

# Sposoby finansowania mediów

## WIEDZA W PIGUŁCE

Sposób finansowania mediów wpływa na ich charakter i działalność.

Media komercyjne finansowane są z reklam oraz ze sprzedaży praw, własnych produkcji i formatów (np. seriali). Media publiczne, czyli Telewizja Polska i Polskie Radio, należą do społeczeństwa. Pozyskują środki na działanie tak jak media komercyjne, a dodatkowo są finansowane także z abonamentu.

Media publiczne i komercyjne są przedsiębiorstwami i kierują się nie tylko interesem odbiorców, realizowaniem misji czy otwartością, lecz także zyskiem. Zarabiają na naszej uwadze, sprzedając ją reklamodawcom. Nie dotyczy to mediów społecznych, które utrzymują się z datków odbiorców i z kapitału właścicieli. Nie płacą one za otrzymanie koncesji, ale nie mogą nadawać reklam.

Pieniądze z abonamentu przeznaczone są na realizację misji, czyli oferowanie odbiorcom audycji informacyjnych, publicystycznych, kulturalnych, rozrywkowych, edukacyjnych i sportowych. Oferta programowa ma charakteryzować się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem, niezależnością i innowacyjnością oraz wysoką jakością. Wysokość abonamentu ustalana jest przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Większa część funduszy z abonamentów przeznaczana jest na działalność radia z powodu mniejszych przychodów z reklamy w tym medium (obowiązują tu niższe stawki za reklamę, ponieważ nie można oddziaływać na odbiorców obrazem).

Funkcjonowanie abonamentu określa Ustawa o opłatach abonamentowych z 2005 roku. Abonament to opłata za używanie zarejestrowanego odbiornika telewizyjnego lub radiowego — sam fakt posiadania urządzenia jest podstawą do naliczania abonamentu. Trwa debata na temat alternatywnych sposobów finansowania mediów publicznych. Inne modele to m.in. dotacja z budżetu państwa, opłata za każdy nośnik treści multimedialnych (nie tylko telewizor, lecz także np. ekran smartfonu), wliczenie kosztów treści audiowizualnych do opłat za energię elektryczną lub gaz.

## ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

### Zadanie 1.

Zaznacz prawidłowe odpowiedzi (może być więcej niż jedna).

1. Media publiczne finansowane są z:

- ☐ abonamentu
- ☐ reklam
- ☐ obrotu prawami do audycji
- ☐ dotacji ministerialnych

2. Media społeczne finansowane są z:

- ☐ reklam
- ☐ datków
- ☐ audycji sponsorowanych
- ☐ abonamentu

3. Media komercyjne finansowane są z:

- ☐ reklam
- ☐ abonamentu
- ☐ budżetu państwa
- ☐ obrotu prawami do audycji

4. Do misji mediów publicznych należy:

- ☐ upowszechnianie wiedzy o języku polskim
- ☐ generowanie zysku jako głównej siły napędowej istnienia tego typu mediów
- ☐ zapewnianie dostępności programów dla osób niepełnosprawnych
- ☐ uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych

## SŁOWNICZEK

- **koncesja:** zezwolenie, upoważnienie do prowadzenia jakiegś działalności.
- **Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji:**
- **abonament radiowo-telewizyjny:**
- **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.

---

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

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](#).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/sposoby-finansowania-mediow/>.

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)

Nowa podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, liceum i technikum

Treści nauczania

przedstawia współczesne media w Rzeczypospolitej Polskiej – wymienia główne dzienniki, tygodniki społeczno-polityczne, stacje telewizyjne i radiowe, portale internetowe; charakteryzuje wybrany tytuł/ stację/ portal ze względu na specyfikę, formy i treści przekazu.

krytycznie analizuje przekazy medialne i porównuje przekazy różnych mediów dotyczące tych samych wydarzeń czy procesów; formułuje własną opinię w oparciu o poznane fakty; rozpoznaje przejawy nieetycznych zachowań dziennikarzy.

charakteryzuje rolę współczesnych mediów w debacie publicznej; analizuje przebieg debaty publicznej na wybrany temat. (zakres rozszerzony)

charakteryzuje specyfikę jednego z tygodników społeczno-politycznych w Rzeczypospolitej Polskiej ze względu na odbiorców, formę przekazu, orientację ideologiczną, typ własności. (zakres rozszerzony)

krytycznie analizuje przekazy medialne; wyjaśnia podstawowe mechanizmy manipulacji wykorzystywane w mediach; wskazuje rolę Rady Etyki Mediów w Rzeczypospolitej Polskiej. (zakres rozszerzony)