

Pluralizm mediów, konkurencja i koncentracja

WIEDZA W PIGUŁCE

Podstawą działalności mediów jest wolność słowa. Równie ważnymi wartościami są obiektywizm i wiarygodność — mówią o tym Ustawa prawo prasowe oraz kodeksy etyczne dziennikarzy.

Zabezpieczeniem tych wartości ma być mechanizm pluralizmu mediów. Polega on na tym, że na rynku mediów istnieje wiele podmiotów, które prezentują różnorodne treści. Z tym mechanizmem ściśle wiążą się pojęcia konkurencji i koncentracji.

Konkurencja oznacza, że nadawcy, których na rynku jest wielu, rywalizują o odbiorcę. Muszą zatem dbać o wysoką jakość swoich usług. Coraz częściej treści zamieszczane przez użytkowników konkurują z treściami profesjonalnych nadawców. Konkurencja hamuje monopolizację.

Koncentracja ma miejsce, gdy jedno przedsiębiorstwo posiada wiele kanałów informacyjnych. Istnieją dwa rodzaje koncentracji:

- pionowa — posiadanie jak największej liczby różnych rodzajów mediów. Przykładem jest Agora SA, spółka medialna, która wydaje książki, czasopisma i dziennik („Gazetę Wyborczą”) oraz portale internetowe (np. Plotek.pl), posiada kina, platformy blogerskie i rozgłośnie radiowe (np. Tok FM)
- pozioma — posiadanie jak największej liczby kanałów informacyjnych w obrębie jednego medium, np. grupa radiowa Eurozet, w której skład wchodzi Radio ZET, Chilli ZET, Radio PLUS, Antyradio i Planeta FM.

W Polsce o pluralizm mediów dbają Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT) oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). KRRiT, przyznając koncesję, pośrednio czuwa nad konkurencją na rynku mediów. Działania UOKiK-u mają zapobiegać koncentracji. Przed kupnem nowego medium lub platformy informacyjnej przedsiębiorstwo ma obowiązek zgłosić się do urzędu. Kryterium wydania zgody stanowi udział w rynku, który nie powinien przekraczać 30%.

Obecnie w Polsce rynek mediów ma charakter oligopolistyczny — 80% rynku należy do 5 dostawców.

Pamiętaj, że na dobór i sposób prezentacji informacji ma wpływ linia redakcyjna. Dlatego warto wiedzieć, do kogo należy dane medium, aby móc korzystać z jak najszerzej oferty medialnej. Pluralizm mediów oraz konkurencja między nimi pozwalają na pozyskiwanie treści z różnych źródeł oraz dają możliwość ich porównania i weryfikacji.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Wybierz zdania, które opisują konsekwencje koncentracji rynku mediów.

- ☐ >Konkurencja na rynku jest mniejsza, co może prowadzić do niższej jakości, wyższej ceny i braku innowacyjności.
- ☐ >Prezentowane są różnorodne punkty widzenia.

- ☐ Różnorodność opinii w społeczeństwie nie znajduje odzwierciedlenia w mediach.
- ☐ Opinia publiczna jest kształtowana przez podobne informacje.
- ☐ >Obserwuje się wzrost innowacyjności i jakości oferowanych produktów na rynku.
- ☐ >Nie zauważa się wzrostu ilości treści komercyjnych na rynku.
- ☐ Rynek zdominowany jest przez treści komercyjne.

SŁOWNICZEK

- **linia redakcyjna:** ogół poglądów politycznych i społecznych przeważających w redakcji danego medium. Ma wpływ na sposoby formułowania opinii, referowania wydarzeń itd. Linia redakcyjna związana jest z konsekwentnym ujawnianiem pewnych przekonań i niechęcią do promowania innych.
- **koncesja:** zezwolenie, upoważnienie do prowadzenia jakiejś działalności.
- **Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji:**
- **Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**
- **kanał informacji:** (inaczej: kanał komunikacyjny) połączenie pozwalające na komunikację pomiędzy dwoma osobami, służy wymianie informacji, np. kable telefonu, strony książki, fale radiowe. Kanał informacji to co innego niż medium: zwykle dane medium (środek komunikacji, np. telewizja) wykorzystuje pewne kanały informacyjne do nadawania określonych przekazów.
- **system oligopolistyczny:** sytuacja, w której na rynku występuje tylko kilka dużych przedsiębiorstw. Powoduje to słabą konkurencję oraz monopolizację.
- **konkurencja:** proces w którym firmy współzawodniczą ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych. Ich głównym narzędziem jest przedstawianie korzystniejszych ofert od innych przedsiębiorstw np. w przypadku mediów może być to jakość prezentowanych treści.
- **pluralizm:** sytuacja w której różne grupy mają prawo wyrażać swoje interesy. Pluralizm zakłada poszanowanie narodowościowej i kulturowej różnorodności oraz uznanie równości poglądów. To stan pokojowego współistnienia różnych opinii, religii, wartości, przekonań. W odniesieniu do świata mediów pluralizm oznacza wielość i różnorodność mediów rywalizujących ze sobą o uwagę odbiorcy.

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Anna Gruhn. 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/pluralizm-mediow-konkurencja-i-koncentracja/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Stowarzyszenia Autorów ZAIKS, Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe, Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, IV poziom edukacyjny

Treści nauczania

Środki masowego przekazu. (zakres rozszerzony)

Organy kontroli państwowej, ochrony prawa i zaufania publicznego. (zakres rozszerzony)