopolu na obsługę multipleksów oraz zamknięcie rynku na konkurencję, łamie w sposób jednoznaczny prawo europejskie oraz prawa konsumentów w Polsce. Warto przypomnieć, że swoboda konkurencji jest zagwarantowana obowiązującym Polskę Traktatem Ustanawiający Wspólnotę Europejską z późniejszymi zmianami, uwzględniającymi Traktat z Nicei i Traktat Lizboński.

Podział rynku na zasadzie zmony oraz zamknięcie rynku przed konkurencją narusza art. 43 i 44 Traktatu w zakresie łamania swobody przedsiębiorczości w krajach członkowskich. Ponadto łamie wspólnotowe prawo dotyczące konkurencji (wywodzące się z Traktatu Rzymskiego), które zakazuje wszelkich umów, formalnych i nieformalnych, prowadzących do naruszenia lub zniekształcenia konkurencji między przedsiębiorcami, zakazuje nadużywania pozycji dominującej na rynku

oraz tworzenia monopolu i pomocy państwa w wyżej wymienionym zakresie.

Porozumienie w zakresie podziału rynku jest typowym pogwałceniem zasad wolnej konkurencji. Widoczne jest także dążenie do uzyskania pozycji dominującej i wykorzystywania jej na szkodę konsumentów. Powstała sytuacja prawna nosi także cechy zbiorowego naruszenia interesu konsumentów (tutaj: telewidzów), podlegających stosownej ochronie prawnej. Działania zmierzające do podziału i monopolizacji rynku łamią ustawę z dn. 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie ograniczania i kontrolowania rynku, podziale rynku, ograniczania dostępu do rynku i nadużywania pozycji dominującej. W obliczu zagrożenia złamania prawa, sytuacja powinna być monitorowana przez odpowiednie instytucje, takie jak Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a także przez unijnego Komisarza ds. Konkurencji.

Gdyby doszło do zmowy największych nadawców, koszty cyfryzacji w dużej mierze zostałyby przerzucone na podatników. Budżet straciłby na mniejszych wpływach ze sprzedaży obsługi multipleksów. Ponadto kartel narzuciłby wygórowane ceny za usługi. Koszty dotowania dekoderek zostałyby przerzucone na obecnych klientów platform cyfrowych. Podatnik poniósłby także koszty budowania telewizji socjalnej.

Istotne zagrożenia wynikają także dla pozycji telewizji publicznej.

Nietrudno zauważyć, że pozorną zgodność interesów czołowych nadawców prywatnych i nadawcy publicznego jest działaniem na szkodę nadawcy publicznego. Telewizja Polska bez własnej platformy cyfrowej będzie traciła rynek na rzecz konkurencyjnych platform prywatnych. Sam rynek reklamy telewizyjnej jest obecnie wart ok. 1 mld euro. Do tego dochodzą zyski z płatnego odbioru, który zapewne zostanie zachowany. Gdy rynek zamyka się, a największym prywatnym firmom powierza się de facto monopol na telewizję cyfrową w Polsce, TVP zagraża stopniowe zmniejszanie udziału w rynku, a w konsekwencji utratę pozycji lidera rodzimego rynku telewizyjnego. W dalszej perspektywie czasowej, bez konkurencyjnej oferty TVP (bez własnej platformy) nie ma szans na funkcjonowanie na rynku telewizji cyfrowej w Polsce. Z dużym prawdopodobieństwem owa niegospodarność będzie pokrywana przez podatnika, niezależnie od tego, czy będzie to abonament, czy bezpośrednia dotacja budżetowa.

Platforma cyfrowa - szansa na zachowanie konkurencyjności przez TVP i oszczędności dla podatnika

Instytut Globalizacji, jako wolnorynkowy instytut spraw publicznych, nie znajduje ekonomicznego i moralnego uzasadnienia dla przymusowego finansowania mediów publicznych. W obliczu faktów: niskiego poziomu oferty programowej (nieraz rażących swoim prymitywizmem) czy niewywiązywania się ze zobowiązań wobec podatników (czy ktoś wyobraża sobie, że włoska RAI nie transmituje mistrzostw w piłce nożnej?), trudno rozważać istnienie jakiegokolwiek „misji publicznej”. Prywatyzacja TVP byłaby najlepszym z możliwych rozwiązań, niemniej zdajemy sobie jednak sprawę z braku politycznej woli prywatyzacji TVP.



Powyższe nie wyklucza budowania wartości TVP jako firmy, która jest liderem rynku telewizyjnego w Polsce oraz niezwykle cenną marką, tak aby w przyszłości udziały owego przedsiębiorstwa państwowego były atrakcyjną inwestycją dla potencjalnych inwestorów. Wiele krajów Unii Europejskiej przez lata budowało silne marki narodowe, stawiające czoła konkurencji zagranicznej i krajowej.

Dobrym przykładem może być brytyjska BBC. Mimo dużej konkurencji ze strony stacji prywatnej, brytyjski nadawca publiczny uruchomił nieodpłatną platformę FreeSat, spiesząc się, m.in. aby umożliwić abonentom oglądanie olimpiady w Pekinie w technologii HD. Cyfrowa platforma publiczna oparta jest na łączeniu technologii nadawania naziemnego i satelitarnego, dzięki czemu 95 proc. gospodarstw domowych znalazło się w zasięgu sygnału cyfrowego. Platforma oferuje 40 niekodowanych i nieodpłatnych kanałów cyfrowych, a użytkownik płaci tylko za usługi dodatkowe, np. wideo na żądanie bądź dostęp do szerokopasmowego Internetu.

Stworzenie analogicznej platformy cyfrowej przez TVP w Polsce byłoby niezmiernie korzystne zarówno dla konsumentów, jak i nadawcy. Gdyby uwzględnić konkurencję technologiczną, łącząc różne technologie nadawania (np. analogicznie do przykładu brytyjskiego DTT z DTH), platforma cyfrowa mogłaby powstać w stosunkowo krótkim czasie, spełniając zalecenia Komisji Europejskiej, dotyczące wyłączenia nadawania analogowego do 2012 r. Tylko dzięki konkurencji technologicznej i łączeniu różnych technik nadawania abonenci TVP mieliby szansę oglądać Euro 2012 w cyfrowej jakości.

Konkurencyjna platforma cyfrowa TVP miałaby pozytywny wpływ na rynek. Gdyby okazała się nieodpłatna, pozostali oferenci musieliby także zrezygnować z opłat lub znacznie je obniżyć. Warto zauważyć, że tylko dzięki ofercie wysokiej jakości telewizji cyfrowej HD, TVP jako firma może mieć szansę na walkę o zachowanie udziałów w rynku. W każdym innym przypadku TVP skazana jest na rynkową porażkę.

Przeciwnicy budowania platformy cyfrowej przez TVP często zwracają uwagę na duże koszty uruchomienia takiego projektu. Niemniej są to jednorazowe koszty inwestycyjne, które w perspektywie długoterminowej na pewno się opłacą. Nadawanie cyfrowe jest bowiem wielokrotnie tańsze od nadawania analogowego, a poniesione wydatki zostaną w przyszłości zrekompensowane zyskami z reklam i produkcji. Jednorazowa inwestycja jest także tańsza dla podatnika. O wiele dotkliwsze dla budżetu będzie wieloletnie dotowanie nierentownego molocha, bez konkurencyjnego produktu skazanego na rynkową wegetację.

Tabela 3. Korzyści z uruchomienia platformy cyfrowej przez TVP

Dla nadawcy	Dla widzów
Wywiązanie się z zaleceń Komisji Europejskiej	Nieodpłatny dostęp do telewizji cyfrowej
Wywiązanie się ze zobowiązań wobec podatnika	Bogatsza oferta jakościowa i programowa
Uruchomienie konkurencyjnego produktu	Niższe koszty podatkowe
Niższe koszty produkcji i dystrybucji sygnału	Możliwość wyboru między konkurencyjnymi ofertami

cyfrowego	
Wzrost wartości TVP i zwiększenie szans na zachowanie pozycji rynkowej	Szansa na oglądanie Euro 2012 w TVP

Źródło: opracowanie własne.

Dlatego cyfryzacja telewizji publicznej sprowadzana wyłącznie do zakupu systemu satelitarnego multipleksu to rażący przykład niegospodarności i skandal. Zamiast ograniczać się do zakupu urządzeń do wysyłania sygnału satelitarnego dla TVP, rząd powinien przedstawić całościowy projekt i strategię budowy publicznej platformy cyfrowej.

TVP już od 2007 r. mówi o zakupie multipleksu satelitarnego. Multipleks satelitarny to urządzenie do wysyłania pakietów programowych na satelitę. Jednak to tylko jedna strona medalu: nigdzie nie ma mowy, w jaki sposób sygnał będzie docierał do odbiorców.

Rząd powinien przedstawić jasną i spójną strategię cyfryzacji kraju, tak aby zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej wszyscy obywatele mieli dostęp do telewizji cyfrowej. Z punktu widzenia telewidzów, kwestią do rozstrzygnięcia jest więc nie tylko to, w jaki sposób nadawać sygnał, ale także to, w jaki sposób go odbierać.

Podatnicy i płatnicy abonamentu powinni wiedzieć, w jaki sposób rząd zamierza wywiązać się z obowiązku dostarczania wysokiej jakości usług cyfrowych. Zakup wyłącznie multipleksu satelitarnego, z pominięciem infrastruktury odbiorczej, świadczy o ignorowaniu potrzeb abonentów. Telewidzowie chcieliby wiedzieć, w jaki sposób będą mogli odbierać cyfrową telewizję. Natomiast pozostaje się zgodzić z tym, że włączenie technologii satelitarnej jest właściwym krokiem, bez którego cyfryzacja kraju wydaje się niemożliwa.

## Korzyści z wolnej konkurencji na rynku telewizji cyfrowej

Jak zwykle w naszym kraju, podczas debaty publicznej media i decydenci rozmawiają wyłącznie o swoich interesach: kto będzie miał jaki udział w rynku, kto będzie miał wpływ na media, z kim trzeba będzie zawrzeć stosowne sojusze i co jeszcze zmienić w prawie, aby to osiągnąć.

Tymczasem zupełnie nie dyskutuje się o kwestii podstawowej: o interesie obywatela. Podstawowym zagadnieniem w debacie publicznej o cyfryzacji Polski powinny być korzyści dla przeciętnego zjadacza chleba w RP. To fundamentalna różnica dzieląca Polskę od innych krajów UE, np. od Wielkiej Brytanii.

Drugim w kolejności ważnym elementem, powinien być rachunek ekonomiczny. Można odnieść wrażenie, że koszty cyfryzacji są w ogóle nieistotne, ponieważ decydenci i spowinowaceni z nimi przedsiębiorcy przyzwyczaili się, że wyciągną z kieszeni podatnika każdy grosz.

Dlatego w opinii Instytutu Globalizacji, uwzględniając korzyści obywateli RP, niezależnie od tego, czy są telewidzami, czy nie, czy płacą abonament, czy unikają tego podatku, największe korzyści odniosą konsumenci w przypadku zagwarantowania wolnej konkurencji na rynku telewizji cyfrowej. Jak wykazano w niniejszym raporcie, konkurencja musi dotyczyć przede wszystkim strony technologicznej, kluczowej dla całego przedsięwzięcia cyfryzacji.

Uwzględniając rachunek ekonomiczny, tylko wariant konkurencyjny zagwarantuje minimalizację kosztów cyfryzacji. W przypadku łamania zasad konkurencji, podatnicy i telewidzowie mogą ponieść niepowetowane straty. Wówczas radość z nowych technologii cyfrowych może popsuć słony rachunek, którzy telewidzom wystawią nadawcy.

Należy także wspomnieć o tym, że nowa strategia cyfryzacji prawdopodobnie musi znaleźć odzwierciedlenie w przepisach prawnych, tj. w ustawie o radiofonii i telewizji. Tutaj również wskazana jest przejrzystość prac nad ustawą oraz konsultacje eksperckie. Niestety prace legislacyjne toczą się w tajemnicy i pod dyktando wąskich grup interesu: politycznych i biznesowych. Natomiast wszystkie pojawiające się przecieki, np. pomysły zniszczenia marki TVP, podział firmy na część komercyjną i niekomercyjną, brak strategii cyfryzacji radia świadczą o tym, że szykuje się kolejna kompromitacja.

Brak strategii cyfryzacji ze strony rządu, podejmowanie decyzji w kilku konkurujących ze sobą ośrodkach, czy wreszcie ograniczanie konsultacji wyłącznie do przedstawicieli trzech największych telewizji z pominięciem całej rzeszy ekspertów (także zagranicznych, np. z krajów, które cyfryzację mają już za sobą), przedstawicieli innych zainteresowanych firm, czy niezależnych analityków jest po prostu skandalem.

Wydaje się, że kolejne polskie rządy, bo nie jest to grzech tylko obecnego gabinetu, nie rozumieją, jak istotną rolę odgrywa cyfryzacja w rozwoju nowoczesnej gospodarki. Ponadto nieprzestrzeganie prawa, unijnego i krajowego, może nie tylko opóźnić wyłączenie nadawania analogowego, ale sprowadzić na Polskę wiele niepotrzebnych i kosztownych szykan ze strony władz UE, które nie tolerują karteli, monopoli, wykorzystywania pozycji dominującej i wyzyskiwania konsumentów.

Prawdopodobnie proces cyfryzacji, jawny, z jasno określonym zakresem odpowiedzialności decydentów, ujęty w ramy prawne, skonsultowany z niezależnymi ekspertami o odpowiednim doświadczeniu zawodowym i kompetencjach (niezwiązanymi z największymi mediami w Polsce) byłby dla Polski znacznie korzystniejszym rozwiązaniem.

## Rozdział III. Przykład udanej cyfryzacji na podstawie platformy FreeSat

### Najważniejsze wnioski rozdziału

- Przykład BBC, w zakresie udanej cyfryzacji nadawcy publicznego, powinien być stawiany za wzór, lecz możliwy do osiągnięcia także dla Polski. FreeSat jest platformą nie tylko telewizji i radia cyfrowego, lecz także programów HD, serwisów interaktywnych, dostępnych bez opłaty, bez umów i finansowanych jedynie z wpływów abonamentowych.
- FreeSat to nieodpłatna satelitarna platforma cyfrowa, która jest uzupełnieniem istniejącej, także darmowej, naziemnej platformy cyfrowej FreeView. Platforma FreeSat, którą utworzyła telewizja BBC we współpracy z firmą ITV, powstała w celu rozpowszechnienia bezpłatnej telewizji cyfrowej na terenie całej Wielkiej Brytanii, ponieważ oferta telewizji naziemnej nie dociera do każdego zakątka kraju.
- Z platformy FreeSat można korzystać bezpłatnie, bez dodatkowych umów. Jedynym kosztem jest zakup tunera FreeSat, który kosztuje 50 lub 150 GBP (z możliwością odbioru obrazu HD), anteny satelitarnej oraz konieczność uiszczenia opłat instalacyjnych. Przeciętna brytyjska rodzina wyda na cyfryzację kwotę odpowiadającą 200-600 zł.
- Wysokie opłaty, w porównaniu do przeciętnych i minimalnych zarobków, znacznie ograniczają dostęp do telewizji cyfrowej w Polsce. Konsument dysponujący przeciętnym wynagrodzeniem musi pracować 5-8 godzin, aby zarobić na miesięczny abonament. Gorzej mają tylko obywatele Rumunii, którzy na opłaty telewizyjne muszą pracować aż 12 godzin. Jeszcze gorzej wygląda porównanie Polski do innych krajów Europy dla najślabiej zarabiających. Obywatel z płacą minimalną musi poświęcić na pracę na abonament telewizji cyfrowej dwie dniówki. Tymczasem Holendrowi czy Belgowi z minimalnym wynagrodzeniem zapracowanie na opłaty za telewizję zajmie najwyżej kilka godzin.
- Gdyby abonament potraktować nie jako podatek, lecz jako opłatę za usługę dostarczania telewizji cyfrowej, polscy konsumenci chętniej ponosiliby opłaty na rzecz telewizji publicznej, tak samo, jak płacą stacjom prywatnym. Ustalenie abonamentu na poziomie 15 zł na miesiąc pozwalałoby na osiągnięcie wpływów abonamentowych przekraczających 1,5 mld zł rocznie. Trzeba zaznaczyć, że jest to dwukrotnie więcej od obecnych wpływów z abonamentu. Dzięki lepszej ofercie i oglądalności, przy stałej tendencji wzrostu wydatków marketingowych, zwiększyłyby się także wpływy z reklam.

## Brytyjska satelitarna platforma cyfrowa FreeSat

Według firmy badawczej Screen Digest w 2012 r. w krajach rozwiniętych od 75 do 100 proc. gospodarstw domowych będzie gotowych do zaakceptowania telewizji o wysokiej rozdzielczości obrazu HD, a na całym świecie technologia ta będzie wykorzystywana w około 500 milionach (czyli 45 proc. ogółu) odbiorników.

W Stanach Zjednoczonych, Europie Zachodniej, Azji i Australii ma w tym czasie zaistnieć nawet kilkaset kanałów telewizji cyfrowej wysokiej rozdzielczości (ang. high-definition - HD). Telewizja HD niezwykle dynamicznie rozwija się USA. W Europie Stany Zjednoczone doganiane są wyłącznie przez Wielką Brytanię. Na Starym Kontynencie poza Zjednoczonym Królestwem przez najbliższych kilka lat obrazem o wysokiej rozdzielczości HD będą mogli cieszyć się praktycznie wyłącznie subskrybenci płatnych kanałów satelitarnych.

Nic więc dziwnego, że coraz większa rzesza nadawców wychodzi naprzeciw oczekiwaniom odbiorców i stara się zapewnić telewidzom nowoczesną telewizją cyfrową. Do misji brytyjskiego nadawcy publicznego BBC, oprócz dostarczania informacji i rozrywki, dołączyło ostatnio oferowanie wysokiej jakości obrazu telewizyjnego za pomocą platformy FreeSat.

FreeSat to nieodpłatna satelitarna platforma cyfrowa, która jest uzupełnieniem istniejącej, także darmowej, naziemnej platformy cyfrowej FreeView.

Platforma FreeSat, którą utworzyła telewizja BBC we współpracy z firmą ITV, powstała w celu rozpowszechnienia bezpłatnej telewizji cyfrowej na terenie całej Wielkiej Brytanii, ponieważ oferta naziemnej FreeView nie dociera do każdego zakątka kraju. Platforma FreeView dostępna jest tylko dla około 73 proc. populacji Wielkiej Brytanii. Dlatego platforma FreeSat skierowana jest przede wszystkim do brytyjskich widzów, którzy nie posiadają naziemnej telewizji cyfrowej FreeView.

Współwłaścicielem platformy FreeView jest firma BSkyB (British Sky Broadcasting), która posiada także płatną cyfrową platformę satelitarną Sky Digital. Sky Digital ma obecnie około 8,3 mln abonentów, z których telewizję Sky HD odbiera około 465 tys. Do końca marca 2008 r. (przed startem FreeSat) darmowe serwisy satelitarne odbierane były w około 720 tys. brytyjskich gospodarstw domowych.

Podstawowym założeniem uruchomienia przez BBC platformy FreeSat było zapewnienie powszechnego dostępu do sygnału cyfrowego (w tym telewizji HD) abonentom stacji, bez dodatkowych opłat, umów i licencji. W sytuacji, gdy ponad 2 mln Brytyjczyków zamierza w ciągu najbliższego roku kupić nowy telewizor, a 80 proc. z 24 odbiorników analogowych zostanie wkrótce zastąpionych telewizorami cyfrowymi, własna platforma

cyfrowa jawiła się dla BBC jako szansa na umocnienie pozycji rynkowej i zwiększenie siły przekazu na rynku lokalnym i międzynarodowym. Jako siłę napędzającą nowej platformy uznano stałe zwiększanie oferty programów high definition.

Mimo że projekt znajduje się w początkowej fazie rozwoju, można już mówić o sukcesie platformy w Wielkiej Brytanii. Przechodzenie z nadawania analogowego na cyfrowe na Wyspach przebiega zgodnie z planem i powinno służyć za wzór dla innych krajów, takich jak Polska, które zmagają się z wyzwaniami cyfryzacji.

## Jak budowano FreeSat?

BBC przeniosła wszystkie swoje kanały na satelitę już w maju 2003 r., a telewizja ITV uczyniła ten sam krok w listopadzie 2005 r. Już we wrześniu 2005 r. publiczna brytyjska telewizja BBC i komercyjny nadawca kanałów ITV ogłosiły, że będą współpracować na zasadzie partnerstwa publiczno-prywatnego w celu utworzenia darmowej telewizji satelitarnej, która będzie uzupełnieniem oferty FreeView, a w przyszłości stanie się kołem zamachowym cyfryzacji w Wielkiej Brytanii, głównie ze względów technologicznych i praktycznych.

Nie obyło się bez perturbacji i opóźnień. Początkowe plany uruchomienia platformy FreeSat w Wielkiej Brytanii mówiły o początku 2006 r., potem termin ten przesunięto na jesień 2007 r., ponieważ zarząd BBC wydał odpowiednią zgodę dopiero pod koniec kwietnia 2007 r. Ostatecznie satelitarna platforma telewizji cyfrowej FreeSat ruszyła 6 maja 2008 r. Telewizje BBC i ITV sfinansowały projekt solidarnie po połowie i działa on na zasadach non profit.

Z platformy FreeSat można korzystać bezpłatnie, bez dodatkowego abonamentu. Jedynym kosztem jest zakup tunera FreeSat, który kosztuje 50 lub 150 GBP (z możliwością odbioru obrazu HD), anteny satelitarnej oraz konieczność uiszczenia opłat instalacyjnych (od 80 GBP). Dekodery do odbioru Sky Digital kosztują 75 GBP bez możliwości odbioru obrazu HD i 150 GBP z taką możliwością. Za 150 GBP można kupić sam tuner Sky Digibox do odbioru platformy Sky Digital bez zamawiania żadnego pakietu i tym samym mieć dostęp do darmowych satelitarnych kanałów cyfrowych, w tym BBC One oraz ITV1, które dostępne są na tej platformie. Przeciętna brytyjska rodzina wyda na cyfryzację kwotę odpowiadającą 200-600 zł.

W momencie uruchamiania platformy na rynku dostępne były dwa rodzaje tunerów - standardowy (w cenie od 50 GBP) oraz HD (w cenie od 150 GBP), które są wytwarzane przez czterech producentów (firmy: Humax, Grundig, Goodmans i Bush). Nie ma jeszcze sprzętu nagrywającego kanały FreeSat, ale południowokoreańska spółka akcyjna Humax, która jest jednym z wiodących dostawców dekoderek cyfrowych na świecie, ogłosiła, że w ciągu kilku miesięcy zamierza zaoferować na rynku także takie urządzenia.

FreeSat opiera się na standardowych satelitach Astra 2 i Eurobird 1 (pozycja 28.2°E), co oznacza, że każdy, kto posiada zwykłą czaszę, może za jej pomocą odbierać również kanały z tej platformy. Osobom, które nie posiadają zwykłego talerza satelitarnego, FreeSat oferuje instalację takiego urządzenia. Wszystkie kanały używają systemu DVB-S.

Z kolei pod marką Panasonic zostały wyprodukowane trzy plazmowe odbiorniki telewizyjne ze zintegrowanym tunerem FreeSat. Od



października 2008 r. dostępne są trzy telewizory Panasonic w technologii LCD z tym tunerem. Jest to bardzo interesująca propozycja dla tych, którzy chcą korzystać z nowej platformy i zamierzają pozbyć się starego telewizora. Analitycy szacują, że wkrótce w tym samym kierunku pójdą inni producenci sprzętu.

## Co oferuje FreeSat?

W momencie uruchomienia platformy FreeSat, oferowała ona ponad 80 kanałów telewizyjnych i radiowych.

Tabela 4. Wybrana oferta FreeSat według kategorii

<b>Kategoria</b>	<b>Nazwy kanałów</b>
Rozrywka	BBC One BBC Two ITV1 C4 / S4C in Wales BBC Three BBC Four BBC HD ITV2 ITV3 ITV3+1 ITV4 (117) S4C Digidol / C4 in Wales E4 More4 Zone Romantica Zone Thriller
Wiadomości i sport	BBC News BBC Parliament S4C2 Al-Jazeera English Euronews
Filmy	Film4 True Movies True Movies2 Movies4Men Movies4Men2
Styl życia	Wedding TV Overseas Property Channel Men and Motors
Muzyka	Chartshow TV The Vault Scuzz Bubble Hits B4U Music
Kanały dla dzieci	CBBC CBeebies CiTV POP POPGirl Tiny POP

Kanały specjalne	Teachers TV
Zakupy	QVC Price Drop TV Bid TV Pitch TV JML Lifestyle
Kanały interaktywne	BBCi
Kanały regionalne	One/BBC Two BBC One London BBC One Channel Islands BBC One East (W) BBC One Northern Ireland BBC One Scotland BBC One Wales BBC Two England BBC Two Northern Ireland BBC Two Scotland BBC Two Wales Ulster STV Scottish East STV Scottish West ITV1 Wales ITV1 Border England ITV1 Central West ITV1 Granada ITV1 Anglia East Channel TV STV Grampian North
Stacje radiowe	BBC Radio 1 1Xtra BBC BBC Radio 2 BBC Radio 3 BBC Radio 4 FM BBC Radio 4 LW BBC Radio Five Live BBC Radio Five Live Sports Extra BBC 6 Music BBC 7 BBC Asian Network BBC World Service BBC Radio Scotland BBC Radio nan Gaidheal BBC Radio Wales BBC Radio Cymru BBC Radio Ulster BBC London 94.9

Źródło: opracowanie własne.

W 2008 r. kanały Channel 4 i Five, które są kodowane przez Sky, nie brały udziału w platformie FreeSat, ponieważ miały ważne kontrakty z BSkyB na kodowanie w systemie NDS-VideoGuard. Channel 4 miał dołączyć do FreeSatu po wygaśnięciu kontraktu ze Sky w październiku 2008 r. Z kolei kanał Five miał podpisany kontrakt z BSkyB do lipca 2008 r. Na platformie brakuje także kanałów sieci MTV Networks i UKTV oraz takich kanałów, jak Virgin 1, TMF, The Hits, UKTV History, Dave, Five US, Fiver, Sky Three czy Sky Sports News, które są osiągalne na FreeView. Irlandzki nadawca publiczny Radio Telefís Éireann ma być dostępny na FreeSat od marca 2009 r. Na platformie miał być także udostępniony kanał BBC Gaelic, szkocki kanał telewizyjny w języku celtyckim.

Widzowie nowej platformy mają także darmowy dostęp do kanałów HD, takich jak BBC HD oraz ITV HD (planowane Five HD i Channel 4HD).

Z miesiąca na miesiąc przybywa nowych kanałów telewizyjnych i radiowych. W połowie lipca 2008 r. dodano kilkanaście kanałów, głównie regionalnych i łącznie dostępnych było już 95 kanałów. Wiosną 2008 r. szacowano, że na koniec 2008 r. na platformie FreeSat dostępnych będzie około 200 kanałów (miesięcznie ma przybywać około 30 kanałów).

FreeSat oferuje własny elektroniczny przewodnik po programach oraz serwisy interaktywne. Na ekranie telewizora można przeglądać 7-dniowy program telewizyjny, a także takie serwisy interaktywne, jak najnowsze wiadomości lokalne, krajowe i światowe, sportowe czy pogodowe.

Wkrótce platforma FreeSat udostępni nowe możliwości. Nagrywarka południowokoreańskiej firmy Humax umożliwi wstrzymanie programu, który nadawany jest na żywo, aby móc go później obejrzeć. W przyszłości dostępne także będą programy na żądanie BBC Player oraz serwisy Kangaroo także na żądanie. FreeSat zapewnia także specjalne zabezpieczenia, które umożliwiają kontrolę rodzicielską.

Mimo że platforma FreeSat została zbudowana dla potrzeb rynku brytyjskiego, to kanały tej platformy można odbierać także poza granicami Zjednoczonego Królestwa. Aby oglądać te kanały w Polsce, trzeba zaopatrzyć się w antenę o rozmiarach co najmniej 130 cm na zachodzie kraju, do ponad 200 cm na wschodzie.

## Droga telewizja

Telewizja cyfrowa w Europie jest stosunkowo drogą rozrywką. Na taki stan rzeczy wpływa nie tylko postrzeganie tej usługi jako nowości, ale także niska konkurencja na poszczególnych rynkach europejskich. Oferenci usług cyfrowych w Europie, obok telewizji cyfrowej, proponują szereg różnorodnych dodatkowych funkcji, takich jak usługi interaktywne, programy na żądanie, szerokopasmowy Internet czy telefonia internetowa. Sukcesywnie zwiększa się ilość dostępnych kanałów HD. SkyDigital w Wielkiej Brytanii oferuje aż 18 kanałów HD za dodatkową opłatą 10 GBP miesięcznie. Po 9 kanałów HD oferują publiczne platformy w Danii i Szwecji.

Na tym tle aktualna oferta telewizji cyfrowej w Polsce plasuje się na przyzwoitym poziomie. Dostęp do kilku kanałów HD, kilkudziesięciu podstawowych kodowanych i kilkuset niekodowanych jest w zasadzie standardem. Nisko należy ocenić natomiast dostęp do usług dodatkowych, traktowanych na razie nie jako standard, lecz technologiczną ciekawostkę. Polscy konsumenci otrzymują mniej od dostawców usług telewizji cyfrowej niż obywatele innych państw Starego Kontynentu.

Tabela 5. Wybór satelitarnych platform cyfrowych w Europie

Nazwa	Własność	Ilość kanałów	Cena	Dodatkowe uwagi
FreeSat – Wielka Brytania	Mieszana	Pierwotnie 80 (na koniec 2008 r. - 200)	0	Elektroniczny przewodnik po programach i usługi interaktywne; 2 (na koniec 2008 r. - 4) kanały HD
Sky Digital – Wielka Brytania	Prywatna	171 + 333 (niekodowane)	45 GBP/mies. (ok. 56,7 euro/mies.) (od 1 września 2008 r. - 47 GBP/mies.)	W tym 89 stacji radiowych; 18 kanałów HD za dodatkowe 10 GBP/mies.; możliwość nagrywania, programy na żądanie; Internet i satelitarne rozmowy telefoniczne za dodatkową opłatą
Cyfrowy Polsat - Polska	Prywatna	65 + do 900 (niekodowane)	87,8 zł/mies. (ok. 27,3 euro/mies.)	W tym 3 kanały HD i 10 stacji radiowych, za Playboy TV dodatkowo 12,99 zł/mies.
Cyfra+ - Polska	Prywatna	107 + 260 (niekodowane)	147 zł/mies. (ok. 45,7 euro/mies.)	W tym 19 stacji radiowych; gry interaktywne, za kanały HD dodatkowa opłata
n - Polska	Prywatna	70 + ponad 600 (niekodowane)	130 zł/mies. (40,4 euro/mies.)	W tym 7 kanałów HD i ponad 300 stacji radiowych, w tym autorskie stacje radiowe HD; możliwość odbioru kilku serwisów internetowych na ekranie TV; filmy na żądanie za dodatkową opłatą
CanalSat -	Prywatna	Ok. 300	57,9 euro/mies.	Usługi interaktywne, 7

Francja				kanałów HD z możliwością nagrywania za dodatkową opłatą
TV Vlaanderen – Belgia	Prywatna	73	Od 19,9 euro/mies.	W tym 6 kanałów HD
Boom TV - Rumunia	Prywatna	102	21,09 euro + VAT	Elektroniczny przewodnik po programach
Canal Digital - Finlandia	Państwowa	62	49 euro/mies.	8 kanałów HD w cenie
Canal Digital – Dania	Państwowa	66	339 koron/mies. (ok. 45,5 euro/mies.)	9 kanałów HD w cenie
Canal Digital – Szwecja	Państwowa	71	419 koron/mies. (ok. 44,3 euro/mies.)	9 kanałów HD w cenie
Canal Digital - Norwegia	Państwowa	66	439 koron/mies. (ok. 54,5 euro/mies.)	8 kanałów HD w cenie
Canal Digitaal Satelliet - Holandia	Prywatna	85	42,5 euro/mies.	W tym 6 kanałów HD
Digital+ - Hiszpania	Mieszana	111	62,95 euro/mies. brutto	W tym 1 kanał HD, usługi interaktywne, gry
Premiere - Niemcy	Prywatna	51	44,99 euro/mies.	W tym kanały HD
Sky Italia – Włochy	Prywatna	327	39 euro/mies. (od stycznia - 63 euro/mies.)	W tym 5 kanałów HD
Digiturk - Turcja	Prywatna	161	109,9 TRY/mies. (ok. 58 euro/mies.)	W tym stacje 34 radiowe i 5 kanałów HD
Athina Sat - Cypr	Prywatna	30	44,48 euro/mies. + VAT	Zamknięty w marcu 2008 r.

Uwaga: brano pod uwagę najdroższe dostępne pakiety.

Źródło: opracowanie własne.

Porównanie polskiego i europejskiego rynku usług telewizji cyfrowej wypada jeszcze gorzej, gdy zestawimy opłaty ponoszone przez widzów z ich zarobkami.

Polski konsument dysponujący przeciętnym wynagrodzeniem musi pracować 5-8 godzin, aby zarobić na miesięczny abonament. Gorzej mają tylko obywatele Rumunii, którzy na opłaty telewizyjne muszą pracować aż 12 godzin. Znacznie mniej telewizja cyfrowa kosztuje Duńczyka, Norwega czy Belga, którym zapracowanie na abonament zajmie około 2 godzin.

**Ile godzin muszą pracować widzowie, by zapłacić abonament (płaca średnia)?**

SkyDigital – Wielka Brytania – 2,25 godz.

FreeSat – Wielka Brytania - 0

Cyfra+ - Polska - 8 godz.

Cyfrowy Polsat – Polska – 5 godz.

n – Polska – 7 godz.

Canal Digital – Dania – 1,9 godz.

Canal Digital – Norwegia – 2,5 godz.

Sky Italia – Włochy – 4,2 godz.

Boom TV – Rumunia – 12 godz.

CanalSat – Francja – 5 godz.

TV Vlaanderen – Belgia – 2 godz.

Źródło: opracowanie własne.

Jeszcze gorzej wygląda porównanie Polski do innych krajów Europy, jeśli weźmiemy pod uwagę osoby najłabiej zarabiające. Polak z płacą minimalną musi poświęcić na pracę na abonament telewizji cyfrowej dwie dniówki. Tymczasem Holendrowi czy Belgowi, otrzymującym wynagrodzenie minimalne, zapracowanie na opłaty za satelitarną platformę cyfrową zajmie zaledwie kilka godzin.

Wysokie opłaty, w porównaniu do przeciętnych i minimalnych zarobków, znacznie ograniczają dostęp do telewizji cyfrowej w Polsce. Na powszechną cyfryzację postawiła Wielka Brytania. Publiczna platforma FreeSat jest niekodowana, dostępna bez żadnych umów i dodatkowych opłat dla Brytyjczyków.

Nawet biorąc pod uwagę płacony przez obywateli Wielkiej Brytanii abonament w wysokości około 11 GBP miesięcznie, telewizja cyfrowa w tym kraju jest bardziej dostępna niż w innych państwach Europy.

**Ile godzin muszą pracować widzowie, by zapłacić abonament (płaca minimalna)?**

Cyfra+ - Polska 21,3 godz.

Cyfrowy Polsat – Polska – 12,7 godz.

n – Polska – 18,8 godz.

SkyDigital – Wielka Brytania – 8,4 godz.

FreeSat – Wielka Brytania – 0

CanalSat – Francja – 6,1 godz.

TV Vlaanderen – Belgia – 2,5 godz.

Athina Sat – Cypr – 16,5 godz.

Digital+ - Hiszpania – 18 godz.

Canal Digitaal Satelliet – Holandia – 5,25 godz.

Źródło: opracowanie własne



## BBC lekcją dla TVP

Od wielu lat toczy się w Polsce debata nad kierunkiem rozwoju telewizji publicznej. Dotyczy ona zarówno formy finansowania TVP, jak i konkretnych rozwiązań technologicznych i programowych, które zapewniłyby dobre funkcjonowanie mediów publicznych w przyszłości. Instytut Globalizacji zwracał uwagę na potrzebę budowania wartości TVP jako marki i czołowej firmy medialnej w kraju. Pozycja TVP jest nie do utrzymania bez niezbędnych inwestycji technologicznych i podejmowania odważnych decyzji.

Dlatego należy pozytywnie ocenić decyzję zarządu o budowie własnej platformy telewizji cyfrowej w technologii satelitarnej i naziemnej, zapewne uzupełnionej przez dystrybucje sygnału poprzez Internet, a w przyszłości – telefonię komórkową. Jest to posunięcie, dzięki któremu telewizja publiczna od strony technologicznej dotrzyma kroku mediom prywatnym i stanie się znacznie bardziej konkurencyjna niż obecnie.

Ostatnie dane dotyczące sprzedaży telewizorów plazmowych i LCD wykazują, że w maju 2008 r. o 10 proc. zwiększyła się liczba ich sprzedaży. Było to prawdopodobnie związane z organizacją masowych imprez sportowych (Euro 2008 i Olimpiada w Pekinie). Oznacza to, że TVP mogłaby już dziś zarabiać na takich relacjach telewizyjnych, na które dynamicznie rośnie popyt ze strony rynku. Mowa szczególnie o relacjach w technologii HD, bowiem obecnie sprzedaż odbiorników przeznaczonych do odbioru telewizji wysokiej rozdzielczości zaczyna dominować. Nie tylko ponad połowa obecnie sprzedawanych telewizorów to odbiorniki typu Full HD (przystosowane do odbioru programów w rozdzielczości 1080x1920p), ale 80 proc. z nich to telewizory o przekątnej większej niż 40 cali. Oznacza to wysokie wymagania technologiczne ze strony konsumentów, które telewizja publiczna powinna spełniać. Analitycy oszacowali, że wynik finansowy telewizji Polsat z transmisji Euro 2008 jest dużo lepszy niż wynik TVP z transmisji Olimpiady w Pekinie. Porównując zasięg obu stacji, zdawałoby się, że powinno być odwrotnie.

## Abonament jako opłata, nie podatek

Przykład BBC, w zakresie udanej cyfryzacji nadawcy publicznego, powinien być stawiany za wzór, możliwy do osiągnięcia także dla Polski. FreeSat jest platformą nie tylko telewizji i radia cyfrowego, lecz także programów HD, serwisów interaktywnych, dostępnych bez opłaty, bez umów i finansowanych jedynie z wpływów abonamentowych.

W Wielkiej Brytanii roczny abonament radiowo-telewizyjny wynosi 135,5 GBP, czyli ponad 550 zł. BBC jest finansowany w 75 proc. z abonamentu. Stacja nie nadaje reklam. Gros jej wpływów stanowią licencje i sprzedaż produkcji. Ściąganiem abonamentu zajmuje się prywatna firma. Odsetek niepłacących wynosi około 5 proc. Wpływy z abonamentu oscylują wokół 3 mld GBP.

Zupełnie inaczej jest w Polsce. TVP utrzymuje się i z abonamentu, i z reklam. Przy czym abonamentu nie płaci ponad połowa telewidzów. Jednocześnie 3,6 miliona Polaków dobrowolnie płaci nadawcom prywatnym za dostęp do platform cyfrowych.

W uchylaniu się od płacenia abonamentu nie ma nic nienormalnego. Abonament jest traktowany jako kolejne obciążenie podatkowe, a w interesie podatnika leży, aby płacić jak najmniej podatków, zwłaszcza że sankcje za jego niepłacenie są nieodczuwalne.

Gdyby abonament potraktować nie jako podatek, lecz jako opłatę za usługę dostarczania telewizji cyfrowej, polscy konsumenci chętniej ponosiliby opłaty na rzecz telewizji publicznej, tak samo, jak płacą stacjom prywatnym.

Opłata za usługi telewizji cyfrowej powinna być ustalona na rozsądnym poziomie w stosunku rocznym. Abonent telewizji publicznej mógłby dostawać kartę, pozwalającą na odbiór programów cyfrowych, po uiszczeniu odpowiedniej opłaty.

W Polsce jest 13,6 mln gospodarstwo domowych. Według CBOS 12,7 proc. rodzin ma już telewizor plazmowy lub LCD. Gdyby przyjąć założenia brytyjskie, gdzie pod abonament podlega każda osoba posiadająca radio, TV, komputer z kartą, magnetowid, odtwarzacz dvd bądź inny zestaw do odbioru telewizji naziemnej czy satelitarnej, zważywszy na ogromną popularność urządzeń elektronicznych, niemal każda rodzina byłaby potencjalnym klientem nadawców publicznych.

Ustalenie abonamentu na poziomie 15 zł na miesiąc (180 zł w stosunku rocznym, co jest stawką wysoce konkurencyjną wobec oferty nadawców prywatnych, pobierających znacznie wyższe opłaty) pozwalałoby na osiągnięcie wpływów abonamentowych przekraczających 1,5 mld zł rocznie. Trzeba zaznaczyć, że jest to dwukrotnie więcej od obecnych wpływów z abonamentu. Dzięki lepszej ofercie i oglądalności, przy stałej

tendencji wzrostu wydatków marketingowych, zwiększyłyby się także wpływy z reklam.

Nie ma sensu więc dyskusja o likwidacji abonamentu i pozbawiania telewizji publicznej wpływu za jej usługi. O wiele prostsze, zarówno w kwestii uruchomienia własnej platformy cyfrowej, jak i ściągalności opłat, jest potraktowanie abonamentu, nie jako podatku, lecz jako odpłatności za usługi dostarczania mediów cyfrowych.

## Rozdział IV. TVP na manowcach cyfryzacji

### Najważniejsze wnioski rozdziału

- 2008 rok był stracony dla cyfryzacji. Polska wciąż nie posiada, jako jeden z niewielu krajów europejskich, naziemnej telewizji cyfrowej. Wskutek konfliktu politycznego wokół TVP, oddaliły się szanse na budowę narodowej platformy cyfrowej. W dalszym ciągu nie ma strategii cyfryzacji.
- Rządy biurokratyczne w Polsce powodują, że w niektórych dziedzinach rozwoju technologicznego zaczynamy ustępować socjalistycznej Białorusi. Podczas gdy Polska, jako jeden z niewielu krajów europejskich nie posiada wciąż cyfrowej telewizji naziemnej, w 2010 r. Białoruś będzie w 80 proc. pokryta sygnałem telewizji cyfrowej. Już teraz dostęp do naziemnego sygnału cyfrowego na Białorusi jest dwukrotnie większy niż w Polsce.
- Jeśli TVP nie uruchomi własnej platformy cyfrowej, jest niechybnie skazana na porażkę. TVP traci rynek na rzecz konkurencji. Traci oglądalność i rynek reklam. Jeśli ubiegły rok nie zostanie zakończony stratą, pierwsza strata w historii TVP może być osiągnięta w roku bieżącym.
- Według danych Europejskiej Unii Nadawców, rynkowa pozycja TVP jest obecnie wciąż lepsza niż włoskiej RAI czy hiszpańskiej TVE. Jednak oglądalność TVP spadła na przestrzeni ostatnich czterech lat aż o 22 proc., a jeśli Telewizja Polska nie uruchomi własnej platformy cyfrowej, jej pozycja rynkowa ulegnie załamaniu.
- Największym problemem TVP jest upolitycznienie. Upolitycznienie mediów publicznych sprzyja niestabilności wewnątrz firmy, a także stanowi istotną barierę dla cyfryzacji w Polsce, uniemożliwiając budowę narodowej platformy cyfrowej.
- Lekcją dla TVP powinna być brytyjska BBC, gdzie samorządność i stabilność pozwoliła BBC stać się liderem rynku telewizyjnego na świecie i godnym naśladowania przykładem udanej cyfryzacji mediów publicznych.
- Z ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. wynika, że nadawanie cyfrowe TVP powinna traktować jako swój ustawowy obowiązek. TVP ma więc prawny obowiązek rozpowszechniania wszystkich swoich programów (włącznie z TVP HD i TVP Sport). Owo „rozpowszechnianie” zapewnia tylko własna platforma cyfrowa, a nie dystrybucja tych programów w sieciach kablowych czy cudzych platformach satelitarnych.

## Wstęp

Bitwa o stołek prezesa w końcówce 2008 r. jak żywo przypominała w TVP sytuację sprzed dwóch lat. O odwołaniu prezesa Urbańskiego mówiło się od wielu tygodni.

To dobrze, czy źle dla procesu cyfryzacji w Polsce?

Zważywszy na fakt, że poprzedni zarząd nie posunął się w kwestii cyfryzacji ani na krok do przodu – pewnie dobrze. Ale nie zapominajmy, że Piotr Farfał to czwarty prezes w ciągu ostatnich 4 lat. Taka niestabilność nie tylko utrudnia przeprowadzenie niezbędnej restrukturyzacji, ale uniemożliwia bieżące zarządzanie firmą, nie mówiąc już o przeprowadzeniu tak kluczowej, cywilizacyjnej i jakościowej zmiany, jaką jest cyfryzacja.

Zupełnie inaczej jest w brytyjskiej telewizji publicznej BBC, która nie tylko jest jednym z liderów rynku telewizyjnego na świecie, ale proces cyfryzacji przeprowadziła w sposób wzorowy, uruchamiając nieodpłatną, niekodowaną platformę FreeSat.

Bieżący raport ma na celu zwrócenie uwagi, że jak najszybsza cyfryzacja TVP jest procesem nieuniknionym i leży w interesie telewizji publicznej. Rok 2008 r. może być ostatnim takim dobrym rokiem w historii firmy. TVP traci rynek na rzecz konkurencji. Traci oglądalność i rynek reklam. Jeśli ubiegły rok nie zostanie zakończony stratą, pierwsza strata w historii TVP może być osiągnięta w roku bieżącym.

Jeśli TVP nie uruchomi własnej platformy cyfrowej, jest niechybnie skazana na porażkę. Przychody reklamowe konkurencji wzrosły o ok. 20 proc. w ostatnim roku. W TVP występuje przerost zatrudnienia, a jej efektywność jako firmy jest kilkadziesiąt razy słabsza niż konkurencji.

Co gorsze, TVP nie ma konkurencyjnego produktu, którym mogłaby podjąć walkę. Takim produktem mogłaby zostać platforma cyfrowa, coś na kształt brytyjskiego FreeSat. Jeśli ten projekt, o którym mówi się przecież od wielu lat, nie zostanie zrealizowany, należy zastanowić się nad sensem i zasadnością dalszego funkcjonowania mediów publicznych w Polsce.

Bez platformy cyfrowej, TVP stanie się studnią bez dna, gdzie topione będą pieniądze podatników, a firma podzieli w końcu los upadłych stoczni.

Rok straconych szans

2008 rok był stracony dla cyfryzacji. Polska wciąż nie posiada, jako jeden z niewielu krajów europejskich, naziemnej telewizji cyfrowej. Wskutek konfliktu politycznego wokół TVP, oddaliły się szanse na budowę narodowej platformy cyfrowej. W dalszym ciągu nie ma strategii cyfryzacji. Nie widać także szans, aby sytuacja poprawiła się w bieżącym roku.

Rozpoczynając projekt edukacyjno-badawczy pt. „Cyfrowa Polska” w 2008 r., byliśmy pełni optymizmu. Polacy masowo kupowali cyfrowe telewizory, stając się europejskimi liderami konsumpcji w tym zakresie. Komercyjna oferta kanałów cyfrowych, choć droga, zwłaszcza w porównaniu z zarobkami, nie była najgorsza.

### Między kartelizacją a nieróbstwem

Wydawało się, że nadawcy szybko dogadają się z regulatorem i naziemna telewizja cyfrowa ruszy zgodnie z planem, czyli w 2009 r. Niestety pojawiły się zakusy kartelizacji i zamknięcia rynku na konkurencję, co skonfliktowało obie strony i plany uruchomienia telewizji naziemnej zostały odroczone.

Podobnie działo się w przypadku cyfryzacji telewizji publicznej. Podczas gdy latem ubiegłego roku zarząd podjął wszelkie konieczne decyzje do budowy narodowej platformy cyfrowej, polityczny konflikt wokół zarządu TVP właściwie uniemożliwił wcielenie tych decyzji w życie. Faza zawieszenia, w jakiej tkwi obecnie telewizja publiczna, trwa nadal i może trwać jeszcze długo. Naturalnie ze szkodą dla cyfryzacji, ale o tym decydenci zdają się nie pamiętać.

Bierność nadawcy publicznego wykorzystały media komercyjne. Oferta „Telewizji na kartę” jest w zasadzie wyprzedzeniem oferty narodowej platformy cyfrowej, telewizji dla każdego, bez dodatkowych umów, bez abonamentów, na wzór brytyjskiej platformy FreeSat.

Dobrze została przyjęta przez rynek oferta TP SA. Tu też można upatrywać niewykorzystanej szansy przez TVP. Alians dwóch potentatów mógłby przynieść prawdziwą rewolucję na rynku. Tymczasem swoją pozycję na rynku umacniają dotychczasowi gracze: Cyfrowy Polsat, Cyfra+ i telewizja n, dzieląc rynek między siebie i wyznaczając trendy polskiej cyfryzacji.

Polska pozostaje jednym z najgorzej zcyfryzowanych krajów Unii Europejskiej, obok Rumunii i Bułgarii. Nie tylko nie posiadamy telewizji naziemnej, ale cyfryzacja jest wdrażana obecnie na bazie kompletnie niezrozumiałej alternatywy: albo telewizja naziemna, albo telewizja satelitarna, podczas gdy wszędzie na świecie konsument ma możliwość wyboru, w jaki sposób chce odbierać sygnał cyfrowy: czy to przez kabel, czy to przez Internet czy właśnie z satelity.

Nasz kraj wynegocjował wyłączenie nadajników analogowych w 2014 r. Tymczasem w 2012 r. współorganizujemy Mistrzostwa Europy w Piłce

Nożnej. Kibice nie wyobrażają sobie, że nie obejrzą meczów piłkarskiej reprezentacji w Polsce w rodzimej telewizji. I to nie w byle jakiej jakości, tylko w HD, bowiem w cyfryzację zainwestowali już we własnym zakresie, kupując markowe, „płaskie” telewizory.

### Grzechy główne cyfryzacji

Gdyby decydenci byli dojrzałymi do przeprowadzenia cyfryzacyjnego rachunku sumienia, musieliby wyliczyć wiele swoich grzechów zaniechania.

Kardynalnym błędem jest chaos widoczny w przeprowadzaniu procesu przechodzenia z nadawania analogowego na cyfrowe. W Polsce brakuje strategii cyfryzacji, a interes konsumenta przegrywa z rozgrywkami między Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, Ministerstwem Infrastruktury, zarządem TVP a gabinetem premiera. Podejmowane działania są nieprzemyślane, nieskoordynowane i rozproszone. Jedne decyzje są blokowane przez inne, przez co główne ośrodki decyzyjne trwają w niemocy. Najlepszym przykładem jest konflikt polityczny między rządem a zarządem telewizji publicznej. W takiej atmosferze przeprowadzenie modernizacji nadawcy publicznej staje się w zasadzie niemożliwe.

Niski poziom wiedzy merytorycznej decydentów nie ułatwia przeprowadzenia procesu cyfryzacji w Polsce. Już samo niezrozumienie faktu, że wszystkie technologie dystrybucji sygnału cyfrowego są komplementarne, jest karygodne. Polacy powinni mieć wolny wybór drogi odbioru telewizji cyfrowej, od odbioru naziemnego, po satelitarne. Kwestie technologiczne są kluczowe dla kształtu telewizji cyfrowej w Polsce. Decydenci okazywali się zbyt ulegli wobec wiodących graczy na rynku, co działało się ze szkodą dla konkurencji i konkurentów.

Istotny brak kompetencji dał się zauważyć także ze strony zarządu telewizji publicznej. Powołany zespół ekspertów, którzy mieli być strategami budowy platformy cyfrowej TVP, nie zaprezentował się od dobrej strony. W opracowaniach dotyczących projektu dał się zauważyć kompletny brak pomysłu na platformę cyfrową. Pomijając już to, że analizy opierały się na nieaktualnych danych i na raportach... Instytutu Globalizacji, co dobitnie świadczy, że zarządowi TVP brakowało i wiedzy, i mocy sprawczej, dla przeprowadzenia takiego projektu. Być może dlatego dobrze dla cyfryzacji jest, że poprzedni zarząd został w końcu odwołany.

Aż dziw bierze, że decydenci nie starali się dostrzec udanych przykładów cyfryzacji w innych krajach Unii Europejskiej. Przykład Wielkiej Brytanii, a w szczególności stworzenia nieodpłatnej, niekodowanej platformy FreeSat przez BBC, mógłby zostać w zasadzie skopiowany przez Polaków. Średnie koszty cyfryzacji na poziomie ok. 100 euro byłyby do zaakceptowania także dla rodzimego rynku. Ustalenie symbolicznej opłaty na poziomie 15 zł za dostęp do narodowej platformy cyfrowej zapewniłoby dwukrotnie większe wpływy do kasy niż środki uzyskiwane z abonamentu. Nikt jednak nie pokusił się o przeprowadzenie szczegółowych kalkulacji.

Wreszcie grzechem najcięższym wydaje się zupełne ignorowanie potrzeb i głosu konsumentów. Warto w tym miejscu przypomnieć, że Polacy przez dziesięciolecia łożący na utrzymanie TVP mają prawo wymagać od firmy dobrej cyfrowej telewizji, która należy się telewidzom jak przysłowiowa „psu buda”. Innymi słowy, TVP zaciągnęła w społeczeństwie moralny i finansowy dług, który powinna teraz spłacić.

### *Vox populi*

Z badań TNS OBOP, przeprowadzonych dla projektu „Cyfrowa Polska” w 2008 r. wynika jednoznacznie, że Polacy są źle przygotowani do cyfryzacji. Tylko 2 proc. respondentów dobrze ocenia prowadzoną politykę informacyjną. Aż 59 proc. ankietowanych chce, aby TVP uruchomiła własną platformę cyfrową jak najszybciej. Dla 47 proc. Polaków cyfryzacja jest priorytetem cywilizacyjnym, w kontekście Euro 2012, równie ważnym co budowa dróg i stadionów. Dla 63 proc. z nas telewizja cyfrowa w Polsce jest zbyt droga, a w pojawieniu się nowych graczy upatrujemy szansę na zwiększenie konkurencji i spadek cen.

Decydenci muszą w końcu usłyszeć głos ludu, który jest przecież głosem wyborców. Polacy są świadomi, że za cyfryzację w naszym kraju odpowiedzialny jest rząd RP i za cyfryzację rozliczą właśnie premiera (a być może przyszłego kandydata na urząd prezydenta). Musimy sobie uświadomić, że sukces cyfryzacji nie jest możliwy bez strategii. Tylko kiedy ona powstanie, skoro w końcówce ubiegłego roku parlamentarzyści po raz kolejny przełożyli debatę o cyfryzacji?

Uruchomienie narodowej platformy cyfrowej możliwe byłoby w ciągu 12 miesięcy. Cóż z tego, skoro obecny zarząd planuje „przetrwac co najmniej do wyborów do europarlamentu”, co może wskazywać, że przez kolejne pół roku nie zamierza robić nic więcej od „trwania”? W jaki sposób chcemy więc zdążyć z cyfryzacją na Euro 2012? Czy znów staniemy się pośmiewiskiem Europy, skoro w 2010 r. powszechną cyfryzację będzie miała za sobą nawet... Białoruś?

### Gorzej niż na Białorusi

Rządy biurokratyczne w Polsce powodują, że w niektórych dziedzinach rozwoju technologicznego zaczynamy ustępować socjalistycznej Białorusi.

Podczas gdy Polska, jako jeden z niewielu krajów europejskich, nie posiada wciąż cyfrowej telewizji naziemnej, w 2010 r. Białoruś będzie w 80 proc. pokryta sygnałem telewizji cyfrowej. Już teraz dostęp do naziemnego sygnału cyfrowego na Białorusi jest dwukrotnie większy niż w Polsce.

Według zapewnień władzy, niska cena sprawi, iż każdy obywatel będzie mógł w miarę tanio podłączyć się do cyfrowej telewizji. Na Białorusi lepsza



telewizja niż w Polsce? Tak to jest, gdy procesy cywilizacyjne powierza się urzędnikom...

## Wstyd i hańba

Jeśli Białoruś – autorytarny, socjalistyczny kraj pod rządami dyktatora Łukaszenki – stanie się w zakresie cyfryzacji bardziej zaawansowany od Polski, będzie to międzynarodowy skandal, za który odpowiedzialna jest rodzima biurokracja.

Biurokracja w Warszawie toczy wojnę między sobą, uniemożliwiając konsumentom korzystanie z zalet telewizji cyfrowej nad Wisłą. Naturalnie każdy telewidz może sobie wykupić usługę w komercyjnej platformie, niemniej jest niezrozumiałe, dlaczego za proces jakby nie było przymusowy i narzucony odgórnie przez Komisję Europejską powinni bezpośrednio płacić podatnicy.

Jak wyglądała wojna w biurokracji w 2008 r.? Jeszcze w połowie listopada ubiegłego roku, Urząd Komunikacji Elektronicznej i Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji poinformowały, że są w stanie osiągnąć porozumienie w zakresie stworzenia naziemnej telewizji cyfrowej. KRRiT miała przedstawić UKE plan zagospodarowania dwóch pierwszych multipleksów, gdzie na każdym z nich miało się zmieścić po kilka kanałów cyfrowych.

UKE proponował udostępnienie pierwszego z multipleksów dotychczasowym nadawcom: m.in. TVP, TV Puls, Polsatowi i TVN, pod warunkiem rezygnacji z nadawania analogowego przed wygaśnięciem koncesji w 2015 r.

Tymczasem KRRiT chciała rozszerzenia koncesji dla dotychczasowych nadawców, bez zmiany warunków częstotliwości, postulowanych przez UKE. KRRiT sprzeciwiła się także rozpisaniu przetargu na obsługę drugiego z multipleksów. Kolejne negocjacje wydawały się przedłużać w nieskończoność.

W międzyczasie sojusz TVP, Polsatu i TVN, wspólnie apelujących do marszałka sejmu o zachowanie abonamentu, rozsypał się jak worek z kart. TVP już w czerwcu ubiegłego roku złożyła wniosek o rezerwację częstotliwości w pierwszym multipleksie, natomiast Polsat i TVN poinformowały, że zrezygnują z wcześniejszej koncesji na nadawanie analogowe, jeżeli telewizja naziemna będzie dostępna dla 95 proc. gospodarstw domowych, co z technologicznego punktu widzenia jest nie do spełnienia.

## Walka biurokratów trwa

Nieoczekiwanie 19 listopada 2008 r. UKE poinformował, że... wycofuje się częściowo z projektu uruchomienia telewizji naziemnej w Polsce i rezygnuje z konkursu na operatora drugiego multipleksu. Jego kompetencje przejęła KRRiT, która ustaliła założenia konkursów na oba

pierwsze multipleksy. Rada ma ogłosić konkurs już w styczniu 2009 r. Przesunęła także datę wyłączenia nadawania analogowego z grudnia 2012 r. na lipiec 2013 r.

W grudniu 2008 r. UKE ogłosił, że na telewizję naziemną zostaną przeznaczone tylko trzy multipleksy z planowanych siedmiu. Reszta pójdzie na telewizję mobilną i szerokopasmowy Internet. KRRiT chce, aby dla telewizji cyfrowej multipleksów było co najmniej cztery. Zaskoczeni zostali nadawcy, którzy widzieliby jeszcze więcej miejsca dla siebie. Tymczasem Polska Izba Radiodiffuzji Cyfrowej, zrzeszająca producentów sprzętu do telewizji cyfrowej, zaapelowała do premiera o powołanie pełnomocnika rządu ds. cyfryzacji, bowiem sytuacja wymyka się spod kontroli. PIRC uważa, że głos ekspercki jest pomijany w całym procesie. Debata publiczna faktycznie nie istnieje, bowiem wszelkie decyzje podejmowane są z góry.

Niestety zbyt dużego interwencjonizmu państwa żąda szefowa PIRC Krystyna Roślan-Kuhn. Postuluje ona powołanie rządowej fundacji do celów informacyjnych. Ponadto opowiada się ona za opłacaniem set-top-boxów przez państwo. To już pomysł z czasów realnego socjalizmu, gdzie PRL fundowało obywatelom rozrywkę. Nie można zapominać, że państwo wydaje pieniądze podatnika, a podatnik nie powinien ponosić tak dużych kosztów cyfryzacji. Proces cyfryzacyjny oparty na monopolu państwa, a nie wolnej konkurencji, np. producentów set-top-boxów to najdroższe i najgorsze rozwiązanie.

Po co komu telewizja naziemna?

Biurokraci ujawnili już, ile będzie kosztowała cyfryzacja w ich wydaniu. Witold Kołodziejski, przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, zapowiedział, że koszty dofinansowania kupna dekodery do odbioru telewizji naziemnej wyniosą ok. 400 mln zł. Oznacza to, że urzędnicy będą starali się wymusić na rządzie sfinansowanie dekodery dla kilkuset tysięcy Polaków.

Otwarte pozostaje pytanie, po co komu telewizja naziemna, skoro uruchomienie przez TVP satelitarnej platformy cyfrowej byłoby nie tylko tańsze, ale także mniej uciążliwe dla podatnika, ponieważ programy można by oglądać, korzystając z już posiadanego sprzętu?

Najbardziej absurdalnym uzasadnieniem, które ostatnio usłyszałem, jest kwestia... bezpieczeństwa narodowego. Podobno krąży opinia, a podała mi ją analityczka bardzo poważnej firmy, że telewizja naziemna jest bardziej użyteczna dla rządu na wypadek wojny. Cóż za kompletna bzdura! Przecież nie ma nic łatwiejszego niż zniszczenie kilku węzłów przesyłowych, o nadajnikach nie wspominając. A jak zakłócić nadawanie satelitarne? Rozpętać gwiazdne wojny?

Tutaj należy politykom patrzeć uważnie na ręce, jaka firma produkująca dekodery otrzyma to gigantyczne państwowe zamówienie, skoro rządzący

zamierzają pozbawić telewidzów możliwości wyboru zakupu dekodera na wolnym rynku.

Kończy się okres dominacji TVP

Odwlekanie cyfryzacji w nieskończoność spowoduje, że rola telewizji publicznej jako lidera rynku telewizyjnego wkrótce przejdzie do historii.

Telewizja Polska zmierza ku przepaści na własne życzenie. Według dokumentu „Strategia programowa cyfrowej platformy TVP” z końca września ubiegłego roku, do którego dotarł Instytut Globalizacji, rodzimy nadawca wciąż posiada największy udział w rynku spośród nadawców publicznych w Europie. Według danych Europejskiej Unii Nadawców, rynkowa pozycja TVP jest obecnie wciąż lepsza niż włoskiej RAI czy hiszpańskiej TVE. Jednak oglądalność TVP spadła na przestrzeni ostatnich czterech lat aż o 22 proc., a jeśli Telewizja Polska nie uruchomi własnej platformy cyfrowej, jej pozycja rynkowa ulegnie załamaniu.

TVP chce budować, ale nie buduje

O konieczności budowy własnej, narodowej platformy cyfrowej przez telewizję publiczną mówiło się już za prezesury Jana Dworaka. Cóż z tego, skoro były to słowa rzucane na wiatr. Od tego czasu inwestycja nie może ruszyć z miejsca. Mimo iż latem ubiegłego roku TVP przygotowała już biznes plan nowego przedsięwzięcia, a zarząd podjął stosowne uchwały do jego wdrożenia, projekt rozplynął się prawdopodobnie wskutek politycznego konfliktu między obecnym zarządem a rządem PO, który stara się ów zarząd odwołać.

Tymczasem cyfryzacja, bardzo istotny proces cywilizacyjny, który większość krajów europejskich ma już za sobą, stała się ofiarą tego konfliktu. Poszkodowanymi są przede wszystkim telewidzowie, którzy w odróżnieniu od mieszkańców innych krajów Europy, np. Francji czy Wielkiej Brytanii, nie mogą odbierać telewizji publicznej w wysokiej, cyfrowej jakości. Udana cyfryzacja w kontekście organizacji przez Polskę Euro 2012 jest niemniej ważna od budowy infrastruktury transportowej czy stadionów.

Warto tutaj zaznaczyć, że Polacy znakomicie przygotowują się do cyfryzacji we własnym zakresie i już większość kupowanych u nas telewizorów to nowoczesne telewizory cyfrowe, gotowe do odbioru programów wysokiej rozdzielczości (HD). Polacy wciąż nie wiedzą natomiast, co się stanie, gdy w 2014 r., zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej, nadawanie analogowe zostanie wyłączone całkowicie. Największe straty cyfryzacyjnego zaniechania poniesie TVP jako firma. Eksperti są nad wyraz zgodni, że bez własnej, wysoce konkurencyjnej oferty platformy cyfrowej, TVP jest skazana na rynkową porażkę. Konkurencja ze strony dwóch największych prywatnych nadawców: Polsatu i TVN sprowadziła TVP na ziemię, która z pozycji lidera coraz wyraźniej jest usuwana w cień.

## Niska konkurencyjność

Włodarze TVP przyznają sami: telewizja publiczna nie ma w zasadzie czym konkurować ze stacjami prywatnymi. Oferta programowa jest niezwykle uboga. Nadawca publiczny przegrywa z konkurencją mizerną liczbą atrakcyjnych transmisji sportowych, słabym repertuarem filmowym i niewielką ilością kanałów tematycznych – czyli w zasadzie najważniejszymi elementami, które współczesnego telewidza przyciągają przed ekran.

To nadawcy prywatni transmitują spotkania Ekstraklasy, Ligi Mistrzów, mistrzostw w piłce nożnej, piłce ręcznej, siatkówce czy zawodów Formuły 1. Wyspecjalizowane platformy emitują filmy, które przed miesiącami miały swoją premierę w kinie, a najczęściej oglądanym kanałem tematycznym jest TVN24, natomiast najpopularniejszy publiczny kanał tematyczny TV Polonia zajmuje dopiero 9. miejsce.

Gdy dodać do tego bardzo niską od strony technologicznej jakość obrazu i dźwięku, na które goniący za nowinkami technicznymi konsument szczególnie zwraca uwagę, mamy już całkowity obraz katastrofy. W TVP czas zatrzymał się w miejscu, natomiast wszędzie na świecie dobra cyfrowa jakość jest już standardem. Nadawca publiczny nie potrzebuje zmian, lecz cyfrowej rewolucji.

Przededefiniowaniu powinna zostać poddana przede wszystkim misja publiczna. Wszelkie definicje tzw. „misji publicznej” ukute przez intelektualistów związanych z mediami są dla płatników abonamentów niezrozumiałe. Z punktu widzenia podatnika jedyną misją telewizji publicznej powinno być dostarczanie jak najlepszego sygnału cyfrowego, jak największej liczbie obywateli, po możliwie najniższych kosztach.

## Rynek czeka

Jest o co walczyć. Ponad 13,5 mln gospodarstw domowych posiada co najmniej jeden telewizor. Jednak już połowa rodzin odbiera sygnał telewizyjny za pomocą kabla lub przekazu satelitarnego, a nie archaicznej pokojowej anteny do obioru analogowego.

Niestety władze TVP nie mają bladego pojęcia co robić. W cytowanym dokumencie, opracowanym przez Komisję ds. Opracowania Strategii Programów Wyspecjalizowanych oraz Opracowania Modelu Platformowego Cyfrowej Platformy TVP SA, „strategia” zajmuje zaledwie 4 strony tekstu na 61 stron dokumentu, z czego 1 strona obejmuje wnioski z raportu nt. cyfryzacji, przygotowanego przez Instytut Globalizacji.

Oznacza to, że TVP nie jest w stanie samodzielnie stworzyć własnej platformy cyfrowej, nie posiadając odpowiedniej wiedzy i kompetencji. Obecny zarząd może jednak zapisać się złotymi zgłoskami w historii telewizji publicznej, sięgnąć po zewnętrznych profesjonalistów i natychmiast rozpocząć pracę nad projektem.

W ujawnionych założeniach do nowej ustawy medialnej nie ma zapisanego ani słowa o cyfryzacji, ani o planach utworzenia narodowej platformy cyfrowej! Zamiast konkretnych tezy do projektu „Ustawy o zadaniach publicznych w dziedzinie audiowizualnych usług medialnych” zawierają poprawnie polityczne założenia o równouprawnieniu i pluralizmie treści.

Autorzy nowej ustawy medialnej nie ukrywają też chęci dalszego wzmocnienia wiodących prym na rynku nadawców prywatnych, dodatkowo poprzez licencjonowanie i dotowanie elementów mających się składać na realizację „misji publicznej”. Oznacza to faktyczną zgodę na dalsze osłabienie TVP. Wydaje się to działaniem nieracjonalnym. Znacznie lepsze byłoby utrzymanie obecnej pozycji lidera rynku telewizyjnego TVP, a następnie jej prywatyzacja, umożliwiająca wejście doń inwestora strategicznego, co zwiększyłoby konkurencję na rynku telewizyjnym z pożytkiem dla widzów.

### Być jak BBC

W strategii budowy narodowej platformy cyfrowej uderza jeszcze coś innego. Mianowicie skupienie się na realizacji projektu minimum, jak przyznają sami autorzy strategii „tylko podstawowych funkcjonalności” telewizji cyfrowej. Stratedzy TVP zamierzają się przy tym wzorować na udanym przykładzie cyfryzacji nadawcy publicznego, jakim jest brytyjska BBC, która uruchomiła narodową platformę FreeSat.

FreeSat to nieodpłatna satelitarna platforma cyfrowa, która jest uzupełnieniem istniejącej, także darmowej, naziemnej platformy cyfrowej FreeView. Platforma FreeSat, którą utworzyła telewizja BBC, powstała w celu rozpowszechnienia bezpłatnej telewizji cyfrowej na terenie całej Wielkiej Brytanii, ponieważ oferta telewizji naziemnej nie dociera do każdego zakątka kraju.

Z tym, że brytyjski nadawca publiczny nie zaproponował konsumentom byle czego, lecz w pełni funkcjonalną telewizję cyfrową z programami HD, wideo na żądanie, możliwością nagrywania i cofania programów, a także dostępem do poczty elektronicznej, gier multimedialnych, telezakupów i pełnej interaktywności.

Jeśli TVP chce zachować konkurencyjność, to powinna iść w ślady BBC. Jak wyliczył Instytut Globalizacji, gdyby opłatę za dostęp do narodowej platformy cyfrowej potraktować jako opłatę za usługę, a nie jako podatek, to podniosłaby się ściągalskość opłat. Ustalenie abonamentu na poziomie 15 zł na miesiąc pozwalałoby na osiągnięcie wpływów abonamentowych przekraczających 1,5 mld zł rocznie. Jest to dwukrotnie więcej od obecnych wpływów z abonamentu.

Warto wspomnieć, że przeciętna brytyjska rodzina wydała na cyfryzację równowartość 200-600 zł. Zastosowanie ulgi cyfryzacyjnej – możliwość odpisania od podatku środków wydanych na przymusową cyfryzację,

pozwoiłoby zaakceptować Polakom koszty owego cywilizacyjnego, milowego kroku do przodu.

Polityka ponad kompetencjami

Największym problemem TVP jest upolitycznienie. Podporządkowanie telewizji publicznej polityce sprawia, że TVP przegrywa na własne życzenie.

Upolitycznienie mediów publicznych sprzyja niestabilności wewnątrz firmy, praktycznie uniemożliwia sprawne zarządzanie, a także stanowi istotną barierę dla cyfryzacji w Polsce.

Jak funkcjonuje element podporządkowania mediów publicznych polityce, można było dokładnie prześledzić na przykładzie ostatnich trzech lat. W czasie sprawowania władzy przez Prawo i Sprawiedliwość, na stanowisko prezesa TVP został powołany niezależny dziennikarz Bronisław Wildstein. Gdy niezależność Wildsteina przestała być na rękę koalicjantom z Ligi Polskich Rodzin i Samoobrony, zaczęto przygotowywać grunt pod odwołanie B. Wildsteina z funkcji prezesa.

Pod koniec grudnia 2006 r. wiceprzewodniczący rady nadzorczej TVP z rekomendacji Samoobrony, Robert Rynkun-Werner, zgłosił wniosek o odwołanie z funkcji ówczesnego prezesa zarządu. Uzasadnieniem był „brak wizji (...), brak wspólnej polityki na przyszłość”. Zwolnienia Wildsteina głośno domagał się szef Samoobrony Andrzej Lepper oraz lider LPR Roman Giertych.

W rezultacie Bronisław Wildstein został odwołany. Komentował, że „jest to decyzja polityczna”. Natychmiast po odwołaniu Wildsteina część dziennikarzy w proteście opuściła redakcję TVP. Na jego miejsce został powołany Andrzej Urbański, popierany przez Prawo i Sprawiedliwość.

Po powołaniu na funkcję prezesa w lutym 2007 r. Urbański kontynuował zmiany personalne w zespole. Komentatorzy podkreślali, że kluczem do zatrudnienia była dyspozycyjność polityczna, a nie kompetencje.

Do analogicznej sytuacji dochodzi dwa lata później. Pod koniec 2008 r. decyzją rady nadzorczej zostaje odwołany Andrzej Urbański. Jego miejsce zajmuje Piotr Farfał, kojarzony z obozem Młodzieży Wszechpolskiej. Równolegle dziennikarze spekulują, że doszło do sojuszu rządzącej w kraju Platformy Obywatelskiej z SLD, w celu uchwalenia nowej ustawy medialnej. PO i SLD chcą także odsunąć od wpływu na media publiczne ludzi poprzedniej władzy.

Po objęciu stołka przez Piotra Farfała historia się powtarza. Ludzi kojarzonych z PiS wypierają osoby związane z LPR i Młodzieżą Wszechpolską. W ten sposób na oczach opinii publicznej w bardzo krótkim czasie dokonuje się kolejna rewolucja kadrowa. Rewolucja, która nie ma na

celu zastąpienia gorszych pracowników lepszymi, lecz wymianę obcych na swoich.

Jasno widać, że bez pozbawienia polityków wpływu na TVP, nie jest możliwa żadna reforma, czy wręcz drobna zmiana w lepszym kierunku. Upolitycznienie TVP praktycznie wyklucza przeprowadzenie cyfryzacji. To również widać od wielu lat. Zwycięstwo PO w wyborach parlamentarnych dodatkowo skomplikowało sprawę. Zarząd TVP znalazł się w otwartym konflikcie z rządem. Rząd za wszelką cenę dąży do zmian szefostwa mediów publicznych czy składu KRRiT. W dodatku toczą bój różne polityczne frakcje wewnątrz TVP.

Jak w takiej atmosferze podejmować kluczowe decyzje w sprawie przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe? Nic dziwnego, że poszczególne zarządy boją się podejmować jakiegokolwiek działania przyspieszające proces cyfryzacji, skoro nie są pewne swej przyszłości.

Warto porównać sytuację w Polsce np. z sytuacją w Wielkiej Brytanii. Podczas gdy TVP to obraz chaosu, stagnacji, upolitycznienia i trzęsień ziemi, brytyjska telewizja publiczna jest jednym z liderów rynku telewizyjnego na świecie.

Przy TVP, BBC to oaza stabilności, nowoczesności i spokoju. BBC cieszy się częściową autonomią, co nie wyklucza jednak pewnych wpływów politycznych czy konfliktów. Jednak w porównaniu z sytuacją w Polsce, nie mają one aż tak bulwersującego charakteru.

BBC, powstała w latach 20. ubiegłego wieku, jest znacznie lepiej zarządzana od TVP, mimo że jako firma jest znacznie większa, co może nastroczać dużo problemów i trudności. BBC zatrudnia 28,5 tys. pracowników, dysponuje rocznym budżetem przekraczającym 4,3 mld GBP (ponad 3 mld GBP stanowią same wpływy z abonamentu) i jest dostępna w 200 krajach świata. BBC oferuje nieporównywalną z TVP ofertę programową, interaktywną czy internetową.

Firma jest zarządzana przez Radę Dyrektorów, a nadzorowana przez BBC Trust. Jeśli dochodzi do zmian w zarządzie, to nie są to bynajmniej zmiany wymuszone przynależnością do określonego obozu politycznego. Od kiedy Greg Dyke podał się do dymisji ze względów honorowych, od 2004 r. funkcję prezesa BBC pełni Mark Thompson. Gdy okazało się, że w 2006 r. Thompson zarobił znacznie więcej od swojego poprzednika, sam zrzekł się przysługującej mu premii.

Sytuacja jest kontrastowa zarówno w obliczu faktu, że TVP miała w tym samym okresie 4 prezesów (Dworak, Wildstein, Urbański, Farfał), jak i tego, że wszelkie umowy z managementem w TVP są obwarowywane wieloma klauzami zapewniającymi odchodzącym sowite odprawy.

Kontrastowe jest także podejście dziennikarzy BBC i TVP do swojej profesji. Podczas gdy w Polsce dyskutuje się nad dyspozycyjnością, lojalnością i

sympatiami politycznymi redaktorów i wydawców, brytyjscy dziennikarze jak dekalogu przestrzegają swojego kodeksu, który stał się swoistym standardem anglosaskiego dziennikarstwa. Wśród wartości, które wymienia kodeks dziennikarza BBC, jest bezstronność (szeroki zakres opinii przedstawiony w sposób zrównoważony i pozbawiony uprzedzeń), dokładność i rzetelność (sprawdzanie faktów, dogłębne badanie tła i posługiwanie się archiwum), uczciwość (uczciwe traktowanie wszystkich rozmówców), szacunek (prezentowanie programów bez naruszania godności i wartości odbiorców) czy niezależność.

Nic więc dziwnego, że stabilność polityczna BBC pozwala na czerpanie znacznych korzyści z procesu cyfryzacji.

Casus BBC powinien być lekcją dla TVP, szczególnie w kwestii przeprowadzenia udanej cyfryzacji, bez względu na sytuację polityczną w kraju.

Nadawanie cyfrowe jako ustawy obowiązek

Z ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. wynika, że nadawanie cyfrowe TVP powinna traktować jako swój ustawy obowiązek. Warto przypomnieć cały rozdział 4 cytowanego prawa:

#### Rozdział 4 Publiczna radiofonia i telewizja

Art. 21. 1. Do zadań publicznej radiofonii i telewizji należy w szczególności:

- 1) tworzenie i rozpowszechnianie ogólnokrajowych i regionalnych programów radiowych i telewizyjnych,
- 2) budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych,
- 3) rozpowszechnianie przekazów tekstowych,
- 4) prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych,
- 5) prowadzenie działalności produkcyjnej, usługowej i handlowej związanej z twórczością audiowizualną, w tym eksportu i importu,
- 6) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej,
- 7) tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą.

Powstrzymanie się telewizji publicznej od cyfrowego nadawania stanowi niewywiązywanie się ze swoich ustawowych obowiązków. Niezależni prawnicy oraz pracownicy związani z TVP, z którymi rozmawiali eksperci Instytutu Globalizacji podczas przygotowywania niniejszego raportu, bardzo często podkreślali tę kwestię w aspekcie zaniechania cyfryzacji telewizji publicznej.



- Telewizja nie wywiązuje się ze swoich ustawowych obowiązków – powiedział Instytutowi Globalizacji jeden z wysoko postawionych pracowników spółki, pragnący zachować anonimowość.

TVP ma więc prawny obowiązek rozpowszechniania wszystkich swoich programów (włącznie z TVP HD i TVP Sport). Owo „rozpowszechnianie” zapewnia tylko własna platforma cyfrowa, a nie dystrybucja tych programów w sieciach kablowych czy cudzych platformach satelitarnych.

Instytut Globalizacji zwrócił się z pytaniem o świadomość tego obowiązku do obecnie urzędującego prezesa Piotra Farfała. Pytaliśmy także o plany realizacji zadań TVP w zakresie cyfryzacji. Nasze pismo pozostało bez odpowiedzi. Miejmy nadzieję, że nie odzwierciedla to stosunku nowego zarządu TVP do cyfryzacji w Polsce.

## O autorze

Dr Tomasz Teluk jest prezesem Instytutu Globalizacji. Był ekspertem brukselskiego Centre for the New Europe oraz Centrum im. Adama Smitha. Obecnie komentuje najważniejsze wydarzenia gospodarcze m.in. dla „Wprost”, „Gazety Polskiej”, „The WallStreetJournal Polska”, „Pulsu Biznesu”, „Warsaw Business Journal”, TVN CNBC, TVP, Biznes TV, Polskiego Radia i wielu innych. Jest autorem kilkuset artykułów i kilku książek z zakresu nowych technologii i ekonomii.

Informacji udziela:

Fundacja Instytut Globalizacji,  
ul. Opawska 1/4  
44-100 Gliwice  
[www.globalizacja.org](http://www.globalizacja.org)  
[instytut@globalizacja.org](mailto:instytut@globalizacja.org)  
tel. + 48 600 023 118  
+ 48 32 232 65 54

**Instytut Globalizacji** jest prywatnym wolnorynkowym instytutem spraw publicznych założonym w 2005 r. Organizacja prowadzi badania z zakresu konkurencyjności, ochrony środowiska, ochrony zdrowia i globalizacji. Do Rady Instytutu należą naukowcy z uznanych ośrodków m.in. Heritage Foundation, CATO Institute, Institute of World Politics czy Centre for the New Europe. W 2007 r. Instytut Globalizacji został nominowany do europejskiej nagrody dla najlepszego instytutu spraw publicznych.