

Tomasz Mielczarek (Kielce)

tom@ujk.edu.pl

**Słowa kluczowe:** cyfryzacja, regiony, wykluczenie cyfrowe, świętokrzyskie

**Key words:** digitalization, regions, digital exclusion, świętokrzyskie

## CYFRYZACJA PRZEKAZU TELEWIZYJNEGO W POLSCE. STUDIUM PRZYPADKU OT TVP SA KIELCE

Cyfryzacja sygnału telewizyjnego w Polsce jest propagowana jako jedno z najważniejszych osiągnięć medialnych ostatnich lat. Zarówno polski regulator audio-wizualny (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji), jak i ściśle związana z nim publiczna Telewizja Polska SA włożyły wiele wysiłku, by proces ten odpowiednio przygotować i nagłośnić. W niniejszym szkicu postaram się zagadnienia te zaprezentować nieco szerzej, a jednocześnie prześledzić, jak wdrażane są technologie cyfrowe w jednym z biedniejszych polskich województw – świętokrzyskim, zaliczanym w ramach różnorodnych programach pomocowych Unii Europejskiej do tzw. pasa Polski wschodniej.

### I. W epoce Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej

Publiczna telewizja regionalna w Polsce ma ponad 50 lat. Już od początku swego istnienia traktowana była przez władze PRL jako zbędne obciążenie finansowe i organizacyjne, a przez społeczności lokalne i władze poszczególnych województw jako przejaw ich emancypacji, prężności organizacyjnej i forma zaspokojenia aspiracji społecznych i kulturowych.

Pomysł uruchomienia pozawarszawskich ośrodków telewizyjnych pojawił się w okresie tzw. odwilży, gdy autorytarne i scentralizowane państwo socjalistyczne przejściowo utraciło pełną kontrolę nad społeczeństwem, co umożliwiło rozwój spontanicznych inicjatyw obywatelskich. W 1955 r. Rada Ministrów, której formal-

nie podporządkowany był Komitet do spraw Radiofonii, zakładała jedynie uruchomienie ośrodków telewizyjnych w Łodzi, Katowicach i Krakowie<sup>1</sup>.

W latach 60. XX w. telewizja cieszyła się w Polsce niebywałą popularnością i dlatego niemal we wszystkich większych miastach powstawały społeczne komitety, których celem była, jeśli nie budowa ośrodków regionalnych, to chociażby stacji nadawczych i przemienników, umożliwiających oglądanie audycji ogólnopolskich. Warto przypomnieć, że w ramach tej, zakulisowo koordynowanej akcji, 18 lutego 1966 r. uruchomiono liczący ponad 165 m maszt nadawczy, zbudowany na Św. Krzyżu.

Społeczny entuzjazm zyskał zatem poparcie władz lokalnych, tak że do 1989 r. funkcjonowało w Polsce 11 ośrodków regionalnych Telewizji Polskiej w: Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie i Wrocławiu. Już w nowych warunkach ustrojowych w 1996 r. uruchomiono kolejny ośrodek w Białymstoku<sup>2</sup>.

## II. W Trzeciej Rzeczypospolitej

Powołanie w 1993 r. TVP SA doprowadziło do częściowego uniezależnienia ośrodków regionalnych. Choć oddziały terenowe zyskały daleko idącą samodzielność, nie nadano im jednak, tak jak w przypadku regionalnych stacji radiowych, osobowości prawnej. Mimo to produkowały własne audycje i realizowały samodzielną politykę programową. Jakość i czas emisji własnego programu w znacznej mierze zdeterminowane były posiadaniem zaplecza technicznym. Pod tym względem w najlepszej sytuacji były ośrodki terenowe w Gdańsku, Katowicach i Krakowie, inne zaś często pracowały w adaptowanych pomieszczeniach, nie miały niezbędnego sprzętu studyjnego itp<sup>3</sup>.

Już w 1994 r. ówczesny prezes TVP SA Wiesław Walendziak zorientował się, że ośrodki te nie były w stanie samodzielnie emitować kilkunastu godzin programu i dlatego podjęto decyzję o utworzeniu wspólnych dla wszystkich oddziałów pasm programowych.

Kłopoty finansowe i techniczne były zapewne podstawową barierą utrudniającą transformację ośrodków terenowych. Bariere tę udało się jednak częściowo przełamać dzięki połączeniu 12 ośrodków terenowych w jedną sieć – *de facto* III program Telewizji Polskiej. Ośrodki terenowe, mając finansowe i merytoryczne poparcie centrali warszawskiej, a także pozbawione realnej konkurencji lokalnych nadawców

---

<sup>1</sup> Szerzej na ten temat zob. K. Pokorna-Ignatowicz, *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL*, Kraków 2003.

<sup>2</sup> O rozwoju telewizji w PRL zob. zwłaszcza A. Kozieł, *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja polska czterech dekad 1952–1989*, Warszawa 2003.

<sup>3</sup> Szerzej na ten temat zob. T. Skoczek, *Telewizja regionalna. Szkic do opisu*, Kraków 2002.

prywatnych, przestały się jednak interesować doskonaleniem swej działalności i poszukiwaniem nowej roli, jaką powinny odgrywać w swych regionach.

Zauważmy, że w początkach lat 90. w TVP SA nie było do końca sprecyzowanej wizji dalszego losu ośrodków regionalnych. Dopiero w 1997 r. kolejny szef TVP SA Ryszard Miazek wznowił prace, które miały na celu reformę publicznej telewizji regionalnej. Efektem tych działań było wspólne pasmo emisyjne „Formuła 12”, uruchomione we wrześniu 1998 r., zwiększenie aktywności regionalnych biur reklamy, produkcja reklam przez oddziały terenowe oraz dostosowanie ich cen do realiów lokalnych rynków reklamowych.

W lutym 1999 r., tym razem na polecenie prezesa Roberta Kwiatkowskiego, opracowano kolejny projekt reformy oddziałów terenowych. Podstawę analizy stanowiła diagnoza sytuacji ośrodków regionalnych. Stwierdzono, że tylko ośrodki w Krakowie, Szczecinie, Wrocławiu i Warszawie w 50% opierały swój budżet na wpływach z abonamentu. W innych ośrodkach wpływy abonamentowe stanowiły aż 3/4 budżetu. Tylko ośrodki w Krakowie, Szczecinie, Poznaniu i Wrocławiu zarabiały na produkcji programów przeznaczonych dla anten ogólnopolskich. Dlatego też sugerowano, aby zmodernizować jedynie te ośrodki, które produkowały dla potrzeb sieci i anten ogólnopolskich. Zakładano, że w każdym z takich ośrodków zatrudnienie wynosić będzie 200–250 osób. Pozostałe ośrodki miały zajmować się jedynie produkcją i upowszechnianiem programów regionalnych. Pozwalało to na zmniejszenie obsady kadrowej o ok. 700–800 osób z 2600 zatrudnionych w ośrodkach lokalnych. We wspomnianym projekcie zastanawiano się też nad przekazaniem oddziałów TVP SA samorządom lokalnym<sup>4</sup>.

Koncepcja takiej reformy została oprotestowana przez pracowników ośrodków. Odrzucali oni podział oddziałów na producenckie i emisyjne, a nade wszystko nie chcieli się zgodzić na drastyczną redukcję zatrudnienia. Zapewne dlatego plany te nie zostały zrealizowane, a znacznie większy wpływ na funkcjonowanie oddziałów terenowych miała zmiana granic administracyjnych kraju przeprowadzona w 1999 r. Nowe województwa stopniowo wywalczyły własne regionalne telewizje publiczne. Początkowo były to jedynie redakcje, a od 28 lutego 2001 r. – ośrodki regionalne w: Kielcach (od 1 stycznia 2005 r. Oddział Terenowy TVP SA)<sup>5</sup>, Gorzowie Wielkopolskim<sup>6</sup>, Olsztynie, Opolu i Zielonej Górze. Prace nad kolejną rekonstrukcją programu podjęto jesienią 2001 r. Kierowane przez Ryszarda Paclawskiego Biuro Programów Regionalnych rozpoczęło wówczas przygotowania do uruchomienia programu TVP 3 Regionalna. Program ten wystartował w niedzielę 3 marca 2002 r. i, jak powszechnie uważano, był odpowiedzią telewizji publicznej na specjalistyczny kanał informacyjny TVN 24.

<sup>4</sup> T. Skoczek, *Telewizja regionalna. Nowe rozwiązania systemowe*, Warszawa 2004.

<sup>5</sup> Autor dziękuje red. Markowi Mikosowi za uaktualnienie i uzupełnienie informacji o OT TVP SA Kielce.

<sup>6</sup> Oddział TVP SA w Gorzowie Wielkopolskim nadaje program dla województwa lubuskiego.

Powołanie TVP Info nieco zmieniło strukturę programu. Emisja tego kanału składa się z dwóch elementów: pasma wspólnego produkowanego w Warszawie i programu autentycznie regionalnego produkowanego np. w Kielcach.

Według informacji Krajowej Rady w 2010 r. program wspólny stanowił 85% czasu emisji. Wielkość produkcji własnej poszczególnych ośrodków kształtowała się średnio na poziomie ok. 1380 godzin rocznie, czyli 3,5 godziny dziennie. Najwięcej programów własnych przygotowywał ośrodek w Lublinie – 1260 godzin – czyli w bloku programu rozłączonego produkcja ta stanowiła 96% czasu emisji, Gorzów Wielkopolski produkował blisko 1,2 tys. godzin programu, czyli 93%. Regionalny ośrodek warszawski przygotowywał odpowiednio: 940 godzin, czyli 74%. Na tym tle młody ośrodek kielecki wypadł dość słabo i ma jeszcze wiele do zrobienia – w 2010 r. wyprodukowano tu niespełna 800 godzin programu własnego, co stanowiło tylko 62% czasu emisji w paśmie rozłączonym<sup>7</sup>.

Niezależnie jednak od tych uwarunkowań, podkreślić trzeba, że już od 1994 r. III program publicznego nadawcy stracił regionalny i lokalny charakter. W strukturze programu ramowego materiały własne pojawiały się dość rzadko. Cały program ramowy realizował przede wszystkim funkcje informacyjne, a kwestie regionalizmu i lokalności spychane były w nim na margines.

Wypada też zwrócić uwagę na oglądalność sztandarowych programów telewizji regionalnych, jakim są programy informacyjne<sup>8</sup>. Oglądalność ta uzależniona jest od wielkości potencjalnego audytorium. Dla przykładu, lokalny warszawski program informacyjny oglądany był każdego dnia przez ponad 100 tys. osób, a program krakowski – ponad 50 tys. osób. Najsłabiej wypadł w tym rankingu program opolski oglądany przez zaledwie 500 osób, a gorzowski czy olsztyński miał publiczność liczącą ok. 5 tys. osób<sup>9</sup>. Na tym tle kieleckie „Informacje” prezentowały się w miarę dobrze, bo każdego dnia oglądało je 7200 osób. Jednak warto też zauważyć, że – według w pełni wiarygodnych danych – największy kielecki dziennik regionalny „Echo Dnia” trafia codziennie średnio do ponad 27 tys. gospodarstw domowych, czyli potencjalnie gazeta ta mogła być czytana przez ok. 50–70 tys. osób<sup>10</sup>.

Ośrodki regionalne kosztowały telewizję publiczną ok. 300 mln zł rocznie, a środki te pochodziły przede wszystkim z opłat abonamentowych. Zaledwie 15% budżetu to wpływy własne – były to przede wszystkim wpływy reklamowe i środki pochodzące ze sponsoringu. Gdyby jednak kwotę tę podzielić na poszczególne województwa, to można stwierdzić, że średnio jeden oddział telewizji regionalnej

---

<sup>7</sup> *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, KRRiTV, Warszawa 2011, passim.

<sup>8</sup> Wyniki badań tego typu są dyskusyjne w odniesieniu do małych i nowych oddziałów TVP SA ponieważ prowadzone są sporadycznie i na nielicznej próbie.

<sup>9</sup> Szerzej o oglądalności regionalnych programów polskiej telewizji publicznej zob. T. Mielczarek, *Monopol – pluralizm – koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007.

<sup>10</sup> Por. dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, <http://www.zkdp.pl>.

zarabiał zaledwie 2,8 mln zł. A przecież byli wśród nich i tacy potentaci, jak oddział w Warszawie i Krakowie<sup>11</sup>.

Z roku na rok malały wpływy abonamentowe TVP SA, a zatem i budżety oddziałów regionalnych – w 2012 r. przeznaczono dla telewizji publicznej niespełna 250 mln zł, z czego niemal cały strumień pieniędzy skierowano do regionów. Polacy nie płacili abonamentu, a władze rządowe nie spieszyły się, aby ten problem rozwiązać. Warunkowane jest to zapewne i tym, że prawie 50% Polaków nie widzi potrzeby funkcjonowania telewizji publicznej, a zatem i Oddziału TVP SA w Kielcach<sup>12</sup>.

Malejący strumień środków finansowych, napływających do ośrodków regionalnych, powoduje, że z roku na rok spada wartość ich aktywów stałych, tzn. budynków i sprzętu. Spadek tej wartości wynosi ok. 10% rocznie. W ośrodkach regionalnych zgromadzono tylko 20% majątku TVP SA. W ostatnich latach, w związku z niskimi wpływami abonamentowymi, sytuacja finansowa ośrodków regionalnych jest coraz bardziej dramatyczna. Dotyczy to nie tylko zawartości programu, ale też kwestii technicznych i poziomu zatrudnienia. Nie mamy tu na myśli tylko dekapitalizacji budynków, ale mówimy o wyeksploatowaniu sprzętu (m.in. kamer, reżyserki, oświetlenia itp.), przestarzałym oprogramowaniu i braku specjalistycznych szkoleń pracowników.

W 2000 r. w ośrodkach regionalnych zatrudniano ok. 2,5 tys. osób, a w 2010 r. już tylko 1,1 tys. (spadek z 40% do 27% ogółu pracowników). Na tym tle oddział kielecki prezentował się w miarę dobrze, bo w 2010 r. dysponował zaledwie 12 etatami, ale w 2012 r. ich liczba wzrosła do 17<sup>13</sup>.

Dramatyczna sytuacja oddziałów regionalnych wynika zapewne z tego, że nie mogły się one poszczycić wysoką oglądalnością, której wskaźnik SHR w ostatnich latach wynosił ok. 4%. Podobną oglądalność miała np. TVN 24 (3,2%). Trzeba przy tym zauważyć, że audytorium publicznego nadawcy było nadzwyczaj dojrzałe. Ponad 76% widzów TVP Info stanowiły osoby, które przekroczyły 50 rok życia, a 54% były to osoby w wieku ponad 60 lat<sup>14</sup>.

Niewielka oglądalność telewizji regionalnych skutkowałą nikłym zainteresowaniem reklamodawców i wpływała na niskie ceny reklamy i opłat za audycje sponzorowane. Jeśli jeszcze w 2000 r. ośrodkom regionalnym udało się wyemitować ponad 50 tys. godzin reklam, ogłoszeń i tzw. telesprzedazy, to w 2007 r. było to tylko 26 tys. godzin. W skali całego rynku reklamy telewizyjnej udział telewizji regionalnych oscylował wokół 3–5%.

W sumie więc III program TVP stanowił dla publicznego nadawcy nie lada problem. Był kosztowny i przynosił niewielkie zyski. Byłoby jednak dużym błędem ograniczać analizę sytuacji regionalnych ośrodków publicznego nadawcy jedynie do

---

<sup>11</sup> Szerzej: T. Mielczarek, *Monopol – pluralizm – koncentracja*, s. 313.

<sup>12</sup> Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, <http://www.krrit.pov.pl> (data dostępu: listopad – grudzień 2012).

<sup>13</sup> Por. przypis 5 i 7.

<sup>14</sup> *Informacje o podstawowych problemach radiofonii i telewizji... z lat 2005 – 2011*, passim.

kwestii ekonomicznych. W myśl ustawy o radiofonii i telewizji nadawca ten musi realizować misję publiczną, a upowszechnianie wartości regionalistycznych czy kulturowych nie może być (nigdy też nie było) traktowane jako źródło dochodów.

### III. Horyzont cyfryzacji

Zgodnie z programem opracowanym przez agendy rządowe sygnał analogowy w regionie kieleckim został wyłączony 17 czerwca 2013 r. Już obecnie, w ramach pierwszego i trzeciego multipleksu (Mux1, Mux3), można oglądać kilkanaście programów, w tym TVP Info wraz z jej wyodrębnionym kieleckim pasmem. Dzięki cyfryzacji oddziały regionalne TVP SA zyskują nowe częstotliwości, a zatem będą mogły nadawać swe audycje nie w ramach tzw. rozpinanej sieci, ale jako samodzielne programy telewizyjne.

Wprowadzenie naziemnej telewizji cyfrowej rodzi pewne zagrożenia. Najważniejszym z nich jest wykluczenie cyfrowe. W tym przypadku termin ten nie odnosi się do sieci informatycznych, ale do telewizji cyfrowej. W połowie 2012 r. w województwie świętokrzyskim 55,6% gospodarstw domowych korzystało z tradycyjnych anten. Z grupy tej pod względem technicznym do cyfryzacji przygotowanych było latem 2012 r. ok. 20%<sup>15</sup>. Gdybyśmy chcieli odnieść te względne wartości do przykładu kieleckich „Informacji”, mogłoby to oznaczać, że ok. 3 tys. odbiorców oglądających telewizję dzięki sieciom kablowym lub platformom satelitarnym nie zauważy zmiany spowodowanej cyfryzacją. Spośród pozostałych 4,2 tys. odbiorców niespełna 1000 miało odpowiedni sprzęt, aby oglądać telewizję cyfrową. Innymi słowy – gdyby się nic nie zmieniło po 17 czerwca 2013 r., po wyłączeniu sygnału analogowego, mogłoby się okazać, że kielecki program informacyjny oglądać będzie nie 7,2 tys., ale 5 tys. osób. Jest to najczarniejszy scenariusz, ponieważ prędzej czy później potencjalni odbiorcy lokalnej telewizji publicznej kupią odpowiednie dekodery, a nawet nowe telewizory. Dowodzą tego pierwsze doświadczenia cyfryzacyjne w lubuskim, gdzie na kilka tygodni przed wyłączeniem sygnału analogowego 80% gospodarstw domowych miało już dostęp do nowej technologii. Tuż przed wyłączeniem sygnału kolejne 10% rodzin zdecydowało się na zakupienie niezbędnych urządzeń, ale niestety 10% gospodarstw domowych zostało pozbawionych możliwości oglądania telewizji. Trzeba mieć jednak świadomość, że w przypadku tej ostatniej grupy napotykamy na bariery ekonomiczne i mentalnościowo-psychologiczne. Bariery, które można przełamać choćby i przy udziale wyspecjalizowanych agend zajmujących się pomocą społeczną.

Wymienione wcześniej zagrożenie było jedynym, jakie udało się zdefiniować. Telewizja cyfrowa ma zdecydowanie więcej plusów. Pierwszym z nich jest docelowa poprawa jakości odbioru. Bez żadnych nakładów odbiorcy posiadający własne

<sup>15</sup> Rozproszone informacje zaczerpnięte z portali: [wirtualne.media.pl](http://wirtualne.media.pl) i [press.pl](http://press.pl). (data dostępu: październik – grudzień 2012).

systemy antenowe uzyskają lepszą jakość obrazu i dźwięku, a dzięki cyfryzacji sygnał lokalnej telewizji publicznej może się pojawić u osób, które dotychczas go nie miały<sup>16</sup>.

Nowa techniczna jakość i potencjalne wyodrębnienie prawdziwie kieleckiej telewizji skłania do przemyślenia jej ramowego programu. Oddział kielecki mógłby zacząć od większego nasycenia programu treściami tutaj produkowanymi, co – jak już wiemy – może potencjalnie oznaczać poszerzenie oferty. Najbardziej pożądane byłyby nowe programy, ale można też wykorzystać materiały archiwalne: filmy i reportaże traktujące o Kielecczyźnie, a zarchiwizowane w Warszawie i Krakowie.

Cyfryzacja oznaczać też musi większą otwartość na młodych odbiorców – jak doskonale wiemy współczesna młodzież to dzieci Internetu. Dzisiejsza telewizja już się zadomowiła w cyberprzestrzeni. Możliwość obejrzenia kolejnego odcinka serialu, serwisu informacyjnego czy długometrażowego filmu sprawia, że TV online staje się trwałą formą kontaktu nadawców z odbiorcami. Analiza najchętniej oglądanych witryn telewizyjnych, takich jak: TVP.pl, TVN Player i Ipla (Polsat), zagregowanych w TV\_online, wykazała, że są one odwiedzane przez 2,3 mln osób, czyli niemal 12% internautów. Najistotniejszą barierą uniemożliwiającą obecnie rozszerzenie oddziaływania tego kanału dystrybucji przekazu telewizyjnego jest niewielka liczba szerokopasmowych łączy internetowych.

Równie ciekawe okazały się wyniki badań dotyczące zachowań telewizyjnych użytkowników sieci. Wynika z nich, że w 17% przypadków internauci zaczynają penetrowanie sieci właśnie od witryn telewizyjnych; w 12% wizyta w TV\_online była drugą czynnością wykonywaną przez internautów, a w ponad 36% przypadków TV\_online była jedynie dodatkiem do aktywności na portalach społecznościowych, poszukiwania informacji w sieci i sprawdzaniem poczty elektronicznej. Odbiorcy internetowej telewizji najchętniej korzystali z wyszukiwarki Google, zdecydowanie rzadziej z Facebooka (6,4%), a sporadycznie z takich agregatorów treści, jak Onet.pl (4,1%) i WP (2,3%)<sup>17</sup>.

Wniosek z tych badań wydaje się dość jednoznaczny: jeśli nadawca publiczny kurczowo trzymać się będzie dotychczasowych form upowszechniania swych treści, to okaże się, że za 10–15 lat nikt już nie będzie oglądał klasycznej programowej telewizji.

By zainteresować kielecką publiczność nową cyfrową telewizją lokalną, wypada zatem sięgać np. po tzw. materiały obywatelskie. Nie chodzi przy tym o wątpliwą jakość „filmiki” z portalu YouTube.pl, ale treści amatorskie dotyczące problemów, które autentycznie nurtują obywateli i krążą rozproszone w sieci. Można też korzystać np. z wideoblogów, elektronicznych dyskusji inspirowanych przez profesjonal-

---

<sup>16</sup> Por. kilkadziesiąt informacji zgromadzonych w: <http://www.krrit.gov.pl/wyszukiwarka/index.1.html?Scope=http%3A%2F%2Fwww.krrit.gov.pl%2F&Query=cyfryzacja> (data dostępu: grudzień 2012).

<sup>17</sup> R. Sobiczewski, *Ścieżki telewidza*, w: *Reklama w internecie*, Dodatek do miesięcznika „Press”, listopad 2012, s. 30.

ne media, wpisów na witrynach samorządowych itp. Tego typu inspiracje i sposoby działania profesjonalnych telewizji w Zachodniej Europie już nikogo nie dziwią<sup>18</sup>.

Na koniec raz jeszcze należy powrócić do kwestii finansowych. Nigdzie na świecie, nawet w tak bogatych krajach, jak USA, Anglia, czy Niemcy, telewizje publiczne nie są w stanie same na siebie zarobić<sup>19</sup>. Dlatego też wydaje się, że kwestia opłat abonamentowych powinna szybko uzyskać stosowne rozwiązanie. Leży to także w interesie samorządów lokalnych, które powinny zadbać o to, aby nie nakładano na nie kolejnych ciężarów finansowych.

Niezależnie od tego, jak zostaną rozwiązane sprawy finansowe, z samorządów – lub precyzyjniej – mieszkańców Kielecczyny nikt nie zdejmie obowiązku modyfikowania treści programowych. Regionalizm przejawia się także w tym, że o swoich sprawach mieszkańcy danego regionu mówią własnym głosem.

Kończąc niniejszy szkic, można wysnuć kilka ogólnych wniosków. Pierwszym z nich jest dość banalne spostrzeżenie, że Polska jest jednym z ostatnich krajów Unii Europejskiej, gdzie wdrożono naziemną technologię telewizji cyfrowej. Jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że ponad 70% polskich gospodarstw domowych odbiera sygnał telewizyjny doprowadzany poprzez kabel lub satelitę, stwierdzić można, że opisywana zmiana na najlepiej rozwiniętych obszarach Polski ma marginalne znaczenie. Może jednak okazać się pewnym problemem np. w województwie świętokrzyskim, gdzie – z racji rozproszonej zabudowy i barier ekonomicznych – prawdopodobnie pojawi się niewielka grupa odbiorców, która znajdzie się poza „cyfrowym społeczeństwem telewizyjnym”. Cyfryzacja może natomiast okazać się pewną szansą na poszerzenie i unowocześnienie regionalnej oferty programowej nadawcy publicznego.

## Bibliografia

- Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, KRRiTV, Warszawa 2006–2013
- Jakubowicz K., *Media publiczne: początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007
- Kozieł A., *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja polska czterech dekad 1952–1989*, Warszawa 2003
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, <http://www.krrit.pov.pl>
- Mielczarek T., *Monopol – pluralizm – koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007
- Olszański L., *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012
- Pokorna-Ignatowicz K., *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL*, Kraków 2003
- Press.pl, <http://www.press.pl/>
- Skoczek T., *Telewizja regionalna. Nowe rozwiązania systemowe*, Warszawa 2004

---

<sup>18</sup> Więcej o tym zob. zwłaszcza L. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012.

<sup>19</sup> Szerzej o tym zob. np. K. Jakubowicz, *Media publiczne: początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007 i inne prace tego autora.



Skoczek T., *Telewizja regionalna. Szkic do opisu*, Kraków 2002

Sobiczewski R., *Ścieżki telewizja*, w: *Reklama w internecie*, dodatek do miesięcznika „Press”, listopad 2012

Wirtualnemedi.pl, <http://www.wirtualnemedi.pl/>

Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, <http://www.zkdp.pl>

### Streszczenie

Celem artykułu jest zaprezentowanie procesu cyfryzacji sygnału telewizyjnego w Polsce na przykładzie województwa świętokrzyskiego. Autor publikacji zauważa, że Polska jest jednym z ostatnich krajów Unii Europejskiej, w którym wdrożono naziemną technologię telewizji cyfrowej. Stwierdza ponadto, że ponad 70% polskich gospodarstw domowych odbiera sygnał telewizyjny doprowadzany poprzez kabel lub satelitę, a zatem technologia cyfrowej telewizji naziemnej ma marginalne znaczenie w lepiej rozwiniętych obszarach aglomeracyjnych. Może jednak okazać się pewnym problemem, np. w województwie świętokrzyskim, gdzie z racji rozproszonej zabudowy i barier ekonomicznych prawdopodobnie pojawi się niewielka grupa odbiorców, która znajdzie się poza „cyfrowym społeczeństwem telewizyjnym”. Cyfryzacja może natomiast okazać się pewną szansą na poszerzenie i unowocześnienie regionalnej oferty programowej, podejmującej zagadnienia regionalizmu.

### DIGITALIZATION OF TELEVISION TRANSMISSION IN POLAND.RANDOM SAMPLE STUDY OF THE LOCAL BRANCH OF POLISH TELEVISION COMPANY IN KIELCE

#### Summary

The aim of the article is to depict the process of television signals digitalization in Poland with a case study of the Świętokrzyski Province.

The author of this article has observed that Poland is one of the last countries in the European Union where the overground digitalized television technology is being introduced. He has furthermore stated that over 70% of households in Poland receive television signals transmitted by cables or satellite, and therefore the overground digital television technology exerts marginal impact on the more developed agglomerations. A problem could however be created, for instance, in the Świętokrzyski province where, by virtue of the dispersed housing system and economic barriers, very few viewers will be outside “the digital television society”. Digitalization may however create the opportunity for the broadening and modernization of the regional television programme offer embracing the issue of regionalism.