

Rynek mediów (na przykładzie radiofonii i telewizji)

WIEDZA W PIGUŁCE

Rynek mediów tworzą: media (media tradycyjne, czyli telewizja, radio i prasa drukowana, jak też nowe media oparte na internecie), ich odbiorcy i użytkownicy oraz tzw. regulatorzy, czyli organizacje i instytucje, które kontrolują działalność mediów tradycyjnych (uwaga: wartość Internetu nie podlega regulacji). Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji kontroluje treści nadawane w radiu i telewizji poprzez analizowanie programów oraz przyznawanie i odbieranie koncesji. Urząd Komunikacji Elektronicznej przydziela i kontroluje częstotliwości dotyczące technicznych możliwości nadawania programów radiowych i telewizyjnych. Istnieją obywatelskie organizacje, które nadzorują działalność mediów. Należą do nich organizacje branżowe, np. stowarzyszenia dziennikarskie.

Media są przedsiębiorstwami. Oznacza to, że w swojej działalności kierują się nie tylko interesem odbiorców, otwartością czy misją, lecz także zyskiem finansowym.

Są trzy podstawowe sposoby finansowania mediów. Media publiczne, których właścicielem jest społeczeństwo, finansowane są z abonamentu oraz reklam. Pieniądze z abonamentu przeznaczone są na tzw. misję, dochody z reklam — na pozostałe cele (np. audycje rozrywkowe). Media komercyjne finansowane są z prywatnego kapitału oraz reklam. Media społeczne (nie pomył ich z portalami społecznościowymi) natomiast utrzymywane są z pieniędzy właścicieli i z datków odbiorców.

Założenie i prowadzenie telewizji lub radiostacji to bardzo kosztowna inwestycja. Na rynku mediów jedną z podstawowych walut są nie tylko pieniądze, lecz także czas i uwaga odbiorców. Oznacza to, że wartość danego programu wzrasta wraz z jego popularnością. Dlatego im więcej osób ogląda daną audycję, tym więcej trzeba zapłacić za nadanie reklamy podczas tej audycji.

Zatem aby zarobić jak najwięcej pieniędzy, nadawcy muszą dbać o atrakcyjność programu oraz pozyskiwać jak największą liczbę odbiorców. Mogą to robić na różne sposoby, np. zdecydować się na sprofilowanie programu. Programy uniwersalne nadają różnego rodzaju audycje: rozrywkowe, edukacyjne, informacyjne itp. Programy tematyczne składają się głównie z audycji poświęconych jednemu tematowi, np. kulturze, sportowi lub motoryzacji.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Zaznacz jedną prawidłową odpowiedź:

1. Instytucją nadzorującą funkcjonowanie mediów jest:

- ☐ Zrzeszenie reklamodawców
- ☐ Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
- ☐ Telewizja Polska SA
- ☐ TVN

2. Programem uniwersalnym jest:

- ☐ program MiniMini

- TVP Kultura
 - TVP 1
 - TVN 24
3. Do uczestników rynku mediów nie należy:
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
 - Telewizowie
 - Punkty naprawcze RTV
 - Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich

SŁOWNICZEK

- **abonament radiowo-telewizyjny:**
- **audycja:** samodzielna część programu radiowego lub telewizyjnego. Np. serwis informacyjny, reportaż, lista przebojów. Potocznie: program.
- **koncesja:** zezwolenie, upoważnienie do prowadzenia jakiejś działalności.
- **misja:** w odniesieniu do mediów publicznych obowiązek dostarczania szerokiej widowni i poszczególnym, zdefiniowanym grupom widzów wysokiej jakości treści informacyjnych, publicystycznych, kulturalnych, rozrywkowych, edukacyjnych i sportowych. Programy w telewizji i radiofonii publicznej mają cechować się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.
- **multipleks:** pakiet programów telewizyjnych i radiofonicznych oraz usług dodatkowych nadawanych na jednym kanale częstotliwości.
- **Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji:**
- **Urząd Komunikacji Elektronicznej:** jeden z regulatorów rynku mediów, do jego zadań należy m.in. zarządzanie częstotliwościami, na których są nadawane programy radiowe i telewizyjne.

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Ewa Murawska-Najmiec. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez Fundację Nowoczesna Polska.

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/rynek-mediow-na-przykladzie-radiofonii-i-telewizji/>.

Publikacja zrealizowana w ramach projektu Cyfrowa Przyszłość, dofinansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, III poziom edukacyjny

Treści nauczania

Udział obywateli w życiu publicznym

Środki masowego przekazu.

Gospodarka rynkowa.

Nowa podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, IV-VIII klasa

Cele kształcenia

Uczeń ma podstawową wiedzę na temat praw człowieka, środków masowego przekazu oraz wybranych spraw międzynarodowych.

Wiedza o społeczeństwie, liceum i technikum

Treści nauczania

podaje przykłady kontroli władzy przez media; analizuje – na współczesnych przykładach – przypadki ograniczania praw mediów; wyjaśnia rolę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w Rzeczypospolitej Polskiej; wykazuje, że poziom krytycyzmu mediów często zależy od ich orientacji politycznej. (zakres rozszerzony)