

10.08.2021

**Adam Rudawski** -koordynator krajowy Instytutu Strategie 2050

Dwadzieścia lat temu wystartowała pierwsza w Polsce ogólnopolska telewizyjna stacja informacyjna TVN24. Ten jubileusz nie byłby pewnie tak „świętowany”, gdyby nie zapowiedziana przez rządzących ustawa zmuszająca Discovery do sprzedaży pakietu kontrolnego spółki prowadzącej tę stację. Inicjatywa ustawodawcza zgłoszona na kilkadziesiąt dni przed wygaśnięciem koncesji i dotycząca de facto tylko jednego podmiotu medialnego, który czeka już 18 miesięcy na rozpatrzenie przez KRRiT wniosku koncesyjnego - przypadek. Nie sadzę.

Warto zadać pytanie, czy poprawka ustawy medialnej na pewno dotyczy tylko TVN24. Moim zdaniem nie. Jest tu kilka powodów nieartykułowanych wprost, burzących atmosferę inwestycyjną na rynku mediów. Ta próba legislacji (która raczej się nie powiedzie) ma wywołać kilka dodatkowych efektów:

- odstraszenie obcego kapitału od inwestowania w polski rynek medialny (repolonizacja mediów)
- ostrzeżenie czekających na wznowienia koncesji radiowych i telewizyjnych, odnawianych co 10 lat, żeby uważali co publikują (efekt mrożący)
- przestroga i przesłanie dla innych mediów z zagranicznym kapitałem, że lepiej pozbyć się udziałów w polskich mediach i sprzedać je korzystnie spółkom z udziałem Skarbu Państwa (casus Polska Press)

Widać, że nawet jeżeli nie uda się „wyłączyć” TVN24 to zyski polityczne i tak są spore. Co gdyby jednak powiodła się misja likwidacji TVN24 i za kilkadziesiąt dni najpopularniejsza stacja informacyjna przestałaby nadawać? Wtedy, o czym nikt nie mówi, zniknie 34% rynku telewizji informacyjnej w Polsce (czyli ponad 1/3 rynku w tej kategorii contentu telewizyjnego zniknie z eteru). W raporcie oglądalności telewizji w Polsce, przygotowanym przez wirtualnedia.pl, stacja TVN24 miała udział oglądalności w wysokości 5,4%, TVP Info 4%, Polsat News 2%, TVP3 1%, a TVN24 Bis 0,5%<sup>1</sup>. Udział telewizyjnego rynku informacyjnego z mniejszymi nadawcami takimi jak Polsat News 2 czy TV Republika to 13,2% całego rynku telewizyjnego. Czyli udział TVN24 w wysokości 5,4 % daje właśnie te 34% segmentu telewizji informacyjnych. Gdyby wziąć pod uwagę tylko trzech największych graczy (TVN24, TVP Info, Polsat News razem 11,4% udziałów) to TVN24 zajmuje blisko połowę tego rynku.

To musi bardzo pobudzać wyobraźnię publicznego nadawcy oraz pozostałych stacji komercyjnych, nagle pojawia się dwa razy więcej reklam do wyemitowania, dwa razy więcej klientów oraz ponad pół miliona minut rocznie uwagi widzów, których ulubiona stacja przestała nadawać. Taki nowy Polski Ład Medialny...

---

<sup>1</sup> <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/tvn24-lider-kanal-informacyjny-duzy-spadek-tvp-info>