

Artur Andrzejuk
Jerzy Niepsuj



ASPEKTY SPOŁECZNO–EKONOMICZNE CYFRYZACJI MEDIÓW ELEKTRONICZNYCH

Dotychczasowe, trwające już, co najmniej od dekady, poważne dyskusje nt. cyfryzacji mediów elektronicznych w Polsce, skupiały swą uwagę przede wszystkim na aspektach technicznych i prawnych oraz, w znacznie mniejszym stopniu, ekonomicznych przedmiotowego problemu. Tylko incydentalnie i niejako na marginesie wspomniano i dyskutowano przy tym o innych kwestiach, takich jak np. aspekty społeczne, kulturowe czy cywilizacyjne.

I do pewnego czasu było to zrozumiałe i poniekąd normalne.

Oczywistość i trafność tego typu konstatacji znajduje swoje pełne potwierdzenie już w pobieżnym zapoznaniu się ze stanem badań problemowi stanowiącego przedmiot dzisiejszej konferencji oraz literaturą przedmiotu mu poświęconą¹.

Na podstawie analizy literatury przedmiotu można nawet zaryzykować twierdzenie mówiące, że istniejące publikacje (poświęcone problemowi cyfryzacji mediów elektronicznych) są dość monotematyczne i w zasadzie ograniczają się do roztrząsania technicznych i prawnych aspektów cyfryzacji.

PIERWODRUK: Digitalizacja a rynek mediów elektronicznych w Polsce, red. T.Klimski, J. Niepsuj, Warszawa 2008, s. 176 – 188.

© **Artur Andrzejuk, Jerzy Niepsuj**

¹ W zasadzie, w naukowej literaturze polskiej, brak jest pozycji, które by w sposób całościowy traktowały o cyfryzacji mediów elektronicznych. Poza specjalistycznymi czasopismami typu np. „Świat Telekomunikacji” czy „Radio-lider” oraz gazetami codziennymi i tygodnikami, problemem cyfryzacji mediów elektronicznych w Polsce prawie nikt się nie zajmuje. Brak jest też jakichkolwiek (a na pewno gruntowniejszych) badań naukowych poświęconych przedmiotowemu problemowi. Nie wiedzieć dlaczego, ale ludzie nauki zawodowo zajmujący się mediami, dotychczas nie przedstawili jakiegokolwiek, zwartego, całościowego, naukowego studium wdrożenia cyfrowych mediów elektronicznych w Polsce. Także przedstawiciele administracji państwowej i rządowej nie „zamówili” i nie zainicjowali dotychczas tego typu opracowania naukowego.

Tymczasem wdrożenie cyfrowych mediów elektronicznych i przyszły kształt rynku mediów elektronicznych w Polsce i w Europie zależy nie tylko od rozwoju i praktycznej aplikacji techniki cyfrowej oraz stworzenia odpowiednich regulacji prawnych służących jej wdrożeniu, ale także, a może, co najmniej w równym stopniu, od determinant społecznych i ekonomicznych cyfryzacji.

Nasi przedmówcy, każdy w swoim przedmiotowym zakresie, zwracali uwagę na bardzo liczne plusy i korzyści „techniczne”, wiążące się z pojawieniem się i wdrożeniem do praktyki, cyfrowych technik przekazu radiowego i telewizyjnego.

Usłyszeliśmy więc o „technicznych korzyściach” związanych z wdrożeniem cyfryzacji, np. związanych z poprawą jakości sygnału telewizyjnego i radiowego, o tzw. „dywidendzie cyfrowej” a w konsekwencji o dalszym jakościowym i ilościowym rozwoju polskiego rynku mediów elektronicznych.

Miejsce naszej konferencji, w kontekście powyższych konstatacji wydaje się więc być symboliczne. Do dziś bowiem o cyfryzacji mediów elektronicznych dyskutowano głównie na uczelniach i w instytucjach politechnicznych oraz technicznych a także w gabinetach urzędników władz państwowych (w komisjach sejmowych, rządowych).

Dziś zaś, miejscem spotkania jest uniwersytet, i to na dodatek Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, a więc – człowieka i hierarchy kościelnego – patrona współgospodarza konferencji, który jak rzadko kto przed nim, a i po nim, w równym stopniu potrafił docenić, zrozumieć i wykorzystać media jako instrument ewangelizacji ale i wszechstronnego wychowania człowieka i społeczeństwa².

I dziś, tu, na Uniwersytecie nazywającym się imieniem Prymasa Tysiąclecia, chcemy w toku naukowej refleksji profesorów reprezentujących głównie Wydział Filozofii Chrześcijańskiej, zastanowić się nad społecznymi aspektami cyfryzacji mediów elektronicznych. Mówiąc inaczej, innymi słowy i dobitniej, chcemy postawić pytanie o cel cyfryzacji mediów elektronicznych.

Mamy przy tym świadomość, że nasza teleologiczna (nie mylić z teologiczną) refleksja nad cyfryzacją nie pomniejsza i nie wyklucza potrzeby refleksji przedstawicieli innych, pozahumanistycznych dyscyplin wiedzy.

Dotychczasowe wypowiedzi prelegentów (referaty) w II i III części konferencji i wcześniejsze wystąpienia (w I części konferencji) wysokich przedstawicieli różnorodnych organów właściwych w sprawach radiodiffuzji władz państwowych, odpowiedzialnych za przygotowanie i wdrożenie (przeprowadzenie) procesu cyfryzacji mediów elektronicznych w Polsce pokazały, iż w procesie tym dostrzegamy wciąż jeszcze więcej dylematów i pytań aniżeli gotowych odpowiedzi i rozwiązań.

I nie jest to bynajmniej specyfika wyłącznie polska. Tak prawnicy, jak i technicy-inżynierowie nie mają do końca jasności w bardzo wielu kwestiach związanych z cyfryzacją mediów elektronicznych.

I choć socjologowie, etycy, filozofowie, ekonomiści, psychologowie i różnego typu medioznawcy – badacze przedmiotu, od jakiegoś czasu zagadnieniu cyfryzacji mediów elektronicznych poświęcają

² Zob.: Stefan Kardynał Wyszyński Prymas Polski, Kościół i media, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa 2002.

swoją uwagę, to także ich refleksja znajduje się wciąż w stadium początkowym i dalekim od gotowości przedstawienia gotowych rozwiązań.

Pomimo to, wśród badaczy i „praktyków” przedmiotowego problemu (ludzi mediów, urzędników państwowych właściwych w sprawach radiodifuzji) panuje na ogół zgodne przekonanie, że proces digitalizacji mediów elektronicznych domaga się interdyscyplinarnego-techniczno/humanistycznego podejścia i badania. Ukazały to także dotychczas wygłoszone referaty. Tylko bowiem tego typu interdyscyplinarne podejście (nastawienie) do problemu cyfryzacji mediów elektronicznych pozwala, z jednej strony, uchwycić jego złożoność, trudność, wieloaspektowość, a z drugiej strony, dostrzec stopień skomplikowania towarzyszący próbom jego wdrożenia.

W tym kontekście i w tym miejscu wypada ponownie podkreślić unikalny charakter dzisiejszej konferencji. Jest ona bowiem współorganizowana przez UKSW i IŁ, a więc uczelnię stricte humanistyczną i państwowy instytut badawczy. Naukowcy z obu tych placówek postanowili wspólnie, poddać oglądowi naukowemu problem cyfryzacji mediów elektronicznych w Polsce, w jego najważniejszych aspektach (prawnym, technicznym, społecznym, ekonomicznym, kulturowym i cywilizacyjnym). Co więcej, do tego wspólnego oglądu zaprosili także wysokich przedstawicieli władz państwowych RP (Sejmu, KRRiT, rządu) oraz reprezentantów wszystkich „uczestników – stron” rynku mediów elektronicznych i nieelektronicznych w Polsce.

Temat konferencji każe nam rozpatrywać cyfryzację mediów elektronicznych w kontekście jej wpływu na kształt przyszłego rynku mediów elektronicznych w Polsce. Zmusza nas także do postawienia pytań o pozatechniczny cel cyfryzacji.

Aby więc tego dokonać, spróbujmy teraz zastanowić się nad społeczno-ekonomicznymi antecedencjami dotychczasowego, analogowego rynku mediów elektronicznych dla procesu wdrażania mediów cyfrowych i funkcjonowania cyfrowego rynku mediów elektronicznych w Polsce. Następnie spróbujemy omówić w kolejności: społeczno-ekonomiczne plusy i minusy (korzyści i zagrożenia) digitalizacji mediów elektronicznych oraz konsekwencje cywilizacyjno-kulturowe cyfryzacji przekazu telewizyjnego i radiowego. Całość naszych rozważań znajdzie swe podsumowanie we wnioskach.

W toku pierwszych, wstępnych analiz, z całą wyrazistością ujawniła się nie tylko konieczność multilateralnego i interdyscyplinarnego oglądu (badania) i podejścia do problemu cyfryzacji. Jednocześnie uwyraźniła się konieczność szerszego i głębszego uwzględnienia, tak w fazie przygotowawczej, jak i w fazie wdrożeniowej procesu digitalizacji mediów elektronicznych, jego społecznego i ekonomicznego aspektu.

Dla każdego badacza przedmiotowego problemu jest bowiem jasne, że to społeczeństwo i jego chęć oraz zdolność implementacji mediów cyfrowych ostatecznie rozstrzygnie o powodzeniu procesu cyfryzacji mediów elektronicznych. Gdyż to cel społeczny jest celem głównym a nawet ostatecznym celem cyfryzacji. Wszystkie cele poboczne: takie jak prawne, techniczne i ekonomiczne powinny być skorelowane z celem społecznym i jemu podporządkowane.

Spoleczno-ekonomiczne antecedencje analogowego rynku mediów elektronicznych

Po odzyskaniu przez Polskę suwerenności państwowej w 1989 roku, niemal natychmiast, rozpoczął się proces kształtowania się analogowego rynku mediów elektronicznych. Miał on zrazu spontaniczny, by nie użyć słowa „dziki i żywiołowy” charakter. Odbывał się przy braku jakiegokolwiek, kompleksowej, spójnej i utrwalonej polityki medialnej Państwa Polskiego, polityki dotyczącej wizji docelowej i zasad funkcjonowania analogowego rynku mediów elektronicznych³.

Fakt ten stanowił czynnik genetyczny i swoisty „grzech pierworodny” wszystkich trudności związanych z kształtowaniem się i funkcjonowaniem analogowego rynku mediów elektronicznych od roku 1989.

Na część mechanizmów determinujących sposoby kształtowania się i funkcjonowania analogowego rynku mediów elektronicznych zwróciła uwagę opinii publicznej w Polsce tzw. afera Rywina, choć znaczna ich część została opisana po raz pierwszy już m.in. w *Informacji o wynikach kontroli działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz innych organów w zakresie realizacji koncesji Radia Maryja* z września 2000 roku⁴. oraz w opracowaniu pt. *Gospodarka częstotliwościami radiowymi. „Bilans zamknięcia” pierwszego oraz „bilans otwarcia” drugiego procesu koncesyjnego w radiofonii (Odpowiedź Ministra Łączności na dezyderat komisji sejmowych: Transportu i Łączności oraz Kultury i Środków Przekazu nr 15/29 z dnia 15 lutego 2001 r. w sprawie gospodarowania częstotliwościami radiowymi)* z maja 2001 roku⁵. Niezwykle ciekawą i ważną część tych mechanizmów odsonił też tzw. *Raport o działaniach żołnierzy i pracowników WSI oraz wojskowych jednostek organizacyjnych realizujących zadania w zakresie wywiadu i kontrwywiadu wojskowego przed wejściem w życie ustawy z dnia 9 lipca 2003 r. o Wojskowych Służbach Informacyjnych w zakresie określonym w art. 67. ust.1 pkt. 1–10 ustawy z dnia 9 czerwca 2006 r. „Przepisy wprowadzające ustawę o Służbie Kontrwywiadu Wojskowego oraz Służbie Wywiadu Wojskowego*

³ Polityką państwa, a raczej rządzących nim polityków, był brak jakiegokolwiek polityki medialnej. Większość polskiej klasy politycznej nie miała żadnego pojęcia i wiedzy o mediach elektronicznych, o ich funkcjonowaniu, o rynku mediów i jego znaczeniu dla procesu budowania demokracji, społeczeństwa obywatelskiego i państwa prawa. Ci zaś politycy, którzy rozumieli znaczenie i wagę mediów elektronicznych w państwie, świadomie blokowali wszelkie próby sformułowania polityki medialnej państwa oraz poddania jej kontroli społecznej. Ci drudzy reprezentowali głównie siły starego reżimu (SDPR/SLD i PSL) i tę część solidarnościowych polityków, którzy byli zorganizowani w UD/UW/PD.

⁴ Najwyższa Izba Kontroli, Departament Edukacji, Nauki i Kultury, Informacja o wynikach kontroli działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz innych organów w zakresie realizacji koncesji Radia Maryja, Warszawa, wrzesień 2000 r. (ENK-41101-00 Nr ewid.: 164/2000/I/00/002/DEN).

⁵ Gospodarka częstotliwościami radiowymi. „Bilans zamknięcia” pierwszego oraz „bilans otwarcia” drugiego procesu koncesyjnego w radiofonii (Odpowiedź Ministra Łączności na dezyderat komisji sejmowych: Transportu i Łączności oraz Kultury i Środków Przekazu nr 15/29 z dnia 15 lutego 2001 r. w sprawie gospodarowania częstotliwościami radiowymi), Warszawa, 30 maja 2001 roku.

oraz ustawę o służbie funkcjonariuszy Służby Kontrwywiadu Wojskowego oraz Służby Wywiadu Wojskowego” oraz innych działaniach wykraczających poza sprawy obronności państwa i bezpieczeństwa Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej⁶ ...

Brak więc zgodnej z racją stanu i interesem narodowym oraz społecznym polityki medialnej Państwa Polskiego u progu jego suwerennego bytu przyczynił się do obecnego kształtu polskiego rynku mediów elektronicznych. Żaden rząd RP po 1989 roku nie przedstawił założeń ani też nie ogłosił koncepcji polityki medialnej państwa. Sytuacji w tej mierze nie zmieniło powstanie, po uchwaleniu przez Sejm RP w 1993 roku ustawy o radiofonii i telewizji, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Także KRRiT nie przedstawiła wespół z rządem polityki medialnej państwa. W konsekwencji Polska nie wypracowała i do dziś nie posiada docelowego modelu polskiego rynku analogowych mediów elektronicznych (planu (wizji) tego rynku). O ostatecznym, obecnym kształcie tego rynku zdecydowały więc tyleż decyzje polityków z „grup trzymających media”, co i pewne determinanty techniczne (częstotliwościowe) mające swe zakorzenienie w Planie Genewskim z 1984 roku (radio) i Planie Sztokholmskim z 1961 roku (telewizja).

W tej sytuacji, głównym czynnikiem oddziałującym na kształt analogowego rynku mediów elektronicznych był nieformalny i na ogół niejawnym czynnikiem polityczny odwołujący się do determinant technicznych (częstotliwościowych) oraz w jednym przypadku Radia Maryja, do czynnika społecznego. W konsekwencji oznaczało to brak (jakiegokolwiek?) rzeczywistej kontroli społecznej nad analogowym rynkiem mediów elektronicznych oraz deprecjację ekonomicznych czynników funkcjonowania analogowego rynku mediów elektronicznych (kryterium ekonomiczne zdominowane zostało wyraźnie przez kryterium polityczne) w pierwszym etapie procesu koncesyjnego.

Wzrost znaczenia kryterium ekonomicznego nastąpił dopiero po „rozdaniu niemal wszystkich znaczących koncesji” i częstotliwości radiowych oraz telewizyjnych, w drugiej fazie funkcjonowania analogowego rynku mediów elektronicznych, po procesie rekoncesyjnym w latach 2001 – 2004. W efekcie tego dowartościowania czynnika ekonomicznego nastąpiło zjawisko szybkiej koncentracji mediów lokalnych i masowa wyprzedaż stacji radiowych (ogólnopolskich i ponadregionalnych kapitałowi obcemu).

- Względnie planowy, zgodny z Planem Genewskim i Planem Sztokholmskim 1961 docelowy kształt analogowych sieci radiowych i telewizyjnych w Polsce po 1989 roku;
- Brak docelowego modelu polskiego rynku analogowych mediów elektronicznych;

⁶ Zob. *Raport o działaniach żołnierzy i pracowników WSI oraz wojskowych jednostek organizacyjnych realizujących zadania w zakresie wywiadu i kontrwywiadu wojskowego przed wejściem w życie ustawy z dnia 9 lipca 2003 r. o Wojskowych Służbach Informacyjnych w zakresie określonym w art. 67. ust.1 pkt. 1–10 ustawy z dnia 9 czerwca 2006 r. „Przepisy wprowadzające ustawę o Służbie Kontrwywiadu Wojskowego oraz Służbie Wywiadu Wojskowego oraz ustawę o służbie funkcjonariuszy Służby Kontrwywiadu Wojskowego oraz Służby Wywiadu Wojskowego” oraz innych działaniach wykraczających poza sprawy obronności państwa i bezpieczeństwa Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej.*

- Względnie efektywna gospodarka i wykorzystanie częstotliwości radiowych i telewizyjnych – stygmat „deficytu częstotliwości” i zjawisko tzw. „kiszienia częstotliwości”;
- Stąd, tylko względnie transparentny i podporządkowany gł. politycznym kryteriom proces rozwoju analogowego rynku mediów elektronicznych;
- Stosunkowo nikłe znaczenie czynnika ekonomicznego dla aktualnego kształtu rynku mediów elektronicznych;
- „Eter na kartki” i rynek reglamentowany jako konsekwencja m.in. ograniczeń technicznych (częstotliwościowych) analogowego rynku mediów elektronicznych;
- Względny pluralizm i kontrolowany charakter analogowego rynku mediów elektronicznych;
- Brak dalszych, przede wszystkim częstotliwościowych możliwości rozwojowych w sensie ilościowym, analogowego rynku mediów elektronicznych;
- Abonament i trudności z jego ściąganiem miarą i wyrazem braku gotowości społeczeństwa polskiego do ponoszenia jakichkolwiek dodatkowych świadczeń na media elektroniczne, w tym cyfrowe. Bezradność i indolencja (bezczytność) państwa z tym związana;
- Brak utrwalonych i sprawdzonych prorozwojowych form współpracy nadawców radiowych i telewizyjnych obecnych na analogowym rynku mediów elektronicznych;
- Fiasko kolejnych inicjatyw tworzenia wspólnych platform cyfrowych (media komercyjne kontra media publiczne; pasożytnicze i nacechowane brakiem wzajemnego zaufania relacje między mediami publicznymi i komercyjnymi);
- Unikanie rzeczywistej konkurencji programowo–rynkowej pomiędzy mediami elektronicznymi spowodowane m.in. koligacjami biznesowymi, rodzinno–zawodowymi i towarzyskimi ludzi mediów;
- Bardzo niski stopień nasycenia analogowego rynku mediów elektronicznych tzw. usługami dodatkowymi, w tym szczególnie o charakterze interaktywnym;
- Wysoki stopień cyfryzacji znacznej części infrastruktury technicznej służącej do produkcji programów u nadawców analogowych. Procesowi cyfryzacji musi zostać jeszcze poddana ta część infrastruktury, która służy do transmisji sygnału bezpośrednio do odbiorcy.

Fakt ten sprzyja potaniu procesu cyfryzacji:

- „Cyfrowa funkcjonalność” posiadanego przez odbiorców w Polsce sprzętu odbiorczego (odbiorników telewizyjnych). Znaczna część tradycyjnych odbiorników TV będących w użytkowaniu może być wykorzystywana do odbioru telewizji cyfrowej po ich wzbogaceniu o specjalną zewnętrzną przystawkę (tzw. *Set-top-box*);

- Jednocześnie polski rynek sprzętu RTV oferuje bogaty wybór tzw. odbiorników zintegrowanych przystosowanych do odbioru sygnału cyfrowego (nawet w standardzie HDTV) bez konieczności podłączania zewnętrznych urządzeń dekodujących;
- Wielkim bogactwem i wielką szansą polskiego rynku mediów elektronicznych są tysiące znakomicie wykształconych specjalistów radiowców i inżynierów wizji. Instytut Łączności Państwowy Instytut Badawczy w Warszawie już od czasów przedwojennych (lat trzydziestych ub. stulecia) jest tego widocznym dowodem i przykładem;
- Powyższe upoważnia do sformułowania i postawienia tezy mówiącej, że cyfryzacja przekazu radiowego i telewizyjnego ma w Polsce solidne podstawy techniczne a przez to stanowi poważną szansę rozwojową polskiego i europejskiego rynku mediów elektronicznych;
- W dotychczasowym analogowym rynku mediów elektronicznych tkwią tak pozytywne jak i negatywne przesłanki dla przyszłego rozwoju cyfrowego rynku mediów elektronicznych. Wydaje się, że przesłanki pozytywne co najmniej równoważą negatywne⁷.

Społeczne szanse i zagrożenia, wynikające z cyfryzacji mediów elektronicznych

Społeczne zalety nadawania cyfrowego

- Korzystny klimat społeczny i pozytywne nastawienie społeczeństwa polskiego (szczególnie młodego) do wszelkich nowinek technicznych oraz duże „uzależnienie” przeciętnego Polaka od mediów elektronicznych;
- Dalsza pluralizacja (liberalizacja) mediów elektronicznych;
- Euro 2012 jako sportowo-społeczny i psychologiczny czynnik sprzyjający – swoisty akcelerator – digitalizacji mediów elektronicznych w Polsce.
- Rozwijający się skokowo rynek producentów sprzętu radiowo – telewizyjnego w Polsce i skokowy spadek cen sprzętu RTV i Informatycznego;
- Otwarcie granic i wzrastająca wciąż mobilność społeczeństwa polskiego;

⁷ Szerzej na ten temat: M. J. Grzybkowski i J. M. Niepsuj, Wdrożenie sieci DAB-T i DVB-T w kontekście realizacji planów sieci analogowych, w: Krajowa Konferencja Radiokomunikacji, Radiofonii i Telewizji 2002, Gdańsk 2002.

- Możliwość zaferowania przez nadawców programów, operatorów multipleksów lub inne podmioty z nimi współpracujące szerokiej gamy tzw. usług dodatkowych (mogą one mieć charakter interaktywny, co pozwala zwiększyć udział widza w procesie aktywnego kształtowania adresowanego do niego przekazu. Jest to także potencjalnie ważki czynnik dla rozwoju mediów cyfrowych i silny czynnik zachęty dla konsumentów do migracji z sieci analogowej do sieci cyfrowej).

Společne zagrożenia związane z procesem cyfryzacji

- Brak konsensusu rynkowego w kwestii wyboru modelu przechodzenia na nadawanie cyfrowe;
- Brak konsensusu rynkowego wokół wyboru jednej – wspólnej techniki kompresji sygnału; MPEG-2 czy MPEG-4;
- Wzrost kosztów przekazu i odbioru sygnału cyfrowego, szczególnie w pierwszej fazie wdrażania mediów cyfrowych i funkcjonowania tzw. simulcastu;
- Dalsza koncentracja rynku nadawców;
- Brak przejrzystości warunków przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe i brak jasnego sformułowania przez Państwo swoich zamierzeń dotyczących procesu przejścia, a w szczególności określenia warunków rynkowych;
- Brak precyzacji warunków technicznej neutralności w myśl polityki konkurencji, mając na uwadze różnorodne technologie przekazu cyfrowego (satelitarną, kablową oraz naziemną);
- Dalsze zahamowanie produkcji oryginalnych programów, adresowanych do polskiego odbiorcy, na ich stosunkowo szybką dostępność w naziemnej telewizji cyfrowej;
- Brak konkretnej wizji (harmonogramu) uruchomienia kolejnych multipleksów.

Společno-polityczno-ekonomiczny wymiar digitalizacji

Przejście z techniki analogowej do techniki cyfrowej w zakresie emisji sygnału dla naziemnej telewizji i radia stanowi niewątpliwie największą, rewolucyjną zmianę w dziedzinie mediów elektronicznych od czasu zaniechania emisji telewizji monochromatycznej na rzecz telewizji w kolorze, czy wprowadzenia stereofonicznej emisji radiowej w paśmie UKF.

Niektóre konsekwencje ekonomiczne cyfryzacji:

- Dla odbiorcy (widza, słuchacza – groźba dodatkowych kosztów związanych z zakupem przystawki lub nowego, drogiego odbiornika);

- Dla nadawcy (wzrost kosztów emisji sygnału, szczególnie w okresie równoległej emisji analogowo – cyfrowej tzw. simulcastu, ewentualna konieczność subsydiowania przystawki);
- Dla operatora multipleksu (telekomunikacyjnego – ewentualna konieczność subsydiowania przystawki);
- Dla rynku mediów (możliwy spadek wpływów reklamowych dla dotychczasowych i nowych nadawców ze względu na zwiększoną ilość cyfrowych podmiotów rynkowych).

Wybrane społeczne konsekwencje cyfryzacji:

- Dla odbiorcy (widza, słuchacza – groźba tzw. wykluczenia cyfrowego vs domowy odbiornik radiowo-telewizyjny „bramą do przestrzeni cyfrowej” i „kluczem do społeczeństwa informacyjnego”);
- Dla nadawców (dalszy wzrost konkurencji na rynku mediów elektronicznych, nieuchronna koncentracja mediów (wewnątrzsektorowa), konwergencja usług i sektorów mediów elektronicznych, Internetu i telekomunikacji (międzysektorowa));
- Dla rynku mediów (dalsza formatyzacja rynku radiowego i telewizyjnego oraz radiowo-telewizyjnego; utrata autonomicznego charakteru rynku mediów elektronicznych na rzecz rynku komunikacji elektronicznej).

Rola polityki państwa:

- Państwo (wszystkie bez wyjątku rządy i wszystkie dotychczasowe Krajowe Rady Radiofonii i Telewizji) były bierne i pasywne. Nie podejmowano ani działań pozytywnych ani negatywnych – np. do dzisiaj nie wprowadzono na terytorium Polski zakazu obrotu odbiornikami analogowymi. Nie przygotowano także jakiegokolwiek akcji informacyjnej skierowanej do społeczeństwa dotyczącej zakupu odbiorników radiowo-telewizyjnych;
- Państwo jako regulator rynku cyfrowych mediów elektronicznych powinno wykorzystać niepowtarzalną szansę na całkowitą przebudowę rynku mediów elektronicznych w kierunku realizacji jego interesów związanych z:
 - bezpieczeństwem,
 - ochroną interesu publicznego,
 - dostępem społeczeństwa do informacji, dóbr kultury i sztuki,
 - z ułatwieniami korzystania z oświaty i dorobku nauki, u
 - powszechnianiem edukacji obywatelskiej,
 - dostarczaniem rozrywki,
 - popieraniem krajowej twórczości audiowizualnej
 - oraz krzewieniem pluralizmu politycznego i światopoglądowego.

Tymczasem brak konsekwentnej polityki państwa w tym zakresie powoduje:

- Brak jasnych, jawnych i „wydiskutowanych” – będących wynikiem consensusu wszystkich uczestników polskiego rynku mediów elektronicznych – kryteriów konkursów na rezerwację częstotliwości, operatorów multipleksów itd. W sytuacji obowiązywania zasady rynkowej: „kto pierwszy ten lepszy” oznacza to przeniesienie i kontynuację wszystkich chorób analogowego rynku mediów elektronicznych na rynek cyfrowy.
- Brak jasnych i realnych „wydiskutowanych” propozycji sfinansowania całej operacji konwersji analogowo – cyfrowej. Do dziś nie jest wiadome kto, w jakim zakresie i na jakich warunkach pokryje koszty cyfryzacji: czy państwo, czy dotychczasowi (i ewentualnie nowi) nadawcy i operatorzy telekomunikacyjni, czy widzowie.
- Brak jednolitych w skali ogólnopolskiej przejrzystych warunków przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe. Dot. to m.in. standardów.

* * *

Wprowadzenie technologii cyfrowej w radiu i telewizji jest istotnym, by nie powiedzieć milowym krokiem Polski w kierunku społeczeństwa informacyjnego. A społeczeństwo informacyjne to społeczeństwo oparte o wiedzę – społeczeństwo demokratyczne, obywatelskie, otwarte. Jednakże zamiast niego społeczeństwo polskie może ulec „marketingowi medialnemu” czy nawet „dyktaturze medialnej”, nazywanymi „mediokracją”, „telekracją” lub „teledemokracją”.

Trzeba więc pamiętać, że skoro proces cyfryzacji w mediach jest procesem nieodwracalnym i nieuchronnym, to pomimo ambiwalentnych konsekwencji jakie ze sobą niesą wszystkie aspekty z nim związane (techniczne, prawne, ekonomiczne, społeczne i cywilizacyjne), to wszystkie okoliczności tego procesu przemawiają za jak najszybszym jego przeprowadzeniem i wdrożeniem.

Polska bowiem nie może sobie pozwolić na dalsze opóźnienia we wprowadzaniu naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej. Mogą one bowiem narazić nasz kraj na poważne trudności i zapóźnienia cywilizacyjne.