



# NOWY ŁĄD MEDIALNY

Jakie będą media w nowej epoce?  
18 listopada 2021 r.



OCZYSZ-  
CZALNIA

LABORA  
+ORIUM



Opracowanie powstało na zlecenie Laboratorium „Więzi”  
w ramach projektu Oczyszczalnia 21/22

Autor: Bartosz Bartosik  
Skład i oprawa graficzna: Marcin Kiedio

Strona internetowa projektu Oczyszczalnia: [www.projektooczyszczalnia.wiez.pl](http://www.projektooczyszczalnia.wiez.pl)  
Strona internetowa Laboratorium „Więzi”: [www.wiez.com.pl/laboratorium](http://www.wiez.com.pl/laboratorium)

Adres kontaktowy: [bartosz.bartosik@wiez.pl](mailto:bartosz.bartosik@wiez.pl)

Towarzystwo Więź  
ul. Trębacka 3, 00-074 Warszawa

## **SPIS TREŚCI**

Infografika I	Wartość rynku crowdfundingowego w Polsce oraz wartość crowdfundingu cyklicznego w Polsce w latach 2019–2021	<b>2</b>
Infografika II	Największe medialne profile w crowdfundingowym serwisie Patronite miesięcznie i sumarycznie (stan na 6 listopada 2021 r.)	<b>3</b>
Infografika III	Wartość rynku reklamowego w Polsce	<b>4</b>
Infografika IV	Kobiety na najważniejszych stanowiskach w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji i Telewizji Polskiej	<b>5</b>
Infografika V	Zadania mediów wg ustawy medialnej	<b>5</b>
Infografika VI	Polska i kraje Grupy Wyszehradzkiej w rankingu wolności mediów na tle czołówki	<b>7</b>
Infografika VII	Oglądalność stacji telewizyjnych w I półroczu 2021 r. – średnia dobową liczba widzów i udział w rynku	<b>8</b>
Infografika VIII	Oglądalność dzienników telewizyjnych w II kwartale 2021 r. – średnia dobową liczba widzów	<b>8</b>
Infografika IX	Słuchalność stacji radiowych w III kwartale 2021 r. – udział w czasie słuchania	<b>9</b>
Infografika X	Średnia roczna słuchalność Trójki w ostatnich latach – udział w czasie słuchania	<b>9</b>
Infografika XI	Średnia miesięczna sprzedaż wydań ogólnopolskiej prasy codziennej ogółem – włącznie z e-wydaniami – w okresie między kwietniem a wrześniem 2021 r.	<b>10</b>
Infografika XII	Sprzedaż tygodników opinii ogółem – włącznie z e-wydaniami – między kwietniem a wrześniem 2021 r.	<b>10</b>
	Kalendarium medialne III RP	<b>11</b>



## CROWDFUNDING

Crowdfunding – finansowanie społecznościowe – stał się w ostatnich latach jednym z najpopularniejszych sposobów dla mediów i dziennikarzy niezależnych na pozyskanie środków do prowadzenia działalności. Platformy crowdfundingowe udostępniają narzędzia, by pośredniczyć w interakcji między odbiorcami mediów a ich twórcami.

Zwolennicy tego modelu finansowego uważają, że jest on szansą na odbudowanie bliskiej relacji między mediami a ich odbiorcami. Podkreślają, że wzmacnia on też niezależność dziennikarską od reklamodawców czy nacisków politycznych. Sceptycy z kolei zwracają uwagę, że uzależnienie od wpłat odbiorców może skutkować auto-cenzurą i stronniczością w relacjonowaniu spraw, które mogłyby wywołać negatywne opinie wpłacających.

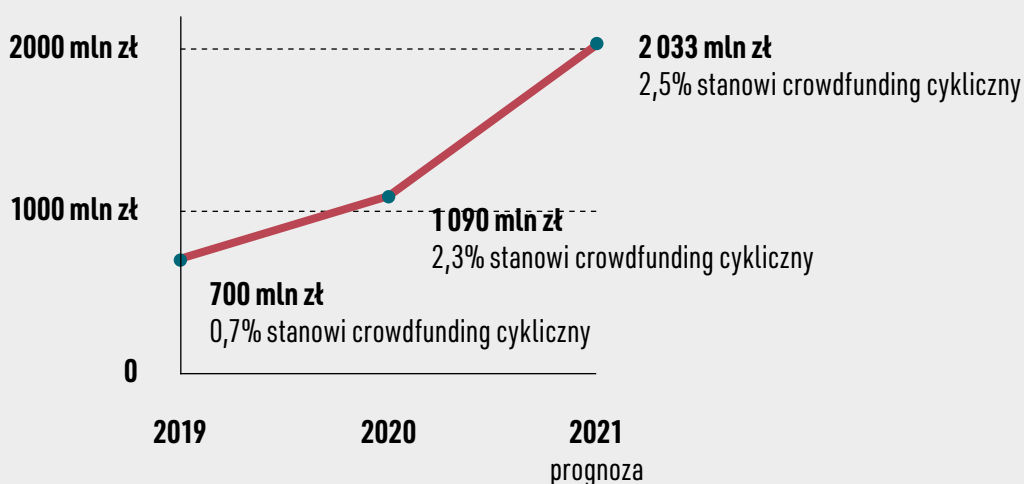
Projekty medialne są tylko niewielką częścią crowdfundingu i mają swoją specyfikę. Częściej niż inne inicjatywy używają zbiórek cyklicznych – w myśl zasady, że regularna, comiesięczna wpłata jest lepsza od jednorazowego przelewu. Pozwala to na utrzymanie działalności w dłuższej perspektywie czasowej i zachęca twórców treści do utrzymywania relacji z ich odbiorcami.

Według prognoz ogólnonarodowych i lokalnych rynek crowdfundingowy będzie w najbliższych latach szybko rósł.

### INFOGRAFIKA I

#### Wartość rynku crowdfundingowego w Polsce oraz i udział w rynku crowdfundingu cyklicznego w Polsce w latach 2019–2021

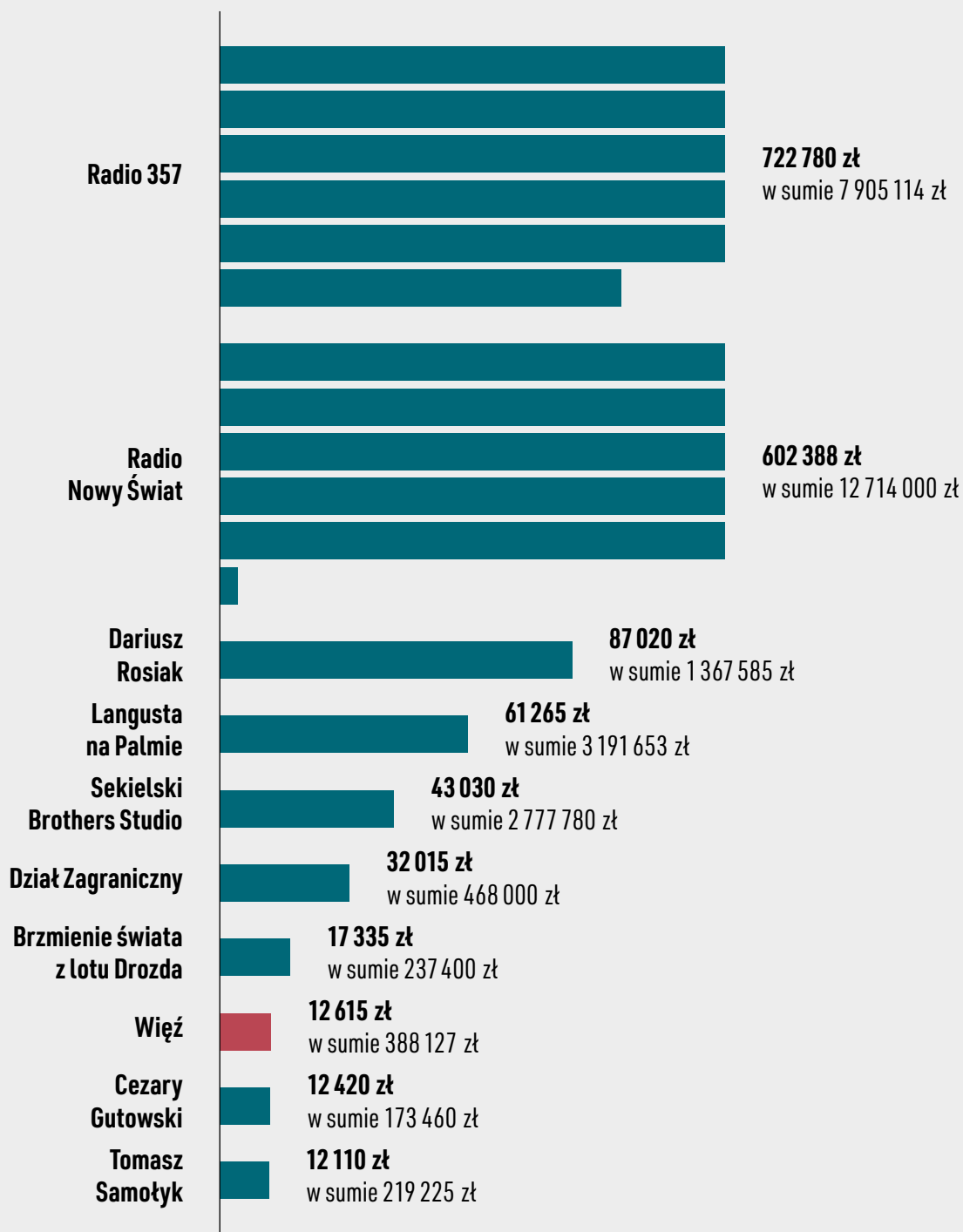
ŹRÓDŁO: Zrzutka, WirtualneMedia



INFOGRAFIKA II

**Największe medialne profile w crowdfundingowym serwisie Patronite  
miesięcznie i sumarycznie (stan na 6 listopada 2021 r.)**

źródło: Patronite





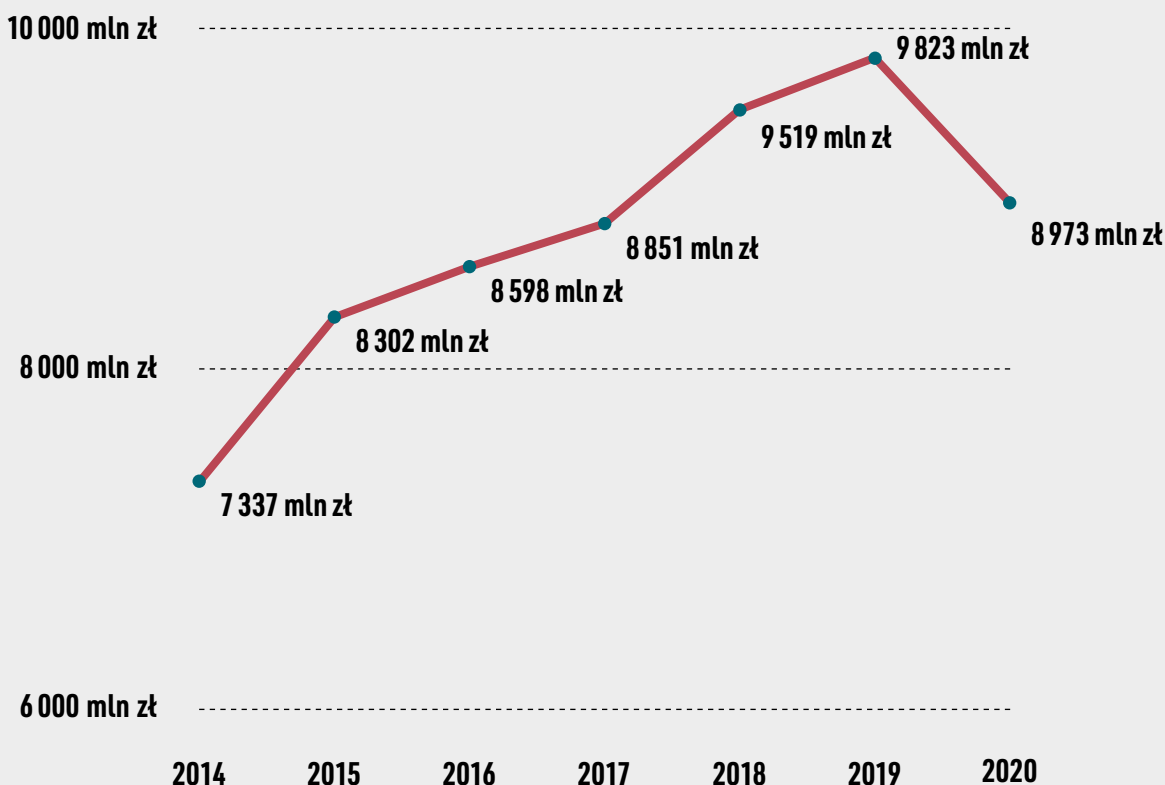
## RYNEK REKLAMOWY

Wartość rynku reklamowego w Polsce systematycznie rosta aż do wybuchu pandemii COVID-19. Jednak mimo spadku w ujęciu rocznym, już pod koniec 2020 r. wydatki reklamowe wróciły do poziomu z 2019 r. i systematycznie rosną, co prawdopodobnie oznacza powrót do przedpandemicznego trendu wzrostowego. Największym kanałem marketingowym jest w Polsce telewizja, która emituje ok. 44 proc. wartości całego rynku, ale z roku na rok zwiększa się udział reklam internetowych, a trend ten przyspieszyła pandemia. Spada za to sprzedaż reklam w prasie.

### INFOGRAFIKA III

#### Wartość rynku reklamowego w Polsce

ŹRÓDŁO: Publicis Groupe



**OCZYSZCZALNIA**

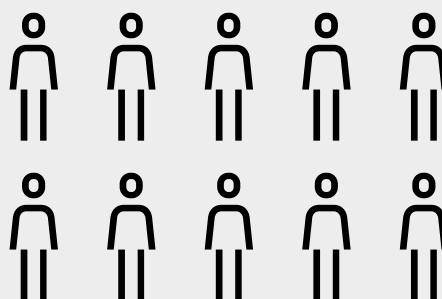
**LABORA + ORIUM** WIEZI

INFOGRAFIKA IV

Kobiety na najważniejszych stanowiskach w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji i Telewizji Polskiej

**2/10** przewodniczących  
Krajowej Rady  
Radiofonii i Telewizji

**0/10** prezesów TVP



INFOGRAFIKA V

Zadania mediów wg ustawy medialnej

**1** dostarczanie informacji

**2** udostępnianie dóbr kultury i sztuki

**3** ułatwienie korzystania z oświaty i dorobku nauki

**3a** upowszechnienie edukacji obywatelskiej

**4** dostarczanie rozrywki

**5** popieranie krajowej twórczości audiowizualnej



## **RANKING WOLNOŚCI MEDIÓW**

Ranking wolności mediów Reporterów bez Granic istnieje od 2002 r. i powstaje na podstawie ankiet wypełnianych przez dziennikarzy, prawników i socjologów z całego świata. Pytania w formularzu są przyporządkowane do jednej ze skal: 1) pluralizmu; 2) niezależności mediów; 3) wsparcia środowiskowego i autocenzury; 4) ładu prawnego; 5) transparentności; 6) infrastruktury medialnej. Siódmą kategorię stanowią udokumentowane przypadki nadużyć wobec dziennikarzy i mediów.

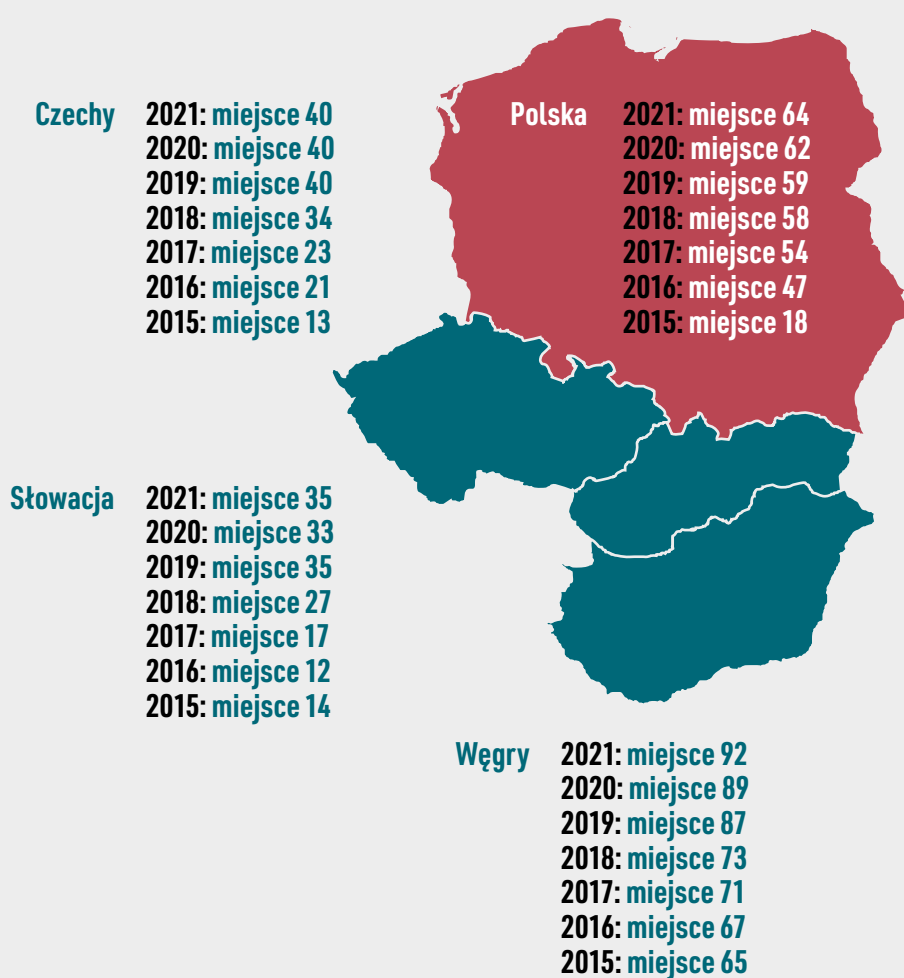
Czołówka rankingu od początku jego istnienia jest zdominowana przez kraje europejskie, a zwłaszcza skandynawskie. Z kolei kraje Grupy Wyszehradzkiej – z wyjątkiem Węgier pod rządami Viktora Orbána – po latach awansów zaczęły spadać w rankingu po 2015 r. Choć dynamika tego spadku była różna, to dotknęła wszystkie kraje regionu. Problemy ładu medialnego dotyczą w nich zarówno upolitycznienia mediów, bezpośredniej kontroli ze strony władz politycznych czy przemocy wobec dziennikarzy, jak i oligarchicznej struktury właścicielskiej i nadmiernej koncentracji w rękach biznesu.



INFOGRAFIKA VI

**Polska i kraje Grupy Wyszehradzkiej w rankingu wolności mediów na tle czołówki**

źródło: Reporterzy bez Granic



	Norwegia	
Finlandia	1	Szwecja
2	2021	3

	Norwegia	
Finlandia	1	Dania
2	2020	3

	Norwegia	
Finlandia	1	Szwecja
2	2019	3

	Norwegia	
Szwecja	1	Holandia
2	2018	3

	Norwegia	
Szwecja	1	Finlandia
2	2017	3

	Finlandia	
Holandia	1	Norwegia
2	2016	3

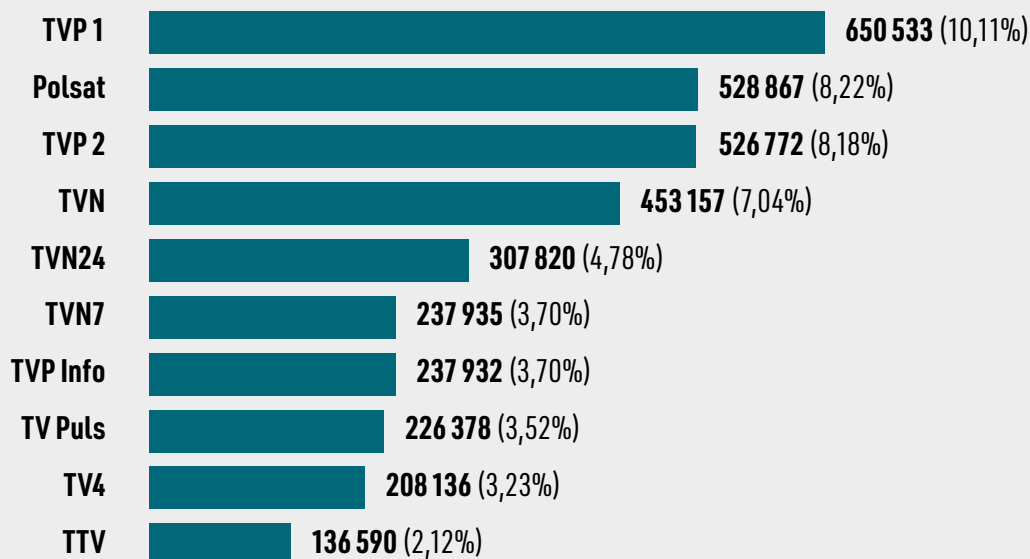
	Finlandia	
Norwegia	1	Dania
2	2015	3



#### INFOGRAFIKA VII

### Oglądalność stacji telewizyjnych w I półroczu 2021 r. – średnia dobowa liczba widzów i udział w rynku

ŹRÓDŁO: WirtualneMedia



#### INFOGRAFIKA VIII

### Oglądalność dzienników telewizyjnych w II kwartale 2021 r. – średnia dobowa liczba widzów

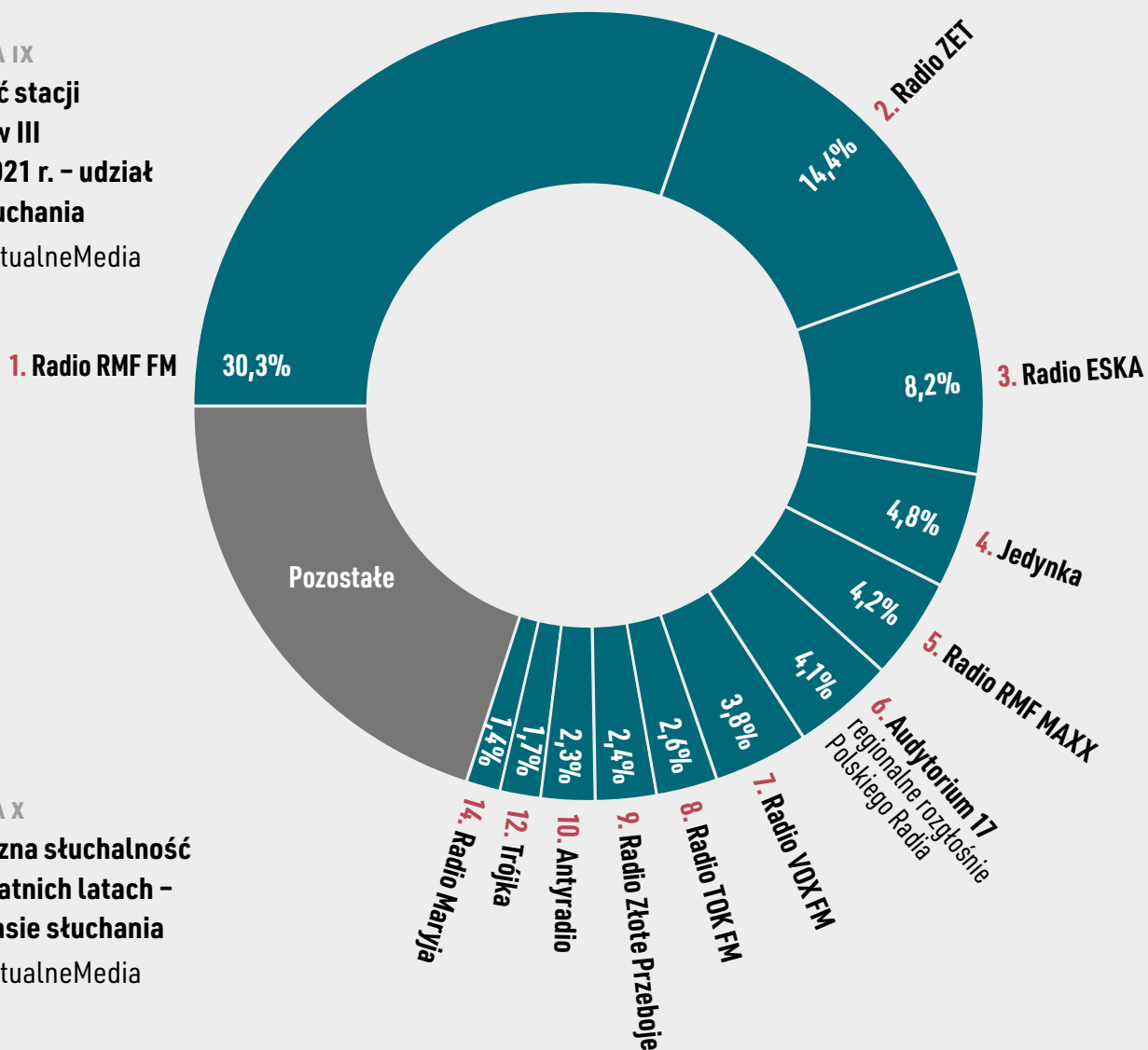
ŹRÓDŁO: WirtualneMedia



INFOGRAFIKA IX

**Słuchalność stacji radiowych w III kwartale 2021 r. – udział w czasie słuchania**

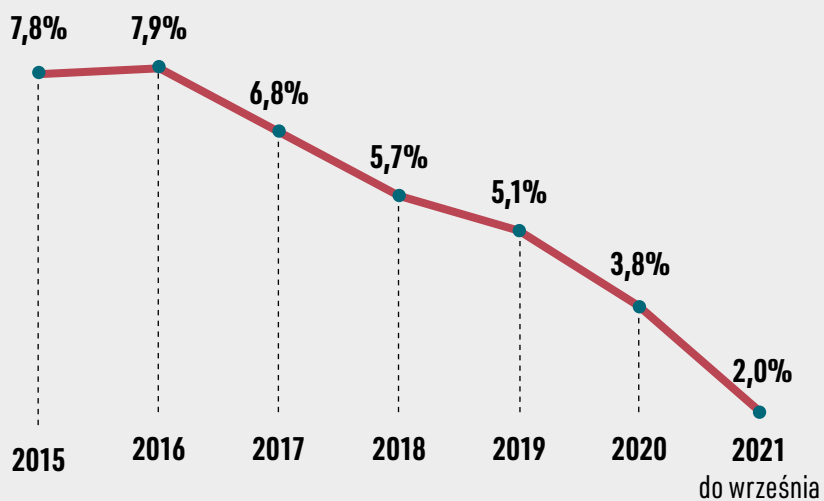
źródło: WirtualneMedia



INFOGRAFIKA X

**Średnia roczna słuchalność Trójki w ostatnich latach – udział w czasie słuchania**

źródło: WirtualneMedia

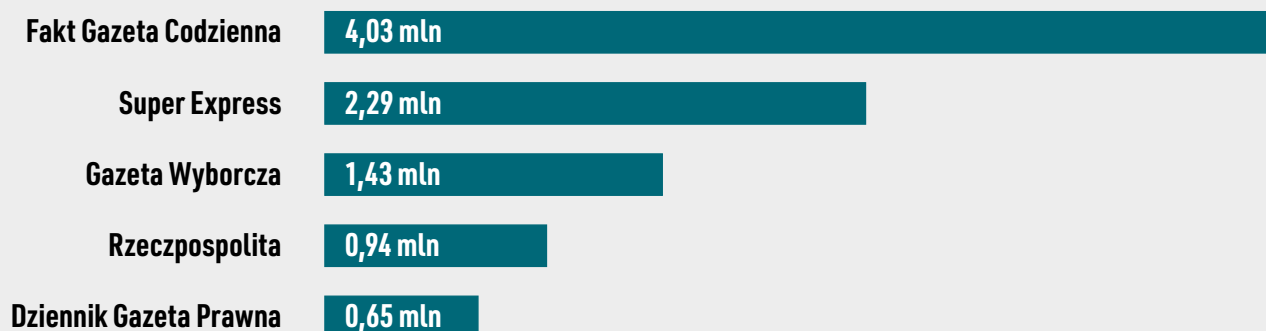




#### INFOGRAFIKA XI

**Średnia miesięczna sprzedaż wydań ogólnopolskiej prasy codziennej ogółem – włącznie z e-wydaniami – w okresie między kwietniem a wrześniem 2021 r.**

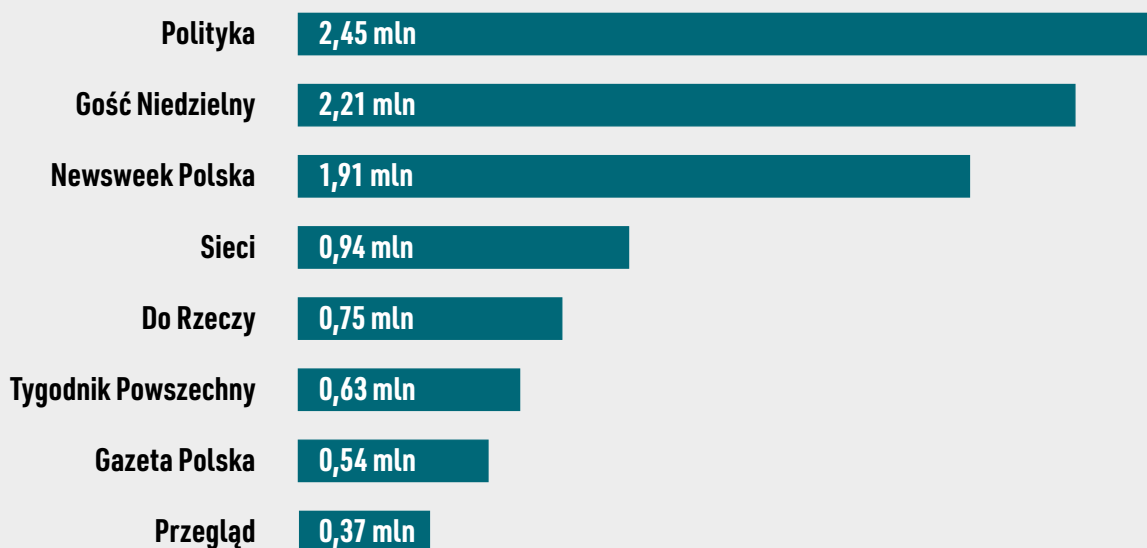
ŹRÓDŁO: Polskie Badania Czytelnictwa



#### INFOGRAFIKA XII

**Sprzedaż tygodników opinii ogółem – włącznie z e-wydaniami – między kwietniem a wrześniem 2021 r.**

ŹRÓDŁO: Polskie Badania Czytelnictwa



## KALENDARIUM MEDIALNE III RP

# 1989

**8 MAJA 1989 R.** pierwsze wydanie „Gazety Wyborczej”, powstanie i rozwój prywatnych mediów w Polsce

**18 LISTOPADA 1989 R.** pierwsze wydanie „Wiadomości” jako głównego programu informacyjnego TVP1. Zastąpiły one „Dziennik Telewizyjny”

# 1990

**15 STYCZNIA 1990 R.** pierwsza audycja RMF FM, z czasem najpopularniejszego radia w Polsce  
**22 MARCA 1990 R.** likwidacja Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”

i rozdzielenie wydawanych przez spółdzielnię tytułów prasowych między nowo powstałe partie polityczne. W wyniku upartyjnienia tytuły tracą czytelników, wiele z nich upada. Inne szybko zostają sprzedane zagranicznym grupom kapitałowym, co rozpoczyna proces koncentracji mediów i ekspansję kapitału zagranicznego na rynku medialnym

**11 KWIETNIA 1990 R.** likwidacja Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk, zakończenie epoki instytucjonalnej cenzury w Polsce

**28 WRZEŚNIA 1990 R.** pierwsza audycja Radia Zet

# 1991

**26 CZERWCA 1991 R.** powstaje spółka medialna Polska Press, założona przez francuskiego przedsiębiorcę i potentata prasowego Roberta Hersanta. Polska Press przez kolejne lata skupuje tytuły prasowe, zwłaszcza prasy lokalnej

**OK. 17 SIERPNI 1991 R.** Rafał Pietrak, pracownik Wydziału Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego, wysyła pierwszego emaila w protokole TCP/IP z Polski, umowny początek internetu w Polsce

**24 PAŹDZIERNIKA 1991 R.** ukazuje się pierwszy numer „Super Expressu”, który w ciągu kolejnych lat wyrasta na lidera prasy tabloidowej

**9 GRUDNIA 1991 R.** pierwsza audycja Radia Maryja



## 1992

**1 WRZEŚNIA 1992 R.**

zaginięcie i morderstwo Jarosława Ziętary, dziennikarza śledczego „Gazety Poznańskiej”

**5 GRUDNIA 1992 R.**

uruchomienie Polsatu jako pierwszej komercyjnej stacji telewizyjnej w Polsce. Rok później stacja uzyskuje koncesję na emisję naziemną, a w styczniu 1994 r. na emisję ogólnopolską

**29 GRUDNIA 1992 R.**

przyjęcie ustawy o radiofonii i telewizji, która do dziś wyznacza podstawy ładu medialnego w Polsce. Ustawa m.in. tworzy zręby polskiego ładu medialnego, określa zadania radiofonii i telewizji, sposoby ich realizacji i procedurę koncesjonowania. Powołuje także do życia Krajową Radę Radiofonii i Telewizji jako głównego regulatora rynku mediów. Po uchwaleniu Konstytucji w 1997 r. KRRiT staje się organem konstytucyjnym. Do listopada 2021 r. ustawa była nowelizowana 22 razy, dalszych kilkanaście prób jej zmiany nie powiodło się

## 1993

**6 PAŹDZIERNIKA 1993 R.**

pierwszy odcinek talk-show „Na każdy temat” w Polsce, prowadzonego przez Andrzeja Wojciechowskiego, a następnie Mariusza Szczygła. Początek tego formatu w Polsce

## 1994

**1 STYCZNIA 1994 R.**

Telewizja Polska i Polskie Radio przekształcają się z państwowej jednostki organizacyjnej w spółki akcyjne. Ma to na celu odpolitycznienie mediów państwowych, a także przystosowanie ich do rzeczywistości rynkowej. W momencie przekształcenia prezesem TVP jest Wiesław Walendziak, a Polskiego Radia Krzysztof Michalski

**MARZEC 1995 R.**

powstaje Wirtualna Polska

## 1995

**29 MARCA 1995 R.**

powstaje Rada Etyki Mediów, wewnątrzrodowiskowa organizacja powołana przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, której zadaniem jest pilnowanie zasad etycznych w mediach

## 1996

- KWIECIEŃ 1996 R.** Telekomunikacja Polska S.A. uruchamia ogólnodostępne połączenie internetowe z pomocą modemu
- CZERWIEC 1996 R.** powstaje Onet

## 1997

- 3 PAŹDZIERNIKA 1997 R.** rozpoczęcie nadawania przez TVN

## 1999

- PAŹDZIERNIK 1999 R.** powstaje Interia

## 2001

- 15 STYCZNIA 2001 R.** TP S.A. uruchamia Neostradę – stały, tani i szybki dostęp do internetu
- 14 LUTEGO 2001 R.** startuje portal fotka.pl jako pierwsze medium społecznościowe w Polsce; w następnych latach popularność zyskują: Grono, Nasza Klasa, Facebook, Instagram, Twitter i TikTok
- 4 MARCA 2001 R.** pierwsza edycja programu „Big Brother” w TVN. Początek formatu reality show w polskiej telewizji
- 9 SIERPNI 2001 R.** rozpoczęcie nadawania pierwszej polskiej stacji informacyjnej TVN24

## 2002

- 22 LIPCA 2002 R.** Lew Rywin składa propozycję korupcyjną Adamowi Michnikowi, by w zamian za łapówkę zapewnić Agorze korzystne zmiany w przygotowywanej przez koalicję Sojuszu Lewicy Demokratycznej i Polskiego Stronnictwa Ludowego nowelizacji ustawy medialnej. Sprawa zostaje ujawniona najpierw przez dziennikarzy „Wprost”, a po pół roku od złożenia propozycji rozwinięta w „Gazecie Wyborczej”. Powstaje sejmowa komisja śledcza, która ma wyjaśnić sprawę. W efekcie afery dochodzi do osłabienia politycznych wpływów SLD, wzrostu poparcia dla Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości, a także kryzysu wizerunkowego „Gazety Wyborczej”



## 2003

**22 PAŹDZIERNIKA 2003 R.**

wychodzi pierwszy numer „Faktu”, który szybko przesuwa się na czoło najlepiej sprzedających się dzienników

## 2004

**22 MARCA 2004 R.**

„protest klatkowy” przed Sejmem RP, zainicjowany przez redaktorów naczelnych „Super Expressu” i „Faktu” Mariusza Ziomeckiego i Grzegorza Jankowskiego, w obronie dziennikarza Andrzeja Marka, skazanego przez sąd na karę więzienia za artykuł w „Wieściach Polickich” na temat nadużywania władzy przez lokalnego urzędnika

## 2005

**29 GRUDNIA 2005 R.**

ustawa medialna koalicji PiS/LPR/Samoobrona RP, która reorganizuje kompetencje KRRiT, zmniejsza jej skład i przerywa kadencje urzędujących członków Rady. Trybunał Konstytucyjny uznaje siedem zapisów ustawy za niekonstytucyjne; ideologiczne zawłaszczenie mediów publicznych przez rządzące partie

## 2006

**12 PAŹDZIERNIKA 2006 R.**

kanal nSport HD jako pierwszy w Polsce przechodzi na standard jakości obrazu HD

**26 WRZEŚNIA 2006 R.**

ujawnienie w programie „Teraz My!” Tomasza Sekielskiego i Andrzeja Morozowskiego tzw. afery taśmowej, czyli propozycji korupcji politycznej między posłanką Samoobrony RP Renatą Beger a władzami Prawa i Sprawiedliwości. Początek debaty o moralności politycznej

## 2007

**2007 R.**

rekordowe wyniki sprzedaży dzienników w III RP. Rozpowszechnienie płatne dzienników wynosi 2,91 miliony egzemplarzy. Od tego czasu spada sprzedaż wydań papierowych. Sprzedaż treści cyfrowych zacznie wyraźnie rosnać dopiero w kolejnej dekadzie



## 2009

**21 MAJA 2009 R.** ujawnienie tożsamości blogerki politycznej Kataryny przez „Dziennik Polska-Europa-Świat”. Początek debaty o prawie do prywatności w sieci

## 2011

**WRZESIEŃ 2011 R.** Helsińska Fundacja Praw Człowieka uruchamia kampanię „Wykreśl 212 kk”, która ma na celu popularyzację postulatu wykreślenia paragrafu kodeksu karnego, definiującego przestępstwo zniesławienia, krytykowanego za ograniczanie wolności słowa. Kampanię poparło m.in. 146 kandydatów i kandydatek na posłów

## 2012

**STYCZEŃ 2012 R.** protesty anty ACTA w Polsce i Europie. Mobilizacja społeczności internautów przeciwko zwiększeniu prawnej kontroli nad rozpowszechnianiem treści w internecie

**6 LISTOPADA 2012 R.** Ringier Axel Springer kupuje od grupy ITI większościowy pakiet udziałów w portalu Onet.pl

## 2013

**23 PAŹDZIERNIKA 2013 R.** O2 kupuje od Orange Polska portal Wirtualna Polska

## 2014

**LUTY 2014 R.** „Gazeta Wyborcza” wprowadza płatną prenumeratę cyfrową jako pierwszy tytuł medialny w Polsce. W sierpniu 2021 r. liczba subskrybentów to ok. 260 tys.

## 2015

**2015 R.** Polska zajmuje najwyższe w historii 18. miejsce w rankingu wolności prasy, przygotowywanym przez Reporterów bez Granic. Od tego momentu systematycznie spada, w 2021 r. zajmuje 64 miejsce



**PAŹDZIERNIK 2015 R.**

Orange Polska udostępnia ofertę internetu światłowodowego FTTH. Następuje szybka ekspansja tej technologii

**30 GRUDNIA 2015 R.**

nowelizacja ustawy o radiofonii i telewizji, przejęcie liczących kompetencji KRRiT przez Ministerstwo Skarbu. Następuje wygaszenie kadencji zarządów TVP i PR, a dyrektorzy TVP rezygnują ze swoich stanowisk. Prezesem TVP zostaje polityk koalicji rządzącej Jacek Kurski

## 2016

**13 GRUDNIA 2016 R.**

Trybunał Konstytucyjny uznaje niekonstytucyjność liczących zapisów ustawy medialnej przyjętej w poprzednim roku, zwłaszcza w zakresie ograniczenia kompetencji KRRiT. Mimo protestów Rzecznika Praw Obywatelskich dwóch kadencji i środowisk medialnych wyrok do dziś nie został wykonany

## 2020

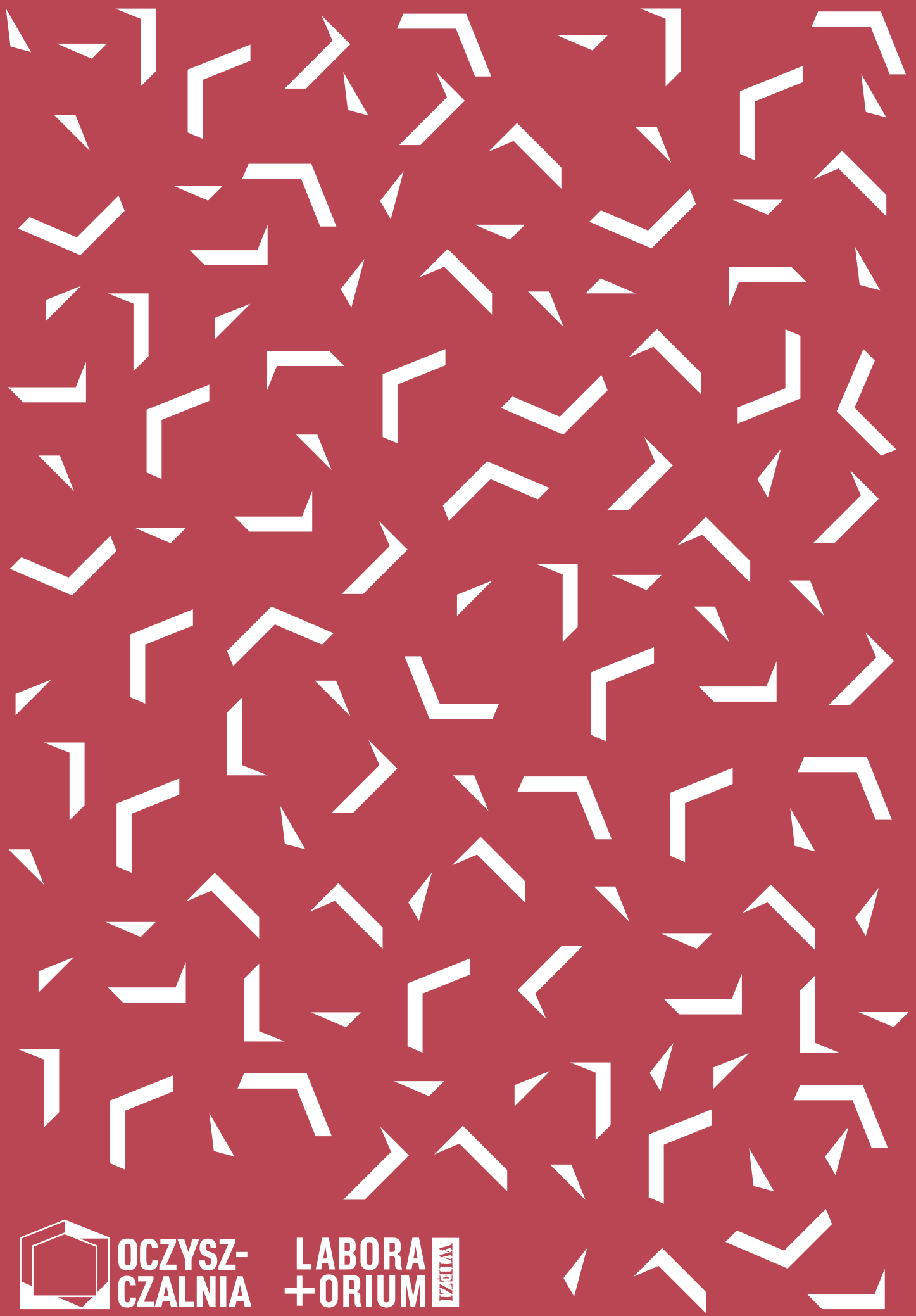
**1 MAJA 2020 R.**

**7 GRUDNIA 2020 R.**

Cyfrowy Polsat odkupuje od Grupy Bauer Media Polska portal Interia  
PKN Orlen ogłasza podpisanie umowy na przejęcie grupy Polska Press. Nieco wcześniej w 2020 r. koncern naftowy wykupuje „Ruch”. Wiosną kolejnego roku Sąd Okręgowy Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie decyduje o wstrzymaniu czynności związanych z przejęciem Polska Press przez Orlen. Jarosław Kaczyński ogłasza jednak, że orzeczenie jest nieważne i koncern kontynuuje zmiany w należących do niego tytułach prasowych

## Program

- 10.00** PRZYJAZD I POCZĘSTUNEK
- 10.30** POWITANIE GOŚCI I WPROWADZENIE DO SPOTKANIA
- 11.00** **Dariusz Rosiak**  
dziennikarz, radiowiec, pisarz, Raport o Stanie Świata  
**Czy możliwa jest dzisiaj niezależność dziennikarska?**
- DYSKUSJA**
- 12.15** PRZERWA KAWOWA
- 12.30** **Helena Chmielewska-Szlajfer**  
socjolożka, medioznawczyni, Katedra Zarządzania w Społeczeństwie  
Sieciowym Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie  
**Jak będą się zmieniać media? Nowe trendy i wyzwania**
- DYSKUSJA**
- 13.45** OBIAD
- 14.30** **Adam Bodnar**  
Dziekan Wydziału Prawa Uniwersytetu SWPS,  
b. Rzecznik Praw Obywatelskich  
**Prawne ramy ładu medialnego**
- DYSKUSJA**
- 15.45** PRZERWA KAWOWA
- 16.00** **Rozmowy w grupach**
- 17.30** **Relacje z grup oraz dyskusja plenarna**
- 18.45** **Kolacja i zakończenie oficjalnej części spotkania. Zachęcamy do skorzystania z noclegu na miejscu, którego koszty pokryjemy.**



**OCZYSZ-  
CZALNIA**

**LABORA  
+ORIUM**

**IZETA**