



**PROJEKT KARTY POWINNOŚCI
POLSKIEGO RADIA S.A.
NA LATA 2020 - 2024**

/maj 2020 r./

Spis treści

Wstęp	3
I. Misja publiczna Polskiego Radia S.A. w latach 2020-2024	4
1. Programy radiowe w strukturze organizacyjnej Polskiego Radia S.A.	4
2. Usługi wynikające z realizacji misji.	5
II. Zadania misyjne Polskiego Radia S.A. w latach 2020-2024	18
1. Zadania misyjne programowe	22
1) Zadanie 1: Program 1 PR – Jedyńka	22
2) Zadanie 2: Program 2 PR – Dwójka	29
3) Zadanie 3: Program 3 PR – Trójka	34
4) Zadanie 4: Program 4 PR – PR24	39
5) Zadanie 5: Program 5 PR – PRdZ	46
6) Zadanie 6: Czwórka Polskie Radio – program wyspecjalizowany I	51
7) Zadanie 7: Polskie Radio Chopin – program wyspecjalizowany II	58
8) Zadanie 8: Polskie Radio Dzieciom – program wyspecjalizowany III	63
9) Zadanie 9: Polskie Radio Kierowców - program wyspecjalizowany IV (projektowany)	68
10) Zadanie 10: Polskie Radio Literatura - Program wyspecjalizowany V (projektowany)	73
2. Pozostałe zadania misyjne	77
A. Zadanie 11: Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim (utrzymanie)	77
B. Zadanie 12. Teatr Polskiego Radia: Festiwal „Dwa Teatry” – Splendor debiuty	78
C. Zadanie 13. Studio Reportażu i Dokumentu:	81
Zadanie 13 a. Konkurs im. J. Stwory - Ogólnopolskie Seminarium Reportażystów	81
Zadanie 13 b. Ogólnopolski Konkurs Reportażystów i GALA MELCHIORY	81
Zadanie 13 c. Spotkanie z reportażem	82
Zadanie 13 d. GRAND PRIX KRRiT	82
D. Zadanie 14: Radiowe Centrum Kultury Ludowej:	83
Zadanie 14 a. Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu	83
Zadanie 14 b. Dokumentacja terenowa	83
E. Zadanie 15. Agencja Promocji Polskiego Radia:	84
Zadanie 15 a. Piknik Naukowy Polskiego Radia i Centrum Nauki Kopernik	84
Zadanie 15 b. Promowanie polskich audycji i utworów w usługach - Agencja Promocji i Programy	85
F. Zadanie 16: Plany inwestycyjne	91
3. Zadania pozamisyjne	94
A. Agencja Reklamy Polskiego Radia	94
B. Dział Fonografii Agencji Muzycznej	94
C. Inne zadania pozamisyjne	94
III. Szacunkowe koszty działalności Polskiego Radia S.A. oraz przychody stanowiące źródła finansowania w latach 2020-2024	95
A. Szacunkowe przychody i koszty w latach 2020-2024	95
B. Szacunkowe przychody i koszty zadań misyjnych w latach 2020-2024	97
C. Ogólne zasady prowadzenia działalności niewynikającej z misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1.	116
D. Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o które mowa w art. 21 ust. 1 oraz pozostałej działalności	121
E. Wytyczne dotyczące sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji	139

Wstęp

Spółka akcyjna Skarbu Państwa pod nazwą Polskie Radio S.A. została wpisana do rejestru handlowego w Sądzie Rejonowym dla miasta stołecznego Warszawy 31 grudnia 1993 roku. Jest narodowym nadawcą publicznym, wypełniającym ustawowe zadania w zakresie radiowej misji publicznej.

Polskie Radio – Spółka Akcyjna jest kontynuatorem utworzonej 18 sierpnia 1925 roku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Polskie Radio, która jako pierwsza w Polsce i jedna z pierwszych na świecie rozpoczęła regularne nadawanie programu.

Od chwili powstania do dzisiaj Polskie Radio, niezależnie od formy organizacji i możliwości działania jest instytucją budującą wspólnotę i tworzącą kulturalną tożsamość Polaków mieszkających w kraju i zagranicą.

Projekt karty powinności Polskiego Radia S.A. na lata 2020-2024 powstał w oparciu o przepisy Art. 21 a. ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji i określa:

w cz. I. Sposób realizowania misji publicznej Polskiego Radia S.A., tj.:

- strukturę organizacyjną,
- obowiązki i zadania wynikające z realizacji misji;

w cz. II. Zakres powinności misyjnych Polskiego Radia S.A., tj.:

- zadania programowe, w tym określenie i zakres misji publicznej,
- zasady i sposób realizacji misji,
- zasady prowadzenia działalności pozaprogramowej wynikającej z misji publicznej (opis najważniejszych rodzajów takiej działalności, w tym działalność inwestycyjne),
- zadania pozamisyjne;

w cz. III. Koszty działalności i źródła finansowania w Polskim Radiu S.A., tj.:

- finansowanie misyjnych działań programowych i pozaprogramowych,
- metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do misji publicznej oraz do pozostałych rodzajów działalności w zakresie finansowym,
- warunki wykorzystania nadwyżki o której mowa w art. 31 ust. 7 urt.

I. Misja publiczna Polskiego Radia S.A. w latach 2020-2024

Polskie Radio S.A. jest jednoosobową spółką Skarbu Państwa z siedzibą w Warszawie, której celem działalności jest wypełnianie zadań radiofonii publicznej w Polsce. Swoje cele Polskie Radio realizuje w oparciu o **Ustawę z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji** (Dz. U. z 2017 r. poz. 1414 z późn. zm.) – która określa i reguluje działalność radiową i telewizyjną. Ustawa zawiera także regulacje prawne dotyczące audiowizualnych usług medialnych na żądanie.

Misja radia publicznego jest planowana i realizowana poprzez program, który realizuje zapisy z rozporządzeń Krajowej Rady Radiofonii o Telewizji, w tym m.in. rozp. KRRiT z dnia 15 listopada 2018 r. w sprawie szczegółowego trybu uzgadniania karty powinności, rozp. KRRiT z dn. 4 grudnia 2018 r. w sprawie szczegółowego zakresu planów programowo-finansowych i trybu ich uzgadniania.

Realizacją misji publicznej Polskiego Radia S.A., w ujęciu najogólniejszym, jest oferowanie słuchaczom zróżnicowanych programów radiowych z audycjami publicystycznymi, kulturalnymi, rozrywkowymi, edukacyjnymi, informacyjnymi i sportowymi oraz dostarczanie usług medialnych.

Określonym sposobem realizowania misji publicznej w Polskim Radiu S.A. zapisanym w **Projekcie karty powinności na lata 2020-2024** oraz następnie uszczegóławianych w rocznych *Planach programowo-finansowych* jest tworzenie i rozpowszechnianie określonych w strukturze organizacyjnej Spółki programów radiowych i o przyjętej strukturze kategorii oraz realizujących ustalone powinności misyjne.

Na rzecz realizacji misji publicznej w Polskim Radiu S.A. zaplanowane zostały do realizacji konkretne „zadania” (w Polskim Radiu S.A. jest ich 21; w punktach: Zadania 1-16). Określają one szczegółowo cele i sposoby realizowania poszczególnych programów radiowych (Zadania 1-10) oraz „zadania” misyjne mające na celu działania na rzecz realizowania usług medialnych (Zadania 11-16), które tworzone są we współpracy z programami radiowymi.

Poniżej wymienione i zaprezentowane zostały zasadnicze zadania Polskiego Radia S.A., które następnie w dalszej części **Projektu karty** w szczegółowy sposób opisują zadania misyjne programowe, misyjne pozaprogramowe oraz zadania pozamisyjne.

1. Programy radiowe w strukturze organizacyjnej Polskiego Radia S.A.

Zadaniem misyjnymi Polskiego Radia S.A. – jest tworzenie i rozpowszechnianie:

a) programów ogólnokrajowych Polskiego Radia:

- Programu 1,
- Programu 2,
- Programu 3,
- Programu 4;

b) programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach:

- Polskiego Radia dla Zagranicy (z Ramówką Wschód i Ramówką Zachód);
- c) programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję:
 - Czwórki,
 - Polskiego Radia Chopin,
 - Polskiego Radia Dzieciom;
- d) innych programów wyspecjalizowanych określonych w karcie powinności, których uruchomienie jest planowane w trakcie obowiązywania dokumentu:
 - Polskiego Radia Kierowców
 - Polskiego Radia Literatura

Zgodnie z art. 21a ust 2 pkt 6 – minimalne udziały głównych kategorii audycji w poszczególnych programach, w zakresie istotnym dla charakteru danego programu na lata 2020-2024 – zostały przedstawione w Załącznikach 1-10A dot. poszczególnych Programów.

2. Usługi wynikające z realizacji misji.

Usługami wynikającymi z realizacji misji – jest tworzenie i dostarczanie:

- audialnych, audiowizualnych i tekstowych usług innych niż programy oraz
- audiowizualnych usług medialnych na żądanie, dostarczanych przez sieci telekomunikacyjne przy powiązaniu takich usług z programami, jednocześnie uzupełniających, poszerzających lub wzbogacających je, które realizują demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczeństwa.

Tworzenie i dostarczanie przez sieci telekomunikacyjne audialnych, audiowizualnych i tekstowych usług innych niż programy – to podążanie Portalu PolskieRadio.pl za globalnymi trendami internetowymi, a także spełnianie standardów web ogólnie przyjęte w branży. Obserwując internetowy rynek radiowy, portale związane z mediami i szerzej, trendy globalne, wyraźnie zarysowują się kierunki, w których powinien rozwijać się w latach 2020-2024 Portal Polskiego Radia. Obszary te dotyczą zarówno form internetowych jakie preferują użytkownicy (podcasty, wideo) jak i sposobu ich dystrybucji (urządzenia mobilne, aplikacje). Działalność portalu będzie opierała się na tworzeniu platformy dystrybucji treści wykorzystywanych przez anteny oraz ich rozwijaniu i uzupełnianiu oraz na tworzeniu serwisów specjalnych związanych z działaniami Polskiego Radia S.A.

A. Produkcja i dystrybucja podcastów

Podcast czyli forma internetowej publikacji dźwiękowej w postaci regularnych odcinków, z zastosowaniem technologii RSS, to obecnie osiągający coraz większą popularność ogólnoswiatowy trend w sieci. Świadczy o tym chociażby fakt, że największe serwisy na świecie tj. Spotify, iTunes, Google inwestują w ostatnim czasie ogromne pieniądze w rozwój podcastingu, w czym upatrują szansę na duże zyski finansowe. Polski rynek dopiero rozwija swoją ofertę dlatego istnieje jeszcze szansa dla Polskiego Radia na poważne zaistnienie z własną ofertą.

Dystrybucja podcastów przez PR SA będzie odbywać się dwutorowo. Z jednej strony kontynuowane będzie rozwijanie własnego serwisu (strony www) z podcastami, co pozwala ściślej łączyć odbiorców z marką ja Polskiego Radia, pozyskiwać informacje o ich preferencjach, zachęcać także do słuchania radia linearnego. Z drugiej strony nie można lekceważyć internetowych gigantów z dziedziny audio (Spotify, iTunes, Deezer) ponieważ umieszczanie oferty podcastów także w tych serwisach, pozycjonować będzie markę Polskiego Radia wśród innych, cieszących się dużą popularnością treści. Takie działanie zwiększa nasze szanse jeśli chodzi o konwersje odbiorców z dużych serwisów streamingowych do oferty Polskiego Radia.

W obecnej chwili Portal przygotował dla anten Polskiego Radia rozwiązania technologiczne umożliwiające wystawianie własnych podcastów do dużych, zewnętrznych serwisów streamingowych.

Portal Polskiego Radia stworzył przestrzeń podcasty.polskieradio.pl, która agreguje wszystkie podcasty produkowane przez anteny Polskiego Radia oraz Portal. Serwis umożliwia wyszukanie danego podcastu poprzez kategorie tematyczne, autorów, antenę czy słowa-klucze. Podstawowe ścieżki wyszukiwania opierają się na kategoriach misyjnych oraz związku treści z anteną. Użytkownik ma możliwość ułożenia własnej listy podcastów, których będzie chciał posłuchać. Interesujący plik będzie można jednym kliknięciem udostępnić w mediach społecznościowych. Spółka planuje dalsze prace rozwojowe w celu technologicznego rozwoju tej sfery działalności.

B. Pełne dostosowanie oferty internetowej dla użytkowników mobilnych

Według danych analitycznych gromadzonych przez Portal, obecnie ruch na stronie generowany przez użytkowników korzystających ze smartfonów wynosi pomiędzy 50 a 65%. Tego rodzaju trend ma też swoje odzwierciedlenie w danych ogólnosięciowych. Zwiększająca się mobilność urządzeń internetowych i coraz lepszy dostęp do internetu powoduje, że wielu użytkowników częściej odwiedza strony www z telefonów niż z tradycyjnych komputerów.

Biorąc pod uwagę te dane Portal PolskieRadio.pl stale pracuje nad optymalizacją swoich stron i aplikacji pod kątem użytkowników mobilnych. Wystartowała nowa aplikacja mobilna, która umożliwi stabilny i przyjazny dla użytkownika dostęp do oferty radiowej w internecie. Nadrzędnym celem stała praca nad doskonaleniem narzędzia zawierającego najnowocześniejsze funkcjonalności w tym:

- odtwarzanie programów online z funkcją time-shift (cofnięcie audycji trwającej na żywo, aby odsłuchać ją od początku)
- podcasty: odtwarzanie, tworzenie własnych playlist, możliwość pobrania i odsłuchania offline
- odtwarzanie kanałów tematycznych radia cyfrowego (moje.polskieradio.pl)
- funkcjonalny mechanizm ramówkowy (możliwość odsłuchania audycji po kliknięciu w ramówce)
- możliwość ustawienia przypomnienia o godzinie rozpoczęcia ulubionej audycji
- personalizacja treści (wybór kategorii tematycznych i odsłuchiwanie tylko wybranych dźwięków)
- możliwość sterowania aplikacją poprzez słuchawki (wyposażone w przyciski)

- komunikacja bluetooth (połączenie z głośnikami, zestawami samochodowymi)

Portal PolskieRadio.pl sukcesywnie zajmuje się także modernizacją przestarzałych podstron, które stworzone wiele lat temu, nie były przez ten czas aktualizowane pod kątem technologicznym. Taki stan rzeczy powoduje, że wiele z nich niepoprawnie wyświetla się na urządzeniach mobilnych. W planach na najbliższe lata jest jeszcze kilkanaście stron i podstron, które należy zaktualizować do obecnie obowiązujących norm internetowych. Kolejnym dużym serwisem, który zostanie zmodernizowany w pierwszej kolejności jest strona moje.polskieradio.pl, która prezentuje tematyczne kanały radia internetowego. Aby poprawić dostępność do tych treści, serwis uzyska odświeżoną szatę graficzną i nowe, sprawnie działające mechanizmy odtwarzające streaming audio.

C. Produkcja i dystrybucja materiałów multimedialnych

Kolejnym z globalnych trendów internetowych jest ogromne zainteresowanie użytkowników materiałami wideo oglądanymi w trybie *on-demand* (w dowolnym miejscu i czasie, dowolną ilość razy oraz streamingami na żywo). Z danych analitycznych, które gromadzi Portal wynika, że produkowanie tego rodzaju treści w ogromnym stopniu przyczynia się do budowania zasięgów docieralności do internautów w mediach społecznościowych. Ponadto materiały wideo bardzo wzbogacają ofertę samego Portalu, czyniąc go dużo bardziej nowoczesnym i interesującym.

Aby móc sprawniej rozwijać produkcję materiałów multimedialnych Polskie Radio rozpoczęło wdrażanie toku produkcji opartego na idei MoJo (*Mobile Journalism*), w myśl której jeden dziennikarz (reporter) jest w stanie przygotować materiały na wszystkie pola eksploatacji tj.: dźwięk na antenę oraz wideo i krótki tekst na potrzeby Portalu. Za pomocą dostępnych urządzeń mobilnych reporter może także relacjonować wydarzenie na żywo w formie streamingu wideo na Portal i media społecznościowe. Taka multifunkcyjność dziennikarzy Polskiego Radia pozwoli usprawnić i przyspieszyć proces produkcyjny nie niosąc za sobą konieczności wysyłania dodatkowego sprzętu i ludzi. Możliwość uzyskania większej liczby materiałów multimedialnych na Portal sprawia, że jego oferta staje się o wiele bardziej atrakcyjna i unikatowa w porównaniu z konkurencją.

Codzienna produkcja antenowa to także duży zasób treści wideo, które zasilają ofertę Portalu. Obecnie proste produkcje wizyjne tworzone są dla Programu 1, Programu 2, Programu 3 i Polskiego Radia 24. Treści te cieszą się sporym zainteresowaniem szczególnie w mediach społecznościowych. W planach na kolejne miesiące i lata są działania zmierzające do:

- poprawy jakości produkcji wizyjnych ze studiów radiowych i zwiększenie ich atrakcyjności poprzez dodanie m.in. elementów oprawy graficznej czy materiałów wizyjnych;
- zwiększenie automatyzacji w procesie produkcji wizyjnych i streamingów;
- stworzenie wielozadaniowego studia multimedialnego Polskiego Radia, które będzie w stanie obsługiwać wszystkie produkcje wizyjne na potrzeby programów.

Ponadto, dzięki posiadanemu zapleczu technologicznemu Polskie Radio jest w stanie tworzyć wysokiej jakości produkcje wizyjne z ważnych wydarzeń politycznych, społecznych i kulturalnych. Do ostatnich tego rodzaju produkcji można zaliczyć „Wieczory wyborcze”, serię

koncertów „To co najpiękniejsze” czy „Festiwal Lata z Radiem”. Tego rodzaju produkcje przyciągają rzesze odbiorców, pokazując Polskie Radio jako medium nowoczesne i wielowymiarowe. Wysoka popularność materiałów wideo daje także duże możliwości jeśli chodzi o monetyzację treści i możliwość częściowego bądź pełnego refinansowania tego rodzaju produkcji.

D. Usprawnianie dystrybucji treści internetowych

Jednym z głównych zadań Portalu Polskiego Radia w najbliższych latach jest praca nad jak najlepszą dystrybucją treści antenowych i własnych. Powinna ona zachodzić w oparciu o pełne dane analityczne i opierać się na wszystkich dostępnych kanałach rozpowszechniania treści.

Usprawnianie modelu efektywnej dystrybucji oferty programowej Polskiego Radia poprzez Portal w internecie powinno odbywać się poprzez:

- dostępność treści na wszystkich polach eksploatacji (tekst, dźwięk, obraz);
- analiza trendów i dostosowywanie oferty w oparciu o preferencje użytkowników;
- wymianę informacji pomiędzy Portalem, a programami (jeśli chodzi o poziom zainteresowania użytkowników internetowych ofertą danej anteny) dobór technologii do danej treści, przy uwzględnieniu trendów rynkowych (podcasty, materiały VOD, streamingi wideo);
- obecność we wszystkich formach dystrybucji internetowych (strony internetowe, aplikacje mobilne, media społecznościowe, Smart TV, dekodery stacji kablowych i cyfrowych, nowoczesne radia samochodowe itd.);
- wsparcie działaniami promocyjnymi, które umożliwią skuteczniejsze dotarcie z ofertą internetową do odbiorców (szczególnie ważne przy dużej konkurencji rynkowej).

E. Rozwój radiofonii cyfrowej DAB+

Polskie Radio zamierza w jak najszybszym czasie pokryć niemal całą powierzchnię Polskie sygnałem radiofonii cyfrowej DAB+. Temu celowi służy także rozwijanie oferty dostępnej wyłącznie cyfrowo. Obecne jak i planowane prace w zakresie rozwoju emisji DAB+ odnoszą się do założeń przedstawionych w materiale „*Proponowany plan działań związanych z rozpowszechnianiem programów Polskiego Radia S.A. w systemie DAB+*” z października 2018 r., mając na celu doprowadzenie do przyspieszenia budowy sieci naziemnej radiofonii cyfrowej oraz uwzględnienia rozlokowania stacji pod kątem infrastruktury drogowej.

Aktualnie sieć nadawcza składa się z 25 stacji nadawczych, z których część pracuje w konfiguracji tzw. sieci jednoczęstotliwościowych SFN (*single frequency network*) oraz zasadniczo bazuje w oparciu o układ stacji uzyskany na koniec 2015 r.

Szczegółowy wykaz stacji przedstawia znajdująca się w dalszej części dokumentu Tabela nr 1. Zasięg powierzchniowy emisji DAB+ kształtuje się obecnie na poziomie ok. 98,7 tys. km² (~ 31,6 %) natomiast ludnościowy ok. 20,7 mln osób (~ 54,2 %). Mapę przybliżonego aktualnego zasięgu emisji przedstawia Załącznik nr 1.

W wyniku przeprowadzonych postępowań przetargowych od 1 października 2020 r. nastąpi rozbudowa sieci DAB+, która jest realizacją ETAP-u 1. Szczegółowy wykaz stacji przedstawia

Tabela nr 2. Zasięg powierzchniowy emisji DAB+ będzie kształtował się na poziomie ok. 139,7 tys. km² (~44,7 %) natomiast ludnościowy ok. 25,7 mln osób (~ 67,1 %). Mapę przybliżonego zasięgu emisji dla ETAPu 1 przedstawia Załącznik nr 2.

W najbliższych miesiącach planowane jest przeprowadzenie postępowania przetargowego na realizację kolejnych etapów tj. ETAP 2 i ETAP 3 łącznie oraz ich uruchomienia od 1 października 2021 r. Przeprowadzenie postępowania nie wyklucza uzupełnienia o dodatkowe stacje nie ujęte w pierwotnej propozycji, ale istotne dla szlaków komunikacyjnych. Ze względu na już zawarte umowy obowiązujące do 30 września 2023 r. byłby to termin zakończenia dla tego zakresu rozbudowy. Przewidywany zasięg powierzchniowy emisji DAB+ powinien kształtować się na poziomie ok. 192,7 tys. km² (~ 61,5 %) natomiast ludnościowy ok. 30,3 mln osób (~ 80 %). Mapę przybliżonego zasięgu emisji przedstawiono w Załączniku nr 3.

Wszystkie z dotychczas planowanych etapów zakładały uzyskanie pokrycia zasięgiem dla istotnych szlaków infrastruktury drogowej w oparciu o dane wg materiału GDDKiA – „Średni dobowy ruch roczny pojazdów silnikowych na sieci dróg krajowych w 2015 r.”¹

Dodatkowo, w ramach przeprowadzonego postępowania przetargowego, uwzględniona została możliwość uruchomienia funkcjonalności powiadamiania kryzysowego. W najbliższych miesiącach nastąpi rekonfiguracja stacji czołowej w siedzibie Polskiego Radia oraz Rozgłośniach Regionalnych niezbędna do wytworzenia sygnału multipleksu wraz z dodatkowymi sygnalizacjami, w tym także związanych z powiadamianiem kryzysowym. Przewiduje się, że wdrożenie usług w tym zakresie rozpocznie się po modyfikacji konfiguracji sprzętowej urządzeń wykorzystywanych do wytworzenia strumienia multipleksu cyfrowego tj. po 1 października 2020 r.

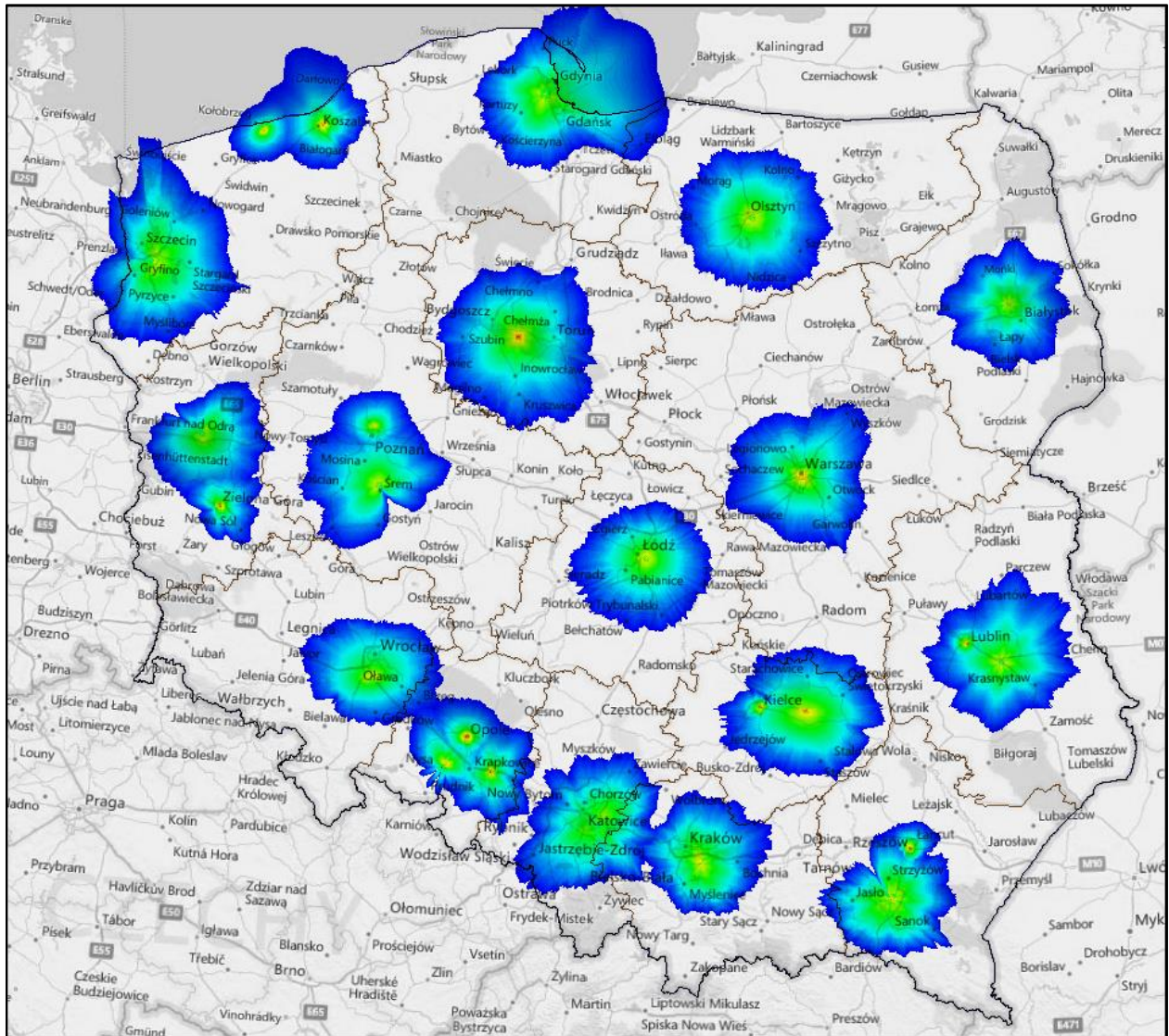
Szacunkowe koszty rozbudowy sieci przedstawia poniższa tabela.

Zakres przedmiotowy	Liczba stacji nadawczych	Koszt netto multipleksu w zł	Koszt netto mutlipeksu Polskiego Radia S.A.	Koszt netto mutlipeksu 17 Rozgłośni
Multipleksacja + regionalizacja sygnału	(1/17)	960 000	90 000 zł	870 000 zł
Emisja obecna (w tym ETAP 1)	41	6 010 000	5 010 000 zł	1 000 000 zł
Razem etap obecny	41	6 970 000	5 100 000 zł	1 870 000 zł
Rozszerzenie zasięgu emisji ETAP 2 +ETAP 3	24	4 300 000	3 600 000 zł	700 000 zł
Razem etap obecny + ETAP 2 +ETAP 3	65	11 270 000	8 700 000 zł	2 570 000 zł

¹ www.gddkia.gov.pl/pl/2551/GPR-2015.

Załącznik nr 1

Mapa przybliżonego zasięgu mobilnego multipleksu cyfrowego emisji DAB+ Polskiego Radia - stan obecny



Opracowanie własne Biura Technologii Polskiego Radia S.A.

Liczba stacji nadawczych:	25
Zasięg ludnościowy:	20,7 mln osób (54,2 %)
Zasięg powierzchniowy:	98,7 tys. km ² (31,6 %)

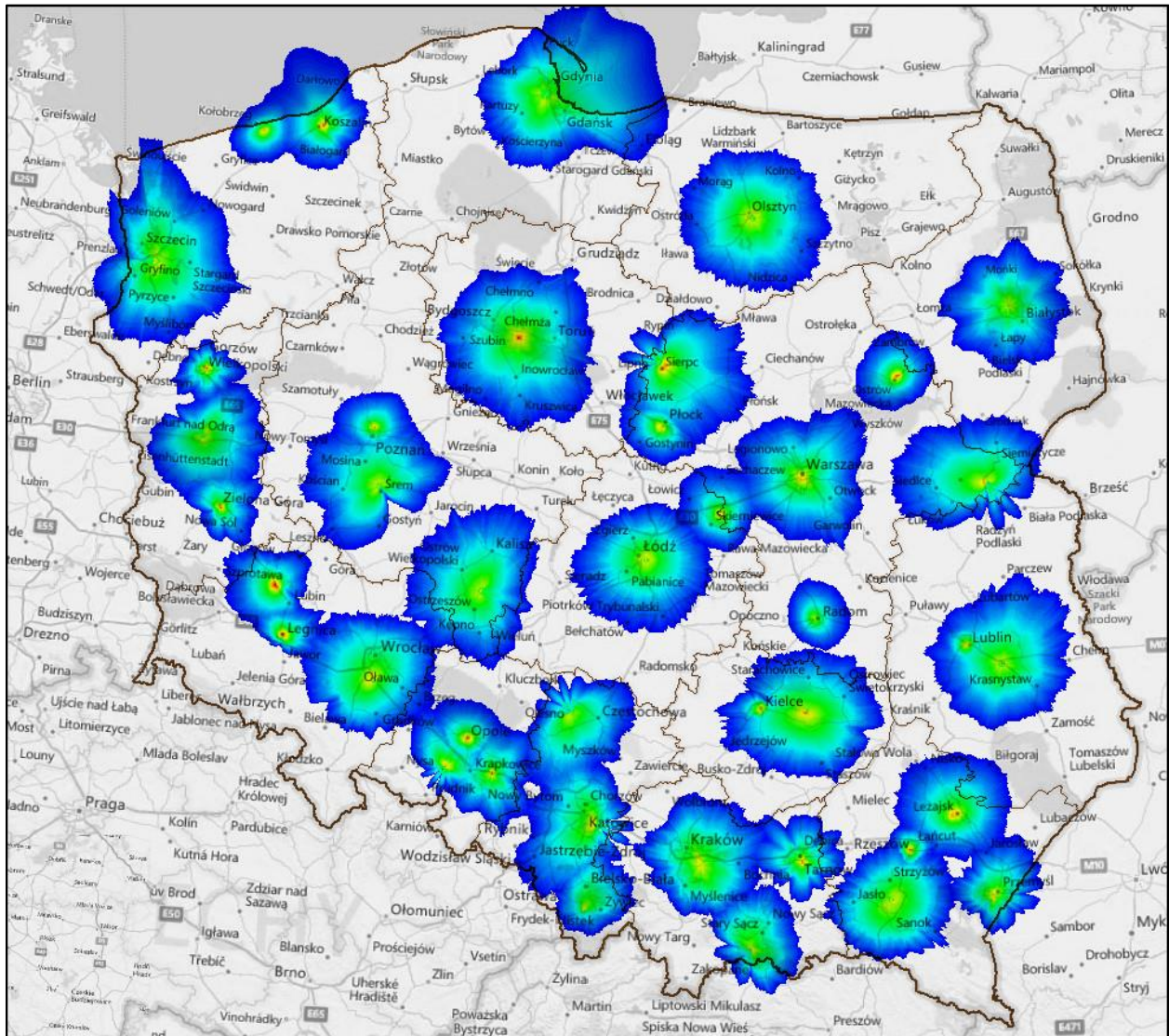
Opracowanie własne. Wyznaczenie zasięgu przeprowadzono przy wykorzystaniu oprogramowania ATDI ICS Telecom dla modelu ITU-R P.370 dla 50% czasu i 50% miejsc, $H_a=10m$ n.p.t. oraz granicznej wartości natężenia pola $60 \text{ dB}\mu\text{V/m}$ bez zakłóceń.

Tabela nr 1**Wykaz stacji nadawczych DAB+ emitujących programy Polskiego Radia S.A.****- stan obecny**

L.p.	Nazwa Stacji	Obszar rezerwacji	Nr bloku	Moc ERP [kW]
1	Białystok / Krynice	BIAŁYSTOK	5C	2
2	Solec Kujawski	BYDGOSZCZ	11A	10
3	Gdańsk /Chwaszczyno	GDAŃSK	5B	24
4	Katowice/Kosztowy	KATOWICE	11A	19
5	Kielce / Św. Krzyż	KIELCE	10D	11
6	Kielce /ul. Targowa	KIELCE	10D	1,6
7	Kołobrzeg/Stramnica	KOSZALIN	11B	1,5
8	Koszalin/G. Chełmska	KOSZALIN	11B	3,2
9	Kraków / Chorągwica	KRAKÓW	11B	10
10	Lublin/Piaski	LUBLIN	11B	7,4
11	Lublin/Raabego	LUBLIN	11B	0,8
12	Łódź/EC4	ŁÓDŹ	5C	9,3
13	Olsztyn/Pieczewo	OLSZTYN	11B	7,6
14	Opole/Chrzelice	OPOLE	11C	5,4
15	Opole/Korfantego	OPOLE	11C	6
16	Wysoka/G. Św. Anny	OPOLE	11C	3
17	Poznań/Piątkowo	POZNAŃ	12A	1
18	Poznań/Śrem	POZNAŃ	12A	8,5
19	Rzeszów/Baranówka	RZESZÓW	11A	1,3
20	Rzeszów/Sucha Góra	RZESZÓW	11A	14
21	Szczecin/Kołowo	SZCZECIN	11A	15
22	Warszawa/PKiN	WARSZAWA	6B	11
23	Wrocław/Żórawina	WROCŁAW	5B	5,9
24	Zielona Góra / Jemiołów	ZIELONA GÓRA	11C	4,5
25	Zielona Góra / ul. Ptasia	ZIELONA GÓRA	11C	2,1

Załącznik nr 2

Mapa przybliżonego zasięgu mobilnego multipleksu cyfrowego emisji DAB+ Polskiego Radia (przewidywany zasięg od 01.10.2020 r.)



Opracowanie własne Biura Technologii Polskiego Radia S.A.

Liczba stacji nadawczych:	41
Zasięg ludnościowy:	25,7 mln osób (67,1%)
Zasięg powierzchniowy:	139,7 tys. km ² (44,7%)

Opracowanie własne. Wyznaczenie zasięgu przeprowadzono przy wykorzystaniu oprogramowania ATDI ICS Telecom dla modelu ITU-R P.370 dla 50% czasu i 50% miejsc, $H_a=10m$ n.p.t. oraz granicznej wartości natężenia pola $60 \text{ dB}\mu\text{V/m}$ bez zakłóceń.

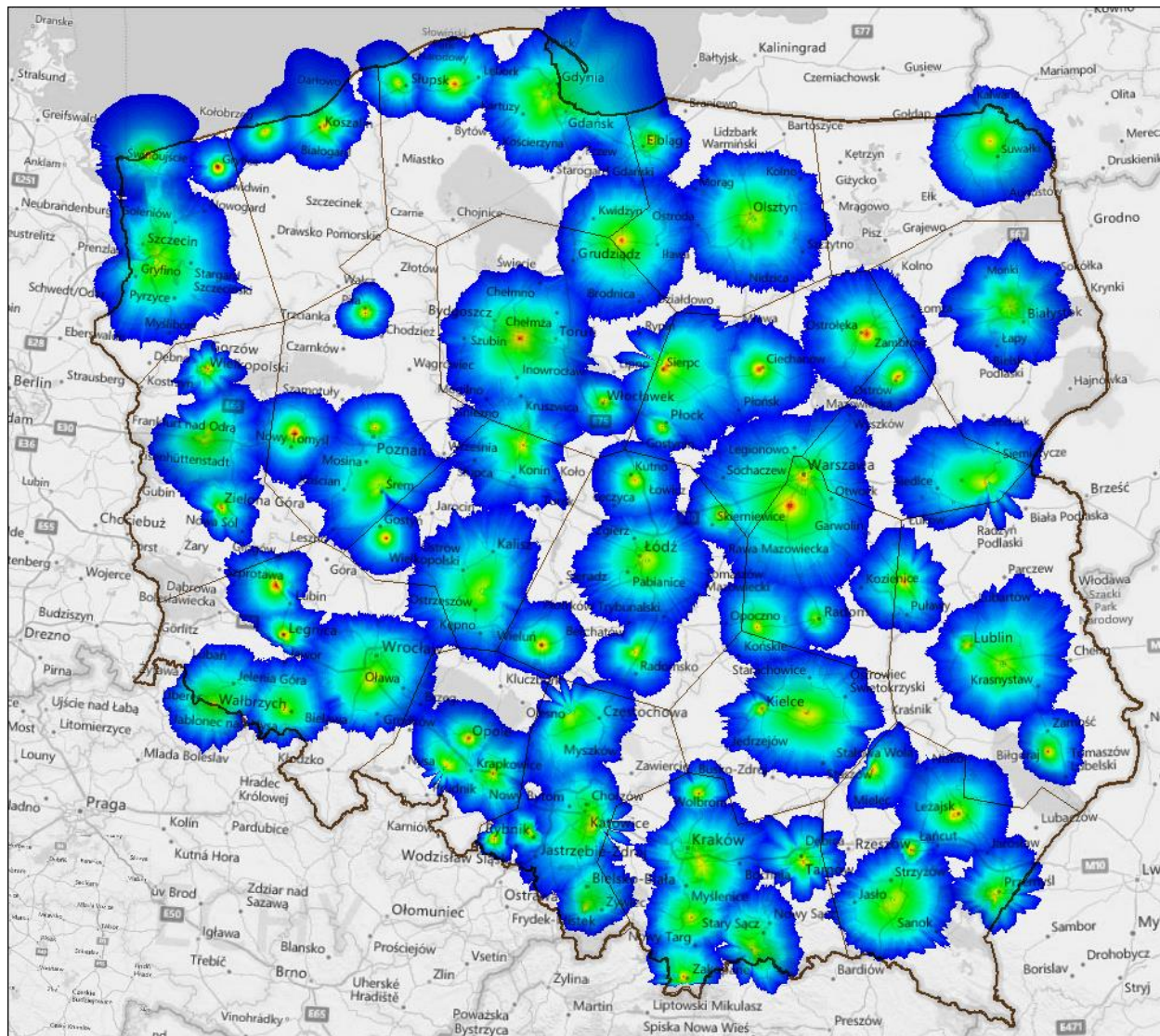
Tabela nr 2

Wykaz stacji nadawczych DAB+ emitujących programy Polskiego Radia S.A.-
(od 01.10.2020 r.)

L.p.	Nazwa Stacji	Obszar rezerwacji	Nr bloku	Moc ERP [kW]
1	Białystok/ Krynice	BIAŁYSTOK	5C	2
2	Solec Kujawski	BYDGOSZCZ	11A	10
3	Gdańsk/Chwaszczyno	GDAŃSK	5B	24
4	Kalisz/Mikstat	KALISZ	11B	8,6
5	Częstochowa/Wręczycza	KATOWICE	11A	11
6	Katowice/Kosztowy	KATOWICE	11A	8,1
7	Szczyrk/Skrzyczne	KATOWICE	11A	2
8	Kielce/Św. Krzyż	KIELCE	10D	11
9	Kielce/ul. Targowa	KIELCE	10D	1,6
10	Kołobrzeg/Stramnica	KOSZALIN	11B	1,5
11	Koszalin/G. Chełmska	KOSZALIN	11B	3,2
12	Kraków/Chorągiewca	KRAKÓW	11B	10
13	Szczawnica/Prehyba	KRAKÓW	11B	2
14	Tarnów/G.Św. Marcina	KRAKÓW	11B	2
15	Lublin/Piaski	LUBLIN	11B	5
16	Lublin/Raabego	LUBLIN	11B	0,8
17	Łódź/EC4	ŁÓDŹ	5C	9,3
18	Olsztyn/Pieczewo	OLSZTYN	11B	7,6
19	Opole/Chrzelice	OPOLE	11C	5,4
20	Opole/Korfantego	OPOLE	11C	6
21	Wysoka/G. Św. Anny	OPOLE	11C	3
22	Płock/Rachocin	PŁOCK	6A	35
23	Płock/Radziwie	PŁOCK	6A	2,4
24	Poznań/Piątkowo	POZNAŃ	12A	1
25	Poznań/Śrem	POZNAŃ	12A	8,5
26	Leżajsk	RZESZÓW	11A	9
27	Przemysł	RZESZÓW	11A	8
28	Rzeszów/Baranówka	RZESZÓW	11A	1,3
29	Rzeszów/Sucha Góra	RZESZÓW	11A	8,8
30	Ostrów Mazowiecka	SIEDLCE	11A	5
31	Siedlce/Łosice	SIEDLCE	11A	22,5
32	Szczecin/Kołowo	SZCZECIN	11A	15
33	Warszawa/PKiN	WARSZAWA	6B	8
34	Radom	WARSZAWA	6B	0,45
35	Skierniewice /Bartniki	WARSZAWA	6B	2,0
36	Legnica	WROCŁAW	5B	6,9
37	Polkowice	WROCŁAW	5B	16
38	Wrocław/Żórawina	WROCŁAW	5B	10,7
39	Gorzów Wielkopolski	ZIELONA GÓRA	11C	2
40	Zielona Góra / Jemiołów	ZIELONA GÓRA	11C	4,5
41	Zielona Góra / ul. Ptasia	ZIELONA GÓRA	11C	2,1

Załącznik nr 3

Mapa przybliżonego zasięgu mobilnego dla naziemnej emisji cyfrowej DAB+
Plan rozbudowy sieci ETAP 2-3 od 01.10.2021 r.



Opracowanie własne Biura Technologii Polskiego Radio S.A.

Liczba stacji nadawczych: 65

Zasięg ludnościowy: 30,3 mln osób (80,1 %)

Zasięg powierzchniowy: 192,3 tys. km² (61,5 %)

Opracowanie własne. Wyznaczenie zasięgu przeprowadzono przy wykorzystaniu oprogramowania ATDI ICS Telecom dla modelu ITU-R P.370 dla 50% czasu i 50% miejsc, $H_a=10m$ n.p.t. oraz granicznej wartości natężenia pola 60 dB μ V/m bez zakłóceń.

Tabela nr 1

Wykaz przewidywanych dodatkowych stacji nadawczych DAB+ emitujących programy Polskiego Radia S.A.

Połączony plan rozbudowy sieci ETAP 2 i 3 **od 01.10.2021 r**

Lp.	Nazwa Stacji	Obszar rezerwacji	Nr bloku	Moc ERP [kW]
1	Dęblin	LUBLIN	11B	5
2	Iława	GDAŃSK	5B	5
3	Jelenia Góra	WROCŁAW	5B	1
4	Kamieńsk	ŁÓDŹ	5C	2
5	Konin	ŁÓDŹ	11B	5
6	Ostrołęka	PŁOCK	6A	10
7	Słupsk	KOSZALIN	11B	1
8	Suwałki	GIŻYCKO	6B	2
9	Tarnobrzeg	RZESZÓW	11A	5
10	Wałbrzych	WROCŁAW	5B	1
11	Włocławek	BYDGOSZCZ	11C	1
12	Zamość	LUBLIN	11B	2
13	Bolewice	POZNAŃ	12A	8
14	Ciechanów	PŁOCK	6A	5
15	Elbląg	OLSZTYN	11B	1
16	Kutno	ŁÓDŹ	5C	2
17	Miechów	KRAKÓW	11B	1
18	Piła	POZNAŃ	12A	2
19	Przysucha	WARSZAWA	6B	1
20	Rabka	KRAKÓW	11B	1
21	Racibórz	KATOWICE	11A	1
22	Raszyn	WARSZAWA	6B	15
23	Rybnik	KATOWICE	11A	1
24	Zakopane	KRAKÓW	11B	1

Realizacja wyżej opisanych zadań będzie dotyczyć **wszystkich programów oraz działów technicznych i programowych Polskiego Radia S.A.** (Polskiego Radia S.A.).

Są to zadania-usługi przewidziane do realizacji w latach 2020-2024 w następujący sposób realizujące zadania misyjne (na podstawie szczegółów – tekst powyżej):

Lp.	Zadania - usługi	Sposób realizacji
a)	<i>rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów oraz usług, w tym przy wykorzystaniu</i>	Programowe działania Polskiego Radia S.A. koncentrujące się na odbiorcach programów i usług oferowanych na antenach i w serwisach internetowych.

	<p><i>środków porozumiewania się na odległość</i> (art. 21 ust. 1a pkt 2b)</p>	<p>W latach 2020-2024 rozwój kontaktów z odbiorcami polegać będzie na doskonaleniu dotychczasowych narzędzi i wykorzystywaniu ich na wielu polach (kontakt bezpośredni i rozmowy ze słuchaczami, portale społecznościowe, poczta tradycyjna i elektroniczna). W miarę pojawiania się nowych narzędzi, będą one wdrażane i wykorzystywane do kontaktów z jak najszerszą grupą odbiorców programów i usług, przy uwzględnieniu tradycji i nowego podejścia do komunikowania się.</p>
b)	<p><i>budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów i usług oraz rozwijania kontaktów z odbiorcami</i> (art. 21 ust. 1a pkt 3)</p>	<p>Programy Polskiego Radia S.A. rozpowszechniane są naziemnie (LM i FM), satelity, strumienie w sieci internetowej, w tym aplikacje mobilne oraz DAB+. W latach 2020-2024 planowany jest rozwój infrastruktury nadawczej w następujących obszarach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rozbudowa i uzupełnianie struktury nadawczej naziemnej (nowe nadajniki, zwiększanie mocy), - rozszerzanie obszarów emisji cyfrowej DAB+ poprzez uruchamianie nowych nadajników, - zgodnie z zapotrzebowaniem odbiorców - zwiększanie ilości dostępnych strumieni audio i video w sieci internetowej (m.in. podcasty, materiały VOD, streamingi wideo itd.).
c)	<p><i>prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych lub telewizyjnych, tworzenia i dostarczania usług oraz rozwijania kontaktów, a także zachęcanie do korzystania z takich technik</i> (art. 21 ust. 1a pkt 5)</p>	<p>Największe rozwojowe zadanie technologiczne na lata 2020-2024 – to rozwój cyfrowego sposobu emisji naziemnej w technologii DAB+. Oprócz nowych nadajników (i nowych obszarów nadawania) – prowadzona będzie promocja technologii cyfrowej na antenach, w internecie, przy okazji akcji plenerowych lub okazjonalnych akcji/działań.</p>
d)	<p><i>prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programów oraz usług</i> (art. 21 ust. 1a pkt 6)</p>	<p>W latach 2020-2024 kontynuowana będzie działalność polegająca na produkcji i koprodukcji audycji, a także innych materiałów. Będą one wykorzystane w programach (audiobooki, sygnały ID stacji, reportaże i słuchowiska, w tym od i we współpracy z Rozgłościami Regionalnymi, itp.). Będą to również produkcje na potrzeby audialnych, audiowizualnych i tekstowych usług innych niż programy oraz audiowizualnych usług medialnych na żądanie</p>

e)	<i>prorowadzenie działalności w zakresie zachowywania, ochrony, konserwacji i uzupełniania zbiorów audycji i innych materiałów nabytych lub wytworzonych na potrzeby programów oraz usług (art. 21 ust. 1a pkt 6a)</i>	Polskie Radio S.A. sukcesywnie prowadzi proces digitalizacji zbiorów archiwalnych. Ponadto wszystkie bieżące materiały programowe są archiwizowane. W latach 2020-2024 archiwum będzie kontynuowało proces digitalizacji i bieżącej archiwizacji, zapewni przestrzeń dyskową do bezpiecznego przechowywania i upowszechniania udostępniania zbiorów dla użytku nie tylko Polskiego Radia, ale także powszechnego udostępniania w ramach wszystkich form dystrybucji internetowych
----	--	--

II. Zadania misyjne Polskiego Radia S.A. w latach 2020-2024

A) Zasady realizacji misji publicznej

- Program/Antena jest podstawowym produktem realizującym działania misyjne Polskiego Radia S.A.
- Działania misyjne w Antenach Polskiego Radia S.A., tj. w programach ogólnokrajowych i w programach dla odbiorców za granicą oraz w programach wyspecjalizowanych realizowane są w zakresie **kategorii** oraz **powinności misyjnych** określonych w ustawie o radiofonii i telewizji (urt). Są one określane w wymiarze czasowym i procentowym rocznym „nie mniej niż określona kwota”.
- Podstawowe kategorie dla programów ogólnokrajowych i w programach dla odbiorców za granicą określone są w art. 21. 1. urt. Są to programy i inne usługi w zakresie: informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu.
- Podstawowe kategorie dla programów wyspecjalizowanych zostały określone wg obowiązujących koncesji, zostały skorelowane i przedstawione w karcie powinności w kategoriach (zgodnie z art. 21. 1. urt) oraz będą ujmowane wg kategorii w rocznych Planach finansowo-programowych zgodnie z kartą powinności programów wyspecjalizowanych.
- Powinności misyjne dla programów ogólnokrajowych określone są w art. 21 ust. 1, 1a, 2, art. 22, 23, 23a urt.
- Powinności misyjne będą wypełniać założone kwoty realizacji ujętych w Karcie powinności oraz wypełniać zapisy zawarte w Planach programowo-finansowych w obowiązujących latach.

B) ZAKRES DZIAŁAŃ MISYJNYCH WYNIKAJĄCY Z REALIZACJI ZAŁOŻONYCH KATEGORII

1) Kategorie programowe.

- Działania misyjne w Antenach realizowane są w zakresie kategorii zawartych w ustawie o radiofonii i telewizji (art. 21. 1. urt²).
- Podstawowym sposobem realizowania misji publicznej w Polskim Radiu S.A. produkcje Antenowe i pozaantenowe oferujące zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie kategorii:
 - 1) **informacji,**
 - 2) **publicystyki,**
 - 3) **kultury,**
 - 4) **rozrywki,**
 - 5) **edukacji i**

² Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, **zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu**, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

6) sportu.

- *Działania misyjne we wszystkich Antenach realizowane są w zakresie kategorii, które określone są na lata 2020-2024 w czasowym i procentowym rocznym wymiarze minimalnych udziałów – nie mniej niż określona kwota – zostały przedstawione w Załącznikach nr 1A-10A.*
- *Minimalne udziały powinności misyjnych w czasowym i procentowym rocznym wymiarze w poszczególnych programach ogólnokrajowych w zakresie istotnym dla charakteru danego programu – nie mniej niż określona kwota – zostaną przedstawione w **Załącznikach nr 1B-4B.***

C) ZAKRES MISJI WYNIKAJĄCY Z REALIZACJI ZAŁOŻONYCH POWINNOŚCI

Zasadnicze **powinności misyjne** Polskiego Radia S.A. to:

- 1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*
- 2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*
- 3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*
- 4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;*
- 5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;*
- 6) *sprzysiężanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;*
- 7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz*
- 8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*

W ramach misji publicznej Polskiego Radia S.A. programy i inne usługi nadawcy są tworzone i programowane tak, aby realizować ustawowe powinności:

- 9) *kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji;*
- 10) *rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą;*
- 11) *sprzysiężać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej;*
- 12) *umacnianiu rodziny*
- 13) *kształtowaniu postaw prozdrowotnych*
- 14) *propagowaniu i upowszechnianiu sportu*

15) zwalczaniu patologii społecznych

16) służyć edukacji medialnej

Nadawca tworzy także audycje:

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent Premier Marszałek Sejmu Marszałek Senatu

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych).

D) INNE OBOWIĄZKI WYNIKAJĄCE Z REALIZACJI MISJI

- **Wszystkie programy Polskiego Radia S.A.** – jeżeli zapisy szczegółowe, np. zawarte w koncesji, nie stanowią inaczej – **przeznaczają co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60% w godzinach 5-24.**

Jest to zgodne z art. 15. 2a. i 2b. urt, które określają że:

2a. Przy ustalaniu czasu nadawania w godzinach 5-24, czas nadawania utworu słowno-muzycznego w tych godzinach wykonywanego w języku polskim przez debiutanta jest liczony jako 200% czasu nadawania utworu.

2b. Za utwór wykonywany przez debiutanta uważa się utwór słowno-muzyczny wykonywany w języku polskim, który w danym okresie rozliczeniowym został rozpowszechniony w programie radiowym, a od daty pierwszego rozpowszechnienia nie minęło 18 miesięcy, przy czym za debiutanta uważa się wyłącznie artystę lub zespół muzyczny, który w powyższym okresie 18 miesięcy po raz pierwszy opublikował album zawierający utwory słowno-muzyczne lub pojedyncze nagranie utworu słowno-muzycznego.

- Promowania audycji i utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Wszystkie audycje misyjne wymagają szczególnego promowania skierowanego na dotychczasowego i potencjalnego odbiorcę.

Szczegółowy opis promowania audycji i utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim ujęty jest w opisach poszczególnych programów oraz w opisie działalności Agencji Promocji Polskiego Radia S.A. (Zadanie 15 b.; str. 63-65).

E) OGÓLNE ZASADY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI NIEWYNIKAJĄCEJ Z MISJI PUBLICZNEJ (o której mowa w art. 21 ust. 1.)

W strukturze Spółki funkcjonują dwie komórki organizacyjne zaliczane do działalności usługowej, których koszty funkcjonowania zaliczane są do działalności komercyjnej. Głównym zadaniem tych komórek jest pozyskiwanie przychodów służących uzupełnieniu finansowania realizowanych zadań misyjnych. Zadania pozamisyjne są realizowane także przez komórki działalności pomocniczej, które sprzedają swoje usługi na rynku.

- 1) Agencja Reklamy Polskiego Radia S.A.**
- 2) Dział Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia S.A.**
- 3) Inne zadania pozamisyjne**

1. Zadania misyjne programowe

Karta powinności Polskiego Radia S.A. 2020-2024 – określona dla pięciu lat kalendarzowych – precyzuje w szczególności w **programowym zakresie misyjnym**, tj. zasady i zakres działalności.

Programowe działania misyjne Polskiego Radia S.A. – to tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych Polskiego Radia (Programu 1, Programu 2, Programu 3 i Programu 4), programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach (Polskiego Radia dla Zagranicy), programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję (Czwórki, Polskiego Radia Dzieciom i Polskiego Radia Chopin), a także pozostałych programów wyspecjalizowanych określonych w karcie powinności, tj.: Polskiego Radia Kierowców i Polskiego Radia Literatura.

Programy/Anteny Polskiego Radia S.A. funkcjonują w oparciu o zapisy ustawowe i na mocy niniejszego dokumentu, który zastąpi przyznawane im koncesje programowe, określające szczegółowy format każdej z nich, w odniesieniu do wszystkich lub wybranych zadań misyjnych.

Zatem omówiona poniżej oferta programowa ogólnokrajowych, dla zagranicy i wyspecjalizowanych programów radiowych jest zawarta w zapisach ustawowych. W programach wyspecjalizowanych zapisy koncesyjne zostały skorelowane do zapisów kategorii określonych w ustawie o radiofonii i telewizji.

Ponadto część zaleceń i rozwiązań znajdujących się w zapisach jest wspólna dla wszystkich Anten, dlatego zadania w Karcie powinności dla Programu 1 Polskiego Radia S.A. zostaną omówione najbardziej szczegółowo i obszernie, przy pozostałych zaznaczone będą istotne różnice i cechy specyficzne konkretnej stacji.

1) Zadanie 1: Program 1 PR – Jedynka

A. Opis Programu.

Program 1 jest dostępny: na falach długich o częstotliwości 225 kHz (AM), na falach ultrakrótkich (FM) , w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), za pomocą platform telewizji cyfrowych, a także w Internecie na żywo oraz w podcastach.

Założeniem Programu 1 jest: dostarczanie informacji, stwarzanie przestrzeni do debat publicystycznych, kształtowanie postaw obywatelskich, propagowanie ojczystego języka i kultury, angażowanie uwagi szerokiego grona słuchaczy poprzez relacjonowanie najważniejszych wydarzeń społecznych, politycznych, kulturalnych, gospodarczych, sportowych (krajowych oraz zagranicznych), prezentowanie wyróżniającej się muzyki (z różnorodnych gatunków, od klasycznej, przez jazz, folk, rock do popu) oraz audycji słownych (relacje z akcji społecznych, rozmowy ze słuchaczami, serwisy informacyjne, wywiady, audycje dokumentalne, reportaże, spektakle teatralne).

Jedynka jest programem uniwersalnym, bliskim słuchaczowi, zaangażowanym społecznie, promującym rzetelną wiedzę, ceniącym słowo i kulturę oraz dbającym o rodzinę.

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program, stanowią ludzie w wieku 35 – 65 lat. PR1 nadaje także programy dla dzieci i dla rodziców (nadawane od kilkudziesięciu lat „Radio Dzieciom”, obecnie „Jedynka Dzieciom”).

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program 1 obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

realizowane poprzez spektakle Teatru Polskiego Radia, prozę czytaną przez wybitnych aktorów, reportaże Studia Dokumentu i Reportażu Polskiego Radia, audycje poświęcone filmowi, literaturze, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego, a także audycje popularnonaukowe;

- co najmniej 45% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie będzie wykonywanych w języku polskim i będą pojawić się w 65% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- emisja minimum 52 godzin muzyki klasycznej realizowana przede wszystkim w niedzielne wieczory w cyklu „Koncert chopinowski” oraz nieregularnie w codziennym południowym paśmie muzycznym;
- spektakle teatralne w wymiarze minimum 100 godzin; dwie premiery tygodniowo, stała prezentacja wartościowych pozycji literatury klasycznej i współczesnej, polskiej i obcej, słuchowiska popularne, przystępne w odbiorze, ale też bardziej ambitne w treści i formie;
- powieści radiowe, w wymiarze minimum 100 godzin; są to codzienne, kilkuminutowe odcinki prozy w interpretacji czołowych polskich aktorów oraz prezentacja fragmentów książek nowo publikowanych w Polsce, autorów polskich i zagranicznych;
- reportaże, minimum 60 godzin premier; tematy dotyczące spraw społecznych, kulturalnych, edukacyjnych, tematyki ekologicznej, sportowej itp., problemy aktualne, ale także powrót do zdarzeń z najnowszej historii lub też związanych z ważnymi rocznicami;
- inne – twórczość naukowa prezentowana minimum raz w tygodniu w wieczornym paśmie popularnonaukowym „Eureka”.

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

realizowane jest poprzez audycje naukowe i oświatowe, uzupełnione audycjami poświęconymi edukacji i poradnictwu;

specjalne audycje, które Program 1 zrealizuje – to:

- audycje dla dzieci: „Jedynka Dzieciom” cykl jako „Radio Dzieciom” obecny od początku istnienia polskiej radiofonii, w ciekawy i nienarzucający się sposób prezentujący różne wiadomości i ciekawostki mające poszerzyć wiadomości słuchaczy, ale też stworzyć najmłodszym możliwość pochwalenia się zainteresowaniami i osiągnięciami. W audycjach prezentowana jest najlepsza literatura dziecięca;
- audycje naukowe i poradnicze, zwłaszcza codzienna słowna audycja popularnonaukowa „Eureka”; audycja ma formę rozmowy dziennikarza specjalizującego się w danej dziedzinie nauki z ekspertem; rozmowa ma na celu wyjaśnienie w przystępny i jednocześnie atrakcyjny sposób zagadnień ze świata nauki, historii, medycyny, nowych technologii, zdrowia;
- cykle okolicznościowe typu, np. nadawany z okazji 100. lat od odzyskania niepodległości felieton „Niepodległa dzień po dniu”,
- przypominające dzieje Polski i Jej bohaterów audycje z udziałem uznanych ekspertów (takie jak nadawana od 2016 r. „Historia Żywa”),
- poradniki językowe (różne formy i dni emisji);

Wszystkie w/w audycje i cykle są dostępne w plikach mp3 na internetowej stronie PR1 www.polskieradio.pl/jedynka

3) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

specjalne audycje, które Program 1 zrealizuje – to 23 godziny (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1):

- audycje językowe i poradnicze nadawane będą w kilku różnorodnych cyklach: cotygodniowy felieton, cotygodniowy „Poradnik językowy” w pasmie przedpołudniowym (językoznawca w telefonicznej rozmowie wyjaśnia zawiloci języka ojczystego), nadawane w rytmie tygodniowym, nagrywane z ekspertami rozmowy w tym także objaśniające współczesny język młodzieżowy;

4) umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;

Program 1 zrealizuje to poprzez:

- w wielu pasmach utrzymywany jest stały kontakt (sms, mail, telefon) ze Słuchaczami; przy poruszanych na antenie tematach prezentowane są często tzw. sondy uliczne, podczas audycji „plenerowych” (realizowanych spoza siedziby Radia) wypowiadają się mieszkańcy, przedstawiciele lokalnych organizacji, stowarzyszeń, instytucji kultury;

5) służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

specjalne audycje, które Program 1 zrealizuje – to:

- spektakle Teatru Polskiego Radia, w szczególności nagrywane w technologii binauralnej (dźwięku przestrzennego);
- prezentacje nagradzanych na różnych konkursach i przeglądach reportaży artystycznych i audycji dokumentalnych;
- transmisje koncertów ze studiów Polskiego Radia oraz innych miejsc, np. cykl koncertów pod hasłem „To co najpiękniejsze”;
- promowanie na antenie oraz szeroko na antenie relacjonowane akcje o zasięgu narodowym „Narodowe Czytanie”, „Narodowe Granie”, „Piknik Naukowy”;
- patronat medialny oraz relacje z polskich festiwali filmowych, wydawniczych, teatralnych, konkursów (np. Książka Historyczna Roku, Festiwal Dwa Teatry, Mistrz Mowy Polskiej, Festiwal Polskich Filmów Fabularnych, Festiwal Gwiazd w Międzyzdrojach);

6) *sprzysianie integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu;*

Program 1 zrealizuje to poprzez (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1):

- stały cykl audycji pod hasłem „Integracja” prezentowany raz w tygodniu w magazynie popołudniowym;
- przedstawiciele organizacji i fundacji częstymi gośćmi pasma przedpołudniowego „Cztery Pory Roku”. Rozmowy na antenie uzupełniane są reportażowymi nagraniami konkretnych, ludzkich historii;
- reportaże i audycje publicystyczne;

7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;*

Program 1 zrealizuje to na podstawie Porozumieniem z Sekretariatem Konferencji Episkopatu Polski poprzez:

- transmisje mszy św. w niedziele i święta kościelne,
- codzienną audycję przygotowywaną przez Sekcję Polską Radia Watykańskiego,
- nadawaną raz w tygodniu 10 minutową audycję o tzw. kościołach ‘mniejszościowych’,
- nadawaną raz w tygodniu, 20-minutową audycję prezentującą różne formy obecności ludzi świeckich związanych z życiem społeczno-kulturalnym Kościoła,
- okolicznościowe Orędzia Hierarchów Kościoła Katolickiego,
- codzienne (oprócz niedziel) 5-minutowe, poranne refleksje;

- 8) **tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.**

Jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie 1 poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w **Załączniku B-1**) i inne działania, związane z tworzeniem treści, które powinny:

- 9) **kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji** poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

- 10) **rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą** poprzez:

- tworzenie audycji informacyjnych i publicystycznych cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością;
- wykorzystywanie innowacyjnych form i kanałów dotarcia z zachowaniem najwyższej jakości i integralności przekazu;
- wykorzystywanie w działalności informacyjnej materiałów dostarczanych przez wewnętrzną Informacyjną Agencję Radiową, współpracującą ze wszystkimi Rozgłośniami Regionalnymi Polskiego Radia oraz dysponującą największą w kraju liczbą korespondentów w różnych krajach świata;
- współpracę z dziennikarzami i publicystami niezależnymi lub związanymi z nadawcami lub wydawcami innymi niż Polskie Radio S.A.

11) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

- przede wszystkim obecne od początku istnienia polskiej radiofonii wieczorne pasmo dla dzieci „Jedynka Dzieciom”,
- trzygodzinna niedzielna „Familijna Jedynka”,
- przedpołudniowe pasmo niedzielne kierowane do seniorów oraz całych rodzin, z tematami z zakresu zdrowego, aktywnego życia, ale także z poradami prawnymi
- radiopowieści słuchane od pokoleń, których bohaterami są rodziny, np. : „W Jezioranach” i „Matysiakowie”,
- stała obecność tematów (rodzicielstwo i rodzina) w paśmie „Cztery Pory Roku”/ „Lato z Radiem”,
- rodzinny charakter ma organizowana przez PR1 od 17 lat akcja „Choinki Jedynki”,
- współorganizowanie rodzinnych imprez-akcji: Piknik Naukowy, Narodowe Czytania, Narodowe Granie;

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

- poradnicze i popularyzatorskie pasmo „Eureka”,
- eksperci gośćmi „Czterech Pór Roku”,
- cykle w magazynie popołudniowym przygotowywane we współpracy z Ministerstwem Zdrowia (np. profilaktyka onkologiczna) , z Fundacjami („Stop Depresji”, „Autyzm”),

akcje antenowe promujące krwiodawstwo, badania profilaktyczne i przesiewowe np. w mobilnych gabinetach podczas akcji letniej „Lato z Radiem”;

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

- nadawana w dni powszednie „Gimnastyka Poranna”,
- relacje i transmisje z najważniejszych wydarzeń sportowych w kraju i za granicą,
- cykle zachęcające do aktywności sportowej w „Czterech Porach Roku”,
- patronowanie i relacjonowanie wydarzeń typu Otyliada, Maraton Warszawski, rozgrywek w ramach tzw. U20, czyli narodowych reprezentacji piłkarskich zawodników do 20 roku życia;

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

- reportaże,
- materiały w popołudniowym magazynie,
- rozmowy i materiały reporterskie w paśmie „Cztery Pory Roku”;

16) służyć edukacji medialnej

- edukacyjnie w wieczornym, codziennym paśmie dla najmłodszych „Jedynka Dzieciom”,
- stały, cotygodniowy cykl o nowych technologiach w paśmie „Cztery Pory Roku”,
- wieczorna popularnonaukowa „Eureka” adresowana do dorosłego odbiorcy,
- aktywizacja seniorów w niedzielnym paśmie przedpołudniowym

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- prezentacja oraz wyjaśnianie polityki państwa (orędzia, wystąpienia, posłania itp.) przez przedstawicieli naczelných organów państwa – okazjonalnie oraz w określonym cyklu w programie,
- wypowiedzi przedstawicieli naczelných organów państwowych w specjalnych audycjach informacyjnych,
- rozmowy w określonych audycjach: w Sygnałach Dnia, w południowym, popołudniowym oraz wieczornym magazynie,
- udział przedstawicieli naczelných organów państwowych w specjalnych debatach;

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

- wypowiedzi przedstawicieli partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w nadawanych serwisach informacyjnych,
- rozmowy w określonych audycjach: w Sygnałach Dnia, w południowym, popołudniowym oraz wieczornym magazynie,
- udział w cyklicznych debatach;

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

- stały cykl audycji prezentujących działalność Organizacji Pożytku Publicznego,
- emisja spotów przygotowywanych przez OPP,
- udział przedstawicieli OPP w innych audycjach,

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program nie tworzy i rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

2) Zadanie 2: Program 2 PR – Dwójka

A. Opis Programu.

Program 2 jest dostępny: na falach FM, w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), za pomocą platform telewizji cyfrowych, a także w Internecie na żywo oraz w podcastach.

Założeniem Programu 2 jest: prezentowanie muzyki, literatury, publicystyki i informacji kulturalnej w celu zainteresowania słuchaczy artystyczną ofertą, poprzez dobór wartościowych koncertów, książek do słuchania i słuchowisk, audycji dokumentalnych i reportaży radiowych, wywiadów i dyskusji o charakterze kulturotwórczym, na tematy również historyczne i ważne społecznie, z uwzględnieniem szerokiej komunikacji ze słuchaczami.

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program, stanowią ludzie w wieku 15 – 75 lat, zainteresowani ofertą kulturalną.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program 2 obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;

realizowane jest poprzez audycje kulturalne, muzyczne, uzupełnione audycjami poświęconymi teatrowi, filmowi, i innym dziedzinom życia kulturalnego;

specjalne audycje, które Program 2 zrealizuje – to:

- co najmniej 33% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie 2 to utwory wykonywane w języku polskim, a 60% z nich pojawia się w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- zdecydowana większość oferty muzycznej to muzyka poważna, reprezentująca wszystkie okresy od muzyki dawnej po współczesną oraz szeroko pojmowana muzyka jazzowa, a także muzyka ludowa i folkowa, musicalowa i filmowa, elektroniczna i z pogranicza gatunków, wszystkie skierowane do konkretnych grup słuchaczy – kilka pasm i audycji każdego dnia łącznie z weekendami; realizowane poprzez transmisje koncertów w pasmach wieczornych, rozmowy z gośćmi i prezentacją ich twórczości w cyklach tygodniowych
- słuchowiska radiowe i spektakle teatralne – minimum raz w tygodniu, powieści radiowe – dwa razy dziennie w porze porannej i wieczornej, poezja – co najmniej raz dziennie;
- reportaże i audycje dokumentalne – minimum raz w tygodniu, realizujemy w cyklu od poniedziałku do piątku w porze popołudniowej;
- transmisje z najważniejszych krajowych i zagranicznych wydarzeń emitowane w każdym tygodniu, a w okresach, kiedy Program 2 jest współorganizatorem lub patronem festiwalu i koncertów, nawet do kilku dziennie;
- audycje publicystyczne i literackie poświęcone wybitnym twórcom i ich dziełom, z wywiadami i przykładami artystycznych działań;

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

realizowane jest poprzez audycje naukowe i oświatowe, uzupełnione audycjami poświęconymi edukacji i poradnictwu;

specjalne audycje, które Program 2 zrealizuje – to:

- audycje naukowe i poradnicze nawiązujące tematycznie do wydarzeń w świecie nauki, rozmowy z wybitnymi naukowcami i prezentacja ich odkryć, dokonań w pasmach: „Wybieram Dwójkę”, „Poranek Dwójki”, „Kulturalnie przed południem”;

3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*

specjalne audycje, które Program 2 zrealizuje – to (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-2):

- audycje językowe i poradnicze promujące poprawną polszczyznę
- rozmowy z językoznawcami zakończone konkursem dotyczącym poruszanego tematu w paśmie „Wybieram Dwójkę”;

4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;*

Program 2 zrealizuje to poprzez:

- audycje publicystyczne, muzyczne i literackie poświęcone polskiej historii i kulturze, rozmowy z autorytetami danej dziedziny w codziennym paśmie „Wybieram Dwójkę” i „Wieczór z Dwójką”;
- audycje plenerowe, „Dwójka na miejscu” w paśmie „Muzycznie w Dwójce”, poświęcone rocznicom historycznym, wywiady z przedstawicielami instytucji kultury i krótkie reportaże;

5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;*

specjalne audycje, które Program 2 zrealizuje – to:

- audycje publicystyczne prezentujące dokonania autorów i twórców polskich, poświęcone tematyce historycznej, kulturalnej, filozofii i psychologii; są to rozmowy z gośćmi, prezentacja materiałów archiwalnych, reportaże w codziennych pasmach porannych i popołudniowych „Poranek Dwójki” i „Wybieram Dwójkę”;

6) *sprzysianie integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu;*

Program 2 zrealizuje to poprzez (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-2):

- reportaże, audycje dokumentalne i audycje publicystyczne z udziałem gości,
- audycje muzyczne prezentujące dorobek artystyczny lokalnych twórców; rozmowy z gośćmi i prezentacja ich twórczości, emitowane w codziennym paśmie popołudniowym „Południe w Dwójce”;
-

7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;*

Program 2 zrealizuje to poprzez:

- audycje „Lumen” w niedzielnym paśmie „Poranek Dwójki” i „Słowo na dzień” w codziennym paśmie „Muzyczna noc”, prezentujące postawy chrześcijańskie w wypowiedziach i opowieściach; audycje publicystyczne poświęcone propagowaniu etycznego zachowania i postępowania;
- audycje specjalne związane z obchodami świąt;

8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*

- jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie 2 poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-2) oraz inne działania, związane z tworzeniem treści, które powinny:

9) *kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji* poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) *rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą*

nie dotyczy ze względu na charakter programu

11) *sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej*

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz

prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.

- czytelny rozdział treści - przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

Przedstawianie właściwych postaw etycznych i wartości wzmacniających więzi rodzinne przez wspólne uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych, zachęcanie do wspólnego czytania książek, słuchania spektakli radiowych, koncertów oraz zachęcanie do wspólnego udziału w konkursach organizowanych na antenie Programu 2 w porannym paśmie „Poranek Dwójki” i „Kulturalnie przed południem” w paśmie weekendowym „Muzycznie w Dwójce”, oraz przy wykorzystaniu mediów społecznościowych;

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

Popularyzacja rozwoju fizycznego i psychicznego oraz naukowej wiedzy na ten temat w audycjach publicystycznych „Poranek Dwójki”, „Wybieram Dwójkę”, codziennych pasmach publicystycznych. Są to rozmowy z gośćmi o wybitnych osiągnięciach, ale również z propagatorami inicjatyw społecznych.

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

W audycjach publicystycznych mogą być okazjonalnie poruszane sprawy związanych z wartościami społecznymi towarzyszącymi kulturze i uprawianiu sportu. Rozmowy z gośćmi i reportaże w paśmie publicystycznym „Wybieram Dwójkę”;

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

W audycjach publicystycznych popularyzowanie i podkreślanie wartości i znaczenia poprawnych stosunków międzyludzkich i zachowań, także w małych lokalnych społecznościach ze szczególnym uwzględnieniem wartości kultury i sztuki, rozmowy z gośćmi i prezentacja sylwetek w pasmach „Poranek Dwójki”, „Wieczór z Dwójką”;

16) służyć edukacji medialnej

Audycje publicystyczne poświęcone uświadamianiu odbiorcom roli przekazu medialnego i umiejętnego korzystania z mediów, szczególnie przy nowoczesnych technologiach komunikowania, prezentacja wywiadów ze znawcami i reportaże obrazujące temat w pasmach „Poranek Dwójki”, „Wybieram Dwójkę”;

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- prezentacja oraz wyjaśnianie polityki państwa (orędzia, wystąpienia itp.) przez przedstawicieli naczelnych organów państwa – okazjonalnie w programie.
- w informacjach i audycjach publicystycznych „Poranek Dwójki”- „Wiadomościach kulturalnych”, w paśmie „Wybieram Dwójkę”, w celu prezentowania ważnych tematów i opinii o zjawiskach i wydarzeniach kulturalnych;

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

W informacjach i codziennych audycjach publicystycznych „Wybieram dwójkę” „Poranek Dwójki”-„Wiadomości kulturalne”, prezentowanie opinii i ocen ważnych wydarzeń o charakterze kulturalnym.

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

Rozpowszechnianie informacji o kampaniach społecznych oraz podczas prowadzonych akcji charytatywnych np. „Kultura pomaga” w paśmie „Wybieram Dwójkę;

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program nie tworzy i rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

3) Zadanie 3: Program 3 PR – Trójka

A. Opis Programu.

Program 3 jest dostępny: na falach FM, w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), za pomocą platform telewizji cyfrowych, a także w Internecie na żywo oraz w podcastach.

Założeniem Programu 3 jest: przekazywanie informacji z różnych dziedzin życia: politycznego, społecznego, kulturalnego oraz sportu, dostarczanie rozrywki i angażowanie uwagi szerokiego grona słuchaczy, poprzez prezentowanie wyróżniającej się współczesnej muzyki (różnorodne gatunki muzyczne: rock, muzyka elektroniczna, blues, jazz, poezja śpiewana, folk i etno, muzyka filmowa, hip hop) oraz nadawanie audycji

publicystycznych (relacje z akcji społecznych i wydarzeń pod patronatem Trójki, rozmowy ze słuchaczami, wywiady, audycje dokumentalne, reportaże).

Główną grupą słuchaczy, do której adresowany jest program, są osoby w wieku 25 - 60 lat. Program 3 nadaje także programy dla dzieci i dla rodziców oraz kierowane do osób niepełnosprawnych.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program 3 obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

realizowane jest poprzez audycje kulturalne, muzyczne, uzupełnione audycjami poświęconymi filmowi, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego;

specjalne audycje, które Program 3 zrealizuje – to:

- emisja co najmniej 33% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie będzie wykonywanych w języku polskim i będą pojawić się w 60% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- spektakle teatralne, proza czytana,
- reportaże, audycje dokumentalne,
- transmisje i retransmisje z koncertów gwiazd polskich i zagranicznych (z festiwalu pod patronatem Trójki, ze Studia Muzycznego im. A. Osieckiej),
- relacje z najważniejszych krajowych i zagranicznych wydarzeń społecznych, politycznych, kulturalnych, historycznych,
- benefisy uznanych ludzi kultury;

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

realizowane jest poprzez audycje popularnonaukowe, uzupełnione audycjami poświęconymi edukacji i poradnictwu;

specjalne audycje, które Program 3 zrealizuje – to:

- audycje dla dzieci,
- audycje popularnonaukowe i poradnicze,
- relacje z najważniejszych krajowych i zagranicznych wydarzeń sportowych,
- audycje promujące zdrowy tryb życia oraz popularyzujące rekreację i uprawianie sportu;

3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*

specjalne audycje, które Program 3 zrealizuje – to (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-3):

- audycje językowe (konkursy, rozmowy z ekspertami, porady i wyjaśnienia);

4) umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenia w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;

Program 3 zrealizuje to poprzez:

- audycje publicystyczne z udziałem słuchaczy,
- dyskusje polityczne,
- reportaże;

5) służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

audycje, które Program 3 zrealizuje – to:

- audycje publicystyczne z udziałem twórców, krytyków, ekspertów,
- słuchowiska, proza czytana,
- relacjonowanie festiwali teatralnych, filmowych i innych;

6) sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;

Program 3 zrealizuje to poprzez (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-3):

- reportaże,
- audycje publicystyczne;

7) respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, z uwzględnieniem uniwersalnych zasad etyki;

audycje, które Program 3 zrealizuje – to:

- audycje religijne;

8) tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polskiej, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych;

- jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie 3 poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-3) oraz inne działania, związane z tworzeniem treści, które powinny:

9) kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą poprzez:

- tworzenie audycji informacyjnych i publicystycznych cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością;
- wykorzystywanie innowacyjnych form i kanałów dotarcia z zachowaniem najwyższej jakości i integralności przekazu;
- wykorzystywanie w działalności informacyjnej materiałów dostarczanych przez własną Informacyjną Agencję Radiową, współpracującą ze wszystkimi Rozgłościami Regionalnymi Polskiego Radia oraz dysponującą największą w kraju liczbą korespondentów w różnych krajach świata;
- współpracę z dziennikarzami i publicystami niezależnymi lub związanymi z nadawcami lub wydawcami innymi niż Polskie Radio S.A.

11) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;

- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny;

audycje, które Program 3 zrealizuje – to:

- audycje publicystyczne,
- reportaże;

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych;

- audycje promujące zdrowy tryb życia oraz popularyzujące rekreację i uprawianie sportu;

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu;

- audycje popularyzujące rekreację i uprawianie sportu,
- serwisy i audycje sportowe,
- relacje z ważnych wydarzeń sportowych w kraju i za granicą, w tym zawodów pod patronatem Trójki;

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych;

- audycje publicystyczne,
- reportaże;

16) służyć edukacji medialnej;

- materiały reporterskie

oraz audycje

17) prezentujące oraz wyjaśniające politykę państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- prezentacja oraz wyjaśnianie polityki państwa (orędzia, wystąpienia itp.) przez przedstawicieli naczelnych organów państwa – okazjonalnie oraz w określonym cyklu w programie,
- dyskusje z udziałem przedstawicieli naczelnych organów państwowych w określonych audycjach,
- audycje informacyjne i publicystyczne,
- materiały reporterskie,
- relacje z ważnych wydarzeń państwowych;

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

- dyskusje z udziałem przedstawicieli partii politycznych, związków zawodowych, związków pracodawców i innych organizacji,
- audycje informacyjne i publicystyczne oraz materiały reporterskie;

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

- emisja spotów Organizacji Pożytku Publicznego,
- audycje publicystyczne,
- reportaże,

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program nie tworzy i rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

4) Zadanie 4: Program 4 PR – PR24

A. Opis Programu.

Program Czwarty – Polskie Radio 24 jest dostępny: na falach FM, w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), za pomocą platform telewizji cyfrowych, a także w Internecie na żywo oraz w podcastach.

Założeniem Programu Czwartego – Polskie Radio 24 jest: angażowanie uwagi szerokiego grona słuchaczy poprzez prezentowanie wyróżniających się najnowszych informacji i profesjonalnej publicystyki. Na antenie znajdują się również serwisy specjalistyczne (sport, gospodarka, kultura, pogoda) oraz formy publicystyki bieżącej

takie jak: rozmowy z reporterami, korespondentami i ekspertami, relacje reporterskie i komentarze. Antena zamierza również zdecydowanie częściej korzystać z materiałów reporterskich powstałych w Rozgłośniach Regionalnych Polskiego Radia.

Uzupełnieniem oferty będą słowne pasma autorskie o różnorodnej tematyce związanej z aktualnymi wydarzeniami. Przygotowywać je będą m.in. dziennikarze Redakcji Publicystyki Międzynarodowej, Redakcji Sportowej, Redakcji Gospodarczej oraz Naczelnej Redakcji Programów Katolickich, a także współpracownicy stacji. Gośćmi programu będą politycy, eksperci, przedstawiciele związków zawodowych, komentatorzy polityczni, przedstawiciele świata kultury, nauki, biznesu, sportu, organizacji charytatywnych i samorządów lokalnych.

W 2020 roku Polskie Radio 24 będzie informowało, komentowało i analizowało najważniejsze wydarzenia polityczne, społeczne, gospodarcze, kulturalne i naukowe, a priorytetem działalności będą audycje związane z bieżącymi wydarzeniami oraz toczącą się debatą publiczną. Priorytetowe znaczenie mają dla Polskiego Radia 24 odbywające się w 2020 roku wybory prezydenckie.

Szczególną uwagę stacja będzie przywiązywać do audycji poświęconych edukacji obywatelskiej, dotyczącej wyjaśniania i prezentowania polityki państwa przez naczelne organy państwowe lub ich przedstawicieli. Priorytetem będzie również emitowanie audycji umożliwiających partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców przedstawianie stanowisk w kluczowych sprawach publicznych.

W ofercie programowej anteny nadal będą znajdować się audycje służące realizacji misji, tj. sprzyjaniu swobodnego kształtowania się poglądów obywateli i formowaniu się opinii publicznej, popieraniu twórczości artystycznej, naukowej i oświatowej oraz upowszechnianiu wiedzy o języku i mediach. Polskie Radio 24 w dalszym ciągu będzie stawiało sobie za priorytet stwarzanie przestrzeni do integracji społecznej, w tym przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu, umacniania rodziny, kształtowania postaw prozdrowotnych, zwalczania patologii społecznych, a także edukacji medialnej.

W 2020 roku Polskie Radio 24 nie planuje nadawania muzyki.

Audycje Polskiego Radia 24 kierowane są do odbiorcy uniwersalnego. **Główną grupę słuchaczy stanowią ludzie w wieku 35-65 lat.**

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program PR 24 obowiązek realizacji zadań misyjnych. Należą do nich przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

Realizowane poprzez audycje kulturalne poświęcone filmowi, nowościom literackim, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego.

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje kulturalne prezentujące i zapowiadające najważniejsze bieżące wydarzenia artystyczne, a także przedstawiające rozmowy i wywiady z twórcami oraz ich sylwetki, nadawane w pasmach wieczornych,
- audycje kulturalne prezentujące i zapowiadające bieżące wydarzenia artystyczne, a także przedstawiające rozmowy i wywiady z twórcami oraz ich sylwetki, nadawane w pasmach weekendowych.

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

Realizowane poprzez audycje naukowe oraz audycje prezentujące najważniejsze wydarzenia ze świata sportu, w tym krótkie informacyjne serwisy sportowe i audycje omawiające aktualności sportowe;

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje o charakterze edukacyjnym, oświatowym i sportowym, prezentujące rozmowy z ludźmi ze świata nauki i sportu, informacje i dyskusje o wydarzeniach związanych z działalnością oświatową, nadawane w pasmach wieczornych,
- audycje o charakterze edukacyjnym, prezentujące wydarzenia edukacyjne, rozmowy i wywiady z naukowcami, propagatorami nauki, a także sylwetki naukowców i sportowców, nadawane w pasmach weekendowych,
- codzienne serwisy sportowe,
- magazyn sportowy i kronika sportowa;

3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje językowe o charakterze poradniczym nadawane w pasmach popołudniowych i wieczornych,
- audycje edukacyjne i poradnicze w zakresie wiedzy o języku polskim nadawane w pasmach weekendowych.

4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;*

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje publicystyczne, informacyjne i edukacyjne, prezentujące wypowiedzi i stanowiska przedstawicieli różnych środowisk, a także stwarzające przestrzeń do dyskursu na tematy społeczne, nadawane w pasmach porannych,
- audycje informacyjne i edukacyjne prezentujące wypowiedzi i stanowiska przedstawicieli różnych środowisk na tematy społeczne nadawane w pasmach dziennych,
- audycje publicystyczne, informacyjne i edukacyjne z przedstawicielami różnych grup społecznych o zróżnicowanych poglądach, stwarzające przestrzeń do debaty na tematy społeczne, nadawane w pasmach popołudniowych,
- audycje publicystyczne i edukacyjne prezentujące stanowiska przedstawicieli różnych środowisk w sprawach ważnych dla obywateli nadawane w pasmach weekendowych,
- reportaże dotyczące spraw ważnych dla różnych grup społecznych,
- różnego rodzaju transmisje radiowe.

5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;*

Realizowane poprzez audycje o tematyce kulturalnej, poświęcone polskim twórcom oraz dziełom polskiej kultury i sztuki.

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje publicystyczne prezentujące dokonania autorów i twórców polskich, poświęcone tematyce naukowej, historycznej, kulturalnej, filozoficznej i psychologicznej, nadawane w pasmach weekendowych oraz wieczornych,
- reportaże dotyczące szeroko pojętego polskiego dorobku artystycznego i intelektualnego.

6) *sprzycanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;*

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje z udziałem przedstawicieli organizacji i fundacji, będących gośćmi codziennego pasma dziennego i popołudniowego;
- rozmowy na antenie uzupełniane nagraniami jednostkowych ludzkich historii nadawane w audycjach w pasmach weekendowych,
- reportaże i audycje publicystyczne dotyczące tematyki społecznej.

7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;*

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje religijne dotyczące kościoła katolickiego oraz innych wyznań i religii nadawane w pasmach wieczornych,
- audycje religijne prezentujące wydarzenia o tematyce religijnej nadawane w pasmach weekendowych.

8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polskiej, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*

Program PR 24 nie tworzy i nie rozpowszechnia programów służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polskiej, jej języka, historii lub kultury za granicą. Zadania te realizuje Polskie Radio dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej:

Misja publiczna będzie realizowana w Programie Czwartym – Polskim Radiu 24 poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-4) oraz inne działania, związane z tworzeniem treści, które powinny:

9) *kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji* poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) *rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą* poprzez:

- tworzenie audycji informacyjnych i publicystycznych cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością;
- wykorzystywanie innowacyjnych form i kanałów dotarcia z zachowaniem najwyższej jakości i integralności przekazu;

- wykorzystywanie w działalności informacyjnej materiałów dostarczanych przez własną Informacyjną Agencję Radiową, współpracującą ze wszystkimi Rozgłościami Regionalnymi Polskiego Radia oraz dysponującą największą w kraju liczbą korespondentów w różnych krajach świata;
- współpracę z dziennikarzami i publicystami niezależnymi lub związanymi z nadawcami lub wydawcami innymi niż Polskie Radio S.A.

11) *sprzysjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej* poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) *służyć umacnianiu rodziny*

Poprzez emisję specjalnych wywiadów poświęconych rodzinie, transmisje oraz relacje reporterskie najważniejszych wydarzeń i konferencji dotyczących rodziny.

13) *służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych*

Poprzez emisję programów i spotów propagujących zdrowe odżywianie i uprawianie sportu oraz profilaktykę prozdrowotną.

14) *służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu*

Poprzez emisję serwisów informacyjnych o różnych porach dnia i nadawanie specjalnych magazynów sportowych w pasmach wieczornych i weekendowych.

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

Poprzez nadawanie specjalnych audycji poświęconych budowaniu pozytywnych postaw społecznych i emisję programów oraz spotów, które informują o miejscach i sposobach udzielania pomocy obywatelskiej w przypadku styczności z różnego rodzaju patologiami.

16) służyć edukacji medialnej

Poprzez nadawanie różnych form typowych dla radia, produkowanych na jak najwyższym poziomie, które za priorytet uznają kwestie dydaktyczne z zakresu kultury, sztuki i ekonomii.

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu

Do specjalnych audycji, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- audycje prezentujące i wyjaśniające politykę państwa (orędzia, wystąpienia itp.) przez przedstawicieli naczelnych organów państwa, emitowane okazjonalnie oraz w określonym cyklu w programie,
- specjalne wywiady z czołowymi politykami partii rządzącej, emitowane w pasmach porannych i popołudniowych,
- transmisje wydarzeń z udziałem najważniejszych osób w państwie, w tym ich przemówień dotyczących bieżących spraw.

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

Do specjalnych programów, które zrealizuje w tym zakresie Program PR 24, należy zaliczyć:

- wywiady z czołowymi politykami partii rządzącej, partii opozycyjnych i przedstawicielami związków zawodowych,
- transmisje cyklicznych debat z udziałem przedstawicieli stron oraz ekspertów dotyczące istotnych spraw publicznych.

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

Poprzez emisję spotów informujących o działalności organizacji pożytku publicznego oraz nadawanie specjalnych wywiadów z przedstawicielami takich instytucji,

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program PR 24 nie tworzy i nie rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

5) Zadanie 5: Program 5 PR – PRdZ

A. Opis Programu.

Program Polskiego Radia dla Zagranicy emitowany jest w dwóch 24-godzinnych strumieniach: Zachód (audycje w j. angielskim i niemieckim) i Wschód (audycje w językach: polskim, białoruskim, rosyjskim i ukraińskim) oraz w systemie cyfrowej transmisji naziemnej DAB+.

Program Polskiego Radia dla Zagranicy tworzy odrębne dwa strumienie audycji specjalnych nazywanych *Radio Poland* i *Radio Polska*:

- w języku angielskim i niemieckim oraz
- w języku rosyjskim, ukraińskim, białoruskim i polskim.

Kanał Zachód rozpowszechniany jest przez sieć Encompass Digital Media w kanałach językowych: WRN Europe, WRN North America, WRN Asia, Africa.

Strumień **Wschód** emitowany jest satelitarnie przez EUTELSAT HotBird, a wybrane programy nadawane są nadajników naziemnych na Litwie z Wilna i Kowna na Białoruś oraz we Lwowie w paśmie FM i AM. Obok produkcji audio Polskie Radio dla Zagranicy redaguje **internetowe portale informacyjne**:

- polskojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/399>
- anglojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/395>
- białoruskojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/396>
- niemieckojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/400>
- rosyjskojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/397>
- ukraińskojęzyczny: <https://www.polskieradio.pl/398>

Program PRdZ dostępny jest także w aplikacjach: PolskieRadio.pl, TuneIn, Stitcher, w portalach społecznościowych i na kanale Youtube.

Założeniem Programu Polskiego Radia dla Zagranicy jest: kształtowanie opinii o Polsce poza jej granicami, informowanie o wszystkich znaczących aspektach życia

społecznego, ekonomicznego i kulturalnego w Polsce oraz prezentacja polskiego punktu widzenia na wydarzenia w innych miejscach świata. Założenia programowe Polskiego Radia dla Zagranicy formułowane są w oparciu o: polską rację stanu, główne kierunki polskiej polityki zagranicznej oraz cele polityki państwa polskiego wobec Polonii i Polaków za granicą.

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program to środowiska opiniotwórcze na arenie międzynarodowej na wschodzie i zachodzie Europy – decision makers, politycy, urzędnicy UE, dziennikarze, biznesmeni oraz słuchacze i internauci zainteresowani Polską, chcący pogłębiać i rozszerzać wiedzę na temat naszego kraju. Polskie Radio dla Zagranicy stanowi regionalne źródło informacji o Polsce, a także pełni rolę „łącznikową” pomiędzy Unią Europejską a krajami Europy Wschodniej.

Polskie Radio dla Zagranicy kieruje swój program do słuchaczy zagranicą, zgodnie z misją oraz określanymi corocznie w umowie o finansowaniu programu dla Zagranicy, zawieranej pomiędzy Polskim Radiem a Ministerstwem Spraw Zagranicznych, priorytetami dyplomacji publicznej i kulturalnej, Polskie Radio dla Zagranicy jako medium publiczne, realizuje swoje zadania programowe radiofonii publicznej zgodnie z zasadami misji publicznej.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program Polskiego Radia dla Zagranicy obowiązek realizacji zadań zdefiniowanych dla radiofonii publicznej. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

realizowane jest poprzez audycje kulturalne, muzyczne, uzupełnione audycjami poświęconymi filmowi, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego;

Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **High Note(ang.)** – magazyn poświęcony muzyce poważnej, jej twórcom i wykonawcom
- **Focus(ang.)**- magazyn kulturalny
- **Wiadomości kulturalne(ros.)**- magazyn kulturalny
- **Z kulturą na TY(biał.)**- magazyn kulturalny
- **Summa Technologiae (ros.)**- audycja popularno- naukowa
- **Nauka i technika(biał.)**- audycja popularno- naukowa

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

realizowane będzie w magazynach sportowych tworzonych w j. obcych informujących o najważniejszych imprezach sportowych w kraju i zagranicą,

w których udział biorą udział Polacy oraz wywiady z gwiazdami i działaczami polskiego sportu. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Offside magazyn sportowy(ang.)**- magazyn wydarzeń sportowych: relacje z imprez, wywiady, opinie.
- **Widziane z Polski magazyn (pol.)**- magazyn informacyjny
- **Polska i świat (biał.)**- magazyn informacyjny

3) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

Polskie Radio dla Zagranicy *poprzez* produkcję i emisję programu w j. polskim realizuje misję promocji naszego języka poza granicami kraju. Szczególna staranność tych audycji oraz dbałość o jakość języka powoduje, że audycje te są powszechnie wykorzystywane w programach stacji polonijnych na całym świecie. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Dźwiękowy Magazyn Informacyjny(pol.)**
- **Widziane z Polski(pol.)**
- **Lekcja języka polskiego(biał.)**

4) umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;

Polskie Radio dla Zagranicy zrealizuje to zadanie poprzez tworzenie i emisję magazynów o tematyce społecznej, poświęcone także działalności organizacji pozarządowych będących elementem społeczeństw obywatelskiego. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Q&A(ang.)**- magazyn spraw społecznych
- **What's up-** audycja inspirowana listami od słuchaczy, której celem jest udzielenie odpowiedzi na zadawane pytania i komentarz do poruszanych tematów.
- **III sektor(ros.)**- audycja społeczna
- **My społeczeństwo(ukr.)**- audycja społeczna

5) służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

Polskie Radio dla Zagranicy realizować będzie audycje kulturalne, muzyczne, uzupełnione audycjami poświęconymi filmowi, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego, prezentując i promując zagranicą także twórców i wykonawców, rozmowy i wywiady z animatorami życia kulturalnego. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Focus (ang.)**- magazyn kulturalny
- **Wiadomości kulturalne(ros.)**
- **Z kulturą na TY(biał.)**

- **Widziane z Polski magazyn (pol.)**- magazyn informacyjny

6) *sprzysianie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;*

Polskie Radio dla Zagranicy zrealizuje to zadanie poprzez emisję audycji poświęconych mniejszościom zamieszkującym w Polsce. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Cudzoziemcy w Polsce(ros.)**-audycja społeczna o mniejszościach w Polsce.
- **Ukraińcy w Polsce(ukr.)** audycja społeczna o mniejszościach w Polsce.
- **Tygiel kulturowy (biał)**- przegląd tygodnika Białorusinów w Polsce Niwy

7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki*

Polskie Radio dla Zagranicy transmituje na antenie w każdą sobotę, niedzielę i święta kościelne mszę świętą z kościoła pod wezwaniem Św. Elżbiety w Gdańsku.

Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Bogactwo wiary(biał.)**

8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*

Audycje w j. polskim: grupą docelową audycji w **języku polskim** jest polska diaspora na świecie. Audycje tworzone są w duchu partnerskiej współpracy z Polonią i Polakami za granicą, co pozwala korzystać z potencjału Polonii i Polaków za granicą do promocji i budowy pozytywnego wizerunku Polski w świecie. Program w j. polskim to źródło codziennej i informacji, tworzonej ze świadomością, że potencjalni odbiorcy mieszkają za granicą, polskie sprawy są dla nich bardzo ważne, ale ponieważ funkcjonują poza głównym nurtem problematyki krajowej, mają trudności ze zrozumieniem często skrótowego i lakonicznego komunikatu, płynącego z polskich mediów. Program Polskiego Radia dla Zagranicy wykorzystany w całości, we fragmentach przez media polonijne, jest także często inspiracją dla powstawania programów własnych w polonijnych stacjach radiowych lub portalach informacyjnych. Tematy pojawiać się będą m.in. w magazynie:

- **Widziane z Polski(pol.)**
- **Zapraszamy do Polski(ros./ biał.)**
- **Świat widziany z Polski(ros.)**
- **Szlakiem WKL i Korony Polskiej (biał.)**
- **Magazyn Historyczny (ros.)**
- **Dźwiękowy Magazyn Informacyjny (pol.)**

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Polskie Radio dla Zagranicy w swoim programie kieruje się i kierować będzie wyznacznikami i zasadami misji publicznej. **Przesłaniem** każdej tworzonej audycji i programu będzie umacnianie rodziny, kształtowanie postaw prozdrowotnych i propagowanie i upowszechnianie sportu w magazynach społecznych i sportowych.

Z uwagi na specyfikę programu dla Zagranicy, który kieruje swój przekaz do słuchaczy na całym świecie prezentujemy polską rację stanu i wyjaśniamy politykę państwa oraz stanowiska partii politycznych, organizacji związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych poprzez prezentowanie na antenie wypowiedzi komentatorów i analityków sceny politycznej.

W programie informujemy o działalności organizacji pożytku publicznego w audycjach, oświęconych organizacjom pozarządowym.

Polskie Radio dla Zagranicy -

Kieruje się odpowiedzialnością za słowo i dba o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

Rzetelnie ukazuje całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą poprzez:

- tworzenie audycji informacyjnych i publicystycznych cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością;
- wykorzystywanie innowacyjnych form i kanałów dotarcia z zachowaniem najwyższej jakości i integralności przekazu;
- wykorzystywanie w działalności informacyjnej materiałów dostarczanych przez własną Informacyjną Agencję Radiową, współpracującą ze wszystkimi Rozgłościami Regionalnymi Polskiego Radia oraz dysponującą największą w kraju liczbą korespondentów w różnych krajach świata;
- współpracę z dziennikarzami i publicystami niezależnymi lub związanymi z nadawcami lub wydawcami innymi niż Polskie Radio S.A.

Sprzyja swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

6) Zadanie 6: Czwórka Polskie Radio – program wyspecjalizowany I

A. Opis Programu.

Program Czwórka Polskie Radio jest dostępny: w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), w Internecie i w bezpłatnej aplikacji na żywo oraz w podcastach.

Założeniem Programu Czwórka Polskie Radio jest: dostarczanie informacji, treści edukacyjnych, kulturalnych, poradniczych, społecznych oraz rozrywki i angażowanie uwagi szerokiego grona słuchaczy, poprzez prezentowanie wyróżniającej się współczesnej muzyki (przede wszystkim najnowszych przebojów muzyki electro w wielu jej odmianach, reggae oraz hip hop, a także ciekawych utworów z przeszłości i gatunków alternatywnych) oraz audycji słownych (rozmowy z ekspertami, rozmowy ze słuchaczami, serwisy informacyjne, relacje z akcji społecznych, wydarzeń, wywiady, reportaże, sondy uliczne, komentarze, konkursy).

Jest to program wyspecjalizowany o charakterze edukacyjno-kulturalno-muzycznym.

Kategorie audycji Czwórki (Załącznik 6A) są zgodne z przyznaną koncesją, a udział poszczególnych kategorii realizujących specjalizację w programie wyniesie nie mniej niż 70% miesięcznego i tygodniowego czasu nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

W ramach specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 – oprócz muzyki (35%) – nadawane będą audycje informacyjne (3%), audycje publicystyczne (4%), audycje kulturalne (7%), audycje edukacyjne (15%), audycje sportowe (3%) i audycje rozrywkowe (3%).

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program, stanowią osoby w wieku 18-39 lat.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Czwórkę Polskie Radio obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje kulturalne, muzyczne, popularno-naukowe, uzupełnione audycjami poświęconymi filmowi, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego;

- co najmniej 33% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie wykonywanych w języku polskim w liczbie 60% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- program transmituje wybrane koncerty muzyki rozrywkowej odbywające się w studiu Polskiego Radia oraz poza nim, przede wszystkim debiutantów (*Koncert-kultura, Popołudnie w Czwórcie-edukacja*)
- program wspiera młode talenty z Polski poprzez umożliwianie im prezentacji swojej twórczości, działalności i dokonań (*Przedpołudnie w Czwórcie-kultura, Południe w Czwórcie-edukacja, Popołudnie w Czwórcie-publicystyka, Wieczór w Czwórcie-edukacja, kultura; Poranek weekendowy w Czwórcie-edukacja, kultura, publicystyka; Południe weekendowe w Czwórcie – kultura, edukacja; Popołudnie weekendowe w Czwórcie-edukacja, kultura*)
- program stwarza okazje wymiany doświadczeń międzypokoleniowej między uznanymi artystami, naukowcami, twórcami a debiutantami (*Przedpołudnie w Czwórcie-kultura, Południe w Czwórcie – edukacja, Wieczór w Czwórcie-edukacja*)

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

- Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje sportowe, do których są zapraszani zarówno uznani sportowcy, mistrzowie, młodzi sportowcy na progu kariery sportowej, jak i wyróżniający się amatorzy. Rozmowy dotyczą

również zdrowego stylu życia, roli sportu w życiu człowieka od najmłodszych lat, możliwości uprawiania go w różnych formach, od rekreacji, po sporty ekstremalne. Program współpracuje ze studenckimi organizacjami sportowymi, aktywnie włączając się w imprezy sportowe organizowane przez uczelnie. (*Wieczór w Czwórcę - sport, Południe weekendowe w Czwórcę – sport*);

3) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to w audycjach kulturalnych, edukacyjnych przyjmując założenie, że język wypowiedzi antenowej ma być bliski młodemu człowiekowi, dostosowany stylistycznie do sposobu mówienia słuchaczy, zrozumiały dla niego, nie stwarzający dystansu, z jednoczesnym zachowaniem wszelkich norm poprawności i kultury języka. W rozmowach z ekspertami (językoznawcami) i młodzieżą pojawiają się tematy dotyczące współczesnej polszczyzny, zagrożeń, zagadnienia z zakresu poradnictwa językowego itp.

Ponadto Czwórka włącza się w akcje społeczne m.in. promujące konkursy szkolne z tej dziedziny, czytelnictwo, wydarzenia kulturalne, olimpiady językowe.

(*Poranek w Czwórcę – edukacja, Przedpołudnie w Czwórcę – kultura, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka, edukacja, Południe weekendowe w Czwórcę – kultura, Popołudnie weekendowe w Czwórcę - kultura*);

4) umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje informacyjne i publicystyczne, w których w rzetelny sposób przedstawia relacje z bieżących wydarzeń, dostosowując język do młodych słuchaczy, aby w pełni rozumieli istotę wydarzeń zarówno w kraju, jak i za granicą. W audycjach publicystycznych przedstawiane są różne punkty widzenia skłaniające do samodzielnego myślenia, własnego zdania, krytycznej oceny i odpowiedzialnego angażowania się w sprawy społeczne.

(*Wiadomości – informacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka, Wieczór w Czwórcę – edukacja, Wieczór weekendowy w Czwórcę- publicystyka*)

5) służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje kulturalne, edukacyjne i poradnicze, w których dobór tematów jest ściśle powiązany z grupą docelową, a więc osobami młodymi, uczącymi się, studiującymi, wchodzącymi w dorosłe życie, rozpoczynającymi karierę naukową, artystyczną, zawodową. W audycjach poruszane są tematy z zakresu doradztwa zawodowego. Do udziału w audycjach zapraszani są uczniowie i studenci z całej Polski, Program współpracuje również z uczelniami na

polu naukowym (np. z Kołami Naukowymi), jak również kulturalnym włączając się aktywnie w życie studenckie (np. współpraca z organizacjami studenckimi). Poprzez audycje muzyczne i organizację koncertów w studiu Czwórki, konkursów dla młodych muzyków, promuje powstawania nowych polskich piosenek, stwarza okazje do występów i zachęca słuchaczy do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych.

(Serwis kulturalny – informacja, Wiadomości – informacja, Poranek w Czwórcę – edukacja, Przedpołudnie w Czwórcę - kultura, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – edukacja, kultura; Wieczór w Czwórcę – edukacja, kultura; Poranek weekendowy w Czwórcę – kultura, edukacja, Południe weekendowe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie weekendowe w Czwórcę – edukacja, Wieczór weekendowy w Czwórcę – kultura)

6) sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje edukacyjne, publicystyczne i reportaże, w których ukazuje różnorodność społeczeństwa polskiego, pokazuje pozytywne przykłady rozwiązywania problemów oraz podpowiedzi, jak sobie poradzić w trudnych sytuacjach. Uwrażliwia słuchaczy na problemy osób niepełnosprawnych, ubogich, tych, którzy obecnie lub w przeszłości znaleźli się w trudnej sytuacji, mają za sobą trudne doświadczenia itp. Zadaniem tych audycji jest skracanie dystansu i integrowanie różnych środowisk poprzez rozmowy, dyskusje, porady ekspertów, materiały reportażowe.

Wiadomości – informacja, Poranek w Czwórcę – edukacja, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka, Wieczór w Czwórcę – edukacja, publicystyka);

7) respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;

Program **Czwórka Polskie Radio** realizuje to poprzez audycje religijne, w których przedstawiane są różnorodne formy działalności młodych ludzi, należących do duszpasterstw, wspólnot, fundacji i stowarzyszeń. W audycjach muzycznych prezentowana jest tzw. muzyka chrześcijańska i ciekawe życiorysy twórców tej muzyki. W audycjach publicystycznych poruszane są trudne tematy związane z zagadnieniami etycznymi, również z pogranicza psychologii i wiary. Wśród gości audycji są specjaliści odpowiednich dziedzin, często reprezentujących odmienny punkt widzenia. Słuchacze mają możliwość dzielenia się swoimi obserwacjami i doświadczeniami, zadawania gościom trudnych pytań, dyskusowania, pytania o radę i pomoc.

(Poranek weekendowy w Czwórcę – publicystyka, Wieczór weekendowy w Czwórcę – publicystyka, kultura);

8) **tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.**

- jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie **Czwórka Polskie Radio** poprzez nadawanie audycji oraz inne działania programowe, które powinny:

9) **kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji** poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) **rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą**

- tworzenie audycji informacyjnych i publicystycznych cechujących się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością;
- wykorzystywanie innowacyjnych form i kanałów dotarcia z zachowaniem najwyższej jakości i integralności przekazu;
- wykorzystywanie w działalności informacyjnej materiałów dostarczanych przez własną Informacyjną Agencję Radiową, współpracującą ze wszystkimi Rozgłościami Regionalnymi Polskiego Radia oraz dysponującą największą w kraju liczbą korespondentów w różnych krajach świata;
- współpracę z dziennikarzami i publicystami niezależnymi lub związanymi z nadawcami lub wydawcami innymi niż Polskie Radio S.A.

11) **sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej** poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny;

W audycjach edukacyjnych, poradniczych i publicystycznych stwarza się okazję do dialogu międzypokoleniowego, ukazując różne punkty widzenia, omawiając problemy z jakimi spotykają się nastolatki, dwudziestolatki, pokazując sposoby rozwiązywania konfliktów, przedstawiania swoich racji. Celem dyskusji z udziałem przedstawicieli różnych środowisk, rozmów z ekspertami jest również zapobieganie konfliktom rodzinnym, nauka mediacji i dialogu.

(Popołudnie w Czwórcę- publicystyka, Wieczór w Czwórcę-edukacja);

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych;

W audycjach poradniczych, edukacyjnych i sportowych poruszane są tematy związane z edukacją zdrowotną (dotyczącą zarówno zdrowia fizycznego jak i psychicznego), z właściwym odżywianiem w okresie dorastania i młodości, ze sprawami konsumenckimi. Do audycji zapraszani są eksperci, słuchacze mogą zadawać im pytania, w materiałach reportażowych ukazywane są pozytywne przykłady.

(Poranek w Czwórcę – edukacja, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka, edukacja, Wieczór w Czwórcę – edukacja, Południe weekendowe w Czwórcę – sport);

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu;

W audycjach sportowych poprzez rozmowy z trenerami, zawodnikami, sportowcami - amatorami, miłośnikami różnych dyscyplin ukazywana jest ważna rola sportu w życiu każdego człowieka od najmłodszych lat. Poprzez przedstawianie informacji ze świata sportu, prezentowanie różnorodnych dyscyplin, zawodów (zwłaszcza młodych zawodników), dostarczanie przystępnych komentarzy i analiz zachęca się słuchaczy do udziału w wydarzeniach sportowych.

(Wiadomości – informacja, Poranek w Czwórcę – sport, , Popołudnie w Czwórcę – sport, Południe weekendowe w Czwórcę – sport, Wieczór weekendowy w Czwórcę – sport);

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych;

Poprzez rozmowy na trudne tematy, reportaże, program przedstawia różne losy ludzkie, angażuje młodych słuchaczy w dyskusje o sprawach istotnych z ich perspektywy, wskazuje drogi życia i sposoby wyjścia z trudnych sytuacji. Ukazuje pozytywne przykłady, wzorce właściwych postaw, rozbudza motywacje do pozytywnej zmiany. Program współpracuje z organizacjami rządowymi i pozarządowymi zajmującymi się zwalczaniem patologii wśród młodzieży, włącza się w akcje społeczne.

(Poranek w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka, Wieczór w Czwórcę – edukacja);

16) służyć edukacji medialnej;

Program **Czwórka Polskie Radio** skierowany jest do młodych odbiorców i musi niejako wyprzedzać sposoby odbierania przez nich treści medialnych. W audycjach edukacyjnych i poradniczych, a także publicystycznych, przedstawia nowości z dziedziny nowych technologii, zwracając szczególną uwagę na bezpieczeństwo, informując o zagrożeniach, promując odpowiedzialne korzystanie z nowych technologii. Jednocześnie Czwórka powinna rozwijać i wdrażać nowe systemy komunikacyjne, by być stale w zasięgu młodych odbiorców.

Poranek w Czwórcę – edukacja, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – edukacja, publicystyka, Poranek weekendowy w Czwórcę – edukacja, Wieczór w Czwórcę - edukacja);

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

Program **Czwórka Polskie Radio** w audycjach informacyjnych i publicystycznych przedstawia rzetelnie najważniejsze informacje z kraju i ze świata, edukuje

w kwestiach sposobu funkcjonowania poszczególnych organów państwa w formie zrozumiałej dla młodego odbiorcy.

(Wiadomości – informacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka);

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

Program **Czwórka Polskie Radio** w audycjach informacyjnych i publicystycznych przedstawia rzetelnie najważniejsze informacje z kraju i ze świata, zapraszając gości w przypadku, gdy sprawy publiczne dotyczą bezpośrednio młodych słuchaczy (szkolnictwo, programy pomocy dla młodych itp.)

(Wiadomości – informacja, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – publicystyka);

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

Do udziału w audycjach **Czwórki Polskiego Radia** zapraszani są działacze ze stowarzyszeń, fundacji, organizacji pożytku publicznego, które działają na rzecz rozwoju młodzieży lub ich działalność pozostaje w kręgu zainteresowań młodych ludzi.

Poranek w Czwórcę – edukacja, Przedpołudnie w Czwórcę – kultura, Południe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie w Czwórcę – edukacja, publicystyka, Wieczór w Czwórcę – edukacja, Południe weekendowe w Czwórcę – edukacja, Popołudnie weekendowe w Czwórcę – kultura);

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program obecnie nie realizuje audycji oświatowych w porozumieniu np. z MEN.

7) Zadanie 7: Polskie Radio Chopin – program wyspecjalizowany II

A. Opis Programu.

Program Polskie Radio Chopin jest dostępny: w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), a także w Internecie oraz w podcastach; z założenia jest to program archiwalny, oparty na dawniejszych, pobieranych głównie z oferty radiowej Dwójki, jak

i własnych, na bieżąco produkowanych cyklach audycji; nie ma w nim jednak – poza wyjątkowymi sytuacjami transmisji własnych koncertów – słowa na żywo (brak także bloków informacyjnych czy audycji publicystycznych)

Założeniem Programu Polskie Radio Chopin jest: promocja polskiej muzyki poważnej ze szczególnym uwzględnieniem twórczości Fryderyka Chopina, przybliżanie artystycznych sylwetek wybitnych polskich kompozytorów z różnych epok oraz sylwetek wykonawców i zespołów poświęcających uwagę interpretacjom muzyki polskiej (muzyka zajmuje zasadniczo 92 procent czasu antenowego, z tego tylko 5 procent – muzyka inna niż poważna: jazzowa lub filmowa, związana z historią polskiego kina.

Jest to program wyspecjalizowanym o charakterze muzyczno-kulturalnym.

Kategorie audycji PR Chopin (Załącznik 7A) są zgodne z przyznaną koncesją, a udział poszczególnych kategorii w programie wyniesie nie mniej niż 92% miesięcznego i tygodniowego czasu nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

W ramach specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 – oprócz muzyki poważnej (75%) i innych rodzajów muzyki (5%) – nadawane będą audycje edukacyjne (2%) i audycje kulturalne (10%).

Audycje powtórkowe zajmą 80% w tygodniowym czasie nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

Główną grupę słuchaczy, do której kieruje się program stanowią odbiorcy dorośli, niezależnie od wieku

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program Polskie Radio Chopin obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

realizowane jest poprzez audycje poświęcone muzyce poważnej oraz kulturalne i edukacyjne;

specjalne audycje, które Program Polskie Radio Chopin zrealizuje – to:

- co najmniej 7% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie będzie wykonywanych w języku polskim i będą pojawić się w 100% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- emisja przynajmniej 4665 godzin rocznie muzyki reprezentującej muzykę poważną, skierowaną do konkretnych grup słuchaczy;
- transmisje i retransmisje około 12 wydarzeń krajowych rocznie – koncertów organizowanych w Polskim Radiu i poza nim.

- ukazywanie muzyki polskiej w szerokim kontekście europejskim, w szczególności określanie znaczenia polskich twórców dla najważniejszych nurtów stylistycznych w europejskiej i światowej muzyce poważnej (audycje kulturalne – ok. 625 godzin rocznie)
 - usystematyzowane przybliżanie sylwetek artystycznych najważniejszych kompozytorów europejskich, których twórczość spotkała się z pozytywnym rezonansem wśród rodzimych artystów (audycje edukacyjne – ok. 125 godz. rocznie)
- 2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;***
- nie dotyczy
- 3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;***
- nie dotyczy
- 4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;***
- nie dotyczy
- 5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;***
- specjalne audycje, które Program Polskie Radio Chopin zrealizuje – to:
- audycje poświęcone wybitnym instrumentalistom, dyrygentom i wokalistom, z upodobaniem wykonującym muzykę polską z różnych epok historycznych;
 - audycje poświęcone wybitnym odtwórcom muzyki Fryderyka Chopina;
 - audycje poświęcone historii Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F. Chopina w Warszawie;
 - audycje poświęcone XVIII Międzynarodowemu Konkursowi Pianistycznemu im. F. Chopina w Warszawie (2020 r.);
 - audycje poświęcone II Międzynarodowemu Konkursowi Chopinowskiemu na Instrumentach Historycznych (2023 r.);
- 6) *sprzysianie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;***
- nie dotyczy
- 7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki***
- nie dotyczy

8) tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.

- nie dotyczy

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie Polskie Radio Chopin poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1) oraz inne działania programowe, które powinny:

9) kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą

- nie dotyczy

11) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;

- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

- nie dotyczy

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

- nie dotyczy

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

- nie dotyczy

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

- nie dotyczy

16) służyć edukacji medialnej

- nie dotyczy

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- nie dotyczy

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

- nie dotyczy

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

– nie dotyczy

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program nie tworzy i rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

8) Zadanie 8: Polskie Radio Dzieciom – program wyspecjalizowany III

A. Opis Programu.

Program Polskie Radio Dzieciom jest dostępny w systemie transmisji cyfrowej (DAB+), w Internecie www.polskieradiodzieciom.pl oraz poprzez aplikację mobilną na telefony.

Założeniem Programu jest zachęcanie rodzin do wspólnego spędzania czasu i zapewnianie wspaniałej zabawy dzieciom poprzez edukację. W sposób łatwy i dostosowany do percepcji dziecka przekazywanych jest wiele informacji ze świata kultury, sztuki, przyrody. Porusza tematykę historyczną i popularnonaukową. Wspomaga proces wychowawczy oraz wspiera rodziców i opiekunów w wychowaniu dzieci.

Stacja emituje program 7 dni w tygodniu przez 24 godziny. Od 7.00 prezentowane jest pasmo dla dzieci, a od 21.00 dla dorosłych, w którym znajdują się między innymi audycje poradnikowe z udziałem uznanych ekspertów.

Jest to program wyspecjalizowany dla dzieci i rodziców.

Kategorie audycji PR Dzieciom (Załącznik 8A) są zgodne z przyznaną koncesją, a udział poszczególnych kategorii realizujących specjalizację w programie wyniesie nie mniej niż 70% miesięcznego i tygodniowego czasu nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

W ramach specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 – oprócz audycje rozrywkowych z muzyką rozrywkową (33%) – nadawane będą audycje informacyjne (2%), audycje publicystyczne (3%), audycje kulturalne (8%), audycje edukacyjne (24%).

Program PR Dzieciom nadawany będzie codziennie przez 24 godziny na dobę.

Warstwa słowna poświęcona specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 wyniesie 40%.

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program to dzieci w wieku przedszkolnym, uczniowie szkół podstawowych oraz aktywni zawodowo rodzice w wieku 20-45 lat.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Polskie Radio Dzieciom obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

realizowane jest poprzez audycje kulturalne, muzyczne, uzupełnione audycjami poświęconymi filmowi, rozrywce i innym dziedzinom życia kulturalnego;

specjalne audycje, które Polskie Radio Dzieciom zrealizuje – to:

- co najmniej 33% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie będzie wykonywanych w języku polskim i będą pojawiać się w 85% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);
- emisja przynajmniej 150 godzin rocznie muzyki reprezentującej muzykę poważną, dostosowaną do percepcji dziecka;
- audycje literackie i formy udratyzowane, których będzie przynajmniej 185 godzin rocznie;
- udział w najważniejszych krajowych wydarzeniach kulturalnych dla dzieci (festiwale, koncerty, targi książki);
- realizowane jest w audycjach: *Po południu w PRD, Po południu w PRD – weekend.*

2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;*

realizowane jest poprzez audycje naukowe i oświatowe, uzupełnione audycjami poświęconymi edukacji i poradnictwu;

specjalne audycje, które Program zrealizuje – to:

- audycje dla dzieci, w których propagować będziemy aktywność fizyczną, zasady fair play i pracę w zespole;
- relacje z wydarzeń sportowych z udziałem dzieci;
- audycje naukowe i poradnicze przedstawiające dzieciom różne zagadnienia z zakresu chemii, fizyki, ekonomii, podpowiadające jak rozwiązywać różne problemy;
- realizowane jest w audycjach: *Po południu w PRD, Przed południem w PRD – weekend.*

3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;*

specjalne audycje, które Polskie Radio Dzieciom zrealizuje – to (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1):

- audycje językowe nadawane cyklicznie, z których dzieci nauczą się poprawnego języka polskiego, będą trenować wymawianie trudnych głosek i ich połączeń, łamańców językowych. Program będzie tłumaczył frazeologię i gramatykę, a także zasady etykiety językowej;
- realizowane jest w audycjach: *Po południu w PRD*, *Wieczór w PRD*, *Po południu w PRD – weekend*.

4) umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;

Program Polskie Radio Dzieciom zrealizuje to poprzez:

- audycje poradnicze i publicystyczne dla rodziców nadawane regularnie, z udziałem gości i słuchaczy, podczas których będą prezentowane różne poglądy i stanowiska na tematy związane z rodzicielstwem;
- realizowane jest w audycjach: *Wieczór w PRD*, *Wieczór w PRD - weekend*.

5) służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;

specjalne audycje, które Program zrealizuje – to:

- audycje dla dzieci o ciekawostkach ze świata, o zjawiskach natury, tajemnicach nauki, dalekich krainach i polskich regionach;
- audycje muzyczne, w tym rytmika, nauka piosenek;
- informacje kulturalne, recenzje książek, filmów, spektakli, nadawane cyklicznie, stanowiące rocznie przynajmniej 125 godzin;
- realizowane jest w audycjach: *Poranek w PRD*, *Przed południem w PRD*, *Po południu w PRD*, *Po południu w PRD – weekend*.

6) sprzyjanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;

Program Polskie Radio Dzieciom zrealizuje to poprzez (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1):

- reportaże i audycje publicystyczne dla dzieci, opowiadające o niepełnosprawności, uczące empatii i tolerancji;
- audycje poradnicze dla rodziców o sposobach integracji społecznej i przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu;
- realizowane jest w audycjach: *Po południu w PRD*, *Wieczór w PRD*.

7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki*

Polskie Radio Dzieciom zrealizuje to poprzez:

- audycje religijne nadawane cyklicznie, poruszające tematy aktualne (święta, rocznice, rok liturgiczny), uczące dzieci wartości chrześcijańskich i etyki;
- realizowane jest w audycji *Poranek w PRD – weekend*.

8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*

Jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie Polskie Radio Dzieciom poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku B-1) oraz inne działania programowe, które powinny:

9) *kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji* poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) *rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą*

- nie dotyczy

11) *sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej*

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

Audycje dla rodziców o tematyce związanej z psychicznym i fizycznym rozwojem dzieci, poświęcone problemom wychowawczym, zagrożeniom w procesie wychowawczym, a także stymulowaniu zainteresowań dzieci.

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

Program dla dzieci poświęcony zdrowemu odżywianiu, piramidzie zdrowego żywienia i kształtowaniu postaw prozdrowotnych. A także program dla rodziców, w którym poruszana jest tematyka zdrowia, leczenia chorób.

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

Program zachęcający dzieci do uprawiania różnego typu sportów, przedstawiający pomysły na spędzanie wolnego czasu w aktywny i pożyteczny sposób.

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

Audycje dla dzieci o zasadach bezpieczeństwa. Audycje dla dorosłych o zwalczaniu uzależnień u dzieci oraz związanych z patologią rodziny (m.in. sieroctwo społeczne, rozwody).

16) służyć edukacji medialnej

Program dla dzieci i rodziców o bezpiecznym korzystaniu z różnego typu mediów, jak kreatywnie korzystać z informacji medialnych, o prawie i języku mediów.

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

Nadawanie programów przystosowanych dla dzieci, wyjaśniających funkcje, działanie i struktury państwa przy okazji różnego typu świąt państwowych.

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

Okazjonalne audycje dla dorosłych z udziałem gości, w przypadku gdy kluczowe sprawy publiczne dotyczą rodzicielstwa, wychowania i dzieci.

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

Audycje z udziałem gości ze stowarzyszeń, fundacji, organizacji pożytku publicznego, które działają na rzecz rozwoju dzieci i rodziny.

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Regularne audycje dla dzieci mające walor edukacyjny, kulturalny, poradniczy, rozrywkowy. Podcasty i artykuły do wykorzystania przez szkoły i inne placówki oświatowo-wychowawcze publikowane na stronie Polskiego Radia Dzieciom. Program nie realizuje audycji oświatowych przeznaczonych tylko dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

9) Zadanie 9: Polskie Radio Kierowców - program wyspecjalizowany IV (projektowany)

Planowane uruchomienie: 1 września 2020

A. Opis Programu.

Program ma być dostępny: w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+).

Założeniem Programu jest: przekazywanie istotnych dla kierowców informacji: drogowych, pogodowych, ogólnych (w różnych wersjach językowych), publicystyka

i edukację motoryzacyjną oraz elementy sportu i innych tematów opartych na emocjach, które pobudzając kierujących zwiększają bezpieczeństwo podróżowania. Powstanie kanału ma związek z przepisami *Europejskiego Kodeksu Łączności Elektronicznej* (EECC), który nakłada obowiązek montowania w nowych samochodach radioodbiorników umożliwiających odbiór naziemnego sygnału cyfrowej radiofonii. Państwa członkowskie są zobowiązane do transpozycji kodeksu do ustawodawstwa do grudnia 2020 r. Kanał ma odpowiadać na wyzwania związane z bezpieczeństwem ruchu drogowego. Projekt wynika z długofalowych działań Polskiego Radia S.A. mających na celu pokrycie naziemnym sygnałem cyfrowym autostrad i dróg krajowych o największym natężeniu ruchu.

Jest to program wyspecjalizowany o charakterze informacyjno-muzycznym skierowany do kierowców.

Udział poszczególnych kategorii audycji realizujących specjalizację programu (Załącznik 9A) w programie wyniesie nie mniej niż 70% miesięcznego i tygodniowego czasu nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

W ramach specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 – oprócz muzyki rozrywkowej w audycjach rozrywkowych (35%) – nadawane będą audycje informacyjne (18%), audycje publicystyczne (9%), audycje edukacyjne (4%) i audycje sportowe (4%).

Warstwa słowna poświęcona specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 wyniesie 37%.

Główną grupę słuchaczy, do której kieruje się program stanowią odbiorcy dorośli kierowcy pojazdów mechanicznych, niezależnie od wieku. W tym także kierowcy pojazdów transportowych z innych państw, przejeżdżający tranzytem przez polskie drogi.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na Program obowiązek realizacji zadań ustawowych. Jest to przede wszystkim:

1) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;

realizowane będzie poprzez audycje muzyczne

- co najmniej 33% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie wykonywanych w języku polskim w liczbie 60% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);

2) popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;

- co najmniej 255 godzin, tj. 4% programu nadawanego rocznie będzie poświęcone sportowi

3) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

- nie dotyczy
- 4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;*
 - nie dotyczy
- 5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;*
 - nie dotyczy
- 6) *sprzysyianie integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu;*
 - nie dotyczy
- 7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki*
 - nie dotyczy
- 8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.*
 - nie dotyczy

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku) oraz inne działania programowe, które powinny::

- 9) *kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji* poprzez:
- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
 - redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
 - stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;

- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą

- nie dotyczy

11) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.
- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

- nie dotyczy

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

- krótkie audycje edukacyjne w formie rozmów i felietonów, poświęcone bezpieczeństwu podróżowania oraz zasadom dbania o zdrowie kierujących i podróżnych;

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

- relacje z wydarzeń istotnych dla podróżujących, którzy nie mogą odbierać informacji o ich przebiegu w inny sposób.
- przedstawienie materiałów archiwalnych w formie kalendarium i innych form prezentacji

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

- krótkie audycje edukacyjne w formie rozmów i felietonów oraz kampanie społeczne poświęcone skutkom kierowania pojazdami mechanicznymi pod wpływem alkoholu i innych substancji psychoaktywnych

16) służyć edukacji medialnej

- informacje dotyczące możliwości planowania podróży w oparciu o dostępne media ułatwiające pozyskiwanie informacji niezbędnych dla kierujących, zwłaszcza dostarczanych przez Polskie Radio S.A.

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- nie dotyczy

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

- nie dotyczy

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

- nie dotyczy

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

- nie dotyczy

10) Zadanie 10: Polskie Radio Literatura - Program wyspecjalizowany V (projektowany)**Planowane uruchomienie 1 stycznia 2023 r.****A. Opis Programu.**

Program będzie dostępny: w systemie transmisji cyfrowej naziemnej (DAB+), oraz w Internecie na żywo oraz w podcastach.

Jest to program wyspecjalizowany o charakterze muzyczno – literackim, krzewiący kulturę audialną a szczególnie radiowe formy literackie i udramatyzowane.

Udział poszczególnych kategorii audycji realizujących specjalizację programu (Załącznik 10A) w programie wyniesie nie mniej niż 80% miesięcznego i tygodniowego czasu nadawania programu w godz. 06.00-23.00.

W ramach specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 – oprócz audycji powtórkowych zawierających literaturę czytaną oraz spektakle i słuchowiska Teatru Polskiego Radia 85% – nadawane będą audycje premierowe 15 % w tym realizowane w ramach produkcji wspólnej z innymi programami Polskiego Radia.

Warstwa słowna poświęcona specjalizacji w tygodniowym czasie nadawania w godz. 06.00-23.00 wyniesie 60% Na antenie dominować będzie kultura 41%, rozrywka 17% i edukacja 10 %. W programie znajdzie się piosenka aktorska oraz utwory muzyczne związane z produkcjami filmowymi opartymi na dziełach literackich.

Założeniem Programu jest: prezentowanie literatury, publicystyki i informacji kulturalnej w celu zainteresowania słuchaczy artystyczną ofertą, poprzez dobór wartościowych książek do słuchania i słuchowisk, audycji dokumentalnych i reportaży radiowych, wywiadów i dyskusji o charakterze kulturotwórczym. Udział poszczególnych kategorii audycji realizujących specjalizację programu (Załącznik 10A).

Główną grupą słuchaczy, do której kieruje się program, stanowią ludzie w wieku powyżej 15 lat, zainteresowani ofertą literacką.

B. Zadania radiofonii publicznej.

Misja nakłada na program obowiązek realizacji zadań misyjnych. Jest to przede wszystkim:

1) *popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej;*

- realizowane jest poprzez prezentacje form udramatyzowanych i literackich, audycje zawierające formy kulturalne (w tym muzyczne), uzupełnione audycjami poświęconymi literaturze i jej wpływowi na inne dziedziny życia kulturalnego - na teatr, film, muzykę
- co najmniej 40% utworów słowo-muzycznych nadawanych rocznie w Programie będzie wykonywanych w języku polskim i będą pojawiać się w 85% w ramówce dziennej (czyli pomiędzy godziną 5.00 a 24.00);

- słuchowiska radiowe, spektakle teatralne i powieści radiowe z Archiwum Polskiego Radia
 - reportaże i audycje dokumentalne o wysokiej jakości artystycznej
 - audycje publicystyczne i literackie poświęcone wybitnym pisarzom i ich dziełom
- 2) *popieranie działalności oświatowej i działalności w zakresie sportu;***
- realizowane jest poprzez audycje naukowe i oświatowe, uzupełnione audycjami poświęconymi edukacji i poradnictwu
- 3) *upowszechnianie wiedzy o języku polskim;***
- realizowane poprzez prezentację utworów w interpretacjach najwybitniejszych polskich aktorów, mistrzów słowa
- 4) *umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej;***
- nie dotyczy
- 5) *służenie rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego;***
- realizowane poprzez prezentację utworów literackich w interpretacjach audialnych oraz audycje publicystyczne prezentujące dokonania autorów
- 6) *sprzysiężanie integracji społecznej, w tym przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu;***
- realizowane przez prezentację reportaży, audycji dokumentalnych i audycji publicystycznych związanych z kulturą słowa, jako jednego z głównych elementów wspólnoty,
- 7) *respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki;***
- audycje specjalne związane z obchodami świąt;
- 8) *tworzenie i rozpowszechnianie programów oraz tworzenie i dostarczanie usług służących przedstawianiu Rzeczypospolitej Polski, jej języka, historii lub kultury za granicą, w tym na użytek środowisk polonijnych.***
- jest to zadanie Polskiego Radia dla Zagranicy.*

C. Sposoby realizacji misji publicznej.

Misja publiczna będzie realizowana w Programie poprzez nadawanie audycji (w minimalnym rocznym wymiarze określonym w Załączniku) oraz inne działania programowe, które powinny:

9) kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji poprzez:

- tworzenie treści zgodnie z najlepszymi praktykami dziennikarskimi, których celem jest dobro publiczne;
- redakcję programu zgodnie z przyjętymi przez Polskie Radio zasadami etycznymi i wypracowanymi standardami postępowania;
- stałą dbałość o rozwój pracowników zaangażowanych w tworzenie przekazów medialnych w formie wsparcia szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji;
- promowanie wśród pracowników i współpracowników postaw prospołecznych oraz działań mających na celu wspieranie inicjatyw wspólnotowych;
- utrzymywanie kontaktu z odbiorcami oraz reagowanie na płynące z ich strony sygnały, a zwłaszcza skargi i pytania;
- organizacją i współorganizacją wydarzeń, które promują kulturę audialną, dobro publiczne i polską twórczość;
- patronowanie przedsięwzięciom, których celem jest budowanie wspólnoty.

10) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą

- nie dotyczy

11) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej poprzez:

- prawo dziennikarzy, publicystów, twórców oraz wszystkich gości zapraszanych do audycji do korzystania w pełni z wolności wypowiedzi, a jedyne ograniczenia wynikają wyłącznie z przepisów prawa;
- naczelną zasadę, że debata publiczna dotycząca różnych elementów życia politycznego, społecznego, kulturalnego, gospodarczego etc. prowadzona jest w sposób, który nikogo nie wyklucza z udziału w niej, przy czym poszanowanie osoby nie oznacza bezrefleksyjnej zgody na każdy z głoszonych poglądów czy braku reakcji na informacje nieprawdziwe;
- redakcyjną formułę, że sposób prowadzenia debaty publicznej, jej wymiar, zakres i tematyka są związane z charakterem programu, co przedmiotem oceny kolegów redakcyjnych różnych szczebli, od kolegów redakcji wewnętrznych, przez kolegia programu aż po kolegia redakcyjne nadawcy.
- działania Polskiego Radia S.A. zapewniające dziennikarzom i publicystom korzystanie w tworzeniu przekazów z prawa do jawności życia publicznego oraz

prawa do kontroli i krytyki społecznej w ramach wyznaczonych przepisami prawa oraz zasadami sztuki i etyki zawodowej.

- czytelny rozdział treści - w przekazach informacyjnych znajdują się relacje z wydarzeń a ich ocena i komentarze znajdują się w przekazach publicystycznych.

12) służyć umacnianiu rodziny

- przedstawianie właściwych postaw etycznych i wartości wzmacniających więzi rodzinne przez prezentacje utworów literackich, zachęcanie do wspólnego czytania książek, słuchania spektakli radiowych

13) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych

- nie dotyczy

14) służyć propagowaniu i upowszechnianiu sportu

- nie dotyczy

15) służyć zwalczaniu patologii społecznych

- w zakresie, w jakim tematyka podejmowana jest w utworach literackich

16) służyć edukacji medialnej

- poprzez promowanie kultury audialnej w ramach promocji krzyżowej różnych anten i promowanie sposobów dotarcia do oferty kulturalnej, dostępnej na różnych kanałach dystrybucji Polskiego Radia

oraz audycje

17) przeznaczone na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w tym: Prezydent, Premier, Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu;

- nie dotyczy

18) umożliwiające partiom politycznym, organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców możliwość przedstawiania stanowisk w węzłowych sprawach publicznych – w tym: partie polityczne, związki zawodowe, związki pracodawców;

- nie dotyczy

19) stwarzające organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności nieodpłatnej;

– nie dotyczy

a także

20) audycje oświatowe (m.in. dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych);

Program nie tworzy i nie rozpowszechnia audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

2. Pozostałe zadania misyjne

Karta powinności Polskiego Radia S.A. 2020-2024 – określona dla okresu pięciu lat kalendarzowych – precyzuje w szczególności w **programowym zakresie misyjnym**, tj. zasady i zakres misyjnej działalności emisyjnej, antenowej lub w części pozaantenowej.

A. Działalność emisyjna

A. Zadanie 11: Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim (utrzymanie)

Działania misyjne

A. Emisja Programu 1 na falach długich

W Radiowym centrum Nadawczym, w chwili obecnej działa jedyny na terenie Polski nadajnik długofalowy. Stąd nadawany jest Program 1 Polskiego Radia na częstotliwości 225 kHz. Zasięgiem objęty jest cały kraj, a przy dobrych warunkach propagacyjnych Program 1 odbierany jest daleko poza granicami Polski. Stacja stanowi uzupełnienie krajowej sieci nadającej Program 1 w zakresie UKF. Z tego sposobu odbioru Programu 1 Polskiego Radia S.A. korzystają też polscy kierowcy ciężarówek w ruchu międzynarodowym i Polacy przebywający za granicą. Ponadto, ze względu na wspomniany duży zasięg, Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim zostało zaliczone do kategorii I obiektów szczególnie ważnych dla bezpieczeństwa i obronności państwa i realizuje zadania z tym związane.

B. Emisja programów w systemie DAB+

Należy wspomnieć, że Radiowe Centrum nadawcze emituje też programy Polskiego Radia S.A. w systemie DAB+ na obszar województwa kujawsko-pomorskiego.

C. Rezerwowa emisja satelitarna

W ośrodku znajduje się także rezerwowa satelitarna stacja nadawcza. Jest ona elementem satelitarnej sieci dystrybucyjnej programów Polskiego Radia S.A. Jej zadaniem jest zastępcze przesyłanie sygnałów programów radiowych do satelity telekomunikacyjnego, w celu ich dystrybucji do nadajników UKF w całej Polsce. Emisja zastępcza jest uruchamiana np. w przypadku złych warunków pogodowych występujących w rejonie

głównej satelitarnej stacji nadawczej, zlokalizowanej w Warszawie, które zakłóciłyby poprawną transmisję.

Działania pozamisyjne

Poza wyżej wymienionymi głównymi celami działalności, RCN świadczy usługi na rzecz podmiotów zewnętrznych, uzyskując dodatkowe przychody. W szczególności są to: transmisja sygnałów Radiowego Sterowania Mocą (RSM) – wykorzystująca nadajnik długofalowy do przesyłania dodatkowych, zakodowanych cyfrowo informacji, wykorzystywanych do sterowania urządzeniami energetycznymi, transmisja sygnałów optycznych z wykorzystaniem linii światłowodowej, i inne, mniej znaczące usługi. Świadczenie tych wszystkich usług oraz wysokość generowanych przez nie przychodów jest uzależniona od aktualnego zapotrzebowania i trudna do przewidzenia na kolejne lata.

B. Teatr Polskiego Radia

B. Zadanie 12. Teatr Polskiego Radia: Festiwal „Dwa Teatry” – Splendor debiuty

Festiwal Dwa Teatry organizowany w Sopocie od roku 2001 stał się najważniejszym miejscem, gdzie dokonuje się ocena artystycznego dorobku twórców radia i telewizji mijającego sezonu artystycznego. Trwa tutaj także debata nad kształtem przekazu treści artystycznych w mediach elektronicznych. Jest to przegląd otwarty dla wszystkich chętnych słuchaczy i widzów.

Festiwal jest wyjątkowym wydarzeniem kulturalnym także na tle działalności europejskich organizacji radia i telewizji publicznych. Tylko Polskie Radio i Telewizja Polska dokonują dorocznego, tak dogłębnego przeglądu najciekawszych dzieł powstałych zarówno dla anten ogólnokrajowych jak i lokalnych. Od trzech lat specjalna nagroda ufundowana przez KRRiT honoruje najlepsze słuchowisko powstałe w lokalnej rozgłośni Polskiego Radia.

Festiwal Dwa Teatry organizowany jest nie tylko jako konkurs słuchowisk, choć przegląd poddawany ocenie jury złożonego z wybitnych artystów i znawców jest oczywiście najważniejszy. Równie istotny jest pozakonkursowy nurt prezentacji słuchowisk archiwalnych związanych najczęściej z różnymi, a istotnymi dla życia społecznego, rocznicami i postaciami.

Dużym zainteresowaniem publiczności cieszą się także specjalnie przygotowywane koncerty, recitale i „słuchowiska na żywo”, a także spotkania z wybitnymi aktorami współpracującymi z Teatrem Polskiego Radia. Trzeba dodać, że wydarzenia tego nurtu odbywają się także w Gdańsku i Gdyni.

W ramach Festiwalu przedstawiane są najciekawsze reportaże ze Studia Reportażu i Dokumentu, oraz prezentacje publikacji książkowych dokumentujących pracę TPR.

Nie do przecenienia jest także środowiskowe znaczenie Festiwalu. W czasie kilku dni w Sopocie pojawia się czołówka twórców teatru radia i telewizji. Rozmawiają nie tylko o

sprawach artystycznych czy organizacyjnych, spotykają się z setkami słuchaczy i widzów, bowiem w czasie Festiwalu do Sopotu przybywa bardzo wielu miłośników teatru radiowego i telewizyjnego. Ten aspekt Festiwalu Dwa Teatry również warty jest podkreślenia.

Wszystkie te przedsięwzięcia wypełniają powinności zawierające się w pojęciu misji mediów publicznych. Służą propagacji wybitnych wydarzeń kulturalnych sprzyjających budowie wspólnoty narodowej, stymulują rozwój różnorodnych form kreacji artystycznych, a także sprzyjają tworzeniu pozytywnego obrazu Polskiego Radia jako twórcy wartościowej, a nie komercyjnej, kultury.

Wydarzenia Festiwalu (trwającego 3 – 4 dni) są obficie relacjonowane na wszystkich antenach Polskiego Radia. Programy I, II i III otwierają specjalne studia festiwalowe, także IAR przeznacza w swych serwisach wiele miejsca dla prezentacji wydarzeń w Sopocie. Relacje pojawiają się zarówno w informacyjnych pasmach porannych, jak i w publicystycznych pasmach południowych i wieczornych.

Komórką organizującą i koordynującą wydarzenia Festiwalu Dwa Teatry jest Teatr Polskiego Radia, który przyznaje **Nagrody Teatru Polskiego Radia**. Przyznawane są dwa rodzaje nagród. Tradycyjnie w pierwszy poniedziałek grudnia Teatr Polskiego Radia wręcza swoje najważniejsze wyróżnienia. Wielki Splendor to nagroda zespołu artystycznego Teatru Polskiego Radia przyznawana od 1988 roku. Wyróżnienia przyznawane są aktorowi i aktorce za wybitne kreacje w słuchowiskach oraz twórczy wkład na rzecz rozwoju i umacniania rangi radia artystycznego w Polsce. Przyznaje ją zespół artystyczny Teatru Polskiego Radia. Wśród dotychczasowych laureatów znajdują się m.in.: Zbigniew Zapasiewicz, Gustaw Holoubek, Krzysztof Kowalewski, Irena Kwiatkowska, Franciszek Pieczka, Stanisława Celińska, Danuta Stenka, Marian Opania, Krzysztof Kolberger, Henryk Talar oraz Magdalena Zawadzka, Jerzy Trela.

Od 2006 r. przyznawana jest również nagroda specjalna – Splendor Splendorów im. Krzysztofa Zaleskiego dla wybitnych postaci kultury. Laureatami tego prestiżowego wyróżnienia zostali m.in.: Wiesław Michnikowski, Mirosława Dubrawska, Ignacy Gogolewski, Stanisław Brudny, Ludmiła Łączyńska, Kazimierz Kaczor, Olgierd Łukaszewicz, Irena Jun, Jan Englert.

Ponadto okazjonalnie przyznawany jest Honorowy Wielki Splendor za całokształt dorobku twórczego w dziedzinie reżyserii, pisarstwa radiowego lub kompozycji muzycznej. To wyróżnienie otrzymali m.in.: Zbigniew Kopalko, Juliusz Owidzki, Andrzej Mularczyk, Andrzej Zakrzewski, Henryk Bardijewski, Wieńczysław Gliński, Edward Pałasz, Jerzy Górzański, Kazimierz Orłoś, Adam Marszałek, Marian Szałkowski, Maria Chłudzińska, Jacek Snopkiewicz, Piotr Moss, Instytut Teatralny im. Raszewskiego, Andrzej Seweryn.

Od 2010 roku przyznawany jest Tele-Splendor im. Włodzimierza Ławniczaka, nagroda ustanowiona dla wyróżnienia twórców swobodnie poruszających się w świecie słuchowisk i w świecie spektakli telewizyjnych. Jej pierwszym laureatem został Andrzej Bart, nagrodę otrzymali również, m.in. Janusz Zaorski, Janusz Głowacki, Ewa Dałkowska.

Zespół Teatru Polskiego Radia od 2010 roku przyznaje nagrody za udane debiuty artystyczne w słuchowiskach. Z początku były to nagrody dla debiutującego aktora (nagroda Arete) i reżysera – debiutanta radiowego (nagroda Don Kichot). Pierwszym nagrodzonym reżyserem

był znakomity dramatopisarz Janusz Głowacki. Od roku 2013 przyznawane są osobne nagrody dla debiutujących aktorów i aktorek (wśród laureatów znalazły się, m.in. Joanna Kulig i Marta Żmuda-Trzebiatowska).

Od roku 2015 nagrody zostały wzbogacone o nowe kategorie: nagroda za debiut dramaturgiczny (Talanton), nagroda dla debiutującego kompozytora (Amadeusz), nagroda dla muzyka debiutującego w TPR (Aojde).

W latach 2010-2017 ceremonia wręczenia nagród za debiut otwierała we wrześniu nowy sezon artystyczny pracy TPR. Od roku 2018 Splendory i nagrody ze debiut wręczane są na początku grudnia w czasie dużego koncertu przygotowanego w postaci transmisji radiowej.

Przyznawanie nagród artystycznych przez zespół TPR jest konsekwencją realizacji jednego z najważniejszych składników kulturotwórczej misji radia publicznego: stymulacji rozwoju kultury narodowej. Szczególne miejsce zajmują tu nagrody Splendor: cenione w środowisku teatralnym, w czasie trzydziestu lat stały się jednymi z najważniejszych wyróżnień aktorskich i reżyserskich. Także nagrody ze debiuty artystyczne, które otrzymują przede wszystkim młodzi artyści, stają się powoli istotnym składnikiem życia kulturalnego kraju. Sprzyjają także umacnianiu marki Polskiego Radia jako sponsora i mecenasa kultury.

Oba te wydarzenia znajdują przed wszystkim odbicie w serwisach informacyjnych Polskiego Radia, a także w audycjach publicystycznych. Od ubiegłego roku, gdy uroczystość wręczenia obu nagród została przeprowadzona w postaci dynamicznego (transmitowanego w Programie I) koncertu, pojawiła się szansa na jeszcze szersze dotarcie do słuchaczy nie tylko z informacją, także z ciekawym przekazem teatralno-muzycznym.

C. Studio Reportażu i Dokumentu

C. Zadanie 13. Studio Reportażu i Dokumentu:

Zadanie 13 a. Konkurs im. J. Stwory - Ogólnopolskie Seminarium Reportażystów

Konkurs Stypendialny im. Jacka Stwory połączony z Ogólnopolskim Seminarium Reportażystów

Konkurs kierowany jest do adeptów sztuki reportażu, którzy nie ukończyli 35 roku życia. Tradycyjnie odbywa się jesienią każdego roku. Z nadesłanych prac jury wybiera sześciu laureatów, których prace są przedmiotem dyskusji warsztatowych podczas Seminarium Reportażu. Po przesłuchaniu wszystkich sześciu prac, uczestnicy seminarium w tajnym głosowaniu wybierają ich zdaniem najlepszy reportaż. Zwycięzca Konkursu wyłoniony zostaje ostatecznie głosami jury oraz uczestników seminarium. Zwycięzca otrzymuje finansowe stypendium oraz fundusze na realizację reportażu marzeń pod kierunkiem Komisji Artystycznej, powołanej przez Zarząd PR. Na realizację pracy stypendialnej zwycięzca ma dziewięć miesięcy. Jest to więc czas ważnej dla jego rozwoju szkoły mistrzowskiej.

Informacje o Konkursie i seminarium są na wszystkich antenach PR oraz w Internecie, rozmowy z laureatami również a najciekawsze prace emitowane są na antenach PR i rozgłoszeniach regionalnych.

Na seminarium prezentowane są także najlepsze prace nadesłane na Konkurs o Grand Prix KRRiT. Stwarza to okazję do +prezentacji warsztatu mistrzów. W programie są też warsztaty tematyczne, odpowiadające na potrzeby uczestników, uzupełniające ich wiedzę o gatunku, etapów powstawania reportażu itp.

Zadanie 13 b. Ogólnopolski Konkurs Reportażystów i GALA MELCHIORY

Konkurs wieńczy Gala Reportażystów Polskich MELCHIORY

„Melchior” to najważniejszy krajowy konkurs kierowany do reportażystów radiowych i telewizyjnych, w pierwszych latach także do prasowych. Oczywiście odwołanie w nazwie konkursu do Melchiora Wańkowicza jest przywołaniem najlepszej tradycji polskiego reportażu oraz warsztatu i stylu pracy, do którego sięgają dziennikarze, uprawiający ten gatunek we wszystkich mediach.

Ideą Ogólnopolskiego Konkursu Reportażystów „Melchior” organizowanego przez Studio Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia S.A. jest promowanie najlepszych twórców tego gatunku, motywowanie do artystycznych poszukiwań oraz dalsza integracja reportażystów różnych mediów i wzajemne inspiracje.

Konkurs wieńczy Gala Reportażystów Polskich MELCHIORY, która jest swoistym świętem reportażu i reportażystów. Podczas tej uroczystości ogłaszany jest werdykt jury wręczane laureatom nagrody. To czas, kiedy reportażysty zazwyczaj ukryci za swoimi bohaterami, stają w świetle reflektorów. To nie tylko ogromna satysfakcja dla nich, ale też możliwość podsumowania ich osiągnięć, pokazania drogi rozwoju gatunku, zakresu tematów, którymi interesują się twórcy, promocji reportażu jako gatunku misyjnego, powstającego jedynie w radiofonii publicznej.

Wydarzenie to promowane jest na wszystkich antenach PR (rozmowy, relacje, retransmisja z gali), w Internecie oraz relacjach prasowych i telewizyjnych. Prace nagrodzone a także najciekawsze wśród nadesłanych na konkurs mają swoją premierę na antenach PR.

Zadanie 13 c. Spotkanie z reportażem

„Spotkania z Reportażem” w warszawskim Klubie Księgarza

Impreza cykliczna, odbywająca się raz w miesiącu od 2000 roku, której celem jest promocja reportażu radiowego i jego twórców. Spotkania mają swój ustalony schemat: krótką rozmowę z autorem poprzedza wprowadzenie muzyczne (trzy piosenki w wykonaniu popularnego piosenkarza), przesłuchanie reportażu, powrót do rozmowy z autorem oraz (jeśli mogą być obecni) bohaterami reportażu. Na zakończenie kilka piosenek w wykonaniu zaproszonego artysty oraz poczęstunek podczas, którego jest możliwość osobistych rozmów z reportażystami. Spotkania te wpisały się już na trwałe w krajobraz kulturalnych wydarzeń stolicy i cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem warszawiaków oraz gości odwiedzających stolicę, w tym także Polaków zamieszkałych poza granicami kraju. Cykl nie tylko jest okazją do udostępnienia archiwów PR, ale także przyczynia się do popularyzowania tego misyjnego gatunku, szerzenia wiedzy nie tylko o radiu, ale również problematyce poruszanej w reportażu. Przyczynia się zatem do pogłębiania ogólnej wiedzy oraz kształtowania ich gustów estetycznych.

Relacje ze Spotkań nadawane są w PR24 w cyklu: Studio Reportażu i Dokumentu przedstawia”. Informacje promujące Spotkania nadawane są w Jedynce, PR 24 oraz na stronie internetowej Studia i na Facebooku.

Zadanie 13 d. GRAND PRIX KRRiT

Ogólnopolski Konkurs o Grand Prix KRRiT

To Konkurs, którego organizatorem jest od ponad 20 lat Studio a fundatorem nagród KRRiT. Konkurs, kierowany jest do twórców reportażu i dokumentów z pewnym radiowym dorobkiem, cieszy się dużym prestiżem a także wsparciem KRRiT. Czego wyrazem jest poszerzenie puli nagród pieniężnych. KRRiT docenia rolę jaką ten konkurs odgrywa w poszerzaniu pola poszukiwań artystycznych i tematycznych reportażystów. W związku z tym, że Konkurs ten tradycyjnie połączony jest czasowo z Konkursem Stypendialnym im. Jacka Stwory i Ogólnopolskim Seminarium Reportażystów wzrasta także jego rola edukacyjna – rokrocznie dochodzi do spotkania uczniów z mistrzami reportażu i przekazywaniu młodym doświadczeń i warsztatu mistrzów. Rola edukacyjna jest tu nie do przecenienia. Konkurs ma także wpływ na poziom artystyczny i merytoryczne prezentowanych na antenach PR reportażach i dokumentach. Konkurs odbywa się raz do roku jesienią.

Informacje o Konkursie, rozmowy z laureatami oraz prezentacje nagrodzonych prac odbywają sine na wszystkich antenach Polskiego Radia.

D. Radiowe Centrum Kultury Ludowej (RCKL)

D. Zadanie 14: Radiowe Centrum Kultury Ludowej:

Zadanie 14 a. Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu

Jest to największe przeglądy wykonawców autentycznej muzyki ludowej ze wszystkich regionów Polski i wszystkich pokoleń.

Podczas OFKiŚL w Kazimierzu Dolnym nad Wisłą prezentują się wykonawcy muzyki ludowej zarówno starszego pokolenia, jak i ich uczniowie i kontynuatorzy. Polskie Radio od kilkudziesięciu lat każdego roku prowadzi nagrania podczas festiwalu w stworzonym specjalnie „terenowym studiu nagraniowym”. Pozwala nam to na dokonanie niedużym kosztem profesjonalnych nagrań wszelkich gatunków muzyki ludowej ze wszystkich regionów Polski. Warto dodać, że na tak wysokim poziomie technicznym muzykę ludową nagrywa wyłącznie Polskie Radio, potwierdzają to zbiory w radiowym Archiwum i Kolekcja Muzyki Ludowej Polskiego Radia „Muzyka Źródeł”.

Nagrania z OFKiŚL są potem emitowane w audycjach: „Kiermasz pod kogutkiem” (**Jedynka**), Magazyn „Źródła” i Sobotni Poranek Dwójki (**Dwójka**) oraz w naszej nowej audycji na antenie **Polskiego Radia Dzieciom** „Źródełko”. Całość (kilkanaście godzin muzyki i wywiadów) trafia także do **Archiwum Polskiego Radia**.

Festiwałem pozwalającym na międzypokoleniową wymianę w dziedzinie kultury tradycyjnej, wspiera te nurty we współczesnej kulturze, które nawiązują do narodowych tradycji, pokazuje żywotność polskiej tradycji i jak wielkim źródłem artystycznych inspiracji może być muzyka ludowa – jest **Festiwal Folkowy „Nowa Tradycja”**. To najważniejszy festiwal folkowy w Polsce. Jego zasadniczą częścią jest Konkurs Muzyki Folkowej, podczas którego prezentują się młodzi wykonawcy zainspirowani polską muzyką tradycyjną.

Koncerty festiwalowe transmitowane są na antenie **Programu 2 Polskiego Radia** oraz na portalu **polskieradio.pl**. *Celowym byłoby w przyszłości transmitowanie wybranych koncertów także na innych antenach Polskiego Radia.*

Nagrania i Koncerty RCKL – obok działalności antenowej – to najważniejsza część działania i mecenatu nad polską muzyką ludową oraz twórczością zainspirowaną polskim folklorem. Jest realizowana poprzez organizowanie koncertów i nagrań tej muzyki, a także inspirowanie nowych zjawisk artystycznych w tej dziedzinie (ostatnio projekt Michała Fetlera, który miał premierę podczas Koncertu Urodzinowego RCKL).

Centrum planuje m.in. współorganizowanie z antenami corocznych koncertów kolędowych (**Dwójka, Polskie Radio Dzieciom**), wielkopostnych (**Jedynka, Dwójka**) oraz organizować koncerty laureatów Konkursu Muzyki Folkowej „Nowa Tradycja”, a także umożliwić tym artystom nagranie debiutanckich płyt i organizować ich premiery. Koncerty RCKL to także możliwość zamawiania premierowych wykonania materiału muzycznego, którego brakuje na rynku płytowym i w radiowym Archiwum: pieśni religijne, repertuar dziecięcy itp.

Zadanie 14 b. Dokumentacja terenowa

Do powinności Radiowego Centrum Kultury Ludowej należy dokumentowanie żywych, współczesnych przejawów autentycznej kultury ludowej.

W 2018 roku dziennikarze RCKL przeprowadzili szeroką akcję dokumentacji terenowej żywego folkloru muzycznego Dolnego Śląska, Wielkopolski, Kieleckiego i Lubelskiego. Chcielibyśmy kontynuować to przedsięwzięcie zwłaszcza, że wciąż odchodzą od nas starzy mistrzowie muzyki tradycyjnej. Poza wymienionymi regionami, do których należy jeszcze powrócić na dokumentację czekają Kurpie- Puszcza Biała, Mazowsze Łomżyńskie, Podlasie, Rzeszowskie i Region Lasowiacki, Spisz, Orawa, Kaliskie i Sieradzkie oraz Kujawy.

Nagrania terenowe RCKL są potem emitowane w audycjach: „Kiermasz pod kogutkiem” (**Jedynka**), Magazyn „Źródła” i Sobotni Poranek Dwójki (**Dwójka**) oraz w naszej nowej audycji na antenie **Polskiego Radia Dzieciom** „Źródełko”. Całość trafia także do **Archiwum Polskiego Radia**.

E. Agencja Promocji Polskiego Radia

Zadanie 15. Agencja Promocji Polskiego Radia:

Zadanie 15 a. Piknik Naukowy Polskiego Radia i Centrum Nauki Kopernik

Opis przedsięwzięcia

Piknik Naukowy jest największą w Europie imprezą plenerową o tematyce naukowej. Celem przedsięwzięcia jest upowszechnianie wiedzy z różnych dyscyplin naukowych poprzez spektakularne eksperymenty i doświadczenia. Piknik Naukowy jest wydarzeniem unikatowym na skalę globalną. Przyciąga wielu gości nie tylko z całej Polski, ale także z zagranicy. Stanowi wzór do naśladowania, a swoje Pikniki właśnie na wzór naszego organizuje już m.in. Ukraina, Gruzja, Chorwacja, Rosja i Litwa.

Zakres misji realizowanej przez przedsięwzięcie, wynikający z powinności ustawowych

Piknik Naukowy jest wydarzeniem wpisującym się całkowicie w misję Polskiego Radia, jako nadawcy publicznego, który jest zobligowany do edukacji i otwierania na zdobycze nauki młodych Polaków.

Cele Pikniku Naukowego:

- tworzenie przestrzeni do społecznego dialogu na temat nauki i jej roli, uwrażliwienie instytucji naukowych na potrzebę dialogu ze społeczeństwem;
- kształtowanie postaw, wartości i umiejętności wspierających proces samodzielnego uczenia się;

inkluzyjna społeczna – umożliwienie dostępu do żywej nauki grupom społecznym, które w innych okolicznościach dostęp ten mają uniemożliwiony.

Sposób promocji przedsięwzięcia:

- promocja na antenach PR, w internecie (informacje oraz reklamy na stronach internetowych PR, Pikniku Naukowego, stronach wystawców i partnerów) oraz w social mediach,
- streaming z wydarzenia na stronach internetowych PR i Pikniku Naukowego,
- outdoor: reklama na billboardach, autobusach, ekranach led, plakatach rozwieszanych w instytucjach naukowych, szkołach i przedszkolach,
- działania z zakresu public relations, relacje w TV, internecie, prasie,

Powiązania z antenami:

- wszystkie anteny Polskiego Radia.

Zadanie 15 b. Promowanie polskich audycji i utworów w usługach - Agencja Promocji i Programy

Zakres misji realizowanej przez przedsiębiorstwo, wynikający z powinności ustawowych, a w szczególności wydarzenia związane z **art. 21a. ust. 2, pkt 8) ustawy o radiofonii i telewizji, tj. wynikające ze sposobów promowania audycji i utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1–3 oraz art. 15a ust. 1, w innych niż programy usług danej jednostki publicznej radiofonii i telewizji** – jest związany z upowszechnianiem i popularyzacją kultury oraz umożliwienie słuchaczom kontaktu z polskimi artystami i ich twórczością.

Agencja Promocji Polskiego Radia jest organizatorem i koordynatorem zadań, które obejmują m.in.

- **Koncerty „To, co najpiękniejsze...”.**

Jest to przedsięwzięcie programowe Polskiego Radia – cykle niepowtarzalnych koncertów muzyki klasycznej i wartościowej muzyki rozrywkowej, opatrzonych wspólnym tytułem „To, co najpiękniejsze...” i transmitowane na antenach Polskiego Radia. Wydarzenie organizowane jest raz na kwartał.

Powiązania z antenami

W zależności od repertuaru PR1, PR2, PR3, streaming na portalu polskieradio.pl.

Sposób promocji przedsięwzięcia:

- promocja na antenach PR, w internecie i w social mediach,
- działania z zakresu public relations,
- streaming w internecie,
- relacje w TV i internecie.

Przedsięwzięcie oparte na tego typu przesłankach posiada szczególny wymiar kulturotwórczy, edukacyjny i społeczny czyli misyjny. Celem tego cyklu jest także popularyzacja Orkiestry Polskiego Radia, która spełnia podczas koncertów funkcje gospodarza jednej z części.

Inne przedsięwzięcia planowane w programach wynikający z powinności ustawowych, a w szczególności wydarzenia związane z *art. 21a. ust. 2, pkt 8) ustawy o radiofonii i telewizji*, tj. **wynikające ze sposobów promowania audycji i utworów, o których mowa w art. 15 ust. 1–3 oraz art. 15a ust. 1**, w innych niż programy usługach, których organizatorem i koordynatorem zadania jest Agencja Promocji Polskiego Radia – to m.in.:

- **Festiwal Folkowy Polskiego Radia „Nowa Tradycja”**

PR1, PR2

<p>Jeden z najważniejszych polskich festiwali prezentujących muzykę folkową. Festiwal organizowany jest od 1998 przez Radiowe Centrum Kultury Ludowej. W trakcie kilku dni odbywają się koncerty polskich i zagranicznych zespołów folk i world music, a obok koncertów Gwiazd muzyki folk odbywa się też koncert Muzyka Źródeł, gdzie występują autentyczni mistrzowie instrumentów i śpiewu ludowego. Podczas Festiwalu wręczany jest Folkowy Fonogram Roku.</p>	<p>Promocja polskiej muzyki folkowej.</p>	<p>- promocja na antenach PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations, - wydarzenia towarzyszące: konferencja prasowa, malowanie muralu, - współpraca z TVP Kultura oraz z Pismem Folkowym,</p>
--	---	---

- **Lato z Radiem Festiwal**

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Koncerty w ramach Festiwalu Lata z radiem to otwarte, niebiletowane imprezy muzyczne z udziałem czołowych artystów polskiej sceny muzycznej, angażujące wszystkie anteny Polskiego Radia.</p>	<p>Promocja polskiej, ambitnej muzyki rozrywkowej.</p>	<p>- promocja na antenach i portalu PR, w internecie, w social mediach, - outdoor: reklama na billboardach, w telewizji, autobusach, ekranach led, w prasie, reklama w przestrzeni publicznej miejscowości, które organizują festiwal, - działania z zakresu public relations, - konferencja prasowa</p>
--	--	--

- **Radiowy Kurier Fryderyka**

Polskie Radio Dzieciom, Polskie Radio Chopin, PR1

Projekt edukacyjny Polskiego Radia Dzieciom i Polskiego Radia Chopin, realizowany w Teatrze Wielkim Operze Narodowej w Warszawie. Celem projektu jest promocja wśród najmłodszych słuchaczy wiedzy na temat życia i twórczości Fryderyka Chopina z czasów jego wczesnej młodości, edukacja poprzez zabawę oraz odkrywanie przed dziećmi tajemnic pracy dziennikarza radiowego.	Promocja wśród najmłodszych słuchaczy wiedzy na temat muzyki klasycznej i polskiej kultury muzycznej.	- promocja na antenach PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations, - aktywności i animacje,
--	---	--

- **Start NaGranie**

PR3

Jedyny w polskiej radiofonii konkurs z przesłuchaniami na żywo, z udziałem publiczności, w którym artyści grają wyłącznie własny repertuar, co odróżnia „Start NaGranie” od innych programów, w których możliwe jest granie coverów. Na zwycięzców czeka kontrakt płytowy w Agencji Muzycznej Polskiego Radia, a na wszystkich zakwalifikowanych możliwość publicznego występu w „Trójce”.	Promocja kultury, polskiej piosenki, polskich muzyków amatorów.	- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations
--	---	---

- **Studio Piosenki Teatru Polskiego Radia**

PR1

W koncertach organizowanych przez Studio Piosenki Teatru Polskiego Radia biorą udział młodzi, utalentowani wykonawcy, laureaci wielu przeglądów piosenki oraz krajowych festiwali, którzy w nowych aranżacjach i interpretacjach wykonują znane i lubiane przeboje polskich autorów i kompozytorów.	Promocja kultury, polskiej piosenki, młodych, zdolnych, polskich wykonawców.	- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach - działania z zakresu public relations
---	--	--

- **Koncerty w Muzycznym Studio Polskiego Radia im. Agnieszki Osieckiej**

PR3

Cykliczne koncerty zarówno młodych, obiecujących artystów, jak i uznanych gwiazd polskiej sceny muzycznej, z udziałem	Promocja polskiej kultury, polskiej muzyki, młodych	- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach,
---	---	---

publiczności, organizowane w Studiu im. Agnieszki Osieckiej.	talentów, polskich muzyków.	- działania z zakresu public relations
--	-----------------------------	--

- **Festiwal Polskiego Radia Chopin**

Polskie Radio Chopin

Przedsięwzięcie organizowany we współpracy z poznańskim Teatrem Muzycznym. W trakcie wydarzenia publiczność może wysłuchać recitali fortepianowych i pieśni oraz koncertów kameralnych.	Promocja polskiej muzyki klasycznej.	- promocja na antenie PR Chopin i PR2, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations
---	--------------------------------------	---

- **Nagrody Muzyczne Programu 3 im. Mateusza Święcickiego „Mateusze Trójki”**

PR3

Nagrody przyznawane są najciekawszym polskim wykonawcom roku za osiągnięcia w dziedzinie twórczości i wykonawstwa, w kategoriach jazzu i muzyki rozrywkowej. Wręczenie nagród odbywa się w trakcie uroczystej Gali, organizowanej tradycyjnie w Studiu im. Agnieszki Osieckiej.	Popularyzacja polskiej muzyki rozrywkowej i jazzowej.	- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations,
---	---	--

Inne zadania Agencji Promocji i Programów

Nagroda Mediów Publicznych

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Konkurs organizowany przez Polskie Radio, Telewizję Polską i Polską Agencję Prasową. Konkurs realizuje zadania wynikające z wykonywania misji publicznej w zakresie popierania twórczości literackiej i artystycznej.</p>	<p>Celem jest popularyzowanie i wspieranie polskiej twórczości w dziedzinie muzyki, słowa oraz obrazu rozumianego jako film czy teatr.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - promocja na antenach i portalu PR, w TVP, na stronach współorganizatorów, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations,
--	--	---

Festiwal Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej „Dwa Teatry”

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Festiwal teatralny odbywający się raz do roku, którego organizatorami festiwalu są: Polskie Radio S.A. i Telewizja Polska S.A. Celem festiwalu jest wyłonienie najlepszych słuchowisk radiowych i spektakli telewizyjnych, które miały swoją premierę na antenie w roku poprzedzającym daną edycję festiwalu. Festiwalowi towarzyszy wiele wydarzeń, m.in. otwarte projekcje konkursowych spektakli i słuchowisk, warsztaty, Spotkania z Gwiazdami, wystawy, koncerty, prezentacje słuchowisk dla dzieci i młodzieży, itp.</p>	<p>Promocja teatru i polskich twórców. Promocja słuchowisk radiowych – formy obecnej wyłącznie w radiofonii publicznej.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - promocja na antenach i portalu PR, w Telewizji Polskiej, w internecie i w social mediach, - promocja w prasie, na nośnikach outdoor na terenie Trójmiasta, - promocja w miejscach odbywania się wydarzeń festiwalowych, - działania z zakresu public relations,
---	---	--

Konkurs „Książka Historyczna Roku im. Oskara Haleckiego”

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Konkurs organizowany przez Polskie Radio, Telewizję Polską, Instytut Pamięci Narodowej i Narodowe Centrum Kultury. Do konkursu mogą być zgłaszane książki oraz publikacje elektroniczne (e-booki) wydane w języku polskim w następujących kategoriach: „Najlepsza książka naukowa poświęcona dziejom Polski i Polaków w XX wieku”, „Najlepsza książka popularnonaukowa poświęcona historii Polski w XX wieku”, „Najlepsze wydawnictwo źródłowe poświęcone historii Polski i Polaków w XX wieku”, „Najlepsze wspomnienia dotyczące historii Polski i Polaków w XX wieku”.</p>	<p>Celem konkursu jest popularyzacja dziejów Polski XX wieku oraz promowanie czytelnictwa polskich książek historycznych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - promocja na antenach i portalu PR, w Telewizji Polskiej, na stronach współorganizatorów, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations,
---	---	--

Gala Polskich Reportażystów

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Święto polskiego reportażu radiowego. Na wydarzenie składają się Ogólnopolski Konkurs Reportażystów „Melchior”, skierowany do... Konkurs Stypendialny im. Jacka Stwory, w którym nagradzani są oraz Grand Prix KRRiT. Są to prestiżowe nagrody Polskiego Radia przyznawane w dziedzinie reportażu i dokumentu radiowego. Radiofonia publiczna jako jedyna prezentuje i promuje gatunek literacki, jakim jest reportaż.</p>	<p>Promocja i popularyzacja polskiego reportażu radiowego i jego twórców.</p>	<p>- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations,</p>
---	---	--

Gala Teatru Polskiego Radia Splendory

Wszystkie anteny i portal Polskiego Radia

<p>Splendory są nagrodami Teatru Polskiego Radia, przyznawanymi od 1988 r. wielkim postaciom polskiego teatru. Podczas uroczystej Gali wręczany jest Wielki Splendor - nagroda Teatru Polskiego Radia (TPR) za wybitne kreacje w słuchowiskach oraz twórczy wkład na rzecz rozwoju i umacniania rangi radia artystycznego w Polsce. W ramach wydarzenia przyznawana jest również nagroda specjalna – Splendor Splendorów im. Krzysztofa Zaleskiego dla wybitnych postaci kultury. W trakcie gali wręczane są również nagrody za debiuty w TPR w radiowej Jedynce: Arete za debiuty aktorskie, Don Kichot dla najlepszego debiutującego reżysera, Talanton za debiut dramaturgiczny oraz Aojde za debiut muzyczny.</p>	<p>Promocja i popularyzacja polskiego teatru radiowego oraz jego twórców i wykonawców.</p>	<p>- promocja na antenach i portalu PR, w internecie i w social mediach, - działania z zakresu public relations,</p>
---	--	--

W latach 2020-2024 Polskie Radio zamierza również prowadzić działalność promocyjno-reklamową o charakterze komercyjnym, zarówno w aspekcie wizerunkowym, jak i produktowym. Planowane jest także przeprowadzanie multimedialnych kampanii reklamowych poszczególnych Programów i jednostek organizacyjnych Polskiego Radia.

E. Zadanie 16: Plany inwestycyjne**Koszty realizacji powinności misyjnych wg karty powinności**

Powinność ustawowa	Zadania	2020	2021	2022	2023	2024
Art. 21 ust. 1a pkt 1 - tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych, programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych;	<ul style="list-style-type: none"> - Modernizacja stanowisk produkcyjnych i emisyjnych w budynkach Polskiego Radia - Przebudowa Cyfrowej Sieci Dźwiękowej - Przebudowa stanowisk produkcyjnych i emisyjnych - wymiana konsolet emisyjno-produkcyjnych - Rozbudowa systemów produkcyjnych i emisyjnych - Zakup urządzeń - Zakup WNIp 	7 075 000	9 485 000	8 285 000	7 833 000	9 422 000
Art. 21 ust. 1a pkt 2 - tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych określonych w ustawie lub karcie powinności;	<ul style="list-style-type: none"> - Rewitalizacja studiów Nagraniowych - Modernizacje w budynku O-2 - Przebudowa stanowisk produkcyjnych i emisyjnych - wymiana konsolet emisyjno-produkcyjnych - Rozbudowa systemów usług technicznych - Zakup urządzeń 	1 630 000	3 380 000	2 100 000	1 900 000	2 680 000
Art. 21 ust. 1a pkt 2a - tworzenie i dostarczanie przez sieci telekomunikacyjne audialnych, audiowizualnych i tekstowych usług innych niż programy, związanych z programami, uzupełniających, poszerzających lub wzbogacających je, które realizują demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczeństwa, w tym	<ul style="list-style-type: none"> - Budowa multimedialnych platform dystrybucji treści - Przebudowa cyfrowe Sieci Multimedialnej - część wizyjna - Przebudowa cyfrowe Sieci Multimedialnej - część IT - Rozbudowa systemów dystrybucyjnych - Zakup urządzeń 	1 810 000	1 580 000	1 700 000	1 500 000	1 630 000

audiowizualnych usług medialnych na żądanie;						
Art. 21 ust. 1a pkt 3 - budowa lub eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych lub telewizyjnych oraz innych urządzeń służących do dostarczania programów, o których mowa w pkt 1 i 2, i usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b;	<ul style="list-style-type: none"> - Rozbudowa i modernizacja bazy transmisyjnej - Modernizacja CKEP w obiektach Polskiego Radia S.A. - Zaprojektowanie i wdrożenie systemu komunikacji - Rozbudowa systemów podstawowych Polskiego Radia S.A. - Zakup urządzeń 	4 850 000	3 290 000	4 080 000	5 840 000	4 870 000
Art. 21 ust. 1a pkt 5 prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych lub telewizyjnych, tworzenia i dostarczania usług, o których mowa w pkt 2a, oraz rozwijania kontaktów zgodnie z pkt 2b, a także zachęcanie do korzystania z takich technik	Prace studyjne i wdrożenie nowoczesnych technologii związanych z automatycznym udostępnianiem treści i nowoczesnych sposobów interaktywnego komunikowania się ze słuchaczami	3 350 000	5 620 000	4 780 000	3 360 000	2 990 000
Art 21 ust.1a pkt 6 prowadzenie działalności w zakresie nabywania, przygotowywania, produkcji lub koprodukcji audycji i innych materiałów na potrzeby programów, o których mowa w pkt 1 i 2, oraz usług, o których mowa w pkt 2a;”;	<ul style="list-style-type: none"> - Wymiana agregatów wody lodowej dla obiektru O1 oraz O1bis, O-3 wraz z modernizacja węzła chłodniczego - Termomodernizacja obiektów Polskiego Radia S.A. - Wymiana drewnianej konstrukcji dachu oraz modernizacja poddasza pod względem p.poż i BHP w obiekcie O-3. - Dostawa oraz instalacja prądnicy wraz z masą wirującą typu DRUPS jako rezerwowego zasilania - Budowa klimatyzacji w pomieszczeniach w obiektach PR S.A. - Modernizacja klimatyzacji precyzyjnej w RCPD - Budowa kontenerowej rozdzielni RŚN, RNN, - Modernizacja istniejącej rozdzielni RSK, RSO, RST 	11 285 000	8 645 000	11 055 000	11 567 000	10 408 000

	<ul style="list-style-type: none">- Modernizacja systemów klimatyzacyjno – wentylacyjnych- Modernizacja instalacji oraz systemu BMS- Modernizacja oświetlenia korytarzy oraz pomieszczeń biurowych- Rozbudowa systemów zabezpieczeń technicznych Polskiego Radia S.A.- Rozbudowa systemów zabezpieczeń ppoż.- Zakup urządzeń- Zakup WNiP					
	RAZEM	30 000 000	32 000 000	32 000 000	32 000 000	32 000 000

3. Zadania pozamisyjne

A. Agencja Reklamy Polskiego Radia

Agencja zajmuje się sprzedażą, na zasadzie wyłączności w Polskim Radiu S.A., czasu antenowego przeznaczanego na reklamę we wszystkich programach Polskiego Radia S.A., sprzedażą, na zasadach wyłączności, powierzchni reklamowej w serwisach internetowych nadawcy, pozyskiwaniem sponsorów gotówkowych do audycji, akcji specjalnych oraz imprez organizowanych lub współorganizowanych przez Polskie Radio S.A.

B. Dział Fonografii Agencji Muzycznej

Jego zadaniem jest pozyskiwanie przychodów ze sprzedaży opracowywanych i realizowanych fonograficznych projektów wydawniczych, prowadzenia sklepu internetowego (sprzedającego m. in. wydawnictwa fonograficzne i pliki).

C. Inne zadania pozamisyjne

Zadania są związane z uzyskiwanymi przychodami np. w ramach wymiany bezgotówkowej dotyczącej promocji poszczególnych programów, czy sprzedaży prowadzonej przez Dział Nagrań i Koncertów Agencji Muzycznej.

III. Szacunkowe koszty działalności Polskiego Radia S.A. oraz przychody stanowiące źródła finansowania w latach 2020-2024

A. Szacunkowe przychody i koszty w latach 2020-2024

Niżej prezentowane koszty wynikające z realizacji misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1, pkt. 1 i 2, uwzględniają szacunki w zakresie tworzenia i rozpowszechniania czterech programów ogólnokrajowych i programu dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach, jak również tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych. Polskie Radio S.A. obecnie nadaje trzy programy wyspecjalizowane, natomiast zamierza wykorzystać wolne miejsce na multipleksie i uruchomić kolejne dwa programy wyspecjalizowane.

Ponadto biorąc pod uwagę zadania stawiane radiofonii i telewizji publicznej przez ustawodawcę w art. 21 ust. 1 pkt. 5, takich jak prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów - Polskie Radio S.A. w 2013 roku rozpoczęło nadawanie programów w technologii cyfrowej DAB+ i zakłada dalszy, sukcesywny rozwój emisji cyfrowej zwiększając zakres ludnościowy i powierzchniowy kraju.

Poniżej w Tabeli Nr 1 zostały przedstawione syntetycznie założenia finansowe na lata 2020-2024 jak również wykonanie za 2019 rok.

Tabela Nr 1 – Podstawowe wielkości finansowo-ekonomiczne na lata 2020-2024 w porównaniu do 2019 roku (w tys. złotych)

TREŚĆ	2019 rok	2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1. Koszty działalności - ogółem	334 774,7	360 214,3	376 496,3	390 660,1	402 146,5	402 146,5
z tego:						
1.1. koszty działalności operacyjnej	325 510,1	356 372,7	372 654,7	386 818,5	398 304,9	398 304,9
1.2. pozostałe koszty operacyjne	7 788,6	1 000,0	1 000,0	1 000,0	1 000,0	1 000,0
1.3. koszty finansowe	1 476,0	2 841,6	2 841,6	2 841,6	2 841,6	2 841,6
2. Przychody ogółem	325 531,6	361 652,2	377 831,3	392 020,2	403 531,6	403 531,5
z tego:						
2.1. Środki z rachunku bankowego KRRiT	219 317,0	278 479,7	287 200,7	300 390,0	311 371,5	311 313,7
w tym: rekomensata	60 000,0	119 200,0	127 921,0	141 110,3	152 091,8	152 034,0
2.2. Przychody własne	92 009,4	78 754,6	86 212,7	87 212,3	87 742,2	87 799,9
z tego:						
2.2.1. sprzedaż czasu reklamowego	48 820,5	43 720,4	49 097,6	49 343,0	49 589,8	49 837,8
2.2.2. programy sponsorowane	8 527,8	5 268,3	9 287,5	9 319,1	9 350,7	9 382,5
2.2.3. sprzedaż usług produkcyjno- technicznych	118,0	95,0	115,0	115,0	115,0	115,0
2.2.4. sprzedaż programów i audycji	12 001,3	10 946,0	10 966,0	10 986,0	10 996,0	10 996,0
2.2.5. pozostałe ^{x1}	20 927,0	17 624,9	15 262,9	15 965,5	16 227,0	16 014,9
2.2.6. przychody finansowe	1 614,8	1 100,0	1 483,7	1 483,7	1 463,7	1 453,7
2.3. Pozostałe przychody operacyjne	4 782,3	4 417,9	4 417,9	4 417,9	4 417,9	4 417,9
w tym: dotacje budżetowe	1 417,9	1 417,9	1 417,9	1 417,9	1 417,9	1 417,9
2.4. zmiana stanu produktów	9 422,9					
3. Koszty rodzajowe - ogółem	325 411,7	356 272,7	372 554,7	386 718,5	398 204,9	398 204,9
z tego:						
3.1. Wynagrodzenia	135 337,4	144 003,6	150 324,8	150 975,8	153 037,4	153 037,4
3.2. Świadczenia na rzecz pracowników	25 149,9	28 280,0	29 334,7	29 551,5	29 871,4	29 871,4
3.3. Usługi obce - ogółem	75 906,4	77 888,6	88 542,0	96 901,1	100 355,5	100 355,5
w tym:						
1) koszty rozpowszechniania	47 614,8	49 122,3	54 071,2	60 896,5	63 010,5	63 020,5
z tego:						
a) koszty emisji programu	43 259,6	44 694,9	49 596,7	56 422,0	57 791,8	57 791,8
b) koszty dosyłu sygnału						
c) opłaty za częstotliwość	3 199,9	3 213,3	3 213,3	3 213,3	3 951,5	3 961,5
d) pozostałe (połączenia kablowe, satelitarne itp.)	1 155,3	1 214,1	1 261,2	1 261,2	1 267,2	1 267,2
3.4. Zużycie materiałów i energii	10 052,4	11 057,8	11 644,3	12 068,5	12 710,7	12 710,7
3.5. Podatki i opłaty	21 926,9	24 582,0	24 783,8	26 800,6	27 790,1	27 790,1
3.6. Amortyzacja	25 123,4	25 967,3	25 967,2	25 967,3	25 989,5	25 989,5
3.7. Pozostałe koszty	31 915,3	44 493,4	41 957,9	44 453,7	48 450,3	48 450,3
4. Koszty uzyskania przychodów własnych	56 072,9	56 192,3	57 526,1	59 208,0	60 434,0	60 426,3
w tym:						
4.1. sprzedaży czasu reklamowego	9 162,6	10 775,4	11 268,0	11 690,2	11 944,4	11 936,7
6. Wynik brutto (poz.2 - poz. 1)	-9 243,1	1 437,9	1 335,0	1 360,1	1 385,1	1 385,0
7. Wynik netto	-10 437,3	78,3	1,9	1,8	2,9	2,8

W okresie objętym „Kartą Powinności” poziom kosztów rodzajowych mieści się w granicach od 356,3 mln zł do 398,2 mln zł, co oznacza przyrost o 11,77%, w okresie pięcioletnim. Średnioroczny zakładany przyrost kosztów wynosi poniżej 5%. Zakładane przyrosty kosztów są związane z rozwojem oferty programowej, rozwojem zasięgu emisji cyfrowej DAB+, wzrostem kosztów wynagrodzeń i ich pochodnych, kosztów energii elektrycznej i ciepłej, opłat za wieczyste użytkowanie gruntów i podatków od nieruchomości, jak również podatku od towarów i usług VAT. Jednocześnie należy dodać, że z uwagi na długą perspektywę objętą symulacją – koszty na 2024 rok pozostawiono na poziomie roku 2023.

Źródłem finansowania działalności są środki własne oraz środki przyznawane przez KRRiT. Zakładany poziom przychodów własnych w latach 2020-2024 waha się w przedziale od 78,8 mln zł do 87,8 mln zł.

Przyjmując założenie, iż wielkość środków przyznawanych przez KRRiT, w poszczególnych latach objętych „Kartą Powinności” będzie wynosiła od 278,5 mln zł w 2020 roku do 311,3 mln zł w 2024 roku, to Spółka powinna osiągnąć wynik finansowy netto na poziomie zbliżonym do zera (co zostało przedstawione w wyżej zamieszczonej Tabeli Nr 1).

W efekcie przyjętych założeń programowych i technologicznych na najbliższe lata niezbędne finansowanie wpływami z opłat abonamentowych i rekompensaty powinno wynosić od 287,2 mln zł w 2021 roku do 311,3 mln zł w 2024 roku.

Poniżej zostały wyjaśnione przyczyny przyjętego poziomu kosztów w 2020 roku w porównaniu do poniesionych w 2019 roku:

Przyjęty wzrost kosztów rodzajowych na 2020 rok w stosunku do 2019 roku jest wynikiem następujących okoliczności:

- planowane „pozostałe koszty” rodzajowe wyższe o 12,6 mln zł związane są przede wszystkim z uwagi na wzrost kosztów ZAiKS z tytułu „małych praw” związanych ze wzrostem przychodów związanych z działalnością nadawczą oraz ze wzrostem kosztów reklamy,
- wzrost kosztów wynagrodzeń wraz ze świadczeniami na rzecz pracowników wynoszący 11,8 mln zł jest konsekwencją zwiększenia kosztów osobowego funduszu płac wynikającego z ujęcia w planie na 2020 r. dodatkowych środków finansowych na ewentualne regulacje wynagrodzeń pracowników w grupach zawodowych najbardziej poszukiwanych na rynku pracy oraz koszty podwyżek do wysokości minimalnego wynagrodzenia. Dodatkowo w funduszu osobowym zabezpieczono środki na wpłaty do Pracowniczych Planów Kapitałowych finansowane przez pracodawcę. Na wzrost wynagrodzeń wpływ również miały honoraria, gdzie uwzględnione zostały koszty m. in. planowanego podwyższenia stawek honoraryjnych dla współpracowników. Ponadto w omawianej pozycji kosztów uwzględnione zostały środki finansowe na uruchomienie nowego programu cyfrowego Polskie Radio Kierowców. Na wzrost honorariów wpływ ma również szereg planowanych wydarzeń programowych,
- w pozycji kosztów „podatki i opłaty” uwzględniono wyższy poziom podatku od towarów i usług VAT, który obciąża koszty Spółki i wzrost ten jest następstwem planowanego zwiększenia kosztów,
- przyrost kosztów „usług obcych” o 2,0 mln zł wiąże się głównie z kosztami rozpowszechniania, co jest wynikiem planowanych ponad 20 nowych lokalizacji emisji w technologii analogowej w paśmie UKF-FM dla Programu PR24,
- wyższe koszty w pozycji „zużycie materiałów i energii” o 1,0 mln zł wiążą się z planowanym przyrostem kosztów energii oraz planowane zakupy niskocennych środków trwałych.

Realizując założenia programowo-finansowe PR S.A. na 2020 rok, zakładające produkcję i emisję ośmiu całodobowych programów, zaś od 1 września dziewięciu programów całodobowych, natomiast od 2023 roku dziesięciu programów całodobowych oraz wykonując inne zadania misyjne, w świetle poziomu finansowania abonamentowego oraz przyznanej rekompensaty, Polskie Radio S.A. na koniec 2020 roku prognozuje dodatni wynik finansowy w wysokości 0,08 tys. zł.

B. Szacunkowe przychody i koszty zadań misyjnych w latach 2020-2024

1. Zadania programowe i źródła ich finansowania

Obecnie Polskie Radio S.A. emituje cztery programy ogólnokrajowe, program dla odbiorców za granicą i trzy programy cyfrowe. Natomiast od września 2020 roku planowane

jest uruchomienie kolejnego programu cyfrowego dla kierowców. Jednocześnie warto podkreślić, że w celu uatrakcyjnienia oferty Polskiego Radia S.A. okresowo uruchamiane były dodatkowe programy w technologii cyfrowej, a mianowicie: Radio Gwiazdka, Radio Chopin, które w efekcie ostatecznym zastąpiło poprzednio nadawane Radio Rytm, czy też w 2018 roku Radio Literatura, które planuje się kontynuować od 2023 roku, co zostało uwzględnione w obecnie prezentowanej „Karcie powinności”.

Poniżej przedstawiono szacowane koszty programów na lata 2020 – 2024 w prezentowanej „Karcie powinności”.

	2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
Programy ogólnokrajowe	250 006,1	256 829,0	266 140,5	265 491,0	265 498,7
Program dla Zagranicy	16 816,4	18 155,2	18 920,5	19 622,5	19 622,6
Programy cyfrowe	45 574,8	51 825,1	54 610,1	65 016,1	65 016,2
Razem	312 397,3	326 809,3	339 671,1	350 129,6	350 137,5

Koszty tworzenia i rozpowszechniania (analogowego i cyfrowego) programów ogólnokrajowych uwzględniają szacunki kosztów bezpośrednich i wydziałowych wraz z kosztami pośrednimi i ogólnego zarządu i dotyczą Programu 1, Programu 2, Programu 3 i Programu Czwartego - PR 24. W ramach programów cyfrowych uwzględniono 4 kanały wyspecjalizowane, w tym: Program Internetowy i Cyfrowy DAB+ „Czwórka”, Polskie Radio Dzieciom, Polskie Radio Chopin, Polskie Radio Kierowców. Natomiast od 2023 roku, jak wspomniano powyżej, uwzględniono rozszerzenie oferty programów cyfrowych o Radio Literatura. Na podstawie zamierzeń poszczególnych programów oraz obowiązujących umów i dotychczas posiadanych danych historycznych powstały prezentowane w niniejszym materiale wielkości finansowe.

Poniżej przedstawiono koszty całkowite poszczególnych programów wraz ze źródłami ich finansowania.

1) Program 1

Program 1 Polskiego Radia S.A. jest najdłuższym nadawanym programem naszej Spółki, tj. od 1925 roku. Koszty i źródła finansowania tego programu przedstawiono w Tabeli Nr 2.

Tabela Nr 2 – Koszty Programu 1 w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program 1 - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	85 409,2	84 920,9	89 968,6	85 858,9	85 861,6
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	19 257,7	19 868,3	22 210,7	18 202,5	18 202,5
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	14 141,3	15 420,6	16 885,0	17 115,7	17 117,9
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	52 010,2	49 632,0	50 872,9	50 540,7	50 541,2
II.	Źródła finansowania - przychody razem	85 409,2	84 920,9	89 968,6	85 858,9	85 861,6
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	75 325,8	73 719,5	80 675,6	76 951,8	76 943,6
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	75 325,8	73 719,5	80 675,6	76 951,8	76 943,6
	w tym: rekompensata	30 084,1	28 477,8	35 433,9	31 710,1	31 701,9
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	10 083,4	11 201,4	9 293,0	8 907,1	8 918,0

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane na poziomie ok. 85 mln zł. Zakłada się, że jeśli Program 1 będzie finansowany wpływami z opłat abonamentowych na poziomie od 75,3 mln zł w 2020 roku do 76,9 mln zł w 2024 roku i częściowo z pozostałych przychodów to w poszczególnych latach nie wystąpi niedobór finansowania.

2) Program 2

Program 2 Polskiego Radia S.A. prezentuje głównie muzykę poważną, literaturę, publicystykę i informację kulturalną. Koszty tego programu przedstawia Tabela Nr 3.

Tabela Nr 3 – Koszty Programu 2 w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program 2 - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	59 195,0	61 655,0	63 002,9	64 084,7	64 084,9
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	11 807,1	12 428,7	12 170,1	12 528,2	12 528,3
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	9 582,7	10 304,5	11 499,7	11 673,1	11 673,1
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	37 805,2	38 921,8	39 333,1	39 883,4	39 883,5
III.	Źródła finansowania - przychody razem	59 195,0	61 655,0	63 002,9	64 084,7	64 084,9
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	56 327,2	58 406,6	59 950,2	61 451,2	61 440,6
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	56 327,2	58 406,6	59 950,2	61 451,2	61 440,6
	w tym: rekompensata	19 970,5	22 049,9	23 593,5	25 094,5	25 083,9
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	2 867,8	3 248,4	3 052,7	2 633,5	2 644,3

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 59,2 mln zł do 64,1 mln zł.

Zakłada się, że Program 2 będzie finansowany wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 56,3 mln zł w 2020 roku i wzrośnie to finansowanie do kwoty 61,4 mln zł w 2024 roku. Przyjmując taki poziom finansowania – nie wystąpi niedobór środków na koszty tworzenia i rozpowszechniania tego programu.

3) Program 3

Program 3 Polskiego Radia S.A. istnieje od 1 kwietnia 1962 rok i przekazuje informację z różnych dziedzin życia.

Koszty Programu 3 w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania przedstawiono w Tabeli Nr 4.

Tabela Nr 4 – Koszty Programu 3 w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program 3 - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	62 571,2	63 629,7	65 275,7	66 440,6	66 444,2
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	15 072,8	14 684,4	14 459,6	14 705,2	14 705,2
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	12 873,4	14 018,7	15 424,5	15 587,7	15 590,5
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	34 625,0	34 926,6	35 391,6	36 147,7	36 148,5
II.	Źródła finansowania - przychody razem	62 571,2	63 629,7	65 275,7	66 440,6	66 444,2
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	56 306,9	56 778,9	58 780,7	60 384,0	60 354,7
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	56 306,9	56 778,9	58 780,7	60 384,0	60 354,7
	w tym: rekompensata	24 567,9	25 039,9	27 041,7	28 645,0	28 615,7
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	6 264,3	6 850,8	6 495,0	6 056,6	6 089,5

Koszty tego programu oszacowano biorąc pod uwagę zamierzenia programowe w zakresie kosztów zmiennych, zaś koszty stałe zostały określone centralnie, tak jak i w przypadku innych komórek organizacyjnych, na podstawie obowiązujących umów.

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 62,6 mln zł do 66,4 mln zł. Zakłada się, że Program 3 będzie finansowany wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 56,3 mln zł w 2020 roku, po czym następować będzie sukcesywny wzrost finansowania abonamentem osiągając w 2024 roku poziom 60,4 mln zł. Taki poziom pozwoli na pełne sfinansowanie kosztów Programu 2.

4) Program Czwarty – PR 24

Program Czwarty – Polskie Radio 24 to program na antenie ogólnokrajowej, który pojawił się w 2016 roku i zastąpił Program 4 skierowany do młodych ludzi.

Głównym zadaniem tego programu jest prezentowanie najnowszych informacji i profesjonalnej publicystki bieżącej.

Koszty tego programu oszacowano biorąc pod uwagę zamierzenia programowe w zakresie kosztów zmiennych, zaś koszty stałe zostały określone centralnie na podstawie obowiązujących umów.

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 42,8 mln zł do 49,1 mln zł.

Zakłada się, że Program 4 – PR 24 będzie finansowany wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 40,7 mln zł, zaś w 2024 roku osiągnie wysokość 46,3 mln zł, co zaprezentowano w Tabeli Nr 5

Tabela Nr 5 – Koszty Programu Czwarty – PR 24 w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program PR 24 - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	42 830,7	46 623,4	47 893,3	49 106,8	49 108,0
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	10 952,4	11 337,5	11 853,0	12 284,4	12 284,4
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	6 990,8	7 397,7	8 356,5	8 523,5	8 524,5
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	24 887,5	27 888,2	27 683,8	28 298,9	28 299,1
II.	Źródła finansowania - przychody razem	42 830,7	46 623,4	47 893,3	49 106,8	49 108,0
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	40 725,0	43 954,7	44 730,7	46 341,2	46 331,4
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	40 725,0	43 954,7	44 730,7	46 341,2	46 331,4
	w tym: rekompensata	13 166,4	16 396,1	17 172,1	18 782,6	18 772,8
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	2 105,7	2 668,7	3 162,6	2 765,6	2 776,6

5) Polskie Radio dla Zagranicy

Program Polskie Radio dla Zagranicy jest emitowany w dwóch 24-godzinnych strumieniach, tj. Polskie Radio dla Zagranicy Zachód (tworzony przez Redakcję Angielską i Redakcję Niemiecką) oraz Polskie Radio dla Zagranicy Wschód (tworzone przez cztery redakcje: polską, białoruską, rosyjską i ukraińską).

Koszty tego programu oszacowano biorąc pod uwagę zamierzenia programowe w zakresie kosztów zmiennych, zaś koszty stałe zostały określone centralnie na podstawie obowiązujących umów, co przedstawiono w Tabeli Nr 6.

Tabela Nr 6 – Koszty Programu PR dla Zagranicy w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program PR dla Zagranicy - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	16 816,4	18 155,2	18 920,5	19 622,5	19 622,6
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	2 988,8	3 137,3	4 009,6	4 324,9	4 324,9
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	1 702,4	2 114,1	2 439,3	2 543,4	2 543,4
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	12 125,2	12 903,8	12 471,6	12 754,2	12 754,3
II.	Źródła finansowania - przychody razem	16 816,4	18 155,2	18 920,5	19 622,5	19 622,6
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	11 085,8	11 085,8	11 085,8	11 085,8	11 085,8
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata	1 689,8	1 689,8	1 689,8	1 689,8	1 689,8
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy	9 396,0	9 396,0	9 396,0	9 396,0	9 396,0
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	5 730,6	7 069,4	7 834,7	8 536,7	8 536,8

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 16,8 mln zł do 19,6 mln zł.

Zakłada się, że koszty związane z rozpowszechnianiem tego programu będą finansowane w 99,25% w 2020 roku. Natomiast w latach kolejnych środki z abonamentu pozostaną na poziomie 2020 roku a ich udział w finansowaniu kosztów rozpowszechniania zmaleje do 66,44% w 2024 roku.

Natomiast koszty tworzenia Programu dla Zagranicy z założenia powinny być finansowane ze środków z Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Biorąc jednakże pod uwagę, że poziom finansowania przez MSZ nie uległ zmianie od kilku lat, w założeniach na lata 2020 – 2024 przyjęto przychody z tego źródła w wysokości obowiązującej w 2019 roku, czyli w kwocie 9,4 mln zł.

W obecnej wersji „Karty powinności”, zgodnie z oczekiwaniami Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przychody uzyskiwane z Ministerstwa Spraw Zagranicznych na tworzenie Polskiego Radia dla Zagranicy w źródłach finansowania wykazano w pozycji 1 b), tj. w dotacjach z budżetu państwa.

Jednakże informujemy, że dotychczas w składanych planach środki te były wykazywane w pozycji 1 c), bowiem są w rzeczywistości przekazywane na podstawie wystawianych przez Polskie Radio S.A. faktur sprzedażowych, a tym samym są zaliczane do pozostałych przychodów publicznych.

Zakładając wzrost kosztów PR dla Zagranicy koniecznym staje się stopniowe zwiększanie jego finansowania z pozostałych źródeł.

6) Program Internetowy i Cyfrowy DAB+ „Czwórka”

Program Internetowy i Cyfrowy DAB+ „Czwórka” jest programem kierowanym głównie do ludzi młodych i został przeniesiony w 2016 roku z anteny ogólnokrajowej do internetu i transmitowany w technologii cyfrowej, naziemnej DAB+.

Wyróżnia go prezentowanie współczesnej muzyki, przede wszystkim najnowszych przebojów muzyki electro, reggae oraz hip hop i innych gatunków alternatywnych.

Program ten jest jednym z trzech obecnie nadawanych tylko w wersji cyfrowej programów Polskiego Radia S.A.

Koszty tego programu oszacowano biorąc pod uwagę zamierzenia programowe w zakresie kosztów zmiennych, zaś koszty stałe zostały określone centralnie na podstawie obowiązujących umów, co przedstawiono w Tabeli Nr 7.

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 23,4 mln zł do 26,4 mln zł.

Zakłada się, że Program Internetowy i Cyfrowy DAB+ „Czwórka” będzie finansowany wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 23,2 mln zł w 2020 roku do 25,5 mln zł w 2024. Taki poziom środków z abonamentu pozwoli na pełne sfinansowanie tego programu

Tabela Nr 7 – Koszty Programu Internetowego i Cyfrowego DAB+ „Czwórka” w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program Intr. I Cyfr. DAB+ "Czwórka" - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	23 443,4	24 365,1	25 441,7	26 424,3	26 424,4
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	4 461,4	4 636,1	5 130,1	5 525,8	5 525,8
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	583,3	711,0	1 002,4	1 074,3	1 074,4
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	18 398,7	19 018,0	19 309,2	19 824,2	19 824,2
II.	Źródła finansowania - przychody razem	23 443,4	24 365,1	25 441,7	26 424,3	26 424,4
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	23 175,9	23 933,3	24 630,3	25 497,5	25 497,6
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	23 175,9	23 933,3	24 630,3	25 497,5	25 497,6
	w tym: rekompensata	14 228,3	14 985,7	15 682,7	16 549,9	16 550,0
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	267,5	431,8	811,4	926,8	926,8

7) Program Radio Chopin

Radio Chopin jest nadawane tylko w technologii cyfrowej naziemnej oraz w internecie. Z założenia jest to program muzyczny oparty o materiały archiwalne, którego założeniem jest promowanie polskiej muzyki poważnej w szczególności twórczości Fryderyka Chopina.

W Tabeli Nr 8 przedstawiono koszty tego programu wraz ze źródłami finansowania.

Tabela Nr 8 – Koszty Programu Radio Chopin w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program Radio Chopin - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	4 694,8	5 152,8	5 742,4	6 132,7	6 132,7
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	1 081,6	1 454,3	1 842,1	2 020,0	2 020,0
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	526,5	654,1	954,1	1 028,0	1 028,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	3 086,7	3 044,4	2 946,2	3 084,7	3 084,7
II.	Źródła finansowania - przychody razem	4 694,8	5 152,8	5 742,4	6 132,7	6 132,7
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	4 585,3	4 890,6	5 105,4	5 395,7	5 395,7
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	4 585,3	4 890,6	5 105,4	5 395,7	5 395,7
	w tym: rekompensata	2 928,6	3 233,9	3 448,7	3 739,0	3 739,0
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	109,5	262,2	637,0	737,0	737,0

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 4,7 mln zł do 6,1 mln zł.

Zakłada się, że Radio Chopin będzie finansowane wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 4,6 mln zł w 2020 roku, zaś w kolejnych latach stopniowo wpływy te będą wzrastać, aby osiągnąć poziom 5,4 mln zł w 2024 roku.

8) Program Radio Dzieciom

Program Polskie Radio Dzieciom, jak sama nazwa wskazuje, jest poświęcone w całości najmłodszym oraz ich rodzicom.

W Tabeli Nr 9 przedstawiono szacunkowe koszty realizacji tego programu wraz ze źródłami finansowania.

Tabela Nr 9 – Koszty Programu Radio Dzieciom w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program Radio dla Dzieci - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	11 969,8	12 757,5	13 574,8	14 208,9	14 208,9
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	2 570,7	2 990,6	3 578,1	3 864,7	3 864,7
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	530,4	654,1	954,1	1 028,1	1 028,1
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	8 868,7	9 112,8	9 042,6	9 316,1	9 316,1
II.	Źródła finansowania - przychody razem	11 969,8	12 757,5	13 574,8	14 208,9	14 208,9
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	11 859,3	12 499,2	12 941,7	13 475,9	13 475,9
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	11 859,3	12 499,2	12 941,7	13 475,9	13 475,9
	w tym: rekompensata	8 820,7	9 460,6	9 903,1	10 437,3	10 437,3
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	110,5	258,3	633,1	733,0	733,0

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 12,0 mln zł do 14,2 mln zł.

Zakłada się, że Radio Dzieciom będzie finansowane wpływami z opłat abonamentowych od 11,9 mln zł w 2020 roku do 13,5 mln zł w 2024 roku.

9) Program dla Kierowców

W Tabeli Nr 10 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji Programu dla Kierowców. Jednocześnie trzeba dodać, że program ten Polskie Radio S.A. planuje uruchomić we wrześniu 2020 roku.

Tabela Nr 10 – Koszty Programu dla Kierowców w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program dla Kierowców - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	5 466,8	9 549,7	9 851,2	9 962,8	9 962,8
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	1 263,8	3 229,8	3 174,4	3 102,8	3 102,8
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	161,9	652,6	952,6	1 026,5	1 026,5
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	4 041,1	5 667,3	5 724,2	5 833,5	5 833,5
II.	Źródła finansowania - przychody razem	5 466,8	9 549,7	9 851,2	9 962,8	9 962,8
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	5 433,5	8 277,2	8 834,5	8 846,0	8 846,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy	5 433,5	8 277,2	8 834,5	8 846,0	8 846,0
	w tym: rekompensata	5 433,5	8 277,2	8 834,5	8 846,0	8 846,0
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	33,3	1 272,5	1 016,7	1 116,8	1 116,8

Koszty całkowite w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 5,5 mln zł do 10,0 mln zł.

Zakłada się, że Program dla Kierowców będzie finansowany środkami z rachunku bankowego KRRiT na poziomie 5,4 mln zł w 2020 roku, zaś w 2024 roku wpływy te wzrosną do kwoty 8,8 mln zł.

10) Radio Literatura

W Tabeli Nr 10 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji Radia Literatura. Jednocześnie trzeba dodać, że program ten Polskie Radio S.A. planuje uruchomić w 2023 roku.

Tabela Nr 11 – Koszty Radia Literatura w latach 2023 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Program Radio Literatura - na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	0,0	0,0	0,0	8 287,4	8 287,4
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	0,0	0,0	0,0	5 443,6	5 443,6
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	1 028,0	1 028,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	0,0	0,0	1 815,8	1 815,8
II.	Źródła finansowania - przychody razem	0,0	0,0	0,0	8 287,4	8 287,4
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	8 287,4	8 287,4
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy				8 287,4	8 287,4
	w tym: rekompensata				8 287,4	8 287,4
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv					

Koszty całkowite w latach 2023-2024 zostały oszacowane na kwotę 8,3 mln zł.

Zakłada się, że Program Radio Literatura będzie finansowany środkami z rachunku bankowego KRRiT w wysokości 8,3 mln zł w skali roku pokrywając koszty tworzenia i rozpowszechniania tego programu, uwzględnionych w obecnie prezentowanej „Karcie powinności”.

2. Pozostałe zadania misyjne

Polskie Radio S.A. poza podstawową działalnością programową realizuje również inne zadania zaliczane do misji publicznej.

Należą do nich:

- koszty funkcjonowania Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim,
- współrealizowany przez Teatr PR Festiwal „Dwa Teatry”,

- zadania realizowane przez Studio Reportażu i Dokumentu, tj. Konkurs im. J. Stwory – Ogólnopolskie Seminarium Reportażystów, Ogólnopolski Konkurs Reportażystów i Gala Melchior, Spotkania z reportażem, Grand PRIX KRRiT,
- zadania realizowane przez Radiowe Centrum Kultury Ludowej, tj. Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu nad Wisłą oraz dokumentacja kultury ludowej w terenie,
- Piknik Naukowy popularyzujący tematykę naukową.

Koszty wymienionych powyżej zadań zalicza się do kosztów misji publicznej, bowiem są ściśle związane z podstawową działalnością Polskiego Radia S.A. i wynikają z art. 21 ust. 1a pkt. 7 w zakresie popierania twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej.

W ramach realizowanej misji Polskie Radio S.A. zgodnie z art. 21 ust. 1a pkt. 3 pokrywa koszty związane z eksploatacją Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim.

Łączne koszty wynikające z realizacji zadań wskazanych w art. 21 ust. 1a pkt. 3 i pkt. 7 w latach objętych niniejszą kartą powinności przedstawiają się następująco:

	2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
Inne zadania misyjne	7 940,7	11 111,7	11 263,9	11 558,1	11 558,1

W ramach powyższych kosztów najwyższą pozycją są koszty związane z funkcjonowaniem Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim, które wynoszą odpowiednio: 7,9 mln zł, 8,2 mln zł, 8,3 mln zł, 8,6 mln zł i 8,6 mln zł.

Pozostałe zadania misyjne realizowane przez Polskie Radio S.A., które uwzględniono w karcie powinności to: Piknik Naukowy, Festiwal „Dwa Teatry”, zadania realizowane przez Studio Reportażu i Dokumentu (Konkurs im. J. Stwory, Gala Melchior, Spotkania z Reportażem oraz nagroda Grand Prix KRRiT) i Radiowe Centrum Kultury Ludowej (Festiwal w Kazimierzu Dolnym). Jednocześnie należy w tym miejscu dodać, że w 2020 roku ze względu na sytuację epidemiologiczną w kraju i za granicą Polskie Radio S.A. było zmuszone zrezygnować z realizacji zadań wymienionych powyżej (poza działalnością RCN).

Poniżej w kolejnych tabelach przedstawiono szczegółowo koszty zadań misyjnych pozaprogramowych w poszczególnych latach wraz ze wskazaniem źródeł ich finansowania.

Ponadto warto zwrócić uwagę na fakt, że z wyjątkiem RCN w Solcu Kujawskim, pozostałe zadania Spółka nie planuje finansować z wpływów z opłat abonamentowych i rekompensaty.

Wszystkie pozostałe zadania są realizowane cyklicznie od wielu lat.

Tabela Nr 12 – Koszty RCN w Solcu Kujawskim w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	RCN - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	7 940,7	8 230,4	8 349,4	8 596,5	8 596,5
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	7 940,7	8 230,4	8 349,4	8 596,5	8 596,5
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
II.	Źródła finansowania - przychody razem	7 940,7	8 230,4	8 349,4	8 596,5	8 596,5
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	4 468,9	4 468,9	4 468,9	4 468,9	4 468,9
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata	3 051,0	3 051,0	3 051,0	3 051,0	3 051,0
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy	1 417,9	1 417,9	1 417,9	1 417,9	1 417,9
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	3 471,8	3 761,5	3 880,5	4 127,6	4 127,6

Koszty całkowite funkcjonowania Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim w latach objętych kartą powinności zostały oszacowane w przedziale od 7,9 mln zł do 8,6 mln zł.

Zakłada się, że RCN w Solcu Kujawskim będzie finansowane wpływami z opłat abonamentowych na poziomie 3,1 mln zł we wszystkich latach.

W obecnej wersji „Karty powinności” przychody związane z uzyskanymi we wcześniejszych latach dotacjami na budowę nadajnika (od Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz od Ministerstwa Łączności) są wykazywane w sprawozdaniu F-01 w pozycji „pozostałe przychody operacyjne” do wysokości kosztów amortyzacji tej inwestycji.

W związku z tym w dotychczas składanych planach środki te były wykazywane w pozycji 1 c), czyli w pozostałych przychodach publicznych.

Zgodnie z sugestią Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji obecnie umieściliśmy te przychody w pozycji 1 b), co nie spowodowało zmian w globalnych wielkościach przedstawionych źródeł finansowania.

W Tabeli Nr 13 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji Festiwalu „Dwa Teatry”.

Tabela Nr 13 – Koszty Teatru PR w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Teatr PR - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	0,0	668,8	669,6	673,7	673,7
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	0,0	537,5	537,5	537,5	537,5
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	131,3	132,1	136,2	136,2
II.	Źródła finansowania - przychody razem	0,0	668,8	669,6	673,7	673,7
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv		668,8	669,6	673,7	673,7

W Tabeli Nr 14 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji zadań misyjnych pozaantenowych realizowanych przez Studio Reportażu i Dokumentu (takich jak: Konkurs im. J. Stwory, Gala Melchiorzy, Spotkania z Reportażem oraz nagroda Grand Prix KRRiT).

Tabela Nr 14 – Koszty Studia Reportażu i Dokumentu w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	SRiD - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	0,0	437,3	438,5	442,0	442,0
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	0,0	351,4	352,0	352,6	352,6
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	85,9	86,5	89,4	89,4
II.	Źródła finansowania - przychody razem	0,0	437,3	438,5	442,0	442,0
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv		437,3	438,5	442,0	442,0

W Tabeli Nr 15 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji zadań misyjnych pozaantenowych realizowanych przez Radiowe Centrum Kultury Ludowej (takich jak np. Festiwal w Kazimierzu Dolnym).

Tabela Nr 15 – Koszty Radiowego Centrum Kultury Ludowej w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	RCKL - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	0,0	150,8	151,0	151,9	151,9
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	0,0	121,2	121,2	121,2	121,2
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	29,6	29,8	30,7	30,7
II.	Źródła finansowania - przychody razem	0,0	150,8	151,0	151,9	151,9
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv		150,8	151,0	151,9	151,9

W Tabeli Nr 16 przedstawiono założenia finansowe w zakresie realizacji zadań misyjnych w zakresie edukacji, poprzez popularyzację wiedzy w ramach corocznego Pikniku Naukowego.

Tabela Nr 16 – Koszty Pikniku Naukowego w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Piknik Naukowy - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	0,0	1 624,4	1 655,4	1 694,0	1 694,0
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	0,0	687,5	687,6	687,6	687,6
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	0,0	936,9	967,8	1 006,4	1 006,4
II.	Źródła finansowania - przychody razem	0,0	1 624,4	1 655,4	1 694,0	1 694,0
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv		1 624,4	1 655,4	1 694,0	1 694,0

C. Ogólne zasady prowadzenia działalności niewynikającej z misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1.

1. Najważniejsze rodzaje takiej działalności.

Do podstawowych zadań realizowanych przez Polskie Radio S.A. należy tworzenie i nadawanie programów radiofonicznych, w związku z czym działalność wszystkich programów klasyfikowana jest jako działalność podstawowa (antenowa) Spółki.

Wewnętrzna struktura organizacyjna Spółki określa również obowiązki i zadania realizowane przez komórki producenckie, których głównym zadaniem jest realizowanie zadań (audycji) na potrzeby anten. Są to np. Informacyjna Agencja Radiowa, Studio Reportażu i Dokumentu, Teatr PR, Orkiestra Polskiego Radia w Warszawie, Naczelna Redakcja Programów Katolickich, Redakcja Audycji Religijnych. W ramach podstawowych zadań realizowanych przez Informacyjną Agencję Radiową do których należy produkcja i tworzenie codziennego, całodobowego serwisu informacyjnego z kraju i z zagranicy dla programów PR - S.A., Spółka odpłatnie udostępnia serwis rozgłośniom regionalnym, będącym spółkami radiofonii publicznej i odbiorcom zewnętrznym. Przychody pozyskiwane przez poszczególne komórki są ewidencjonowane odrębnie wraz z kosztami związanymi z ich pozyskaniem.

Jednocześnie w strukturze Spółki funkcjonują dwie komórki organizacyjne zaliczane do działalności usługowej, których koszty funkcjonowania zaliczane są do działalności komercyjnej. Głównym zadaniem tych komórek jest pozyskiwanie przychodów służących uzupełnieniu finansowania realizowanych zadań misyjnych. Należą do nich;

- Agencja Reklamy – zajmująca się sprzedażą, na zasadzie wyłączności w PR – S.A., czasu antenowego przeznaczonego na reklamę we wszystkich programach Polskiego Radia S.A., sprzedażą, na zasadach wyłączności, powierzchni reklamowej w serwisach internetowych PR - S.A., pozyskiwaniem sponsorów gotówkowych do audycji, akcji specjalnych oraz imprez organizowanych lub współorganizowanych przez PR –S.A.,
- Dział Fonografii Agencji Muzycznej – którego zadaniem jest pozyskiwanie przychodów ze sprzedaży opracowywanych i realizowanych fonograficznych projektów wydawniczych, prowadzenia sklepu internetowego (sprzedającego m. in. wydawnictwa fonograficzne jak i pliki).

W strukturze PR –S.A. występują również komórki pełniące funkcje działalności pomocniczej świadczące usługi na rzecz wszystkich komórek organizacyjnych, należą do nich np. Biuro Informatyki i Telekomunikacji, Biuro Technologii, Biuro Inwestycji i Zabezpieczenia Technicznego, Archiwum PR, Biuro Programowe, Agencja Promocji, Dział Nagrań i Koncertów czy Dział Transportu.

Sposób rozliczania kosztów tych komórek został zawarty w „Instrukcji w sprawie zasad ewidencji, kalkulacji i rozliczania kosztów w Polskim Radiu S.A.”.

Niektóre z komórek zaliczanych do działalności pomocniczej mogą również świadczyć usługi na rzecz kontrahentów zewnętrznych. Dotyczy to głównie Działu Nagrań i Koncertów Agencji Muzycznej świadczącego usługi techniczne polegające na odpłatnym zapewnieniu możliwości

korzystania ze studia radiowego, co wiąże się zarówno z pozyskiwaniem dodatkowych źródeł finansowania działalności Spółki, jak i z efektywnością wykorzystania majątku przez Spółkę.

Komórki zaliczane do ogólnego zarządu, pełniące zadania niezbędne dla funkcjonowania wszystkich pozostałych komórek organizacyjnych, w ramach swojej działalności podejmują również działania związane z racjonalnym zagospodarowaniem zasobów będących w dyspozycji Spółki, np. wynajmowane są wolne powierzchnie biurowe, lokalowe czy parkingowe, wynajem sal szkoleniowych. W Biurze Zarządu funkcjonujące Centrum Szkoleń prowadzi politykę szkoleniową Spółki, jak również organizuje i przeprowadza szkolenia komercyjne.

Przychody uzyskiwane przez poszczególne komórki są ewidencjonowane na wydzielonych zadaniach, podobnie jak koszty pozyskania tych przychodów.

Poniżej przedstawiono koszty związane z dwoma komórkami komercyjnymi, czyli Agencją Reklamy i Działem Fonografii Agencji Muzycznej (w tys. złotych) oraz koszty pozostałych zadań pozamisyjnych, które są związane z uzyskiwanymi przychodami np. w ramach wymiany bezgotówkowej dotyczącej promocji poszczególnych programów, czy sprzedaży prowadzonej przez Dział Nagrań i Koncertów.

	2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
Agencja Reklamy	10 775,4	11 268,0	11 690,2	11 944,4	11 936,7
Dział Fonografii	7 859,4	7 601,3	7 607,8	7 657,3	7 657,3
Inne zadania pozamisyjne	17 299,9	15 764,4	16 485,5	16 915,5	16 915,5
Razem koszty pozamisyjne	35 934,7	34 633,7	35 783,5	36 517,2	36 509,5

2. Szacunkowe przychody i koszty zadań pozamisyjnych Polskiego Radia S.A. w latach 2020 - 2024

Polskie Radio S.A. poza przedstawioną powyżej działalnością misyjną prowadzi również działalność pozamisyjną w celu pozyskiwania dodatkowych środków służących finansowaniu działań misyjnych.

Tabela Nr 18 – Koszty Agencji Reklamy w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	AR - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	10 775,4	11 268,0	11 690,2	11 944,4	11 936,7
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	5 910,5	6 263,5	6 353,6	6 451,8	6 451,8
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	1 857,4	1 999,7	2 219,5	2 248,2	2 242,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	3 007,5	3 004,8	3 117,1	3 244,4	3 242,9
II.	Źródła finansowania - przychody razem	10 775,4	11 268,0	11 690,2	11 944,4	11 936,7
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	10 775,4	11 268,0	11 690,2	11 944,4	11 936,7

Środki pozyskiwane przez Agencję Reklamy w ramach prowadzonej sprzedaży czasu reklamowego i pozyskiwaniu środków od sponsorów jest drugim, co do wielkości, źródłem finansowania działalności Polskiego Radia S.A.

W Tabeli Nr 1 zawierającej podstawowe wielkości finansowo-ekonomiczne na lata 2020 – 2024 przedstawiono szacowane wielkości w zakresie sprzedaży czasu reklamowego (od 43,7 mln zł w 2020 roku do 49,8 mln zł w 2024 roku) i pozyskiwania przychodów od sponsorów na poziomie od 5,3 mln zł w 2020 roku do 9,4 mln zł w 2024 roku.

Tabela Nr 19 – Koszty Działu Fonografii Agencji Muzycznej w latach 2020 – 2024 oraz źródła jego finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	DF - Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	7 859,4	7 601,3	7 607,8	7 657,3	7 657,3
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	5 107,0	4 932,0	4 920,1	4 912,7	4 912,7
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	2 752,4	2 669,3	2 687,7	2 744,6	2 744,6
II.	Źródła finansowania - przychody razem	7 859,4	7 601,3	7 607,8	7 657,3	7 657,3
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	7 859,4	7 601,3	7 607,8	7 657,3	7 657,3

Koszty przedstawione w Tabeli Nr 20 uwzględniają przede wszystkim koszty dotyczące promocji i pozostałej sprzedaży prowadzonej przez komórki organizacyjne.

Tabela Nr 20 – Koszty związane z pozostałą działalnością pozamisyjną w latach 2020 – 2024 oraz źródła jej finansowania (w tys. złotych)

Lp.	TREŚĆ	Koszty na lata:				
		2020 rok	2021 rok	2022 rok	2023 rok	2024 rok
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I.	KOSZTY CAŁKOWITE (1+2+3)	17 299,9	15 764,4	16 485,5	16 915,5	16 915,5
1.	Koszty rodzajowe tworzenia	13 775,4	12 669,0	13 232,3	13 494,5	13 494,5
2.	Koszty bezpośrednie usług transmisyjnych stałych, razem	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3.	Koszty pośrednie i og.zarządu	3 524,5	3 095,4	3 253,2	3 421,0	3 421,0
II.	Źródła finansowania - przychody razem	17 299,9	15 764,4	16 485,5	16 915,5	16 915,5
1.	przychody publiczne, razem (a+b+c)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	z tego:					
	a) o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 1 ustawy w tym: rekompensata					
	b) o których mowa w art. 31 ust. 2 ustawy					
	c) pozostałe przychody publiczne					
2.	przychody, o których mowa w art. 31 ust. 1 pkt 2-4 ustawy o rtv	17 299,9	15 764,4	16 485,5	16 915,5	16 915,5

D. Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o które mowa w art. 21 ust. 1 oraz pozostałej działalności

Metody przypisywania przychodów i kosztów z nimi związanych w odniesieniu do działalności misyjnej i pozostałej zostały zawarte w dokumentach Spółki przyjmowanych uchwałami Zarządu Polskiego Radia S.A., tj.

1. Zasadach (polityce) rachunkowości stosowanych w Polskim Radiu S.A.
2. Instrukcji w sprawie zasad ewidencji, kalkulacji i rozliczania kosztów w Polskim Radiu S.A. (zamieszczono poniżej)

AD 1.

Poniżej przedstawiono pkt. V zawarty w polityce rachunkowości, tj. „**Zasady wyodrębniania przychodów i kosztów związanych z realizacją działalności misyjnej i pozostałe**”, który stanowi § 17 polityki:

1. *Realizując obowiązek nałożony na Polskie Radio S.A. artykułem 31a ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (ustawa rtv), spółka prowadzi wyodrębnioną ewidencję przychodów i kosztów związanych z działalnością misyjną o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy rtv.*
2. *Wyodrębnienie przychodów i kosztów o których mowa w ust 1 odbywa się poprzez identyfikację i ewidencję tych przychodów i kosztów na poszczególne zadania wyodrębnione o czym mowa w Instrukcji w sprawie zasad ewidencji, kalkulacji i rozliczania kosztów w Polskim Radiu S.A. stanowiącej załącznik do odrębnej uchwały zarządu spółki. Identyfikacja prowadzona jest poprzez bieżącą analizę przychodów z działalności realizowanych przez poszczególne komórki organizacyjne spółki, z wyjątkiem przychodów o których mowa w ust 3 oraz ponoszonych kosztów związanych z osiągnięciem tych przychodów. Przyjmuje się zasadę, iż przychody i koszty bieżącej działalności nie zaliczone do działalności pozostałej uznaje się za przychody i koszty z działalności misyjnej o której mowa w art.21 ust 1.*
3. *Za przychody związane z działalnością, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy, uznaje się wpływy z tytułu opłat abonamentowych, pozaabonamentowych, oraz dotacje, dopłaty, rekompensaty otrzymane na realizację zadań misyjnych Spółki oraz przychody finansowe uzyskane od środków publicznych.*
4. *Za koszty związane z działalnością, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy, uznaje się koszty działalności Polskiego Radia S.A., tj. związane z realizacją zadań publicznej radiofonii i telewizji, określonych w art. 21 ust. 1a ustawy, z wyłączeniem kosztów poniesionych przez Agencję Reklamy, Centrum Edukacji Medialnej, Dział Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia oraz inne koszty poniesione w związku z prowadzeniem działalności pozamisyjnej.*
5. *Przychody i koszty pozostałej działalności operacyjnej oraz działalności finansowej (z wyłączeniem przychodów finansowych uzyskanych od środków publicznych) Polskiego Radia S.A. określa się jako przychody lub koszty pozostałe albo przychody lub koszty inne, niezwiązane z działalnością, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy.*
6. *Wpływy otrzymywane z Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT) ujmuje się jako przychody w dacie ich otrzymania i ewidencjonuje na wydzielonym zadaniu wyodrębnionym.*
7. *Środki z wpływów abonamentowych zarząd spółki przeznacza na finansowanie kosztów realizowanej misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji,*

w tym również na wydatki w zakresie zakupów inwestycyjnych. Spółka realizuje inwestycje z wpływów abonamentowych, a także z pozostałych wpływów uzyskiwanych przez PR S.A..

8. Koszty ponoszone z założenia na realizację misji publicznej a przynoszące również przychody z działalności pozostałej, są przypisywane do kosztów działalności misyjnej.
9. W przypadku wykorzystania tych samych zasobów spółki (np. pracownicy, współpracownicy, sprzęt, wyposażenie, aktywa trwałe) na potrzeby działalności misyjnej i pozostałej, koszty działalności pozostałej, w przypadku braku możliwości bezpośredniego ich wyodrębnienia, ustala się w wysokości kosztów, jakich spółka nie poniosłaby w razie zaniechania działalności pozostałej.
10. W przypadku zaliczenia całości poniesionych kosztów do działalności misyjnej (po spełnieniu warunków o których mowa w ust.9) przychody podlegają odrębnej ewidencji na przychody z działalności misyjnej i z pozostałej.
11. Koszty pośrednie i ogólnego zarządu przypisuje się do działalności misyjnej według zasad określonych w Instrukcji w sprawie zasad ewidencji, kalkulacji i rozliczania kosztów w Polskim Radiu S.A. stanowiącej załącznik do odrębnej uchwały.
12. Koszty działalności misyjnej finansowane są z opłat abonamentowych za rtv, dopłat i rekompensat do wysokości środków pozyskiwanych z Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz w pozostałej części ze środków własnych spółki pozyskanych z reklamy, sponsoringu i innych źródeł.
13. Środki z Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wpływają na wyodrębniony rachunek bankowy spółki.”

AD 2.

INSTRUKCJA W SPRAWIE ZASAD EWIDENCJI, KALKULACJI I ROZLICZANIA KOSZTÓW W POLSKIM RADIU S.A.

1. Istota, zakres i zadania rachunku kosztów

Pod pojęciem rachunku kosztów należy rozumieć ogół czynności zmierzających do ustalenia, w różnych przekrojach, i zinterpretowania, wyrażonej w pieniądzu, wysokości nakładów dokonanych w jednostce gospodarczej w określonym czasie i z określonym przeznaczeniem. Wiąże się to z koniecznością mierzenia ponoszonych kosztów i uzyskiwanych przychodów w celu określenia osiągniętych wyników z działalności jednostki gospodarczej.

Rachunek kosztów powinien dostarczać informacje niezbędne na wszystkich szczeblach zarządzania w bieżącym kierowaniu działalnością nie tylko całej jednostki gospodarczej, ale również poszczególnych jej komórek.

Zadania rachunku kosztów:

- 1) dostarczenie wiarygodnych danych do wykazania prawidłowego wyniku działalności jednostki za pomocą obliczania kosztów dotyczących przedmiotu sprzedaży, towarów, produkcji w toku,
- 2) ustalenie rentowności poszczególnych produktów gotowych lub ich grup przez sporządzanie dla tych produktów jednostkowych kalkulacji,

- 3) wykazanie przyczyn i miejsc powstawania odchyleń kosztów rzeczywistych od postulowanego poziomu kosztów; wielkościami odniesienia mogą być: koszty planowane, koszty ubiegłego okresu, poniesione przy analogicznej lub zbliżonej produkcji,
- 4) ustalenie kosztów w przekroju komórek organizacyjnych, ośrodków odpowiedzialności, a w ich ramach i pozycji rodzajowych, co umożliwi ocenę gospodarności pracy poszczególnych komórek jednostki,
- 5) pełne zintegrowanie ewidencyjne rachunkowości finansowej, rachunku kosztów i rachunkowości zarządczej.

Polskie Radio S.A. prowadzi rozszerzoną ewidencję kosztów, zarówno według rodzajów - na kontach zespołu „4”, jak i w układzie kalkulacyjnym - na kontach zespołu „5”. Koszty dotyczące przyszłych okresów sprawozdawczych, po zaewidencjonowaniu na kontach zespołu „4” księgowane są na koncie 641 do rozliczenia. W miesiącu którego faktycznie koszty dotyczą przenoszone są na odpowiednie konta zespołu „5” zgodnie z przypisanym im zadaniem.

Pozostałe koszty operacyjne oraz koszty finansowe ewidencjonowane są na kontach zespołu „7”.

Niniejsza Instrukcja wskazuje główne zasady ewidencji kosztów na kontach zespołu „4” i „5” Planu Kont oraz sposób rozliczania kosztów według miejsc powstawania i rodzaju działalności - jest elementem Polityki Rachunkowości Spółki.

Instrukcja nie obejmuje zasad kwalifikacji podatkowej kosztów.

Rozliczenie kosztów dokonywane jest w trakcie roku obrotowego narastająco na koniec każdego kwartału kalendarzowego.

Wszelkie opisane poniżej zasady kalkulacji dokonywane są zgodnie z zasadą określoną w zdaniu poprzednim.

2. Kierunki klasyfikacji kosztów

Ponoszone przez spółkę koszty są klasyfikowane w różnych przekrojach w celu ułatwienia obserwacji i badania ich poziomu, struktury i dynamiki. Klasyfikacja kosztów przeprowadzana jest z różnych punktów widzenia, w zależności od cechy przyjętej za kryterium klasyfikacyjne.

Do podstawowych przekrojów klasyfikacyjnych kosztów w Polskim Radiu S.A. należy podział kosztów:

- 1) w układzie rodzajowym,
- 2) według rodzaju działalności,
- 3) według miejsc ich powstawania,
- 4) w układzie kalkulacyjnym,
- 5) według stopnia ich reagowania na zmiany wielkości produkcji.

2.1. Koszty w układzie rodzajowym

Ponoszone przez Spółkę koszty zwykłej działalności operacyjnej zgrupowane według elementów składowych procesu pracy noszą nazwę układu rodzajowego kosztów. Układ ten wykazuje rodzaje kosztów bez względu na cel ich poniesienia. Na kontach zespołu „4” są ujmowane według rodzajów koszty proste bieżącej działalności, za które uważa się wszelkie zaewidencjonowane na podstawie odpowiednich dokumentów, koszty w momencie ich poniesienia.

Podział kosztów na ich rodzaje uwzględnia potrzeby sprawozdawcze i dostosowany jest do specyfiki Spółki. W ramach układu rodzajowego kosztów wyodrębnia się następujące grupy kosztów głównych:

- zużycie materiałów i energii,
- usługi obce,
- podatki i opłaty,
- wynagrodzenia,
- świadczenia na rzecz pracowników
- amortyzacja,
- pozostałe koszty

Układ kosztów według rodzaju umożliwia ustalenie wysokości poniesionych przez Spółkę kosztów ogółem. Pokazuje też proporcje poszczególnych rodzajów kosztów Spółki jako całości.

Ewidencja kosztów według rodzaju służy głównie do celów statystycznych i porównawczych. Na kontach zespołu „4” ewidencjonowane są wszystkie koszty poniesione w danym roku sprawozdawczym, a następnie dopiero kwalifikowane są według rodzaju działalności, miejsca powstawania oraz okresu jakiego dotyczą.

Podział głównych grup kosztów rodzajowych na poszczególne podgrupy jest otwarty i wynika z bieżących potrzeb komórek organizacyjnych Spółki oraz potrzeb sprawozdawczych jednostki, a tym samym może być dowolnie rozszerzany.

2.2. Koszty według rodzaju działalności

Wszystkie ponoszone przez Spółkę koszty bieżącej działalności operacyjnej są związane z określonym jej rodzajem.

Z punktu widzenia rodzaju działalności dokonano podziału kosztów na:

- 1) koszty działalności podstawowej (antenowej),
- 2) koszty działalności usługowej,
- 3) koszty działalności produkcyjnej (producentckiej),
- 4) koszty działalności pomocniczej,
- 5) koszty działalności ogólnego zarządu,
- 6) koszty sprzedaży,
- 7) koszty zadań realizowanych ze środków specjalnie oznaczonych.

2.3. Koszty według miejsc ich powstawania

Celem tej klasyfikacji jest zwiększenie odpowiedzialności za utrzymanie kosztów na optymalnym poziomie w odniesieniu do realizowanych zadań, a także usprawnienie planowania oraz kontroli kosztów. Miejscem powstawania kosztów jest komórka organizacyjna Spółki. Miejsca powstawania kosztów zostały powiązane z rodzajami działalności Spółki. Komórki organizacyjne, które prowadzą różne typy działalności, kwalifikowane są odpowiednio do poszczególnych rodzajów.

Do kosztów działalności podstawowej (antenowej) zalicza się koszty zadań realizowanych przez:

- Program 1,
- Program 2,
- Program 3,
- Program Czwarty – Polskie Radio 24
- Polskie Radio dla Zagranicy,
- Programy cyfrowe,

Do kosztów działalności usługowej zaliczamy koszty zadań wykonywanych przez:

- Dział Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia w zakresie licencji,
- Agencję Reklamy,

Do kosztów działalności produkcyjnej (producentkiej) zalicza się koszty zadań realizowanych przez następujące komórki:

- Studio Reportażu i Dokumentu,
- Teatr Polskiego Radia,
- Naczelną Redakcję Programów Katolickich,
- Redakcję Audycji Religijnych,
- Radiowe Centrum Kultury Ludowej
- Orkiestrę Polskiego Radia w Warszawie,
- Dział Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia- w zakresie produkcji płyt oraz innych wydawnictw papierowych,
- Informacyjną Agencję Radiową – IAR,
- każdą inną komórkę organizacyjną w zakresie działalności wydawniczej.

Do kosztów działalności pomocniczej zalicza się koszty zadań wykonywanych na rzecz komórek organizacyjnych Polskiego Radia S.A. przez następujące komórki:

- Dział Transportu i Logistyki wchodzący organizacyjnie w skład Biura Administracyjnego,
- Biuro Informatyki i Telekomunikacji,
- Biuro Inwestycji i Zabezpieczenia Technicznego
- Biuro Technologii,
- Archiwum Polskiego Radia,
- Agencję Muzyczną Polskiego Radia - koszty ogólne,
- Dział Nagrań i Koncertów Agencji Muzycznej Polskiego Radia,
- Agencję Promocji,
- Biuro Programowe,
- Centrum Programów Wyspecjalizowanych.

Do działalności ogólnego zarządu zalicza się koszty niżej wymienionych komórek organizacyjnych:

- Biuro Zarządu,
- Biuro Audytu i Kontroli,
- Biuro Prawne,
- Biuro Współpracy z Zagranicą,
- Biuro do Spraw Bezpieczeństwa,
- Biuro Zamówień Publicznych,
- Biuro Finansów i Kadr,
- Biuro Administracyjne bez Działu Transportu i Logistyki.

2.4. Koszty w układzie kalkulacyjnym

Do celów kalkulacji i ewidencji kosztów Spółka przyjmuje się podział kosztów na koszty bezpośrednie i wydziałowe (pośrednie).

Przez koszty bezpośrednie należy rozumieć te koszty, które dotyczą jednostki produkowanego wyrobu (usługi) i mogą być w dokładny sposób, głównie na podstawie dokumentów źródłowych, odniesione na właściwy przedmiot kalkulacji. Do kosztów wydziałowych (pośrednich) zalicza się te koszty, które na podstawie dokumentów źródłowych nie mogą być odniesione na odpowiednie przedmioty kalkulacji i rozliczane są na odpowiednie przedmioty kalkulacji za pomocą odpowiednio dobranych kluczy podziałowych kosztów.

Poza kosztami bezpośrednimi i wydziałowymi wyodrębnia się również koszty sprzedaży. Są to koszty związane z czynnościami dokonywanymi po wydaniu wyrobów z produkcji lub z magazynu dla odbiorcy oraz z kosztami ponoszonymi w celu zapewnienia sprzedaży wyrobów gotowych. W związku z tym do typowych pozycji kosztów sprzedaży zaliczamy:

- koszty załadunku przewozu produktów dostarczanych przez Spółkę do odbiorcy,
- koszty obsługi zbytu, w tym koszty reklamy i udziału w targach,
- koszty obsługi poprodukcyjnej, np. koszty napraw gwarancyjnych i ewentualne rezerwy na te koszty,
- koszty reklamy prowadzonej w środkach masowego przekazu oraz innej skierowanej do masowego odbiorcy,
- prowizje pośredników.

Ewidencja kosztów w układzie kalkulacyjnym (konta):

w działalności podstawowej:	501	- koszty bezpośrednie,
	506	- koszty wydziałowe;
w działalności usługowej:	502	- koszty bezpośrednie,
	507	- koszty wydziałowe;
w działalności produkcyjnej	503	- koszty bezpośrednie,
	508	- koszty wydziałowe,
w działalności pomocniczej:	531	- koszty bezpośrednie i wydziałowe,

w działalności ogólnego zarządu:	551 - koszty bezpośrednie i wydziałowe,
koszt sprzedaży:	509 - koszty bezpośrednie
koszty dotacji, dopłat i dofinansowań:	510 - koszty bezpośrednie

2.5. Koszty według stopnia ich reagowania na zmiany rozmiarów produkcji

Wszystkie koszty z punktu widzenia ich reakcji na zmiany wielkości produkcji Spółka dzieli na koszty stałe i zmienne. Do kosztów stałych zalicza się te koszty, które niezależnie od zmian wielkości produkcji pozostają na prawie jednakowym poziomie. Reagują one nieznacznie lub w ogóle nie reagują na zmiany wielkości produkcji. Podział kosztów na stałe i zmienne przedstawiony jest w załączniku nr 1.

3. Zasady przypisywania kosztów.

Ewidencja wszystkich kosztów Spółki odbywa się z podziałem na zadania wyodrębnione. Przyjęto jednolitą zasadę numerowania zadań w Spółce. Kod zadania jest dziewięciodziesiętny.

W kosztach bezpośrednich komórek działalności podstawowej (antenowej) zadania wyodrębnia się głównie z uwagi na realizowane gatunki programowe, a mianowicie: informację, publicystykę, edukację, kulturę, rozrywkę i sport.

Ponadto w kosztach bezpośrednich działalności podstawowej wyodrębnia się zadania odpowiadające innym przedsięwzięciom jak np.: koszty rozpowszechniania oraz inne w miarę potrzeb.

W przypadku zadań własnych komórki, dwa pierwsze znaki kodu są oznaczeniem komórki, dwa kolejne miejsca wypełniono cyframi „0”, zaś kolejne pięć znaków to numer zadania. Przy czym w zadaniach dotyczących kosztów bezpośrednich działalności antenowej przedostatni znak zadania oznacza gatunek danego zadania (I - informacja, P - publicystyka, K - kultura, R - rozrywka, E - edukacja, S - sport).

W przypadku zadań zleconych, dwa pierwsze znaki kodu są oznaczeniem komórki organizacyjnej zlecającej zadanie, dwa kolejne określają komórkę realizującą zadanie, zaś następujących pięć członów kodu zadania tworzą identyfikator porozumienia produkcyjnego lub zamówienia usługi techniczno-realizacyjnej (czyli nr zadania). W tym przypadku również obowiązuje zasada, że przedostatnie miejsce kodu zadania przy zleceniach realizowanych dla komórek działalności podstawowej określa gatunek danego programu (I - informacja, P - publicystyka, K - kultura, R - rozrywka, E - edukacja, S - sport).

Dla ujednoczenia numeracji zadań przyjęto, że numery zadań akceptowane są przez Biuro Finansów i Kadr, a tam gdzie to jest możliwe lub konieczne zadania dostają wspólny kod (pięć ostatnich znaków) i tak m.in:

- koszty dotyczące rozpowszechniania programów ???80000,

- koszty wydziałowe ???99900.

W momencie rozliczenia koszty wydziałowe komórek działalności podstawowej zgromadzone na odpowiednich zadaniach rozlicza się na zadania w kosztach bezpośrednich proporcjonalnie do wysokości kosztów związanych z realizacją poszczególnych zadań.

Koszty bezpośrednie zadań (zleconych) realizowanych przez komórki działalności produkcyjnej i pomocniczej na zamówienie komórek programowych działalności podstawowej są przenoszone bezpośrednio w koszty tych komórek.

W przypadku podjęcia przez Zarząd decyzji o realizacji dodatkowych przedsięwzięć, których koszty powinny być odrębnie ewidencjonowane, mogą być tworzone komórki budżetowe na prawach zadań specjalnych.

Koszty wydziałowe komórek działalności usługowej na wyodrębnione zadania rozlicza się proporcjonalnie do wysokości kosztów bezpośrednich związanych z realizacją tych zadań.

W poszczególnych komórkach prowadzących sprzedaż i ponoszących koszty tej sprzedaży wyodrębnia się zadania „koszty sprzedaży” służące do ewidencji odpowiednio kosztu własnego sprzedanych produktów i usług wytworzonych lub zakupionych w celu dalszego zbycia przez Polskie Radio S.A.

Realizując obowiązek nałożony na Polskie Radio – S.A. artykułem 31a ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Spółka uznaje za koszty związane z działalnością, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy, koszty realizacji zadań programowych i około programowych realizowanych przez poszczególne komórki organizacyjne Spółki, łącznie z kosztami działalności produkcyjnej i pomocniczej oraz ogólnego zarządu.

W przypadku gdy koszty służą jednocześnie działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy i pozostałej działalności Spółki, przypisuje się je proporcjonalnie do danej działalności.

W przypadku, gdy te same zasoby są wykorzystywane w działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy i pozostałej działalności Spółki i nie jest możliwe przypisanie kosztów w sposób jednoznaczny, wówczas wspólne koszty przypisywane są w pełnej kwocie do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy.

4. Rozliczanie kosztów działalności pomocniczej

Dla pełnego obrazu kosztów działalności podstawowej, usługowej oraz kosztów ogólnego zarządu Spółka dokonuje rozliczenia kosztów działalności pomocniczej wskaźnikami określonymi kwartalnie przez komórki działalności pomocniczej zgodnie z faktycznym wykorzystaniem zasobów tych komórek do realizacji poszczególnych zadań. Poniżej określono podstawowe zasady do rozliczania kosztów bezpośrednich i wydziałowych działalności pomocniczej i produkcyjnej.

4.1. Rozliczenie kosztów Działu Transportu i Logistyki

Dział Transportu i Logistyki prowadzi we własnym zakresie ewidencję faktycznie przejechanych kilometrów przez poszczególne komórki organizacyjne w podziale na ilość przejechanych kilometrów „z kierowcą” i „bez kierowcy”.

Dział Transportu w terminie do 7-go dnia po każdym kwartale przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie faktycznie przejechanych kilometrów przez poszczególne komórki w podziale na „z kierowcą” lub „bez kierowcy” oraz wskaźniki rozliczenia poszczególnych pozycji kosztów rodzajowych, których nie jest możliwe bezpośrednie przypisanie na zadania określające koszty „z kierowcą” i „bez kierowcy”. W przypadku kosztów stałych, jak amortyzacja, czy ubezpieczenie przyjmuje się uproszczony podział kosztów na ww. rodzaje.

4.2. Rozliczenie kosztów Biura Inwestycji i Zabezpieczenia Technicznego

Podstawą rozliczenia kosztów Biura Inwestycji i Zabezpieczenia Technicznego jest udział procentowy ustalony według zajmowanej powierzchni przez poszczególne komórki organizacyjne.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Biuro Inwestycji i Zabezpieczenia Technicznego przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Biura na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

Powyższy sposób rozliczania nie dotyczy RCN w Solcu Kujawskim, który jest Oddziałem Polskiego Radia S.A.

4.3. Rozliczenie kosztów Biura Informatyki i Telekomunikacji

Podstawą rozliczenia kosztów Biuro Informatyki i Telekomunikacji-po pomniejszeniu o koszty sprzedaży zewnętrznej - stanowią następujące wskaźniki:

- dla usług telekomunikacyjnych - rozdzielenie kosztów związanych z eksploatacją satelitarnej stacji nadawczej na komórki programowe oraz ilość posiadanych uprawnień do telefonów stacjonarnych przez poszczególne komórki organizacyjne;
- dla usług informatycznych - ilość stanowisk komputerowych będących w użytkowaniu przez poszczególne komórki organizacyjne (uwzględniając podział na komputery produkcyjne i biurowe).

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Biuro Informatyki i Telekomunikacji przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Biura na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

4.4. Rozliczenie kosztów Biura Technologii

W terminie do 3-go dnia każdego miesiąca Biuro Technologii otrzymuje od dysponentów ewidencję czasu wykorzystania studiów, tj.:

- z Teatru PR,
- z Działu Nagrań i Koncertów AM.

Podstawą do rozliczenia kosztów Biura Technologii po pomniejszeniu o koszty sprzedaży zewnętrznej - stanowi zajętość studiów produkcyjnych, technologicznych i wozów transmisyjnych przez poszczególne komórki organizacyjne.

Powyższy sposób rozliczania nie dotyczy RCN w Solcu Kujawskim, który jest Oddziałem Polskiego Radia S.A.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Biuro Technologii przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Biura na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

4.5. Rozliczenie kosztów Archiwum PR

Podstawą rozliczenia kosztów Archiwum Polskiego Radia S.A. jest ilość wykonywanych usług na rzecz komórek organizacyjnych. Archiwum Polskiego Radia S.A. prowadzi we własnym zakresie ewidencję kosztów w podziale na zadania usługowe na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Archiwum Polskiego Radia S.A. przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Archiwum Polskiego Radia S.A. na poszczególne komórki.

4.6. Rozliczenie kosztów Agencji Muzycznej – koszty ogólne

Podstawą rozliczenia kosztów Agencji Muzycznej jest udział procentowy ustalony według zatrudnienia (w etatach) w działach wchodzących w skład Agencji, a mianowicie: Dziale Fonografii i Dziale Nagrań i Koncertów.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Agencja Muzyczna przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Agencji na poszczególne komórki.

4.7. Rozliczenie kosztów Działu Nagrań i Koncertów Agencji Muzycznej

Podstawą do rozliczenia kosztów zadań własnych Działu jest wysokość kosztów zadań zleconych realizowanych na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Działu Nagrań i Koncertów Agencji Muzycznej na poszczególne komórki i prowadzoną sprzedaż zewnętrzną.

4.8. Rozliczenie kosztów Agencji Promocji

Podstawą do rozliczenia kosztów zadań własnych Agencji Promocji jest ilość roboczogodzin przepracowanych przez pracowników Agencji na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

Koszty zadań dedykowanych poszczególnym komórkom lub zadaniom specjalnym istniejącym w strukturze organizacyjnej, przenosi się na konta przypisanej im działalności. Agencja Promocji prowadzi we własnym zakresie ewidencję roboczogodzin każdego pracownika związanych z wykonywaniem zadań na rzecz poszczególnych komórek organizacyjnych.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Agencja Promocji przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Agencji na poszczególne komórki

4.9. Rozliczenie kosztów Biura Programowego

Podstawą do rozliczenia kosztów Biura Programowego jest ilość godzin emisji na poszczególnych antenach ogólnokrajowych oraz programach cyfrowych.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Biuro Programowe przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów Biura na poszczególne komórki organizacyjne.

4.10. Rozliczenie kosztów Centrum Programów Wyspecjalizowanych

Podstawą rozliczenia kosztów Centrum Programów Wyspecjalizowanych jest udział procentowy ustalony według zatrudnienia (w etatach) w Programach Cyfrowych wchodzących w skład Centrum.

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Centrum Programów Wyspecjalizowanych przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie wskaźników będących podstawą do rozliczenia pełnych kosztów na poszczególne komórki.

Schemat rozliczania kosztów komórek zaliczanych do działalności pomocniczej stanowi załącznik nr 3a.

5. Rozliczanie kosztów komórek produkcyjnych (producenckich)

Koszty komórek zaliczanych do działalności produkcyjnej składają się z:

- kosztów ponoszonych na realizację audycji na rzecz poszczególnych zadań występujących w komórkach podstawowych (antenowych),
- kosztów zadań własnych,
- kosztów wydziałowych.

Koszty wydziałowe ponoszone przez komórki produkcyjne będą doliczane wskaźnikami procentowymi wynikającymi z kosztów bezpośrednich poniesionych na rzecz poszczególnych zadań.

Koszty zadań własnych w pełni przenoszone są na koszt własny sprzedaży tych zadań. Koszty te (o ile nie są kosztami związanymi z prowadzoną sprzedażą zewnętrzną) zaliczane są do kosztów działalności abonamentowej.

Schemat rozliczania kosztów komórek działalności produkcyjnej stanowi załącznik nr 3.

Szczególny sposób rozliczania kosztów działalności produkcyjnej dotyczy kosztów: Informacyjnej Agencji Radiowej - IAR

Koszty wydziałowe IAR rozlicza się proporcjonalnie do kosztów bezpośrednich zadań Informacyjnej Agencji Radiowej. Podstawą do rozliczenia kosztów Informacyjnej Agencji Radiowej jest struktura ilości minut wyemitowanych programów informacyjnych przez komórki antenowe (PR dla Zagranicy tylko Redakcja Polska).

W terminie do 7-go dnia po każdym kwartale Biuro Programowe przekazuje do Biura Finansów i Kadr zestawienie ilości minut wyemitowanego programu informacyjnego dla poszczególnych anten będących podstawą do rozliczenia kosztów Informacyjnej Agencji Radiowej - IAR

6. Rozliczenie Kosztów Działu Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia

Koszty bezpośrednio związane z produkcją płyt oraz innych wydawnictw fonograficznych, czy drukowanych gromadzone są na koncie działalności produkcyjnej z uwzględnieniem podziału na poszczególne tytuły. Koszty licencji gromadzone są na koncie działalności usługowej. Koszty wydziałowe Działu Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia gromadzi się łącznie.

Koszty wydziałowe względnie zmienne rozlicza się na poszczególne rodzaje produktów w stosunku do przeliczonej produkcji wyrobów gotowych.

Koszty względnie stałe uzasadnione mocami produkcyjnymi rozliczane są na poszczególne tytuły produktów, natomiast koszty względnie stałe nieuzasadnione mocami produkcyjnymi przenoszone są bezpośrednio w ciężar kosztu własnego produkcji.

Koszty licencji wraz z naliczonymi nań wydziałowymi kosztami względnie stałymi i względnie zmiennymi stanowią koszt własny wytworzenia licencji.

Przez uzasadnione moce produkcyjne należy rozumieć stosunek przeliczonej produkcji wyrobów gotowych do nakładu planowanego.

Przez przeliczoną produkcję wyrobów gotowych należy rozumieć stan zaawansowania projektu pomnożony przez nakład zatwierdzony do produkcji wyrobów gotowych. Dział Fonografii Agencji Muzycznej Polskiego Radia w terminie do 5 dni po każdym kwartale przekazuje do Biura Finansów i Kadr raport produkcji za dany okres sprawozdawczy (kwartał) załącznik nr 4 - w celu rozliczenia kosztów stałych oraz załącznik nr 5 -w celu rozliczenia kosztów zmiennych.

Powyższe zasady rozliczania kosztów produkcji płyt, wydawnictw fonograficznych i papierowych obowiązują również w przypadku gdy za produkcję tych wydawnictw odpowiada inna niż Agencja Muzyczna komórka organizacyjna Spółki. Narzuty kosztów wydziałowych naliczane są zgodnie z opisaną powyżej procedurą.

7. Postanowienia końcowe.

Koszt wytworzenia stanowi:

- w działalności podstawowej i usługowej sumę kosztów bezpośrednich (zadań realizowanych przez te komórki; w tym komórki programowe wraz z kosztami przeksięgowanymi z komórek zaliczanych do działalności produkcyjnej) i wydziałowych tych komórek wraz z przypadającymi kosztami komórek działalności pomocniczej;
- w działalności produkcyjnej - koszt wytworzenia płyt, fonogramów, książek oraz innych wydawnictw papierowych PR S.A. - koszty bezpośrednie oraz koszty wydziałowe zmienne i uzasadnioną część kosztów wydziałowych stałych po rozliczeniu komórek działalności pomocniczej.

Koszty realizacji umów rozliczanych w formie kompensat ewidencjonowane są z uwzględnieniem występujących zadań w komórkach organizacyjnych i stanowią koszt własny sprzedaży zewnętrznej.

Koszty ogólnego zarządu stanowią sumę kosztów zadań komórek organizacyjnych zaliczanych do tej działalności wraz z naliczonymi na nie kosztami działalności pomocniczej.

Koszty realizacji zadań finansowanych z dotacji i środków budżetowych Państwa oraz środków unijnych, czy w ramach pomocy publicznej ewidencjonowane są w podziale na część finansowaną przez beneficjenta i oddzielnie jako finansowane przez Spółkę chyba, że ustalenia pomiędzy stronami nie narzucają takich podziałów. Koszty finansowane przez beneficjenta ewidencjonowane są na wydzielonym zadaniu przypisanym do konta 510, a koszty finansowane przez Spółkę odpowiednio na kontach zespołu 5 przypisanych dla danej komórki organizacyjnej w ramach prowadzonego przez nią rodzaju działalności.

Na zadaniach określających koszty realizacji zadań finansowanych ze środków budżetowych Państwa oraz środków unijnych, czy w ramach pomocy publicznej ewidencjonowane są wszelkie koszty bezpośrednie oraz koszty pośrednie realizowane przez komórki organizacyjne działalności pomocniczej, usługowej czy ogólnego zarządu, jak też narzuty tych kosztów Jeśli

wynika to z zawartych pomiędzy stronami ustaleń, przypisany numer zadania jest również identyfikatorem wydatków związanych z realizacją zadania.

W szczególnych, uzasadnionych przypadkach, gdy koszty zadania zleconego przez kontrahenta zewnętrznego obejmują tylko koszty bezpośrednie, możliwe jest nie naliczanie narzutów kosztów wydziałowych i działalności pomocniczej (m.in. projekt Euranet).

Koszty sprzedaży zewnętrznej realizowanej przez niektóre z komórek zaliczanych do działalności pomocniczej i ogólnego zarządu stanowią koszt własny sprzedaży zewnętrznej.

Koszt własny sprzedanych produktów danej komórki organizacyjnej jest sumą kosztu wytworzenia wraz z przypadającymi nań kosztami innych komórek organizacyjnych wynikającymi z rozliczeń według niniejszej instrukcji oraz narzutu kosztów ogólnego zarządu.

Po podzieleniu kosztu własnego sprzedanych produktów przez właściwy dla danej komórki organizacyjnej miernik ilościowy (godziny, minuty, kilometry) otrzymujemy koszt jednej jednostki kalkulacyjnej.

W przypadku zmian w strukturze organizacyjnej Polskiego Radia S.A. w zakresie działalności podstawowej – naliczenie kosztów na poszczególne zadania/przedsięwzięcia będzie proporcjonalne do ilości dni roboczych w danym okresie rozliczeniowym wg obowiązującej struktury organizacyjnej.

8. Oddział Polskiego Radia

Oddział Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim prowadzi własną ewidencję kosztów i rozlicza koszty według zasad przyjętych i opisanych przez Dyrektora Oddziału z uwzględnieniem zadań i kosztu własnego sprzedaży zewnętrznej, po uzyskaniu pisemnej akceptacji Głównego Księgowego Polskiego Radia S.A. i nie mogą one stać w sprzeczności z zasadami zawartymi w niniejszej Instrukcji. Koszty bieżącej działalności Oddziału ujmowane są w całości jako koszt wytworzenia sprzedanych produktów.

Załącznik nr 1 - Wykaz kosztów stałych i zmiennych.

Do kosztów względnie stałych zaliczamy następujące rodzaje kosztów:

- amortyzację,
- koszty rozpowszechniania (emisja, częstotliwość naziemna, przekaz satelitarny, połączenia kablowe, emisja cyfrowa, częstotliwość cyfrowa),
- energię,
- opłaty za gaz, co, cw, zw,
- składki do organizacji międzynarodowych i krajowych,
- osobowy fundusz płac wraz z pochodnymi,
- inne wynagrodzenia,
- odpis na Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych,
- odpis na PFRON,
- prawa autorskie i pokrewne - ryczałt w podziale na:
 - ZAiKS „małe prawa” - ryczałt
 - prawa pokrewne, w tym:
 - ZASP
 - STOART
 - ZPAV
 - SAWP
 - STL,
- podatki i opłaty.

Pozostałe koszty uznajemy za koszty zmienne.

Załącznik nr 2 - Słownik pojęć i zasady księgowania

Pod następującymi rodzajami kosztów rozumie się:

- 1) **usługi telekomunikacyjne** - są to opłaty za korzystanie z telefonów stacjonarnych, telefonów komórkowych i usług internetowych,
- 2) **zakup programów u innych producentów** - są to zakupy programów dokonywane u innych producentów np. prognoza pogody w IMiGW, zakup usług dziennikarskich w firmach świadczących ten rodzaj usług z wyłączeniem zakupów w rozgłośniach radiowych publicznych itp.,
- 3) **zakup usług w rozgłośniach regionalnych** - są to wszystkie rodzaje usług zakupione w jednostkach radiofonii publicznej, czyli zakup programów o charakterze ogólnopolskim oraz wynajem studia w tych rozgłośniach itp. z wyjątkiem transmisji sportowych traktowanych jako łącza oraz wynajem studia na inne cele niż programowe (np. wynajem studia na próby przez Chór PR),
- 4) **transmisje** - są to usługi realizowane przez kontrahentów zewnętrznych w zakresie doraźnych połączeń poprzez satelitę lub kabel naziemny w celu nadania na antenie transmisji z różnego rodzaju imprez plenerowych.

Podatek od towarów i usług VAT nie podlegający odliczeniu i wynikający ze wskaźnika rozliczenia struktury - znajdujący się w kosztach stałych w pozycji „podatki i opłaty” - jest ewidencjonowany w Biurze Finansów i Kadr. Podatek od towarów i usług (VAT), który nie podlega odliczeniu z przepisów prawa lub decyzji spółki, obciąża te koszty rodzajowe do których zakwalifikowano wartość netto wydatku.

Koszty rozpowszechniania programu stanowią koszty bezpośrednie obejmujące koszty emisji (analogowej, cyfrowej, teleinformatycznej), opłat za używanie częstotliwości, przekazu satelitarnego oraz dzierżawy łącza kablowych. Koszty te rozliczane są przez kompetentne komórki organizacyjne w zakresie emisji i opłat za używanie częstotliwości oraz przekazu satelitarnego i dzierżawy łącza kablowych na podstawie otrzymanych od kontrahentów zewnętrznych faktur obciążeniowych.

Koszty tantiem na rzecz ZAiKS z tytułu „małych praw” (ryczałt) od wpływów związanych z działalnością nadawczą ewidencjonowane są w sposób następujący:

- w zakresie wpływów ze sprzedaży usług przez Polskie Radio dla Zagranicy na rzecz MSZ lub innych kontrahentów- odpowiedni procent wynikający z zawartej umów - na Polskie Radio dla Zagranicy lub inną komórkę organizacyjną której dotyczy sprzedaż. Następnie kwota ta jest rozliczana na poszczególne gatunki programowe strukturą procentową wynikającą z kosztów zmiennych w tych gatunkach, które zostały przyjęte w planie programowo-finansowym zatwierdzanym przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji,
- w zakresie pozostałych wpływów na programy ogólnokrajowe według proporcji planowanych budżetów kosztów zmiennych w tych komórkach. Po czym koszty przypisane programom są rozliczane na gatunki programowego strukturą wynikającą z planowanych kosztów zmiennych w tych gatunkach.

Koszty tantiem na rzecz stowarzyszeń zarządzających prawami autorskimi i pokrewnymi, tj. ZPAV, STOART, SAWP, ZASP i STL są rozliczane w sposób następujący:

- koszty ponoszone na rzecz każdego stowarzyszenia są rozliczane na poszczególne programy zgodnie z wykorzystaniem w roku poprzednim,

- rozliczone koszty każdego stowarzyszenia na rzecz poszczególnych programów są następnie rozliczane na gatunki programowe strukturą wynikającą z minutażu wykorzystania utworów w tych gatunkach programowych w roku poprzednim.

Załącznik nr 3 - Rozliczenie produkcji komórek działalności produkcyjnej

Wyszczególnienie	Studio Reportażu i Dokument	Teatr	Naczelna Redakcja Program. Katolick	Redakcja Audycji Religijn	Radiowe Centrum Kultury Ludowej	Orkiestra Polskiego Radia w Warszawie	Inform. Agencja Radiowa
1	2	3	4	5	9	10	11
Program 1	x	x	x	x	x	x	x
Program 2	x	x	x	x	x	x	x
Program 3	x	x	x	x	x	x	x
Program Czwarty PR24	x	x	x	x	x	x	x
Polskie Radio dla Zagranicy			x				x
Programy cyfrowe	x	x	x	x			x

Załącznik nr 3a Rozliczenie kosztów działalności pomocniczej

Wyszczególnienie	Dział Transp *)	BIiZT	BIiT	B T	Archiwum PR	Ag. Muzyczna -k. ogólne	D N i K Ag. Muzycznej	Agencja Promocji	Biuro Progr.	CPW
Program 1		X	X	X	X		X	X	X	
Program 2		X	X	X	X		X	X	X	
Program 3		X	X	X	X		X	X	X	
Program Czwarty –Polskie Radio 24		X	X	X	X		X	X	X	
Polskie Radio dla Zagranicy		X	X	X	X		X	X		
Programy cyfrowe		X	X	X	X		X	X	X	X
Studio Reportażu i Dokumentu		X	X	X	X			X		
Teatr PR		X	X	X	X			X		
N R Programów Katolickich		X	X	X	X			X		
Redakcja Audycji Religijnych		X	X	X	X			X		
Radiowe Centrum Kultury Ludowej		X	X	X	X			X		
Orkiestra Polskiego Radia w Warszawie		X	X	X	X			X		
Agencja Reklamy		X	X	X	X			X		
Dział Fonografii AM PR		X	X	X	X	X				
Dział Transportu i Logistyki Biura Administracyjnego										
Biuro Informatyki i Telekom.		X								
Buro Inf. i Telekom. - sprzedaż		X								
Biuro Technologii		X	X							
Biuro Technologii - sprzedaż		X	X							
Biuro Inwest. i Zabezpiecz. Techn.			X							
Biuro Inwest. i Zabezp.Techn. - sprzedaż										
Agencja Muzyczna PR – k. ogólne		X	X	X						
Dział Nagrań i Koncertów AM PR		X	X	X		X				
Dział Nagrań i Koncertów AM PR - sprzedaż										
Centrum Programów Wyszczególnionych		X	X	X	X			X		
Biuro Zarządu		X	X	X	X			X		
Biuro Audytu i Kontroli		X	X	X	X					
Biuro Współpracy z Zagranicą		X	X	X	X			X		
Biuro do Spraw Bezpieczeństwa		X	X	X	X			X		
Biuro Zamówień Publicznych		X	X	X	X			X		
Agencja Promocji		X	X	X	X					
Biuro Programowe		X	X	X	X			X		
Biuro Finansów i Kadr		X	X	X	X			X		
Biuro Administracyjne		X	X	X	X					
Biuro Administracyjne - sprzedaż										
Archiwum PR		X	X	X						
Informacyjna Agencja Radiowa		X	X	X				X		

*) - wszystkie komórki organizacyjne Polskiego Radia korzystające z transportu wewnętrznego

Załącznik nr 4 - Raport produkcji

RAPORT PRODUKCJI W MIESIĄCU..... 20..... roku

Numer projektu (FK)	numer ewidenc	tytuł wydawnictwa	procent zaawansowania			nakład planowany	nakład zatwierdz. do produkcji	przeliczenie produkcji w toku na wyroby gotowe	ilość przyjęta do magazynu w danym okresie rozliczen.
			na koniec poprzedn. okresu rozliczen	Stan zaawansowania projektu na koniec okresu rozliczen.	Przyrost w danym okresie rozliczen.				

Załącznik nr 5 Ogólna Karta Pracy przy produkcji płyt oraz innych wydawnictw papierowych przez komórki organizacyjne za miesiąc 20...roku

lp	Numer projektu (FK)	Numer ewidencyjny	Tytuł wydawnictwa	ilość godzin pracy pracowników komórki organizacyjnej realizującej produkcję wydawniczą	Rozliczenie kosztów zmiennych
A	Razem				
B	Pozostałe godziny wykorzystane poza produkcją powyższych tytułów				
C	Ogółem ilość godzin przepracowanych przez wszystkich pracowników w danym miesiącu (A+B)				
D	Udział procentowy godzin produkcyjnych w całości godzin (A/C				

E. Wytyczne dotyczące sposobu wykorzystania nadwyżki, o której mowa w art. 31 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji

Zgodnie z wytycznymi dla spółek, w których prawa z akcji lub udziałów wykonuje Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, tj. w spółach publicznej radiofonii i telewizji nie przysługuje prawo do udziału w zysku Skarbowi Państwa.

Na umotywowany wniosek Zarządu, zysk netto może być podzielony w następujący sposób:

- a) minimum 80% kwoty zysku netto z przeznaczeniem na kapitał zapasowy lub na pozostałe kapitały rezerwowe (cele rozwojowe),
- b) maksimum 20% kwoty zysku netto z przeznaczeniem na inne cele (wypłaty nagród z zysku wraz z obciążeniami i zasilenie ZFŚS), pod warunkiem uzyskania dodatniego wyniku na podstawowej działalności spółki.

W przypadku pozostawania nadwyżki środków abonamentowych w danym roku kalendarzowym Spółka przeznaczy ją na realizację misji publicznej w kolejnych okresach, zgodnie z art. 21 ust.1. Nadwyżka ta będzie w głównej mierze przeznaczana na koszty tworzenia programów ogólnokrajowych bądź programów wyspecjalizowanych w zależności od potrzeb wynikających z niedoborów w ich finansowaniu.