

**INFORMACJA**  
**O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH**  
**RADIOFONII I TELEWIZJI**

---

## SPIS TREŚCI

	str.
<b>I. Stan radiofonii i telewizji w Polsce – fakty i liczby .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Radiofonia i telewizja publiczna .....</b>	<b>1</b>
Stan bazy technicznej radiofonii w Polsce.....	1
Monitoring techniczny radiowych nadawców publicznych.....	4
Stan bazy technicznej telewizji publicznej .....	6
<b>B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana.....</b>	<b>7</b>
Koncentracja kapitałowa na rynku nadawców koncesjonowanych.....	7
Sytuacja ekonomiczna nadawców koncesjonowanych.....	10
Sytuacja ekonomiczna koncesjonowanych nadawców radiowych, prowadzących działalność w formie spółek prawa handlowego .....	12
Monitoring techniczny radiowych nadawców koncesjonowanych .....	14
Sytuacja ekonomiczno – finansowa koncesjonowanych nadawców telewizyjnych.....	14
Rynek nadawców telewizyjnych i operatorów satelitarnych „platform cyfrowych” .....	15
Rynek telewizji kablowych.....	17
<b>C. Perspektywy rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej .....</b>	<b>19</b>
Radiofonia cyfrowa.....	19
Telewizji cyfrowa DVB.....	20
<b>II. Działalność programowa nadawców.....</b>	<b>23</b>
<b>A. Rynek telewizyjny i oferta programowa w 2002 roku .....</b>	<b>23</b>
Oferta programowa telewizji .....	23
Profile programowe poszczególnych nadawców: podobieństwa i różnice.....	31
TVP 3 Regionalna.....	32
Realizacja szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego przez Telewizję Polską S.A.....	37
Realizacja przepisów art.15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji przez nadawców programów telewizyjnych.....	44
Wybrane koncesjonowane telewizyjne programy satelitarne .....	54
Platformy cyfrowe .....	57
Program satelitarny telewizji publicznej – TV Polonia .....	57
Rynek telewizyjny w Polsce w 2002 roku .....	60
<b>B. Rynek radiowy i oferta programowa w 2002 roku .....</b>	<b>65</b>
Polskie Radio S.A. ....	65
Oferta programowa programów ogólnopolskich Polskiego Radia S.A. ....	68
Rozgłoszenie regionalne radia publicznego .....	71
Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji.....	73
Programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym .....	79
Rynek radiowy w 2002 roku .....	87

---

---

<b>C. Analizy problemowe.....</b>	<b>90</b>
Audycje edukacyjno - poradnicze oraz literackie i formy udramatyzowane w programach rozgłośni regionalnych radia publicznego .....	90
Obecność w programach nadawców publicznych, radiowych i telewizyjnych, audycji poświęconych kulturze .....	91
Sposób relacjonowania szczytu UE w Kopenhadze w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej -TVP 1 i TVP 2, oraz koncesjonowanej - TVN, TVN 24, POLSAT .....	109
Obecność w programach telewizji publicznej -TVP 3 Regionalna audycji adresowanych do mniejszości narodowych i etnicznych, emitowanych w języku polskim .....	118
Analiza audycji typu reality show pt. „Bar” w telewizji Polsat.....	120
Analiza audycji pt. „Mann i Manuela” w Programie 3 Polskiego Radia.....	124
Sposób relacjonowania obrad Sejmowej Komisji Śledczej w audycjach informacyjnych wyemitowanych w dniach 8-11 lutego 2003 roku w telewizji publicznej -TVP 1 i TVP 2. ....	125
<b>III. Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych .....</b>	<b>132</b>
Przychody abonamentowe.....	132
Przychody z reklamy .....	139
Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 2000 – 2002 .....	145
Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji .....	157
Wpływy abonamentowe i ich podział na 2002 rok .....	157
<b>IV. Analiza i perspektywy rozwoju rynku reklamowego.....</b>	<b>160</b>
<b>V. Międzynarodowy kontekst działalności radiowej i telewizyjnej .....</b>	<b>167</b>
Debata publiczna nad nowelizacją Dyrektywy o telewizji bez granic- prawdopodobne scenariusze zmian na europejskim rynku audiowizualnym.....	167
Nowe wyzwania: pakiet dyrektyw UE dotyczący komunikacji elektronicznej .....	173
Prace grup ekspertów w Radzie Europy .....	177
Działalność Eureka Audiowizualnej i Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego .....	185
Program wspierania produkcji audiowizualnej MEDIA PLUS.....	187

### **Spis map**

#### **Mapy przedstawiające przybliżone zasięgi stacji publicznej radiofonii i telewizji:**

- Polskie Radio – Program I
  - Polskie Radio – Program II
  - Polskie Radio – Program III
  - Polskie Radio – Program IV (Radio BIS)
  - Polskie Radio – program regionalny
  - TVP 1
  - TVP 2
  - TVP 3 Regionalny
-

## **I. STAN RADIOFONII I TELEWIZJI W POLSCE – FAKTY I LICZBY**

### **A. Radiofonia i telewizja publiczna**

#### **Stan bazy technicznej radiofonii w Polsce**

##### ***Baza nadawcza***

Radiofonia publiczna w Polsce to Polskie Radio S.A. – rozgłośnia centralna nadająca programy ogólnopolskie i program dla zagranicy oraz 17 spółek regionalnych nadających 17 różnych programów na obszarach swojego działania, określonych uchwałą KRRiT nr 497 z 1998 roku.

Polskie Radio S.A. dysponuje obecnie następującymi możliwościami nadawczymi:

- częstotliwością 225 kHz oraz 32 częstotliwościami (w tym 16 o mocy większej lub równej 1 kW) z zakresu 87,5 – 108 MHz dla emisji Programu I;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz funkcjonującą w oparciu o 42 stacje nadawcze (w tym 39 o mocy większej lub równej 1 kW), na których emitowany jest Program II. Czasowo 6 stacji nadaje Program IV Radio BIS. Dodatkowo Program II jest nadawany na jednej częstotliwości przydzielonej do rozpowszechniania Programu IV Radio BIS ;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz złożoną z 40 stacji nadawczych (w tym 38 stacji o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu III;

- częstotliwością 198 kHz z zakresu fal długich, zlokalizowaną w Raszynie, oraz siecią nadawczą w zakresie 87,5 – 108 MHz, będącą w trakcie realizacji, złożoną obecnie z 31 stacji nadawczych (w tym 21 o mocy większej lub równej 1 kW), dla emisji Programu IV Radio BIS. Czasowo Program IV Radio BIS jest dodatkowo nadawany z wykorzystaniem 6 stacji Programu II, a na jednej częstotliwości Programu IV Radio BIS jest nadawany Program II.

Polskie Radio S.A. dla potrzeb emisji poza granice kraju wykorzystuje kilkanaście częstotliwości krótkofalowych.

Regionalne sieci radia publicznego wykorzystują w sumie 73 stacje nadawcze, w tym 64 stacje o mocy równej lub większej od 1 kW.

Na początku 2002 roku został uruchomiony przez Spółkę TP EmiTel Sp. z o.o. obiekt nadawczy dużej mocy Iława Kisielice, w którym ulokowane zostaną trzy częstotliwości dla potrzeb Polskiego Radia S.A. Do chwili obecnej dokonano rezerwacji częstotliwości do emisji programu IV – Radio BIS. Przewidziane jest również uruchomienie tam częstotliwości do emisji programu regionalnego Radio Olsztyn S.A. W czwartym kwartale ubiegłego roku zakończona została modernizacja obiektu RTON Szczawnica Przehyba, co pozwoli na poprawę zasięgu radia publicznego. Pod koniec roku 2002 oddany został do użytku obiekt dużej mocy RTCN Przysucha – Kozłowiec, gdzie przewidziano uruchomienie dwóch częstotliwości do emisji Programu I oraz Programu IV – Radio BIS. Planowane jest również przeniesienie na ten obiekt częstotliwości z Radomia wykorzystywanej przez Radio dla Ciebie S.A.

Aktualne zasięgi programów ogólnopolskich i regionalnych radia publicznego przedstawiono na mapach stanowiących załącznik do „Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w Polsce”.

### ***Baza studyjna***

Bazę studyjną radiofonii publicznej, na którą składa się siedemnaście stacji regionalnych oraz Polskie Radio S.A., w większości przypadków tworzą urządzenia profesjonalne wysokiej klasy, zarówno analogowe jak i coraz częściej cyfrowe. Sprzęt cyfrowy stopniowo wypiera urządzenia analogowe. Nieliczne są przypadki występowania zintegrowanej i całkowicie cyfrowej bazy studyjnej. Najczęściej występuje środowisko mieszane – w którym eksploatowane są urządzenia analogowe i cyfrowe. Jednak coraz więcej ośrodków planuje zakup i instalację nowoczesnej „technologii radiowej” rozumianej jako kompletny, zsieciovany system komputerowy z odpowiednim oprogramowaniem, pozwalający na realizację produkcji i emisji programów radiowych. Obecnie powszechnym modelem jest występowanie zestawów urządzeń: konsoly analogowej bądź cyfrowej i towarzyszących jej, również analogowych lub cyfrowych, urządzeń odczytujących i zapisujących oraz urządzeń do obróbki sygnału. Używane są więc zarówno analogowe magnetofony studyjne, stereofoniczne i wielośladowe jak i cyfrowe odtwarzacze CD, nagrywarki CD-R, magnetofony DAT (MD). Urządzenia efektowe (procesory dźwięku, procesory sygnałowe, procesory emisyjne) od kilkunastu lat są wyłącznie cyfrowe, mimo iż mogą mieć wejścia i wyjścia analogowe. Stopniowo wchodzi również do studiów radiowych komputery w postaci stanowisk montażowych i emisyjnych. We wszystkich ośrodkach radia publicznego zachodzi ciągła wymiana, realizowana w miarę możliwości finansowych,

dotychczas używanych urządzeń analogowych na ich odpowiedniki cyfrowe. Coraz częściej w bieżących i planowanych zakupach ośrodków obok mikrofonów, magnetofonów, stołów mikserskich pojawiają się specjalizowane pozycje takie jak serwery, koncentratory, routery, komputerowe stacje robocze, cyfrowe rejestratory reporterskie, kodery RDS. Większość ośrodków samodzielnie realizuje budowę własnych komputerowych sieci strukturalnych i lokalnych dołączając do niej posiadane urządzenia. Alternatywnym rozwiązaniem jest zakup całego systemu sieci, stacji roboczych i urządzeń studyjnych, jak to uczyniono w Koszalinie. Rozwiązanie to jest najlepsze w przypadku, gdy kupuje się taki system w firmie będącej jednocześnie sprzedawcą urządzeń i profesjonalnym integratorem systemu o odpowiednim doświadczeniu i możliwościach. Jest to obecnie oddzielna i bardzo poszukiwana specjalność. System zintegrowany ma tę kapitalną zaletę, że pracuje na jednolitym i sprawdzonym oprogramowaniu. System powstały metodą „krok po kroku” często korzysta z wielu programów, które niekoniecznie muszą być kompatybilne. Obecnie poszczególne ośrodki pracują z wieloma różnymi programami do produkcji, montażu, i emisji. Programy te są różnej klasy np. od półprofesjonalnego Sound Forge po w pełni profesjonalny Pro Tools.

Komputeryzacja i praca w sieci oznacza jednocześnie dostęp i obecność stacji w Internecie. Wszystkie ośrodki korzystają obecnie z sieci internetowej, w której mają swoje witryny, a wiele z nich wprowadza również do sieci swój sygnał w formacie „real audio”. Coraz częściej również wykorzystywane są inne nowoczesne środki łączności jakimi są cyfrowe łącza ISDN.

Oprócz ciągłego unowocześniania i komputeryzacji sprzętu stacjonarnego ośrodki starają się również modernizować swoje urządzenia przenośne, tworzące bazę reporterską lub stanowiące wyposażenie wozów dźwiękowych czy transmisyjnych. Coraz częściej w pracy typowo reporterskiej są używane rejestratory MD (MiniDisk) a nawet najnowsze rejestratory HDD lub rejestratory „flash”. W wozach transmisyjnych zamienia się konsolety analogowe na cyfrowe, korzysta z nowoczesnych mikrofonów bezprzewodowych, a łączność ze studiem zestawia się za pomocą przenośnego zestawu satelitarnego, korzysta się również z adaptowanych zestawów GSM.

Technika satelitarna znajduje swoje zastosowanie w próbach rozwiązania problemów dosyłu modulacji do nadajników. Z uwagi na wysokie koszty łączy dzierżawionych niektóre ośrodki przechodzą na dosył satelitarny, mimo że nie jest to tak pewne rozwiązanie jak połączenie cyfrowym traktem poprzez kabel światłowodowy.

Radiofonia publiczna znajduje się, w porównaniu z konkurencyjną radiofonią koncesjonowaną, w specyficznej sytuacji. Musi dbać o odpowiedni poziom techniczny, to znaczy kupować i modernizować systemy i urządzenia oraz zajmować się dotychczasowym wyposażeniem. Wiele ośrodków regionalnych mieści się w obiektach wybudowanych w latach trzydziestych czy w latach pięćdziesiątych. Takie obiekty wymuszają rokroczne inwestowanie w modernizacje budowlane, adaptacje (zwłaszcza drogie adaptacje akustyczne) i utrzymywanie często nadmiernie rozbudowanej i przestarzałej bazy technicznej.

Oddzielnym i specyficznym dla nadawców publicznych problemem jest problem archiwizacji posiadanych zasobów. Nadawcy koncesjonowani od początku działalności posługują się archiwami elektronicznymi (płyty CD, CD-R, MD), nadawcy publiczni mają olbrzymie fonoteki, które w wielu przypadkach zawierają bezcenne pozycje (taśmy 1/4 cala, kasety, płyty winylowe, płyty szelakowe, kasety, a nawet woskowe wałki). Często takie nośniki wymagają jak najszybszego przepisania na bardziej trwałą nośnik (wiąże się to z zapewnieniem odpowiedniej aparatury odtwarzającej), a po przepisaniu wymaga

profesjonalnie wykonanej rekonstrukcji. Równie ważne jest ustalenie jednolitego formatu zapisu takich materiałów w postaci cyfrowej. Format taki powinien uwzględniać odpowiednie „metadane” potrzebne do korzystania z tego materiału w przyszłości i do jego wymiany z innymi ośrodkami. Wydaje się, że odpowiednim formatem będzie tu „bwf”, urządzenia rejestrujące zaś to macierze pamięciowe połączone na przykład ze streamerami DLT.

### **Monitoring techniczny radiowych nadawców publicznych**

W czerwcu 2001 roku KRRiT zakupiła przyrząd pomiarowy DFMA 02 francuskiej firmy Audemat, służący do pomiarów najważniejszych parametrów technicznych stacji radiowych. W połączeniu z komputerem klasy PC przyrząd ten tworzy stacjonarne (PC typu desktop) lub przenośne (PC typu notebook) stanowisko pomiarowe, umożliwiające wykonywanie pomiarów oraz ich dalszą obróbkę.

Standardowy monitoring techniczny polega na wykonaniu skanowania, odbiornik wykrywa wówczas wszystkie stacje odbierane w danym miejscu, a następnie na pomiary natężenia pola badanych stacji i pomiary parametrów technicznych odbieranego sygnału, dewiacji sygnału MPX, gęstości modulacji, wartości szczytowych sygnału MPX i ewentualnie parametrów akustycznych sygnału po demodulacji.

Pomiary te służą bezpośrednio do oceny słyszalności danej stacji w miejscu pomiaru. Pozwalają też przy znajomości parametrów nadajnika i systemu antenowego, na pośrednią ocenę charakterystyki promieniowania oraz ocenę wpływu sąsiednich stacji. Pomiary wykonywane zestawem Audemat-notebook zainstalowanym w samochodzie mają tę zaletę, że dość dokładnie aproksymują rzeczywiste warunki odbioru mierzonych stacji, z jakimi ma do czynienia przeciętny słuchacz, zwłaszcza zmotoryzowany.

Bardzo ważnym parametrem jest wartość dewiacji sygnału MPX, która nie powinna w żadnym przypadku przekraczać  $\pm 75$  kHz. Należy stwierdzić, że w większości przypadków zarówno u nadawców publicznych jak i koncesjonowanych ten parametr (wpływający istotnie na zakłócenia sąsiednich stacji) ma znacznie przekroczoną wartość, często dwukrotnie powyżej normy.

Pracownicy Departamentu Techniki w Biurze KRRiT wykonali wiele pomiarów w Warszawie oraz w terenie. W 2001 roku pomierzono parametry techniczne stacji radiowych nadających program w Warszawie oraz okolicach Radomska, Częstochowy, Piotrkowa Trybunalskiego, Radomia, Krosna, Rzeszowa, Przemyśla, Sanoka, Lublina, Kielc, Sandomierza, Tarnobrzegu, Knurowa, Raciborza, Wodzisławia Śląskiego, Pszczyny, Bielska-Białej, Zabrza, Bytomia, Katowic oraz Łodzi.

W kwietniu 2002 roku pomierzono stacje radiowe pracujące w Katowicach, Oświęcimiu, Brzeszczach, Pszczynie, Czechowicach-Dziedzicach, Bielsko-Białej, Skoczowie, Dębowcu, Hażlachu, Cieszynie i Goleszowie. Badany region kraju ze względu na ukształtowanie terenu utrudniające propagację fal radiowych oraz położenie blisko granicy państwa należy do regionów trudnych. O ile w Katowicach czy Oświęcimiu liczba stacji

radiowych wykryta podczas skanowania wyniosła 18 – 28, to w okolicach położonych bliżej granicy liczba stacji dochodziła do 42 (gmina Jaworze), 46 (Skoczów) czy nawet 47 (Cieszyn). W tym ostatnim przypadku 32 odbierane stacje (68% ogółu) były stacjami obcymi, czeskimi bądź słowackimi, w innym miejscu stacje obce stanowiły 71% stacji obecnych w eterze.

Inną charakterystyczną cechą, występującą zwłaszcza w terenach pofałdowanych, jest występowanie miejsc dobrego i złego odbioru stacji radiowych. Zdarzały się więc sytuacje, w których w pewnych miejscach wyraźnie dominującą była stacja obca, nadająca w sąsiednim kanale względem przytłumionej stacji polskiej. Zdarzało się tak w niektórych miejscach w okolicach Cieszyna, gdzie słyhać było dobrze stację obcą nadającą na częstotliwości 106,8 MHz, nie była natomiast słyszalna stacja polska, nadająca na 106,7 MHz.

Stacje nadające w tym rejonie często wyraźnie przekraczały dopuszczalne wartości dewiacji sygnału MPX (+/- 75 kHz) oraz pilota (+/- 7,5 kHz). Przeciętnie sygnał MPX był modulowany do +/- 90 kHz, w sporadycznych przypadkach przemodulowanie sięgało nawet +/- 150 kHz (+ 6 dB), co jest absolutnie niedopuszczalne. Były również i stacje o wzorowo ustawionych parametrach technicznych emisji, ale niestety, należały one do wyjątków.

W listopadzie 2002 roku wykonano pomiary parametrów technicznych stacji radiowych nadających swe programy w okolicach Ławy. Pomiary wykonano w miejscowościach: Brodnica, Nowe Miasto Lubawskie, Ława i Prabuty. Poza przypadkiem pomiaru w terenie otwartym – 4 km za Ławą – gdzie wartości natężenia pola stacji nadawczych wypadały w pobliżu 60 dB/μV (70 dBV/m) w większości przypadków poziom mierzonych stacji oscylował w przedziale 30 – 40 dB/μV. Ponadto w terenie o rzeźbie pagórkowatej charakterystyczne było występowanie odbioru sygnału z wieloma odbiciami (współczynnik odbić powyżej 4%). Na ogólną liczbę 22 pomiarów parametrów AF (modulacja sygnału MPX, pilota i RDS oraz histogramy i gęstości modulacji) zaledwie w trzech przypadkach uzyskano 0% współczynnika odbić, w pięciu pozostałych przypadkach współczynnik ten nie przekraczał wartości 4%, w pozostałych 16 pomiarach odbicia sięgały wartości od 4 do 13%. Podczas pomiarów w tym terenie konieczne stało się obniżenie progu detekcji odbieranych stacji ze znormalizowanej wartości 35 dB/μV na 25 dB/μV, co z kolei spowodowało przy tak niskim poziomie rejestrację wielu „parazytów” i innych sygnałów zakłócających. W niektórych przypadkach (Brodnica, Nowe Miasto Lubawskie, Prabuty, Mikołajki Pomorskie) liczba poprawnie odbieranych stacji wynosiła zaledwie 2.

W Warszawie sygnały nadawców publicznych na ogół spełniają kryteria dopuszczalnych wartości parametrów technicznych nadawania. W innych miastach Polski sygnały nadawców publicznych nie są już tak doskonałe, przy czym zjawisko niedotrzymywania parametrów technicznych jest zdecydowanie rzadsze w przypadku, jeśli korzystają oni z usług profesjonalnego operatora, jakim jest TP EmiTel.

Występujące przykłady przekraczania przez nadawców wartości granicznych poszczególnych parametrów nadawanego sygnału przemawiają za koniecznością wykonywania takich pomiarów. Pomiary te również służą do zweryfikowania płynących ze strony nadawców skarg o zbyt małych lub nadmiernie zakłóconych sygnałach. Przy dużej liczbie stacji pojawiają się nieuchronnie problemy z zasięgiem tych stacji, zmniejszonym wskutek zakłóceń pochodzących od innych stacji. Najprostszym, ale i najgorszym sposobem na „podkreślenie obecności w eterze” jest niedozwolone zwiększenie mocy nadajnika oraz przemodulowanie. Wiąże się to z natychmiastowym niemal odzewem pozostałych nadawców, reagujących w identyczny sposób, co ponownie zwiększa poziom wzajemnych zakłóceń.



Dobłą stroną akcji monitoringu technicznego są pozytywne zazwyczaj reakcje nadawców, którzy korygują ustawienia nadajników lub decydują się na zakup nowego procesora emisyjnego.

## **Stan bazy technicznej telewizji publicznej**

### ***Baza nadawcza***

Telewizja publiczna nadaje dwa programy ogólnopolskie i 12 regionalnych oraz jeden program przeznaczony dla odbiorców za granic pod nazwą TV POLONIA.

Do nadawania pierwszego programu TVP 1 Telewizja Polska S.A. wykorzystuje 172 kanały w tym 39 z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW. Program pierwszy dociera drogą naziemną do 99,5% ludności kraju.

Program drugi TVP 2 wykorzystuje 168 kanałów w tym 46 z mocą równą lub większą od 10 kW. Program 2 dociera do 99,1% ludności.

Programy regionalne przy wykorzystaniu 33 kanałów, w tym 16 kanałów z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW docierają do 71,07% ludności. Zapewnia to pokrycie powierzchniowe programem TVP 1 w 98,4%, programem TVP 2 w 97,9% i programem regionalnym w 51,6%.

Pokrycie powierzchniowe poszczególnymi programami zostało zobrazowane na załączonych mapach Polski wykonanych przez Oddział Wrocławski Instytutu cznoci.

W 2002 roku nieznacznie wzrosło pokrycie programami TVP1, TVP2 i TVP3 poniew zosta uruchomiony obiekt dużej mocy, a mianowicie Przysucha Kozłowiec oraz oddany do użytku zmodernizowany obiekt dużej mocy w Szczawnicy na Górze Przehyba. Pokrycie programami regionalnymi wzrosło dzięki przeznaczeniu kanałów telewizyjnych w Dęblinie Rykach, Koninie, Kołobrzegu, Gryficach, bezie, Trzebiatowie i Szczecinku. Ponadto zmieniono parametry niektórych stacji. W sumie w 2002 roku wydano 34 decyzje dotyczące telewizji publicznej.

### ***Baza studyjna***

Telewizja Polska S.A. oprócz centralnego ośrodka w Warszawie posiada oddziały terenowe w Warszawie, w Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, dzi, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie i Wrocławiu.

Telewizja Polska dysponuje łącznie 41 studiami. Najwięcej spośród nich, 13 znajduje się w Warszawie. Pozostałe 28 studiów w oddziałach terenowych. Struktura studiów rozkłada się następująco: 23 studia produkcyjne, 9 studiów szybkiego przebiegu oraz 9 studiów emisyjnych.

Telewizja Polska posiada 22 wozy transmisyjne z pełnym wyposażeniem umożliwiającym rejestrację obrazu i dźwięku oraz 11 wozów łączowych umożliwiających szybki przekaz obrazu z terenu miasta. Ponadto dysponuje czterema wozami SNG, które umożliwiają szybki przekaz obrazu i dźwięku za pośrednictwem satelity.

Produkcja programów w Telewizji Polskiej oparta jest na systemie analogowym PAL, który stopniowo jest wypierany przez cyfrowy component szeregowy SDI. W Warszawie w tym systemie pracują trzy studia, a w oddziałach terenowych dalszych sześć studiów.

## **B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana**

### **Koncentracja kapitałowa na rynku nadawców koncesjonowanych**

W 2002 roku kontynuowano rozpoczęty w ubiegłych latach proces rekoncesjonowania. Proces ten przypadł na okres problemów ekonomiczno – finansowych nadawców, wynikających m.in. z płytkości lokalnych rynków reklamowych i często ze zbyt optymistycznie zakładanego wzrostu gospodarczego i rozwoju rynku reklamy. Istotnym zagrożeniem dla stacji lokalnych stała się również silna pozycja rozgłośni o zasięgu ogólnopolskim.

Te uwarunkowania sprzyjały dalszemu pogłębianiu się rozpoczętego już wcześniej procesu koncentracji kapitałowej na rynku radiowym. Koncentracja ta polega na tworzeniu powiązań własnościowych, a więc powiązań, gdzie określony podmiot gospodarczy posiada udziały/akcje w firmach posiadających koncesje lub sam posiada kilka koncesji lokalnych. Proces integracji własnościowej wynika z jednej strony z konieczności szukania przez lokalne stacje dodatkowych środków finansowych, a z drugiej na dążeniu inwestorów do rozszerzenia udziałów w rynku.

Do podmiotów najwięcej inwestujących na rynku radiowym należą: spółka Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe S.A. rozwijająca sieć rozgłośni radiowych pod wspólną nazwą „ESKA” oraz spółka Agora S.A., która w przeważającej części nabyła udziały w spółkach nadawców już funkcjonujących, najczęściej gdy znajdowali się oni w trudnej sytuacji finansowej.

Wśród podmiotów inwestujących w stworzenie własnej sieci radiowej znalazła się należąca do „Yawal System” S.A. spółka „Y – Radio” Sp. z o.o., która w ubiegłych latach założyła optymistyczny plan skupienia w ciągu dwóch lat kilkunastu lokalnych stacji radiowych o zwartej strukturze organizacyjnej i programowej.

Obok dotychczasowych podmiotów tzw. sieciujących, w ciągu ostatniego roku pojawiła się nowa spółka, Ad. Point Sp. z o.o., powołana przez CR MEDIA w celu

inwestowania na rynku lokalnych rozgłośni radiowych. W swoich ambitnych założeniach spółka zaplanowała docelowo skupienie 35 rozgłośni.

Poniższe zestawienie obrazuje jak kształtowały się zmiany własnościowe na tle trwającego procesu ponownego udzielania koncesji:

- ZPR S.A. w ramach pierwszych koncesji skupiały 12 podmiotów posiadających 12 koncesji. Obecnie, po ponownym przyznaniu koncesji mają udziały bezpośrednie i pośrednie w 8 podmiotach posiadających 25 koncesji, w tym ESKA S.A. bezpośrednio wykonuje większość z nich;
- Agora S.A. była udziałowcem bezpośrednim i pośrednim w 16 podmiotach posiadających 17 koncesji. Obecnie po ponownym przyznaniu koncesji skupia kapitałowo 19 podmiotów posiadających 25 koncesji;
- „Y – Radio” Sp. z o.o. posiadało udziały w 5 podmiotach realizujących 5 koncesji. Obecnie na skutek odmownej decyzji ponownego udzielenia jednej z tych koncesji jest udziałowcem w 4 podmiotach posiadających 4 koncesje, z czego 2 z nich zostały powtórnie wydane, a 2 będą w najbliższym czasie podlegać tzw. rekoncesjonowaniu;
- Ad. Point Sp. z o.o. nie posiadał udziałów w podmiotach emitujących programy radiowe na podstawie dotychczasowych koncesji. Obecnie po ponownym przyznaniu koncesji ma udziały bezpośrednie i pośrednie w 7 podmiotach posiadających 10 koncesji.

Z analizy powiązań własnościowych w lokalnych rozgłośniach radiowych wynika, iż w trwającym procesie koncentracji kapitałowej najważniejszą rolę odgrywa czterech inwestorów kapitałowych skupiających ogółem 38 spółek posiadających 64 koncesje, co oznacza, że 29 % podmiotów, w większym lub mniejszym stopniu zintegrowanych kapitałowo, posiada 39 % udzielonych nadawcom lokalnym koncesji.

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez spółkę CR Media, w 2002 roku udział w wydatkach na reklamę brutto stacji należących do spółki AGORA S.A. wyniósł 10,7 %. Stacji należących do sieci spółki ZPR S.A. wyniósł 8 %. Łącznie jest to 18,7 %, natomiast udział pozostałych lokalnych stacji koncesjonowanych wyniósł 13,1 %.

Analizując głębokość rynku reklamowego w Polsce należy zauważyć, że największe znaczenie dla funkcjonowania sieci radiowych posiada 7 dużych aglomeracji miejskich.

Poniższe zestawienie obrazuje kształtowanie się w 2002 roku rocznych wydatków na reklamę brutto według cenników w radiu na największych rynkach lokalnych:

Warszawa	74,8 mln zł
Poznań	36,4 mln zł
Katowice	29,8 mln zł
Łódź	25,2 mln zł
Wrocław	19,3 mln zł
Gdańsk	18,2 mln zł
Kraków	10,1 mln zł

Te właśnie rynki dają rozgłośniom radiowym największe możliwości generowania przychodów. Stanowią więc najbardziej atrakcyjne miejsca dla inwestorów strategicznych.

Poniższe zestawienie obrazuje aktywność tzw. podmiotów siecujących na największych rynkach reklamowych w Polsce:

- warszawski - na 10 stacji lokalnych w 5 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 1 stacji
  - Agora S.A. - w 3 stacjach
  - Ad. Point Sp. z o.o. - w 1 stacji
  
- poznański - na 8 stacji lokalnych w 5 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 2 stacjach
  - Agora S.A. - w 3 stacjach
  
- katowicki - na 10 stacji lokalnych w 5 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 1 stacji
  - Agora S.A. - w 2 stacjach
  - Ad. Point Sp. z o.o. - w 2 stacjach
  
- łódzki - na 4 stacje radiowe w 2 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 1 stacji
  - Ad. Point Sp. z o.o. - w 1 stacji
  
- wrocławski - na 4 stacje radiowe w 3 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 1 stacji
  - Agora S.A. - w 2 stacjach
  
- gdański - we wszystkich trzech stacjach lokalnych udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 2 stacjach
  - Agora S.A. - w 1 stacji
  
- krakowski - na 5 stacji radiowych w 3 udziałowcami są:
  - ZPR S.A. - w 1 stacji
  - Agora S.A. - w 2 stacjach

Analizując powyższe zestawienie można zauważyć, że na wymienionych rynkach dominują dwa podmioty. Ogółem na 44 lokalne stacje połowa należy łącznie do Agory S.A. (13 stacji) oraz ZPR S.A. (9 stacji).

Z analizy napływających do KRRiT wniosków wynika, iż wielu nadawców nadal szuka możliwości kapitałowego połączenia się ze znaczącymi tzw. siecującymi inwestorami. Nadawcy liczą w ten sposób na optymalizację kosztów, dostęp do nowych technologii oraz lepsze wykorzystanie czasu reklamowego wynikające z dogodniejszych umów agencyjnych.

Wychodząc naprzeciw problemom finansowym nadawców, w trudnym okresie na rynku reklamy, Krajowa Rada wyrażała w wielu przypadkach zgodę na wejście inwestora strategicznego. Jednak wejście nowego partnera niejednokrotnie powodowało zmiany

programowe wykraczające poza warunki koncesyjne. Najczęściej dotyczyło to zmian polegających na wprowadzaniu w przejętej stacji ujednoliconego programu o charakterze muzycznym z ograniczoną do minimum warstwą słowną.

Krajowa Rada dostrzega w tym zjawisku poważny problem. Jako środek zaradczy przeciwko przechodzeniu stacji lokalnych w kierunku tzw. zsieciovanych rozgłośni muzycznych, Krajowa Rada wprowadziła do koncesji nowe warunki programowe.

Na podstawie wyroku z 24 października 2002 roku z powództwa spółki RMF FM sp. z o.o., Naczelny Sąd Administracyjny uchylił niektóre postanowienia koncesji, w tym również tzw. zapisy własnościowe. W związku z tym, faktem Krajowa Rada przywróciła pierwotny kształt koncesji w takim zakresie, nawiązując do pojęcia „pierwotnego udziałowca”, który dopuszczał swobodne zbywanie udziałów przez podmioty koncesjonowane do poziomu 49%.

Istotne zmiany właścicielskie zaszły również na rynku telewizyjnych nadawców satelitarnych.

Do niedawna w Polsce działały trzy niezależne podmioty tworzące trzy odrębne „platformy cyfrowe”: Cyfra+, Wizja TV i Polsat 2.

Cyfrowe platformy satelitarne oferują swym abonentom możliwość odbioru rozprawdzanych programów satelitarnych oraz innych niekodowanych programów radiowych i telewizyjnych, dostępnych na wykorzystywanych przez te platformy satelitach. Jednym z najważniejszych problemów jest optymalizacja oferty programowej tak, aby była ona atrakcyjna dla widza i jednocześnie jak najtańsza w przeliczeniu na jednego odbiorcę. Ogrom nakładów finansowych niezbędnych do zrealizowania celów inwestycyjnych, programowych i promocyjnych oraz umożliwiających konkurencję na rynku, wyzwała nowe inicjatywy integracji kapitałowej. W 2002 roku doszło do połączenia dwóch platform Cyfry + oraz Wizji TV.

## **Sytuacja ekonomiczna nadawców koncesjonowanych**

Od 26 maja 2001 roku wskutek zmiany ustawy o radiofonii i telewizji przez wprowadzenie art.37a nadawców zobowiązano do corocznego składania Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji sprawozdania finansowego, w formie przewidzianej w ustawie o rachunkowości.

Zgodnie z ustawą o rachunkowości roczne sprawozdania finansowe jednostek podlegają zatwierdzeniu nie później niż 6 miesięcy od dnia bilansowego, a dla podmiotów skonsolidowanych nie później niż 8 miesięcy. Z tego względu sprawozdawczość od nadawców radiowo-telewizyjnych w większości wpływała do Krajowej Rady w III i IV kwartale 2002 roku.

Przeprowadzona analiza różnych form sprawozdawczości pozwoliła na stwierdzenie, iż nie zawsze dają one pełną wiedzę o sytuacji ekonomiczno-finansowej nadawców oraz o osiągniętych wynikach dotyczących ich działalności nadawczej.

Najprostsza sytuacja występuje w przypadku gdy nadawcami wykonującymi koncesje są posiadające osobowość prawną spółki prawa handlowego. Podmioty te sporządzając sprawozdawczość pełną lub uproszczoną w większości zajmują się tylko działalnością radiową lub telewizyjną.

Osoby fizyczne wykonujące koncesje składają własne, roczne rozliczenia podatkowe oraz ostatnie strony książki przychodów i rozchodów z prowadzonej działalności gospodarczej, w wielu przypadkach dużo szerszej niż tylko działalność radiowa. Tak więc jedynymi informacjami są: wysokość osiąganych przychodów w roku, wielkość poniesionych kosztów oraz osiągnięty wynik za rok działalności, bez wyodrębnienia działalności nadawczej.

Lata 2001 – 2002 były okresem tzw. rekoncesjonowania czyli procesu ponownego udzielania koncesji radiowych na następne 7 lat. W tym okresie osoby fizyczne posiadające koncesje na rozpowszechnienie programów radiowych i realizujące te koncesje przy pomocy własnych, małych firm nie posiadających osobowości prawnej lub na podstawie podpisanych umów producenckich i operatorskich, chcąc zachować stan swojego posiadania tworzyły podmioty prawne w formie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością. Stąd w tej grupie nadawców lokalnych (14 nadawców) sprawozdawczością objęte były praktycznie tylko nieliczne osoby fizyczne, które na podstawie posiadanych koncesji prowadziły działalność do końca 2001 roku. Natomiast w większości przypadków sprawozdawczość za część 2001 roku będzie przedstawiona dopiero ze sprawozdaniem za 2002 rok.

Także władze samorządowe występując o ponowne przyznanie koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych, na podstawie zmienionych przepisów o prowadzonej przez samorządy działalności gospodarczej, były zmuszone do zawierania spółek np. z udziałem gmin, które to spółki występowały o koncesję jako przyszli, samodzielni kontynuatorzy działalności radiowej. Pełna roczna sprawozdawczość finansowa z prowadzonej działalności zostanie złożona do KRRiT dopiero za 2002 rok.

Bardziej skomplikowana sytuacja występuje w przypadku kilku uczelni posiadających koncesje na rozpowszechnianie programów radiowych. Radia akademickie działają w strukturach organizacyjnych uczelni. Podstawą gospodarki finansowej stacji są roczne plany finansowe radia, w których znajdują się założenia w jakiej części działalność radiowa ma być finansowana z wpływów z reklamy oraz w jakiej części będzie dotowana. Coroczne plany rzeczowo – finansowe są zatwierdzane przez Senat poszczególnych uczelni.

Z reguły najważniejszą funkcją akademickich stacji radiowych jest integracja oraz przedstawianie problemów i działalności środowiska akademickiego, a nie osiąganie zysków. Stąd podstawowym gwarantem stabilnego funkcjonowania akademickich stacji radiowych od strony finansowej są uczelnie. Podmioty te będąc koncesjonariuszami przedstawiają swoją sprawozdawczość finansową dotyczącą działalności całości uczelni, bez wyodrębnienia działalności radia.

Podobnie sytuacja wygląda w przypadku koncesji radiowych posiadanych przez nieliczne stowarzyszenia, fundacje, centra lub domy kultury posiadające osobowość prawną. Te podmioty również przedstawiają roczną sprawozdawczość z całości prowadzonej działalności, w dużej mierze dotowanej, bez wyodrębnienia działalności radiowej.

Do przedstawiania informacji o sytuacji ekonomiczno – finansowej zobowiązani są też nadawcy katoliccy. Wśród stacji diecezjalnych, parafialnych i zakonnych, reprezentujących

radiofonię katolicką, szczególnie te pierwsze w większości współpracują ze sobą w ramach porozumienia programowego PLUS. Porozumienie to jest jednocześnie poprzez wspólną sprzedaż czasu reklamowego faktycznym finansowym gwarantem istnienia stacji. Stacje diecezjalne w większości próbują pozyskać środki finansowe na swoje utrzymanie z rynku reklamowego.

Z punktu widzenia działalności nadawczej poszczególnych stacji, podstawowymi gwarantami finansowymi są podmioty prawne, którym koncesje zostały przyznane, a więc diecezje, archidiecezje, parafie i zakony, w ramach których jest prowadzona, przeważnie nie wyodrębniona, działalność radiowa.

### **Sytuacja ekonomiczna koncesjonowanych nadawców radiowych, prowadzących działalność w formie spółek prawa handlowego**

Obraz sytuacji finansowo – ekonomicznej przedstawiają sprawozdania przekazywane do KRRiT przez nadawców zgodnie z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji.

Obecnie większość nadawców koncesjonowanych prowadzi działalność w formie spółek prawa handlowego.

Analiza sprawozdań potwierdza trudną sytuację finansową sektora nadawców koncesjonowanych.

Stacje radiowe zakończyły rok z ujemnym wynikiem finansowym ogółem. Około 68 % wszystkich spółek poniosło straty na prowadzonej działalności radiowej, a 32 % wypracowało w większości niewielkie zyski.

Ujemne wyniki finansowe większości stacji radiowych spowodowały obniżenie wartości kapitału własnego spółek. Tylko w 6,6 % działalność finansowana była z kapitałów własnych i aż w 93,4 % z kapitałów obcych. W tych ostatnich 30 % stanowiły pożyczki długoterminowe i w 9 % długoterminowe kredyty bankowe. Długoterminowe kredyty bankowe zostały udzielone tylko 7 podmiotom. Potwierdza to fakt sygnalizowany przez nadawców, iż uzyskanie kredytu jest w przypadku małych i średnich firm, a takimi w większości są lokalni nadawcy radiowi, bardzo trudne lub wręcz niemożliwe. Jeśli uda się już uzyskać kredyt, to koszt pozyskanego kredytu długoterminowego jest bardzo wysoki.

Najbardziej stabilną sytuację finansową mieli nadawcy koncesjonowani dysponujący tzw. sieciami o zasięgu ogólnopolskim, pomimo, że 2001 rok zakończyli ze stratą. Należy jednak pamiętać, że trafia do nich większość przychodów z reklamy ogólnopolskiej kierowanej do nadawców radiowych.

Spośród koncesjonowanych radiowych nadawców ponadregionalnych (Radio WAWA, RADIOSTACJA i Radio TOK FM) żadna stacja nie wypracowała zysku w 2001 roku.

Radio WAWA wykonuje koncesję, na podstawie której rozpowszechnia program o charakterze uniwersalnym z 13 stacji, zlokalizowanych przede wszystkim w miastach średniej wielkości. Stacja dużo inwestuje w program i technikę, prowadzi umiejętną politykę programową i reklamową, wykorzystując w ten sposób jak najpełniej swoje możliwości finansowe. Rok 2002 przyniósł efekty w postaci zwiększonych przychodów i dodatniego wyniku. Przeszkodę w realizacji dalszego rozwoju ponadregionalnego Radia WAWA stanowi brak możliwości (częstotliwości) realizacji projektu technicznego zasięgu sieci. Wiąże się z tym ograniczony dostęp do największych aglomeracji miejskich dający duże możliwości osiągnięcia przychodów ze względu na głębokość rynków reklamowych.

Ponadregionalna RADIOSTACJA posiada koncesję na program wyspecjalizowany, poświęcony problemom młodzieży. Obejmuje swoim zasięgiem 7 dużych miast, wśród których 5 należy do grupy aglomeracji miejskich o najgłębszych rynkach reklamowych. Obok pierwotnego właściciela – ZHP w strukturze kapitałowej spółki wykonującej koncesję posiada udziały spółka EUROZET.

W trudnej sytuacji finansowej, wymagającej rozwiązań strategicznych, znalazła się spółka Inforadio, rozpowszechniająca wyspecjalizowany program informacyjno-muzyczny Radio TOK FM. Pierwotny pomysł zbudowania sieci radiowej emitującej program informacyjny w 9 największych aglomeracjach miejskich nie został w pełni zrealizowany.

Sieci stacji lokalnych, dzięki formatowaniu i konsolidacji na poziomie lokalnym, uzyskały wzrost udziału w budżetach reklamowych, co przyniosło efekt w postaci niewielkiego wzrostu przychodów tych nadawców. Trend ten został utrzymany w 2002 roku, w którym udział w wydatkach na reklamę brutto stacji należących do spółki AGORA S.A. wzrósł o 1,05 punktu w stosunku do roku poprzedniego, a stacji należących do sieci spółki ZPR S.A. uległ wzrostowi o 1,3 punktu.

Najsłabszym elementem rynku koncesjonowanych nadawców radiowych są niewielkie stacje lokalne. Ich udziałowcami nie są duże firmy skłonne do zainwestowania posiadanych wolnych środków finansowych, lecz z reguły są to niewielkie firmy lokalne i osoby fizyczne. Głównymi reklamodawcami tej grupy nadawców radiowych są lokalne firmy, których nie stać na kampanie reklamowe, z powodu pogorszenia kondycji finansowej. Stąd też większość niedużych lokalnych stacji radiowych była deficytowa. W wielu przypadkach nie posiadały one środków finansowych nie tylko na inwestycje, lecz także na bieżącą działalność. Następstwem jest stały proces koncentracji kapitałowej realizowanej poprzez kupowanie udziałów w słabych finansowo podmiotach. Jednak tzw. podmioty sieciujące, jak same stwierdzają, nie są zainteresowane stacjami znajdującymi się w miastach poniżej 150 tys. mieszkańców. Brak zainteresowania spowodowany jest relatywnie wysokimi kosztami tworzenia programu uniwersalnego, poświęconego tematyce lokalnej w stosunku do ewentualnych niewielkich wpływów pozyskiwanych z lokalnych reklam.

Dalsze istnienie wielu stacji lokalnych, przy zapaści lokalnych rynków reklamowych i braku możliwości pozyskania inwestorów strategicznych, może być poważnie zagrożone.



## **Monitoring techniczny radiowych nadawców koncesjonowanych**

Monitoring techniczny radiowych nadawców koncesjonowanych wykazuje naruszanie parametrów technicznych określonych w koncesjach. Na ogół przekraczane są wartości dewiacji wszystkich sygnałów: RDS, MPX i sygnału pilota. Istnieją też takie stacje koncesjonowane, co do których nie ma zastrzeżeń.

Stacje koncesjonowane sprawdzano w 2001 roku w różnych miejscach Warszawy oraz w okolicach Częstochowy, Piotrkowa Trybunalskiego, Radomska, Radomia, Krosna, Rzeszowa, Sanoka, Przemyśla, Lublina, Kielc, Sandomierza, Tarnobrzegu, Knurowa, Raciborza, Wodzisławia Śląskiego, Pszczyny, Bielska-Białej, Zabrze, Bytomia, Katowic oraz Łodzi. W 2002 roku sprawdzono także stacje pracujące w okolicach Katowic, Oświęcimia, Brzeszczy, Pszczyny, Czechowic-Dziedzic, Bielsko-Białej, Skoczowa, Dębowca, Hażlachu, Cieszyna, Goleszowa i w okolicach Ławy.

W większości pomiarów wartości natężenia pola zmierzonych stacji radiowych mieszczą się w zasięgu zalecanej dla obszarów miejskich wartości 66 dB $\mu$ V/m (odbiór stereo, warunki miejskie, zalecenie ITU-R BS.412-7). Stacje są poprawnie identyfikowane, odczytywane są również prawidłowo sygnały RDS. Wiele stacji nie utrzymuje właściwych parametrów dotyczących emisji. Przekraczany jest zwłaszcza poziom modulacji sygnału MPX. Jest to o tyle złe, że przy dewiacji sygnału przekraczającej dopuszczalne wartości dana stacja w kilku miejscach zniekształca odbiór stacji sąsiednich. Niektóre stacje z kolei są w wielu miejscach „maskowane” przez silne stacje sąsiednie, co bywa powodowane niekorzystnym rozmieszczeniem nadajników, przekraczaniem dopuszczalnej mocy oraz niewłaściwie pracującym systemem antenowym.

Podobne pomiary wykonane zostały w Warszawie przez Departament Kontroli Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty. Wyniki tych pomiarów są zbieżne z wynikami uzyskanymi przez Departament Techniki w Biurze KRRiT. Do kompetencji Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty należy egzekwowanie nadawania zgodnie z warunkami technicznymi określonymi w koncesjach. W tym zakresie KRRiT współpracuje z Urzędem Regulacji Telekomunikacji i Poczty.

## **Sytuacja ekonomiczna – finansowa koncesjonowanych nadawców telewizyjnych**

Stacje telewizyjne zakończyły 2001 rok z ujemnym wynikiem finansowym ogółem, który przekroczył poziom 50 % wszystkich strat poniesionych w poprzednich latach.

41 % wszystkich stacji telewizyjnych poniosło straty na prowadzonej działalności, natomiast 59 % wypracowało zyski. Jednak w większości, oprócz 3 stacji telewizyjnych, były to zyski symboliczne.

Kapitał własny podmiotów emitujących koncesjonowane programy telewizyjne miał wysoką wartość ujemną. Działalność w sektorze koncesjonowanych nadawców telewizyjnych

w 2001 roku finansowana była przede wszystkim z kapitałów obcych, w tym z długoterminowych pożyczek, które w całości długoterminowych zobowiązań stanowiły aż 89 %, jak również z nieuregulowanych zobowiązań krótkoterminowych. Na obraz tego kapitałochłonnego sektora działalności duży wpływ mają wyniki spółek nie tylko rozpowszechniających własne programy telewizyjne, ale również posiadających platformy cyfrowe.

Sektor gospodarki, który tworzy koncesjonowana działalność nadawców radiowych i telewizyjnych tworzy kilka tysięcy miejsc pracy. Od wynagrodzeń w tym sektorze odprowadzane są corocznie pochodne do budżetu i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Z tytułu praw autorskich i pokrewnych przekazywane są opłaty na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.

Nadawcy wnoszą także do Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty stałe opłaty roczne za użytkowanie częstotliwości radiowych i kanałów telewizyjnych oraz płać stałe stawki operatorom za dosył sygnału radiowo-telewizyjnego.

Wartość majątku trwałego stacji radiowych i telewizyjnych, w większości ulokowanego w majątku rzeczowym, na koniec 2001 roku oscylowała w granicach 800 mln złotych, pomimo szybkiego postępu technicznego w branży, a co za tym idzie konieczności przyspieszonej amortyzacji sprzętu.

Produkcja różnych form radiowych i telewizyjnych na zamówienie koncesjonowanych nadawców oraz produkcja własna dała efekty w postaci utworzenia nowej branży działalności gospodarczej.

### **Rynek nadawców telewizyjnych i operatorów satelitarnych „platform cyfrowych”**

Rywalizacja na rynku zaostrza się, a walka o widza i udział w rynku reklamowym przybiera różne formy.

Dominującą pozycję utrzymuje telewizja publiczna. Nadawcy koncesjonowani Polsat, TVN oskarżają telewizję publiczną o stosowanie cen dumpingowych. Było to przedmiotem skargi do Urzędu Ochrony Konsumentów i Konkurencji. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów 16 grudnia 2002 roku wydał decyzję w której uznaje działanie TVP S.A. za praktykę ograniczającą konkurencję i wezwał Spółkę do zaniechania jej stosowania.

Telewizja publiczna dążąc do wzrostu oglądalności (do 5 % udziału w rynku) programów regionalnych dokonała zmiany dotychczasowego profilu na publicystyczno – informacyjny.

W przyszłości telewizja publiczna chciałaby również tworzyć satelitarne programy tematyczne poświęcone wysokiej kulturze, edukacji.

Koncesjonowani nadawcy naziemni próbują zwiększyć swój udział poprzez występowanie o rozszerzenie technicznego zasięgu nadawania, rozszerzenie oferty poprzez uruchamianie nowych programów satelitarnych (TVN 24, TVN Siedem), uruchamianie nowych usług w ramach „platform satelitarnych” oraz portali internetowych.

Możliwości rozszerzenia technicznego zasięgu nadawania naziemnego są ograniczone ze względu na liczbę nowych kanałów telewizyjnych oraz rezerwację części kanałów na potrzeby naziemnej telewizji cyfrowej.

Z jednej strony nadawcy starają się obniżyć koszty działania stacji – co przejawia się m. in. dużą ilością powtórek, produkcją sitcomów, telenowel, audycji sensacyjnych, konkursów – z drugiej strony, ze względu na reklamodawców, chcą mieć jak największy udział w widowni o stałych wysokich dochodach.

Telewizja POLSAT postanowiła zmienić swój wizerunek i dotrzeć nie tylko do tzw. masowego widza, ale pozyskać również młodych i wykształconych mieszkańców miast. Po zawarciu umowy z CNN zmieniono m. in. logo wraz z oprawą graficzną i formą audycji „Informacje”. Przeprowadzono szeroką kampanię reklamową, co spowodowało już w pierwszym miesiącu wzrost oglądalności tej audycji.

Nie wszyscy nadawcy byli w stanie wytrzymać walkę konkurencyjną. Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych w związku z trudnościami finansowymi zaprzestała rozpowszechniania programu „Telewizja Niepokalanów PULS” z nadajników naziemnych. Ojcowie Franciszkanie poinformowali KRRiT o poszukiwaniu nowego partnera inwestycyjnego. Dotychczas Krajowa Rada nie otrzymała informacji o wynikach prowadzonych negocjacji.

Na rynku satelitarnych „platform cyfrowych” po połączeniu dwóch operatorów „platform” (Cyfry+ i Wizji TV) pozostały dwie Cyfra+ i Polsat Cyfrowy.

W związku z recesją i kłopotami finansowymi Cyfry+ nie udało się osiągnąć planowanej liczby abonentów. Po fuzji nie wszyscy abonenci Wizji TV podpisali umowy z nową Cyfra+. Obecnie platforma, według danych operatora, posiada około 600.000 abonentów.

Druga z platform Polsat Cyfrowy dociera, według danych operatora, do około 350.000 odbiorców. Platforma ta posiada uboższą ofertę programową, ale za to pobiera dużo niższą opłatę miesięczną. Po ogłoszeniu wyroku Sądu Najwyższego Polsat Cyfrowy wznowił 7 listopada 2002 roku rozprowadzanie na swojej platformie programów telewizji publicznej.

Abonenci satelitarnych „platform cyfrowych”, posiadacze indywidualnych anten satelitarnych i abonenci telewizji kablowych mają obecnie dostęp do kilkudziesięciu programów nadawanych na podstawie polskich wydanych przez KRRiT oraz programów nadawanych w polskiej wersji językowej. Oferta ta wzrasta co roku o kilka programów satelitarnych.

Przez zniesienie w nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych tzw. licencji ustawowej, operatorzy sieci kablowych zobowiązani są do podpisania umów z nadawcami programów. Spowodowało to, że operatorzy są bardziej zainteresowani wprowadzeniem do sieci telewizji kablowych programów polskich, przeważnie bezpłatnych, w zamian za programy zagraniczne, głównie niemieckie i francuskie.

Nowym polem walki konkurencyjnej może stać się w przyszłości uruchomienie cyfrowego nadawania naziemnego, które umożliwiłoby emisję większej liczby programów i wyrównanie (zwiększenie) w przyszłości zasięgów technicznych. Liderem przejścia na system naziemnego nadawania cyfrowego jest w chwili obecnej Wielka Brytania gdzie 2/5 odbiorców korzysta już obecnie z DTV. Wielka Brytania planuje rozpoczęcie wyłączenia nadajników analogowych w 2006 roku, a zakończenie procesu do 2010 roku. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przygotowała w 2001 roku opracowanie „Strategia rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce”. Opracowanie to zostało przekazane Marszałkowi Sejmu RP i stało się przedmiotem dalszych prac parlamentarnych. Obecnie Krajowa Rada na wniosek komisji sejmowych przygotowuje aktualizację tego opracowania.

### **Rynek telewizji kablowych**

Obecnie zarejestrowanych, posiadających wpisy do rejestru Przewodniczącego KRRiT programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej jest ponad 600 operatorów, zarządzających ponad 800 sieciami. Stały jest wzrost liczby gniazd abonenckich. Obecnie ok. 4,5 mln., a możliwości szacuje się na ok. 7 mln. Liczbę gospodarstw domowych w Polsce szacuje się na 13 mln., z czego prawie 2,5 mln. korzysta z indywidualnych zestawów do odbioru telewizji satelitarnej. Łącznie dostęp do programów satelitarnych ma więc prawie 50 % ludności naszego kraju. Wskaźnik wzrostu liczby gniazd i sieci obrazuje szybki rozwój rynku telewizji kablowych w Polsce.

Dotychczas Przewodniczący KRRiT wydał 221 koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej, w tym 4 na program radiowy:

- 1 – 1993 roku,
- 39 – 1994 roku,
- 34 – 1995 roku,
- 28 – 1996 roku,
- 27 – 1997 roku,
- 32 – 1998 roku,
- 11 – 1999 roku,
- 18 – 2000 roku,
- 12 – 2001 roku,
- 19 – 2002 roku.

Przewodniczący KRRiT wydał też 61 decyzji o rozszerzeniu koncesji o kolejne sieci telewizji kablowej.

Polska jest trzecim co do wielkości rynkiem telewizji kablowych w Europie i bez wątpienia najbardziej dynamicznym. Rynek został zdominowany przez kilku największych

operatorów: UPC, Aster City Cable, Multimedia Polska (firma powstała z połączenia dwóch operatorów: Szel-Sat Sp. z o.o. i Multimedia Sp. z o.o.), Vectra, TVK Poznań, Dami, Toya, Śląska Telewizja Holding. Z usług około 15 firm telewizji kablowej w Polsce korzysta ponad 3,5 mln. abonentów.

Przewodniczący KRRiT wydał już ponad 4300 postanowień o wpisie do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej. Nadal powiększa się oferta programowa dostępna w sieciach telewizji kablowej. Obecnie można uzyskać wpis na ponad 400 programów dostępnych drogą satelitarną lub dostępnych w sieciach telewizji kablowych, z czego ponad 50 emitowanych jest w języku polskim. W 2002 roku pojawiły się nowe programy dostępne drogą satelitarną, koncesjonowane przez KRRiT: Edusat, Mango 24, PILOT oraz HBO2 – koncesjonowany przez brytyjską radę ITC. Powiększenie oferty programowej, dostępnej w sieciach telewizji kablowej, umożliwia operatorom naturalne pozyskiwanie środków na rozwój sieci (podnoszenie opłat). Jednocześnie jednak wzrost abonamentu wywołuje protesty ze strony odbiorców. Zwłaszcza w momencie likwidowania przez spółdzielnie mieszkaniowe możliwości korzystania z anten zbiorczych (w takim przypadku następuje przymus korzystania z usług operatora sieci telewizji kablowej). Problem ten potwierdzają liczne skargi napływające do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Nie ma przepisów chroniących obywateli przed działalnością administracji domów mieszkalnych, które podpisują umowy z operatorami telewizji kablowych. Ustawa o radiofonii i telewizji nie daje kompetencji KRRiT w zakresie obowiązku dostarczania przez operatorów telewizji kablowych darmowych pakietów, złożonych z programów rozpowszechnianych drogą rozsiewczą – naziemną, które byłyby dostępne za pomocą tradycyjnych anten.

Przy tak dużej liczbie oferowanych programów operatorzy stosują tzw. pakietyzację. Wraz z rozwojem usług operatorskich wzrosła oferta programowa. Rosnąca podaż oraz różnorodność programów spowodowały konieczność dokonywania wyboru w sytuacji, gdy zwiększanie liczby programów wiąże się ze wzrostem cen oferowanej usługi. Przesłanki te spowodowały tzw. pakietyzację, czyli grupowanie programów w zestawy i uzależnienie opłat od zawartości dostarczanego pakietu. 5 grudnia 2002 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przyjęła stanowisko dotyczące interpretacji art. 43 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Obowiązkiem operatora w pierwszym pakiecie jest wprowadzenie w pierwszej kolejności po programach 1 i 2 telewizji publicznej, programu TV POLONIA. Istnieje możliwość dzielenia na pakiety programów z jednej grupy, pod warunkiem zachowania kolejności wprowadzania programów z grup poprzednich.

Rynek telewizji kablowych w Polsce ulega przemianom, głównie z powodów technologicznych i poszerzającej się oferty programowej. Możliwość korzystania z usług dodanych tj. internetu, telefonu, usług bankowych, z pewnością podnoszą atrakcyjność telewizji kablowych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji utrzymuje stały kontakt z dwoma największymi izbami gospodarczymi zrzeszającymi operatorów sieci telewizji kablowych: Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Komunikacji Kablowej z siedzibą w Zielonej Górze oraz Związkiem Telewizji Kablowych w Polsce – Izbą Gospodarczą z siedzibą w Łodzi.

W polski rynek telewizji kablowej jest zaangażowany kapitał zagraniczny. Coraz częściej na tym rynku inwestują banki i fundusze.

Rozwój naszego rynku telekomunikacyjnego i mediów elektronicznych związany jest nierozdzielnie z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej. Przystąpienie Polski do Unii spowoduje liberalizację prawa telekomunikacyjnego oraz przepisów o radiofonii i telewizji.

W 2002 roku w wyniku nowelizacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z powodu krótkiego okresu *vacatio legis* dla operatorów sieci kablowych na przystosowanie oferty do nowych przepisów i podpisanie umów z organizacjami zbiorowego zarządzania oraz nadawcami, nastąpiło zubożenie oferty programowej. W wielu sieciach z oferty zniknęły programy niemieckie, francuskie, hiszpańskie oraz włoskie. Wielu nadawców europejskich nie ma podpisanych umów na ochronę praw autorskich i pokrewnych umożliwiających rozprowadzanie ich programów na terenie Polski.

23 grudnia 2002 roku Rzecznik Praw Obywatelskich skierował wniosek do Trybunału Konstytucyjnego o stwierdzenie niezgodności znowelizowanych przepisów z Konstytucją RP ze względu na brak okresu dostosowawczego.

## **C. Perspektywy rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej**

### **Radiofonia cyfrowa**

Planowane w 2001 roku rozpoczęcie emisji eksperymentalnej DAB w Warszawie nie zostało zrealizowane, nie udało się rozwiązać trudności technicznych. Blok częstotliwościowy DAB uzgodniony międzynarodowo dla Polski centralnej znajduje się w 10 kanale telewizyjnym. Uruchomienie nadajnika spowodowało zakłócenia tego kanału u części odbiorców telewizji kablowej. Przewiduje się, że całodobowa emisja rozpocznie się we wrześniu 2003 roku. Telewizja wyprzedziła radio – eksperymentalny nadajnik DVB-T w Warszawie już działa od listopada 2001 roku.

Rozpoczęcie całodobowej emisji eksperymentalnej DAB stałoby się szczególnie uzasadnione i oczekiwane wobec perspektywy przełamania finansowej bariery dostępności odbiorników cyfrowych. W 2002 roku na konferencji CEPT w Maastricht Polska uzgodniła 7 bloków z pasma L (ok. 1,5 GHz) dla trzeciej sieci DAB –T pokrywającej cały kraj, po jednym bloku na województwo. W tej chwili Polska ma uzgodnione bloki częstotliwościowe dla trzech sieci, a mianowicie bloki z zakresu III (kanały telewizyjne od 6-12) dla sieci pierwszej ważności oraz bloki częstotliwościowe z zakresu L dla sieci drugiej i trzeciej ważności. Do uruchomienia sieci DAB-T konieczne jest przygotowanie planu sieci z podaniem konkretnych lokalizacji stacji z wykorzystaniem wyżej wymienionych bloków oraz ich uzgodnienie z krajami sąsiednimi. Uzgodnienie części sieci napotyka poważne problemy. W ramach prac przygotowawczych do Regionalnej Konferencji Radiokomunikacyjnej ITU, która planowana jest w 2004 i 2005 roku dotyczącej rewizji planu sieci stacji telewizyjnych, zgłaszane są propozycje przeznaczenia kanałów telewizyjnych 11 i 12 dla DAB-T. Jeśli propozycje te

zostaną przyjęte przez większość krajów europejskich to należałoby przygotować nowy plan bloków częstotliwościowych dla sieci pierwszej ważności. Konieczne jest określenie docelowej liczby sieci, a także określenie które z tych sieci mają być ogólnokrajowe.

Polskę czeka również dyskusja nad wykorzystaniem fal długich, średnich i krótkich do nadawania programów radiofonicznych w systemie cyfrowym DRM (Digital Radio Mondiale). Proces standaryzacji tego systemu zakończono w 2001 roku. Nieużytkowana od 5 lat średnionalowa sieć ogólnopolska czeka na swoją cyfrową szansę. Kłopoty z uruchomieniem DAB Eureka 147 spowodowały poszukiwanie innych sposobów docierania do słuchacza: jako dodatek do programów telewizyjnych w systemie DVB lub jako jedna z usług w systemie UMTS.

## **Telewizja cyfrowa DVB**

W 2002 roku prace Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w tym zakresie dotyczyły głównie projektu nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji w części dotyczącej telewizji cyfrowej. W sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu odbyła się też dyskusja nad opracowaniem KRRiT pt. „Strategia rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce”, przygotowanym w 2001 roku przez KRRiT i przekazanym Prezesowi Rady Ministrów, Marszałkowi Sejmu RP, Marszałkowi Senatu RP oraz przewodniczącym klubów parlamentarnych. Obecnie Krajowa Rada na wniosek komisji sejmowych aktualizuje to opracowanie.

Kontynuowana jest eksperymentalna emisja w systemie DVB-T czterech programów: TVP1, TVP2, TVN i POLSAT. Eksperyment prowadzi największy w Polsce operator sieci nadawczych – TP Emitel Sp. z o.o. z Radiowo-Telewizyjnego Centrum Nadawczego w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie.

W ramach eksperymentu dokonano pomiarów zasięgu oraz oceny jakości odbioru dla kilku rodzajów modulacji. Wyniki tych prac będą podstawą wyboru parametrów modulacji dla profesjonalnego nadawania. W dalszych etapach planowane jest określenie parametrów technicznych i uruchomienie kilku stacji pilotażowych w różnych rejonach Polski. Ponadto planuje się przetestować możliwość zwiększenia ilości programów zawartych w jednym multipleksie poprzez zastosowanie multipleksowania statystycznego, polegającego na przydzielaniu różnych przepływności dla poszczególnych programów w zależności od ich treści.

Nadal są aktualne założenia do budowy naziemnych sieci telewizji cyfrowej w Polsce przekazane przez KRRiT Prezesowi Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty w lutym 2002 roku. Podstawowe założenia są następujące:

- naziemne telewizyjne sieci cyfrowe będą planowane z wykorzystaniem kanałów 21 – 60 oraz częściowo 61 – 69, w miarę ich pozyskiwania dla radiodyfuzji;
- naziemne telewizyjne sieci cyfrowe będą projektowane dla odbioru stacjonarnego dla telewizji normalnej rozdzielczości;

- należy opracować dwa plany zagospodarowania częstotliwości wykorzystywanych dla przekazów telewizyjnych:
  - plan początkowy, związany z I etapem uruchamiania sieci cyfrowych, przy założeniu emisji równoległej w technice analogowej i cyfrowej,
  - plan docelowy, związany z II etapem uruchamiania sieci cyfrowych, przy założeniu emisji wyłącznie w technologii cyfrowej (po zakończeniu okresu tzw. simulcastu).

Plan początkowy powinien zakładać istnienie dwóch, w miarę możliwości kompletnych, sieci ogólnopolskich z możliwością podziału na sieci regionalne (wojewódzkie), a także istnienie możliwie największej liczby pojedynczych stacji nadawczych w dużych aglomeracjach miejskich, które w miarę zwalniania kanałów wykorzystywanych obecnie do emisji analogowej mogłyby przekształcać się w sieci o zasięgu najpierw regionalnym, a następnie ogólnopolskim.

Wobec braku możliwości budowy w I etapie dwóch pełnych sieci ogólnopolskich ze względu na użytkowanie przez służby wojskowe około 28% z ogólnej liczby kanałów przewidywanych do wykorzystania w tych sieciach preferuje się planowanie sieci w taki sposób, aby zapewniały one zbliżone do siebie pokrycie kraju.

Obecnie w Urzędzie Regulacji Telekomunikacji i Poczty trwają prace związane z uzgodnieniem międzynarodowym dwóch sieci ogólnokrajowych z wykorzystaniem kanałów 21-60, jednej sieci ogólnokrajowej z wykorzystaniem kanałów powyżej 60, w większości wykorzystywanych przez inne służby oraz dwóch sieci rozproszonych tzn. obejmujących jedynie duże miasta z wykorzystaniem kanałów od 21 do 60.

Oprócz prac związanych z I etapem wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej konieczne jest rozpoczęcie prac związanych z drugim etapem wdrażania naziemnej telewizji cyfrowej oraz opracowaniem procedury przejścia do sieci całkowicie cyfrowych.

Pierwsza sprawa jest bardzo istotna z uwagi na przygotowywaną Regionalną Konferencję Radiokomunikacyjną ITU, podczas której zostanie dokonana rewizja planów sieci przyjętych na podobnej konferencji ITU w latach 1960 – 1961 przy założeniu nadawania wyłącznie w systemie cyfrowym. Przed tą konferencją konieczne jest określenie docelowej liczby multipleksów oraz ich konfiguracji tzn. czy mają być to multipleksy ogólnokrajowe czy regionalne.

Opracowanie procedury przejścia do sieci całkowicie cyfrowych wymaga poważnej dyskusji ponieważ przejście z nadawania analogowego na nadawanie cyfrowe dotyczyć będzie całego społeczeństwa. Obecnie w Europie rozważane są dwie metody przejścia do nadawania tylko cyfrowego.

Jedna metoda polega na równoległym nadawaniu analogowym i cyfrowym przez określony czas. Jako kryterium zaprzestania nadawania analogowego przyjmuje się odpowiednie nasycenie rynku odbiornikami cyfrowymi oraz zapewnienie bogatej oferty programowej rozpowszechnianej drogą cyfrową.

Druga metoda zwana metodą wyspowa polega na przechodzeniu z nadawania analogowego na cyfrowe w określonym obszarze bez równoległego nadawania w obu



systemach. Metoda ta wymaga zapewnienia dostępu do odbiorników cyfrowych wszystkim mieszkańcom danego obszaru.

Dyskusja powinna również dotyczyć zawartości multipleksów. Czy należy iść w kierunku równoległego nadawania w systemie analogowym i cyfrowym tych samych programów, czy nadawania różnych programów? Czy mają to być programy płatne czy bezpłatne?

Niezależnie od rozwoju sytuacji na polu mediów cyfrowych w innych krajach konieczna jest w Polsce szeroka dyskusja na temat warunków wdrażania naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej oraz na temat aspektów technicznych, rynkowych i społecznych.

## II. DZIAŁALNOŚĆ PROGRAMOWA NADAWCÓW

### A. Rynek telewizyjny i oferta programowa w 2002 roku

#### Oferta programowa telewizji

##### *Oferta globalna*

Obliczona w całości oferta programowa telewizji publicznej (TVP1, TVP2) i telewizji koncesjonowanych (TVN, Polsat, TV4) przedstawia się następująco:

W 2002 roku nadano łącznie:

**39 209** godzin programu

Informacja	1 969	5,0%
Publicystyka	2 266	5,8%
Film fabularny	16 150	41,2%
Film dokumentalny	1 454	3,7%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	5 203	13,3%
Edukacja i poradnictwo	1 290	3,3%
Sport	1 391	3,5%
Religia	203	0,5%
Muzyka poważna	85	0,2%
Muzyka rozrywkowa	3 063	7,8%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	108	0,3%
Autopromocja	1 879	4,8%
Reklama	3 765	9,6%
Rozłączona sieć Programu 2	383	0,9%

W 2002 roku pięciu naziemnych nadawców telewizyjnych wyemitowało łącznie 39.209 godzin programu (łącznie z rozłączoną siecią TVP2). Jest to o 86 godzin więcej niż w 2001 roku. Oba programy telewizji publicznej zwiększyły roczny czas emisji o 114 godzin (choć nadal był on mniejszy o 488 godzin w porównaniu do 2000 roku), TV4 o 11 godzin, natomiast programy Polsat i TVN nadawane były o 39 godzin krócej. Suma godzin emisji podzielona przez liczbę dni w roku wskazuje, że średni dobowy czas nadawania wynosił nieco powyżej 21 godzin i nieznacznie przewyższał poziom poprzedniego roku. Poniżej tej średniej znalazły się programy telewizji publicznej (TVP1 – 20 godzin, TVP2 – 19 godzin), a powyżej – TVN (prawie całodobowy) i Polsat (23 godziny).

Podobnie jak w 2001 roku, podstawową część oferty programowej stanowiły 2 gatunki telewizyjne: film fabularny i rozrywka (słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe i muzyka rozrywkowa). Wypełniły one 62% całości wszystkich omawianych programów. Wkład pozostałych rodzajów audycji był zasadniczo zbliżony do poprzedniego roku, z niewielkimi przesunięciami w górę, np. edukacja i poradnictwo (z 2,6% do 3,3%), sport (z 2,7% do 3,5%), muzyka rozrywkowa (z 5,2% do 7,8%) lub w dół: autopromocja (z 5,7% do 4,8%), słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe (z 15% do 13,3%), film fabularny (z 42,6% do 41,2%) oraz audycje publicystyczne i informacyjne (z 12% do 10,8%).

Najwyższy udział premier w rocznym czasie nadawania odnotowano w programach telewizji publicznej: TVP1 – 75,5% (o 4,5% mniej w stosunku do poprzedniego roku), TVP2 – 60% (o 2% mniej). Natomiast w programach koncesjonowanych stanowiły one: w Telewizji Polsat – 57%, (wzrost o 1%), TVN – 41%, (spadek o 14%), TV4 – 48% (spadek o 1%).

### **Oferta programowa telewizji publicznej**

Liczba godzin emisji ogółem	TVP1		TVP2	
	7402		6960 (w tym 383 godz. rozłączona sieć Programu 2)	
Informacja	518	7,0%	547	7,9%
Publicystyka	1235	16,7%	303	4,4%
Film fabularny	2838	38,3%	2712	39,0%
Film dokumentalny	508	6,9%	524	7,5%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	289	3,9%	647	9,3%
Edukacja i poradnictwo	378	5,1%	326	4,7%
Sport	359	4,9%	383	5,5%
Religia	122	1,7%	38	0,5%
Muzyka poważna	9	0,1%	69	1,0%
Muzyka rozrywkowa	198	2,7%	391	5,6%
Widowiska teatralne	52	0,7%	56	0,8%
Autopromocja, zwiastuny	265	3,6%	237	3,4%
Reklama	631	8,5%	344	4,9%

**Oferta programowa telewizji koncesjonowanych**

	POLSAT		TVN		TV4	
Całość emisji	8326	100%	8720	100%	7801	100%
Informacja	421	5,1%	239	2,7%	244	3,1%
Publicystyka	34	0,4%	354	4,1%	340	4,4%
Film fabularny	3607	43,3%	3156	36,2%	3837	49,2 %
Film dokumentalny	95	1,1%	157	1,8%	170	2,2%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muz.)	1009	12,1%	2590	29,7%	668	8,6%
Edukacja i poradnictwo	170	2,0%	332	3,8%	84	1,1%
Sport	333	4,0%	21	0,2%	295	3,8%
Religia	43	0,5%	0	0%	0	0%
Muzyka poważna	7	0,1%	0	0%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	1431	17,2%	92	1,1%	951	12,2%
Widowiska teatralne	0	0%	0	0%	0	0%
Autopromocja, zwiastuny	475	5,7%	364	4,2%	538	6,9%
Reklama	701	8,4%	1415	16,2%	674	8,6%

**Preferowane gatunki programowe**

TVP1	TVP2	POLSAT	TVN	TV4
Film fabularny: 38%	Film fabularny: 39%	Film fabularny: 43%	Film fabularny: 36%	Film fabularny: 49%
Publicystyka: 17%	Rozrywka (audycje plus muzyka): 15%	Rozrywka (audycje plus muzyka): 29%	Rozrywka (audycje plus muzyka): 30%	Rozrywka (audycje plus muzyka): 21%
Rozrywka (audycje plus muzyka): 7%	Informacje: 8%	Informacje: 5%	Publicystyka: 4%	Publicystyka: 4%

W 2002 roku w programach telewizji publicznej i TV4 nie było znaczących zmian w grupie gatunków tworzących trzon oferty programowej. Film fabularny (kinowy, telewizyjny, seriale itp.) oraz publicystyka w TVP1 wypełniały 55% rocznego czasu nadawania (+3% w stosunku do 2001 roku), zaś w TVP2 dominowały film i rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne oraz muzyka rozrywkowa) – 54% (bez zmian w stosunku do poprzedniego roku). Natomiast w dwóch programach koncesjonowanych zmieniły się dotychczasowe proporcje. W Telewizji Polsat audycje tworzące zasadniczą część programu zmniejszyły się z 75% do 72% (spadek o 6% filmu fabularnego i wzrost o 3% rozrywki), a w TVN z 70% do 66% (spadek o 6% filmu i wzrost o 1% rozrywki).

**Informacja w telewizji publicznej**

	Dzienniki	Transmisje/retransmisje z obrad Sejmu i Senatu	Ogółem
<b>TVP1</b>	516 99,5%	2 0,5%	518 100%
<b>TVP2</b>	380 70%	167 30%	547 100%

Udział audycji informacyjnych w rocznym programie telewizji publicznej zmniejszył się w stosunku do poprzedniego roku o 187 godz. Spadek ten jest najbardziej widoczny w programie drugim (mniej o 148 godz. w stosunku do 2001 roku), a zwłaszcza w przypadku transmisji i retransmisji z obrad Sejmu i Senatu (mniej o 222 godz. w porównaniu do 2001 roku). Wynika to z zamieszczenia tych transmisji w programie TVP3 Regionalna. Program 1 przekazywał informacje zawarte głównie w nadawanych o stałych porach dziennikach, które zajmowały średnio 1 godz. 25 min. na dobę (w 2001 roku – 1 godz. 30 min.). W programie 2 dzienniki zajmowały średnio 1 godz. dziennie i liczba ich godzin w ciągu roku w porównaniu do 2001 roku wzrosła o 74 godziny.

**Publicystyka**

	społeczna, polityczna i ekonomiczna	międzynarodowa	kulturalna	inna	razem
TVP1	578	26	480	151	1235
TVP2	149	23	131	1	303
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>727</b>	<b>49</b>	<b>611</b>	<b>152</b>	<b>1538</b>
%	47%	3%	40%	10%	100%
POLSAT	3	0	15	16	34
TVN	258	0	33	63	354
TV4	47	0	269	24	340
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>308</b>	<b>0</b>	<b>317</b>	<b>103</b>	<b>728</b>
%	42%	0%	44%	14%	100%
<b>Ogółem liczba godzin</b>	<b>1035</b>	<b>49</b>	<b>928</b>	<b>255</b>	<b>2266</b>
%	46%	2%	41%	11%	100%

Podobnie, jak w przypadku audycji informacyjnych, zmniejszyła się liczba godzin audycji publicystycznych. Różnica ta w porównaniu z 2001 rokiem wynosi 213 godzin (117 godzin w telewizji publicznej) i 96 godzin w dwóch pozostałych (Polsat, TVN). Wyjątek stanowi TV4, gdzie przybyło 80 godzin. W telewizji publicznej uszczuplono przede wszystkim publicystykę społeczną, polityczną i ekonomiczną, natomiast podwyższono udział kulturalnej.

**Film fabularny**

	jednostkowy kinowy i telewizyjny	seriale i serie	filmy animowane	film krótkometrażowy	razem
TVP1	1154	1222	462	0	2838
TVP2	1136	1482	94	0	2712
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>2290</b>	<b>2704</b>	<b>556</b>	<b>0</b>	<b>5550</b>
%	41%	49%	10%	0%	100%
POLSAT	1070	2131	406	0	3607
TVN	1241	1253	662	0	3156
TV4	1331	1993	513	0	3837
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>3642</b>	<b>5377</b>	<b>1581</b>	<b>0</b>	<b>10600</b>
%	34%	51%	15%	0%	100%
<b>Ogółem</b>	<b>5931</b>	<b>8081</b>	<b>2141</b>	<b>0</b>	<b>16150</b>
%	37%	50%	13%	0%	100%

W rocznym czasie nadawania procentowy udział filmów fabularnych (pełnometrażowych, seriali, krótkometrażowych i animowanych) we wszystkich omawianych programach zmalał o 536 godz. Występowała jednak widoczna różnica między programami telewizji publicznej a koncesjonowanej: w przypadku tych pierwszych widoczny był wzrost o 276 godz., a tych drugich znaczący spadek o 812 godz. (oprócz TV4, gdzie odnotowano wzrost o 186 godz.). W rezultacie film fabularny wypełnił prawie 39% programu telewizji publicznej (38% w TVP1, przy 36% w ubiegłym roku i nieco powyżej 39% w TVP2 przy 38% ubiegłorocznych). Natomiast w programach koncesjonowanych zajął średnio ok. 43% rocznego czasu nadawania, przy prawie 50% udziale w 2001 roku. W poszczególnych programach udziały kształtowały się następująco: TVN – 36%, Polsat – 43% i TV4 – 49%. Widz mógł oglądać fabułę po 10 godzin średnio na dobę w programach Polsat i TV4, w granicach 8 godz. w TVN i TVP1 i 7 godz. w TVP2.

Globalna oferta filmowa składała się w połowie z seriali. Najczęściej były one prezentowane w ofercie filmowej programów: Polsat (59%), TVP2 (55%) i TV4 (52%). Jednostkowe filmy kinowe i telewizyjne przeważały natomiast w programach telewizji publicznej (średnio ok 42% oferty filmowej) i w TVN (39%). Z kolei filmy animowane – w TVN (21%) i TVP1 (16%).

**Kraje produkcji**

	Polska	pozostała europejska	USA	południowo - amerykańska	inna	razem
TVP1	583	629	1459	34	133	2838
TVP2	923	549	1070	5	165	2712
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>1506</b>	<b>1178</b>	<b>2529</b>	<b>39</b>	<b>298</b>	<b>5550</b>
%	27%	21%	46%	1%	5%	100%

POLSAT	556	461	1873	603	114	3607
TVN	127	259	2061	318	391	3156
TV4	13	299	2756	494	275	3837
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>696</b>	<b>1019</b>	<b>6690</b>	<b>1415</b>	<b>780</b>	<b>10600</b>
%	7%	10%	63%	13%	7%	100%
<b>Ogółem</b>	<b>2202</b>	<b>2197</b>	<b>9219</b>	<b>1454</b>	<b>1078</b>	<b>16150</b>
%	14%	14%	57%	9%	7%	100%

W całościowej ofercie filmowej przeważały produkcje amerykańskie, choć ich udział w porównaniu z 2001 roku spadł o 2% na rzecz produkcji polskiej i innej europejskiej. Największy udział filmy amerykańskie miały w propozycjach telewizji koncesjonowanych: od 72% w TV4, 65% w TVN, 52% w Telewizji Polsat do 51% w TVP1. Telewizje koncesjonowane dość często, w przeciwieństwie do publicznej, sięgały po produkcje południowo-amerykańskich, głównie w przypadku seriali.

### *Europejska produkcja filmowa*

W 2002 roku wzrósł nieznacznie udział filmów produkcji europejskiej (z 27% do 28% oferty filmowej). Udział produkcji polskiej wzrósł o 3%, a pozostałej europejskiej zmalał o 2%. W telewizji publicznej filmy europejskie wypełniły 54% oferty filmowej TVP2 (w tym 34% produkcja polska), 42% - w TVP1 (produkcja polska – 20%). Rzadziej film europejski prezentowano w programach koncesjonowanych, gdzie stanowił on ogółem 17% oferty filmowej: 28% w Telewizji Polsat, 12% w TVN i 8% w TV4. W grupie filmów produkcji europejskiej w TVP1, TVP2 i w Telewizji Polsat górowała produkcja polska. W TVN jej udział wynosił 33%, a w TV4 – 4%. Z pozostałych krajów europejskich najbardziej popularne były filmy angielskie (oprócz TV4, gdzie preferowano niemieckie), francuskie w telewizji publicznej, niemieckie w Telewizji Polsat i włoskie w TVN.

### *Film dokumentalny*

W omawianym roku udział filmu dokumentalnego (w tym reportaży) w całości programu pozostawał na poziomie roku poprzedniego. Mimo spadku liczby godzin jego emisji (o 89 godz.) nadal najbardziej zauważalny był w telewizji publicznej (7% jej rocznego programu), zajmując w każdym z jej programów średnio ponad jedną godzinę na dobę. W programach koncesjonowanych film dokumentalny zajął średnio 1,7% rocznego czasu nadawania tych programów.

### *Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)*

	widowiska	kabarety, satyra	teleturnieje rozrywkowe	talk show	reality show	gry i zabawy	inne	razem
TVP1	41	48	146	0	0	0	54	289
TVP2	183	197	183	51	15	0	18	647
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>224</b>	<b>245</b>	<b>329</b>	<b>51</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>936</b>
%	24%	26%	35%	5%	2%	0%	8%	100%

POLSAT	137	5	0	115	305	304	143	1009
TVN	212	125	613	568	256	73	743	2590
TV4	0	0	265	0	0	0	403	668
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>349</b>	<b>130</b>	<b>878</b>	<b>683</b>	<b>561</b>	<b>377</b>	<b>1289</b>	<b>4267</b>
%	8%	3%	21%	16%	13%	9%	30%	100%
<b>Ogółem</b>	<b>573</b>	<b>375</b>	<b>1207</b>	<b>734</b>	<b>576</b>	<b>377</b>	<b>1361</b>	<b>5203</b>
%	11%	7%	23%	14%	11%	7%	26%	100%

Oprócz TV4, pozostałe programy koncesjonowane proponowały prawie o 400 godzin więcej rozrywki niż w poprzednim roku, w tym w Telewizji Polsat 226 godz. (wzrost dotyczy głównie reality show i widowisk), a w TVN – 161 godz. (głównie za przyczyną teleturniejów rozrywkowych, przy jednoczesnym spadku reality show). Zmieniła się także struktura gatunkowa rozrywki. W 2001 roku w telewizji publicznej w połowie tworzyły ją teleturnieje rozrywkowe, a w omawianym roku zaproponowano ich o 161 godz. mniej. Wzrosła natomiast liczba godzin audycji satyrycznych i kabaretowych (o 78 godz.). O ile w telewizji publicznej trzon oferty rozrywkowej tworzą teleturnieje rozrywkowe, widowiska, kabaret i audycje satyryczne, to w koncesjonowanych – podobnie teleturnieje, ale także talk show i reality show.

### *Edukacja i poradnictwo*

	audycje edukacyjne (w tym teleturnieje edukacyjne)	poradnicze	inne	razem
TVP1	305	73	0	378
TVP2	201	125	0	326
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>506</b>	<b>198</b>	<b>0</b>	<b>704</b>
%	72%	28%	0%	100%
POLSAT	26	70	74	170
TVN	46	286	0	332
TV4	2	82	0	84
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>74</b>	<b>438</b>	<b>74</b>	<b>586</b>
%	13%	75%	13%	100%
<b>Ogółem</b>	<b>580</b>	<b>636</b>	<b>74</b>	<b>1290</b>
%	45%	49%	6%	100%

Udział audycji edukacyjnych i poradniczych wzrósł w 2002 roku o 265 godz. (114 godz. w telewizji publicznej i 151 w koncesjonowanych). Na poziomie ubiegłorocznym (z nieznacznym zmniejszeniem w programach koncesjonowanych) pozostawały audycje edukacyjne, a znacznie zwiększyła się oferta poradnicza – ponad dwukrotnie we wszystkich programach. 87% audycji edukacyjnych zostało nadanych w programach publicznych, a 69% audycji poradniczych w koncesjonowanych.



**Sport**

	serwisy i magazyny	transmisje	inne	razem
TVP1	94	265	0	359
TVP2	144	239	0	383
<b>Razem telewizja publiczna</b>	<b>238</b>	<b>504</b>	<b>0</b>	<b>742</b>
%	32%	68%	0%	100%
POLSAT	138	179	16	333
TVN	14	0	7	21
TV4	115	180	0	295
<b>Razem telewizja koncesjonowana</b>	<b>267</b>	<b>359</b>	<b>23</b>	<b>649</b>
%	41%	55%	4%	100%
<b>Ogółem</b>	<b>505</b>	<b>863</b>	<b>23</b>	<b>1391</b>
%	36%	62%	2%	100%

W porównaniu z rokiem poprzednim nadano o 341 godzin więcej audycji sportowych (134 godz. w programach telewizji publicznej i 207 godz. w programach koncesjonowanych). Na to powiększenie składały się transmisje (863 godz.- więcej o 221 godz. w odniesieniu do 2001 roku), głównie z zimowych igrzysk olimpijskich i mistrzostw świata w Korei i Japonii. W sumie wszystkie omawiane programy oferowały średnio na dobę prawie 4 godziny sportu, w tym prawie połowę TVP1 i TVP2.

**Audycje religijne**

Audycje te występowały w trzech programach: w obu programach telewizji publicznej i w Telewizji Polsat i zajęły 203 godz. w rocznym czasie nadawania (122 godz. w TVP1 – o 9 godz. mniej, 38 w TVP2 i 43 godz. w Telewizji Polsat). W przypadku programów publicznych w 40% były to transmisje mszy św. i uroczystości religijnych, a w pozostałej części – informacje, publicystyka i edukacja religijna.

**Muzyka poważna**

Nadawano ją w drugim programie telewizji publicznej (69 godz.) i w niewielkim wymiarze w TVP1 (9 godz.) oraz Polsat, w którym pojawiła się po raz pierwszy (7 godz.). Były to w większości transmisje i retransmisje koncertów.

**Muzyka rozrywkowa**

W pięciu omawianych programach zaproponowano w 2002 roku 3.063 godz. muzyki rozrywkowej, z czego 78% znalazło się w Telewizji Polsat (1.431 godz.) i TV4 (951 godz.). Znacznie rozszerzono repertuar muzyczny w programie TV4. Wypełnił on tam 12% rocznego czasu nadawania. W porównaniu z poprzednim rokiem pozostawał on nadal prawie na niezmiennym poziomie (17% czasu nadawania) pozostał on w Telewizji Polsat i nieznacznie (z 5% do 5,6%) wzrósł w TVP2.

### **Widowiska teatralne**

Ich emisja miała miejsce wyłącznie w programach telewizji publicznej. W ciągu roku zajęły one 108 godz., tj. o 9 godz. mniej niż w 2001 roku i o 87 godz. mniej w stosunku do 2000 roku. W omawianym okresie były to wyłącznie przedstawienia teatru telewizji.

### **Audycje dla dzieci i młodzieży**

Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniły średnio 19% rocznego czasu nadawania we wszystkich omawianych programach (o 3% więcej niż w poprzednim roku). Najmniejszy udział miały one w telewizji publicznej: 4% w TVP2 (na poziomie poprzedniego roku) i 12% w TVP1 (+ 2%), a w programach koncesjonowanych: od 32% w Telewizji Polsat (+ 2%), 35% w TV4 (+ 12%) po 8% w TVN (podobnie jak w poprzednim roku). Filarem propozycji skierowanych do dzieci i młodzieży były filmy fabularne (w tym głównie animowane), z wyjątkiem Telewizji Polsat, który adresował do młodzieży głównie muzykę rozrywkową oraz gry i zabawy. Z otrzymanych od nadawców danych statystycznych wynika, że w propozycjach programowych adresowanych do tej grupy odbiorców audycje edukacyjne zajęły 18% w TVP2, 15% w TVP1 i 8% w Telewizji Polsat.

### **Profile programowe poszczególnych nadawców: podobieństwa i różnice**

Wszystkie omawiane programy mają charakter uniwersalny i w każdym z nich trzon stanowi fabuła (film pełnometrażowy, seriale, telenowele itp.) i rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne, muzyka rozrywkowa). Różnice dotyczą jedynie wielkości ich udziałów: od 73% w programie Polsat, 70% TV4, 67% TVN po 54% TVP2 i 45% TVP1. Cech dystynktywnych należy zatem szukać w pozostałych elementach budowy programu. Pierwszą cechą, którą można przypisać tylko programom telewizji publicznej to obecność w nich audycji nienadawanych w innych programach: muzyki poważnej, widowisk teatralnych i audycji religijnych (w niewielkim wymiarze w Telewizji Polsat i TV4). W grupie pozostałych audycji programy telewizji publicznej górują nad koncesjonowanymi w liczbie nadanych godzin audycji informacyjnych, publicystycznych (głównie TVP1), edukacyjno-poradniczych, filmów dokumentalnych i sportu. Różnice między dwoma programami telewizji publicznej dotyczą głównie obecności audycji publicystycznych (17% w TVP1 i 4% w TVP2), audycji rozrywkowych (4% w TVP1 i 9% w TVP2), muzyki rozrywkowej (3% w TVP1 i 6% w TVP2) oraz muzyki poważnej. Wprowadzona od września tzw. „jesienna ramówka” programów nie burzyła wskazanych wyżej tendencji. Jako nowe audycje wprowadzono wtedy w TVP1 między innymi: wiadomości biznesowe *Profit*, interaktywną audycję dla młodzieży *Wirtul@ndia*, *Rozmowy na czasie* (kontynuacja *Rozmów na początek wieku*) magazynu *Trochę kultury*, *Sobota w Europie*, cykl filmów o polskich twórcach kultury i filmów przyrodniczych w cyklu *BBC w Jedyńce*, telenowele dokumentalne *Taśmy grozy* oraz *Przedszkolandia*. Natomiast w TVP2 z nowości znalazły się: talk show *Smaki ciemności* oraz *Gorączka*, audycja poradnicza *Pytanie na śniadanie*, telenowela dokumentalna *Zielona karta*, serialowa wersja filmu *Wiedźmin*, nowe premiery w cyklu *Studio teatralne Dwójki*.

Różnice w programach koncesjonowanych Polsat i TVN polegają nie tyle na odmiennych elementach budujących program, co poszukiwaniach nowych formatów w ramach istniejących struktur gatunkowych. Jesienią 2002 roku TVN w miejsce Big Brothera, trzech seriali fabularnych i również trzech dokumentalnych, teleturnieju i talk show wprowadzono 13 nowych audycji. Były to między innymi: 3 serie fabularno-dokumentalne (*Usterka*, *Kryminalne gry* i *Chicago*), 3 audycje o nowatorskiej formie, polegającej na połączeniu teleturnieju i reality show (*Chwila prawdy*, *Przyjaciele*, *Oko za oko*), audycję kulinarną noszącą cechy talk show (*Co ty wiesz o gotowaniu, czyli Linda w kuchni*), teleturniej (*We dwoje*). Miejsce *Kropki nad i* (została przeniesiona po godz. 23:00) zajęła adresowana do młodszej widowni audycja pt. *Uwaga*. Wprowadzono także nowy serial *Kasia i Tomek*, charakteryzujący się nowatorskim montażem. W tym samym czasie program Polsat kontynuował, choć w zmienionej, rozszerzonej formule kolejne edycje *Idola* i *Baru*. Zrezygnowano natomiast z audycji disco polo, wprowadzając adresowaną do młodzieży *Hitmanię* (tendencje i style muzyczne młodego pokolenia) oraz *Muzykogramie* – audycję prezentującą muzykę rozrywkową lat 60, 70, 80 i współczesną. Zaproponowano także nowy teleturniej o rozbudowanej scenografii pt. *Rosyjska ruletka* oraz audycję publicystyczną *Promenada sukcesu*. Wymienione wyżej nowe audycje miały być lokomotywą dla tych programów i znalazły miejsce w najlepszym czasie antenowym – w TVN bezpośrednio po wieczornych *Faktach* (godz. 19:00), a w Telewizji Polsat w paśmie między godz. 18:15 a 20:45.

Retuszowych zmian dokonano w programie TV4, gdzie początek kilkunastogodzinnego pasma serialowo-filmowego przesunięto na godz. 18:00 (najpierw serial, potem film i znowu serial).

### **TVP 3 Regionalna**

Telewizja Polska 3 marca 2002 roku rozpoczęła nadawanie programu TVP 3 Regionalna, który powstał na bazie istniejących wcześniej programów regionalnych nadawanych przez oddziały terenowe, w których wykorzystywano także pasma wspólne zestawiane w centrali. Program ten skonstruowany jest z programu zestawianego przez Biuro Programów Regionalnych (BRP) i pasm rozłączonych, w których 12 oddziałów terenowych Telewizji Polskiej nadaje równolegle własne samodzielnie zestawiane programy. Nadawca rozpoczynając emisję tego programu zapowiedział zmianę jego charakteru z uniwersalnego na wyspecjalizowany o profilu publicystyczno-informacyjnym. W programie TVP 3 Regionalna dość znaczny udział miały powtórzenia audycji, które zajęły 39% rocznego programu. Było to uwarunkowane charakterem programu.

W ubiegłym roku audycje wytworzone przez oddziały terenowe miały duży udział w programie wspólnym TVP 3 Regionalna. Wyprodukowały one łącznie 37,3 % tego programu. Najwięcej godzin audycji dla programu wspólnego wyprodukowały oddziały w Szczecinie (867,9 godz.), w Poznaniu (344,4 godz.) i Warszawie (266,2 godz.), a najmniej w Bydgoszczy (15 godz.) i Białymstoku (18,3 godz.).

**Program wspólny TVP 3 Regionalna**

W 2002 roku roczny czas rozpowszechniania programu wspólnego zestawianego przez BPR wyniósł 5501,5 godz. Jednak większość oddziałów terenowych (z wyjątkiem OTV w Białymstoku i Rzeszowie) nie wykorzystywała programu wspólnego w całości. Oddziały dysponujące największym potencjałem produkcyjnym i twórczym wykorzystały w ubiegłym roku najmniej programu wspólnego (o 119 godz. mniej programu wspólnego wykorzystał OTV Poznań, o 65 godz. OTV Gdańsk a o 48,5 godz. OTV Katowice).

**Struktura programu wspólnego TVP 3 Regionalna według rodzajów audycji nadanych w 2002 roku**

Rodzaj audycji	godz.	%
Film fabularny	1711,0	31,3%
Informacja	1296,6	23,7%
Film dokumentalny	783,7	14,3%
Publicystyka	522,0	9,6%
Autopromocja	328,7	6,0%
Edukacja	224,5	4,1%
Sport	195,2	3,6%
Reklama	168,2	3,1%
Rozrywka	144,3	2,6%
Muzyka	70,7	1,3%
Religia	16,7	0,3%
Widowiska teatralne	2,1	0,0%
<b>Razem</b>	<b>5464,8</b>	<b>100,0%</b>

**Film fabularny** był najważniejszym pod względem ilości zajmowanego czasu, tworzywem pasm wspólnych programów regionalnych w latach poprzednich i takim pozostał również w nowym programie TVP 3 Regionalna. Nawet deklarowana zmiana profilu programu na publicystyczno-informacyjny nie naruszyła jego silnej pozycji w programie wspólnym. Filmy fabularne zajęły 31,3% rocznego czasu emisji programu wspólnego. Wśród nich najwięcej godzin emisji przypadło jednostkowym filmom telewizyjnym oraz seriom i serialom. W programie wspólnym filmy miały kilka stałych pasm emisyjnych – codziennie w paśmie wczesnoporannym (filmy animowane adresowane do dzieci i młodzieży), od poniedziałku do piątku w paśmie przedpołudniowym i popołudniowym (seriale fabularne) oraz codziennie w paśmie późnowieczornym, po godz. 23.00 (jednostkowe filmy fabularne).

Udział audycji **informacyjnych i publicystycznych**, które według nadawcy, miały być podstawowym tworzywem nowego programu TVP 3 Regionalna, był zaledwie o 2 punkty procentowe większy od czasu nadawania filmu fabularnego. Sztandarową audycją **informacyjną** był *Kurier* nadawany co godzinę od poniedziałku do piątku od 7:30 do 22:30 (16 wydań dziennie). W sobotę audycja ta miała 13 wydań, a w niedzielę – 12.

W zamierzeniach nadawcy profil programu realizować miały, obok audycji informacyjnych, **audycje publicystyczne**. Oferta tego rodzaju audycji w programie wspólnym była rzeczywiście bogata: od poniedziałku do piątku nadawane były wywiady *Gość dnia* i *Rozmowa dnia* oraz magazyny: *Echa dnia*, *Eurotel* i *Telekurier*. *Telekurier* redagowany był przez reporterów oddziałów terenowych. W audycji prezentowane były ważne wydarzenia, oraz relacje reporterskie pokazujące zarówno ludzkie dramaty jak i radości. We wszystkie dni tygodnia ukazywał się magazyn o tematyce kulturalnej *Regiony kultury*, zaś raz w tygodniu w niedzielę magazyn prezentujący nowości na rynku wydawniczym *Książka tygodnia* oraz magazyn *Od niedzieli do niedzieli*. W TVP 3

Regionalna ukazywała się regularnie audycja uwzględniająca potrzeby mniejszości ukraińskiej w Polsce *Telenowyny*. Ponadto stałe miejsce w programie miały audycje *Kwartet* oraz *Kowalski i Schmidt*, których celem było wspieranie dobrosąsiedzkich relacji z Czechami, Słowacją, Węgrami i Niemcami. Z Programu 1 retransmitowana była od poniedziałku do piątku audycja informacyjna dla rolników *Agrobiznes*. Dwa inne magazyny publicystyczne *Partol Trójki* i *To jest temat* ukazywały się w programie na przemian od poniedziałku do czwartku.

Znaczącą udział (14,3%) miały w programie wspólnym **filmy dokumentalne**. Wśród nich najwięcej czasu emisji zajęły reportaże i telenowele dokumentalne. Najczęściej emitowano filmy dokumentalne o tematyce obyczajowej, historycznej, przyrodniczej i muzycznej.

Udział innych rodzajów audycji – edukacyjnych, sportowych, rozrywkowych, religijnych i muzyki - w programie wspólnym TVP 3 Regionalna był niewielki i żaden z nich nie przekraczał 5%. Na audycje **edukacyjne** przeznaczono 4,1% rocznego programu wspólnego. Były to przede wszystkim audycje popularnonaukowe i poradnicze. Audycje **sportowe** zajęły 3,6% programu wspólnego. Były to przede wszystkim transmisje zawodów sportowych oraz serwisy (codziennie od poniedziałku do piątku o godz. 19.30 ukazywała się audycja informacyjna *Kurier sportowy*). Audycje **religijne** zajęły zaledwie 0,3% programu wspólnego. Wśród nich najwięcej czasu emisji przeznaczono na transmisje mszy św. Udział **audycji rozrywkowych** wraz z muzyką rozrywkową w programie wspólnym wyniósł 3,8%. W ramach audycji rozrywkowych emitowane były teleturnieje (*Złoty pilot*, *Rozwiązanie pytania*) oraz widowiska estradowe, kabarety i audycje satyryczne. **Muzykę poważną** w programie wspólnym emitowano bardzo rzadko. Jej udział wyniósł zaledwie 0,2%.

Duży udział w programie wspólnym miała autopromocja ze zwiastunami (6%) oraz reklama (3,1%).

Podsumowując można stwierdzić, że w wyemitowanym w ubiegłym roku programie TVP 3 Regionalna audycje oparte na rzeczywistych faktach (informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, sportowe, religijne i filmy dokumentalne – 55,6% programu wspólnego) przeważały nad audycjami wykreowanymi (filmy fabularne, audycje rozrywkowe i muzyka – 35,2% programu), lecz ich udział w programie nie był na tyle duży, aby uznać jej za decydujące o jego charakterze.

### ***Pasma rozłączone TVP 3 Regionalna***

W programie TVP 3 Regionalna codziennie od poniedziałku do piątku nadawano pięć pasm rozłączonych zestawianych samodzielnie przez każdy z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. (7:45 – 8:28, 15:45 – 16:28, 17:50 – 18:27, 18:45 – 19:28, 21:45 – 22:13). Średni roczny czas emisji pasm rozłączonych w przeciętnym oddziale terenowym wyniósł 1307 godzin (średnio w ciągu dnia 3 godziny i 34 minuty), co oznacza 19,3% łącznego średniorocznego czasu emisji programu TVP 3 Regionalna (program wspólny razem z pasmami regionalnymi). Suma czasu nadawania programu w pasmach rozłączonych przez wszystkie dwanaście oddziałów terenowych wynosiła przeciętnie w ciągu każdej doby 42,8 godz. Program emitowany w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna cechowała w 2002 roku duża ilość powtórek.

**Struktura pasm rozłączonych programu TVP 3 Regionalna nadawanych przez poszczególne oddziały terenowe TVP S.A. według rodzajów audycji w 2002 roku**

Oddział terenowy TVP S.A.	Roczny czas nadawania programu własnego		Informacja		Publicystyka		Edukacja		Religia	
	godz.		godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	1259,9		306,2	24,3%	389,1	30,9%	149,1	11,8%	144,3	11,5%
OTV Bydgoszcz	1350,7		304,9	22,6%	438,8	32,5%	116,2	8,6%	64,1	4,7%
OTV Gdańsk	1317,7		354,5	26,9%	575,6	43,7%	15,2	1,2%	56,6	4,3%
OTV Katowice	1284,4		283,0	22,0%	424,2	33,0%	105,4	8,2%	36,2	2,8%
OTV Kraków	1278,4		317,1	24,8%	484,0	37,9%	128,9	10,1%	111,4	8,7%
OTV Lublin	1347,0		246,9	18,3%	375,3	27,9%	12,2	0,9%	53,3	4,0%
OTV Łódź	1310,6		348,3	26,6%	265,3	20,2%	164,8	12,6%	39,3	3,0%
OTV Poznań	1397,1		347,1	24,8%	412,6	29,5%	40,2	2,9%	33,5	2,4%
OTV Rzeszów	1276,5		171,9	13,5%	372,7	29,2%	30,3	2,4%	89,9	7,0%
OTV Szczecin	1252,4		315,0	25,2%	488,1	39,0%	47,7	3,8%	76,0	6,1%
OTV Warszawa	1315,4		321,8	24,5%	344,2	26,2%	81,4	6,2%	102,8	7,8%
OTV Wrocław	1294,7		357,6	27,6%	245,6	19,0%	45,3	3,5%	22,2	1,7%

Oddział terenowy TVP S.A.	Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane		Film fabularny		Film dokumentalny		Rozrywka	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	0,0	0,0%	0,0	%	52,4	4,2%	9,3	0,7%
OTV Bydgoszcz	0,0	0,0%	0,0	0,0%	83,8	6,2%	20,4	1,5%
OTV Gdańsk	0,0	0,0%	0,0	0,0%	46,5	3,5%	60,7	4,6%
OTV Katowice	0,0	0,0%	0,0	0,0%	14,1	1,1%	68,0	5,3%
OTV Kraków	0,0	0,0%	0,0	0,0%	30,9	2,4%	3,6	0,3%
OTV Lublin	0,0	0,0%	0,0	0,0%	246,0	18,3%	69,6	5,2%
OTV Łódź	0,0	0,0%	13,8	1,1%	141,6	10,8%	83,5	6,4%
OTV Poznań	0,7	0,1%	0,9	0,1%	108,7	7,8%	46,3	3,3%
OTV Rzeszów	0,0	0,0%	0,0	0,0%	124,4	9,7%	48,5	3,8%
OTV Szczecin	0,0	0,0%	0,0	0,0%	50,4	4,0%	42,2	3,4%
OTV Warszawa	0,0	0,0%	0,0	0,0%	141,9	10,8%	55,9	4,2%
OTV Wrocław	0,0	0,0%	51,6	4,0%	136,9	10,6%	159,3	12,3%

Oddziały Terenowe	Muzyka		Sport		Autopromocja		Reklama – płatne elementy	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	4,1	0,3%	26,2	2,1%	161,8	12,8%	11,4	0,9%
OTV Bydgoszcz	53,2	3,9%	82,3	6,1%	152,8	11,3%	34,2	2,5%
OTV Gdańsk	12,4	0,9%	75,7	5,7%	68,0	5,2%	52,5	4,0%
OTV Katowice	83,2	6,5%	85,2	6,6%	70,4	5,5%	114,7	8,9%
OTV Kraków	20,7	1,6%	47,9	3,7%	101,9	8,0%	32,0	2,5%
OTV Lublin	57,9	4,3%	49,8	3,7%	214,3	15,9%	21,7	1,6%
OTV Łódź	53,6	4,1%	56,7	4,3%	107,1	8,2%	36,6	2,8%
OTV Poznań	42,5	3,0%	144,1	10,3%	100,9	7,2%	119,6	8,6%
OTV Rzeszów	48,7	3,8%	61,5	4,8%	101,8	8,0%	26,8	2,1%
OTV Szczecin	67,7	5,4%	67,5	5,4%	95,0	7,6%	32,6	2,6%
OTV Warszawa	8,7	0,7%	51,1	3,9%	129,1	9,8%	72,1	5,5%
OTV Wrocław	7,6	0,6%	52,3	4,0%	121,7	9,4%	94,6	7,3%

Biorąc pod uwagę obecność w programie rozłączonym różnego rodzaju audycji należy stwierdzić, że program emitowany w 2002 roku przez oddziały terenowe TVP S.A. był nadal – podobnie jak w latach poprzednich – uniwersalny, jednak zwracał uwagę duży udział audycji informacyjnych i publicystycznych.

Oddziały terenowe w 2002 roku zestawily łącznie 15 685 godzin programu własnego, który został wyemitowany w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna. Najwięcej programu własnego wyemitowały oddziały w Poznaniu (1397 godzin), Bydgoszczy (1350 godz.) i Lublinie (1347 godz.), a najmniej oddziały w Szczecinie (1252 godz.) i Białymstoku (1260 godz.). Oddziały terenowe, których program własny przekraczał wyznaczony czas trwania pasm rozłączonych mogły „przykrywać swoim sygnałem” program wspólny TVP 3 Regionalna – stąd różnice w stopniu wykorzystania programu wspólnego przez poszczególne oddziały. Roczny udział programu własnego każdego z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. w średnim rocznym czasie emisji TVP 3 Regionalna wahał się od 18,6 % do 20%.

W 2002 roku oddziały terenowe szczególnie dużą wagę nadały **audycjom publicystycznym i informacyjnym**. Przeznaczili oni na ten rodzaj audycji największą liczbę godzin emisji w ciągu roku. Udział audycji publicystycznych w pasmach rozłączonych wyniósł średnio 30,7%, zaś audycji informacyjnych średnio 23,4%. Każdy z oddziałów terenowych nadawał codziennie przynajmniej jedną własną audycję publicystyczną, w której omawiano, komentowano, analizowano oraz wyjaśniano aktualne wydarzenia lokalne – społeczne, gospodarcze, polityczne lub kulturalne. Najwięcej godzin audycji publicystycznych wyemitowały oddziały terenowe w Gdańsku (43,7% programu w pasmach rozłączonych) i w Szczecinie (39% programu w pasmach rozłączonych). Blisko o połowę mniej czasu na te audycje przeznaczyły oddziały terenowe w Łodzi (20,2% programu w pasmach rozłączonych) i Wrocławiu (19% programu w pasmach rozłączonych), ale z kolei przeznaczyły one relatywnie więcej czasu na audycje informacyjne - OTV Wrocław (27,6% programu w pasmach rozłączonych) i OTV Łódź (26,6% programu w pasmach rozłączonych). Jednak w programie OTV Gdańsk ten rodzaj audycji miał równie wysoki udział (26,9% programu w pasmach rozłączonych). Najmniejszy udział audycji informacyjnych miał OTV Rzeszów (13,5% godz. programu w pasmach rozłączonych).

Trzecią ważną pod względem liczby godzin pozycją programów oddziałów terenowych były **filmy dokumentalne**. Ich średni udział w rocznym czasie nadawania w pasmach rozłączonych wyniósł 7,5%. Najwięcej godzin filmów dokumentalnych wyemitował OTV Lublin (246 godz.) oraz OTV Warszawa i Łódź (po ok. 142 godz.). Wśród form dokumentalnych w programach wszystkich oddziałów terenowych zdecydowanie dominował reportaż.

Czwartym pod względem liczby wyemitowanych godzin rodzajem audycji w pasmach rozłączonych były audycje o charakterze **edukacyjnym**. W programach pięciu oddziałów terenowych (w Gdańsku, Lublinie, Krakowie, Rzeszowie i Wrocławiu) przeważały audycje poradnicze, a w pięciu (w Białymstoku, Bydgoszczy, Poznaniu, Katowicach i Warszawie) - popularnonaukowe. W programie OTV w Szczecinie i OTV w Łodzi udział obu rodzajów audycji był bardzo zbliżony. Najwięcej godzin audycji edukacyjnych nadano w programach oddziałów terenowych w Łodzi (12,6%), Białymstoku (11,8%) i w Krakowie (10,1%), najmniej w programach OTV Lublin (niecały 1% rocznego czasu emisji programu).

**Audycje religijne** zajęły średnio 5,3% w pasmach rozłączonych dwunastu oddziałów terenowych. W programach większości oddziałów terenowych publicystyka, informacja i edukacja religijna miała większy udział niż transmisje z mszy św. i innych uroczystości

religijnych. Audycje religijne największy udział miały w programach OTV Białystok (11,5%), Kraków (8,7%) i Warszawa (7,8%), a najmniejszy w programie OTV Wrocław (1,7%).

**Audycje rozrywkowe** zajęły średnio 4,3% rocznego czasu emisji programów w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna. Największy udział miały one w programie OTV Wrocław (12,3%), a najmniejszy w OTV Kraków (0,3%).

**Audycje sportowe**, przede wszystkim magazyny i audycje informacyjne, stanowiły średnio 5,1% czasu nadawania pasm rozłączonych. Najwięcej tego rodzaju audycji wyemitowały OTV Poznań (10,3%), OTV Katowice (6,6%) i OTV Bydgoszcz (6,1%). Najmniej audycji poświęconych sportowi wyemitował OTV Białystok (2,1%)

W ubiegłym roku oddziały terenowe z wyjątkiem OTV Wrocław i OTV Łódź nie miały w swojej ofercie programowej **filmów fabularnych i widowisk teatralnych**, zaś **muzyka** miała w niej niewielki udział – 2,9%. Najwięcej godzin audycji muzycznych było w programie OTV Katowice ( 6,5%), OTV Szczecin (5,4%) i Lublin (4,3%).

Bardzo wysoki udział w programach nadawanych w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna miały **zapowiedzi, oprawa i autopromocja**. Pod względem liczby godzin zajmowały one trzecią pozycję w programie.

Podsumowując można stwierdzić, że w programach oddziałów terenowych nadawanych w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna audycje oparte na rzeczywistych faktach zdecydowanie przeważały nad audycjami, których przedmiotem była rzeczywistość wykreowana, tzn. nad audycjami rozrywkowymi, filmami fabularnymi i muzyką. Łączny udział audycji tej drugiej grupy w programie oddziałów terenowych wyniósł tylko 7% rocznego czasu nadawania programu. Program nadawany w pasmach rozłączonych, może zatem spełniać potrzeby społeczności lokalnych, gdyż rodzaje audycji, które w nim dominują sprzyjają realizacji zadań nadawcy publicznego.

### **Realizacja szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego przez Telewizję Polską S.A.**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji analizując roczne sprawozdania z działalności programowej TVP zwraca szczególną uwagę na tzw. audycje misyjne służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty, umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych oraz uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych (art. 21. ust 2 pkt. 5, 7, 7a, 8 i 9).



**Programy ogólnokrajowe**

W 2002 roku w programach ogólnokrajowych nadano:

Rodzaje audycji	Program 1		Program 2	
	liczba godzin	% czasu nadawania	liczba godzin	% czasu nadawania
audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty	1184,3	16,0%	1113,6	16,0%
audycje służące umacnianiu rodziny	954,7	12,9%	686,5	9,9%
audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych	155,8	2,1%	155,7	2,2%
audycje służące zwalczaniu patologii społecznych	132,5	1,8%	52,7	0,8%
audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych	31,8	0,4%	39,2	0,6%

Ze sprawozdania TVP S.A. wynika, że w programach ogólnopolskich (Program 1 i Program 2) obecne były wszystkie audycje służące realizacji wyżej wymienionych ustawowych zadań, choć w różnym wymiarze czasowym.

W Programie 1 tzw. audycje misyjne zajęły łącznie 2459,1 godziny czasu nadawania. W porównaniu z rokiem 2001 ich udział w tym programie zmniejszył się o 231,9 godziny. Największy spadek dotyczył audycji służących umacnianiu rodziny (o 222,3 godziny). W rocznym programie spadł również udział audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych (o 42,2 godziny) oraz audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (o 17,5 godziny). Wzrósł, choć nieznacznie, udział audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty (o 39,0 godzin) oraz audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych (o 10,8 godziny). Średni tygodniowy czas nadawania pięciu omawianych kategorii audycji wyniósł 47,3 godziny.

W Programie 2 w 2002 roku tzw. audycje misyjne zajęły łącznie 2047,7 godziny. Ich udział zwiększył się o 131,7 godziny. Od 2001 roku utrzymuje się tendencja wzrostowa udziału tych audycji w programie, z wyjątkiem audycji służących zwalczaniu patologii społecznych. W ubiegłym roku największy wzrost wykazały audycje służące umacnianiu rodziny (o 112,5 godziny). Znacznie mniejszy wzrost nastąpił w kategorii audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty (o 24,6 godziny), audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych (o 7,7 godziny) oraz audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych (o 2,2 godziny). Spadek odnotowano jedynie w grupie audycji służących zwalczaniu patologii społecznych (o 15,3 godziny). Średni tygodniowy czas nadawania pięciu kategorii audycji wyniósł 39,3 godziny.

W 2002 roku zarówno w Programie 1 jak i w Programie 2 najwięcej godzin emisji zajęły audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty, zaś najmniej audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych.

W Programie 1 **rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego** służyły: poniedziałkowy teatr telewizji prezentujący klasyczne i współczesne dzieła literackie, audycje omawiające aktualne wydarzenia społeczno-kulturalne (*Rozmowy na czasie, Pegaz*), wywiady z twórcami kultury (*Rozmowy na nowy wiek*), audycje prezentujące i komentujące nowości wydawnicze (*Dobre książki*), audycje przedstawiające światowe zabytki architektury

(*Światowe dziedzictwo kultury*), cykl filmów popularnonaukowych (*BBC w Jedyńce*, *Zwierzęta świata*) oraz cykle audycji prezentujące najlepsze dzieła filmowe (*Gorąco polecam* i *Uczta kinomana*). Ponadto w ofercie Programu 1 znalazły się audycje ukazujące się w krótszych, kilkutygodniowych cyklach (*Gawęda muzyczna mistrza*, *Historia filozofii po góralsku wg ks. Tischnera*), bądź też audycje cykliczne, których tylko niektóre wydania zostały przez nadawcę zakwalifikowane do grupy audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty (*Otwarte drzwi*, *Raj*, *Ziarno*).

Omawiany obowiązek ustawowy nadawca realizował również w audycjach emitowanych z okazji aktualnych wydarzeń kulturalnych. (np. *Wspomnienie o Tadeuszu Łomnickim* – audycja zrealizowana w 10. rocznicę śmierci aktora, relacje z 27 *Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych*).

W Programie 2 ten ustawowy obowiązek nadawca realizował emitując: cykl *Studio Teatralne Dwójki* oraz magazyny cykliczne omawiające problemy kultury, sztuki, filozofii, literatury, prezentujące aktualności kulturalne (*Jazda kulturalna*, *Ogród sztuk*, *Telewizyjne Wiadomości Literackie*, *Słowa i znaki*, *Autograf*). Stałe miejsce w Programie 2 miały też cykle audycji o tematyce filmowej, w tym filmy i etiudy dokumentalne (*Arcydzieła Polskiego Dokumentu*, *Inne spojrzenia – Filmówka*, *Kocham kino*). Ponadto w Programie 2 audycje tej kategorii nadawca realizował nadając koncerty muzyki poważnej, magazyn poświęcony wydarzeniom związanym z muzyką poważną (*Camerata*) oraz inne okolicznościowe koncerty (*VIII Forum Lutosławskiego*, *Polska dla Europy*, *Linia życia – Karol Szymanowski*).

W Programie 1 **audycjami służącymi umacnianiu rodziny** były według nadawcy m.in. cykle audycji edukacyjnych (*Niepodobni*, *Ja i moje życie*, *Dziecko, troski, radości*, *Pani Jola zmienia swoje życie*, *Normalnie jak w domu*). W audycjach tych udzielano porad psychologicznych młodym małżeństwom i rodzicom o tym jak wychowywać dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym. Ponadto audycjami zaliczonymi do tej kategorii według nadawcy były niektóre wydania talk show (*Życie moje*, *Między nami*), w których podejmowano tematy społeczne, np. dlaczego Polacy coraz później decydują się na potomstwo, jaka jest Polska rodzina, jak unikać konfliktów w rodzinie. Również do tej kategorii nadawca zaliczył telenowele (*Klan*, *Plebania*), filmy fabularne (*Potęga miłości*, *Inna kobieta*, *Siódme niebo*), seriale dokumentalne (*Złote łany*, *Serca z węgla*) oraz wieczorynki a także filmy fabularne i animowane adresowane do młodego widza (*Walt Disney przedstawia*, *Jedyńeczka*, *Bajeczki*, *Jedyńeczki*, *Budzik*, *Od przedszkola do Opola*).

Do audycji służących umacnianiu rodziny w Programie 2 nadawca zakwalifikował niektóre reportaże emitowane w ramach cyklu *Magazyn*, *Ekspres reporterów*, w których przedstawiono skomplikowane losy ludzkie. O problemach życia rodzinnego mówił cykl *Po prostu żyć*, zaś o problemach osób niepełnosprawnych i ich rodzin *Spróbujmy razem*. Ponadto tematyce tej poświęcone były niektóre okazjonalnie pojawiające się rozmowy w studiu oraz inne elementy tzw. oprawy programu (*Gość Dwójki*, *Matki matkom*, *Poczytaj mi tato* itp.) oraz telenowele (*Złotopolscy*, *Na dobre i na złe*, *M jak miłość*), a także niektóre teleturnieje (*Śpiewające fortepiany*, *Familiada*).

W Programie 1 **audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych** realizowane były najczęściej w cyklach. Tematyka audycji cyklicznych dotyczyła m.in. różnorodnych chorób psychicznych (*Ludzie wśród nas*), popularyzacji zdrowego trybu życia, zdrowej żywności (*Wyprzedzić chorobę*), medycyny naturalnej, profilaktyki i rehabilitacji (*Od A do Z*, *Sekrety zdrowia*), popularyzacji zdrowych nawyków życia, w tym higieny osobistej (*Jedyńeczka i Budzik*), zdrowego odżywiania się, czy też aktywności fizycznej. Według

nadawcy kształtowaniu postaw prozdrowotnych służyły także cykle filmów dokumentalnych np. o przeszczepach, chorobach genetycznych, fizjologii człowieka, wykorzystaniu medycyny kosmicznej, walce z narkomanią, bulimią, anoreksją.

W Programie 2 emitowany był tylko jeden cykl audycji w całości poświęcony popularyzowaniu zdrowego stylu życia i doskonaleniu sprawności fizycznej (*Studio urody*). Wszystkie pozostałe wskazane przez nadawcę audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych ukazywały się w programie okazjonalnie i większość z nich tylko pośrednio realizowała ten ustawowy obowiązek. Audycje te podejmowały kontrowersyjne tematy związane ze zdrowiem i leczeniem - stosowanie anaboliików, medycyna niekonwencjonalna, błędy lekarskie, eutanazja, bank przeszczepów szpiku kostnego itp. W oprawie programu pojawiały się okazjonalnie krótkie rozmowy o diagnostyce i profilaktyce raka piersi, o akcji zachęcania kobiet do badań cytologicznych, o chorobie Parkinsona, chorobach serca itp. Ponadto ustawowy obowiązek wypełniano za pomocą relacji z imprez masowych takich jak maraton, otwarcie sezonu motocyklowego, popularyzowanie carawangu. W programie wyemitowano również kilkunastoodcinkowy cykl *Spróbujmy razem*, którym przybliżano losy i problemy ludzi niepełnosprawnych.

W Programie 1 **zwalczaniu patologii społecznych** poświęcono audycje cykliczne (*Bezpieczna Jedyńka, Włącz się*), pojedyncze wydania cykli (*Czas na kontrowersyjny dokument, Rower Błażeja, Ziarno, Babiniec, Kawa czy herbata, Otwarte drzwi*) oraz audycje jednostkowe. Temat ten pojawił się w filmach fabularnych i dokumentalnych (*Prawdziwe psy, W zaklętym kręgu, Aniolki, Cześć Tereska, Nic, Żółty szalik, Odpywając w dal*). W audycjach służących zwalczaniu patologii społecznym omawiano następujące tematy: przemoc fizyczna i psychiczna, problemy trudnej młodzieży, dzieci pochodzące z biednych i patologicznych rodzin, uzależnienia między innymi od alkoholu i narkotyków, bezrobocie, bieda i bezdomność. Podejmowano również tematy: korupcji (*Zawsze po 21.00*), układów mafijnych (*Sfora, Kameleon*), hazardu (*W zaklętym kręgu*), pracy płatnego egzekutora (*Egzekucja długów, osób*), blokatorów (*X sektor*), hakerów (*Gracze*).

W Programie 1 przeprowadzono także kilka kampanii społecznych poświęconych między innymi bezdomnym (*Wigilia dla bezdomnych*), przemocy w rodzinie (*Przemoc w rodzinie*), nadużywaniu narkotyków (*Narkotyki, najlepsze wyjście nie wchodzić*) i bezpieczeństwu kobiet (*Kobieta bezpieczna*).

W Programie 2 nie emitowano ani jednej audycji cyklicznej, która w całości poświęcona byłaby zwalczaniu patologii społecznych. Tematyka ta pojawiała się w niektórych wydaniach audycji cyklicznych (*Znaki czasu, Polaków Portret własny*), jednak najczęściej występowała w audycjach jednostkowych nadawanych okazjonalnie (*Błękitny krzyż, Granica marzeń, Solidarni, Papierowy wyrok, Niebezpieczni znajomi, Dzieciaki z podwórka, Dzieci, Szkoła bicia i Nie zgadzam się*). Za audycje służące zwalczaniu patologii społecznych nadawca uznał także reportaże poruszające tematy kryminalne i policyjne (*Czy tak musiało być, Najlepszy glina, Wojna na drodze*).

Audycje uwzględniające **potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych** obecne były w obu programach ogólnokrajowych. W Programie 1 emitowano audycję cykliczną *U siebie* prezentującą historię, aktualności i problemy mniejszości narodowych i grup etnicznych. Natomiast w Programie 2 nadawca za audycje realizujące ten zapis ustawy uznał magazyny ekumeniczne adresowane do wyznawców różnych kościołów – luterńskiego, mariawickiego, metodystów, prawosławnych oraz okazjonalnie ukazujące się w programie

rozmowy i reportaże, w których przedstawiano życie i historię różnych mniejszości narodowych.

### Program TVP 3 Regionalna

W programie TVP 3 Regionalna w roku 2002 obecne były wszystkie kategorie tzw. audycji misyjnych. Porównanie udziału tych audycji w programie z ich udziałem w roku 2001 jest niemożliwe, ponieważ w marcu 2002 roku zmienił się zarówno profil jak i konstrukcja programu.

Program TVP 3 Regionalna nadawany jest w dwunastu odmianach regionalnych różniących się przede wszystkim zawartością nadawanych pięciokrotnie na dobę przez oddziały terenowe pasm rozłączonych. Niewielkie różnice występują także w zakresie emisji pasma wspólnego. Stąd w poniższej tabeli oddzielnie zestawiono dane dotyczące wykonywania tzw. zadań misyjnych nadawcy publicznego w każdej z dwunastu regionalnych odmian programu TVP 3 Regionalna.

Oddziały terenowe TVP S.A.	Audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty		Audycje służące umacnianiu rodziny		Audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych		Audycje służące zwalczaniu patologii społecznych		Ogółem	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	220,4	3,3%	3,2	0,0%	37,6	0,6%	9,3	0,1%	270,5	4,0
OTV Bydgoszcz	190,1	2,8%	63,1	0,9%	73,4	1,1%	8,0	0,1%	334,6	4,9
OTV Gdańsk	205,9	3,0%	18,1	0,3%	22,3	0,3%	17,9	0,3%	264,2	3,9
OTV Katowice	231,7	3,4%	10,5	0,2%	20,9	0,3%	16,2	0,2%	279,3	4,2
OTV Kraków	213,2	3,2%	38,3	0,6%	48,4	0,7%	38,4	0,6%	338,4	5,0
OTV Lublin	230,3	3,4%	38,1	0,6%	17,4	0,3%	31,2	0,5%	317,0	4,6
OTV Łódź	291,7	4,3%	9,5	0,1%	25,2	0,4%	24,0	0,4%	350,5	5,2
OTV Poznań	340,7	5,0%	8,7	0,1%	33,4	0,5%	28,7	0,4%	411,6	6,1
OTV Rzeszów	132,6	2,0%	82,0	1,2%	27,7	0,4%	28,1	0,4%	270,4	4,6
OTV Szczecin	152,9	2,3%	34,7	0,5%	18,9	0,3%	17,3	0,3%	223,8	4,0
OTV Warszawa	355,7	5,2%	57,0	0,8%	13,6	0,2%	11,3	0,2%	437,7	6,5
OTV Wrocław	194,5	2,9%	137,7	2,0%	17,8	0,3%	24,3	0,4%	374,4	5,5

W programie TV 3 Regionalna spośród pięciu kategorii audycji misyjnych najwięcej czasu antenowego poświęcono **audycjom służącym rozwojowi kultury, nauki i oświaty**. W programie wspólnym TVP 3 Regionalna nadawane były cztery cykle audycji należące do tej kategorii: *Małe Ojczyzny*, *Książki z górnej półki*, *Książka tygodnia*, *Regiony kultury*. Dominowały w nim jednak audycje jednostkowe ukazujące się okazjonalnie. Były to przede wszystkim koncerty muzyczne (*III Festiwal Piosenki Zjednoczonej Europy*, *Tańce świata – muzyczny festiwal w Łańcucie* i in.).

Jednak zdecydowana większość audycji zakwalifikowanych do tej kategorii przez nadawcę wyemitowana była w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna. Oddziały terenowe nadawały zarówno audycje cykliczne jak i incydentalne. Prawie każdy z oddziałów w swojej ofercie programowej miał przynajmniej jedną audycję cykliczną, która prezentowała aktualności kulturalne z regionu np. *Magazyn Kulturalny* (OTV Katowice), *Brulion* (OTV Gdańsk), *Prezentacje* (OTV Białystok), *Karnet Kulturalny* (OTV Bydgoszcz). Omawiany obowiązek ustawy realizowały także audycje poświęcone nowościom książkowym (*Co czytać* – OTV Lublin), nowościom filmowym (*Kinoman* – OTV Białystok), historii i wybitnym postaciom regionu (*Kartka z kalendarza* – OTV Białystok, *Portrety* oraz *Piękno* – OTV Kraków, *Ocalić od zapomnienia* – OTV Lublin, *Filmowa Encyklopedia Łodzi* – OTV

Łódź, *Wędrówki Galicyjskie* – OTV Rzeszów, *Warszawa znana i nieznana* oraz *Warszawa w polskim filmie fabularnym* – OTV Warszawa), muzyce poważnej, jazzowej i innym gatunkom muzycznym (*Pro musica* - OTV Białystok, *Muzyczny kram* – OTV Bydgoszcz, *Spotkania z folklorem* – OTV Katowice) a także kulturze języka, sztuce oraz różnym aspektom kultury lokalnej (*Dziedzictwo* – OTV Lublin, *Instytut kulturalnych sporów* – OTV Szczecin, *Profesor Miodek odpowiada* i *Ojczyzna, polszczyzna* – OTV Wrocław). Tylko jeden oddział (OTV Białystok) emitował audycję oświatową, której tematyka dotyczyła integracji Polski z Unią Europejską. Była to audycja ukazująca się dwa razy w miesiącu – *Stąd do Europy*.

O ile w TVP 3 Regionalna w 2002 roku – jak widać z powyższego omówienia – kulturze, zwłaszcza lokalnej poświęcono znaczącą liczbę audycji, to prawie w ogóle bądź okazjonalnie były nadawane audycje cykliczne służące rozwojowi oświaty i nauki (*Magazyn Komputerów* – O TV Rzeszów). Jedyną audycję cykliczną (*Bliżej natury*) poświęconą tej tematyce emitował w paśmie rozłączonym oddział terenowy w Katowicach.

Audycje **służące umacnianiu rodziny** obecne były głównie w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna. Były to najczęściej cykliczne formy ukazujące się raz w miesiącu bądź częściej. Realizowane były one w formie magazynów o tematyce religijnej (*Arka* – OTV Szczecin, *Magazyn katolicki* – OTV Rzeszów), okazjonalnie się ukazujących rozmów z gośćmi, magazynach podejmujących szeroką tematykę związaną z rodziną, w tym z poradnictwem prawnym, wychowaniem, ochroną zdrowia, edukacją (*To i owo* – OTV Białystok, *Dziedzictwo* – OTV Lublin), a także w formie cyklu reportaży o tradycyjnych wielkopolskich rodzinach (*Korzenie* i *Przysmak Babuni* – OTV Poznań). Do tej kategorii audycji nadawca zakwalifikował również *Promocje młodych* – cykl audycji prezentujący utalentowaną młodzież (OTV Rzeszów), relacje z imprez sportowych – Family Cup, Mistrzostwa Młodzieży Szkolnej w narciarstwie (OTV Rzeszów) lub też felietony prezentujące ludzi chorych, którym pomoc społeczna pomaga przystosować się do codziennego życia (*Adaś i co dalej?* oraz *Mój nowy świat* – OTV Rzeszów).

W paśmie wspólnym TVP 3 Regionalna wyemitowano następujące cykle audycji **służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych**: *Medycyna i Ty*, *Co słyhać doktorku?* poświęcone różnym schorzeniom, *Medycyna 2001* prezentująca osiągnięcia współczesnej medycyny, *Psychiatra bez lęku* omawiająca choroby psychiczne. W pasmach rozłączonych tylko oddział terenowy w Krakowie emitował audycje cykliczne - *Zdrowy Kraków*, *Z medycyną na ty*. Pozostałe oddziały nadawały audycje okazjonalnie lub w krótkich, kilkutygodniowych cyklach. Większość tych audycji poświęcona była profilaktyce różnych schorzeń, promowaniu zdrowego styl życia, informowaniu o najnowszych rozwiązaniach medycznych, poradom dla osób niepełnosprawnych. Nadawca do tej kategorii zaliczył również audycje informujące o nagrodach dla najpopularniejszego lekarza, o jubileuszach szpitali, ogólnopolskich konferencjach lekarzy.

W programie wspólnym TVP 3 Regionalna nadawana była tylko jedna cykliczna audycja (*Psychiatra bez lęku*) zaliczona przez nadawcę do kategorii audycji **służących zwalczaniu patologii**. Cykl ten poświęcony był chorobom psychicznym, depresji, stresowi itp. Ponadto oddziały terenowe nadawały w pasmach rozłączonych własne audycje cykliczne poświęcone tej tematyce (*Od A do N* – OTV Lublin, *Takie jest życie* – OTV Łódź) bądź też poświęcały jej niektóre wydania audycji cyklicznych takich jak *Magazyn młodzieżowy* (OTV Białystok), *Zbliżenia* (OTV Bydgoszcz), *Teledzień* (OTV Lublin), *Spojrzenia* (OTV Poznań), *Magazyn Katolicki* i *Interwencje Trójki* (OTV Rzeszów), *Magazyn reporterów* (OTV Szczecin), *Popołudnie z Trójką* (OTV Bydgoszcz), *Gdański dywanik*, *Zderzenia*

parlamentarne OTV Gdańsk). Do kategorii audycji służących zwalczaniu patologii społecznych nadawca zaliczył także niektóre okazjonalnie nadawane audycje jednostkowe.

Audycje służące zwalczaniu patologii społecznych w TVP 3 Regionalna najczęściej dotyczyły uzależnień, głównie od alkoholu i narkotyków, biedy, bezdomności, bezrobocia, rodzin patologicznych, przemocy w rodzinie, w szkole i na ulicy, przestępczości nieletnich. Mówiły również o sposobach walki z patologiami społecznymi wśród dzieci i młodzieży, ucieczkach młodocianych z domu, działalności Pogotowia Opiekuńczego, domach opiekuńczych dla dzieci i schroniskach dla samotnych matek. Do tej kategorii audycji nadawca zaliczył audycje, które poruszały np. temat mobbingu osób niepełnosprawnych, nieludzkiego traktowania zwierząt.

Wśród audycji w tej kategorii nadawca wskazał również cykliczne magazyny policyjne (*Raport z akcji* – OTV Katowice, *Sprawcy, motywy, ofiary* – OTV Lublin, *Na sygnale* – OTV Łódź, *Raport policyjny* oraz *Patrol Trójki* – OTV Warszawa, *Stan zagrożenia* – OTV Wrocław) poświęcone przestępczości, gwałtom, morderstwom, przemocy, narkomanii, także problemom drogowym. Audycje te zajęły stosunkowo dużo czasu antenowego wśród audycji tej kategorii.

W roku 2002 wszystkie oddziały terenowe TVP S.A. deklarowały nadawanie w programie TVP 3 Regionalna (zarówno w pasmach rozłączonych jak i programie wspólnym) audycji **uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych**.

Oddziały terenowe	Audycje w języku narodowym		Audycje w języku polskim		Ogółem	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	68,8	1,0%	38,6	0,6%	107,4	1,6%
<b>OTV Bydgoszcz</b>	<b>25,7</b>	0,4%	<b>20,4</b>	0,3%	<b>46,1</b>	0,7%
OTV Gdańsk	65,5	1,0%	36,4	0,5%	101,9	1,5%
OTV Katowice	37,7	0,6%	32,4	0,5%	70,1	1,0%
OTV Kraków	<b>25,7</b>	0,4%	58,4	0,9%	84,1	1,2%
OTV Lublin	29,7	0,4%	41,7	0,6%	71,4	1,0%
<b>OTV Łódź</b>	<b>25,7</b>	0,4%	<b>20,4</b>	0,3%	<b>46,1</b>	0,7%
<b>OTV Poznań</b>	<b>25,7</b>	0,4%	<b>20,4</b>	0,3%	<b>46,1</b>	0,7%
OTV Rzeszów	28,0	0,4%	49,6	0,7%	52,6	0,8%
<b>OTV Szczecin</b>	<b>25,7</b>	0,4%	<b>20,4</b>	0,3%	<b>46,1</b>	0,7%
OTV Warszawa	26,9	0,4%	27,4	0,4%	54,3	0,8%
OTV Wrocław	<b>25,7</b>	0,4%	48,6	0,7%	61,8	0,9%

W programie wspólnym audycje te w większości miały charakter cykliczny. Wyemitowano w nim trzy cykliczne audycje: *Etniczne klimaty*, *Telenowyny* oraz *Kowalski i Schmidt*. Cztery oddziały terenowe (OTV Bydgoszcz, OTV Łódź, OTV Poznań i OTV Szczecin) poza wymienionymi trzema cyklami nie nadały żadnych własnych audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych. W tych oddziałach czas trwania audycji wyniósł 46,1 godzin, co stanowi 0,68% rocznego czasu nadawania programu i był najniższy spośród wszystkich oddziałów terenowych. Najwięcej godzin audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych wyemitował OTV Białystok – łącznie w programie wspólnym i paśmie rozłączonym audycje te zajęły 107,4 godzin, co stanowi 1,6% rocznego czasu nadawania programu. Oddział ten nadawał własne audycje cykliczne (*Sami o sobie*, *Sąsiedzi*) oraz audycje jednostkowe (*Wśród nas*, *Jak Białorusinka z Polakiem*, *Chana i Szanaj*). Także własne audycje cykliczne uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych emitowały: OTV Gdańsk (*Rodno ziemia*

i *Magazyn Kociewski*), OTV Katowice (*Schlesien Journal* i *Schlesische Wochenschau*) i OTV Kraków (*U siebie*).

### **Realizacja przepisów art.15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji przez nadawców programów telewizyjnych**

Przepisy ustawy o radiofonii i telewizji (ze zmianami obowiązującymi od 19 maja 2000 roku) art. 15 i 15a nakładają na nadawców telewizyjnych następujące obowiązki:

1. Przeznaczenia co najmniej 30% kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych oraz teleturniejów) na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim.
2. Przeznaczenia co najmniej 30% miesięcznego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim.
3. Przeznaczenia co najmniej 30% miesięcznego czasu nadawania w programie utworów muzycznych na utwory związane przez osobę wykonawcy (zespół wykonawczy, solistę lub dyrygenta), kompozytora lub autora opracowania, z kulturą polską.
4. Tam gdzie jest to wykonalne i z uwzględnieniem charakteru nadawcy, przeznaczenia co najmniej połowy kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych oraz teleturniejów) na audycje wytworzone przez producentów europejskich.
5. Przeznaczenia co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych oraz teleturniejów) wytworzone przez europejskich producentów niezależnych, z uwzględnieniem preferencji dla audycji wytworzonych w okresie trzech lat przed rozpowszechnianiem w programie.
6. Przeznaczenia co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych, teleturniejów) wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie trzech lat przed rozpowszechnianiem w programie.

**Programy Telewizji Polskiej S.A.**

KRRiT przeprowadziła analizę sprawozdań rocznych z wypełniania przez nadawców art.15 i 15a w programach nadawanych w 2002 roku.

**Realizacja art. 15 ust. 1 i 4 oraz 15 a ust. 1 i 2 urt w 4 kwartałach 2002 roku w programach ogólnokrajowych i TV Polonia TVP S.A.**

Rodzaje audycji	Program 1				Program 2			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim	40	42	41	47	43	47	52	53
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	37	39	34	44	34	40	42	44
Audycje wytworzone przez producentów europejskich	51	54	53	58	56	59	65	60
Audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	21	21	23	23	26	26	31	24

Rodzaje audycji	TV Polonia			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%			
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim	81	84	82	86
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	59	59	46	63
Audycje wytworzone przez producentów europejskich	84	86	85	88
Audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	31	29	30	31

Udziały audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, w tym wyprodukowanych w okresie 3 lat przed ich rozpowszechnianiem w programie, audycji wytworzonych przez europejskich producentów oraz audycji wytworzonych przez niezależnych producentów europejskich we wszystkich kwartałach 2002 roku w obu programach ogólnokrajowych i programie satelitarnym TV Polonia rozpowszechnianych przez Telewizję Polską S.A. były zgodne z obowiązującymi przepisami ustawy.



**Realizacja art. 15 ust. 2 i 3 urt. w 2002 roku w programach ogólnokrajowych i TV Polonia  
TVP S.A.**

Okres emisji	Utworki muzyczne związane z kulturą polską			Utworki słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim		
	Program I	Program II	TV Polonia	Program I	Program II	TV Polonia
	%			%		
Styczeń	61	58	83	88	79	85
Luty	61	54	85	88	81	86
Marzec	61	58	83	88	80	86
Kwiecień	61	57	82	86	79	86
Maj	62	59	83	84	78	85
Czerwiec	63	59	84	86	78	86
Lipiec	62	59	83	85	77	85
Sierpień	63	60	84	84	79	96
Wrzesień	65	61	83	85	77	84
Październik	65	61	83	85	77	84
Listopad	66	60	81	84	75	82
Grudzień	65	56	81	84	75	81

Telewizja Polska S.A. w obu programach ogólnokrajowych i w programie TV Polonia przeznaczyła w miesięcznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych zgodną z przepisami ustawy ilość czasu na utworki wykonywane w języku polskim. Zgodny z ustawą był również udział utworów związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie nadawania utworów muzycznych.

**Realizacja art. 15 ust. 1 oraz 15 a ust. 2 urt w 4 kwartałach 2002 roku  
w programie TVP 3 Regionalna TVP S.A.\***

Nazwa oddziału	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
OTV Białystok	45,5	45,2	46,5	45,1	28,7	38,8	40,5	40,7
OTV Bydgoszcz	48,0	46,2	44,6	46,0	32,0	39,9	38,5	36,0
OTV Gdańsk	44,9	43,9	42,7	45,0	38,6	41,9	42,3	40,6
OTV Katowice	42,9	41,9	40,8	41,6	24,9	30,3	30,0	38,2
OTV Kraków	50,2	50,3	44,1	45,0	42,4	48,5	40,8	39,4
OTV Lublin	49,3	45,3	46,3	60,7	23,4	29,8	29,1	30,4
OTV Łódź	43,6	43,3	41,6	45,4	34,6	38,5	39,9	38,1
OTV Poznań	54,7	44,7	44,2	44,0	45,0	42,4	41,5	41,4
OTV Rzeszów	45,1	47,3	47,6	50,5	38,0	45,2	44,8	35,2
OTV Szczecin	44,4	46,1	46,7	47,1	26,8	44,1	43,4	42,6
OTV Warszawa	43,9	50,4	43,5	46,4	41,7	41,6	39,8	41,4
OTV Wrocław	44,6	42,9	43,1	44,0	33,4	40,4	32,8	38,9

\*) Program TVP 3 Regionalna emitowany jest w dwunastu odmianach regionalnych różniących się wypełnieniem pasm rozłączonych nadawanych pięciokrotnie w ciągu doby i zestawianych samodzielnie przez każdy z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. Nieznaczące różnice dotyczą także stopnia wykorzystania pasm wspólnych przez poszczególne oddziały terenowe.

W każdej z dwunastu odmian regionalnych programu TVP 3 Regionalna nadawanych w czterech kwartałach 2002 roku udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim był zgodny z ustawą i wynosił średnio kilkanaście punktów procentowych więcej niż wymagane 30% minimum. TVP 3 Regionalna przeznaczyła również we wszystkich odmianach regionalnych programu więcej niż wymagane 10% kwartalnego czasu nadawania na emisję audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, które zostały wyprodukowane w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie.

**Realizacja art. 15 ust. 4 oraz 15 a ust. 1 urt w 4 kwartałach 2002 roku w programie TVP 3 Regionalna TVP S.A.\***

Nazwa oddziału	Audycje producentów europejskich				Audycje europejskich producentów niezależnych			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	Kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
OTV Białystok	13,4	58,7	56,7	56,7	5,9	5,3	5,5	5,6
OTV Bydgoszcz	12,8	59,0	55,0	55,0	10,0	5,6	4,6	5,0
OTV Gdańsk	11,5	57,4	59,2	59,2	5,9	5,2	4,0	5,5
OTV Katowice	14,8	55,5	50,4	50,4	7,1	5,5	4,6	7,5
OTV Kraków	10,9	63,7	53,7	53,7	4,7	4,0	3,5	1,4
OTV Lublin	12,4	58,6	56,2	56,2	6,2	5,8	5,1	6,3
OTV Łódź	12,3	57,5	51,6	51,6	6,6	6,0	4,3	5,4
OTV Poznań	12,7	57,6	53,8	53,8	8,1	5,8	5,2	6,1
OTV Rzeszów	13,2	61,5	57,5	57,5	5,4	4,2	3,9	4,7
OTV Szczecin	12,1	60,4	57,0	57,0	11,0	6,3	5,9	6,8
OTV Warszawa	13,2	57,3	53,1	53,1	6,7	8,1	4,9	5,9
OTV Wrocław	13,6	56,3	52,6	52,6	6,6	5,7	3,7	6,5

\*) Program TVP 3 Regionalna emitowany jest w dwunastu odmianach regionalnych różniących się wypełnieniem pasm rozłączonych nadawanych pięciokrotnie w ciągu doby i zestawianych samodzielnie przez każdy z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. Nieznaczące różnice dotyczą także stopnia wykorzystania pasm wspólnych przez poszczególne oddziały terenowe.

W programie TVP 3 Regionalna wypełniono obowiązek wynikający z art. 15.4, przeznaczając w każdej z jego dwunastu odmian regionalnych ponad połowę kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone przez producentów europejskich. Z obowiązku przeznaczenia 10% czasu nadawania na audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych w okresie trzech lat przed rozpowszechnianiem w programie nadawca nie wywiązał się w większości z jego dwunastu odmian regionalnych. Jedynie program TVP 3 Regionalna emitowany przez oddziały terenowe w Bydgoszczy i Szczecinie w pierwszym kwartale 2002 roku uwzględnił ten wymóg ustawy.

Należy zauważyć, że wynik ten oznacza wyraźne pogorszenie w stosunku do roku poprzedniego, gdy z obowiązku przeznaczenia 10% czasu nadawania na audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych nie wywiązały się w pierwszym kwartale roku 2001 cztery oddziały terenowe, w drugim kwartale aż dziesięć oddziałów, a w trzecim kwartale osiem. Jednak w czwartym kwartale 2001 roku wszystkie oddziały terenowe wywiązały się z tego ustawowego obowiązku.

## Realizacja art. 15 ust. 3 urt w 2002 roku w programie TVP 3 Regionalna TVP S.A.\*

Nazwa oddziału	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską					
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec
	%					
OTV Białystok	51,8	54,0	52,2	53,9	53,4	50,0
OTV Bydgoszcz	56,0	63,0	51,7	55,2	54,8	52,0
OTV Gdańsk	56,0	60,0	54,3	55,7	57,0	50,2
OTV Katowice	54,1	51,4	49,0	53,7	52,0	54,1
OTV Kraków	87,7	88,0	52,4	58,1	58,3	53,8
OTV Lublin	33,8	32,2	50,9	55,6	55,4	54,2
OTV Łódź	38,1	52,9	50,1	54,4	51,3	51,9
OTV Poznań	38,6	38,3	40,1	43,4	47,9	39,8
OTV Rzeszów	74,6	93,6	54,8	59,0	58,3	54,2
OTV Szczecin	44,1	30,0	47,2	51,4	46,9	43,3
OTV Warszawa	47,0	49,6	51,4	52,5	53,7	50,0
OTV Wrocław	44,4	45,9	55,8	57,6	60,3	56,2

Nazwa oddziału	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską					
	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
	%					
OTV Białystok	66,2	66,8	69,0	66,7	61,5	67,3
OTV Bydgoszcz	65,1	68,0	71,7	75,0	69,0	72,0
OTV Gdańsk	67,6	71,9	78,0	69,0	64,0	69,8
OTV Katowice	62,2	64,0	74,5	67,8	50,4	62,3
OTV Kraków	68,9	71,5	70,3	70,6	63,6	71,5
OTV Lublin	70,0	73,5	84,2	71,0	66,0	77,2
OTV Łódź	63,8	66,6	77,0	61,4	65,5	64,6
OTV Poznań	51,9	58,7	74,2	52,7	51,4	55,0
OTV Rzeszów	76,4	78,7	83,3	68,0	62,4	67,7
OTV Szczecin	56,7	61,3	41,6	60,2	58,5	58,9
OTV Warszawa	63,9	63,7	70,6	63,8	57,7	60,9
OTV Wrocław	67,4	69,9	71,4	71,6	63,6	73,4

\*) Program TVP 3 Regionalna emitowany jest w dwunastu odmianach regionalnych różniących się wypełnieniem pasm rozłączonych nadawanych pięciokrotnie w ciągu doby i zestawianych samodzielnie przez każdy z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. Nieznaczne różnice dotyczą także stopnia wykorzystania pasm wspólnych przez poszczególne oddziały terenowe.

W czasie nadawania utworów muzycznych w programie TVP 3 Regionalna udział utworów związanych z kulturą polską w poszczególnych miesiącach 2002 roku był większy przeciętnie o ok. 20 punktów procentowych od wymaganych w ustawie 30% we wszystkich z dwunastu odmian regionalnych tego programu.

## Realizacja art. 15 ust. 2 urt w 2002 roku w programie TVP 3 Regionalna TVP S.A.\*

Nazwa oddziału	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim					
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec
	%					
OTV Białystok	39,3	48,1	50,0	60,3	68,5	66,9
OTV Bydgoszcz	47,0	53,1	55,8	60,1	68,2	67,6
OTV Gdańsk	53,0	68,0	58,2	66,6	74,0	72,0
OTV Katowice	40,3	42,5	55,2	63,3	70,0	70,6
OTV Kraków	79,1	83,7	50,8	60,7	71,6	69,5
OTV Lublin	56,3	58,9	69,5	72,9	75,2	78,2
OTV Łódź	59,6	63,8	56,3	65,2	75,3	69,3
OTV Poznań	68,5	77,6	59,1	69,4	72,5	74,7
OTV Rzeszów	77,2	89,4	57,5	64,7	71,6	70,6
OTV Szczecin	45,2	49,5	39,8	32,3	41,9	45,1
OTV Warszawa	41,7	60,4	60,2	67,8	72,4	67,9
OTV Wrocław	44,4	49,2	63,4	58,7	74,2	71,9

Nazwa oddziału	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim					
	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
	%					
OTV Białystok	53,9	52,8	69,0	78,4	68,2	85,8
OTV Bydgoszcz	56,7	56,6	71,7	74,0	72,0	71,0
OTV Gdańsk	64,0	62,0	78,0	83,8	79,0	81,6
OTV Katowice	64,3	57,7	74,5	72,5	75,0	86,9
OTV Kraków	54,8	53,0	70,3	80,6	72,1	89,2
OTV Lublin	68,0	67,7	84,2	68,6	67,5	88,5
OTV Łódź	58,8	59,7	77,0	83,7	75,0	91,0
OTV Poznań	59,7	64,4	74,2	82,0	78,1	88,1
OTV Rzeszów	57,7	61,9	83,3	93,1	85,2	91,1
OTV Szczecin	32,7	37,3	41,6	42,9	39,6	59,8
OTV Warszawa	59,2	53,8	70,6	86,0	77,3	91,0
OTV Wrocław	52,6	55,3	71,4	79,3	76,5	90,3

\*) Program TVP 3 Regionalna emitowany jest w dwunastu odmianach regionalnych różniących się wypełnieniem pasm rozłączonych nadawanych pięciokrotnie w ciągu doby i zestawianych samodzielnie przez każdy z dwunastu oddziałów terenowych TVP S.A. Nieznaczące różnice dotyczą także stopnia wykorzystania pasm wspólnych przez poszczególne oddziały terenowe.

W programie TVP 3 Regionalna udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w łącznym miesięcznym czasie nadawania wszystkich utworów słowno-muzycznych był wyższy niż ustawowe minimum, czyli 30% w każdej z dwunastu odmian regionalnych tego programu. W tej kategorii audycji nastąpiła znacząca poprawa w stosunku do poprzedniego roku, gdy udział utworów słowno-muzycznych w programach oddziałów terenowych w Białymstoku, Katowicach, Szczecinie, Łodzi, Warszawie i Wrocławiu w niektórych miesiącach był niższy od wymaganego ustawowo.

**Programy telewizji koncesjonowanych****Realizacja art. 15 ust.1 i 15a ust. 2 urt w 4 kwartałach 2002 roku przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane (naziemne)	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Polsat	51,0	56,0	55,0	62,0	47,0	53,0	53,0	61,0
TVN	36,4	38,2	38,7	42,8	35,2	38,2	37,8	41,3
TV4	33,4	33,5	33,1	34,2	23,7	25,7	24,8	34,0

W programach telewizji Polsat, TVN i TV4 w czterech kwartałach ubiegłego roku na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim przeznaczono więcej czasu niż wymagane przez ustawę minimum 30%. Wysokim, przekraczającym 50% udziałem tych audycji wyróżniła się Telewizja Polsat.

Podobnie wszyscy trzej nadawcy w czterech kwartałach 2002 roku wywiązali się z obowiązku przeznaczania 10% kwartalnego czasu nadawania na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie trzech lat przed rozpowszechnianiem. Także tutaj wysokim udziałem tych audycji w nadawanym programie przekraczającym o ponad 40 punktów procentowych ustawowe minimum wyróżniała się Telewizja Polsat.

**Realizacja art. 15 ust.4 i 15a ust. 1 urt w 4 kwartałach 2002 roku przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane (naziemne)	Audycje producentów europejskich				Audycje europejskich producentów niezależnych			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Polsat	60,0	62,0	62,0	66,0	34,0	26,0	25,0	23,0
TVN	42,1	41,0	41,0	44,0	14,2	12,6	12,2	10,9
TV4	39,0	39,3	39,6	37,6	21,0	23,5	25,5	22,0

Telewizja Polsat w swoim programie w czterech kwartałach 2002 roku przeznaczyła na audycje producentów europejskich zgodną z ustawą ilość czasu. Natomiast telewizje TVN i TV 4 przeznaczały na te audycje w każdym z kwartałów nieco mniej czasu niż wynosi ustawowe minimum, czyli poniżej połowy kwartalnego czasu nadawania. Z kolei audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych w okresie trzech lat przed rozpowszechnianiem we wszystkich omawianych w tym miejscu telewizjach zajęły większą niż ustawowe minimum ilość czasu nadawania.

**Realizacja art. 15 ust. 3 urt. w 2002 roku przez telewizyjnych nadawców  
koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane (naziemne)	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie emisji utworów muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
Polsat	20,0	20,0	19,0	21,0	19,0	21,0	24,0	24,0	25,0	24,0	24,0	25,0
TVN*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TV4	62,0	60,9	60,0	63,0	58,0	59,5	62,0	63,7	61,7	60,7	62,4	63,3

\*) TVN w swoim sprawozdaniu deklaruje, że nie nadaje wcale utworów muzycznych.

Telewizja Polsat w swoim programie na utwory muzyczne związane z kulturą polską w miesięcznym czasie nadawania przeznaczyła mniejszą ilość czasu niż ustawowe minimum, choć od lipca widoczny jest wzrost udziału tych utworów o 5 punktów procentowych. W programie TV 4 udział utworów muzycznych związane z kulturą polską był przeciętnie dwukrotnie większy od wymaganych w ustawie 30%.

**Realizacja art. 15 ust. 2 urt. w 2002 roku przez telewizyjnych nadawców  
koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane (naziemne)	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w miesięcznym czasie emisji utworów słowno-muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
Polsat	20,0	20,0	19,0	21,0	19,0	21,0	24,0	24,0	25,0	24,0	24,0	25,0
TVN*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TV4	59,1	56	58,6	58,9	58,7	57,9	58,3	58,8	59,3	60,7	62	63,3

\*) TVN w swoim sprawozdaniu deklaruje, że nie nadaje wcale utworów słowno- muzycznych.

Telewizja Polsat w swoim programie na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim w miesięcznym czasie nadawania przeznaczyła mniejszą ilość czasu niż ustawowe minimum, choć od lipca widoczny jest wzrost udziału tych utworów o 5 punktów procentowych. Natomiast w programie TV 4 udział utworów słowno-muzycznych był przeciętnie dwukrotnie większy od ustawowego minimum.

**Realizacja art. 15 ust. 1 oraz 15a ust. 2 urt w 4 kwartałach 2002 roku przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane (satelitarne)	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnieniem			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Canal+	17,1	18,9	16,5	21,4	11,8	14,3	11,3	13,4
Canal+ Nieb.	14,2	14,6	15,9	22,0	12,8	13,7	15,2	21,3
Canal+ Żółty	16,5	18,4	15,0	18,2	10,3	13,8	9,8	12,3
TVN 7	16,5*	18,4	15,0	18,2	11,7*	10,5	12,9	7,2
TVN 24	43,6	43,6	43,4	43,6	43,6	43,6	43,4	43,6
Ale Kino!	16,2	17,2	16,2	18,2	b.d.	b.d.	b.d.	3,6
MiniMax	26,3	29,4	31,4	34,9	19,0	19,6	18,9	25,2
Polsat 2	32,0	31,0	26,0	86,0	21,0	22,0	19,0	63,0

\*) TVN 7 rozpoczął nadawanie od 1 marca 2002 roku, stąd dane za I kw. obejmują jedynie marzec

Podobnie jak w roku poprzednim permanentne trudności z wypełnieniem ustawowych wymogów dotyczących udziału audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim mieli nadawcy programów Canal+, Canal+ Niebieski, Canal+ Żółty, Ale Kino! oraz TVN 7 i Polsat 2. Są to programy o dużej zawartości filmu fabularnego (a jeden z nich – Ale Kino! jest wyspecjalizowany – filmowy) i o niewielkim udziale audycji produkcji własnej. Na pograniczu wypełnienia zobowiązań w tym zakresie był program MiniMax (w I i II kwartale) oraz Polsat 2 (w trzecim kwartale). Program MiniMax wypełnił zobowiązania w III i IV kwartale zaś Polsat 2 w I, II i IV kwartale.

W przypadku audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnieniem w programie problemy z wypełnieniem ustawowego limitu miał nadawca programu Canal+ Żółty (w III kwartale), zaś nadawca programu Ale Kino! nie dostarczył w swoim sprawozdaniu danych dotyczących wypełniania tego obowiązku.

**Realizacja art. 15 ust. 4 oraz 15a ust. 1 w 4 kwartałach 2002 roku przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane (satelitarne)	Audycje producentów europejskich				Audycje europejskich producentów niezależnych			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Canal+	36,7	45,3	40,4	40,9	28,1	36,2	32,0	30,7
Canal+ Nieb.	18,5	20,6	23,6	29,3	6,5	8,1	9,3	9,8
Canal+ Żółty	36,4	44,4	40,9	39,1	28,9	36,1	33,8	30,5
TVN 7	24,9*	20,3	21,0	13,6	17,7*	13,1	13,1	7,5
TVN 24	43,6	43,6	43,6	43,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Ale Kino!	49,6	55,9	54,8	47,2	46,4	52,1	50,9	43,6
MiniMax	84,1	80,4	75,7	65,6	60,7	57,3	53,4	40,4
Polsat 2	37,0	37,0	35,0	84,0	26,0	25,0	23,0	38,0

\*) TVN 7 rozpoczął nadawanie od 1 marca 2002 roku, stąd dane za I kw. obejmują jedynie marzec

Wymogu dotyczącego udziału w kwartalnym czasie nadawania audycji wytworzonych przez producentów europejskich nie wypełniali nadawcy Canal+, Canal+ Niebieski, Canal+ Żółty, TVN 7 oraz w pierwszych trzech kwartałach 2002 roku Polsat 2 a także Ale Kino! W kwartałach I i IV.

Nadawca Canal+ Niebieski nie wypełniał wymogu 10% udziału audycji wytworzonych przez europejskich producentów niezależnych przez wszystkie kwartały roku 2002, zaś TVN 7 w IV kwartale.

**Realizacja art. 15 ust. 3 urt w 2002 roku  
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane (satelitarne)	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie emisji utworów muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
Canal+	31,2	73,0	84,8	46,2	92,2	74,2	25,1	23,7	61,6	33,8	39,6	96,0
Canal+ Nieb.	3,4	61,3	62,5	59,5	63,9	60,5	67,8	32,8	66,9	52,4	68,0	11,6
Canal+ Żółty	0,0	64,3	81,6	58,3	71,6	54,8	44,4	27,0	78,1	100,0	100,0	100,0
TVN 7*, **	n.d.	n.d.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TVN 24**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polsat 2	35,0	31,0	48,0	49,0	47,0	47,0	44,0	42,0	39,0	36,0	36,0	37,0

\*) TVN 7 rozpoczął nadawanie od 1 marca 2002 roku.

\*\*) TVN 7 i TVN 24 w swoich sprawozdaniach deklarują, że nie nadają wcale utworów muzycznych.

Nie zdołano zrealizować miesięcznych udziałów utworów muzycznych związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie nadawania w programach Canal+ (w lipcu i sierpniu), Canal+ Niebieski (w styczniu i grudniu) oraz Canal+ Żółty (w styczniu), choć w całej grupie programów Canal+ należy zauważyć znaczącą poprawę wykonywania tego wymogu w porównaniu z rokiem poprzednim.

**Realizacja art. 15 ust. 2 urt. w 2002 roku  
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane (satelitarne)	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w miesięcznym czasie emisji utworów słowno-muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
Canal+	31,1	0,0	3,9	0,9	0,9	2,5	3,6	4,5	1,3	75,6	72,1	99,2
Canal+ Nieb.	3,4	8,1	11,8	9,1	6,6	47,5	41,5	2,5	20,4	66,2	79,4	22,1
Canal+ Żółty	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	100,0	100,0	100,0
TVN 7*, **	n.d.	n.d.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TVN 24**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polsat 2	35,0	31,0	48,0	49,0	47,0	47,0	44,0	42,0	39,0	36,0	36,0	37,0

\*) TVN 7 rozpoczął nadawanie od 1 marca 2002 roku.

\*\*) TVN 7 i TVN 24 w swoich sprawozdaniach deklarują, że nie nadają wcale utworów słowno-muzycznych.



W programie Canal + Żółty od stycznia do lipca i we wrześniu nie nadawano w ogóle utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. W programie Canal + ustawowy wymóg 30% udziału utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim nie był realizowany od lutego do września, zaś w programie Canal+ Niebieski w styczniu i lutym a potem kwietniu, maju i w sierpniu. W programie Canal+ Żółty w okresie od stycznia do września nie nadawano praktycznie żadnych utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Jedynie w programie Polsatu 2 udział utworów słowno-muzycznych kształtował się na poziomie wymaganym ustawą we wszystkich miesiącach roku. Nadawca programów TVN 7 i TVN 24 poinformował, że nie nadaje w ogóle utworów słowno-muzycznych.

Podobnie jak w roku 2001 w programie Polsatu 2 najwyższy udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim oraz utworów muzycznych związanych z kulturą polską miał miejsce w miesiącach wiosennych i letnich (od marca do sierpnia). W programach innych nadawców nie zaobserwowano tej tendencji.

### Wybrane koncesjonowane telewizyjne programy satelitarne

Wszystkie omówione niżej programy mają charakter wyspecjalizowany: filmowy (3 programy), filmowo-rozrywkowy (1), informacyjny (1), sportowy (1) i zawierający różne rodzaje audycji ale adresowany do dzieci i młodzieży (1). Trzy z nich (*TVN 24*, *MINIMAX*, *ALE KINO*) są nadawane od kilku lat (najkrócej *TVN 24* – od 2001 roku). Trzy programy z grupy CANAL+ są nadawane w systemie „multiplex channels”, co oznacza, że na trzech kanałach nadawane są programy telewizyjne, składające się z przesuniętych czasowo audycji o tej samej lub zbliżonej treści.

- **TVN 24** – jest programem wyspecjalizowanym – informacyjnym (jedyne polski program o tym charakterze). Był nadawany 24 godz. na dobę, w tym premiery stanowiły 25%. Na całodobowy program składały się w 2002 roku: informacje (55%), audycje publicystyczne – 25%, reportaże i audycje poradnikowe – 11% oraz sport (serwisy sportowe) – 3%. Serwisy informacyjne (w godzinach nocnych planszowe skróty informacji), uzupełnione informacjami o pogodzie nadawano co pół godziny, serwisy sportowe – ok. 8 razy na dobę, rozmowy w ramach *Studia 24* – kilkanaście razy, podobnie jak serwisy biznesowe i magazyn ekonomiczny *Biznes*. Serwisy informacyjne trwały od kilku do kilkunastu minut. Więcej czasu (ok. pół godziny) zajmował magazyn informacyjny *24 godziny* i *Fakty*. Od jesieni zaczęto nadawać (o godz. 20:00) premierowe wydanie *Kropki nad i*. Inne stałe pozycje tego programu to, między innymi: *Raport TVN 24*, *Bilans tygodnia*, *Loża prasowa*, *Studio Europa* (audycje publicystyczne) oraz magazyny: *Automaniak*, *Multikino*, *Zdrowie i Styl*. Z okazji ważnych wydarzeń społeczno-politycznych zmieniano układ i zawartość programu na tematyczny. W 2002 roku takie wydania miały miejsce, m.in.: 1 i 3 maja, 11 września, 10 listopada (wybory) oraz 13 – 14 grudnia (Szczyt w Kopenhadze).
- **TVN Siedem** rozpoczął emisję od 1 marca 2002 roku. Jest programem wyspecjalizowanym – filmowo-rozrywkowym. Średni dobowy czas emisji wynosił 17 godz., w tym premiery 52% czasu nadawania. Film fabularny, w tym głównie seriale i jednostkowe filmy telewizyjne wypełniły 69%, audycje rozrywkowe (teleturnieje i reality show – Big

Brother) wraz z muzyką rozrywkową – 6%. Pozostałą część czasu (oprócz reklamy i autopromocji) przeznaczono na emisję filmów dokumentalnych (2%), informację i publicystykę (1,6%) i audycje poradnicze. Część audycji informacyjnych, publicystycznych i poradnikowych (*Aktualności*, *Raport TVN 24*, *Styl*), emitowanych w tym programie została przygotowana przez zespół redakcyjny programu TVN 24.

- **MINIMAX** – jest programem adresowanym do dzieci i młodzieży. Był nadawany średnio 18 godz. na dobę, w tym 5% audycje premierowe.  $\frac{3}{4}$  jego zawartości wypełniały filmy fabularne, w znacznej większości – animowane. Pozostałą część – videoklipy, gry i krótkie filmy dokumentalne. Składał się z pasm programowych, adresowanych do określonych grup wiekowych: 2 – 6 lat, 7 – 10, 11 – 14, 12 i powyżej. Dla dwóch pierwszych grup proponowano filmy animowane, a dla pozostałych dodatkowo filmy fabularne, dokumentalne, audycje o grach komputerowych i gry.
- **ALE KINO** – jest programem wyspecjalizowanym – filmowym, nadawanym średnio 19 godz. na dobę, w tym 10% pokazy premierowe. Film fabularny (kinowy i w niewielkim stopniu telewizyjny) wypełniał 87% jego zawartości, zaś film dokumentalny, głównie o aktorach i producentach filmowych – 6% rocznego czasu nadawania. Pokazy premierowe nadawano w ramach stałych cykli, na przykład: *Wytrawne Ale*, *Klasyczne Ale*, *Polskie komedie*, *Ale Hit*, *Mocne Ale*. W programie tym regularnie prezentowano filmy krótkometrażowe (od dwóch do trzech dziennie). Wśród nadanych filmów fabularnych przeważały produkcje europejskie (51% całej oferty filmowej), w tym 900 godzin zajął film polski.
- **CANAL+ Polska** – w 2002 roku przeobraził się w program o charakterze filmowym. Był nadawany średnio 23 godz. na dobę, w tym 19% były to pokazy premierowe. Składał się w 84% z filmu fabularnego, w 5% z filmu dokumentalnego, a 1% stanowiły audycje rozrywkowe. Szczególnie bogata była oferta filmowa, obejmująca głównie film fabularny kinowy (średnio 19 godz. na dobę - 80% nadanej fabuły), następnie film animowany (w tym animacja dla dorosłych) i w mniejszym wymiarze seriale i serie fabularne. Systematycznie prezentowano w tym programie także filmy krótkometrażowe. Ponad 30% wszystkich nadanych filmów było produkcji europejskiej, głównie angielskiej, polskiej i francuskiej. Audycje sportowe (transmisje, serwisy i magazyny o tematyce sportowej) przestały być cechą dystynktywną tego programu, tak, jak to było jeszcze 2 - 3 lata temu (w porównaniu tylko do poprzedniego roku ich udział spadł z 7% do niespełna 2%). Słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe, muzyka rozrywkowa i publicystyka kulturalna stanowiły 3% rocznego czasu nadawania (+ 1% w stosunku do poprzedniego roku). Dziewięć procent czasu (- 2%) przeznaczono na audycje dla dzieci i młodzieży. Była to prawie w całości oferta filmowa, głównie filmy animowane.
- **CANAL+ Żółty** – był nadawany średnio 18 godz. na dobę (w tym premiery 21%). Podobnie jak CANAL+ Polska miał charakter wyspecjalizowany – filmowy. Na roczny program składały się prawie w całości filmy fabularne (88%) i dokumentalne (4%). Stanowi to wzrost o 10% w stosunku do ubiegłego roku. 83% oferty filmowej wypełniły pełnometrażowe filmy kinowe, w pozostałej części – animowane, jednostkowe telewizyjne, krótkometrażowe i seriale. W 1/3 były to produkcje europejskie, w pozostałej – amerykańskie. Do dzieci i młodzieży kierowano 7% programu. Z innych audycji prezentowano tu 2 magazyny kulturalne (*Aktualności Muzyczne* i *Aktualności Filmowe*).

- **CANAL+ Niebieski** był nadawany średnio 22 godz. na dobę, w tym w 32% premiery. Miał charakter wyspecjalizowany – sportowy. Audycje sportowe zapełniły 61% rocznego czasu. Były to przede wszystkim transmisje polskich i zagranicznych rozgrywek sportowych (średnio 11 godz. na dobę) i magazyny sportowe (ponad 2 godz. dziennie). Drugim widocznym elementem składowym tego programu był film fabularny (32%) i w dalszej części – film dokumentalny i rozrywka. Wśród nadanych filmów przeważały produkcje amerykańskie (76% w rocznym czasie nadawania). W 2002 roku decyzje i koncesje na rozpowszechnianie w sposób rozsiewczy satelitarny otrzymały następujące programy:
- **TELE 5** – program o charakterze rozrywkowym, z udziałem gier umysłowych, w tym interaktywnych. W „ramówce” przewidziano przede wszystkim filmy pełnometrażowe i seriale komediowe, obyczajowe oraz biograficzne, filmy dokumentalne o tematyce podróżniczej, medycznej, kulturalnej, teleturnieje i show sądowe. Dla młodzieży planowano: seriale fabularne, popularno-naukowe, audycje muzyczne i filmy dokumentalne o gwiazdach pop kultury.
- **CZAS** – program wyspecjalizowany: dokumentalno-edukacyjny. Założono, że program będzie poświęcony szeroko rozumianemu dokumentowi, animacji, miniaturom filmowym, video art. i amatorskiemu ruchowi filmowemu. W sześciu tematycznych pasmach programowych zamierzano prezentować dorobek polskich i zagranicznych twórców filmu animowanego, polskie i zagraniczne filmy dokumentalne, filmy popularno-naukowe (polityka, historia, cywilizacja, kultura, technika), dorobek twórczości amatorskiej.
- **PILOT** – program wyspecjalizowany – informujący o zawartości polskojęzycznych programów telewizyjnych, o produkcjach, twórcach oraz o wydarzeniach dotyczących rynku przemysłu rozrywkowego. Planowano to czynić w nowatorski sposób, za pomocą podzielonego na trzy zsynchronizowane ze sobą części ekranu (prezentacja aktualnego repertuaru, podgląd audycji, krótkie formy publicystyczne (wywiady, dyskusje) uzupełnione dodatkowym opisem dotyczącym sylwetek bohaterów, krótkie bieżące wiadomości społeczno-polityczne).
- **CENTRUM** – program wyspecjalizowany: informacyjno-publicystyczny, dotyczący życia i wydarzeń Warszawy. Przewidziano codzienne wiadomości i serwisy lokalne, repertuary kin i teatrów, transmisje, raporty i relacje reporterskie z życia stołecznego, spotkania, wywiady i dyskusje z włodarzami miasta i innymi znaczącymi osobistościami z kręgu polityki, kultury, nauki itd.
- **EDUSAT** – program wyspecjalizowany: edukacyjny. Wśród audycji realizujących charakter programów przewidziano przede wszystkim wykłady prowadzone przez pracowników naukowych Wyższej Szkoły Społeczno-Ekonomicznej w Warszawie. Zamierzano skoncentrować się wokół problematyki ekonomicznej (mikro i makroekonomia, integracja z UE, międzynarodowe stosunki gospodarcze, mała i średnia przedsiębiorczość, bankowość, finanse itp.), psychologiczno-pedagogicznej (problemy edukacyjne współczesnego świata, resocjalizacja, metodyka nauczania i wychowania itd.) oraz na nauce języków obcych i kursach specjalistycznych. Jako uzupełnienie wykładów przewidziano publicystykę społeczno-polityczną, ekonomiczną i kulturalną, film dokumentalny oraz animowany, audycje rozrywkowe.

## **Platformy cyfrowe**

W 2002 roku, po połączeniu Wizji TV z Cyfrą Plus, na rynku pozostały 2 platformy cyfrowe: NOWA CYFRA+ i POLSAT CYFROWY.

W tym czasie zaszły istotne zmiany w ofercie programowej Polsatu Cyfrowego. We wrześniu zaniechano emisji własnych programów: On, Ona, Junior, Filmax, Komedia, Muzyczny Relaks, pozostawiając jedynie Polsat 2 i Polsat Sport, a na przełomie roku 2002/2003 wprowadzono dwa programy telewizji publicznej. Na początek bieżącego roku proponowano: 10 polskich programów telewizyjnych (w następującej kolejności umieszczenia: Polsat, Polsat 2, TV4, Polsat Sport, Teleuniwersytet, TVP1, TVP2, Niepokalanów Puls, Tele 5, Niepokalanów II), 11 programów polskojęzycznych (2 dziecięce: Cartoon Network i Fox Kids, 2 filmowe: Le Cinema i TCM, 6 dokumentalnych: Animal Planet, Reality TV, Discovery Channel, Civilisation, Sci-Tre, Travel) i 1 adresowany do kobiet (Club). W tzw. pakiecie otwartym dostępne były wszystkie programy niekodowane z satelitów Hot Bird i Astra. W ramach usług (kanałów) interaktywnych umożliwiano korzystanie z gier, prognozy pogody, teleuniwersytetu, SMS – Chat, e-mail i internetu.

W skład platformy Cyfra Plus wchodzi 15 programów polskich, oprócz tych co w Polsce Cyfrowym (za wyjątkiem Niepokalanów II i TV4) i dodatkowo: TVP Polonia, TVN, TVN 24, TVN Siedem oraz Canal+, Canal+ Żółty, Canal+ Niebieski, Ale Kino, MiniMax. Jest to oferta zdecydowanie bogatsza w programy muzyczne (4 kanały MultiMusic zawierające 35 bloków tematycznych, MTV Polska, MTV Classic), programy sportowe (Formuła 1 na 4 kanałach, Eurosport, Eurosportnews, Extreme Sports, Canal+ Niebieski), filmowe (Canal+, Canal+ Żółty, Ale Kino, Hallmark, HBO, TCM) i dziecięce (MiniMax, Fox Kids, Cartoon Network). W sumie dostępnych jest tu około 80 telewizyjnych programów cyfrowych, 8 polskich programów radiowych i 150 niekodowanych programów telewizyjnych dostarczanych z Hot Birda lub Astry. W ramach usług interaktywnych proponowano kanały udostępniające informacje i omówienia programowe (Magazyn), prognozy pogody (Cyfra+ Pogoda), informacje o nowych kanałach, promocjach i konkursach dla abonentów (Pop Up), informacje o emitowanych utworach na czterech kanałach MultiMusic, umożliwiające: oglądanie zawodów Formuły 1 na kilku kanałach jednocześnie (F1), dostęp do wybranych serwisów portalu internetowego WP (Wirtualna Polska), do 10 gier interaktywnych (Cyfra Gry – pilot pełni funkcję konsoli), wysłanie SMS na inny dekodery (SMS na dekodery).

## **Program satelitarny telewizji publicznej – TV Polonia**

W 2002 roku program tworzony dla Polonii i Polaków za granicą dostępny był – podobnie jak w roku poprzednim – w Europie, Ameryce, Australii i Nowej Zelandii oraz północnej Afryce i po raz pierwszy w Kazachstanie i Brazylii. Emitowany był przez całą dobę, a roczny czas nadawania wyniósł 8725,5 godziny.

**Struktura gatunkowa programu TV Polonia  
w rocznym czasie nadawania w latach 2001 – 2002.**

Rodzaje audycji	2001	2002
	w proc.	
OGÓŁEM	100,0	100,0
Film	38,9	40,1
w tym film dokumentalny	12,2	9,8
Publicystyka	16,7	17,5
Informacja	10,7	9,6
Muzyka	11,3	8,8
w tym poważna	2,1	1,5
Autopromocja 1)	4,7	6,3
Rozrywka	6,3	5,6
Edukacja	3,2	5,2
Sport	3,5	3,0
Religia	2,2	2,1
Widowiska teatralne	1,9	1,7
Płatne elementy programu	0,6	0,1

1) Łącznie z zapowiedziami programowymi, zwiastunami i planszami

Jak wynika z powyższego zestawienia w roku 2002, porównaniu z rokiem 2001, wzrósł o blisko 1,2 punktu procentowego udział filmów w programie, o 0,8 punktu udział publicystyki, o 2 punkty audycji edukacyjnych, oraz o 1,6 punktu autopromocji. Zmniejszył się natomiast udział pozostałych audycji w programie, w tym w największym stopniu muzycznych o 2,5 punktu procentowego.

Największy udział w rocznym czasie nadawania nadal miał film, przy czym udział filmu fabularnego w porównaniu z rokiem 2001 wzrósł o prawie 4 punkty procentowe do 30,3%, natomiast filmu dokumentalnego (łącznie z reportażem) spadł o 2,4 punktu procentowego do poziomu 9,8%. Fabularna oferta filmowa w 88,5% była produkcji polskiej. Pozostały odsetek stanowiły filmy produkcji angielskiej, francuskiej, niemieckiej, amerykańskiej, australijskiej. Filmy te przeważnie ukazywały się w cyklu „Polonica”, w który emitowane są filmy fabularne związane z Polską poprzez obsadę aktorską, osobę reżysera, kompozytora muzyki, operatora, tematykę lub dubbing.

Wśród audycji publicystycznych największy udział w rocznym czasie nadawania - podobnie jak w roku ubiegłym - miały audycje o tematyce kulturalnej (7,4%) i społecznej (6,8%), a następnie politycznej (2,7%). Tematyka międzynarodowa i ekonomiczna wypełniły po 0,3% rocznego czasu.

Największy udział w rocznym czasie nadawania wśród audycji rozrywkowych miały widowiska estradowe (2,2%), kabarety i audycje satyryczne (1,3%) oraz teleturnieje (1,1%). Pozostałe, a mianowicie benefisy i talk-show wypełniły od 0,9% do 0,2% rocznego czasu emisji.

TV Polonia nadawała audycje religijne, na które składały się transmisje - co niedzielę z innej parafii - mszy św., oraz audycje publicystyczne, informacyjne i edukacyjne. Nieznaczny spadek (o 0,1 punktu proc.) rocznego czasu nadawania audycji religijnych w porównaniu z rokiem 2001 wynikał z nieznacznego zmniejszenia się czasu emisji audycji publicystycznych, informacyjnych i edukacyjnych.

Specjalna oferta programowa adresowana do Polonii była uboga. Nadawca tłumaczył ten fakt trudnościami finansowymi. Tym niemniej jednak w 2002 roku utrzymano najważniejsze – z punktu widzenia odbiorcy polonijnego – audycje: *Więści polonijne* – studyjny magazyn informacyjny o aktualnych wydarzeniach w środowiskach polonijnych, *Forum polonijne* – studyjna dyskusja przedstawicieli środowisk polonijnych i władz polskich o najistotniejszych problemach Polaków mieszkających poza krajem, *Porozmawiajmy* – rozmowa z telefonicznym udziałem widzów o problemach emigracyjnych, *Mówi się* – poradnik językowy z telefonicznym udziałem widzów z kraju i zagranicy, *Uczymy się polskiego* – wyprodukowany przed 10-u laty kurs nauki języka polskiego, *Skarbiec* – magazyn historyczno – kulturalny, *Gościniec* – magazyn poświęcony kulturze i sztuce ludowej oraz okazjonalne reportaże polonijne i reportaże turystyczne z Polski.

W 2002 roku do programu wprowadzone zostały dwie nowe audycje – *Polonijny Magazyn* (audycja informacyjno-publicystyczna) oraz *Śniadanie na podwieczorek* (magazyn kulturalny prezentujący polskich i polonijnych twórców z udziałem widzów za pośrednictwem telefonów i poczty elektronicznej).

W 2002 roku zrealizowanych zostało specjalnie dla środowisk polonijnych 644,9 godz. audycji, co stanowiło 7,4% rocznego czasu nadawania programu. W porównaniu z 2001 roku nastąpiło zwiększenie ich udziału w programie o 2,3 punktu procentowego.

#### Źródła pozyskiwania audycji dla programu TV Polonia

Źródła pozyskiwania	2001	2002
	w proc.	
TV Polonia	26,1	28,2
Program 1	33,4	35,0
Program 2	20,9	22,5
Oddziały terenowe	7,3	4,6
TAI	11,7	9,6

W 2002 roku w porównaniu z rokiem 2001 udział audycji własnych lub zleczanych do realizacji przez TV Polonia zwiększył się o prawie 2 punkty procentowe. Zwiększył się również udział audycji pozyskiwanych z Programu 1 i Programu 2, zmniejszył natomiast udział audycji pozyskiwanych z TAI i oddziałów terenowych.

TV Polonia była w ubiegłym roku również - podobnie jak w latach poprzednich współorganizatorem lub patronem medialnym m.in. Festiwalu Muzycznego w Łańcucie, Parafiady Dzieci i Młodzieży oraz festiwali muzycznych Eurofolk i Nowa Tradycja.

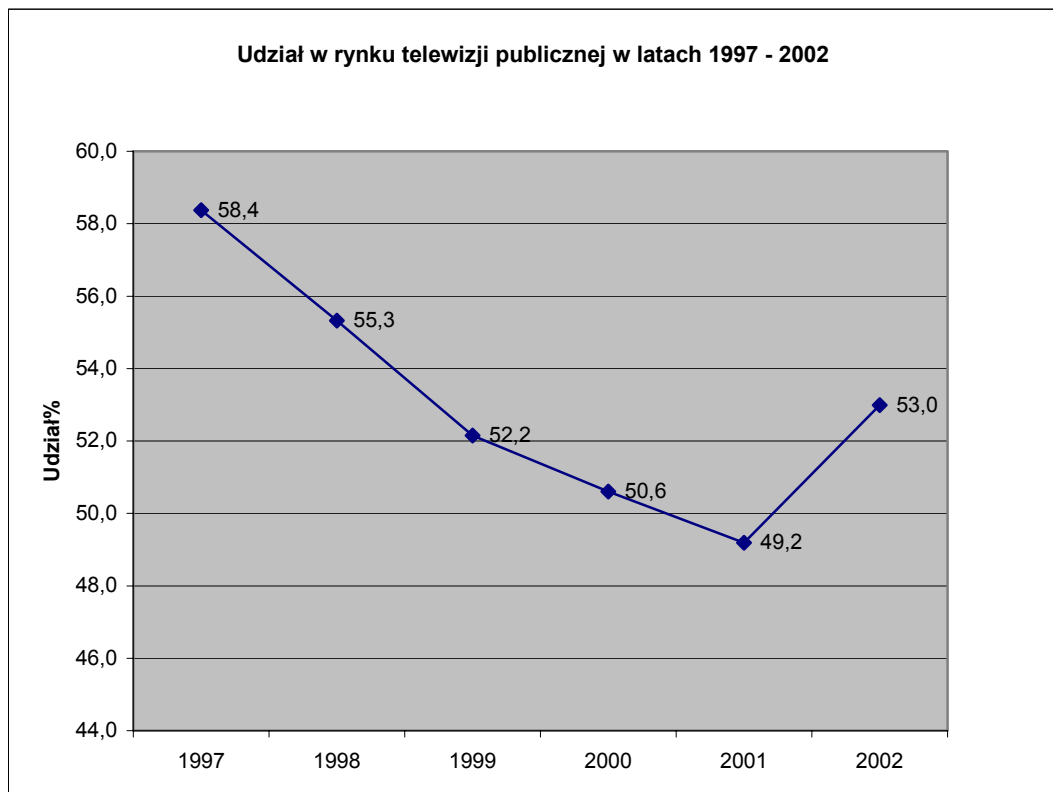
## Rynek telewizyjny w Polsce w 2002 roku\*

### Telewizja publiczna

Udział telewizji publicznej w rynku telewizyjnym w 2002 roku wyniósł 53 %. Do sektora publicznego (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP 3 Regionalna) należała ponad połowa rynku. Potwierdza to jego silną pozycję w minionym roku.

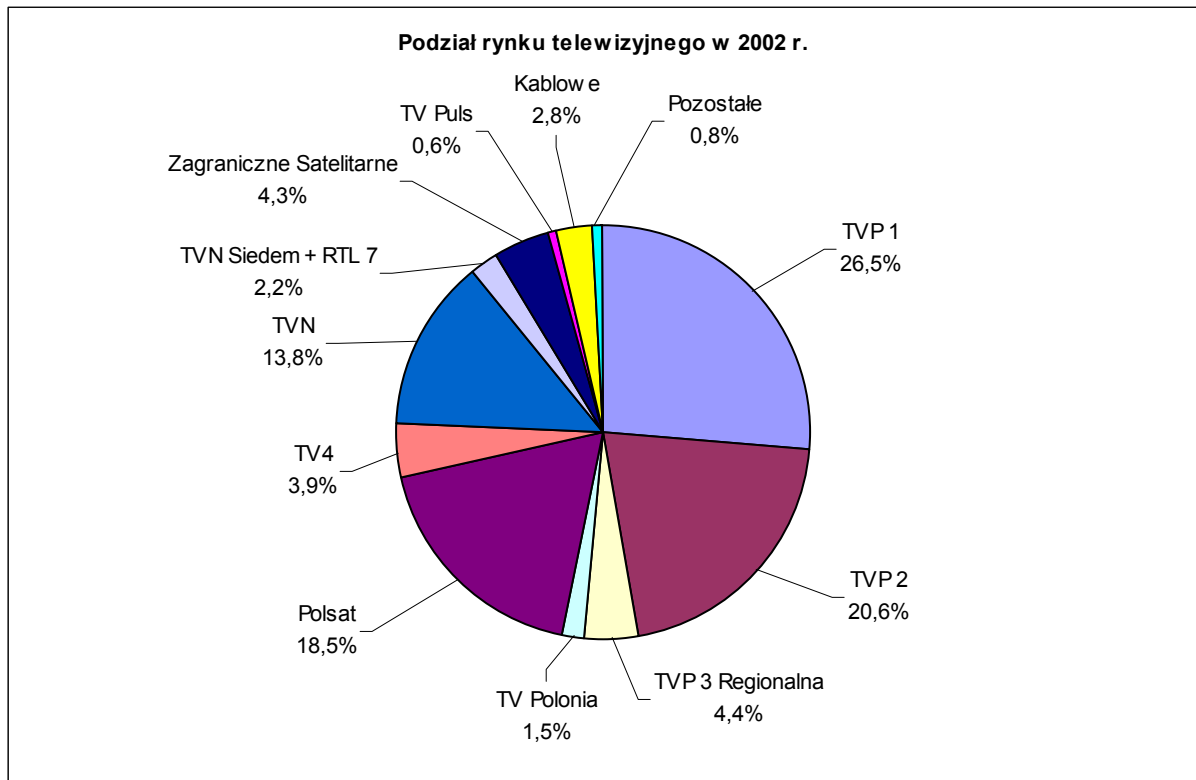
Telewizja publiczna powiększyła udział w rynku widowni w stosunku do roku 2001 o prawie 4 punkty procentowe. Oznacza to umocnienie jej pozycji i zahamowanie tendencji spadkowej, jaka miała miejsce w latach poprzednich. Do tej pory udział sektora publicznego każdego roku konsekwentnie zmniejszał się. W roku 1997 do telewizji publicznej należało 58,4% rynku, w 1998 – 55,3%, w 1999 – 52,2%, w 2000 – 50,6%, w 2001 – 49,2 %.

Tendencje w zakresie udziału w rynku telewizji publicznej w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.



Przyrost udziałów w roku 2002 odnotowały zarówno dwa ogólnopolskie programy telewizji publicznej jak i telewizja regionalna TVP 3 Regionalna. Dotychczasową pozycję utrzymała TV Polonia. W dalszej części przedstawiona zostanie sytuacja każdego z programów.

\* Analizę sporządzono na podstawie danych telemetrycznych TNS/OBOP



- **TVP 1**

Udział TVP 1 w rynku telewizyjnym w roku 2002 wyniósł 26,5 % i zwiększył się w stosunku do roku poprzedniego o 2 punkty procentowe. Do ubiegłego roku udział TVP 1 w widowni systematycznie spadał.

W 2002 roku TVP 1 oglądało średnio 62 % populacji przez 84 minuty dziennie.

Najwyższy miesięczny udział w oglądalności TVP 1 uzyskała w sierpniu (28,4 %), co związane było z popularnością relacji telewizyjnych z wizyty papieża Jana Pawła II w Polsce. Tradycyjnie dla tej telewizji również miesiące zimowe - styczeń, luty, grudzień – cieszyły się wysoką średnią miesięczną oglądalnością (27,5 – 28,2%).

- **TVP 2**

Udział TVP 2 w rynku telewizyjnym w roku 2002 wyniósł 20,6% i oznacza to przyrost w stosunku do roku ubiegłego o 1 punkt procentowy. TVP 2 oglądało w 2002 roku średnio 56 % populacji przez 71 minut dziennie.

- **TVP 3 Regionalna**

W 2002 roku udział w widowni regionalnej telewizji publicznej TVP 3 Regionalna wyniósł 4,4% i oznacza to przyrost o 1 punkt procentowy w stosunku do roku 2001. Od kilku lat udział Oddziałów Terenowych TVP systematycznie spadał. Obecny wynik świadczy o odwróceniu tej tendencji i wiąże się zmianą koncepcji programowo - organizacyjnej regionalnej telewizji publicznej. Dokonana zmiana sposobu jej funkcjonowania zaczęła przynosić w ubiegłym roku efekty w postaci przyrostu widowni.



TVP 3 Regionalną oglądało w 2002 roku średnio 29 % populacji przez 25 minut dziennie.

- **TV Polonia**

W 2002 roku udział w widowni TV Polonia wyniósł podobnie jak przed rokiem 1,5%. Od kilku lat udział telewizji przeznaczonej dla Polonii jest ustabilizowany. Program tej telewizji oglądało w 2002 roku średnio 12,6 % populacji przez 22 minuty dziennie.

### *Telewizja koncesjonowana*

Rok 2002 był rokiem spadku udziału w widowni dla telewizji koncesjonowanej. W roku 2001 do sektora tego należało w sumie 46 % rynku natomiast w roku ubiegłym 42 %. Telewizja koncesjonowana straciła udziały na rzecz nadawcy publicznego.

Zjawisko to dotyczyło w różnym stopniu poszczególnych nadawców komercyjnych. Najwięcej stracili najwięksi nadawcy – Telewizja Polsat i Telewizja TVN.

- **POLSAT**

W 2002 roku udział w rynku widowni naziemnej telewizji Polsat wyniósł 18,5 % Oznacza to spadek w stosunku do roku ubiegłego. W 2001 roku do telewizji Polsat należało 21,1 % rynku. Utrata ponad 2 % rynku to dalsze osłabienie pozycji rynkowej tej telewizji.

Program Polsatu oglądało w 2002 roku średnio 53% populacji przez 68 minut dziennie. W stosunku do roku poprzedniego zmalał zarówno zasięg programu jak i przede wszystkim czas jego oglądania przez widzów.

Udział telewizji Polsat w widowni zaczął spadać po wejściu na rynek TVN. Znaczące straty w widowni w roku ubiegłym związane jednak były z umocnieniem pozycji telewizji publicznej. Telewizja Polsat utraciła dotychczasowe drugie miejsce w rankingu na rzecz TVP 2.

W 2002 roku najlepsze dla Polsatu były pierwsze miesiące roku: styczeń (19,6 %) i luty (19,1%) Najniższe udziały miesięczne telewizja ta odnotowała w sierpniu (15,8 %). Ani razu w 2002 roku nie udało się TV Polsat uzyskać większych udziałów miesięcznych niż TVP 2, co w ubiegłych latach było normą.

- **TVN**

W roku 2002 udział telewizji TVN wyniósł 13,8 %. Był to spadek w stosunku do roku ubiegłego, który zakończyła wynikiem 14,8 %.

Po latach dynamicznego rozwoju po raz pierwszy TVN zanotowała spadek. Do tej pory, począwszy od roku 1998, który był pierwszym pełnym rokiem nadawania dla TVN, jej udział w rynku systematycznie z roku na rok powiększał się.

Mimo mniejszych udziałów w widowni niż przed rokiem TVN pozostaje drugą obecnie co do wielkości komercyjną telewizją na polskim rynku.

TVN oglądało w 2002 roku 38% populacji przez średnio 71 minut dziennie. W stosunku do roku ubiegłego zmniejszył się średni czas oglądania programu przez widza tej stacji.

- **TV 4**

W roku 2002 udział telewizji TV 4 wyniósł 4 % i oznacza to utrzymanie pozycji sprzed roku.

TV 4 oglądało w 2002 roku średnio ponad 22% populacji przez 34 min. dziennie. Był to więc rok utrwalenia pozycji na medialnym rynku przez TV 4, która rozpoczęła nadawanie programu pod tą nazwą w 2000 roku.

- **TVN 7**

Do telewizji TVN 7 należało 2, 2%. TVN 7 nadaje program od marca 2002 roku w miejsce dotychczasowego RTL 7. Program ten oglądało w 2002 roku 10 % populacji przez 36 minut dziennie.

- **TV Niepokalanów PULS**

W roku 2002 udział w rynku telewizji TV Niepokalanów Puls wyniósł podobnie jak przed rokiem 0,6 %. Program tej telewizji oglądało w 2002 roku średnio 5 % populacji przez 24 min. dziennie.

W roku 2002 zyskała widownię telewizja publiczna TVP1, TVP 2 oraz TVP 3 Regionalna. Największy przyrost udziałów odnotowała TVP 1, co wzmocniło jej dotychczasowe pierwsze miejsce w rankingu.

W 2002 roku telewizja publiczna umocniła więc swoją silną pozycję na telewizyjnym rynku. Należała do niej ponad połowa udziałów.

Zmniejszył się natomiast udział w rynku koncesjonowanych nadawców ogólnopolskich: telewizji Polsat i Telewizji TVN.

W stosunku do roku ubiegłego nastąpiły zmiany w rankingu największych nadawców pod względem udziału w widowni.

Pierwszą pozycję nadal zajmowała TVP 1. Na drugim miejscu natomiast znalazła się TVP 2 w związku z przyrostem widowni i osłabieniem pozycji Polsatu. Telewizja Polsat z zajmowanego od kilku lat drugiego miejsca przesunęła się na trzecie.

Czwarte miejsce w rankingu podobnie jak przed rokiem zajmowała telewizja TVN, dla której był to pierwszy rok, w którym zanotowała utratę widowni po latach dynamicznego rozwoju i przyrostu udziałów.

Zwiększył się dystans między zajmującą pierwsze miejsce TVP 1 a pozostałymi stacjami.

Tendencje te pokazuje tabela

<b>Udział w widowni największych nadawców w 2002 roku</b> - średnie miesięczne ( %)							
	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	TVP 3 Regionalna	TV 4	TVN Siedem*
<b>01/2000</b>	27,5	20,6	19,6	13,1	3,8	3,8	2,3
<b>02/2000</b>	27,7	20,1	19,1	13,2	3,8	3,8	2,1
<b>03/2000</b>	26,5	19,5	19,0	15,6	3,6	3,6	2,4
<b>04/2000</b>	24,4	20,3	18,9	15,9	3,9	3,9	2,4
<b>05/2000</b>	25,5	21,0	18,5	14,8	3,6	3,6	2,3
<b>06/2000</b>	23,9	22,3	17,9	12,8	3,9	3,9	2,5
<b>07/2000</b>	26,0	20,0	18,1	12,9	4,3	4,3	2,7
<b>08/2000</b>	28,4	20,6	15,8	12,7	4,2	4,2	2,5
<b>09/2000</b>	25,5	20,0	18,3	14,5	4,0	4,0	2,6
<b>10/2000</b>	26,1	20,6	18,2	13,7	4,1	4,1	1,9
<b>11/2000</b>	26,9	21,0	18,6	13,4	4,1	4,1	1,7
<b>12/2000</b>	28,2	21,4	19,0	12,9	4,1	4,1	1,5

\* do marca RTL 7

## B. Rynek radiowy i oferta programowa w 2002 roku

### Polskie Radio S.A.

W 2002 roku Polskie Radio S.A. nadało dla odbiorców krajowych 35 890 godzin programu, w tym 35 040 godzin w czterech programach ogólnopolskich (Program 1,2,3 i Radio BIS) i 850 godzin w Radiu Parlament.

Dla odbiorców zagranicznych Radio Polonia nadało w ubiegłym roku 12 899 godzin programu, z czego ponad dwie trzecie stanowiły audycje premierowe, a pozostałą część wypełniły powtórzenia i retransmisje na innych częstotliwościach i w innych pasmach czasowych. W pierwszej połowie roku program był tworzony i nadawany w 10 językach (polskim, angielskim, esperanto, rosyjskim, ukraińskim, białoruskim, litewskim, czeskim, słowackim i niemieckim). W drugiej połowie roku, decyzją MSZ, zostało zawieszona nadawanie audycji w językach czeskim, litewskim i słowackim.

Łącznie w ramach pięciu programów i Radia Parlamentarnego Polskie Radio S.A. nadało w 2002 roku o 2329 godzin więcej programu niż w roku poprzednim.

W strukturach Polskiego Radia S.A. działały w 2002 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, wyspecjalizowane jednostki programowe wytwarzające audycje i materiały dla wszystkich programów Polskiego Radia i odbiorców zewnętrznych. Są to:

- Informacyjna Agencja Radiowa specjalizująca się w tworzeniu materiałów dźwiękowych (relacje, korespondencje itp.), z których korzystają wszystkie publiczne programy radiowe. IAR przygotował w 2002 roku łącznie ok. 95 tys. Informacji, czyli o ok. 8 tys. więcej niż w 2001 roku.
- Teatr Polskiego Radia przygotowuje słuchowiska, spektakle Teatru PR, audycje literackie, literacko-dokumentalne i edukacyjne; organizuje festiwale sztuki radiowej, konkursy słuchowisk itp. W 2002 roku nagrał 758 godz. tego typu audycji. Liczba ta oznacza spadek w stosunku do 2001 roku – o 86 godzin.
- Dyrekcja Nagrań Muzycznych i Koncertów PR rejestruje festiwale i koncerty w Warszawie i na terenie Polski, realizuje nagrania orkiestr i chóru Polskiego Radia, nagrywa eksperymentalne formy radiowe oraz muzykę dla teatru i filmu, organizuje koncerty muzyki poważnej. W roku ubiegłym powstało 508 godz. takich nagrań, z tego na antenach Polskiego Radia S.A. nadano 420 godz. Jest to mniej niż w 2001 roku (o 174 godz. nagrań).
- Studio Reportażu i Dokumentu przygotowuje reportaże i dokumenty radiowe dla wszystkich programów Polskiego Radia. Niekiedy reportaże te emitowane są w programach rozgłośni regionalnych. W 2002 roku 160 komórka ta wyprodukowała 160 godzin reportażu i dokumentu (o 8 godz. mniej niż w 2001 roku). Wszystkie zostały wyemitowane.

- Radiowe Centrum Kultury Ludowej zajmuje się rejestracją i dokumentacją polskiej i światowej kultury ludowej, tworzy audycje i nagrania dokumentalne, organizuje imprezy i koncerty oraz sprawuje mecenat nad kulturą ludową. W 2002 roku przygotowano 636 godzin tego typu audycji, tj. o 10 godzin więcej niż w 2001 roku.
- Naczelna Redakcja Programów Katolickich wytwarza stałe i okolicznościowe audycje o tematyce religijnej dla wszystkich programów Polskiego Radia. W 2002 roku powstało 226 godzin tego typu audycji, co oznacza spadek w stosunku do 2001 roku (o 61 godzin);
- Radio Parlament transmituje posiedzenia Sejmu i Senatu, tworzy audycje związane z bieżącymi tematami omawianymi w parlamencie i komisjach sejmowych. W 2002 roku Redakcja Parlamentarna nadała transmisje z 29 posiedzeń Izby oraz przygotowała relacje z 1433 posiedzeń komisji sejmowych. Łącznie (transmisje i relacje) zajęły 858 godzin rocznego programu. Był to o 206 godzin więcej niż w 2001 roku.
- Archiwum Polskiego Radia, które zajmuje się gromadzeniem, opracowywaniem i udostępnianiem materiałów wytworzonych przez Programy Polskiego Radia. W 2002 roku zarchiwizowano na taśmach analogowych i kasetach DAT ok. 3074 godz. nagrań. To zdecydowanie mniej niż w 2001 roku (11160 godz.).
- Centrum Fonografii zajmuje się wydawaniem płyt prezentujących muzykę klasyczną i rozrywkową. W 2002 roku wyprodukowano 50 płyt muzycznych i jedną dokumentującą ostatnią pielgrzymkę do Polski papieża Jana Pawła II, czyli o 11 płyt więcej niż w 2001 roku.
- Redakcja Internetowa zajmuje się przygotowaniem i obsługą internetowych edycji audycji nadawanych w czterech Programach PR, a także obsługą multimedialną ważnych wydarzeń politycznych (np. wybory samorządowe), czy religijnych (wizyta Jana Pawła II) oraz tworzeniem i aktualizacją stałych serwisów internetowych: naukowego, kulturalnego i społecznego.

Polskie Radio, podobnie jak w latach ubiegłych, utrzymywało działalność trzech orkiestr radiowych: Narodowej Orkiestry Symfonicznej PR, Orkiestry Kameralnej PR *Amadeus* w Poznaniu, Polskiej Orkiestry Radiowej w Warszawie oraz Chóru Polskiego Radia w Krakowie. Wzięły one udział w licznych koncertach, festiwalach krajowych i zagranicznych oraz w nagraniach archiwalnych. Nagrania tych zespołów zajęły w 2002 roku na antenach Polskiego Radia 34 godziny, czyli o 15 godzin mniej niż w 2001 roku.

**Program wytworzony i nadany w 2002 roku przez specjalistyczne komórki Polskiego Radia**

Specjalistyczne redakcje PR S.A.	Program wytworzony i nadany w 2002 roku
Studio Reportażu i Dokumentu	160 godz.
Informacyjna Agencja Radiowa	ok. 95 tys. informacji
Teatr Polskiego Radia	758 godz.
Radiowe Centrum Kultury Ludowej	636 godz.
Naczelna Redakcja Programów Katolickich	226 godz.
Radio Parlament	850 godz.
Dyrekcja Nagrań Muzycznych i Koncertów	508 godz. ; nadano 420 godz.

W 2002 roku Polskie Radio S.A. zapewniło obsługę dziennikarską ważniejszym wydarzeniom politycznym, społecznym i kulturalnym:

- Pielgrzymka Jana Pawła II do Polski (łącznie 50 godzin). Program 1 przeprowadził transmisje wszystkich wydarzeń, w których wziął udział Ojciec Święty, pozostałe Programy przekazały relacje oraz audycje nawiązujące do Pielgrzymki. Szczegółowe relacje z przebiegu Pielgrzymki zamieszczane były na stronach internetowych PR S.A. Polskie Radio było producentem dźwięku, który został nieodpłatnie udostępniony innym nadawcom radiowym i telewizyjnym. W tydzień po zakończeniu Pielgrzymki wydany został 3-płytowy album zawierający wszystkie wypowiedzi Papieża.
- Samorządowa kampania wyborcza. Polskie Radio udostępniło komitetom wyborczym nieodpłatnie 20 godzin czasu antenowego (210 audycji w 60 blokach wyborczych). Stworzyło audycje własne, w których oprócz prezentacji kandydatów przedstawiono debaty z udziałem ekspertów dotyczące aktualnych wyborów oraz zasad demokracji i parlamentaryzmu. Polskie Radio nadawało też codzienne serwisy wyborcze i audycje, w których wyjaśniano ordynację wyborczą i techniki głosowania. Na stronach internetowych wprowadziło serwis informujący o audycjach wyborczych i zapis tekstowy debat prowadzonych w Programie 1.
- Międzynarodowe wydarzenia polityczne: Polskie Radio utrzymywało stałych korespondentów przy takich wydarzeniach jak: negocjacje Unia Europejska – Polska w Brukseli, szczyt NATO w Pradze i szczyt Unii Europejskiej w Kopenhadze.
- Zimowe Igrzyska Olimpijskie w Salt Lake City. Nadano łącznie 85 godzin relacji i korespondencji z olimpiady w Programach 1 i 3.
- Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w Korei i Japonii. Nadano 85 godzin relacji i audycji poświęconych mistrzostwom w Programie 1.
- Festiwale na antenie Polskiego Radia: Festiwal Czterech Kultur w Łodzi (informacje o imprezach festiwalowych we wszystkich Programach PR, audycje publicystyczne i transmisje dwóch koncertów w Programie 2); Festiwal Twórczości Wiesława Myśliwskiego (w Programie 2 nadano słuchowiska, recenzję i audycję z udziałem twórcy); Letni Festiwal Twórczości Aleksandra Fredry (w Programie 2 nadano audycje prezentujące życie i twórczość Fredry, sylwetki bohaterów jego utworów oraz słuchowiska będące prezentacją utworów pisarza); Festiwal Twórczości Brunona Schulza (w Programie 2 nadano audycje prezentujące sylwetkę pisarza i jego twórczość, słuchowiska będące adaptacjami utworów Schulza, turniej wiedzy o pisarzu i relację z sesji naukowej poświęconej tej wielkiej postaci).
- Audycje o Władysławie Szpilmanie. W związku z premierą filmu Polańskiego *Pianista* Program 2 przygotował cykl audycji poświęconych Szpilmanowi. Były to audycje słowne i muzyczne. Nadano słuchowisko złożone z fragmentów książki *Pianista* i ostatniego wywiadu z twórcą, wywiad z Cz. Miłoszem o perypetiach wydawniczych pamiętnika Szpilmana, nagrania archiwalne prezentujące twórczość muzyczną i wypowiedzi Szpilmana.
- Krajowe festiwale muzyczne: W Programie 2 nadawano relacje i transmitowano koncerty z 9 festiwali m.in. z Międzynarodowego Konkursu Skrzypcowego im. H. Wieniawskiego, Festiwalu Chopinowskiego w Dusznikach, Międzynarodowego Festiwalu Muzyki

Współczesnej *Warszawska Jesień* i Międzynarodowego Festiwalu *Wratistavia Cantans* 2002.

- Rok Karola Szymanowskiego. Program 2 zorganizował liczne koncerty muzyki Szymanowskiego, które były transmitowane na antenie. Nadano również szereg audycji okolicznościowych i sprawozdań z sesji muzykologicznych poświęconych życiu i twórczości kompozytora.
- Polskie Radio zorganizowało w 2002 roku 71 koncertów w Studiu im. W. Lutosławskiego i 49 koncertów w Studiu im. Agnieszki Osieckiej.

### Oferta programowa programów ogólnopolskich Polskiego Radia S.A.

Programy Polskiego Radia S.A. są wyraźnie sprofilowane. Tworzą one uzupełniającą się ofertę programową dla słuchaczy.

Program 1, w którym dominuje informacja i publicystyka jest głównym kanałem informacyjnym Polskiego Radia.

Program 2, o profilu muzyczno-literackim, spełnia w założeniach nadawcy rolę programu artystycznego, w którym prezentowane są wybitne dzieła muzyczne i literackie.

Program 3 ma charakter publicystyczno-muzyczno-informacyjny ze stosunkowo dużym udziałem audycji rozrywkowych.

Radio BIS ma profil edukacyjno-publicystyczny. Zgodnie ze swymi założeniami nadaje także w dużym wymiarze audycje adresowane do dzieci i młodzieży.

W czterech programach ogólnokrajowych Polskie Radio S.A. nadało w 2002 roku łącznie 35 040 godzin programu. Udział różnych rodzajów audycji w poszczególnych programach i w łącznym czasie emisji programów ogólnokrajowych Polskiego Radia przedstawiono w tabeli poniżej:

**Struktura gatunkowa ogólnokrajowych programów PR S.A. w 2002 roku**

Rodzaje audycji	Program 1	Program 2	Program 3	Radio BIS	W czterech programach PR S.A. łącznie	
	dane w odsetkach rocznej liczby godzin programu				Liczba godzin	%
Informacyjne	18	4	8,5	6,3	3228	9,2
Publicystyczne	30,3	10,7	22,5	11,5	6564	18,7
Edukacyjno-poradnicze	3,9	0	1,7	32,1	3295	9,4
Religijne	3,6	0,7	0,3	1,3	519	1,5
Literackie i formy udramatyzowane	2,6	7,7	0,4	3,1	1205	3,4
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	2,2	0,8	7,1	0,5	935	2,7

Sportowe	4,6	0	1,8	0,2	583	1,7
Audycje dla dzieci i młodzieży	1,8	0	1,2	12,9	1389	4
Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych	0	0	0	0,9	80	0,2
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne	67	23,9	43,5	68,8	17798	50,7
Muzyka w programie	28,8	60,8	54,3	30,9	15311	43,7
Autopromocja	0,8	0,8	0,5	1,1	277	0,8
Reklama	1,4	0,1	1,6	0,1	286	0,8
Inne płatne audycje	0,8	0	0	0	69	0,2
Inne	1,2	14,4	0,1	0	1379	3,9
Liczba godzin nadanego programu (100%)	8760	8760	8760	8760	35040	100

Z przedstawionych danych wynika, że spośród słownych pozycji programu najwięcej czasu Polskie Radio jako całość przeznaczyło na publicystykę (18,7%), która podobnie jak w latach ubiegłych dominowała w Programie 1 i 3. Wysoką pozycję we wszystkich programach zajęła informacja - 9,2% łącznego czasu nadawania czterech programów PR S.A.

Audycje edukacyjne i poradnicze znalazły się na drugim miejscu po audycjach publicystycznych; ich udział wyniósł 9,4%. Tak wysoką pozycję zawdzięcza ten rodzaj audycji wysokiemu ich udziałowi w Radiu BIS (32,1%).

Audycje literackie i formy udramatyzowane zajęły, podobnie jak w roku 2001, ponad 3% łącznego czasu nadawania czterech programów. Największy ich udział był w Programie 2 (7,7%), a najmniejszy w Programie 3 (0,4%).

Audycje rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne) zajęły 2,7 % rocznego czasu nadawania programu. Największy ich udział był w Programie 3 (7,1%), a najmniejszy w Radiu BIS (0,5%).

Audycje sportowe zajęły 1,7% łącznego czasu emisji czterech programów. Największy ich udział był w Programie 1 (4,6%). Nie nadawał tego rodzaju audycji Program 2, a Radio BIS nadawało na poziomie 0,2%.

Udział audycji dla dzieci i młodzieży wyniósł 4%. Najwięcej tych audycji nadało Radio BIS (12,9%), Program 2 nie nadawał ich w ogóle, a w pozostałych Programach wyniósł poniżej 2%.

Muzyka zajęła w 2002 roku, podobnie jak w roku 2001, mniej niż połowę rocznego czasu emisji programu (43,7%). Udział muzyki w poszczególnych programach kształtował się również podobnie jak w roku poprzednim – niewiele czasu poświęcił na nią Program 1 (28,8%) i Radio BIS (30,9%), największy jej udział był w Programie 2 (60,8%) i w Programie 3 (54,3%).

Stosunkowo niewielki był udział autopromocji we wszystkich programach PR – od 0,5% w Programie 3 do 1,1% w Radiu BIS.

Analiza udziału wymienionych rodzajów audycji w czterech programach PR w ciągu ostatnich 4 lat (1999 – 2002) pozwala dostrzec rysujące się ogólne tendencje w kształtowaniu programu. Obrazuje to poniższa tabela:



**Udział różnych rodzajów audycji w łącznym czasie emisji 4 programów Polskiego Radia S.A.  
w latach 1999 – 2002**

Rodzaje audycji	1999	2000	2001	2002
	dane w odsetkach łącznego czasu emisji 4 programów w danym roku			
Informacyjne	10,2	8,7	7,8	9,2
Publicystyczne	22,2	22,4	20,4	18,7
Edukacyjno-poradnicze	5,4	5,6	8,3	9,4
Religijne	2,1	1,8	1,4	1,5
Literackie i formy udratyzowane	3,0	3,0	3,3	3,4
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	2,5	2,7	2,3	2,7
Sportowe	1,4	2,9	1,6	1,7
Audycje dla dzieci i młodzieży	3,0	3,6	5,2	4,0
Muzyka w programie	47,6	46,9	46,4	43,7
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne (bez autopromocji i elementów płatnych)	49,5	50,6	50,5	50,7
Liczba godzin nadanego programu (=100%)	26 305	28 636	35 040	35 040

Z analizy zawartych w tabeli danych wynika, że udział muzyki w programach PR S.A. w ciągu ostatnich czterech lat systematycznie maleje – z 47,6% w 1999 roku do 43,7% w roku 2002. Tym samym wzrasta udział słownej części programu. Tendencja ta wystąpiła w Programach 1, 2 i Radiu BIS, natomiast w Programie 3 udział muzyki był o 0,2 punktu procentowego wyższy niż w roku 2001.

W części słownej omawianych programów również wystąpiły pewne zmiany. W porównaniu do dwóch ubiegłych lat zwiększył się udział audycji informacyjnych (z 8,7% i 7,8% do 9,2% w roku 2002), natomiast zmalał udział audycji publicystycznych do udziału zanotowanego w roku 1998 (18,7%). Zmiany te nie dotyczą Programu 2, w którym udział obu rodzajów audycji jest wyższy w stosunku do roku poprzedniego i Radiu BIS, w którym udział informacji był na tym samym poziomie co w roku 2001, a ilość publicystyki zwiększyła się o 1,5 punktu procentowego w stosunku do roku 2001.

Silnie wzrastającą tendencję ma udział audycji edukacyjno-poradniczych z 5,4% w roku 1999 do 9,4% w roku 2002. Udział tych audycji systematycznie rośnie przede wszystkim w Radiu BIS, w którym w porównaniu z rokiem 2001 wzrósł o 4 punkty procentowe.

Udział audycji literackich i form udratyzowanych nieznacznie wzrósł w ciągu ostatnich czterech lat od 3,0 w roku 1999 do 3,4 w roku 2002. Najwyższy wzrost nastąpił w Radiu BIS z 2,7% w roku 2001 do 3,1% w roku 2002.

## Rozgłośnie regionalne radia publicznego

W 2002 roku 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego nadawało programy, których strukturę gatunkową przedstawia poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego	Rodzaje audycji											
	Informacja	Publicystyka	Muzyka	Edukacja i poradnictwo	Religia	Literackie i formy udratyzowane	Rozrywka	Sport	Dla dzieci i młodzieży	Dla mniejszości narodowych	Płatne elementy programu	Autopromocja
	odsetek rocznego czasu emisji											
Białystok	14	<b>21</b>	39,7	8,7	0,7	<b>6</b>	1	1,8	2	<b>3</b>	1,9	0,2
Bydgoszcz	<b>18,2</b>	<b>20</b>	39,5	9,4	0,3	<b>4</b>	1,3	<b>3,2</b>	2,3	0	1,4	0,4
Gdańsk	13,9	12	<b>51,9</b>	7,4	0,6	<b>4,8</b>	1,2	1,6	<b>3,3</b>	0,6	2,2	0,5
Katowice	14,5	7,8	<b>50,8</b>	<b>12,6</b>	<b>1</b>	3,5	1,9	<b>3,2</b>	0,5	0,5	1,6	<b>1,8</b>
Kielce	<b>18,8</b>	5,3	42,5	<b>13,7</b>	0,6	<b>4,9</b>	<b>4,8</b>	2,8	2,2	0,2	2,6	0,9
Koszalin	<b>19,6</b>	11,7	46,3	8,6	0,4	<b>4,2</b>	1,3	1,8	<b>3,9</b>	0,7	0,7	0,6
Kraków	9,4	12,8	<b>55</b>	8,3	0,3	<b>4,1</b>	0,8	1,9	<b>4,3</b>	0,7	1,6	0,8
Lublin	<b>19,3</b>	13,4	44,7	7,3	1,3	3,4	2,1	2,2	1,3	0,4	1,6	<b>2,5</b>
Łódź	13,6	8,4	<b>54,9</b>	7,1	0,4	<b>4,6</b>	0,6	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>	0	1,1	0,7
Olsztyn	15,9	10,1	49,1	9,5	0,8	3,4	2,2	2,2	2	0,9	2,5	1,4
Opole	<b>19,2</b>	7,2	44,3	5,2	0,5	<b>4,2</b>	1,3	<b>3,4</b>	<b>3,8</b>	<b>1,6</b>	<b>3,5</b>	0,5
Poznań	<b>19,9</b>	5,4	<b>50,7</b>	7,1	0,3	<b>4,4</b>	1,8	2,9	<b>3,3</b>	0	<b>3,3</b>	0,9
Rzeszów	<b>18,5</b>	<b>19,4</b>	42,2	7,1	0,6	<b>4,8</b>	1,7	2,2	0,9	0,6	1	0,6
Szczecin	12	<b>16,8</b>	42,4	<b>11,9</b>	0,5	3,5	<b>4,1</b>	2,5	<b>3,7</b>	0,3	1,6	0,7
W-wa RDC	14,3	4	<b>65,9</b>	9,6	0,4	2,6	0,6	1	0,2	0	0,3	0,9
Wrocław	<b>19,9</b>	1,1	<b>56,6</b>	7,1	0,02	3,9	2,9	2,7	0,2	0,1	1,5	1,1
Zielona Góra	13,2	13,5	45,9	<b>12,9</b>	0,3	<b>6,7</b>	1,4	2,9	0*	0	1,4	0,1
<b>Średnio w siedemnastu rozgłoszeniach</b>	16,1	14,7	48,4	9,0	0,5	4,3	1,8	2,5	2,2	0,6**	1,7	0,9

\* Nadawane w Radiu Zachód audycje dla dzieci i młodzieży zostały zakwalifikowane przez Nadawcę, zgodnie z ich zawartością, do audycji literackich oraz edukacyjnych.

\*\* Średnio w 12 rozgłoszeniach nadających audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych.

W 2002 roku, podobnie jak w roku poprzednim, w programach publicznych nadawców regionalnych najczęściej było w nich muzyki, informacji i publicystyki, które zajęły łącznie średnio 79% rocznego czasu emisji. Wielkość ta oznacza udział na poziomie 2001 roku.

Pozostałą część programu (21%) wypełniły audycje edukacyjno-poradnicze, literackie i formy udratyzowane, sport, rozrywka oraz audycje adresowane do dzieci i młodzieży.

Niewiele rocznego czasu emisji przeznaczono na audycje religijne (0,5%) oraz audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych (0,6%).

Jak wynika z tabeli programy poszczególnych rozgłośni, choć od lat mają w większości taki sam profil, to jednak różnią się one pod względem udziału różnych rodzajów audycji.

Udział muzyki w programach rozgłośni regionalnych był zróżnicowany – wynosił od 39,5% w Białymstoku i Bydgoszczy do 65,9% w Radiu dla Ciebie w Warszawie. W 10 rozgłośniach (w Katowicach, Kielcach, Koszalinie, Lublinie, Olsztynie, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie i w Zielonej Górze) wahał się w granicach od 42% do 50% rocznego czasu nadawania. W pozostałych rozgłośniach udział muzyki przekroczył 50% rocznego programu.

Różny też był udział informacji i publicystyki w tych programach.

Średni udział audycji informacyjnych wynosił 16,1%. Zdecydowanie przekroczyły tę średnią rozgłośnie w: Bydgoszczy, Kielcach, Koszalinie, Lublinie, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie i we Wrocławiu (18,2 – 19,9%). Poniżej tego poziomu sytuowały się rozgłośnie w: Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Olsztynie, Szczecinie, Warszawie (RdC) i Zielonej Górze.

Średni udział audycji publicystycznych wyniósł 14,7%. Podobnie jak w roku ubiegłym obserwuje się tu dużą rozpiętość w udziale tej kategorii w programach: od 1,1% we Wrocławiu do 21% w Białymstoku.

We wszystkich rozgłośniach na miejscu trzeciego dominującego rodzaju audycji zamiast publicystyki znalazły się audycje edukacyjno-poradnicze. Udział tych audycji ukształtował się na poziomie od 5,2 (Opole) do 13,7% (Kielce). Oznacza to, że wszystkie rozgłośnie regionalne przekroczyły wymagany przez KRRiT minimalny udział w programie tych audycji wynoszący 3%.

Podobną sytuację obserwowano w przypadku drugiej kategorii audycji preferowanych, tj. audycji literackich i form udratyzowanych. Wszystkie rozgłośnie zrealizowały wymagany przez KRRiT ich minimalny udział w programie (2%). Zdecydowana większość rozgłośni (11) przekroczyła ten próg dwukrotnie lub trzykrotnie. Udział wymienionych kategorii audycji systematycznie wzrasta (w 2001 roku średni udział wynosił 7,6%) wskutek objęcia ich przez KRRiT specjalnymi preferencjami przy podziale środków abonamentowych.

Udział audycji sportowych utrzymywał się na poziomie ubiegłego roku i wynosił 2,5%. Wyższy udział w programie (3,2-3,8%) osiągnęły rozgłośnie w Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi i Opolu.

W 2002 roku audycje rozrywkowe w programach rozgłośni regionalnych miały udział, mniejszy (średnio 1,8%) niż w roku poprzednich (średnio 2,2%). Najczęściej były obecne w programach Radia Kielce, Szczecin (4,1-4,8%).

Udział audycji religijnych utrzymywał się na poziomie roku ubiegłego (0,5%). Najwięcej tego rodzaju audycji nadano w programach rozgłośni w Katowicach i Lublinie.

Regionalni nadawcy publiczni zmniejszyli w 2002 roku udział w swoich programach audycji adresowanych do dzieci i młodzieży. Najwięcej czasu na tę część oferty przeznaczyły rozgłośnie w Gdańsku, Koszalinie, Krakowie, Łodzi, Opolu, Poznaniu i Szczecinie (3,3 – 4,3%).

Reasumując, co prawda w programach regionalnych rozgłośni radia publicznego dominowały muzyka, informacja i publicystyka ale też należy zauważyć, że w ciągu ostatnich pięciu lat systematycznie wzrasta w programach 17 rozgłośni udział audycji edukacyjno-poradniczych oraz literackich i form udratyzowanych.

## **Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji**

### ***Realizacja zapisów ustawy dotyczących udziału w programach nadawców radiowych określonych kwot audycji i innych pozycji programu (art. 15 ust)***

Ustawa o radiofonii i telewizji zobowiązuje nadawców do nadawania w programach określonych kwot, a mianowicie:

- utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim – udział tych utworów w miesięcznym czasie emisji w programie ma wynosić nie mniej niż 30% (art.15 ust. 2 ust.);
- utworów muzycznych związanych z kulturą polską – udział tych utworów w miesięcznym czasie emisji utworów muzycznych w programie ma wynosić nie mniej niż 30% (art. 15 ust. 3 ust.);
- audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, transmisji sportowych i reklam) – udział tych audycji w programie ma wynosić nie mniej niż 10% kwartalnego czasu emisji programu (art.15a ust. 2 ust).

Krajowa Rada w roku 2002 sprawdzała realizację tych przepisów w programach publicznych nadawców radiowych.

### **Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w miesięcznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programie (art. 15 ust. 2 ust)**

Analiza danych sprawozdawczych nadawców wykazała, że nie wszyscy radiowi nadawcy publiczni realizowali ten zapis ustawy. Mniejszy od określonego w ustawie był udział tych utworów w Programach 2, 3 i Bis Polskiego Radio S.A. W Programie 1 udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim wahał się w kolejnych miesiącach w granicach 51-99,5%.

Natomiast niemal wszystkie rozgłośnie regionalne realizowały ten wymóg. Tylko w dwóch rozgłośniach odnotowano w niektórych miesiącach roku niższy udział od wymaganego: Radio Kraków (styczeń, marzec, kwiecień) i Radio dla Ciebie (pierwsze trzy kwartały).

**Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie nadawania utworów muzycznych w programie (art.15 ust. 3 urt.)**

Z obowiązku tego we wszystkich miesiącach ubiegłego roku nie wywiązał się Program 2 PR S.A. i w dwóch miesiącach (kwiecień, lipiec) Program 3. Podobnie jak w przypadku audycji słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w Programie 1 udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską na poziomie od 48-95,5%.

W większości rozgłośni regionalnych (12) utwory muzyczne związane z kulturą polską przekraczały 30% czasu nadawania utworów muzycznych, a w programach niektórych rozgłośni zajmowały w całości czas przeznaczony na muzykę. Jedynie w pięciu rozgłośniach w niektórych miesiącach udział omawianych utworów był niższy od wymaganego w ustawie (Radio Kielce, Radio Kraków, Radio Szczecin, Radio Wrocław, Radio Dla Ciebie).

**Udział w programach audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie, w kwartalnym czasie nadawania programu (art. 15a ust. 2 urt.)**

Dane sprawozdawcze nadawców wykazują, że ten przepis ustawy spełniają wszyscy radiowi nadawcy publiczni. W programach ogólnokrajowych udział tych audycji w poszczególnych kwartałach wyniósł od 83,4 do 96,5%. W rozgłośniach regionalnych był równie wysoki i wyniósł od 78 do 92,5%.

***Realizacja szczególnych powinności radia publicznego (art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji)***

• **Polskie Radio S.A.**

Audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych obecne były w Programie 1, 3 i Radiu BIS. Zająły one w tych programach łącznie 2,8% rocznego czasu emisji, czyli przeciętnie ok. 19 godzin tygodniowo.

Najwięcej czasu antenowego na emisje tych audycji poświęcił Program 1. Zająły one średnio 10,4 godziny w tygodniu (545 godz., tj. 6,2 % rocznego czasu nadawania). W Programie 3 nadawano średnio 4 godziny tygodniowo tych audycji (208 godz., tj. 2,4% rocznego czasu nadawania), a w Radiu BIS średnio ok. 5 godzin tygodniowo (243 godz., tj. 2,8% rocznego czasu nadawania). Porównując te wielkości do udziału tych audycji w programach Polskiego Radia w 2001 roku oznacza to, wzrost ich udziału o 19 godzin w Programie 1 i spadek o 60 godzin w Programie 3 oraz o 10 godzin w Radiu Bis.

W roku ubiegłym największy udział audycji określonych w art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8 miały audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych (445 godz., tj. 1,3% rocznego czasu emisji), najmniej - na audycje służące zwalczaniu patologii społecznych (221 godz., tj. 0,6% rocznego czasu emisji). Szczegółowe dane dotyczące tego typu audycji przedstawia poniższa tabela.

Programy PR S.A.	Umocnienie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przec. liczba godzin w tygodniu
	liczba godzin	%	liczba godzin	%	liczba godzin	%	liczba godzin	%	
Program 1	192	2,2	242	2,7	111	1,3	545	6,2	10,4
Program 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Program 3	52	0,6	87	1,0	69	0,8	208	2,4	4
Radio BIS	86	1,0	116	1,3	41	0,5	243	2,8	4,7
Razem	330	0,9	445	1,3	221	0,6	996	2,8	19,1

W Programie 1 problematyka ta wypełniała w części lub całości felietony (np. *Moja i twoja nadzieja, 5 minut o zdrowiu*), reportaże (podejmujących problematykę narkomanii, przemocy w rodzinie, przestępczości wśród nieletnich i wszelkiego typu uzależnień), audycje poradnicze (np. *Magazyn medyczny, Cztery pory roku, Zielony rynek, Nocne spotkania, Reflektorem w mrok*). W Programie 3 audycje tego typu często przybierały formę rozmów ze słuchaczami (np. *Klub Trójki*); zagadnień tych dotyczyły także reportaże, między innymi cykl pt. *Stop korupcji*. Program 3 organizował także akcje antenowe (np. *Twój ostatni papieros z twoim pierwszym radiem, Alkohol kradnie wolność, rzuć palenie razem z nami, Żyję z SM*). Radio Bis koncentrowało się na audycjach kontaktowych (*Samo życie, BISowisko, Klub Cogito*); prowadzono szereg rozmów ekspertów ze słuchaczami na tematy dotyczące osób niepełnosprawnych, różnego typu problemów w rodzinie, ludzi dotkniętych chorobami i uzależnieniami.

- **Rozgłośnie regionalne radia publicznego**

Audycje określone w art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji były nadawane we wszystkich programach rozgłośni regionalnych, z wyjątkiem Radia Kraków, w którym nie emitowano audycji służących umocnieniu rodziny oraz audycji służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych. W 17 rozgłosniach przeznaczono na realizację tych zadań łącznie niemalże 5045 godz., co stanowi 3,4% rocznego czasu emisji i średnio 5,7 godz. tygodniowo w programie każdej rozgłośni.

Podobnie jak w roku ubiegłym najczęściej tego typu audycje były obecne w następujących programach rozgłośni w: Białymstoku, Kielcach, Olsztynie, Rzeszowie oraz w Szczecinie. Najmniej czasu antenowego zajęły one natomiast w programie rozgłośni krakowskiej, koszalińskiej i warszawskiej. Szczegółowe dane pokazuje poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne PR S.A.	Umocnienie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przec. liczba godzin w tygodniu
	liczba godz.	%	liczba godz.	%	liczba godz.	%	liczba godz.	%	
Białystok	418,0	4,8	280,0	3,2	190,0	2,2	888,0	10,1	17,1
Bydgoszcz	52,0	0,6	66,0	0,8	10,5	0,1	128,5	1,5	2,5
Gdańsk	48,0	0,6	38,5	0,4	65,0	0,7	151,5	1,7	2,9
Katowice	154,7	1,8	157,3	1,8	57,0	0,6	369,0	4,2	7,1

Kielce	224,0	2,6	285,5	3,2	36,5	0,4	546,0	6,2	10,5
Koszalin	7,2	0,1	22,0	0,2	16,9	0,2	46,1	0,5	0,9
Kraków	0	0	0	0	18,0	0,2	18,0	0,2	0,3
Lublin	74,0	0,8	66,0	0,7	75,0	0,8	215,0	2,5	4,2
Łódź	114,0	1,3	85,0	1,0	52,0	0,6	251,0	2,9	4,8
Olsztyn	355,0	4,1	179,0	2,0	188,0	2,1	722,0	8,2	13,9
Opole	48,0	0,5	1,6	0	56,7	0,6	106,3	1,2	2
Poznań	45,0	0,5	35,0	0,4	20,0	0,2	100,0	1,1	1,9
Rzeszów	235,0	2,7	183,0	2,1	130,0	1,5	548,0	6,3	10,5
Szczecin	180,0	2,1	175,0	2,0	98,0	1,1	453,0	5,2	8,7
Warszawa	6,2	0,1	23,1	0,3	20,4	0,2	49,7	0,6	0,9
Wrocław	133,0	1,5	30,0	0,4	9,0	0,1	172,0	2,0	3,3
Zielona Góra	30,8	0,4	122,2	1,4	127,7	1,4	280,7	3,2	5,4
Razem	2124,9	1,4	1837,1	1,2	1170,7	0,8	5132,7	3,4	

Problematyka wynikająca z omawianych obowiązków ustawowych nadawcy publicznego była prezentowana najczęściej poprzez audycje publicystyczne, edukacyjno-poradnicze oraz reportaże. W wielu rozgłoszeniach problemy te prezentowano w audycjach kontaktowych.

Audycje służące **umacnianiu rodziny** zajęły średnio w programach 17 rozgłoszeń 1,4% rocznego czasu nadawania. Trzykrotnie przekroczyły tę średnią rozgłoszenie w Białymstoku i Olsztynie, natomiast dwukrotnie rozgłoszenie w Kielcach i w Rzeszowie. Znikomą obecność tego typu audycji odnotowano w programach rozgłoszeń koszalińskiej i warszawskiej.

Audycje **kształtujące postawy prozdrowotne** zajęły nieco mniej czasu we wszystkich programach rozgłoszeń niż audycje opisane wyżej; średnio zajęły one 1,2% rocznego czasu nadawania. Najczęściej nadawane były w programach rozgłoszeń białostockiej i kieleckiej. Najmniej czasu poświęciły tej tematyce rozgłoszenia: gdańska, koszalińska, poznańska, warszawska i wrocławska.

Problematyka dotycząca **zwalczania patologii społecznych** była wprawdzie obecna we wszystkich omawianych programach, choć zajęła najmniej rocznego czasu nadawania. Średnio poświęcono jej 0,8% czasu antenowego w ciągu roku. Najwięcej tego typu audycji było w programach rozgłoszeń białostockiej, olsztyńskiej, rzeszowskiej i zielonogórskiej. Najmniej czasu problematyce tej poświęcono w programach rozgłoszeń bydgoskiej, koszalińskiej, krakowskiej, warszawskiej i wrocławskiej.

#### ***Audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych (art. 21 ust. 2 pkt. 9 ustawy o radiofonii i telewizji)***

Realizując ten punkt ustawy, nadawcy publiczni na terenie których zamieszkują mniejszości narodowe i grupy etniczne emitują odrębne audycje adresowane do tych środowisk. W 2002 roku nie nadawało tego typu audycji Polskie Radio SA.

• **Programy rozgłośni regionalnych radia publicznego**

Audycje te nadaje 12 rozgłośni. W ich programach audycje adresowane do mniejszości narodowych mają od kilku lat ustabilizowane miejsce (wydzielone pasma czasowe). W 2002 roku rozgłosnie wyemitowały ogółem 1026 godzin 51 minut audycji skierowanych do mniejszości narodowych i grup etnicznych. Większość audycji emitowana była w językach narodowych i dialektach. Dane dla poszczególnych rozgłośni przedstawia poniższa tabela.

Rozgłosnia regionalna	Ogółem		w języku polskim		w językach narodowych	
	liczba godz	%	liczba godz	%	liczba godz	%
Białystok	295	3,4	9	0,1	286	3,2
Gdańsk	54	0,6	7	0,08	47	0,5
Katowice	47,5	0,5	24	0,3	23,5	0,3
Kielce	13	0,2	13	0,2	0	0
Koszalin	63,3	0,7	22,5	0,3	41	0,5
Kraków	66	0,8	66	0,8	0	0
Lublin	33	0,4	33	0,4	0	0
Olsztyn*	83+138	2,5	39	0,5	44+138	0,5
Opole	143	1,6	57	0,7	86	1
Rzeszów	52	0,6	9	0,1	43	0,5
Szczecin	29	0,3	29	0,3	0	0
Wrocław	10	0,1	10	0,1	0	0
<b>Razem</b>	<b>1026,8</b>	<b>1</b>	<b>318,5</b>	<b>0,3</b>	<b>708,5</b>	<b>0,7</b>

\* Radio Olsztyn nadało 83 godz. audycji w programie regionalnym i 138 godz. programu poprzez dodatkowy nadajnik w Miłkach

Jak wskazują dane zamieszczone w tabeli najczęściej audycje emitowanych w językach narodowych adresowanych do tej grupy odbiorców nadało Radio Białystok. Emitowało ono odrębne audycje dla trzech mniejszości zamieszkujących na obszarze nadawania programu Radia – białoruskiej, ukraińskiej i litewskiej. Duży wysiłek programowy w tym zakresie podejmowała także rozgłosnia w Olsztynie. Nadawała ona audycje w językach narodowych dla mniejszości ukraińskiej (165 godz., w tym 27 godz. w ramach programu regionalnego i 138 godz. poprzez dodatkowy nadajnik w Miłkach) i niemieckiej (17 godz.). Na trzecim miejscu znalazło się Radio Opole, nadające audycje w języku narodowym dla mniejszości niemieckiej, a także w gwarze śląskiej.

Spśród audycji w językach narodowych największą ilościowo grupę stanowiły audycje dla mniejszości ukraińskiej (282 godz.), emitowane przez 4 rozgłosnie: w Białymstoku, Koszalinie, Olsztynie i Rzeszowie, następnie audycje dla mniejszości białoruskiej (182 godz.), emitowane przez Radio Białystok, audycje dla mniejszości niemieckiej (79,5 godz.), emitowane przez trzy rozgłosnie: w Katowicach, Olsztynie i Opolu oraz dla litewskiej (52 godz.) - Radio Białystok.

Nadawano także audycje w językach grup etnicznych: dla Kaszubów - Radio Gdańsk (47 godz.) i Radio Koszalin (19 godz.), dla Ślązaków - Radia Opole (4 godz.).

Pięć rozgłośni: Radio Kraków, Lublin, Szczecin, Kielce i Wrocław, nadawało audycje dla mniejszości wyłącznie w języku polskim.



**Tworzenie i rozpowszechnianie audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych (art. 25 ust. 2)**

• **Polskie Radio S.A.**

W 2002 roku audycje oświatowe dla szkół nadawane były tylko w jednym programie Polskiego Radia S.A. – w Radiu BIS, gdzie zajęły 1197 godzin, tj. 13,6% rocznego czasu nadawania (średnio 23 godz. w tygodniu). Były one nadawane codziennie. Adresowano je do odbiorców reprezentujących wszystkie grupy wiekowe: przedszkolaków (*Radio Najmłodszych*), uczniów szkół podstawowych (*Radio Kleks, Zygzak*), gimnazjalistów (*Kronika niezwykłych Polaków, Klub Cogito, Poranki muzyczne*), licealistów (*Radiopowieść, Dźwiękowy przewodnik po historii najnowszej – Europa, Bohaterowie Starego testamentu, mitów greckich, eposów rycerskich, Biografia dźwiękowa – portrety twórców*) nauczycieli (*Szkoła 2002*). Emitowano także lekcje języków obcych.

W ramach audycji oświatowych prezentowano różnorodne formy twórczości radiowej: słuchowiska, audycje poetyckie, transmisje koncertów muzyki poważnej z obszernym komentarzem, magazyny z telefonicznym udziałem słuchaczy, audycje dokumentalne z wykorzystaniem materiałów archiwalnych, debaty w studio i na stronach internetowych, pogadanki.

Zawartość audycji oświatowych dotyczyła bardzo szerokiego zakresu wiedzy. Omawiano tematy z zakresu nauk ścisłych, przyrodniczych, ekonomicznych, historycznych, edukacji obywatelskiej i techniki. Popularyzowano muzykę poważną i klasykę literatury pięknej, poruszano tematykę biblijną i mitologiczną.

• **Rozgłośnie regionalne radia publicznego**

Na 17 programów rozgłośni regionalnych radia publicznego, audycje oświatowe emitowało tylko 8 rozgłośni (w roku ubiegłym 9 rozgłośni). Szczegółowy wykaz przedstawia tabela poniżej.

Rozgłośnie regionalne PR S.A.	Audycje oświatowe		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	liczba godz.	%	
Białystok	310	3,5	6
Bydgoszcz	10	0,1	0,1
Gdańsk	0	0	0
Katowice	0	0	0
Kielce	36	0,4	0,6
Koszalin	0	0	0
Kraków	0	0	0
Lublin	9	0,1	0,1
Łódź	336	3,8	6,4
Olsztyn	0	0	0
Opole	0	0	0
Poznań	86	1	1,6
Rzeszów	0	0	0
Szczecin	135	1,5	2,5
Warszawa	0	0	0
Wrocław	0	0	0
Zielona Góra	72,2	0,8	1,4

Największy udział audycje te miały w programach rozgłośni łódzkiej (3,8%) i białostockiej (3,5%).

W programach rozgłośni prezentowano dzieła literatury pięknej z kanonu lektur szkolnych, popularyzowano wiedzę historyczną, językową, literacką, biblijną, muzyczną, przyrodniczą i geograficzną. Przedstawiano najnowsze osiągnięcia nauki i techniki. Edukowano na temat Unii Europejskiej, bezpieczeństwa na drodze i profilaktyki zdrowia. Nadawano lekcje języka angielskiego.

Audycje oświatowe adresowano przede wszystkim do uczniów szkół wszystkich stopni i do nauczycieli. Przy realizacji tych audycji posługiwano się różnorodnymi formami twórczości radiowej. Nadawano słuchowiska, pogadanki, wykłady, magazyny, reportaże dokumentalne.

### **Programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym**

Krajowa Rada przeprowadziła w ubiegłym roku monitoringi programów radiowych nadawanych przez 44 stacje o zasięgu lokalnym. 25 z nich nadaje programy o charakterze określonym w koncesji jako **uniwersalny**, pozostałych 19 - programy o charakterze określonym jako **wyspecjalizowany – muzyczny**.

Monitoring ten miał na celu sprawdzenie, w jaki sposób nadawcy wypełniają warunki otrzymanych ponownie koncesji. Wśród badanych stacji były takie, które zgodnie z koncesją mają obowiązek emitowania programów uniwersalnych (tj. zawierających różne gatunki i formy radiowe oraz różnorodną problematykę) wyspecjalizowanych – muzycznych (tj. prezentujących na antenie muzykę i wiedzę o muzyce). Charakter nadawanego programu określa szczegółowe programowe obowiązki nadawcy. Ich realizacja przez nadawcę była podstawowym kryterium monitoringu stacji.

Drugim kryterium był podział stacji na działające w grupach i na działające samodzielnie. Chodziło bowiem o sprawdzenie, czy koncentracja organizacyjna i kapitałowa stacji ma wpływ na wypełnianie warunków koncesji przez nadawców, czy istniejące powiązania między stacjami, w tym fakt rozpowszechniania przez jeden podmiot kilku, lub nawet kilkunastu programów, skutkuje ich ujednolicaniem.

Z punktu widzenia tego kryterium wyróżniono następujące grupy stacji:

- **13 stacji działających samodzielnie**, czyli nie należących (do chwili monitoringu) do żadnych grup kapitałowych ani sieci programowych, rozpowszechniających programy o charakterze określonym jako *uniwersalny*,
- **7 stacji należących do grupy Ad Point**, również rozpowszechniających programy o charakterze określonym jako *uniwersalny*,

- 7 stacji należących do grupy **Agora**, w tym 4 nadające programy o charakterze określonym w koncesji jako *uniwersalny* i 3 – o charakterze *wyspecjalizowanym - muzycznym*
- 17 stacji grupy **ESKA**, w tym 16 nadających programy o charakterze określonym w koncesji jako *wyspecjalizowany – muzyczny*, jedna – *uniwersalny*.

Monitoring, obejmujący **pełny tydzień emisji** (tj. 168 godzin) **programu każdej stacji**, realizowany był na podstawie nagrań poemisyjnych nadesłanych do KRRiT przez nadawców. Prowadzony był w kilku turach; w każdej z nich badano jednocześnie, tj. w tym samym, losowo wybranym terminie, kilka lub kilkanaście stacji należących do danej grupy. Odrębny termin badania wyznaczono też dla stacji działających samodzielnie.

### ***Oznaczanie programu na antenie przez nazwę zapisaną w koncesji***

Najlepiej realizują omawiany punkt koncesji – tj. posługują się pełnymi, zgodnymi z koncesją nazwami programu - **stacje działające samodzielnie**. Monitorowane stacje tej grupy określają się odrębnymi nazwami własnymi, takimi samymi zresztą, jakich używały przez poprzednie siedem lat działalności. Nazwy podawane były zarówno w jinglach programu jako całości, jak też w autopromocyjnych oznaczeniach poszczególnych audycji.

Spośród 13 monitorowanych w tej grupie stacji 12 określało swój program na antenie prawidłowo. Tylko jedna stacja używała nazwy poszerzonej w stosunku do zapisu koncesji o określenie formatu muzycznego.

Także **większość** spośród monitorowanych stacji **grupy Agora** oznaczała program zgodnie z koncesją – dodając jednak, tam gdzie tego w koncesji nie zapisano, określenie częstotliwości lub formatu muzycznego.

Spośród monitorowanych stacji **grupy Ad Point** połowa stosowała nazwy brzmiące tak jak w koncesji lub poszerzone o określenie częstotliwości i formatu muzycznego. W pozostałych, które powinny być zbudowane na zasadzie: trzon wspólny nazwy plus miejscowość, wystąpiło naruszenie koncesji poprzez opuszczanie nazwy miejscowości.

W taki sam sposób naruszała koncesje, jak wynika z monitoringu, większość stacji grupy **ESKA**.

### ***Dobowy czas emisji programu***

Wszystkie monitorowane stacje realizują ten punkt koncesji, nadając programy 24 godzinne.

### ***Charakter nadawanego programu***

#### **• Programy o charakterze uniwersalnym**

Niemal wszystkie stacje działające **samodzielnie** (11 spośród 13) nadawały programy o charakterze zgodnym z koncesją, tj. uniwersalnym, czyli zawierającym różne gatunki i formy radiowe oraz różnorodną problematykę. Warstwa słowna (bez zapowiedzi i

autopromocji programu oraz bez elementów płatnych) zajmowała w programach tych stacji od 13% do 25% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej i była urozmaicona zarówno formalnie, tj. tworzona przez różnorodne rodzaje audycji, jak i bogata treściowo.

Obok audycji informacyjnych, stanowiących w programach wszystkich stacji lokalnych podstawową część warstwy słownej, stacje działające samodzielnie nadawały także audycje publicystyczne, edukacyjno-poradnicze i rozrywkowe oraz informacje sportowe. Niektóre z nich emitowały także audycje religijne. Dwie rozgłośnie miały nawet w swoich programach audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych (dla mniejszości niemieckiej). W tym miejscu należy zaznaczyć, że ustawowy obowiązek nadawania tego typu audycji spoczywa na nadawcach publicznych.

Tylko dwie spośród omawianej grupy trzynastu stacji nie realizowały określonego w koncesji, uniwersalnego charakteru programu, nadając, obok muzyki, niemal wyłącznie informacje.

Spośród stacji działających w ramach **grupy Ad Point** mających wpisany w koncesji uniwersalny charakter programu, realizowała ten punkt połowa. Warstwa słowna (bez autopromocji i elementów płatnych) stanowiła w programach tych stacji od 4,9% do 11,5% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. Składały się na nią - podobnie jak w programach opisanych wyżej stacji działających samodzielnie - różnorodne rodzaje audycji: obok informacyjnych, także publicystyczne, edukacyjno-poradnicze, rozrywkowe, sportowe i religijne. Wszystkie te audycje jednak, jak wynika z uzyskanych danych, zajmowały na antenach omawianych stacji Ad Point przeciętnie mniej czasu niż w programach nadawców działających samodzielnie.

Pozostałe stacje grupy Ad Point nie realizowały zapisanego w koncesji, uniwersalnego charakteru programu. Obok informacji i muzyki nadawały jedynie w niewielkim wymiarze konkursy o charakterze rozrywkowym, a warstwa słowna zajmowała w ich programach jedynie 2,6% - 3,3% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej.

Monitorowane stacje **grupy Agora** mające zapisany w koncesjach uniwersalny charakter programu także nie realizowały koncesji w tym zakresie. Warstwę słowną ich programów, zajmującą od 4,7% do 9,4% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej, tworzyły niemal wyłącznie informacje. Poza nimi nadawały też w niewielkim wymiarze jeden rodzaj audycji: publicystykę lub audycje edukacyjno-poradnicze.

Spośród stacji **grupy ESKA** tylko jedna ma wpisany w koncesji uniwersalny charakter programu. Nie realizowała ona tego punktu koncesji. W tym programie warstwa słowna stanowiła łącznie 8,3% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. Nadawano obok muzyki wyłącznie audycje informacyjne i dotyczące sportu.

**Porównując** realizację uniwersalnego charakteru programu przez stacje działające w różnych grupach oraz poza tymi grupami widać, że zdecydowanie lepiej radziły sobie z tym punktem koncesji stacje działające samodzielnie. Nadawane przez nie programy były bardziej zróżnicowane formalnie i treściowo, dużo większy był w nich też udział słowa. Podczas gdy w stacjach działających w ramach grup udział warstwy słownej, jak pokazał monitoring, wynosił **nie więcej** niż 10%-11% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej, w większości stacji działających samodzielnie stanowił **nie mniej** niż 10%. Jak więc widać, wielkości najniższe w grupie stacji „samodzielnych” stanowiły górny pułap w stacjach działających w grupach.

Wśród stacji należących do grup lepiej wypadły stacje grupy Ad Point, z których połowa wypełniała koncesję w tym punkcie, niż stacje należące do Agory i ESKA. Żadna z monitorowanych stacji należących do tych dwóch ostatnich grup nie realizowała uniwersalnego charakteru programu.

- **Programy wyspecjalizowane – muzyczne**

Monitorowane stacje **grupy Agora** mające rozpowszechniać programy wyspecjalizowane – muzyczne realizowały określony w koncesji charakter programu tylko w części dotyczącej emisji muzyki.

Stacje te mają wpisany do koncesji wspólny format muzyczny: „Przeboje polskie i zagraniczne, nie nowsze niż pięcioletnie” lub „Muzyka pop - przeboje polskie i zagraniczne, nie nowsze niż pięcioletnie”, i taką muzykę nadawały, w wymiarze zgodnym z koncesją, a nawet wyższym, bliskim 100% całości nadawanej muzyki.

Natomiast nie nadawały w ogóle, bądź nadawały w ilościach minimalnych audycji słownych i słowno-muzycznych dotyczących muzyki: informacyjnych, publicystycznych, edukacyjnych itd. - mimo iż zapisany w koncesjach wymóg nadawania takich audycji, w wymiarze nie mniejszym niż 5% lub 6% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej, stanowi równie ważny element wyspecjalizowanego charakteru programu, jak realizacja formatu muzycznego.

W monitorowanym okresie stacje nie nadawały audycji o muzyce; tematowi temu nie poświęcali uwagi także prezenterzy. Ograniczali się oni jedynie do zapowiedzi nadawanych piosenek, tj. wskazania ich tytułu i ewentualnie nazwiska wykonawcy. Zapowiedzi tego rodzaju (zresztą nie zawsze podawane) informowały o tym co zostało nadane w programie, nie zaś o samej muzyce. Nie mogą więc być traktowane jako realizacja omawianego punktu koncesji.

Podobnie jak omówione wyżej stacje grupy Agora, stacje **grupy ESKA** mające rozpowszechniać programy wyspecjalizowane – muzyczne realizowały charakter programu tylko w części dotyczącej formatu muzycznego.

Format ten, mający stanowić nie mniej niż 75% całości nadawanej w programie muzyki, określony został we wszystkich omawianych stacjach ESKA jako: „Muzyka pop – współczesne przeboje polskie i zagraniczne powstałe po 1980 roku”. Z wymogu nadawania muzyki w tym formacie wywiązywały się, jak wykazał dwukrotny monitoring, wszystkie badane stacje ESKA.

Z wybranym formatem: „utwory (...) powstałe po 1980 roku”, czyli względnie nowe i najnowsze, wiąże się zapisany w koncesji obowiązek nadawania w programie, w wymiarze nie mniejszym niż 2% tygodniowego czasu emisji, polskich debiutów muzycznych - to jest utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim lub utworów muzycznych związanych z kulturą polską (w rozumieniu ustawy o radiofonii i telewizji), których pierwsze nadanie nastąpiło w okresie ostatnich 6 miesięcy lub których wykonawcy debiutowali w okresie ostatnich 6 miesięcy.

Nadawca nie wyróżnił w żaden sposób (np. specjalną zapowiedzią, jinglem itp.) utworów – jeśli je nadawał – spełniających warunki omawianego zapisu. Wprawdzie część emitowanych utworów prezentowana była na antenie jako „nowość”, brakowało jednak

zarazem informacji, czy jest to utwór rzeczywiście niedawno powstały, czy też niedawno wylansowany i „nowy” tylko na listach przebojów.

Obok emisji muzyki, nadawca programu wyspecjalizowanego – muzycznego obowiązany jest też zamieszczać w programie audycje słowne poświęcone muzyce. Monitoring wykazał, że stacje grupy ESKA nie wywiązywały się z tego punktu koncesji. Nadawały bardzo niewiele takich audycji. W marcu ubiegłego roku pozycje słowne dotyczące muzyki zajmowały w programach niemal wszystkich stacji zaledwie 1,3% - 1,6% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej (zamiast wymaganych w koncesji co najmniej 5%-6%) i były to wyłącznie krótkie informacje na temat bieżących wydarzeń muzycznych, nowych płytach itp. oraz informacje i plotki z życia osobistego gwiazd pop; jedne i drugie podawane przez prezenterów przy okazji nadawanej muzyki, nie tworzące wyodrębnionych audycji.

Sytuacja w tym zakresie w programach stacji ESKA uległa pewnej poprawie, jak wykazał powtórny monitoring, w drugiej połowie ubiegłego roku. W kilku stacjach wzrósł udział wymaganych słownych pozycji programu dotyczących muzyki: ok. 3% - 4%; w pozostałych udział ten pozostał na poziomie obserwowanym w marcu. Pozycje te, jakkolwiek nadal miały w większości charakter krótkich informacji podawanych przez prezenterów, zostały jednak zorganizowane w stałe cykle, zapewniające większą regularność i stałość emisji. Obok przeglądów bieżących informacji muzycznych, stacje zaczęły też nadawać audycje edukacyjne poświęcone określonym zespołom muzycznym: ich drodze twórczej, dokonaniom.

Przedmiotem monitoringu pod tym względem nie były stacje **grupy Ad Point**, bowiem nie mają one wpisanego w koncesję wyspecjalizowanego – muzycznego charakteru programu.

**Podsumowując** sposób realizacji zapisanego w koncesji wyspecjalizowanego – muzycznego charakteru programu należy stwierdzić, że zarówno monitorowane stacje grupy Agora jak i stacje grupy ESKA nadawały wskazany w koncesji (wybrany zresztą przez nie same) rodzaj muzyki. Nie wywiązywało się natomiast wcale 2/3 stacji grupy Agora lub wywiązywały w dalece niewystarczającym stopniu (wszystkie stacje grupy ESKA, jedna stacja grupy Agora) z drugiej części zapisów koncesji dotyczących charakteru programu, tj. z obowiązku nadawania audycji słownych i słowno-muzycznych poświęconych muzyce.

### ***Tematyka lokalna w programie***

Wymagany udział tematyki lokalnej w programie został określony w koncesjach w różnej wysokości, zależnie od charakteru nadawanego programu. W programach o charakterze *uniwersalnym* udział ten ma wynosić nie mniej niż 10% - 12% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. Obligatoryjna jest także w tych programach emisja własnych lokalnych serwisów informacyjnych (tj. dzienników) i publicystyka na temat problemów lokalnych, w wymiarze nie mniejszym niż 5% - 6% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej.

W programach o charakterze wyspecjalizowanym (muzycznym lub innym) wymagany udział tematyki lokalnej jest o połowę niższy niż w programach uniwersalnych, czyli wynosi 5% - 6% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. Nie jest też wymagana w tych programach emisja własnych serwisów informacyjnych i publicystyki na tematy lokalne.

W koncesjach został określony wspólny dla wszystkich programów (tj. niezależny od charakteru rozpowszechnianego programu) *Katalog rodzajów audycji i tematów realizujących tematykę lokalną w programie*. We wszystkich koncesjach zastrzeżono też, że do tematyki lokalnej nie zalicza się lokalnej reklamy, jingli i innych elementów autopromocji stacji, oraz rozmów ze słuchaczami na tematy nie-lokalne.

- **Programy o charakterze uniwersalnym**

Jak wykazał monitoring, udział audycji o tematyce lokalnej w programach większości stacji działających **samodzielnie** wynosił około 5% - 8% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, stanowiąc zarazem w tych stacjach około jednej trzeciej całej warstwy słownej programu. W 3 stacjach udział tematyki lokalnej był niższy i wynosił jedynie 3,4% - 4,4% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej (zajmując zarazem od jednej czwartej do jednej drugiej warstwy słownej programu). Jedna stacja poświęcała tematyce lokalnej 12,7% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, przekraczając tym samym minimalny obowiązkowy udział tej tematyki określony w koncesji (10%).

Bardziej zróżnicowana okazała się w omawianej grupie stacji realizacja drugiego zapisu koncesji dotyczącego tematyki lokalnej, tj. udziału w programie własnych dzienników lokalnych nadawcy i własnej publicystyki lokalnej. Punkt ten realizowały w pełni 3 monitorowane stacje (udział od 5% do 6,2% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej). Blisko w połowie monitorowanych stacji tej grupy wymienione, obligatoryjne audycje stanowiły ok. 3% - 4,3% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. W pięciu stacjach udział wymaganych audycji był niższy i wynosił około 2% (1,7% - 2,2%).

Tematyka lokalna realizowana była w omawianych stacjach w wielu różnych co do formy i treści audycjach. Wszystkie stacje, zgodnie z koncesją (choć, jak pokazano wyżej, na ogół w niższym od wymaganego wymiarze) nadawały regularnie odrębne lokalne dzienniki (10 stacji) lub zamieszczały systematycznie informacje lokalne we własnych dziennikach ogólnokrajowych (3 stacje). Połowa stacji nadawała ponadto w odrębnych audycjach informacyjno-publicystycznych stałe przeglądy najważniejszych wydarzeń lokalnych z danego tygodnia. Większość monitorowanych stacji miała też w programie odrębne audycje publicystyczne dotyczące lokalnych problemów, z udziałem przedstawicieli lokalnej społeczności i lokalnych władz samorządowych. Wszystkie stacje nadawały lokalne prognozy pogody, większość emitowała informacje dla kierowców i inne użyteczne informatory lokalne: kulturalne, zdrowotne (np. dla alergików) itp. Połowa stacji miała w programie - bardzo ważne w obecnej dobie - lokalne audycje informacyjne dla poszukujących pracy („giełdy pracy”) lub inne audycje pomocowe (np. bezpłatne ogłoszenia drobne dla mieszkańców). Tematy lokalne w większości stacji obecne były także w informacjach i komentarzach podawanych między audycjami przez prowadzących program dziennikarzy-prezenterów.

**Podsumowując** należy stwierdzić, że tematyka lokalna była obecna w programach wszystkich stacji działających samodzielnie, choć w większości z nich w mniejszym od wymaganego w koncesji wymiarze. Różnorodność nadawanych w tym zakresie rodzajów audycji i tematów wskazuje, że lokalność nadawanego programu traktowana jest przez stacje tej grupy jako jeden z głównych jego elementów. Tym co je różni od programów uniwersalnych nadawanych przez stacje działające w ramach grup, to obecność w ich programach audycji publicystycznych realizowanych w studio z udziałem przedstawicieli lokalnej społeczności.

Wszystkie stacje **grupy Ad Point** nadawały audycje poświęcone tematyce lokalnej. Monitoring wykazał jednak, że występują duże różnice w realizacji tego punktu koncesji. Udział tematyki lokalnej w trzech stacjach tej grupy wynosił od 6,5% do 10% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, a udział lokalnych audycji obligatoryjnych: tj. własnych dzienników lokalnych i lokalnej publicystyki - stanowił 3,4% - 4% tygodniowego czasu emisji. W pozostałych stacjach grupy Ad Point tematyka lokalna zajmowała znacznie mniej miejsca – 1,7% - 2,1% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, w tym lokalne audycje obligatoryjne – 0,9% - 1,6%. Średnio w grupie wszystkich stacji Ad Point udział tematyki lokalnej wyniósł 4,2% tygodniowego czasu emisji w ciągu dnia, w tym w trzech stacjach stanowił 8%, a w pozostałych czterech stacjach grupy - 1,6%. Cechą charakterystyczną programów tych stacji był duży udział lokalnie zorientowanych audycji poświęconych kulturze - kulturze regionu i w regionie. Także społeczne problemy miasta i regionu przedstawiane były w stałych cyklach. Stacje te nadawały również dużo informacji związanych z turystyczną i krajobrazową specyfiką miejsca.

W pozostałych stacjach grupy Ad Point lokalne pozycje programu nie były tak rozbudowane. Oprócz informacji w dziennikach, nadawano w nich głównie prognozę pogody, wiadomości dla kierowców i niekiedy lokalne wiadomości sportowe.

W stacjach związanych z **grupą Agora** nadających program o charakterze uniwersalnym udział tematyki lokalnej także był zróżnicowany. W dwóch tematyka lokalna zajmowała bardzo niewiele miejsca: jedynie 2,6% - 2,9% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, a udział obligatoryjnych audycji lokalnych wynosił tylko 1% - 2%. W pozostałych stacjach tematy lokalne zajmowały 6% - 8% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, udział zaś lokalnych audycji obligatoryjnych wynosił blisko 4% - 5% (3,8% - 4,7%).

We wszystkich stacjach tej grupy tematyka lokalna realizowana była tylko w audycjach informacyjnych. Obok lokalnych dzienników (lub informacji lokalnych w dziennikach ogólnopolskich) nadawano lokalną prognozę pogody, a trzy stacje emitowały informacje dla kierowców.

W programie jedynej stacji **grupy ESKA** nadającej program o charakterze uniwersalnym udział tematyki lokalnej wynosił 5% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej; udział lokalnych audycji obligatoryjnych wynosił 2,7%.

**Podsumowując** przedstawione dane należy stwierdzić, że wszystkie stacje działające w ramach różnych grup i nadające programy o charakterze uniwersalnym emitowały audycje o tematyce lokalnej. Większość z tych stacji realizowała tematykę lokalną wyłącznie poprzez informacje. Jej udział był jednak niższy od wymaganego w koncesji, niższy także niż w stacjach działających samodzielnie.

- **Programy wyspecjalizowane – muzyczne**

Trzy stacje **grupy Agora** nadające programy muzyczne przeznaczały na tematykę lokalną taką samą ilość czasu: 2,8% - 3% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, czyli połowę czasu wymaganego w koncesji. Tematy lokalne pojawiały się wyłącznie w audycjach informacyjnych (innych zresztą te stacje nie nadawały). Dwie stacje emitowały oddzielne dzienniki lokalne, trzecia informacje lokalne zamieszczała w dziennikach ogólnopolskich. Nadawano ponadto jeszcze tylko lokalne prognozy pogody i wiadomości drogowe dla kierowców. Jedna stacja przeznaczała kilkanaście minut w tygodniu na informator kulturalny.



Spośród stacji **grupy ESKA** monitorowanych w pierwszym terminie (marzec ub. roku) w 5 stacjach nie nadano ani słowa na tematy lokalne lub nadano je w ilościach bardzo niewielkich. W 6 stacjach udział tematyki lokalnej wynosił nie więcej niż połowę wymaganego w koncesji czasu emisji (2,1% - 3%), w trzech był wyższy, bliski zapisom koncesji (4% - 5,4%).

Tematyka lokalna obecna była jedynie w audycjach informacyjnych. Stacje nadawały w większości dzienniki lokalne, a obok nich lokalne wiadomości drogowe i prognozę pogody. Cztery stacje informowały ponadto o lokalnych imprezach i wydarzeniach kulturalnych, trzy – o wydarzeniach sportowych.

W drugiej połowie ubiegłego roku, jak wykazał powtórny monitoring, udział tematyki lokalnej w stacjach ESKA przeciętnie się zwiększył. Nie nadawała treści lokalnych jedna spośród monitorowanych stacji. W sześciu stacjach udział tematyki lokalnej wynosił 2% - 3,2% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, w pozostałych był wyższy i stanowił 4% - 4,6% lub nawet 6%. Niezależnie jednak od tego wzrostu liczbowego, treści lokalne wypełniały przede wszystkim (podobnie jak w marcu) audycje informacyjne. Zwiększył się jedynie ich wymiar czasowy, więcej stacji nadawało też informatory kulturalne.

**Podsumowując** przedstawione dane widać, że opisane wyżej stacje nadające programy o charakterze wyspecjalizowanym – muzycznym nadają bardzo niewiele informacji lokalnych i nie realizują koncesji w tym zakresie.

#### ***Udział w programie audycji nie pochodzących od koncesjonariusza, rozpowszechnianych w programach innych nadawców***

W żadnym z monitorowanych programów – zarówno w stacjach działających samodzielnie jak i w grupach - nie nadawano audycji pochodzących z programów innych nadawców.

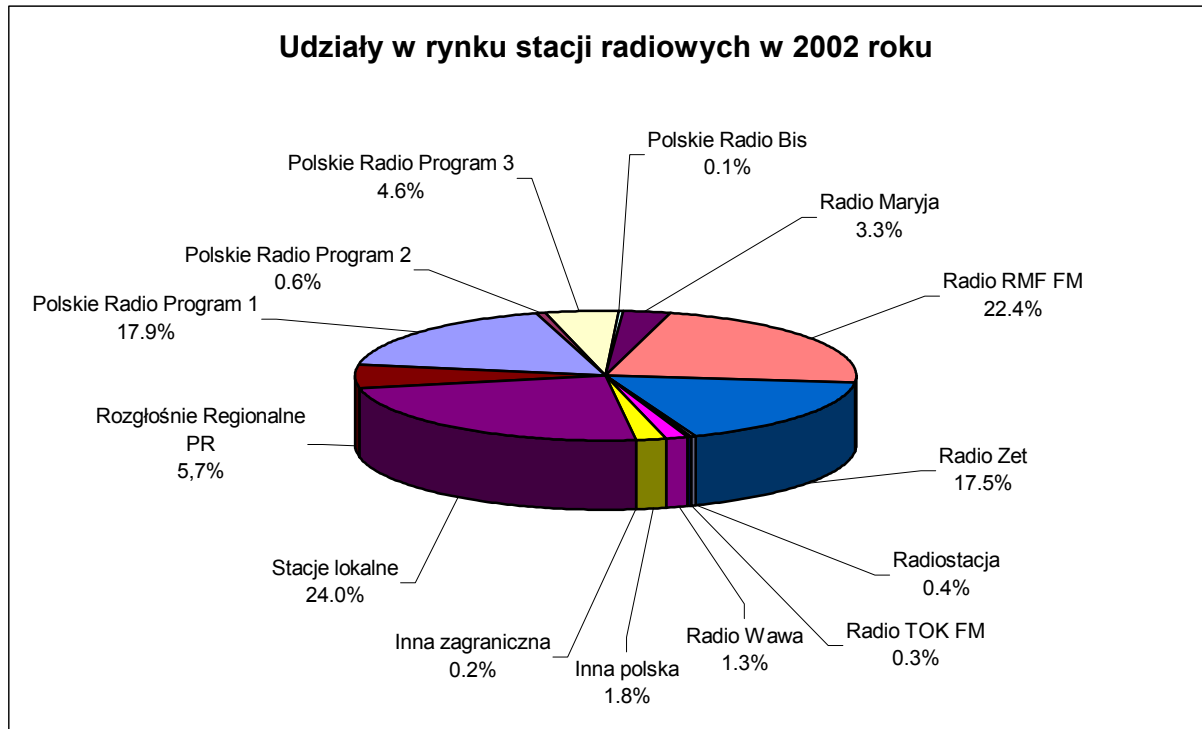
Odnotowano natomiast w stacjach, w których jeden podmiot jest posiadaczem więcej niż jednej koncesji - tj. w przypadku trzech stacji Ad Point oraz w 16 monitorowanych stacji grupy ESKA - obecność w programach tych stacji audycji wspólnych dla danej grupy.

Monitoring wykazał, że w programach trzech stacji **grupy Ad Point** nadawane były przez całą porę dzienną i niemal przez wszystkie dni tygodnia te same bloki programowe (tj. mające takie same tytuły i taki sam charakter), prowadzone przez tych samych prezenterów. Ponieważ należy wykluczyć, że prezenterzy ci mogli być obecni jednocześnie w trzech różnych studiach radiowych i w trzech różnych miejscowościach należy przyjąć, że bloki te – czyli większość programu w ciągu dnia - emitowane były wspólnie dla trzech stacji tej grupy. Zawartość tych bloków różni się jedynie udziałem informacji dotyczących danego miasta (zarazem jednak we wszystkich trzech programach obok tych informacji nadawane są też informacje dotyczące innych miast regionu), czyli ilością informacji ściśle lokalnych. Monitoring potwierdził, że emisja programu wspólnego przekraczała wymiar dozwolony w koncesji.

W stacjach **grupy ESKA** tych w sposób „jawny”, tj. podawany przez nadawcę na antenie („...gramy na całą Polskę”), nadawana jest jedna audycja wspólna. W wyniku monitoringu odnaleziono także dwie wspólne dla całej grupy audycje dotyczące specjalizacji muzycznej. Wszystkie zajęły na antenie nie więcej niż 5% pory dziennej; czyli emisja słownych elementów wspólnych mieści się w granicach dozwolonych koncesją.

## Rynek radiowy w 2002 roku

Podział udziałów w rynku w 2002 roku zdecydowanie korzystniej wypadł na rzecz stacji koncesjonowanych, którym w sumie przypadło prawie 70% rynku. Polskie Radio S.A. i regionalne rozgłośnie radia publicznego osiągnęły niespełna 30% udziału w rynku<sup>1</sup>.



Zdecydowanym liderem zarówno pod względem zasięgu jak i udziału w rynku **wśród stacji ogólnopolskich** w roku 2002 roku był RMF FM, który jak pokazują badania od dłuższego czasu dystansuje swych konkurentów. O drugą pozycję walczą publiczny Program 1 PR i Radio Zet. Różnica pomiędzy pierwszą trójką a pozostałymi jest na tyle duża, że pozostają one poza konkurencją.

### RMF FM

Pod względem udziału w rynku RMF FM jeszcze umocnił swą pozycję w stosunku do roku poprzedniego zwiększając swój udział prawie o 3 % i tym samym gromadząc 22,4% rynku. Codziennie programu tej stacji słuchała prawie jedna czwarta Polaków (w 2001 roku zasięg dzienny był niższy i wyniósł 23,07%). Średnio dziennie słuchacz RMF FM poświęcał 3 godz. 22 min. na słuchanie programu tej stacji.

### Program 1 PR

Programowi 1 PR w 2002 roku przypadło 17,9 % udziału w rynku, czyli nieco mniej niż w roku ubiegłym (o ok. 1%). Zmniejszyło się również jego grono słuchaczy. Średnio

<sup>1</sup> Dane na podstawie badania SMG/KRC na reprezentatywnej grupie ludności Polski. Poprzez udział w rynku rozumie się procentowy udział danej stacji w łącznym czasie słuchania radia – tj. wszystkich stacji łącznie – w określonym przedziale czasu (w ciągu dnia, miesiąca, roku).

dziennie słuchało go w 2001 roku jeszcze 19,5 %. Polaków, w 2002 roku - 17,4 %. Dziennie słuchacz Programu 1 PR poświęcał 3 godz. i 50 min. na słuchanie programu tej stacji.

### **Radio Zet**

Trzecia ze stacji ogólnopolskich Radio Zet nieznacznie straciła w stosunku do roku ubiegłego. Zarówno jej udział w rynku, który wyniósł 17,5% jak i średni zasięg dzienny na poziomie 20,4 % były niższe o około 1%. Przeciętnie również mniej czasu spędzali przed odbiornikiem jego słuchacze 3 godz. 11 min.

### **Program 3 PR**

Praktycznie zachował swój stan posiadania sprzed roku. Wysokość osiągniętych w 2002 roku udziału w rynku 4,6 % i zasięgu dziennego 5,5 % były tylko nieco niższe niż przed rokiem (udział – 5%, zasięg dzienny – 6%). Średnio dziennie na słuchanie Programu 3 PR słuchacz poświęcał 3 godz. i 9 min.

### **Radio Maryja**

W 2002 roku Radiu Maryja przypadło 3,32 % udziału w rynku (czyli nieco mniej niż przed rokiem, kiedy wyniósł on 3,75 %). Spośród badanych Polaków 4,15 % deklarowało, że słucha programu tej stacji (czyli o 0,5 % mniej niż w 2001 roku). Średnio słuchacz Radia Maryja poświęcał na słuchanie tego programu blisko 3 godz. dziennie.

### **Program 2 PR**

Osiągnął 0,6 % udziału w rynku (w 2001 roku było to 0,7 %). Tylko co setny Polak deklarował, że słuchał tego programu (średni zasięg dzienny zbliżony do tego sprzed roku wyniósł 1 %). Słuchacze Programu 2 PR spędzają przy tym programie średnio 2 godz. i 15 minut dziennie.

### **Radio Bis**

Podobnie niewielkie audytorium miało Radio Bis. Średni zasięg dzienny tej stacji w 2002 roku wyniósł 0,3 % (w 2001 roku było to 0,23 %) co dawało stacji 0,14 % udziału w łącznym czasie słuchania radia (przed rokiem 0,12 %). Słuchacz Radia BIS słuchał tego programu średnio 1 godz. 47 minut dziennie.

### **Rozgłośnie regionalne radia publicznego**

W roku ubiegłym osiągnęły one łącznie 5,7 % udziału w rynku (jeszcze rok temu udział ten był większy i wynosił 6,5 %). Ten fakt potwierdza również spadek wielkości ich audytorium. Jeszcze rok temu 8,7 % Polaków deklarowało, że słucha programów rozgłośni regionalnych, w 2002 roku średni zasięg dzienny wyniósł 7,6 %. Słuchacz poświęcał dziennie na wybrany przez siebie program średnio 2 godz. i 46 minut.

Wśród stacji o zasięgu ponadregionalnym jedynie w przypadku Tok FM można mówić o spadku popularności. Pozostałe: Radiostacja i Radia Wawa umocniły swą pozycję na rynku.

### **Radiostacja**

W 2002 roku stacji tej przypadło 0,4 % udziału w rynku, czyli nieco więcej niż przed rokiem, kiedy wynosił on 0,3 %. Podobnie nieznacznie zwiększyła się wielkość audytorium stacji. Średni zasięg dzienny Radiostacji wyniósł 0,6 % (rok wcześniej był na poziomie 0,5 %). Słuchacz poświęcał Radiostacji dziennie średnio 2 godz. i 35 minut.

### **Tok FM**

Stacji tej przypadło w roku ubiegłym 0,3 % udziału w rynku, czyli mniej niż przed rokiem, kiedy to wynosił on 0,4 %. W 2001 roku średni zasięg dzienny TOK FM wynosił 0,7 %, w 2002 roku spadł on do poziomu 0,4 %. Średnio dziennie słuchacz TOK FM poświęcał 2 godz. i 16 minut na słuchanie programu tej stacji.

### **Radio Wawa**

W 2002 roku zgromadziło 1,3 % udziału w rynku, czyli dokładnie tyle co w 2001 roku. Nie zmieniła się również wielkość jego audytorium. Średni zasięg dzienny stacji w 2002 roku wyniósł 1,8 % (w 2001 roku było to 1,8 %). Na słuchanie programu tej stacji słuchacz poświęcał średnio dziennie 2 godz. i 46 minut.

### **Lokalne stacje koncesjonowane**

Przypadało na nie łącznie prawie jedną czwartą udziału w rynku - 24 %. Nieznacznie więc zwiększyły swój stan posiadania w stosunku do roku 2001 kiedy to wynosił on 23,5 %. Co czwarty deklaruje, że słucha programy stacji o tym zasięgu. Średni zasięg dla wszystkich stacji w ciągu ostatnich dwóch lat był bliski 25%. Przeciętnie słuchacze stacji lokalnych poświęcają na odbiór tych programów (traktowanych łącznie) 3 godz. i 36 minut dziennie.

Przedstawione wyżej dane wskazują, że w 2002 roku stacjom publicznym trudniej było konkurować o słuchacza ze stacjami koncesjonowanymi. W najlepszym wypadku udaje im się zachować swoje stałe grono słuchaczy. Dotyczy to zarówno stacji ogólnopolskich jak i regionalnych. Program 1 PR, który jeszcze kilka lat temu był niekwestionowanym liderem na rynku w ciągu roku stracił 2% swego audytorium. Obecnie jest trzecią pod względem dziennego zasięgu stacją ogólnopolską – po Radiu Zet i RMF FM. Przytoczone dane wskazują także, że systematycznie zmniejsza się grono słuchaczy regionalnych rozgłośni radia publicznego.

### C. Analizy problemowe

#### **Audycje edukacyjno - poradnicze oraz literackie i formy udratyzowane w programach rozgłośni regionalnych radia publicznego**

Przeprowadzony monitoring udziału tzw. audycji preferowanych w programach rozgłośni wykazał, że w odniesieniu do audycji edukacyjno - poradniczych wszystkie rozgłosnie przekroczyły, w skali tygodnia, ustalony przez KRRiT minimalny udział tych audycji w programie, wynoszący 3% rocznego czasu emisji (tj. 263 godz. rocznie, średnio 5 godz. tygodniowo). Blisko połowa - 8 rozgłosni (Białystok, Katowice, Kielce, Koszalin, Olsztyn, Rzeszów, Szczecin, Zachód – Zielona Góra) osiągała przy tym, w skali tygodnia, udział trzy-cztero- lub nawet pięciokrotnie wyższy niż wynosi ustalone przez KRRiT minimum. W pozostałych rozgłosniach udział ten był dwu- lub dwuipółkrotnie wyższy.

W odniesieniu do drugiej kategorii audycji preferowanych, tj. literackich i form udratyzowanych, minimalnego udziału tych audycji, wynoszącego 2 procent programu (czyli 175 godz. rocznie, średnio 3,5 godz. tygodniowo) nie osiągnęła w badanych tygodniach tylko jedna stacja (Radio dla Ciebie w Warszawie).

Udział na poziomie minimum realizowała w badanych tygodniach 1 rozgłosnia (Opole). Pozostałych 15 rozgłosni plasowało się powyżej minimum - w tym 6 rozgłosni przekraczało minimalny udział półtorakrotnie, osiągając udział omawianych audycji w wysokości ok. 3% (Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Szczecin, Wrocław), następnych 9 realizowało udział omawianych audycji na poziomie dwukrotnie (Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Koszalin, Merkury-Poznań), dwuipółkrotnie (Kielce, Rzeszów, Zachód - Zielona Góra) lub nawet trzykrotnie (Białystok) wyższym niż wynosi wymagany próg.

Minimalny udział trzeciej kategorii audycji preferowanych, tj. audycji edukacyjnych i publicystycznych poświęconych integracji Polski z Unią Europejską, został określony przez KRRiT w wysokości 2% rocznego czasu nadawania programu (czyli 175 godz. rocznie, średnio 3,5 godz. tygodniowo). Jak wykazał dwukrotny monitoring, udział na wymaganym lub wyższym poziomie osiągają 4 stacje (Białystok, Merkury-Poznań, Szczecin, Zachód - Zielona Góra), w tym jedna z nich – Radio Zachód – przekroczyło znacznie wymagane minimum, osiągając udział omawianych audycji na poziomie 3,5% tygodniowego czasu emisji programu. Pięć stacji (Katowice, Kraków, Olsztyn, Radio dla Ciebie - Warszawa, Wrocław) realizowało udział tych audycji w wysokości od 1,2% do 1,6% tygodniowego czasu emisji. W siedmiu stacjach (PiK - Bydgoszcz, Kielce, Koszalin, Lublin, Łódź, Opole, Rzeszów) udział ten kształtował się w wysokości 0,7-0,9%; w jednej (Gdańsk) – w wysokości zaledwie 0,2% tygodniowego czasu nadawania.

W odniesieniu do czwartej kategorii audycji preferowanych - emisji muzyki poważnej – KRRiT ustaliła minimalny wymagany udział w wysokości 1% rocznego czasu nadawania programu (czyli 87 godzin rocznie, tj. średnio 1 godz. 40 minut w tygodniu). Z przeprowadzonego dwukrotnie monitoringu wynika, że postulowany udział osiągają niemal wszystkie stacje (15), przy czym pięć spośród nich (Kielce, Koszalin, Kraków, Łódź, Merkury-Poznań) przekracza minimalny udział aż trzykrotnie, dwie stacje (Białystok,

Olsztyn) – dwukrotnie, dalszych osiem stacji (PiK–Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Lublin, Opole, Rzeszów, Szczecin, Zachód-Zielona Góra) realizuje udział muzyki poważnej w wysokości 1,3-1,6%. W dwóch stacjach (RdC-Warszawa i Wrocław) udział ten wynosił poniżej 1% tygodniowego czasu nadawania programu (0,8-0,9%).

Podsumowując należy stwierdzić, że w porównaniu z latami poprzednimi obserwuje się dalszy wzrost udziału obu kategorii audycji objętych od 1999 roku preferencjami KRRiT, tj. audycji edukacyjno - poradniczych oraz literackich i form udratyzowanych. Podobnie jak w latach ubiegłych, wzrost ten jest wyższy w przypadku audycji edukacyjno - poradniczych, nieco zaś mniejszy, ale także bardzo wyraźny (zwłaszcza w porównaniu z ubiegłym rokiem) w przypadku audycji literackich i form udratyzowanych.

W odniesieniu do nowych kategorii audycji preferowanych monitoring wykazał, że większość rozgłośni realizuje postulowany przez KRRiT minimalny udział muzyki poważnej w programie. Natomiast udział audycji dotyczących integracji Polski z Unią Europejską kształtował się w pierwszej połowie bieżącego roku w większości rozgłośni poniżej wymaganego minimum. Z porównania obu przeprowadzonych w tym okresie monitoringów wynika jednak zarazem, że w maju 2002 roku czas emisji omawianych audycji w niemal wszystkich stacjach był znacznie wyższy niż w kwietniu 2002 roku. Można stąd wnosić, że rozgłośnie są dopiero w trakcie tworzenia tej części oferty programowej. Podobną sytuację obserwowano na początku wprowadzania w życie kryteriów dotyczących dwóch pierwszych kategorii audycji preferowanych.

### **Obecność w programach nadawców publicznych, radiowych i telewizyjnych, audycji poświęconych kulturze**

Nadawcy publiczni na mocy ustawy o radiofonii i telewizji zobowiązani są służyć rozwojowi kultury (...), ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego (art. 21 ust. 2 pkt. 5 urt.). Mieści się w tym zadaniu prezentowanie, recenzowanie i objaśnianie dzieł kultury na antenie – utworów literackich, muzycznych, plastycznych itd., informowanie o nowych wydarzeniach kulturalnych i nowych zjawiskach kultury, edukowanie odbiorców na temat zjawisk i dzieł kultury, współczesnych i klasycznych oraz kształtowanie ich kompetencji odbiorczej w tym zakresie. Ponadto obserwowanie tzw. życia kulturalnego w kraju i działania poszczególnych instytucji kultury, śledzenie rozwoju poszczególnych dziedzin sztuki i literatury itd., a także sprawowanie mecenatu nad kulturą, tj. inicjowanie i organizowanie wydarzeń kulturalnych i przekazywanie ich obrazu na antenie.

Opracowanie dotyczy dwóch rodzajów audycji poświęconych kulturze, nadawanych w publicznym radiu i telewizji: z jednej strony prezentujących bezpośrednio dzieła kultury na antenie, z drugiej zaś – służących informowaniu, komentowaniu i objaśnianiu tych dzieł, wydarzeń i zjawisk edukacyjnych w zakresie różnych dziedzin kultury itd.

Do pierwszej kategorii audycji należy zaliczyć prezentację literatury i muzyki na antenie: a więc prozę i poezję czytaną, spektakle teatru radiowego i telewizyjnego, czyli słuchowiska i widowiska teatralne, koncerty muzyki, a w telewizji także dziedziny wymagające obrazu: dramat sceniczny, sztuki plastyczne i architekturę itd. Do drugiej kategorii – wszelkie audycje informacyjne, publicystyczne i edukacyjne dotyczące

rozmaitych dziedzin kultury, poczynając od krótkich informatorów kulturalnych typu „co, gdzie, kiedy” aż do pogłębionych analiz i krytycznych recenzji. Należą tu także audycje zawierające szersze rozważania na temat kultury: przemian kulturowych we współczesnym świecie, stanu świadomości kulturalnej społeczeństwa polskiego itp., a także audycje przedstawiające zjawiska kultury w aspekcie regionalnym i lokalnym, związanym z zasięgiem działania danego nadawcy.

Obszar kultury rozumiany jest tutaj normatywnie, jako zbiór dzieł (utworów, dokonań) należących do uznanych dziedzin sztuki i literatury. W zasadzie nie są brane pod uwagę utwory kultury popularnej, zwłaszcza w dziedzinie muzyki, nadawane najczęściej ze względu na ich funkcję rozrywkową, *nie zaś kulturalną*. W odniesieniu do prezentacji muzyki na antenie uwzględniano więc jedynie muzykę poważną i ludową oraz formy muzyki pozostające na obrzeżach muzyki poważnej, które dorobiły się już refleksji teoretycznej, krytycznej na swój temat, jak jazz, lub powstające na styku muzyki i literatury, jak np. piosenka poetycka. Nie zaliczano natomiast do omawianych dzieł kultury prezentacji (koncertów) muzyki popularnej ani widowisk rozrywkowych. W odniesieniu do literatury z kolei kwalifikowano jedynie audycje prezentujące już istniejące, uznane teksty literackie – prozę, poezję, dramat, eseje itd. Nie kwalifikowano tutaj radiowych i telewizyjnych utworów fabularnych tworzonych specjalnie dla tych mediów, a więc radio- i telenoweli, popularnych seriali fabularnych, powieści radiowych typu „Matysiakowie” itp. Nie zaliczano także prezentacji widowisk rozrywkowych, kabaretów, audycji satyrycznych.

Do prezentacji dzieł kultury nie zaliczano też w zasadzie emitowanych w telewizji kinowych filmów fabularnych. Kwalifikowanie ich wymagałoby bowiem stosowania kryterium jakościowego - oceny, czy dany film należy do kultury „wysokiej”, czy też „niskiej” itp., co wykracza poza ramy niniejszego opracowania. W odniesieniu do tej dziedziny sztuki zaliczano więc jedynie filmy wyemitowane w ramach specjalnych cykli, prezentujących filmy wybrane, zazwyczaj uznane przez krytykę, nagradzane na różnych festiwalach i konkursach.

Należy dodać, że przedstawione wyłączenia dotyczą jedynie sfery *prezentacji* utworów i dzieł kultury na antenie, nie zaś sfery informacji i omówień tych dzieł. W odniesieniu do drugiego obszaru zagadnień, tj. audycji o wydarzeniach i zjawiskach kultury, nie stosowano takich zawężeń tematycznych i kwalifikowano audycje bez względu na to, czy dotyczyły one tzw. kultury „wysokiej”, czy popularnej.

Opracowanie zostało przygotowane na podstawie danych pochodzących od nadawców, dotyczących proporcji czasu przeznaczanego w poszczególnych programach na audycje poświęcone kulturze, pasm i cykliczności ich emisji, rodzaju nadawanych audycji i ich ogólnego zakresu tematycznego. Dane zostały zebrane w odniesieniu do jednego, *losowo wybranego* miesiąca z drugiej połowy ubiegłego roku (wrzesień 2002 roku), reprezentatywnego dla ramówki jesienno-zimowej w programach nadawców. Specyfika budowy programów ramowych radia i telewizji, na którą składa się powtarzalność poszczególnych elementów tego programu w cyklu codziennym, cotygodniowym lub co najwyżej comiesięcznym oraz stała dla danego okresu czasu (półrocza lub sezonu) konstrukcja ramowa programu pozwala ekstrapolować uzyskane dane liczbowe na okres całego drugiego półrocza ubiegłego roku.

**Ogólnopolskie programy Polskiego Radia S.A.**

Polskie Radio S.A. nadawało w 2002 roku audycje poświęcone kulturze we wszystkich programach ogólnokrajowych. Tematowi kultury, w różnych formach radiowych i w różnych szczegółowych zagadnieniach, oraz prezentacji dzieł kultury poświęcono w ciągu badanego miesiąca na czterech antenach łącznie 929,5 godziny, czyli blisko jedną trzecią – 32,2% - łącznego miesięcznego czasu emisji tych programów. Najwięcej audycji tego rodzaju nadawano w mającym charakter artystyczny - literacko-muzyczny Programie 2, gdzie poza wiadomościami wypełniły one cały czas nadawania, tj. 96% miesięcznego czasu emisji (690 godzin). W programie Radia BIS, o charakterze głównie edukacyjnym, audycje poświęcone kulturze i prezentacji utworów zajmowały blisko jedną czwartą miesięcznego czasu emisji, tj. 23% programu (162 godziny). W Programach 1 i 3, mających charakter informacyjno-publicystyczny i zajmujących się przede wszystkim bieżącymi wydarzeniami politycznymi, społecznymi i gospodarczymi, tematyka kultury i prezentacja jej dzieł zajmowała znacznie mniej miejsca – 8,4% miesięcznego czasu emisji (56,5 godziny) w Jedyńce i niespełna 3% (20 godzin) w Trójce.

Zestawienie liczb dla czterech programów przedstawia tabela poniżej:

Polskie Radio S.A.	Liczba godzin audycji poświęconych kulturze i sztuce w badanym miesiącu	Odsetek czasu emisji w skali tygodnia i miesiąca	Średnio w ciągu doby
Program 1 PR	56,5 godz.	8,4%	1 godz. 53 min.
Program 2 PR	690 godz.	96%	23 godz.
Program 3 PR	20 godz.	3%	40 min.
Radio BIS	162 godz.	23%	5 godz. 24 min.
<b>Łącznie</b>	<b>929,5 godziny</b>	<b>32,2%</b>	<b>31 godz.</b>

- **Program 1 PR S.A.**

W Programie 1 Polskiego Radia S.A. emitowano codziennie w dni powszednie trzy cykle prezentujące literaturę na antenie: dwa cykle prozy czytanej („Lektury Jedyńki”) i cykl miniatur poetyckich („Strofy na dobrą noc”). Dwa razy w tygodniu - w soboty i w niedziele, prezentowano słuchowiska - adaptacje literatury dramatycznej („Teatr Polskiego Radia”). Nadawano także, w cyklu cotygodniowym (w niedziele), dwie stałe audycje poświęcone prezentacji muzyki ludowej, przygotowywane przez Radiowe Centrum Kultury Ludowej („Burczybas” i „Kiermasz pod kogutkiem”, emitowane naprzemiennie). Wymienione audycje nadawane były w paśmie przedpołudniowym i wieczornym (literatura) lub wcześniej rano (muzyka ludowa). Zajmowały łącznie 4 godziny tygodniowo i blisko 17 godzin w miesiącu, stanowiąc, w skali tygodnia i miesiąca, 2,5% czasu emisji programu. Oprócz wymienionych stałych audycji cyklicznych nadano także w badanym miesiącu jedną audycję okolicznościową - transmisję koncertu poświęconego muzyce Władysława Szpilmana, który odbył się w Filharmonii Narodowej w Warszawie.

Informacje i omówienia wydarzeń kulturalnych zajmowały w Programie 1 PR S.A. około 5% czasu emisji programu w skali tygodnia i miesiąca. Nadawano w tym zakresie dwie stałe audycje, poświęcone wyłącznie zagadnieniom kultury: codzienny krótki (5 minutowy) „Informator kulturalny” oraz nadawany raz w tygodniu „Notatnik kulturalny” (24-minutowy),



w którym omawiano szerzej zaszłe wydarzenia, uzupełniając je wywiadami z ludźmi kultury i publicystyką itp. Obie audycje nadawane były w paśmie późnowieczornym; zajmowały łącznie niespełną godzinę (49 minut) tygodniowo i ponad 3 godziny w miesiącu, stanowiąc, w skali tygodnia i miesiąca, 0,5% czasu emisji programu.

Bieżące wydarzenia kulturalne pojawiały się także jako aktualny temat w codziennych audycjach informacyjno-publicystycznych Jedyńki, takich jak „Sygnały dnia”, „Cztery pory roku”, „Z pierwszej ręki”, „Magazyn Radia Polonia”, emitowanych od wczesnego rana do popołudnia; nadano w nich w sumie w ciągu badanego miesiąca około 20 kilkuminutowych przekazów na tematy kulturalne. Informowano głównie o następujących wydarzeniach i tematach: Festiwal Filmów Polskich w Gdyni, Festiwal „Dialog czterech kultur” w Łodzi, Festiwal Vratislavia Cantans we Wrocławiu, premiera filmów „Pianista” Romana Polańskiego i „Zemsta” Andrzeja Wajdy, jubileusz 60-lecia pracy artystycznej Ireny Kwiatkowskiej; prezentowano sylwetkę twórczą Romana Polańskiego oraz twórczość Władysława Szpilmana. Tematyce kultury poświęcono także kilka pełnych wydań 2-godzinnej audycji publicystycznej „Wieczór z Jedyńką” oraz publicystyczno-edukacyjnej, 3-godzinnej audycji „Nocne spotkania”. Sylwetki artystów: kompozytorów, muzyków, malarzy i rzeźbiarzy, twórców filmowych przedstawiano w codziennej przedpołudniowej audycji pt. „Sekrety-konkrety” (czas emisji pojedynczego wydania: 45 minut). Nadano także dwie audycje niecykliczne: dokument o Władysławie Szpilmanie oraz reportaż o twórcach ludowych. Poświęcone kulturze wydania audycji publicystycznych i edukacyjnych oraz przekazy dotyczące kultury w magazynach informacyjno-publicystycznych Jedyńki zajmowały łącznie - w skali tygodnia i miesiąca – około 5,4% czasu emisji programu.

- **Program 2 PR S.A.**

Program 2 w całości poświęcony jest kulturze i sztuce – prezentacji muzyki i literatury oraz informacji i publicystyce dotyczącej tych dwóch dziedzin kultury.

W omawianym okresie nadawano 16 cykli audycji prezentujących muzykę: 14 cykli muzyki poważnej (m.in. „Z sal koncertowych Europy”, „Muzyczna noc Euroradia”, „Śladami muzycznych konkursów”, „Quodlibet Dwójki”, „Serenada notturna”, „Artur Rubinstein – antologia nagrań”, „W kręgu muzyki polskiej XX wieku” i in.), cykl poświęcony tzw. muzyce folkowej („Czas na folk”) oraz cykl przypominający kompozycje Władysława Szpilmana. Połowa z tych audycji nadawana była codziennie lub przynajmniej 5 razy w tygodniu, połowa - raz w tygodniu.

W czterech cyklach prezentowano utwory literackie: prozę („Literackie bestsellery wszechczasów”, „Literackie lato w Dwójce”), poezję („Wiersze na dobranoc”) i komedię („Letni festiwal Aleksandra Fredry”). Podobnie jak audycje muzyczne nadawane one były codziennie (3 tytuły) lub raz w tygodniu.

Audycje muzyczne zajmowały łącznie około 132 godziny w ciągu tygodnia i 530 godzin w miesiącu, stanowiąc 74% czasu emisji programu, audycje prezentujące literaturę – 9 godzin tygodniowo i 36 godzin w miesiącu, tj. 5% czasu emisji. Łącznie więc audycje poświęcone prezentacji dzieł kultury, czyli utworów muzycznych i literackich, zajmowały w Programie 2 PR blisko osiemdziesiąt procent czasu emisji.

Obok audycji muzycznych i literackich emitowano 8 cykli audycji informacyjno-publicystycznych poświęconych kulturze; informowano w nich o bieżących wydarzeniach kulturalnych (codzienny blok „Poranek Dwójki”, a w nim m.in.: „Wiadomości kulturalne”, „Aktualności kulturalne”, „Przegląd prasy kulturalnej”), omawiano poszczególne dziedziny,

nurty i prądy kultury (m.in. „Tygodnik literacki”, „Wieczór literacki”, „Kino, Teatr, Dialog i inni”, „W stronę sztuki”, „Rezonans”). Emitowano także audycję poświęconą kulturze ludowej („Źródło – magazyn kultury ludowej”). Trzy spośród ośmiu omawianych audycji nadawane były codziennie, pozostałe – w cyklu cotygodniowym. Łącznie zajęły one blisko 31 godzin tygodniowo i 124 godziny w miesiącu, tj. 17% emisji programu (pozostały czas emisji - 4% - zajęły dzienniki).

- **Program 3 PR S.A.**

W Programie 3 PR nie emitowano w badanym miesiącu audycji poświęconych bezpośredniej prezentacji dzieł kultury. Bieżącej informacji i publicystyce kulturalnej służyły natomiast cztery stałe audycje: trzy nadawane w cyklu codziennym („Zakręt kulturalny”, „Z notatnika filmowego” i „Magazyn bardzo kulturalny”, emitowane w paśmie popołudniowym lub późnowieczornym, czas emisji pojedynczego wydania: 3 – 15 minut) i jedna emitowana raz w tygodniu (2-godzinna audycja pt. „Trójkowo-Filmowo”). Wymienione, stałe audycje dotyczące tematyki kulturalnej zajmowały łącznie 1,9% czasu emisji programu w skali tygodnia i miesiąca.

Bieżące informacje kulturalne i publicystyka na ten temat były ponadto przedmiotem kilku wydań stałych audycji informacyjno-publicystycznych Programu 3, poświęconych z założenia różnym zagadnieniom - tj. popołudniowego bloku „Zapraszamy do Trójki” i wieczornej audycji pt. „Klub Trójki”. Omawiano w nich te same zagadnienia aktualne co w Programie 1 PR: Festiwal Filmów Polskich w Gdyni, Festiwal „Dialog czterech kultur” w Łodzi, światową premierę „Pianisty” Romana Polańskiego; ogólnie jednak zakres tematów był węższy niż w Programie 1. Okazjonalne wydania poświęcone kulturze w stałych cyklach Trójki zajęły łącznie 0,9% tygodniowego i miesięcznego czasu emisji programu.

- **Radio BIS PR S.A.**

Radio BIS w zakresie prezentacji dzieł kultury na antenie (tj. utworów literackich i muzycznych) nadawało cztery stałe audycje poświęcone literaturze: dwa cykle prozy czytanej, emitowane codziennie od poniedziałku do piątku po południu i wczesnym wieczorem („Książka na głos” i „Radiopowieść”), cykl poezji nadawany raz w tygodniu późnym wieczorem („Miniatury poetyckie”) oraz także emitowaną raz w tygodniu audycję pt. „Bohaterowie naszych lektur”. Trzy kolejne audycje poświęcone były prezentacji muzyki poważnej: codzienna „Mała historia muzyki” i nadawane w cyklu cotygodniowym „Muzyczne jubileusze” oraz „Akademia Jana Sebastiana Bacha”; wszystkie trzy emitowane w paśmie późnowieczornym. Emisja tych audycji, literackich i muzycznych, zajęła łącznie 5 godzin 15 minut tygodniowo i 21 godzin w miesiącu, stanowiąc w skali tygodnia i miesiąca 3% czasu emisji programu.

Obok prezentacji dzieł kultury, Radio BIS nadawało kilkanaście stałych audycji o charakterze publicystycznym lub edukacyjnym, poświęconych omawianiu różnych dziedzin kultury: literatury, teatru, filmu, muzyki, sztuk plastycznych (m.in. „Stolik literacki”, „Teatr mój słyszę ogromny...”, „Antologia teatru”, „Sennik współczesny”, „Klub filmowy”, „Klub sztuk pięknych”, „Portret słowem malowany”, „W roli głównej”). Emitowane one były najczęściej w cyklach cotygodniowych, w różnych pasmach: głównie po południu i wieczorem, i zajmowały łącznie ponad 7 godzin w tygodniu i blisko 29 godzin w miesiącu, stanowiąc, w skali tygodnia i miesiąca, 4,2% czasu emisji programu. Tematyka kulturalna była także obecna w pięciu stałych audycjach o charakterze edukacyjnym, adresowanych głównie do młodzieży, nadawanych codziennie („Radio Kleks”, „Klub Cogito”) lub raz w

tygodniu („Bisowisko”, „Zygzak”, Studio BIS”) i zajmujących łącznie 28 godzin tygodniowo i 112 godzin w miesiącu, czyli stanowiących 15,5% czasu emisji programu w skali tygodnia i miesiąca. Bieżące wydarzenia kulturalne były ponadto okazjonalnie omawiane w innych audycjach publicystycznych („Powróćmy do tematu”). W badanym okresie nadano 7 takich „kulturalnych” wydań audycji; zajęły one łącznie nieco ponad godzinę (0,2% czasu emisji w miesiącu).

Jak wynika z przedstawionych danych, audycje poświęcone kulturze nadawane były w badanym okresie we wszystkich programach ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A., różny był jednak wymiar ich emisji. Bardzo niewielki udział miały one w Programie 3 (3% czasu nadawania programu w ciągu tygodnia i miesiąca), średni i znaczny w Programie 1 i Radiu BIS (8% - 23%). W wyspecjalizowanym, muzyczno-literackim Programie 2 (96%) wypełniały niemal cały czas emisji.

Audycje prezentujące dzieła kultury na antenie nadawane były w trzech programach: 1, 2 i w Radiu BIS; nie nadawano ich w Programie 3. Audycje te emitowane były w stałych cyklach, codziennie lub raz w tygodniu, najczęściej w paśmie porannym lub późnowieczornym. W Programie 1 i w Radiu BIS ich udział był jednak niewielki (2,5%-3% czasu emisji programu w miesiącu). Zadanie prezentacji dzieł kultury w Polskim Radiu wypełnia więc niemal wyłącznie Program 2.

Audycje służące informacji, publicystyce i edukacji na temat kultury nadawano we wszystkich czterech programach Polskiego Radia S.A. Podobnie jak audycje bezpośrednio prezentujące dzieła, nadawane one były w stałych cyklach, codziennie lub raz w tygodniu. O szczególnie głośnych wydarzeniach kulturalnych informowano także w codziennych magazynach informacyjnych i publicystycznych poświęconych bieżącym wydarzeniom społeczno-politycznym i gospodarczym, ale odnotowujących także wybrane fakty kultury. Nadawano również audycje poświęcone prezentacji sylwetek znanych postaci życia publicznego, w tym m.in. ludzi kultury – twórców, aktorów itd. Na poszczególnych antenach Polskiego Radia audycje informacyjne, publicystyczne i edukacyjne omawiające wydarzenia, postaci i zjawiska kultury zajmowały od 3% i 6% (Programy 3 i 1) do 17%-20% (Program 2 i Radio BIS). Rekapitulację danych liczbowych na ten temat przedstawia poniższa tabela.

Programy Polskiego Radia S.A.	Prezentacja utworów literackich i muzycznych na antenie	w tym:		Audycje omawiające wydarzenia i zjawiska kultury (informacja, publicystyka edukacja)	Razem audycje poświęcone kulturze
		audycje muzyczne	audycje literackie		
dane w odsetkach czasu emisji programu w badanym miesiącu					
Program 1 PR	2,5%	0,5%	2%	5,9%	8,4%
Program 2 PR	79%	74%	5%	17%	96%
Program 3 PR	0	0	0	3%	3%
Radio BIS	3%	1,3%	1,7%	20%	23%

Przedstawione dane pokazują, iż udział audycji dotyczących kultury w trzech programach PR: w Programie 1, 2 i Radiu BIS odpowiada w zasadzie ich założonym profilom i specjalizacji. Na tym tle niepokoić może jednak znikomy udział Programu 3 w realizacji zadania popularyzacji kultury na antenach Polskiego Radia. Nadaje on, jak pokazano, bardzo

niewiele, bardzo skrótowych audycji na ten temat. Szkoda też, że w Programie 1 Polskiego Radia, mającym spośród czterech anten najszerszy odbiór społeczny, prezentacja muzyki poważnej nie dorównuje ilościowo prezentacji literatury na antenie. W omawianym okresie zabrakło emisji kilku nadawanych wcześniej audycji muzycznych, jak np. „Koncert Chopinowski” w niedzielę czy „Lista przebojów muzyki klasycznej”. Z kolei w odniesieniu do Programu 2 PR zgłosić należy – niezależnie od jego zalet – poważną wątpliwość, czy występująca w tym programie wyraźna dysproporcja między udziałem muzyki i literatury w programie, na niekorzyść tej drugiej, jest uzasadniona interesem kultury.

### ***Rozgłośnie regionalne radia publicznego***

Audycje poświęcone zagadnieniom kultury mają w programach rozgłośni regionalnych udział znaczący. Poszczególne stacje nadają od kilku do dwudziestu kilku stałych cykli: informacyjnych, publicystycznych lub edukacyjnych, a także literackich lub muzycznych, dotyczących tej problematyki. W 17 rozgłosniach regionalnych nadano łącznie w ciągu badanego miesiąca 1040 godzin takich audycji, co czyni średnio 61 godzin w miesiącu (i ponad 2 godziny średnio dziennie) na rozgłośnie.

Rozpiętość czasu przeznaczanego na omawiane audycje była w poszczególnych rozgłosniach bardzo duża: od 24 godzin na miesiąc w Radiu Opole, tj. średnio niespełna godzinę dziennie, i 33 godzin w Radiu Kraków, do 80 i więcej godzin w miesiącu w Radiu Gdańsk, w Rzeszowie, Kielcach i Białymstoku (średnio 2,5 - 3 godziny dziennie).

Audycje poświęcone kulturze i sztuce w rozgłosniach regionalnych radia publicznego w badanym miesiącu (jesień 2002 roku)

<b>Rozgłośnie regionalne radia publicznego</b>	Liczba stałych cykli	Liczba godzin audycji poświęconych kulturze i sztuce w badanym miesiącu *	Odsetek czasu emisji w skali tygodnia i miesiąca
<b>Radio Białystok</b>	<b>13</b>	79,5 godz.	<b>11%</b>
<b>Radio Pomorza i Kujaw (Bydgoszcz)</b>	<b>14</b>	67,3 godz.	<b>9,3%</b>
Radio Gdańsk	26	<b>95 godz.</b>	13%
Radio Katowice	19	56 godz.	7,8%
Radio Kielce	20	<b>84,2 godz.</b>	11,7%
Radio Kraków	10	<u>33 godz.</u>	<u>4,6%</u>
Radio Lublin	10	37,6 godz.	<u>5,2%</u>
Radio Łódź	21	<b>77 godz.</b>	10,7%
Radio Olsztyn	17	60,6 godz.	8%
Radio Opole	10	<u>24 godz.</u>	<u>3,3%</u>
Radio Merkury (Poznań)	16	56,7 godz.	7,9%
<b>Radio Rzeszów</b>	<b>22</b>	93 godz.	<b>12,9%</b>

Radio Szczecin	14	<b>71 godz.</b>	9,8%
Radio dla Ciebie (Warszawa)	9	<u>37 godz.</u>	<u>5,2%</u>
Radio Wrocław	8	62,5 godz.	8,7%
Radio Zachód (Zielona Góra)	21	<u>39 godz.</u>	<u>5,4%</u>
<b>Łącznie w 17 rozgłosniach</b>	<b>268</b>	<b>1040 godz.</b>	
<b>Średnio w rozgłosni</b>	<b>16</b>	<b>61 godz.</b>	<b>8,5%</b>

We wszystkich rozgłosniach nadawane były zarówno audycje informacyjne i edukacyjne o kulturze, jak i cykle poświęcone emisji literatury i muzyki poważnej na antenie. Proporcje między tymi dwiema kategoriami audycji były jednak bardzo różne. Ponad połowa rozgłosni (10) poświęcała więcej czasu na prezentację utworów literackich i (lub) muzyki poważnej, niż na omówienia. Szczególnie wysoki udział obu tych rodzajów audycji zadeklarowało Radio Rzeszów (powyżej 30 godzin miesięcznie zarówno literatury, jak i muzyki poważnej), nieco mniejszy - Radio Łódź i Radio Koszalin; wysoki udział muzyki poważnej (44 godz.) cechuje program Radia Białostok. Tylko w trzech rozgłosniach - Gdańsku, Wrocławiu i Lublinie przewagę ilościową mają audycje o kulturze niż bezpośrednia prezentacja utworów (por. tabela poniżej).

Rozgłosnie regionalne radia publicznego	Prezentacja dzieł kultury		Audycje omawiające wydarzenia i zjawiska kultury (informacja, publicystyka, edukacja)	Razem audycje poświęcone kulturze
	proza, poezja, teatr radiowy (słuchowisko)	muzyka poważna i ludowa		
	liczba godzin nadanych audycji			
Radio Białostok	<b>11,5</b>	44	<b>24</b>	79,5
Radio Pomorza i Kujaw (Bydgoszcz)	21,5	<b>11,5</b>	34,3	<b>67,3</b>
Radio Gdańsk	<b>16,8</b>	13,8	<b>65</b>	<b>95</b>
Radio Katowice	19,5	19,6	17	56
Radio Kielce	16	<b>25</b>	<b>43,2</b>	<b>84,2</b>
Radio Kraków	14,4	9,5	9	33
Radio Lublin	<u>6</u>	<u>6,5</u>	25	37,6
Radio Łódź	<b>27</b>	<b>23</b>	26	<b>77</b>
Radio Olsztyn	6,3	<b>25,3</b>	29	60,6
Radio Opole	3,5	12,6	8	24
Radio Merkury (Poznań)	8,2	<b>24</b>	24,4	56,7
Radio Rzeszów	30,2	33,3	29,5	93
Radio Szczecin	<b>22</b>	14,3	<b>34,6</b>	<b>71</b>

Radio dla Ciebie (Warszawa)	1,2	20,8	15	37
Radio Wrocław	3,1	8,4	51	62,5
Radio Zachód (Zielona Góra)	16,5	9,6	13	39
<b>Łącznie w 17 rozgłośniach</b>	<b>247</b>	<b>322</b>	<b>484</b>	<b>1040 godz.</b>
<b>Średnio w rozgłośni</b>	<b>14,5</b>	<b>19</b>	<b>28,5</b>	<b>61 godz.</b>

Wśród audycji prezentujących literaturę dominowała proza czytana, w aktorskim wykonaniu. Prezentowano zarówno klasykę jak i literaturę współczesną; niektóre stacje nadawały w ciągu doby nawet po kilka czytanych cykli prozy. Audycje te były emitowane codziennie, przez 5 lub 7 dni w tygodniu, o stałych porach i kilka razy w ciągu doby, co umożliwiało ich odbiór możliwie szerokiemu gronu słuchaczy.

Obok prozy, większość rozgłośni rezerwowała także miejsce dla poezji; były to na ogół audycje krótkie (5 – 10 minutowe), emitowane np. jako „wiersze na dobranoc”, ale nadawane systematycznie, przypominały słuchaczom o istnieniu poezji jako czegoś bliskiego codziennemu życiu. Utwory poetyckie, twórców znanych i uznanych (Szymskiej, itp.), a szczególnie często twórców regionalnych, były także przedstawiane w audycjach poświęconych twórczości poszczególnych twórców, nadawanych przy okazji rozmaitych wydarzeń wydawniczych, nagród literackich itp.

Trzecim rodzajem obecności literatury na antenach rozgłośni, najbardziej rozbudowanym formalnie, były słuchowiska, czyli spektakle teatru radiowego. Nadawano zarówno adaptacje znanych utworów dramatycznych, jak i słuchowiska oryginalne, pisane specjalnie dla radia.

Wielką wagę przywiązywały również radiowe rozgłośnie regionalne do popularyzacji muzyki poważnej w programie, a także muzyki ludowej i folkloru. Niemal wszystkie stacje nadają audycje prezentujące klasykę muzyczną, i edukujące w tym zakresie. Większość z nich nadaje dwa, trzy lub nawet cztery takie stałe cykle, poświęcone np. poszczególnym epokom w dziejach muzyki, różnym jej rodzajom - muzyce symfonicznej, kameralnej itp., czy poszczególnym twórcom.

Nadawane są one naprzemiennie w kolejne dni tygodnia, w stałym paśmie (najczęściej wieczorem), zaplanowanym przez nadawcę jako pasmo muzyczno-literackie. Dzięki tym zabiegom zostają uszanowane przyzwyczajenia słuchacza do odbioru określonych audycji o określonych porach.

### *Ogólnopolskie programy telewizji publicznej*

Telewizja Polska S.A., podobnie jak Polskie Radio S.A., emituje audycje poświęcone kulturze we wszystkich nadawanych programach, tj. zarówno w obu kanałach ogólnopolskich, jak i w programie TVP 3 Regionalna. Poświęca jednak na te audycje kilkakrotnie mniej czasu niż Polskie Radio S.A. W badanym miesiącu Program 2 TVP nadał 46,5 godziny audycji o tematyce kulturalnej lub poświęconych prezentacji dzieł kultury, Program 1 TVP – dwa razy mniej. W obu programach ogólnopolskich łącznie nadano w ciągu

miesiąca zaledwie 70,5 godziny takich audycji, co stanowi 6,2% (nieco ponad jedną dwudziestą) czasu emisji tych programów w miesiącu.

Zestawienie danych dla obu programów ogólnopolskich TVP S.A. przedstawia tabela poniżej:

Telewizja Polska S.A.	Liczba godzin audycji poświęconych kulturze i sztuce w badanym miesiącu	Odsetek czasu emisji programu w miesiącu	Średnio w ciągu doby
Program 1 TVP S.A.	24 godz.	4,1%	48 min.
Program 2 TVP S.A.	46,5 godz.	8,3%	1,5 godz.
<b>Łącznie</b>	<b>70,5 godziny</b>	<b>6,2%</b>	<b>2,3 godz.</b>

• **Program 1 TVP S.A.**

W TVP 1 emitowane są dwa stałe cykle prezentujące dzieła kultury: poniedziałkowy Teatr Telewizji, pokazujący pozycje z kanonu polskiej i obcej literatury dramatycznej, i „Uczta kinomana” w niedzielę, cykl wybitnych filmów kinowych. Muzyki poważnej w TVP 1 nie emitowano. W badanym miesiącu oba cykle łącznie zajęły na antenie 11 godzin, czyli niespełna 2% całkowitego czasu emisji programu. Nadano cztery spektakle Teatru Telewizji, w tym dwa dramaty polskie („Moralność pani Dulskiej” Gabrieli Zapolskiej i „Piękny widok” Stanisława Mrożka), oraz dwa filmy w cyklu „Uczta”, m.in. „Panny z Wilka” Andrzeja Wajdy według Jarosława Iwaszkiewicza. Obok tych stałych pozycji nadano także widowisko poetyckie na podstawie wierszy Leśmiana („Łąka”) i spektakl pt. „Sędziowie” w reżyserii Konrada Swinarskiego. Spektakle teatralne były w większości powtórzeniami sprzed lat, przypominanymi widzom jako najlepsze inscenizacje 50-lecia istnienia TVP.

Informacje, omówienia i analizy na temat różnych dziedzin kultury zajmowały w TVP 1 w badanym miesiącu niespełna 13 godzin, tj. 2,2% czasu emisji programu. Poświęconych im było sześć stałych cykli, w tym nadawany co tydzień magazyn „Pegaz”, omawiający bieżące wydarzenia kulturalne, oraz „Dobre książki”, „Szept prowincjonalny” (informujący o wydarzeniach kulturalnych poza stolicą), „Rozmowy na nowy wiek” (cykl komentarzy do współczesnych przemian kulturowych w Polsce), „Rozmowy na czasie” (m.in. zagadnienia pop kultury) i teleturniej „Zabawy z językiem polskim”. Te stałe audycje, nadawane, z wyjątkiem „Pegaza”, tylko raz w miesiącu, zajęły łącznie 4 godziny, czyli jedną trzecią czasu wszystkich audycji poświęconych w TVP 1 komentowaniu kultury.

Poza tymi stałymi cyklami wyemitowano w badanym okresie trzy filmy dokumentalne o malarstwie współczesnym: o twórczości Pabla Picasso i o dwóch polskich malarzach współczesnych, a także dokument z cyklu „Światowe dziedzictwo kultury”, pokazujący zabytki Bambergu. Nadano również kilkanaście audycji związanych z bieżącymi wydarzeniami kulturalnymi, jak Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, premiera filmu o Władysławie Szpilmanie i związane z tym przypomnienie jego życia i twórczości, premiera „Zemsty” Andrzeja Wajdy, nagrody literackie Nike. Wymienione pozycje niecykliczne zajęły łącznie około 5 godzin, czyli niespełna 1% czasu emisji programu w miesiącu.

Na odrębną uwagę zasługuje pokazany w Programie 1 dwukrotnie film nadany *pro domo sua*, dokumentujący 50-letnią historię TVP, pt. „Taka była telewizja”. Audycja ta zajęła (łącznie z powtórzeniami) znaczną ilość czasu na antenie – niemal tyle samo, ile wszystkie stałe cykle poświęcone kulturze razem wzięte.

Pełny wykaz audycji poświęconych kulturze nadanych w programie 1 TVP przedstawiono poniżej.

Audycje poświęcone kulturze i sztuce w TVP 1 (jesień 2002 roku)

Tytuł i rodzaj audycji (cyklu)	Czas emisji w miesiącu	Udział w programie
Spektakle teatralne i cykle wybitnych filmów kinowych	11,3 godz.	1,9%
Teatr Telewizji (1x tyg.; 5 spektakli)	423 min.	
Widowisko poetyckie (1 spektakl – okazjonalny)	25 min	
Uczta kinomana (2 filmy)	226 min	
Muzyka poważna i jazz	nie nadawano	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury - audycje stałe	4 godz.	0,7%
Pegaz (1x tyg.; 4 em.)	100 min	
Dobre książki (2 x mies.; nadano 1 raz)	40 min	
Rozmowy na nowy wiek (1 x w mies.)	25 min	
Szept prowincjonalny (1 x w mies.)	20 min	
Zabawy z językiem polskim -teleturniej (2x mies.; 1 em.)	25 min	
Rozmowy na czasie (1 x mies.)	28 min	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury – audycje okazjonalne	5,2 godz.	0,9%
Sztuki plastyczne: malarstwo – sylwetki polskich twórców (film dok., 2 em.)	52 min	
Picasso – sylwetka twórcza i życie (film dok.)	83 min	
Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni	40 min	
Premiera filmu „Zemsta” Andrzeja Wajdy – relacje, omówienia	46 min	
Twórczość i życie Władysława Szpilmana	40 min	
Nagrody literackie Nike	4 min	
Światowe dziedzictwo kultury: miasto Bamberg (film dok.)	15 min	
Jan Nowak Jeziorański o nieznanym fakcie z pontyfikatu ostatnich trzech papieży	15 min	
Szanse polskich zespołów muzycznych (muzyka pop)	20 min	
Audycje dotyczące historii TVP	3,5 godz.	0,6%
Taka była telewizja – historia TVP	3,5 godz.	
<b>Ogółem</b> w badanym miesiącu	<b>24 godz.,</b> (śr. 48 min. dziennie)	<b>4,1%</b>

• **Program 2 TVP S.A.**

W Programie 2 TVP podobnie jak w Programie 1 emitowano dwa stałe, cotygodniowe cykle prezentujące utwory teatralne i filmy kinowe: – „Studio Teatralne Dwójki”, pokazujące zarówno klasykę dramatu jak i utwory współczesne, oraz cykl pt. „Kocham kino”, w którym emitowane są interesujące filmy z *różnych kręgów kulturowych*. Obok Studia Teatralnego Dwójki, przedstawiającego zarówno klasykę teatralną jak i dramat współczesny, nadawano cykl inscenizacji teatralnych dla młodzieży, poświęconych różnym problemom tzw. z życia



wziętym, pt. „Teatr młodego widza - Wokół nas”. W programie znalazła się także seria filmów animowanych według „opowiadań filozoficznych” Leszka Kołakowskiego, pt. „Bajki z królestwa Lailonii”, oraz dokument Krzysztofa Kieślowskiego pt. „Z punktu widzenia nocnego portiera”, nadany w cyklu „Arcydzieła polskiego filmu dokumentalnego”.

Obok przedstawionych wyżej pozycji literackich i filmowych, które w badanym okresie zajęły łącznie 13,5 godziny, tj. 2,4% czasu emisji programu, Program 2 TVP nadawał także audycje prezentujące muzykę poważną i jazz oraz nagrania uznanych za szczególnie wartościowe widowisk muzyczno-rozrywkowych, prezentujących rozmaite „pogranicza kulturowe”, jak np. Festiwal Kultury Kresowej. W dziedzinie muzyki symfonicznej przypominano fragmenty dawnych, cieszących się popularnością cykli, jak „Maciej Niesiołowski: Z batutą i z humorem” czy „Bogusław Kaczyński zaprasza”. Nadano też kilkanaście dłuższych relacji i transmisji z bieżących wydarzeń muzycznych, w tym z odbywających się aktualnie festiwali muzycznych, takich jak Vratislavia Cantans, Festiwal operowy w Ciechocinku, Warszawska Jesień czy Warsaw Summer Jazz Days. Emitowano ponadto w każdą niedzielę odcinki serialu dokumentalnego mającego charakter zarówno prezentacji muzyki, jak i edukacji muzycznej, pt. „Leonard Bernstein – spotkania z muzyką”. Wymienione audycje poświęcone dobrej muzyce zajęły w Programie 2 TVP w badanym miesiącu blisko 23 godziny, czyli 4,1% czasu emisji programu.

Informacje o bieżących wydarzeniach kulturalnych, omówienia i analizy dotyczące różnych zjawisk kultury przedstawiane były w Dwójce w siedmiu stałych cyklach. Podobnie jak „Pegaz” w Jedyńce, w Programie 2 rolę bieżącego przeglądu wydarzeń kulturalnych pełni nadawana co tydzień audycja pt. „Jazda kulturalna”. Pozostałe stałe audycje, dotyczące różnych dziedzin sztuki: filmu, literatury, muzyki („Telewizyjne Wiadomości Literackie”, „Kocham kino” – część publicystyczna, „Camerata”) lub też poświęcone szerszym analizom kulturowym („Ogród sztuk”, „Wieczór artystyczny”, „Autograf”) nadawane są raz w miesiącu. Wymienione stałe cykle zajęły w badanym okresie 6,2 godziny, tj. nieco ponad 1% czasu emisji programu.

Kilka audycji omawiających aktualne wydarzenia kulturalne nadano poza stałymi cyklami. Podobnie jak w Programie 1 relacjonowano w nich Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni i nagrody literackie Nike; przedstawiano także wydarzenia nie omawiane w Programie 1: Festiwal Dialogu Czterech Kultur w Łodzi, Harcerski Festiwal Kultury Młodych, VIII Festiwal Kultury Kresowej. Wskazane relacje i transmisje wydarzeń kulturalnych zajęły w badanym okresie łącznie niespełna 6 godzin, tj. 1% czasu emisji programu.

Pełny wykaz tytułów audycji nadanych w TVP 2 przedstawiono poniżej.

#### Audycje poświęcone kulturze i sztuce w TVP 2 (jesień 2002 roku)

Tytuł i rodzaj audycji (cyklu)	Czas emisji w miesiącu	Udział w programie
Spektakle teatralne, opowiadki filozoficzne, cykle wybitnych filmów kinowych	13,5 godz.	2,4%
Studio Teatralne Dwójki (1x w tyg.; 3 spektakle)	277 min	
Tele-maski (1 spektakl)	78 min	
Bajki z królestwa Lailonii (wg L. Kołakowskiego, 2 em.)	29 min.	
Teatr dla młodych widzów – „Wokół nas” (4 spektakle)	181 min.	

„Kocham kino” – film kinowy	225 min.	
Arcydzieła polskiego filmu dokumentalnego (1 em.)	17 min.	
Muzyka poważna i jazz oraz widowiska muzyczne	22,7 godz.	4,1%
W starym dworku (Chopin)	25 min.	
Maciej Niesiołowski: Z batutą i z humorem	90 min.	
Bogusław Kaczyński zaprasza...	250 min.	
Leonard Bernstein – spotkania z muzyką (serial dok.)	264 min.	
Akademia muzyki dawnej w Wilanowie	25 min.	
Warszawska Jesień	60 min.	
Festiwal operowy w Ciechocinku	50 min.	
Warsaw Summer Jazz Days	55 min.	
Vratislavia Cantans	85 min.	
St. Moniuszko - Hrabina	59 min.	
Cesaria Evoria - koncert	60 min.	
Muzyka Wł. Szpilmana	145 min.	
Pozostałe koncerty muzyki poważnej	87 min.	
VIII Festiwal Kultury Kresowej (widowisko muzyczne)	100 min.	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury – audycje stałe	6,2 godz.	1,1%
Jazda kulturalna (1x w tyg.)	122 min.	
Ogród sztuk (2x w mies.)	52 min.	
Kocham kino (publicystyka)	50 min.	
Telewizyjne Wiadomości Literackie (1x w mies.)	25 min.	
Camerata (1x w mies.)	26 min.	
Wieczór artystyczny: Historia polskiego kina	56 min.	
Autograf – talk-show o kulturze	40 min.	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury – audycje okazjonalne	<b>4,1 godz.</b>	<b>0,7%</b>
Festiwal Dialogu Czterech Kultur w Łodzi	45 min.	
Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni	103 min.	
Harcerski Festiwal Kultury Młodych	25 min.	
Nagrody literackie Nike	20 min.	
Pozostałe (Peter Brook, wystawa fotografii z NY, plastyka)	50 min.	
<b>Ogółem</b> w badanym miesiącu	<b>46,5 godz.</b> (śr. 93 min. dziennie)	<b>8,3%</b>

Jak wynika z przedstawionych danych, audycje dotyczące zagadnień kultury, zarówno prezentujące wybrane dzieła kultury jak komentujące wydarzenia kulturalne, mają w obu ogólnopolskich programach TVP S.A. stałe miejsce. Miejsce to nie jest jednak zbyt duże ani eksponowane. Audycje o tej tematyce nadawane są w większości w cyklach comiesięcznych, oraz niemal wyłącznie w paśmie późnowieczornym. Oba czynniki nie sprzyjają zbudowaniu dużej widowni audycji.

W zakresie prezentacji dzieł kultury obecne są w TVP niemal wyłącznie trzy dziedziny: literatura, głównie poprzez dramat sceniczny, film fabularny i – w Programie 2 – muzyka. Sztuki plastyczne: malarstwo, rzeźba, grafika, a także architektura i zabytki są prawie nie pokazywane w audycjach telewizji publicznej. W informacji i omówieniach dominują magazyny, dyskusje w studio i inne formy dyskursywne. Rzadko tylko prezentowane są filmy dokumentalne o sztuce. Uwagi te odnoszą się do obu programów TVP.

Program 1 TVP nadaje o połowę mniej audycji poświęconych kulturze niż Program 2. Nie jest w nim w ogóle prezentowana muzyka poważna; zadanie to wypełnia jedynie Program 2. Rekapitulację danych liczbowych na ten temat przedstawia poniższa tabela (dane w odsetkach czasu emisji programu w ciągu miesiąca).

Telewizja Polska S.A.	Prezentacja dzieł kultury		Audycje omawiające wydarzenia i zjawiska kultury (informacja, publicystyka, edukacja)	Razem audycje poświęcone kulturze
	spektakle teatralne, wybitne filmy kinowe, literatura	muzyka poważna, jazz, muzyka ludowa		
Program 1 TVP S.A.	1,9%	0	2,2%	4,1%
Program 2 TVP S.A.	2,4%	4,1%	1,8%	8,3%
Średnio w obu programach	2,1%	2,1%	2%	6,2%

W TVP 2 oferta w zakresie muzyki nie jest zbyt bogata. Poza relacjami i transmisjami z aktualnych wydarzeń muzycznych, telewizja publiczna korzysta tu w dużej mierze z dawnych dokonań. Nie powstają nowe audycje i cykle służące pokazywaniu muzyki. Nie ma też w programie scenicznych utworów muzycznych, które dawniej miały w nim stałe miejsce: spektakli operowych i baletowych.

### ***Program regionalny TVP S.A.***

W programie regionalnym TVP, składającym się z pasma wspólnego (TVP 3 Regionalna) i z własnych programów poszczególnych oddziałów terenowych, na audycje dotyczące kultury poświęcono w badanym okresie **24,4 godziny** w paśmie wspólnym i od niespełna **czterech** do blisko **15 godzin** w programach poszczególnych oddziałów. W sumie na antenach poszczególnych oddziałów wyemitowano więc w badanym okresie (w paśmie wspólnym i w pasmach lokalnych łącznie) od **28** do **39 godzin** audycji poświęconych kulturze, co stanowiło od **5,5%** do **7,6%** całego czasu emisji programu w danym oddziale w miesiącu. Szczegółowe dane pokazują poniższe tabele.

Oddziały Terenowe TVP S.A.	Liczba godzin audycji poświęconych kulturze i sztuce w badanym miesiącu	Udział w paśmie wspólnym lub w programie własnym	Udział w łącznym czasie emisji programu w miesiącu	Średnio w ciągu dnia
TVP 3 Regionalna - pasmo wspólne	<b>24,4 godz.</b>	<b>6% *</b>	<b>4,8%</b>	<b>49 min.</b>
Programy własne OTV – łącznie 12 Oddziałów	122,7 godz.			
Średnio w Oddziale (program własny)	<b>10,2 godz.</b>	<b>10%**</b>	<b>1,9%</b>	<b>20 min.</b>

\*W stosunku do liczby godzin emisji pasma wspólnego w miesiącu;

\*\* W stosunku do średniej liczby godzin emisji programu własnego w Oddziale. Obliczenia własne.

Oddziały Terenowe TVP S.A. – Programy własne	Liczba godzin audycji poświęconych kulturze i sztuce w badanym miesiącu	Udział w programie własnym Oddziału*	Udział w łącznym czasie emisji programu w miesiącu*	Średnio w ciągu dnia
OTV Białystok	12,2 godz.	<b>14%</b>	2,4%	<b>24 min.</b>
OTV Bydgoszcz	7,2 godz.	8%	1,4%	14 min.
OTV Gdańsk	8,2 godz.	8%	1,6%	16 min.
OTV Katowice	3,6 godz.	3,4%	0,7%	7 min.
OTV Kraków	8,8 godz.	8,8%	1,7%	18 min.
OTV Lublin	14,5 godz.	<b>14,4%</b>	<b>2,8%</b>	<b>29 min.</b>
OTV Łódź	11 godz.	<b>11%</b>	2,2%	22 min.
OTV Poznań	12 godz.	<b>12%</b>	2,4%	<b>24 min.</b>
OTV Rzeszów	11,8 godz.	<b>11,6%</b>	2,3%	<b>24 min.</b>
OTV Szczecin	11,5 godz.	<b>11,3%</b>	2,3%	23 min.
OTV Warszawa	12,3 godz.	<b>12,3%</b>	2,4%	<b>25 min.</b>
OTV Wrocław	9,6 godz.	9,6%	1,9%	19 min.
Średnio w Oddziale (program własny)	<b>10,2 godz.</b>	<b>10%</b>	<b>1,9%</b>	<b>20 min.</b>

Prezentacja dzieł i utworów kultury zajęła w programach regionalnych w badanym okresie niewiele miejsca. W paśmie wspólnym poświęcono w sumie kilka godzin na emisję muzyki. Utworów z innych dziedzin sztuki nie prezentowano. Muzyka znalazła się też w programach własnych ponad połowy (7) oddziałów. Tutaj również do wyjątków należały prezentacje dotyczące innych dziedzin, np. literatury na antenie – znalazły się one w programie jednego tylko oddziału (OTV Warszawa).

Wszystkie oddziały terenowe nadawały natomiast regularnie audycje informujące i omawiające wydarzenia kulturalne w regionie i różne zjawiska kultury. Czas emisji takich audycji w poszczególnych oddziałach wahał się od niespełna 3 do blisko 15 godzin. Audycje o kulturze nadawane były także w pasmach wspólnych; zajęły one w TVP 3 Regionalna 18 godzin. W sumie więc audycje służące informowaniu i omówieniu wydarzeń i zjawisk kultury zajmowały w badanym okresie na antenach poszczególnych oddziałów (w paśmie wspólnym i w części lokalnej łącznie) od 27 do 32 godzin. Szczegółowe dane pokazuje poniższa tabela.

Programy regionalne TVP S.A.	Prezentacja dzieł kultury		Audycje omawiające wydarzenia i zjawiska kultury (informacja, publicystyka, edukacja)	Razem audycje poświęcone kulturze
	spektakle teatralne, wybitne filmy, literatura	muzyka poważna, jazz, muzyka ludowa		
<b>TVP 3 Regionalna - pasmo wspólne</b>	<b>0</b>	<b>6,5 godz.</b>	<b>18 godz.</b>	<b>24,4 godz.</b>
<b>OTV - programy własne, łącznie w 12 oddziałach</b>	<b>36 min.</b>	<b>9,2 godz.</b>	<b>113 godz.</b>	<b>122,8 godz.</b>
OTV Białystok	0	0	12,2 godz.	12,2 godz.
OTV Bydgoszcz	0	0	7,2 godz.	7,2 godz.
OTV Gdańsk	0	0	8,2 godz.	8,2 godz.
OTV Katowice	0	50 min.	<u>2,7 godz.</u>	<u>3,6 godz.</u>
OTV Kraków	0	0	8,8 godz.	8,8 godz.
OTV Lublin	0	0	<b>14,5 godz.</b>	<b>14,5 godz.</b>
OTV Łódź	0	50 min.	10,2 godz.	11 godz.
OTV Poznań	0	1,5 godz.	10,5 godz.	12 godz.
OTV Rzeszów	0	<b>3,2 godz.</b>	8,7 godz.	11,9 godz.
OTV Szczecin	0	56 min.	10,5 godz.	11,5 godz.
OTV Warszawa	36 min.	11 min.	11,5 godz.	12,3 godz.
OTV Wrocław	0	1,8 godz.	7,8 godz.	9,7 godz.
<b>Średnio w Oddziale</b>	<b>x</b>	<b>46 min.</b>	<b>9,4 godz.</b>	<b>10,2 godz.</b>

- **TVP 3 Regionalna – pasmo wspólne**

Jak wynika z przedstawionej tabeli, w Programie TVP 3 Regionalna, emitowanym jako pasmo wspólne programów regionalnych TVP, nadano w badanym okresie 6,5 godziny audycji poświęconych prezentacji muzyki; dotyczyły one muzyki poważnej i jazzu. Dwie spośród tych audycji: audycja „Od arii do piosenki”, prezentująca muzykę klasyczną, i serial dokumentalny na temat jazzu, miały charakter cykliczny. Nadawano ponadto relacje i transmisje z odbywających się aktualnie koncertów i przedstawień muzycznych.

Audycje poświęcone omawianiu zagadnień kultury zajęły w TVP 3 Regionalna 18 godzin. Nadawano cztery stałe cykle: codzienny krótki (7 min.) informator kulturalny pt. „Regiony kultury”, przedstawiający informacje o wydarzeniach kulturalnych z terenu całego kraju, i trzy pozycje prezentujące nowości wydawnicze: cotygodniowe „Książka tygodnia” i „Książka dla dzieci”, oraz codzienny 2-minutowy informator o nowościach książkowych z poszczególnych regionów, pt. „Książki z górnej półki”. Oprócz tych stałych pozycji nadano kilka audycji o szczególnie głośnych wydarzeniach kulturalnych - Festiwalu Czterech Kultur w Łodzi i nagród filmowych dla Romana Polańskiego. Przypomniano sylwetkę twórczą Jaremy Stępowskiego, w związku z rocznicą jego śmierci. Wyemitowano także dwukrotnie audycję związaną z 50-leciem istnienia telewizji w Polsce – teleturniej pt. „Złoty pilot”.

Obok opisanych pozycji, w TVP 3 Regionalna nadawano także kilka ważnych audycji odnoszących się do kultury w szerszym rozumieniu, tj. obejmującej nie tylko poszczególne dziedziny sztuki, ale także historię i dziedzictwo kulturalne narodu. Mowa tu o cyklach „Małe ojczyzny” i „Nasze miasta”, przedstawiające tkankę społeczną i przemiany społeczno-kulturowe i cywilizacyjne polskiego „Homelandu”, oraz „Stacja PRL”, przypominający najnowszą historię Polski. Do tej grupy audycji zaliczyć można także nadany w rocznicę wybuchu wojny film dokumentalny pt. „Wojenne dni Warszawy”.

Ostatnią grupę audycji o kulturze nadanych w TVP 3 Regionalna tworzyły filmy dokumentalne o charakterze etnograficzno-antropologicznym, przedstawiające egzotyczne kultury. Nadawano dwa takie cykle: o obrzędach religijnych w odległych od Europy rejonach świata i o sposobie świętowania w różnych krajach i kulturach.

Szczegółową listę audycji nadanych w programie TVP 3 Regionalna przedstawiono poniżej.

**Audycje poświęcone kulturze i sztuce w TVP 3 Regionalna - pasma wspólne (jesień 2002 roku)**

Tytuł i rodzaj audycji (cyklu)	Czas emisji w miesiącu	Udział w programie
Spektakle teatralne i cykle wybitnych filmów kinowych	nie nadawano	
Muzyka poważna i jazz	<b>6,5 godz.</b>	<b>1,6%</b>
Od arii do piosenki (2x w mies.)	90 min.	
Jazz – serial dok. (1x w tyg.)	60 min.	
Muzyczne chwile królewskiej przyjemności (jednoraz.),	90 min.	
Jose Cura w Polsce – koncert (jednoraz.)	52 min.	
„Skrzypek na dachu” w Teatrze Żydowskim (jednoraz.)	83 min.	
Kazimierskie granie - 36. Festiwal w Kazimierzu	13 min.	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury – audycje stałe	<b>7,1 godz.</b>	<b>1,7%</b>
Regiony kultury (aud. codzienna)	200 min.	
Książki z górnej półki – nowości wydawnicze (aud.	136 min.	
Książka tygodnia (1x w tyg.)	50 min.	
Książka dla dzieci (1x w tyg.)	38 min.	
Informacja, publicystyka i edukacja na temat kultury – audycje okazjonalne	<b>1,6 godz.</b>	<b>0,4%</b>
Festiwal dialogu czterech kultur w Łodzi	55 min.	
Złote Berło dla Polańskiego	26 min.	
Wspomnienie o Jaremie Stępskim	13 min.	
Audycje dotyczące historii TVP	<b>52 min.</b>	<b>0,2%</b>
Teleturniej „Złoty pilot”	52 min.	
Audycje prezentujące specyfikę kulturową różnych regionów	<b>5,7 godz.</b>	<b>1,4%</b>
Małe ojczyzny (1x w tyg.)	150 min.	
Nasze miasta (2x w mies.)	85 min.	
Stacja PRL (2x w mies.)	56 min.	
Wojenne dni Warszawy (jednorazowa)	52 min.	
Audycje prezentujące inne kultury	<b>2,7 godz.</b>	<b>0,6%</b>

Czas pogodnych bogów (serial dok., 1x w mies.)	53 min.	
Święta i uroczystości na świecie (serial dok., 1x w tyg.)	107 min.	
<b>Ogółem</b> w badanym miesiącu	<b>24,4 godziny</b> (śr. 49 min. dziennie)	<b>5,9%</b>

- **Program własny Oddziałów Terenowych TVP S.A.**

Jak wynika z przytoczonych wcześniej danych, audycje prezentujące utwory muzyczne znajdowały się w badanym okresie w programie własnym 7 oddziałów. W dwóch – OTV Katowice i OTV Rzeszów – nadawano cykliczne audycje poświęcone regionalnemu folklorowi, tj. muzyce ludowej i wypełnionym muzyką - folklorystycznym obrzędem. Szczególnie dużo miejsca poświęcono muzyce ludowej w programie OTV Rzeszów (3,2 godz. w badanym miesiącu), w którym oprócz 2 stałych audycji folklorystycznych nadano także relacje muzyczne z festiwali muzyki ludowej, m.in. ze Światowego Festiwalu Polonijnych Zespołów Folklorystycznych, odbywającego się w tym mieście. Relacje tego typu i koncerty zespołów ludowych nadał także OTV w Poznaniu (koncert z Międzynarodowego Festiwalu Folkloru w Zielonej Górze).

Dwa oddziały nadały koncerty muzyki poważnej, także związane z tym, co aktualnie działo się w ich miastach. I tak, w OTV Wrocław wyemitowano 3 koncerty z odbywającego się festiwalu Vratislavia Cantans, w OTV w Łodzi – koncert Jose Cura. OTV Warszawa nadała relację muzyczną z koncertu piosenek poetyckich o Warszawie.

OTV Warszawa, jako jedyny spośród oddziałów, poświęcił na antenie kilka minut poezji (recytowano wiersze Wisławy Szymborskiej) i przedstawił (transmitował) widowisko dokumentalne oparte na tekstach literackich „Electio viritim”, będące odtworzeniem w naturalnej scenerii przebiegu wyboru królów w Warszawie.

Audycje informujące o kulturze nadawały w programach własnych wszystkie oddziały, emitując od 2 (OTV Poznań) do 7 (OTV Warszawa) stałych cykli o tej tematyce. Wszystkie stacje nadawały rozmaite bieżące informatory i przeglądy wydarzeń kulturalnych w regionie; najczęściej w cyklu cotygodniowym (8 stacji), w trzech oddziałach (OTV Lublin, Szczecin i Warszawa) – co 2 tygodnie. Tylko jedna stacja (OTV Białystok) nadawała informator codzienny. Wszystkie oddziały nadawały też publicystykę kulturalną, w większości jako oddzielne, dłuższe niż informatory, audycje emitowane w cyklu cotygodniowym lub comiesięcznym. Niektóre oddziały miały ponadto w swym programie audycje poświęcone przeglądowi wydarzeń, publicystyce lub edukacji na temat poszczególnych dziedzin sztuki i kultury: filmu (OTV Białystok, Katowice), muzyki (OTV Białystok, Łódź, Szczecin), teatru (OTV Szczecin), sztuk plastycznych i procesu tworzenia (OTV Wrocław), języka polskiego (OTV Wrocław), wreszcie – samej telewizji i jej twórców (OTV Lublin). W specjalnych audycjach przedstawiano także sylwetki ludzi kultury (OTV Katowice, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań).

Oddzielną kategorią audycji o kulturze, bardzo ważną z punktu widzenia roli telewizji wobec społeczności regionów, są audycje prezentujące dziedzictwo kulturowe, zabytki, historię, a także współczesne osiągnięcia kulturalne poszczególnych ośrodków. Audycje takie nadaje w programach własnych większość oddziałów terenowych telewizji publicznej,

niektóre – po kilka różnych tematycznie cykli. Wymienić tu można tytułem przykładu następujące stałe cykle:

- „Znane – Nieznane – historia i kultura Podlasia” w OTV Białystok
- „Weekend w ...” i „Miejsce na mapie”, reportaże o dorobku kulturalnym i społecznym poszczególnych miejscowości w regionie, w OTV Katowice;
- „Piękno ocalone”, „Skarby Małopolski” w OTV Kraków;
- „Dziedzictwo” – ślady historii w sztuce i kulturze, „Ocalić od zapomnienia”, „Warownie pogranicznych szlaków”, w OTV Lublin;
- „Filmowa encyklopedia Łodzi” w OTV Łódź;
- „Wędrówki galicyjskie” i „Mapa folkloru Podkarpacia” w OTV Rzeszów;
- „Album Mazowsza”, o historycznych tradycjach tego regionu, „Są takie miejsca”, o kulturalnych zabytkach, „Warszawa w polskim filmie”, „Saga rodów warszawskich”, „Dawna Warszawa”, w OTV Warszawa.

Podsumowując należy stwierdzić, że o ile w programie TVP 3 Regionalna, czyli w paśmie wspólnym programów regionalnych TVP tematyka kulturalna zajmuje niewiele czasu, o tyle w programach własnych oddziałów ma ona ustalone miejsce. Ani TVP 3 Regionalna, ani oddziały nie stawiają sobie za cel, jak wynika z danych, prezentację dzieł kultury na antenie. Nadawane w kilku oddziałach koncerty muzyki ludowej lub rzadziej, muzyki poważnej wiązały się jedynie z bieżącymi imprezami muzycznymi. Wszystkie oddziały nadają natomiast, jak pokazano wyżej, audycje poświęcone informowaniu (względnie) na bieżąco o tym, co dzieje się w kulturze w regionie. Bardzo ważnym elementem ich programów są też audycje chroniące pamięć i wiedzę o dziedzictwie kulturowym miejsca, w którym się żyje.

### **Sposób relacjonowania szczytu UE w Kopenhadze w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej -TVP 1 i TVP 2, oraz koncesjonowanej - TVN, TVN 24, POLSAT**

Przedmiotem obserwacji były sposoby relacjonowania w dwóch programach telewizji publicznej, dwóch koncesjonowanych i satelitarnym programie informacyjnym szczytu Unii Europejskiej, który odbył się w Kopenhadze w dniach 13 – 14 grudnia 2002 roku.

W tym czasie nadano łącznie we wszystkich monitorowanych programach 45 godzin audycji informacyjnych i publicystycznych, z tego 33 godziny zajęły różnego rodzaju przekazy (informacje, korespondencje, komentarze, relacje, debaty, wywiady, przeglądy prasy, raporty, mapy i wykresy, depeche, zapowiedzi, hiperteksty), w których znalazły się informacje bezpośrednio o przebiegu szczytu w Kopenhadze lub do tych wydarzeń nawiązujące.

Analizując ten wybrany materiał, przyjęto dwa zasadnicze wskazania. Po pierwsze badano rangę jaką nadano w programie informacjom związanym ze szczytem w Kopenhadze. Zwracano zatem uwagę na czas i obecność tych informacji w ciągu doby, emisję audycji specjalnych, miejsce tej tematyki w audycjach informacyjnych, obecność specjalnej okolicznościowej oprawy graficznej i przekazów tekstowych (hipertekstów).



Drugą warstwą poddaną analizie była zawartość merytoryczna przekazów dotyczących szczytu. Sprawdzano na co nadawcy kładli akcent w przekazywanych informacjach, czy emitowane przekazy były czytelne i zrozumiałe dla tzw. przeciętnego widza. Zwracano także uwagę na zastosowane techniki redakcyjne, ich różnorodność bądź skromność.

### **Czas i ranga przekazów dotyczących szczytu**

Czas trwania przekazów dotyczących bezpośrednio szczytu w Kopenhadze (13 grudnia) i nawiązujących do niego (14 grudnia) w poszczególnych programach kształtował się następująco:

- TVP1 – 13 grudnia: 2 godz. 46 min i 14 grudnia: 1 godz. 58 min., co daje w ciągu dwóch dni - 4 godz. 44 min.
- TVP2 – 13 grudnia: 1 godz. 1 min i 14 grudnia: 1 godz. 32 min., co daje w ciągu dwóch dni 2 godz. 33 min.
- Polsat – 13 grudnia: 38 min. i 14 grudnia: 7 min., co daje w ciągu dwóch dni 45 min.
- TVN – 13 grudnia: 53 min i 14 grudnia: 21 min., co daje w ciągu dwóch dni 1 godz. 14 min.
- TVN 24 – 13 grudnia: 10 godz. 40 min. i 14 grudnia: 13 godz. 7 min., co daje w ciągu dwóch dni 23 godz. 47 min.

Uwzględniając w ogólnej puli wyspecjalizowany - informacyjny program TVN 24, stwierdzić należy, że czas tych przekazów rozłożył się prawie równomiernie między 13 grudnia – dzień szczytu (16 godz.) i 14 grudnia (17 godz.). W programach naziemnych o charakterze uniwersalnym (2 programy telewizji publicznej, TVN, Polsat) w dniu negocjacji (13 grudnia) nadano o 1 godz. 20 minut więcej informacji dotyczących szczytu w Kopenhadze niż dnia następnego. Przy tych wskazaniach brać należy jednak pod uwagę tę okoliczność, że dzień po szczycie przypadał na sobotę, kiedy to zawsze mniej jest nadawanych audycji informacyjnych i publicystycznych.

W telewizji publicznej wyemitowano w oba dni 7 godz. 17 min. przekazów dotyczących przebiegu negocjacji i ich rezultatów. Najbogatszy w te informacje był program TVP1 (prawie 5 godzin, co stanowi 65% nadanych audycji informacyjnych i publicystycznych). Program 2 TVP nadał ich dwukrotnie mniej (2 i pół godz. – 62%).

Najwięcej informacji z przebiegu negocjacji w Kopenhadze oraz dotyczących tego szczytu nadano w wyspecjalizowanym programie informacyjnym TVN 24 (prawie 24 godz.)

Dwa programy nadawców koncesjonowanych, w porównaniu z programami telewizji publicznej, zamieściły ponad trzykrotnie mniej przekazów o tej tematyce. W audycjach informacyjnych i publicystycznych nadanych w tych dniach w TVN poświęcono na nie 1 godz. i kwadrans. Najuboższy w te informacje był program Telewizji Polsat – trwały one niespełną godzinę (61% nadanych audycji informacyjnych i publicystycznych).

W dwóch programach telewizji publicznej nadano audycje specjalne: w TVP1 były to *Kopenhaga 2002. Szczyt UE* (5 emisji) i relacja ze spotkania premiera Leszka Millera z

dziennikarzami po powrocie z Kopenhagi, a w TVP2 – *Raport z Kopenhagi* i specjalne wydanie *7 dni świat* oraz *13 grudnia – między przeszłością a przyszłością*.

Audycje specjalne przewidziano także w dwóch programach koncesjonowanych. W TVN główne wydanie *Faktów* 13 grudnia zostało nadane bezpośrednio z Kopenhagi, a w TVN 24 zwiększono liczbę wydań (do dziewięciu w sobotę) audycji *Studio Europa*.

Tematyka szczytu Unii Europejskiej w Kopenhadze rozpoczynała we wszystkich programach od samego rana wydania kolejnych dzienników. Średnio w omawianych 5 programach zajmowała ona ponad 60% ich zawartości (w TVN ponad 80%). W niektórych przypadkach 23 grudnia wypełniała je w całości (*Monitor Wiadomości* w TVP1, *Fakty o godz. 19:00* w TVN, *Informacje* o 23:08 w Telewizji Polsat). Zagadnieniom związanym ze szczytem zostały podporządkowane wszystkie nadane w tych dniach audycje publicystyczne (*Woronicza 17*, *Gość Jedyński*, *Monitor Wiadomości*, *Co Pani na to?* w TVP1, *13 grudnia – między przeszłością a przyszłością*, *7 dni świat*, *Raport z Kopenhagi* w TVP2, *Kropka nad i* w TVN, *Polityczne graffiti* w Telewizji Polsat i *Studio Europa*, *Studio 24* w TVN 24).

Przekazy informacyjne (zawarte w dziennikach, odrębnych relacjach) dotyczące szczytu w Kopenhadze były wyraźnie wyodrębnione graficznie i akcentowane w tzw. forszpanach. Zostały opatrzone mniej lub bardziej rozbudowaną oprawą graficzną: od flagi UE jako tła dla prowadzących lub tej samej flagi, która zastąpiła logo programu (w TVN), sąsiadujących z sobą flag unijnej i polskiej po bardziej rozbudowane konstrukcje, składające się z kilku elementów zdjęciowych i tła muzycznego (*Szczyt UE. Kopenhaga 2002* w TVP1).

W trzech programach: TVP1, TVP2, TVN zachęcano widzów do oglądania audycji poświęconych szczytowi. Najobszerniej i najczęściej czyniono to w TVP1 (oprawa dnia) i w TVN (zapowiedź *Faktów*). W TVN 24 do wydarzeń w Kopenhadze nawiązywała autopromocja programu: stały tekst reklamowy *cała prawda, całą dobę* został zilustrowany zdjęciami polskich negocjatorów i polityków reprezentujących kraje „15”.

W TVP1, Telewizji Polsat i TVN 24 posługiwano się również tekstami planszowymi tzw. hipertekstami. Najczęściej i w najbardziej rozbudowanej formie występowały one w TVN 24, przekazując przez całą dobę, niezależnie od tego jaka audycja była emitowana, wypunktowaną syntezę informacji ze szczytu w Kopenhadze. W TVP1 były one nadawane w dniu szczytu i informowały o znaczących etapach rozmów negocjacyjnych. Z kolei w Telewizji Polsat emitowano je w trakcie *Informacji* jako podkreślenie rangi wydarzenia dnia.

Dla ułatwienia zapamiętania i zrozumienia przekazów często posługiwano się infogramami (mapy, wykresy), zwłaszcza przy informacjach bilansujących wynegocjowane w Kopenhadze warunki, porównujących kondycję gospodarczo-społeczną Polski z krajami UE, ukazujących zmiany w Polsce po wejściu do UE.

- **Dzień szczytu - 13 grudnia 2002 roku (piątek)**

W tym dniu wiadomości o szczycie przekazywano głównie w dziennikach oraz w bezpośrednich relacjach z Kopenhagi. W sumie nadano tego dnia (wyluczając TVN 24) 21 dzienników, z czego prawie  $\frac{3}{4}$  nadano w telewizji publicznej (w TVP1 - 9 wydań *Wiadomości* i *Teleexpress*, w TVP2 – 6 wydań *Panoramy*), w Telewizji Polsat – 3 wydania *Informacji*, a w TVN – 2 wydania *Faktów*. W telewizji publicznej, podobnie jak w programach koncesjonowanych (TVN, Polsat) przekazy dotyczące szczytu zajęły średnio 60% audycji informacyjnych (w TVN 24 – 90%).

Pozostałe informacje dotyczące negocjacji przekazano głównie w audycjach publicystycznych (*Woronicza 17, Agrobiznes, Euroexpress, Gość Jedyńki* w TVP1, *13 grudnia – między przeszłością a przyszłością*, w TVP2, *Polityczne graffiti* w Telewizji Polsat i *Kropka nad i* w TVN). Tak więc w tym dniu przede wszystkim nadawano za nowymi faktami, czyli spełniano głównie funkcję powiadamiania, poświęcając mniej czasu na interpretację tych faktów.

W telewizji publicznej pierwsze informacje o szczycie zaczęły pojawiać się we wczesnych godzinach rannych: w TVP1 od godz. 6.08 a w TVP2 od godz. 9.00, natomiast w programach koncesjonowanych (oprócz TVN 24) w godzinach popołudniowych – 15:45 w Telewizji Polsat i 16.00 w TVN. Czas emisji miał oczywisty wpływ na zawartość merytoryczną przekazu – im późniejsza emisja, tym był on z reguły bardziej kompletny i rozbudowany.

W prawie wszystkich wydaniach dzienników i innych wiadomości (kilkunastominutowe relacje w TVP1) w telewizji publicznej (z pominięciem wydań rannych) i we wszystkich wydaniach w TVN i Telewizji Polsat znajdowały się korespondencje „na żywo” z Kopenhagi. Za ich pomocą przekazano 47% informacji o szczycie w TVP1, 26% w TVP2, 23% w TVN i 10% w Telewizji Polsat. Najwięcej swoich wysłanników do Kopenhagi, bo pięciu, miał program TVP1, następnie TVN 24 – czterech, TVN – trzech (w tym Tomasza Lisa, który prowadził *Fakty z Kopenhagi*), TVP2, Polsat – jednego. Wszystkie relacje miały jedną wspólną cechę – używano w nich wyraźnych sygnałów asercji, takich jak czas terażniejszy, stwierdzenia „widzę”, „wchodzę”, dołączanie danych liczbowych, cytowanie dokumentów. Natomiast ich treść była różna. Podstawowym czynnikiem mającym wpływ na ich zawartość były godziny nadania. We wszystkich relacjach sprzed godziny zakończenia negocjacji, w mniejszym (Polsat, TVP2) lub w większym stopniu (w pozostałych programach) widoczne było zagubienie się i dezorientacja korespondentów.

O godz. 14:50 Piotr Kraśko w TVP1 donosił: *Co tu się właściwie dzieje, bo premier Danii chce sprawiać wrażenie twardego polityka, a Schroeder uśmiecha się i mówi, że nie wyobraża sobie, aby rozszerzenie mogło dokonać się bez Polski*, a 10 minut później Monika Sieradzka relacjonowała: *O co polska delegacja walczyła możemy się tylko domyślać, ponieważ rozmowy były prowadzone w wielkiej tajemnicy*.

Podobnie rzecz się miała w *Faktach* o godz. 19:00 kiedy Tomasz Lis z Kopenhagi nadawał: *Ja jeszcze dodam w tym momencie Państwu, że jakieś 25 minut temu jedna osoba – nazwijmy to – bliska polskiej delegacji powiedziała mi, że to się może przeciągnąć na jutrzejszy dzień, noc to już z całą pewnością. A z kolei ta sama osoba 15 minut temu powiedziała, że zbliżamy się, że być może lada moment ta kropka nad i zostanie postawiona. Ale biorąc pod uwagę, jak duży jest rozrzut opinii w czasie, lepiej nie przywiązywać wagi do tego*.

Dziennikarze, chcący za wszelką cenę przekazać widzom wiadomości, posługiwali się więc w tych przypadkach informacjami niepotwierdzonymi, „przeciekami” lub mówili wprost, że nie wiadomo na jakim etapie znajdują się obecnie rozmowy. Oczywiście podkreślało to autentyczność wydarzeń, ich dramaturgię, ale też i mogło dezorientować widza, który gubił się w tym co może być prawdą a co przypuszczeniem.

W TVN 24 w godzinach porannych w relacji z Kopenhagi Andrzej Morozowski stwierdzał wręcz: *To co my dziennikarze widzimy, to jest przygotowana inscenizacja na nasze potrzeby. Polska strona ma pokazać, że walczy o dopłaty, duńska ma pokazać swoim wyborcom, że ich podatkowe pieniądze nie będą marnowane*.

W opisie wydarzeń w dniu negocjacji udostępniono anteny, choć w różnym stopniu, politykom, zarówno polskim, jak i z krajów unijnych. W stosunku do ogólnego czasu poświęconego szczytowi w Kopenhadze największy udział mieli oni w programach telewizji publicznej (1 godz. 30 min.).

W TVP1, oprócz krótkich wypowiedzi polityków unijnych (tzw. setek) Jensa Petera Bondera (członek Parlamentu Europejskiego), Gorana Perssona (premier Szwecji), Pata Coxa (przewodniczący Parlamentu Europejskiego), Joschki Fischera (minister spraw zagranicznych Niemiec), Gerarda Schroedera (kanclerz Niemiec), polskich negocjatorów przebywających w Kopenhadze: premiera Leszka Millera, Grzegorza Kołodko, Jana Kułakowskiego, Jana Truszczyńskiego, Danuty Huebner, liderów partii: Andrzeja Olechowskiego (PO), Eudeniusza Kłopotka (PSL), Kazimierza M. Ujazdowskiego (PiS), Romana Giertycha (LPR), zamieszczono rozbudowane opinie i komentarze wygłoszone przez prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego (w głównym wydaniu *Wiadomości*), Tadeusza Iwińskiego (*Gość Jedyński*), Józefa Oleksego (*Woronicza 17* i *Monitor Wiadomości*), Tadeusza Mazowieckiego (*Monitor Wiadomości*) oraz informacje Michała Tobera o przebiegu negocjacji. Premier Leszek Miller występował dwukrotnie po zakończeniu negocjacji, składając oświadczenie i udzielając wywiadu.

W TVP2 przekazy ilustrowano tzw. setkami polityków w składzie podobnym jak w programie pierwszym. Natomiast dłużej (łącznie ponad 20 min.) wypowiadali się: premier Leszek Miller (fragment oświadczenia i wywiad), Mieczysław Rakowski, Lech Wałęsa, Aleksander Kwaśniewski i Tadeusz Mazowiecki.

Dobór polityków i czas jaki im udostępniono nastąpił w obu programach według dość prostego klucza: krótkie wypowiedzi niektórych przywódców „15” oraz parlamentu europejskiego, polskich negocjatorów i liderów partii ( w tym dwóch z partii eurosceptycznej i przeciwnej integracji z UE) i zdecydowanie dłuższe wypowiedzi najważniejszych osobistości – prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego i premiera Leszka Millera, polityków kojarzonych z rządzącą partią – przewodniczącego sejmowej komisji europejskiej, rzecznika rządu, doradcy premiera ds. międzynarodowych, dwóch byłych premierów i byłego prezydenta.

W Telewizji Polsat widoczna była obecność prezydenta A. Kwaśniewskiego (4-minutowy wywiad z pałacu prezydenckiego), a krótkich wypowiedzi krytycznych wobec wyników negocjacji udzielili Roman Giertych, Ryszard Bugaj i Stanisław Michalkiewicz (UPR).

Z kolei w TVN, oprócz powtórkowej *Kropki nad i* z udziałem Tadeusza Iwińskiego i Marka Sawickiego (PSL) najbardziej widocznymi byli: Józef Oleksy, Kazimierz M. Ujazdowski i Roman Giertych (*Fakty* – rozmowa z T. Lisem). W tychże samych *Faktach* wprawdzie nie występował premier L. Miller (choć mógł, bo w czasie ich trwania premier składał oświadczenie w Kopenhadze), to jego obecność została mocno zaznaczona poprzez pokazanie kariery politycznej – od funkcji w organizacjach młodzieżowych po szefa rządu, opatrując ten materiał komentarzem: *Tak rozpoczęły się najważniejsze w karierze politycznej L. Millera negocjacje. Najważniejsze, bowiem stawką rozmów (..) było nie tylko nasze członkostwo w Unii Europejskiej, ale i polityczna kariera Leszka Millera.*

W TVN 24 grono polityków zostało poszerzone o Bronisława Komorowskiego (PO), Bogdana Pęka (LPR), Jarosława Kalinowskiego, Jarosława Kaczyńskiego, Longina Pastusiaka. I tu także nadano wywiad z prezydentem A. Kwaśniewskim.

Zakończenie negocjacji ogłoszono we wszystkich programach tonem podniosłym i pełnym euforii. *Udało się. Negocjacje z UE zakończone. Kilka minut temu na konferencji prasowej premier Miller mówił, że pojechaliliśmy do Kopenhagi i wszystkie postulaty, które tam zawieźliśmy, zostały uwzględnione* – donoszono w głównym wydaniu *Wiadomości*, a w *Panoramie* Andrzej Turski, rozpoczynając ją, mówił: *Po trzech rundach pełnych napięcia rozmów, w trakcie których Unia wzywała Polskę, by ta nie odchodziła od stołu, premier Miller oświadczył, że Polska delegacja uzyskała to, z czym przyjechała do Kopenhagi. Pod koniec Faktów wyraźnie wzruszony T. Lis, nawiązując w tle do hymnu UE, wzywał: Nie ma co ściszać Beethovena. Oda do radości jest jak najbardziej na miejscu – tu, w Kopenhadze, w Danii i w całej Polsce, a w TVN 24, przed oświadczeniem Leszka Millera ogłoszono: Rozmowy zakończyliśmy sukcesem. Natomiast w Telewizji Polsat, na tle hipertekstu *Polski lodolamacz* zapowiedziano: *Negocjacje Polski z UE zostały pomyślnie zakończone.**

Komentarze, oceny i opinie dotyczące szczytu i wejścia Polski do Unii Europejskiej można podzielić na dwie grupy. Do pierwszej należy zaliczyć te, w których omawiano przypuszczalne wyniki negocjacji, a do drugiej te, w których dokonywano ich oceny. Wszystkie jednakże, niezależnie od czasu, miały charakter perswazyjny, często o ideologicznym zabarwieniu. Przed zakończeniem negocjacji we wszystkich omawianych programach nadano dłuższe wypowiedzi (od kilku do kilkunastu minut) znanych osobistości. O prognozach zakończenia rozmów w Kopenhadze i ich znaczeniu dla przyszłego życia politycznego mówił prezydent Aleksander Kwaśniewski w rozmowie z dziennikarzem *Informacji* (Polsat), podobny temat podnosił Józef Oleksy (TVP1), o przesłankach twardej postawy negocjacyjnej polskiej delegacji – Tadeusz Iwiński (TVP1), o bagażu jaki wniesie Polska do Europy – Mieczysław Rakowski (TVP2), o przygotowaniu polskiej delegacji do rozmów – Marek Sawicki i Tadeusz Iwiński (TVN), o polskich postulatach i dotychczasowych efektach rozmów – Bronisław Komorowski i Bogdan Pęk (TVN 24).

Po zakończeniu rozmów, tego samego wieczora, z prośbą o ich skomentowanie zwrócono się do prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego (*Wiadomości*) i w TVN 24, Tadeusza Mazowieckiego (*Monitor Wiadomości*), komentatorów politycznych Macieja Rybińskiego i Jerzego Baczyńskiego (Polsat – *Polityczne graffiti*), Witolda Orłowskiego (doradca ekonomiczny prezydenta), Lecha Wałęsy, J. Kaczyńskiego, E. Kłopotka, J. Truszczyńskiego w TVN 24.

Obecność przeciwników integracji z UE, sceptyków, krytykujących wynegocjowane warunki, była właściwie niezauważalna w programach telewizji publicznej i sprowadzała się do kilkunastusekundowych wypowiedzi (tzw. setek) wmontowanych w materiały reporterskie.

Częściej odwoływano się do ocen liderów partii opozycyjnych lub eurosceptycznych w programach koncesjonowanych, co nie zmienia jednak spostrzeżenia, że opinie tych partii głosili we wszystkich programach ci sami liderzy (choć w różnym wymiarze antenowym): Roman Giertych, Bogdan Pęk, Andrzej Lepper i Kazimierz M. Ujazdowski. Polsat był tego dnia jedynym programem, w którym zamieszczono komentarz niezależnych dziennikarzy: Macieja Rybińskiego z *Rzeczpospolitej* i Jerzego Baczyńskiego z *Polityki*.

Poproszenie polityków o skomentowanie tak ważnego wydarzenia jakim był szczyt w Kopenhadze zapewne wyrastało z troski aby nadać mu wysoką państwową rangę. Miały one dokumentować jego historyczny, przełomowy dla dziejów naszego kraju wymiar.

Przystępnych odpowiedzi na 2 podstawowe pytania: o co walczyliśmy w Kopenhadze i co nam się udało uzyskać? częściej można było odszukać w TVN lub Telewizji Polsat niż w telewizji publicznej.

W programie pierwszym w audycjach informacyjnych mówiono, że „chodzi o pieniądze”, a dopiero w głównym wydaniu *Wiadomości* dokonano wstępnego bilansu negocjacji (co wywalczyliśmy przed szczytem, na szczycie, gdzie poszliśmy na ustępstwa), pogłębionego o dodatkowe analizy w *Monitorze Wiadomości*.

W relacjach Doroty Warakomskiej (TVP2) sygnalizowany o godz. 18.30 najtrudniejszy temat rozmów (*nadal nie ma porozumienia dotyczącego finansowej strony rozszerzenia UE*), w kolejnej korespondencji, nadanej już po porozumieniu zostaje przedstawiony w sposób niezwykle zawiły: *dokładnie taka sama kwota zostaje (...) zostaje ta kwota globalna, wcześniej zaproponowana przez Duńczyków kwota 40,5 miliarda euro, a pieniądze po prostu zostają przesuwane jakby z jednej szuflady do drugiej szuflady, już w ramach tych pieniędzy, które zostały nam przyznane*.

W komentarzach dziennikarskich w *Informacjach* Telewizji Polsat pojawiały się wyważone racje co Polska zyska, a co straci. Już po południu w korespondencji na żywo poinformowano, że dodatkowy miliard euro proponowany przez stronę unijną to przesunięcie pieniędzy z funduszy strukturalnych, które i tak się Polsce należą, a w planszy przy omawianiu kolejnego tematu związanego ze szczytem umieszczono hasło *Warto czy nie*.

W TVN 24, gdzie przez cały czas w bieżących relacjach informowano o elementach polskich żądań, kluczowa sprawa pieniędzy dla budżetu została wyjaśniona przez Inę Rosińską w sposób bardziej przystępny niż w innych programach: *Pomysł polega na tym, aby przesunąć pieniądze, które miały być zapłacone Polsce później na pomoc strukturalną, czyli mówiąc prościej – na polskie biedne regiony. Te wynegocjowane nie wymagają skomplikowanych procedur i będą szybciej, ale pakiet finansowy zostaje zachowany. Za pomocą wykresów, map i plansz przez całą dobę informowano w tym programie o prawdopodobnych wynikach referendum akcesyjnych w Polsce, Czechach i Węgrzech, przewidywanej liście polskich żądań, duńskich propozycji i liście wynegocjowanych warunków, o potencjale gospodarczym (finanse, zdrowie, nauka itp.) krajów wchodzących do UE*.

W TVN przywiązywano dużą uwagę do praktycznych, ważnych dla każdego Polaka stron wejścia Polski do UE, jak zmieniają się ceny po naszym wstąpieniu do Unii, jakie szanse otwiera to zarówno przed przedsiębiorcą, jak i niezamożnym obywatelem małej miejscowości.

Redaktorzy i prowadzący poszczególne audycje informacyjne nadane przed zakończeniem negocjacji podkreślali dramatyzm sytuacji (przed i po kolejnych turach rozmów) i nieugiętą postawę negocjacyjną polskiej delegacji. Czy jednak widzom tego dnia przekazano kompletne, wiarygodne i zrozumiałe informacje nt. szczytu w Kopenhadze? Odpowiedź na to pytanie jest złożona. Przy ocenie musimy mieć bowiem na uwadze kilka okoliczności towarzyszących wydarzeniom w czasie szczytu. Po pierwsze: rozmowy premierów Millera i Rasmussena w większości toczyły się w cztery oczy, ich treść nie zawsze była dokładnie znana pozostałym członkom polskiej delegacji, a tym bardziej dziennikarzom. Po drugie: zadania nie ułatwiały zmieniające się oświadczenia przywódców krajów „15” i Parlamentu Europejskiego (*więcej pieniędzy nie ma, nie wyobrażamy sobie rozszerzenia bez Polski, jest wielki problem z Polską itd.*). Wydaje się, że w tej grze negocjacyjnej dziennikarze, którzy relacjonowali szczyt przed jego zakończeniem zachowali generalnie

ostrożność i obiektywizm. Z drugiej zaś strony bywali zagubieni, a widz razem z nimi. Mógł on odnosić wrażenie, że jest to inscenizacja służąca zwiększaniu emocji, że wszystko jest grą elit, a decyzje i argumenty są konsekwencją ruchów politycznych.

Takie wrażenie reżyserowanego spektaklu robi relacja Piotra Kraśki z Kopenhagi, przechodząca w oświadczenie premiera L. Millera i wreszcie w opóźnione wydanie głównych *Wiadomości*. O godz. 19.27 widać jak polscy negocjatorzy wkraczają do sali konferencyjnej i po komentarzu dziennikarza: *Usłyszą Państwo bez wątpienia jedno z najbardziej historycznych oświadczeń w najnowszych dziejach Polski*, następuje przyciszona, ale łatwa do odczytania wymiana zdań między premierem a rzecznikiem rządu i obsługą prasową, zaczynająca się od pytania premiera: *kiedy wchodzimy, kiedy wchodzimy, no, ale kiedy?*, na co rzecznik rządu informuje, że już można rozpocząć konferencję, a premier mówi: *przecież nie ma jeszcze dziennika*, rzecznik – *konferencja pójdzie lejkowo*, zdziwiony i lekko zirytowany premier – *jak to lejkowo?* i otrzymuje wyjaśnienie, że *nie starujemy w Wiadomościach*. (...) *Wiadomości zostaną opóźnione i rozpoczną się po zakończeniu konferencji prasowej*.

W czasie po zakończeniu negocjacji a przed konferencją prasową premiera w nadawanych z Kopenhagi *Faktach* Tomasz Lis i Tomasz Sekielski informują o uzyskanym porozumieniu, korzystnym finansowo dla Polski i przechodzą do omówienia wyników porozumienia, wpisując je do przełomowych wydarzeń w polskim marszu do Europy (obok expose T. Mazowieckiego, powstania Solidarności, walki L. Wałęsy, wejścia do NATO).

Grzechem dziennikarzy wszystkich programów (najmniej Telewizji Polsat) były używane często sformułowania z żargonu politycznego i języka ekonomicznego. Takie określenia, jak *wyższa rekompensacja naszej składki do unijnego budżetu; warunki akcesji dla rolników; przesunięcie gotówki z funduszy strukturalnych; zamiast sztucznych pieniędzy, „15” proponuje żywą gotówkę* czy wyrażenie (w wywiadzie J. Pieńkowskiej z premierem L. Millerem) *„wychodził ze słupkami na zewnątrz do naszych delegatów”* były z pewnością dla wielu widzów niezrozumiałe lub niejasne.

- **14 grudnia 2002 roku (sobota)**

Dzień po szczycie informacje o jego wynikach przekazywano w telewizji publicznej głównie w audycjach publicystycznych (*Echa tygodnia, 7 dni świat, Raport z Kopenhagi, Co Pani na to?, Gość Jedyńki*), następnie w dziennikach (2 wydania *Wiadomości, Teleexpress, 2* wydania *Panoramy*), jednej relacji z Kopenhagi *Szczyt UE. Kopenhaga 2002*, relacji z kancelarii premiera ze spotkania L. Millera z dziennikarzami i expose premiera RP. Liczba korespondencji na żywo spadła w tych programach do trzech (2 Moniki Sieradzkiej i 1 Doroty Warakomskiej). Dwukrotnie w tym dniu wyniki szczytu komentował prezydent Kwaśniewski – raz jako *Gość Jedyńki*, a drugi jako rozmówca Andrzeja Turskiego, Krzysztofa Mrozewicza i Jana Skórzyńskiego w *7 dni świat*.

Natomiast w Telewizji Polsat i TVN nie nadawano audycji publicystycznych, a przekazy unijne znalazły się w jednym i jedynym tego dnia wydaniu *Faktów* i dwóch wydaniach *Informacji*. W stosunku do dnia poprzedniego nie zmienił się rytm i liczba audycji i serwisów informacyjnych w TVN 24, gdzie równocześnie zwiększono liczbę wydań audycji *Studio Europa*.

Zważywszy, że dzień po szczycie przypadł na sobotę, kiedy to zawsze jest zdecydowanie mniej informacji i publicystyki, czas emisji tematyki dotyczącej szczytu zmniejszył się nieco ponad godzinę w programach naziemnych i wzrósł o prawie 3 godziny w satelitarnym TVN 24.

W porównaniu z dniem poprzednim znacząco zmieniły się sposoby informowania. W TVP1 skupiono się głównie na przedstawieniu wynegocjowanych polskich postulatów (bilans), na opiniach i komentarzach zarówno w kraju, jak i za granicą, nad refleksjami co oznacza dla Polski wejście do UE i nad obowiązkami polskiego rządu w przygotowaniu referendum akcesyjnego. Często dla egzemplifikacji wywodów posługiwano się wykresami i mapami, skonstruowanymi techniką komputerową. Pozwalało to lepiej zrozumieć widzom znaczenie „rekompensaty budżetowej”, „limitu mleka”, „funduszy strukturalnych” itp. Bez niezbędnych skrótów i pośpiechu wyjaśniano treść negocjacji, uzyskane warunki. Przekonywano do korzyści jakie one niosą, starano się pokonać lęki i obawy.

Zwiększyło się grono komentatorów, do których dołączył Jerzy Buzek, Bronisław Geremek, Leszek Balcerowicz, Władysław Serafin, Ludwik Dorn, Andrzej Lepper, Marek Dyduch, Donal Tusk i prymas Józef Glemp. Oddano także głos niezależnemu komentatorowi – red. Edmundowi Szotowi z *Rzeczpospolitej*. W informacjach i pozostałych wypowiedziach dominowało poczucie dużej ulgi, radość z osiągniętych wyników w Kopenhadze. Tej euforii poddał się sam rząd, a czego nie skorygowali (nie zauważyli) montażyści materiału relacjonującego spotkanie premiera z dziennikarzami (konferencja miała miejsce ok. 3:00 nad ranem, a emisja po godz. 13:00). Tuż po zapowiedzi premiera: *przed Państwem rząd Rzeczpospolitej* pokazano zabawne, tzw. „na luzie” zachowania członków rządu (miny Marka Pola, kiedy premier kończy konferencję G. Kołodko go napomina *Czekaj dam ci dzwonek*, po czy uroczą się zaczyna: *Panie Premierze...*). Fragmenty tego spotkania nadane w Telewizji Polsat zostały opatrzone komentarzem dziennikarza o treści: *Radość była tak wielka, że ministrowie pozwolili sobie na nieco więcej.*

W TVP2 nacisk położono na agitację na rzecz społecznego poparcia dla integracji z UE. Przewodnią myślą nadanych tego dnia przekazów było stwierdzenie: *Szczyt w Kopenhadze dał nam odpowiedź na jedno zasadnicze pytanie, a mianowicie na jakich warunkach możemy stać się członkami UE. Teraz odpowiemy, czy naprawdę tego chcemy.* Stanowcza perswazja co do integracji widoczna była w wypowiedziach prezydenta RP, G. Verheugena (*teraz rozpoczyna się drugi etap pracy, być może jeszcze trudniejszej niż same negocjacje*), Jana Nowaka Jeziorańskiego (*Polacy opowiadając się w referendum za wejściem do Unii, nie będą głosować za czy przeciw rządowi Millera, ale za Polską, za własną przyszłością*). W *Raporcie z Kopenhagi* jako cele postawiono przekonanie widzów do naszej integracji z UE, rozwianie obaw (raport zakończył się optymistycznie: *damy sobie radę finansowo i duchowo*). Hołd oddano G. Verheugenowi, nadając obszerny z nim wywiad i prezentując jego sylwetkę jako męża stanu wybitnie zasłużonego sprawom integracji Polski z UE.

W TVN 24, podobnie jak w dniu poprzednim, zagadnienia szczytu w Kopenhadze przedstawiano w sposób najbardziej profesjonalny, zarówno jeśli chodzi o bogactwo prezentowanych tematów, ich odniesienia i implikacje, jak i zastosowane środki i techniki dziennikarskie. W serwisach informacyjnych przeważały przekazy zawierające podsumowanie wydarzeń poprzedniego dnia (*Historyczny kompromis, Dostaliśmy wszystko, Powrót z tarczą, Szczęśliwy finał negocjacji, Polska zrobiła wielki historyczny krok*) oraz przedstawiano warunki na jakich nastąpi przystąpienie Polski do Unii. Natomiast przekazy zawierające komentarze cechowała obecność przedstawicieli różnych grup polityków: od „głów” naszego kraju, poprzez byłych ministrów, premierów i prezydenta, liderów partii (w tym również opozycyjnych), negocjatorów, ekspertów po przedstawicieli Kościoła i rolników. Audycje informacyjne i publicystyczne cechowało wielostronne ujęcie zarówno treści jak i realizacji. Kwestię integracji ze wspólnotą europejską przedstawiano w różnorodnych aspektach: zwracano uwagę nie tylko na konsekwencje polityczne i gospodarcze, ale także



akcentowano znaczenie integracji dla naszej świadomości narodowej. Lepszemu zrozumieniu tematu służyły licznie prezentowane plansze, mapy i wykresy, mające generalnie agitacyjny wymiar.

Przejrzystość informacji o Szczycie w Faktach (TVN) uzyskano dzięki zgrupowaniu ich wokół głównych następujących tematów: Co w praktycznym wymiarze osiągnęła Polska? Ile zapłacimy, ile dostaniemy z UE? Jakie były komentarze dotyczące szczytu w krajach UE? Referendum akcesyjne. Do samego przebiegu negocjacji nawiązywał wywiad z Danutą Huebner, która była gościem w studiu Faktów.

W Telewizji Polsat nadano tego dnia 2 dzienniki. W pierwszych *Informacjach* pokazano wyłącznie materiał reporterski (zatytułowany *Euroradość*) o konferencji prasowej premiera. W drugim wydaniu uzupełniono go o komentarze polskich polityków na temat wyników negocjacji (*Eurokomentarze*) i o omówienie wynegocjowanych warunków (*Eurorachunki*).

O ile w telewizji publicznej dominowały w tym dniu dwie najważniejsze osoby publiczne w naszym kraju: Aleksander Kwaśniewski i Leszek Miller, to w TVN i Telewizji Polsat prezentowano ich krótkie okolicznościowe wypowiedzi, traktując je na równi z głosami innych polityków i ekspertów.

### **Obecność w programach telewizji publicznej -TVP 3 Regionalna audycji adresowanych do mniejszości narodowych i etnicznych, emitowanych w języku polskim**

Skontrolowano program Telewizji Polskiej S.A. TVP 3 Regionalna pod kątem wywiązywania się nadawcy z ustawowego obowiązku (art. 21 ust. 2 pkt. 9) uwzględniania w działalności programowej potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych. Badaniu poddano przekazane przez nadawcę audycje wyemitowane w okresie od 14 grudnia 2002 roku do 10 stycznia 2003 roku w programach własnych oddziałów terenowych w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie i Rzeszowie oraz w programie wspólnym TVP 3 Regionalna. Sześć pozostałych oddziałów (w Bydgoszczy, Łodzi, Poznaniu, Szczecinie, Warszawie i Wrocławiu) nadesłało informację, że nie realizowało ani nie emitowało we wskazanym okresie audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych.

Przed przystąpieniem do monitorowania cykli audycji określono kryteria, które pozwoliły stwierdzić poprawność ich kwalifikowania przez nadawcę oraz dokonać ich oceny:

- obecność w cyklu problematyki dotyczącej mniejszości narodowych i etnicznych żyjących w Polsce (cykl jest w całości poświęcony tej problematyce, pojawia się ona często obok innych tematów, epizodycznie bądź wcale się nie pojawia w monitorowanych audycjach cyklu),
- udział w audycji przedstawicieli mniejszości narodowych lub grup etnicznych tzn. przedstawiciele mniejszości mówią sami o sobie,
- adresat cyklu (widownia ogólna, konkretna mniejszość narodowa lub grupa etniczna),

- język w jakim audycja jest realizowana (język polski, język mniejszości narodowej z napisami polskimi, tylko język mniejszości),
- udział przedstawicieli mniejszości narodowych lub grup etnicznych w zespole redagującym audycję.

Przy ustalaniu kryteriów wzięto pod uwagę zasady określone w Konwencji ramowej Rady Europy o ochronie mniejszości narodowych oraz Stanowisko Rady Mediów Elektronicznych Mniejszości Narodowych i Etnicznych z 18 lutego 2002 roku, w którym określono kryteria audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych.

Wstępne obejrzenie i zapoznanie się z dokumentacją pochodzącą do nadawcy pozwoliło spośród nadesłanych audycji cyklicznych wyłonić cztery kategorie:

- Cykle audycji dla mniejszości narodowych lub grup etnicznych realizowane w całości lub przede wszystkim w języku konkretnej mniejszości narodowej lub grupy etnicznej (również audycje z napisami polskimi), z udziałem jej przedstawicieli w zespole redakcyjnym oraz w audycjach cyklu, adresowane do tej mniejszości narodowej lub grupy etnicznej.
- Cykle audycji o mniejszościach narodowych lub grupach etnicznych realizowane w całości lub przede wszystkim w języku polskim, z udziałem przedstawicieli mniejszości w audycjach cyklu, adresowane zarówno do mniejszości jak i do widowni ogólnej.
- Cykle audycji, w których porusza się tematy dotyczące mniejszości narodowych bądź grup etnicznych albo wzmianki o nich pojawiają się okazjonalnie wśród innych tematów (czasem tylko w niektórych audycjach cyklu), realizowane w języku polskim oraz adresowane do widowni ogólnej.
- Cykle audycji zrealizowane w języku polskim, w których nie stwierdzono obecności problematyki dotyczącej mniejszości narodowych lub grup etnicznych.

Przyjęto, że cykle audycji (*Telenowyny, Sami o sobie, Rodno Ziemia, Magazyn Kociewski, Schlesische Wochenschau, Schlesien Journal*) zaliczone do pierwszej z wymienionych kategorii nie wymagają wnikliwej analizy, gdyż nie budzi wątpliwości poprawność zakwalifikowania ich przez nadawcę do grupy audycji, w których realizuje on ustawy obowiązek uwzględniania w działalności programowej potrzeb mniejszości narodowych bądź grup etnicznych.

W toku prac analitycznych nad pozostałymi cyklami audycji okazało się, że cykle audycji (*U siebie, Etniczne klimaty*) zaliczone do drugiej z wymienionych kategorii można uznać za spełniające częściowo ustawy wymóg, natomiast cykle audycji (*Kwartet, U siebie, Kowalski i Schmidt*) z trzeciej kategorii, choć mogą spełniać pozytywną rolę przybliżając szerokiej widowni wiedzę o mniejszościach narodowych bądź grupach etnicznych, nie mogą jednak zostać – podobnie jak cykle audycji (*Dziedzictwo, Ocalić od zapomnienia, U źródeł wiary, Świat zamieszkały, Sąsiedzi*) z czwartej kategorii – zaliczone do grupy audycji, w których nadawca publiczny realizuje ustawy obowiązek.

Przeprowadzony monitoring pozwolił sformułować następujące wnioski:

- Audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych obecne były jedynie w programach własnych 4 oddziałów terenowych TVP – w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach i Krakowie. Niepokoić powinna nieobecność audycji cyklicznych, które można zaliczyć do kategorii realizujących ustawy obowiązek uwzględniania

potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych w programach lokalnych niektórych oddziałów terenowych, na których obszarze nadawania zamieszkują znaczące liczebnie grupy mniejszości. Dotyczy to przede wszystkim OTV w Rzeszowie, Lublinie i Bydgoszczy.

- Poza OTV Katowice, żaden z oddziałów terenowych nie uwzględniał w programach potrzeb mniejszości niemieckiej, która jest jedną z najliczniejszych w Polsce. Znaczące jej grupy zamieszkują województwa: kujawsko-pomorskie i warmińsko-mazurskie, a mniejsze w dolnośląskim, pomorskim i zachodniopomorskim. W jeszcze większym rozproszeniu żyją w Polsce Łemkowie i Romowie. Wobec takiej sytuacji audycje uwzględniające potrzeby tych mniejszości powinny znaleźć się w programach ogólnopolskich, tak jak to jest w przypadku mniejszości ukraińskiej, dla której TVP 3 Regionalna nadaje cykl *Telenowy*.
- Nadawcy kwalifikowali niewłaściwe audycje do ustawowej kategorii audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych. Szczególnie częste było nieuzasadnione zaliczanie do kategorii audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych audycji wyznaniowych (ekumenicznych, adresowanych do mniejszości religijnych itp.) oraz audycji promujących dobrosąsiedzkie relacje z państwami graniczącymi z Polską.
- W audycjach realizowanych w języku polskim, w których tworzeniu nie uczestniczyli przedstawiciele mniejszości i grup etnicznych zastrzeżenia budził sposób prezentowania problematyki związanej z mniejszościami. Autorzy tych audycji ograniczali się do poruszania tematów folklorystycznych, wiejskich i do pielęgnowania tradycji, pomijając uczestnictwo mniejszości w życiu gospodarczym, społecznym i politycznym swoich regionów i kraju. Na niewłaściwy sposób prezentacji mniejszości narodowych i grup etnicznych zwracają uwagę w swoich pismach kierowanych do KRRiT przedstawiciele organizacji mniejszości narodowych i grup etnicznych.

Autorzy niektórych monitorowanych audycji zasługują na szczególne uznanie za poruszanie trudnych problemów z przeszłości, które jeszcze do dzisiaj dzielą Polaków i niektóre mniejszości narodowe. Towarzyszy temu często pokazywanie umiejętności współpracy i wzajemnego wzbogacania się różnych kultur.

### **Analiza audycji typu reality show pt. „Bar” w telewizji Polsat**

Emisja audycji reality show pt. BAR rozpoczęła się w TV Polsat 4 marca 2002 roku. Audycję nadawano przez wszystkie dni tygodnia.

Poszczególne wydania trwały od 15 do około 45 minut. Przerywane były reklamami i zwiastunami następnych odcinków audycji.

Monitoringiem objęto wszystkie wydania audycji BAR nadane w dniach 4 - 13 marca, czyli 27 odcinków. Poszczególne wydania audycji opisano dokonując zapisu kolejnych sekwencji w audycji, ewentualnie dodając streszczenie ułatwiające zorientowanie się w treści odcinka. Nie odnotowywano reklam.

Podczas pierwszych 4 dni emisji, tj. w dniach 4 – 7 marca, kiedy uczestnicy „w czasie rzeczywistym” zajęci byli organizowaniem baru, wymagającym dużego nakładu pracy i współdziałania grupy, większość pokazywanych scen i ujęć poświęcono nie prezentacji pracy i współdziałania, lecz charakterystyce (w tym autoprezentacji) uczestników i tworzącym się między nimi relacjom, z położeniem nacisku na informowanie widza o rodzących się między nimi konfliktach. Charakterystyka ta była głównym tematem wydań nocnych, emitowanych pod tytułem *Bar – Charaktery*, oraz będących ich powtórzeniem wydań popołudniowych w dniu następnym. Była ona także obecna, choć nie wyłącznie, w wydaniach emitowanych o godzinie 20.00.

Jej schemat był w większości przypadków podobny: pokazywano inscenizowaną, utrzymaną w żartobliwej konwencji autoprezentację danego uczestnika (nagrania w blueboksie, na barwnym, migającym tle), następnie opinie o nim innych uczestników, formułowane najczęściej wprost do kamery oraz w rozmowach między uczestnikami, i wreszcie - sceny z udziałem opisywanej osoby, ilustrujące wypowiedziane opinie i sądy na jej temat - pokazujące jej styl działania. W ten sposób widz otrzymywał „mapę” sympatii i antypatii między uczestnikami oraz obraz powstających między nimi konfliktów - dotyczących realizacji postawionego przed nimi zadania, prymatu i podziału funkcji w grupie, umiejętności współpracy itp.

Położenie nacisku na pokazywanie konfliktów można uznać za jeden z głównych sposobów budowania przez nadawcę dramaturgii audycji, podczas gdy praca pokazywana była wycinkowo, częściej poprzez opowiadanie uczestników o niej niż poprzez prezentację na wizji wykonywanych czynności. Przedstawiano też raczej działania uczestników (np. zakupy czy promowanie baru) niż fizyczną pracę (np. sprzątanie pomieszczeń lub ustawianie sprzętu); tę ostatnią pokazywano kilkakrotnie w konwencji humorystycznej, ślapstickowej (przyśpieszony ruch kamery).

Uwagi te dotyczą zarówno wydań obejmujących etap organizacji baru, jak i wydań następnych, w których pokazywano funkcjonowanie baru. Zapowiedź audycji na antenie: *Bar ...ciężka praca i dobra zabawa*, znajdowała jedynie połowiczne odzwierciedlenie w prezentowanych scenach - bar, choć w rzeczywistości miejsce pracy uczestników audycji, pokazywany był głównie jako miejsce zabawy, nie tylko gości i klientów, ale także samych uczestników, tańczących i rozmawiających z gośćmi lub zajmujących się swoimi sprawami prywatnymi (jak np. amory Izy i Grzegorza). Pracą prezentowaną przede wszystkim na antenie było podawanie gościom alkoholu przez uczestników audycji; pokazywano ich także w funkcji didżejów i prowadzących zabawę.

Obok konfliktów i zabaw, następnym tematem (wątkiem) akcentowanym przez nadawcę w audycji poprzez przekaz wybranych scen, które budowały jej dramaturgię, była erotyka oraz rozmaite aluzje do sfery zachowań seksualnych. Pokazywany wątek erotyczny, rozwijający się między parą uczestników (Izą, lat 20, miłośniczką tańca i dyskotek, i Grzegorzem, lat 26, piosenkarzem i showmanem) obecny był w audycji od pierwszego dnia emisji i niemal w każdym odcinku. W kilku wydaniach umieszczono sceny ich zaawansowanych pieszczot lub aktów płciowych. Odniesienia i aluzje do sfery seksualnej obecne były również w obrazie zachowań innych uczestników. Temat seksu wykorzystywany był przez nadawcę także w zapowiedziach audycji, nadawanych kilka razy dziennie, w tym także przed emisją audycji o godz. 17.20.

Należy zauważyć, że nadawca stworzył w audycji sytuacje, które mogły prowokować do zawiązania się związków erotycznych między uczestnikami - niedopasowanie przez nadawcę liczby łóżek w pokojach do liczby uczestników tej samej płci oraz wstawienie do każdego z pokojów łóżka podwójnego, co zostało pokazane w audycji nadanej 4 marca o

godz. 20.00. Stworzenie takich sytuacji, aczkolwiek nie przesądzało zachowań uczestników, pozwala jednak domyślić się intencji nadawcy, który z pokazywania erotycznych zachowań uczestników zaplanował uczynić jedną z osi konstrukcyjnych audycji.

Trzecim tematem, który w monitorowanych wydaniach audycji został mocno zaakcentowany, było picie i nadużywanie alkoholu. Temat ten wynikał z nałożonego na uczestników zadania, tj. prowadzenia nocnego baru, ale wybór zadania zależał od nadawcy. Jeśli zamierzał sprawdzić uczestników w sytuacji prowadzenia wspólnego przedsięwzięcia gospodarczego zakładającego obecność klientów, mogło to być np. prowadzenie kwaciarni lub innego rodzaju sklepu.

Monitoring 27 wydań audycji BAR nadanych w dniach 4-13 marca 2002 roku wykazał, że w kolejnych odcinkach audycji BAR emitowanych w porze chronionej (tj. w wydaniach emitowanych o godz. 17.20 i 20.00) nadawca naruszył art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji, poprzez nadanie w porze chronionej ustawą audycji zawierających liczne sceny i treści, które mogą zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi niepełnoletnich. W monitorowanych wydaniach audycji zostały pokazane sceny sugerujące odbywanie stosunku płciowego na wizji. Należy podkreślić ponadto, że erotyczne sceny między uczestnikami audycji były pokazywane od pierwszego dnia emisji audycji i były obecne niemal we wszystkich wydaniach. W wydaniu audycji pt. *BAR – Gorące krzesła*, nadanym w dniu 9.03. o godzinie 20.00 i powtórzonym w dniu 10.03. o godz. 16.28 stosunki erotyczne dwojga bohaterów stały się, z inicjatywy prowadzącego Krzysztofa Ibisza, przedmiotem publicznych rozważań na antenie. Publiczne roztrząsanie tych kwestii w audycji jest antywychowawcze.

Emisja audycji zawierających wymienione treści i sceny może zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi niepełnoletnich, poprzez rozbudzanie w nich przedwczesnego zainteresowania seksem, kształtowanie wadliwego moralnie obrazu życia erotycznego człowieka jako sfery niekontrolowanych popędów, upowszechnianie antywychowawczych wzorów swobody obyczajowej, sugerujących, że zachowania pokazywane w audycji, tj. szybkie podejmowanie współżycia seksualnego między młodymi ludźmi, nie oparte na związkach uczuciowych, są akceptowaną społecznie normą zachowań i jako takie mogą, a może nawet powinny być naśladowane. Z przedstawionych względów emisja wymienionych audycji w godzinach 6.00-23.00, tj. w czasie chronionym ustawą z punktu widzenia dostępności odbioru dla dzieci i młodzieży, jest niedopuszczalna i stanowi naruszenie art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji.

W monitorowanych wydaniach audycji, poczynając od dnia uruchomienia baru, zostały pokazane liczne sceny z nocnej zabawy, w tym jako nieodłączny element tej zabawy - picie alkoholu, także przez ludzi bardzo młodych. Sceny pokazujące picie alkoholu i towarzyszących temu zachowań (podpici lub całkiem pijani klienci i ich nietrzeźwe rozmowy, nacechowany erotyzmem styl tańca, „obłapianie się” na parkiecie, itp.) emitowane były bez względu na porę emisji, w tym także w wydaniach o godzinie 17.20, czyli w porze dostępu do telewizora nie tylko niepełnoletniej młodzieży, ale i młodszych dzieci. W nocnych scenach z baru eksponowano entuzjazm, z jakim młodzi lub bardzo młodzi, niekiedy wręcz nastoletni goście baru uczestniczyli w alkoholowej zabawie. Tworzono przy tym w audycji swoisty „kultowy” obraz baru (i *BAR-u*) jako miejsca, w którym należy bywać, które nobilituje. W jednym z wydań pokazano młodych ludzi, którzy przyjechali do baru aż z Łodzi, żeby *zrobić rajd w reality i dobrze się bawić*; kilkakrotnie pokazywano scenę licytowania służbowej koszulki jednego z barmanów, jako ważnej *pamiątki na całe życie*

(m.in. wskazane wyżej wydania); pokazano sceny podpisywania autografów przez uczestników audycji, głównie dla nastolatków itd.

W audycji pokazano także, że pije i nadużywa alkoholu część uczestników audycji zarówno w „czasie prywatnym”, tj. po pracy jak i w trakcie wykonywania pracy. W monitorowanych odcinkach jeden spośród uczestników został (w różnych dniach) zawieszony przez menedżera w obowiązkach i odesłanych do domu na skutek tego, iż stawiał się do pracy w stanie nietrzeźwym. Zachowanie to zostało przez kontrolującego pracę menedżera napiętnowane jako złamanie regulaminu pracy, a przez jednego z uczestników określone do kamery jako żałosne i naganne. Nadawca dokonał jednak zabiegu podważającego jednoznaczność tej oceny. Po pierwsze, pokazani zostali inni uczestnicy, litujący się nad delikwentem. Po wtóre, widzom zostało zadane na ekranie pytanie (głosowanie poprzez audiotele), czy uczestnik, który się upił poprzedniego dnia i w stanie nietrzeźwym stawiał się do pracy, powinien zostać ukarany, czy też dostać jeszcze szansę. Nad normami się nie głosuje – przyjmuje się je albo nie. Poczynania nadawcy związane z audiotele skierowanym do widzów osłabiają więc początkową krytyczną ocenę upicia się przez uczestnika.

Poprzez pokazywanie w audycji codziennie po południu lub wczesnym wieczorem scen z nocnego życia baru: tj. alkoholowej subkultury zabawy propaguje się wśród niepełnoletnich widzów, w tym pośród dzieci, nieprawidłowe, szkodliwe moralnie i fizycznie wzory zachowań. Ponadto, poprzez wyeksponowanie takich scen, jak nadużywanie alkoholu przez uczestników, pomiar trzeźwości uczestników w pracy alkomatem (dla człowieka odpowiadającego za swoje czyny upokarzający), wreszcie rozgrzeszającą reakcją innych uczestników znane z życia fakty upijania się ludzi dorosłych w Polsce, w tym także w pracy, zbanalizowano, nadano im rangę zwykłości, wydarzeń, które mogą się przytrafić każdemu i nikogo nie dyskredytują. Wzorzec alkoholowych zachowań w Polsce został więc nie tylko wzmocniony, poprzez fakt, że upijają się bohaterowie masowej audycji i czynią to naprawdę, a nie na niby, „do filmu”, ale także został zaprezentowany w ten sposób, we wczesnych godzinach popołudniowych, niepełnoletniej publiczności.

W wielu wydaniach audycji nadanych, pokazywano na wizji palenie przez uczestników papierosów. Pałą i pokazywani są z papierosem wszyscy uczestnicy, łącznie z najmłodszym, 18-letnim Adrianem. Realizatorzy nie mieli najwyraźniej żadnej refleksji, że jest to czymś niewłaściwym, pokazują bowiem bardzo liczne sceny, w których uczestnicy pałą. Pokazywanie takich scen jest może niezamierzonym, ale faktycznym – propagowaniem tego nałogu wśród niepełnoletnich widzów. Ich zachowania mogą być odczytane przez nieletnich widzów jako wzór do naśladowania.

W monitorowanych audycjach pokazywano sceny, w których uczestnicy klną i używają zwrotów wulgarnych. Realizatorzy przyjęli dwa rozwiązania: konwencję częściowego ich wyciszania (tzn. słychać, dobrze rozpoznawalny, początek słowa, reszta jest wyciszona) lub system całkowitego zagłuszenia ich sygnałem *piiiii* (wtedy, gdy przekleństwa padają bardzo gęsto). Zabiegi te nie służą jednak rzeczywistemu wyeliminowaniu przekleństw i zwrotów wulgarnych z audycji, widz bowiem w każdym takim przypadku wie (lub nawet słyszy), że uczestnicy klną. Stanowi to antywychowawczy wzór zachowań.

Podsumowując, nadawca naruszył przepisy art. 18 ust. 5 ustawy o radiofonii i telewizji poprzez emisję audycji BAR przed godziną 23.00. Audycja ta, zawiera realistycznie pokazane, a nawet eksponowane przez nadawcę sceny z tzw. nocnego życia dorosłych, zaprawionego alkoholem, a także zawiera zaawansowane sceny erotyczne. W związku z tym może być emitowana wyłącznie po godzinie 23.00.

Uczestnicy audycji kreowani są na „bohaterów masowej wyobraźni”, a ich zachowania mogą być i bywają odczytywane przez nieletnich widzów jako atrakcyjny wzór do naśladowania. W związku z tym wszystkie te sceny, zachowania i wydarzenia, w których uczestniczy zachowują się niewłaściwie z punktu widzenia wzorów wychowawczych: tj. piją alkohol, palą papierosy, klną, a także ostro się kłóć, wreszcie – zachowują się bez samokontroli w sprawach seksu, mogą mieć szkodliwy wpływ na fizyczny, psychiczny i moralny rozwój niepełnoletnich widzów, stwarzając w nich wrażenie, że zachowania takie są właściwe, społecznie akceptowane, wręcz pożądane - zwłaszcza jeśli te niewłaściwe zachowania nie zostają w audycji napiętnowane, czyli określone jako niewłaściwe.

Należy dodać, że żadne wydanie audycji BAR nie zostało oznaczone na ekranie ani w zapowiedziach prasowych znakiem ostrzegawczym.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji 22 marca 2001 roku przyjęła stanowisko, w którym stwierdziła, że audycja „Big Brother” oraz inne przekazy o zbliżonej formule mogą być społecznie szkodliwe. Audycje te będące de facto apoteozą knajactwa, głupoty, prostactwa i prymitywizmu ukazują i co gorsza lansują postawy i zachowania mogące mieć znamienne, zdaniem KRRiT, zdecydowanie niekorzystny wpływ na kształtowanie poglądów, postaw i wzorców zachowań części widzów. Mieszkańcami masowej wyobraźni, bohaterami publiczności stają się ludzie o zminimalizowanych potrzebach intelektualnych, rozluźnionych więzach rodzinnych i społecznych. Pokazywanie takich zachowań zaprzecza jakiegokolwiek kulturotwórczej i pozytywnej roli telewizji.

Krajowa Rada podtrzymuje swoje stanowisko i w związku z nasilającymi się negatywnymi zjawiskami w tego typu audycjach w niektórych programach telewizyjnych, zamierza poddać je powtórnej ocenie.

### **Analiza audycji pt. „Mann i Manuela” w Programie 3 Polskiego Radia**

W audycji, nadanej w niedzielne przedpołudnie 7 kwietnia 2002 roku, w godz. 10.00-12.00 uczestniczyły dwie osoby: p. Wojciech Mann, kiedyś prezenter muzyczny Trójki, znany także z prowadzenia licznych rozrywkowych talk-show’ów i audycji satyrycznych w telewizji, pełniący w monitorowanej audycji rolę prowadzącego, i p. Manuela Gretkowska, autorka współczesnych powieści.

Tematem rozmowy, prowadzonej przez oboje rozmówców w luźnej formie przez ok. półtorej godziny, miało być, jak zapowiedziano na antenie, molestowanie seksualne. W rzeczywistości mówiono o niektórych aspektach życia seksualnego Polaków (mężczyzn), oraz o tym, czy możliwe jest przez mężczyzn udawanie erekcji. Przerzucano się też żartami i anegdotami na tematy seksualne. Audycja została na antenie zapowiedziana jako pozycja stała, nadawana w każde niedzielne przedpołudnie „tylko w Trójce”. Ma własny rozbudowany jingiel, w którym – podobnie jak w tytule – promuje się występujące w niej osoby.

Audycja nie miała wypracowanego planu i koncepcji. Powiedział o tym na początku prowadzący Wojciech Mann („My sami nie wiemy, co z tej audycji wyjdzie... po raz pierwszy w życiu spotykamy się razem w studio...”). Jedynym wyrażonym jasno zamysłem

było liczenie na „prowokacyjność” p. Manueli Gretkowskiej. Stwierdzenie o braku koncepcji można by potraktować jako *licentia poetica* lub kokietowanie słuchaczy, gdyby nie to, że przebieg audycji w pełni potwierdził brak koncepcji: na początku uczestnicy zastanawiali się dość długo, o czym będą mówić, podjęli jakiś temat, który następnie bez wyjaśnień porzucili, tok rozmowy się rwał, polegał głównie na skojarzeniach, ripostach itp. Było też widoczne, że początkowy zamysł prowadzącego – żeby spróbować opisać, co jest, a co nie jest traktowane w różnych środowiskach i krajach jako molestowanie seksualne i jakoś zdefiniować zjawisko – nie został podjęty przez jego rozmówczynię. W dalszej części audycji prowadzący przystał na styl swojej rozmówczynie.

Audycja była pod względem myślowym całkowicie pusta, a jej poziom intelektualny był żenujący. Nie pełniła żadnej funkcji informacyjnej ani edukacyjnej. Prawdopodobnym jej zamysłem była funkcja rozrywkowa. Ponieważ jednak tematem był seks, więc, przy przyjętym przez rozmówców quasi-humorystycznym ujęciu szybko ześlizgnęła się w nieprzyzwoitość, chwilami w wulgarność. Rozmówcy wymieniali się niewybrednymi żartami na tematy seksualne, kpili z kłopotów zdrowotnych i trudności w dziedzinie seksualnej mężczyzn w Polsce, opowiadali tzw. pieprzne anegdoty (głównie p. Manuela Gretkowska).

W audycji p. Manuela Gretkowska przedstawiła swoje opinie na temat mężczyzn i Polaków w szczególności. Znalazło to wyraz w stwierdzeniu, że Polacy nie myślą, oraz w drugim, że jesteśmy społeczeństwem Molestaków, molestujemy bowiem władze o pieniądze. Następnie zajęła się przerabianiem słów hymnu państwowego tak, aby nabrał treści seksualnych (*Jeszcze Polska nie zginęła, póki my chcemy...? ...co nam obcy kiedyś włożył, my patriotycznie wyjmiemy?...Nie, nie wiem, no.. Dla mnie to jest definicja po prostu... Polski.. i sytuacji..*). Mann „odciął się”, jak powiedział, od tych stwierdzeń, nie przeszkodził jednak w „parafrazowaniu” hymnu na antenie przez swoją rozmówczynię.

Na zakończenie audycji prowadzący Mann stwierdził, że może to nie była bardzo dobra audycja (słuchacze ją krytykowali poprzez internet, jako żenująco głupią), ale „parę razy się rozbawił”. Wydaje się, że stwierdzenie to dobrze oddaje relacje między autorami a słuchaczami w tej audycji. Została ona potraktowana niemal jak rozmowa prywatna uczestników audycji (pogadamy, może coś z tego wyjdzie).

W audycji w wyraźny sposób naruszono zapis art. 18 ust. 1 i 5. Nastąpiło to poprzez wulgarny sposób ujęcia omawianej problematyki, wulgarne zwroty w odniesieniu do sfery seksualnej, a także poprzez naruszenie powagi symboli państwowych, w tym przypadku - hymnu narodowego. Emisja tak przeprowadzonej audycji w czasie chronionym jest niedopuszczalna.

### **Sposób relacjonowania obrad Sejmowej Komisji Śledczej w audycjach informacyjnych wyemitowanych w dniach 8-11 lutego 2003 roku w telewizji publicznej -TVP 1 i TVP 2.**

Celem niniejszego raportu była ocena, w jakim stopniu telewizja publiczna wywiązała się w audycjach informacyjnych z obowiązku rzetelnego i obiektywnego informowania opinii publicznej o tzw. sprawie Rywina.



27 grudnia ubiegłego roku w artykule „Ustawa za łapówkę, czyli przychodzi Rywin do Michnika” Gazeta Wyborcza poinformowała, że 22 lipca Lew Rywin, producent filmowy, powiedział Adamowi Michnikowi, że jeśli wydawca „Gazety” spółka Agora zapłaci 17,5 mln dolarów łapówki, nowelizowana przez Sejm ustawa o radiofonii i telewizji zostanie uchwalona w kształcie zgodnym z oczekiwaniami Agory. Wcześniej Rywin rozmawiał o tym z prezesem Agory Wandą Rapaczyńską. Adam Michnik nagrał rozmowę z Rywinem. Rywin powoływał się na poparcie „grupy trzymającej władzę”. Od 30 grudnia 2002 roku prokuratura prowadzi śledztwo w sprawie afery korupcyjnej. 10 stycznia Sejm powołał specjalną komisję śledczą do zbadania tej sprawy, w skład której weszło 10 posłów. 8 i 10 lutego komisja przesłuchiwała pierwszego świadka – redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej” Adama Michnika. Posiedzenie komisji relacjonowały na żywo – TVP 3 Regionalna oraz TVN 24.

Przedmiotem monitoringu były główne wydania „Wiadomości” i „Panoramy” nadane w dniach 8 – 11 lutego 2003 roku. Sposób relacjonowania tzw. sprawy Rywina w tych dziennikach porównywano z jednej strony z pełnymi relacjami na żywo z posiedzeń komisji śledczej nadawanymi codziennie przez TVP S.A. (w badanym okresie posiedzenia komisji miały miejsce 8 i 10 lutego), z drugiej zaś – ze sposobem relacjonowania tej sprawy w audycjach informacyjnych w TVN (główne wydania „Faktów”) i telewizji Polsat (główne wydania „Informacji”). Analiza tych przekazów stanowiła układ odniesienia do oceny relacji prezentowanych w dziennikach TVP.

Podstawą metodologiczną przeprowadzonej analizy i oceny omawianych relacji są zasady rzetelności i etyki dziennikarskiej sformułowane w „Vademecum dziennikarstwa” BBC z 1989 roku, „Zasadach Etyki Dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A.” z 2001 roku oraz Karcie Etycznej Mediów opracowanej przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich z 1995 roku.

### ***Ranga przekazów związanych z tzw. sprawą Rywina w monitorowanych audycjach***

Zarówno długość relacji w głównych wydaniach „Wiadomości” i „Panoramy”, umieszczenie ich na pierwszym lub drugim miejscu, jak wreszcie poświęcenie im miejsca w zapowiedziach na początku dziennika, świadczą o tym, że telewizja publiczna uznała to wydarzenie za ważne. Szczegółowe dane na ten temat rangi tych wątków w dziennikach zawiera tabela poniżej.

<b>Tytuł audycji</b>	<b>Data emisji</b>	<b>Miejsce relacji w dzienniku</b>	<b>Czas trwania</b>	<b>Dziennikarz prowadzący i reporterzy</b>
Wiadomości	8.02.2003	Pierwsze	5'	Jolanta Pieńkowska; Mariusz Rudnik, M. Mrozowska-Krawczyk
Panorama	8.02.2003	Pierwsze	4'	Andrzej Turski; Wojciech Nomejko
Wiadomości	9.02.2003	Brak informacji o sprawie Rywina		
Panorama	9.02.2003			

Wiadomości	10.02.2003	Pierwsze	5'	Jolanta Pieńkowska; Mariusz Rudnik
Panorama	10.02.2003	Drugie (po informacji o ew. wojnie w Iraku)	3'	Dorota Warakomska; Wojciech Nomejko
Wiadomości	11.02.2003	Drugie (po informacji o nominacjach „Pianisty” do Oskara)	4'	Jolanta Pieńkowska; Mariusz Rudnik
Panorama	11.02.2003	Drugie (po informacji o nominacjach „Pianisty” do Oskara)	2'50''	Dorota Warakomska; Wojciech Nomejko

### ***Ocena wyboru przekazanych informacji***

Autorzy relacji jak i prowadzący musieli zmierzyć się z trudnym zadaniem zrelacjonowania w krótkim przekazie w dzienniku najważniejszych wątków trwającego kilka godzin posiedzenia komisji śledczej. Przesłuchanie Adama Michnika w sobotę 8 lutego trwało 5 godzin, w poniedziałek 10 lutego - 7 godzin.

Jak wykazał przeprowadzony monitoring, w nadanych w dziennikach relacjach z pracy komisji śledczej wybrano najważniejsze wątki spośród omawianych w tych dniach przesłuchań w komisji. Wątki te dotyczyły domniemanej roli w sprawie najważniejszych osób w państwie, tj. prezydenta i premiera, oraz roli prezesa TVP S.A. Roberta Kwiatkowskiego (jego nazwisko podał Lew Rywin jako inicjatora propozycji korupcyjnej). Należy zauważyć, że te same wątki akcentowano w audycjach informacyjnych telewizji koncesjonowanych.

Poza relacjami z pracy komisji śledczej w badanych dziennikach przedstawiono informacje o stanowisku Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz Rady Nadzorczej TVP S.A. w związku z wnioskiem komisji o zawieszenie w czynnościach prezesa TVP Roberta Kwiatkowskiego oraz informacje o ekspertyzach do nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji zamówionych przez Marszałka Sejmu RP Marka Borowskiego.

### ***Zaobserwowane nieprawidłowości w monitorowanych przekazach***

W wyniku przeprowadzonej analizy przedstawiono niżej zaobserwowane nieprawidłowości. Polegały one w kilku przypadkach na braku oddzielania informacji od komentarza, używaniu sformułowań oceniających zamiast neutralnych, manipulowaniu obrazem w sposób niekorzystny dla przesłuchiowanych osób, braku równowagi w przedstawianiu opinii i argumentów stron, zachwianiu równowagi w prezentacji poszczególnych wątków śledztwa poprzez nadmierne akcentowanie osoby i roli prezesa TVP S.A.

- **„Wiadomości”, sobota, 8 lutego**

- Po przekazaniu informacji, że przed komisją śledczą zeznaje Adam Michnik i że będzie kontynuował zeznania w poniedziałek, prowadząca „Wiadomości” Jolanta Pieńkowska powiedziała: *„Szef Gazety Wyborczej stawiał hipotezy, ale nie chciał podawać ani nazwisk, ani szczegółów. Podtrzymał to, o czym wielokrotnie mówił i pisał”*.
- W przytoczonej wypowiedzi popełniono kilka błędów dziennikarskich. Po pierwsze – w cytowanej wypowiedzi zawarty jest ukryty komentarz sugerujący złą wolę przesłuchiwanego (*„nie chciał podawać ...”*). Dziennikarka powinna była podać, że Adam Michnik nie odpowiedział na część zadawanych pytań, ponieważ stwierdził, że nie zna odpowiedzi na zadawane mu pytania. Po drugie - niezrozumiałe jest w kontekście pierwszego zdania relacji, co dokładnie podtrzymał Adam Michnik. Widz nie ma obowiązku pamiętać, o czym wielokrotnie mówił i pisał Adam Michnik. Jeśli ktoś do tej pory nie interesował się tzw. sprawą Rywina, to z tej zapowiedzi niczego nie zrozumiał.
- W przeciwieństwie do „Wiadomości”, w „Panoramie” w kilku zdaniach wytłumaczono, o co chodzi w sprawie Rywina i jakie hipotezy stawiała „Gazeta Wyborcza” w czasie dziennikarskiego śledztwa. Dostarczono zatem widzowi informacji niezbędnych, aby mógł on wyrobić sobie samemu pogląd na tę sprawę.
- Podobny zarzut należy sformułować do wypowiedzi Mariusza Rudnika, że choć Michnik mówił o *„możnych protektorach Lwa Rywina”*, to *„nie potrafił podać żadnych nazwisk”*. Należało powiedzieć, iż *„nie podał żadnych nazwisk”*. Użycie słów *„nie potrafił”* jest komentarzem, który w złym świetle stawia zeznającego.
- Odmowę Adama Michnika dotyczącą ujawnienia szczegółów śledztwa dziennikarskiego prowadzonego przez „Gazetę Wyborczą” dziennikarz określił jako *„zastanianie się tajemnicą dziennikarską”*. Takie stwierdzenie po raz kolejny zawiera ukrytą ocenę i stawia przesłuchiwanego w złym świetle.
- Prawidłowo przedstawiła tę kwestię „Panorama” informując, że eksperci prawni komisji potwierdzili, że istnieje prawo przesłuchiwanego do odmowy ujawnienia tajemnicy dziennikarskiej i że komisja musi uzyskać zgodę sądu na uchylenie tej tajemnicy.
- Nie wiadomo, dlaczego dziennikarz Mariusz Rudnik, który przygotował relację z posiedzenia komisji śledczej, nazwał serię pytań zadawanych przez posła Jana Rokitę *„swoistym pojedyńkiem”*. Poseł Rokita zadał podczas tego posiedzenia komisji największą liczbę pytań, wielokrotnie prosił A. Michnika o doprecyzowanie odpowiedzi czy uściślenie pewnych faktów. Rokita zadawał jednak pytania rzeczowo, spokojnym tonem; tymczasem słowo „pojedynek” zakłada walkę dwóch przeciwników. Dziennikarz poprzez użycie takiego sformułowania podsycił atmosferę napięcia, co jest niezgodne z zasadami etyki dziennikarskiej określonymi przez TVP SA.
- Jak wynikało z nadanej transmisji, tego dnia komisja śledcza najwięcej czasu poświęciła dociekaniom na temat roli premiera w tej sprawie w okresie od jego spotkania z L. Rywinem i A. Michnikiem do dnia publikacji artykułu *„Ustawa za łapówkę...”*. Tymczasem w „Wiadomościach” najwięcej czasu poświęcono roli prezesa TVP, także wprawdzie omawianej w tym dniu przez komisję, jednak w o wiele mniejszym wymiarze

niż to wynikało z relacji w dzienniku. Nie przedstawiono więc w sposób obiektywny, odpowiadający przebiegowi pracy komisji, głównych jej wątków tego dnia.

- W trakcie relacji przedstawiającej wymianę zdań między posłem J. M. Rokitą i A. Michnikiem na temat zeznań prezesa R. Kwiatkowskiego w prokuraturze, na ekranie pojawił się nieoczekiwanie pisemny komunikat o następującej treści: „Prezes Robert Kwiatkowski zwróci się natychmiast do komisji śledczej z prośbą o ujawnienie całości swoich zeznań. W zeznaniach tych nie stawiał bowiem żadnych hipotez dotyczących tzw. sprawy Rywina, dlatego pytania posła Jana Marii Rokity wypaczają ich sens”. W podpisie oświadczenia widniał napis: Biuro Rzecznika TVP S.A.

Przerwanie relacji takim komunikatem było błędem konstrukcyjnym, ponieważ nie poinformowano widza uprzednio, że takie oświadczenie zostało wydane; widz został pojawiającym się z nagłą tekstem zaskoczony. Poza tym dziennikarz powinien był poprosić o wypowiedź prezesa TVP Roberta Kwiatkowskiego, dać mu prawo do przedstawienia swoich racji. Jeśli ten odmówił lub z innych względów nie można się było z nim skontaktować, to wówczas można było poprosić o wypowiedź rzecznika TVP. W audycji nie dowiadujemy się jednak, dlaczego prezes TVP nie wypowiedział się w tej sprawie osobiście; nie wiemy czy odebrano mu prawo do wypowiedzi we własnej sprawie, czy też sam prezes z tego prawa zrezygnował. Zamiast stanowiska Roberta Kwiatkowskiego widz zobaczył komunikat Biura Rzecznika, pod którym nikt się nie podpisał. Wreszcie, poprzez nadanie komunikatu (pokazanie go na antenie i odczytanie z offu) zamiast podania informacji o komunikacie nastąpiło pomieszczenie porządków: dziennikarz został sprowadzony do roli rzecznika firmy, w której jest zatrudniony. Tymczasem powinien on reprezentować interesy odbiorców.

- Nieco lepiej przedstawiła to „Panorama” - co prawda także nie nadano tu wypowiedzi prezesa Kwiatkowskiego ani jego rzecznika, ale nie przerwano relacji, a stanowisko Biura Rzecznika zostało streszczone przez dziennikarza.
- W trakcie relacji dziennikarza informującego, że A. Michnik jest przekonany o niewinności premiera w tej sprawie i zilustrowaniu jej wypowiedzią Michnika przed komisją na ten temat, pojawia się nagle na ekranie fragment innej audycji pt. „Gość Jedyńki”, w której premier Miller mówi, że nie widzi przeszkód aby ujawnić swoje billingi. Nie wiadomo, dlaczego premier Miller mówi w tym momencie o billingach, jaka jest ich waga w wyjaśnieniu sprawy. Nie wynika to też z kontekstu całego przekazu.

„Panorama” przedstawiła tę sprawę lepiej. Prowadzący Andrzej Turski streścił stanowisko premiera – udostępni billingi, ponieważ zależy mu na wyjaśnieniu sprawy, w której sam czuje się pokrzywdzony. Tu także nie dowiadujemy się jednak, dlaczego wywołano temat billingów rozmów telefonicznych premiera.

- Ważnym elementem relacji telewizyjnej jest obraz. W relacji pokazywano najczęściej, zgodnie z logiką tego przekazu, twarze członków komisji i A. Michnika. Zdarzały się jednak przypadki nieprawidłowego obrazowania. Nie wiadomo dlaczego w trakcie wypowiedzi A. Michnika o niewinności premiera kamera pokazywała dwie rozmawiające ze sobą panie. Widz nie dowiedział się jaką rolę w komisji pełnią pokazane kobiety. Efekt jest taki, że w pamięci widza pozostaje obraz dwóch anonimowych kobiet, nie zainteresowanych tym, co się dzieje na sali. Inaczej natomiast pokazała to „Panorama” – poza członkami komisji, jej ekspertami oraz przesłuchiwanym, pokazano salę w szerokim ujęciu, gdzie widać było licznie zgromadzonych dziennikarzy z uwagą obserwujących przesłuchanie.

- W relacji pokazywano w niewłaściwy sposób A. Michnika. Jego wypowiedzi ilustrowano obrazem jego dłoni, które z wyraźnym wysiłkiem opierał na stole. Takie przedstawienie wywołuje u widza wrażenie, że przesłuchiwany jest zdenerwowany, boi się (obraz trzęsących się rąk).

- **Wiadomości, poniedziałek, 10 lutego**

- Nie zadbano o zachowanie równowagi w przedstawianiu poszczególnych wątków relacji. W ciągu trwającej 5 minut relacji ze sprawy Rywina, dziennikarz przez 4 minuty zajmował się wyłącznie wątkami związanymi z osobą i rolą Roberta Kwiatkowskiego. Złamano także zasadę rzetelności dziennikarskiej ponieważ pominięto w relacji trzy ważne wątki z posiedzenia komisji w tym dniu: sprawę prywatyzacji Programu 2, nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji i roli sekretarza KRRiT Włodzimierza Czarzastego w ewentualnej budowie koncernu medialnego lewicy. O sprawach tych w „Wiadomościach” nie wspomniano.
- Podobnie jak 8 lutego pojawił się na ekranie niepodpisany komunikat Biura Rzecznika TVP, tym razem stwierdzający, że prezes TVP Robert Kwiatkowski zażądał wyjaśnień dotyczących felietonu „Pamięć Michnika” umieszczonego w portalu internetowym TVP. Znowu brakuje osobistej wypowiedzi prezesa lub jego rzecznika albo wyjaśnienia, dlaczego dziennikarzowi TVP nie udało się do żadnego z nich dotrzeć. A jeśli dotarł, to dlaczego odmówili mu wypowiedzi przed kamerą. Zatem dziennikarz po raz kolejny wystąpił w roli rzecznika firmy, w której jest zatrudniony.
- Widz nie dowiadyuje się, co tak bardzo wzburzyło Michnika w tym felietonie i kto go napisał. Dziennikarz nie przekazuje też informacji, że A. Michnik zarzucił stronnictwo telewizji publicznej oraz Polskiej Agencji Prasowej.
- Tego dnia znów zdarzyły się przypadki nieprawidłowego obrazowania. Wypowiedzi A. Michnika ilustrowano jego dłońmi silnie zaciśniętymi na poręczy krzesła. Taki obraz nie jest neutralny. Sugeruje się poprzez niego odbiorcy, że mówiący jest zdenerwowany albo czegoś się boi.
- „Wiadomości” pokazały też grymas niechęci i wyraźnej złości A. Michnika z komentarzem, że „*tak zareagował Michnik na informację, że jego zeznania przeciągną się do soboty*”. Te zdjęcia nie wniosły niczego merytorycznego do sprawy, jedyną przyczyną ich emisji była możliwość pokazania niezadowolonego, wykrzywiającego się A. Michnika. Taki obraz przesłuchiwanego mógł źle nastawić do niego widzów. Dziennikarz tłumaczył co prawda, że przy tak wielowątkowej sprawie 12 godzin przesłuchań nie wystarczyło posłom, ale tłumaczył w ten sposób posłów, a nie reakcję Michnika.

- **Wiadomości, wtorek, 11 lutego**

Tego dnia głównym tematem było posiedzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie skierowanego do KRRiT wniosku komisji śledczej o zawieszenie w obowiązkach, do czasu pełnego wyjaśnienia tzw. sprawy Rywina, prezesa TVP S.A. Roberta Kwiatkowskiego.

- Dziennikarz nie wyjaśnił widzom, że organem, który może odwołać lub zawiesić w czynnościach prezesa Telewizji Polskiej, jest Rada Nadzorcza TVP S.A., a nie KRRiT; podał jedynie informację, że ma się odbyć posiedzenie Rady Nadzorczej. W związku z tym niezorientowani w kompetencjach obu organów widzowie mogli odnieść wrażenie, że KRRiT, przekazując sprawę Radzie Nadzorczej, uchyla się od odpowiedzialności. Tak więc, przez zaniedbanie w zakresie podawania podstawowych informacji telewizja publiczna, po pierwsze, nie wyjaśniła widzom istoty sprawy, po wtóre, stworzyła nieprawdziwy i niesprawiedliwy obraz działań KRRiT w omawianej sprawie.
- W relacji nie zadbano o równowagę w przedstawianiu opinii na temat zawieszenia prezesa Kwiatkowskiego. Nadano wypowiedź przewodniczącego KRRiT Juliusza Brauna (setka), który poinformował, że Rada nie zajęła stanowiska w tej sprawie i przekazała ją Radzie Nadzorczej TVP S.A. Przedstawiono ponadto trzy inne wypowiedzi (członka KRRiT Danuty Waniek, przewodniczącego RN TVP S.A. Witolda Knychalskiego i członka RN Bolesława Sulika), sugerujące, że wniosek komisji śledczej był co najmniej pochopny. Dwie z tych wypowiedzi (D. Waniek i W. Knychalskiego), podobnie jak oświadczenie Juliusza Brauna, nadano w postaci tzw. setek. Widz nie dowiedział się, czy ktokolwiek spośród członków KRRiT podziela opinię komisji śledczej o potrzebie zawieszenia prezesa TVP S.A. (informację taką podała „Rzeczpospolita”). Z relacji wynikało, że jedyną osobą, która się za tym opowiada, jest członkini Rady Nadzorczej TVP Anna Popowicz. Nie przytoczono jednak jej wypowiedzi w postaci „setki”, została ona jedynie omówiona przez dziennikarza. Taki sposób zbudowania relacji - czyli nadanie pełnych wypowiedzi („setek”) wyłącznie przeciwników zawieszenia prezesa i przemilczenie opinii zwolenników zawieszenia (członek KRRiT Jarosław Sellin) lub podanie jedynie ich omówienia (a nie „setki”), należy uznać za naruszenie równowagi i obiektywizmu relacji.

- **Panorama, 11 lutego**

„Panorama” informację o posiedzeniu Krajowej Rady przedstawiła w podobny sposób i z tymi samymi błędami, jak „Wiadomości”.

Z przytoczonych wyżej naruszeń wynika, że w relacjach „Wiadomości” popełniono kilka istotnych błędów. „Panorama” też się ich nie ustrzegła, ale odnotowano ich mniej. Do przytoczonych wyżej naruszeń należy także dodać, że „Wiadomości” praktycznie nie podawały *backgroundów*. Streszczenia wcześniejszych wydarzeń i okoliczności sprawy sprowadzały się do podania informacji, że trwa przesłuchanie. Zatem były one tak konstruowane jakby widz miał obowiązek codziennego oglądania dzienników.

Sposób relacjonowania posiedzeń komisji śledczej przez telewizje koncesjonowane (TVN-„Fakty”, główne wydania, Polsat-„Informacje”, główne wydania) w monitorowanym okresie był bardziej poprawny od strony warsztatowej niż w TVP SA. W programach tych relacjonowano większą liczbę wątków, w sprawach wątpliwych, które pojawiły się w trakcie posiedzeń komisji korzystano z opinii ekspertów (prawników, socjologów). Starano się także podawać dodatkowe informacje, które mogły pomóc widzom w wyrobieniu sobie poglądu na tę sprawę.

### III. SYTUACJA FINANSOWO - EKONOMICZNA NADAWCÓW PUBLICZNYCH

Na podstawie ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji od 1994 roku działa 19 nadawców publicznych: 18 spółek radiofonii publicznej oraz Telewizja Polska S.A.

Zgodnie z art. 31 ww. ustawy przychodami nadawców publicznych, z których finansowana jest ich działalność są wpływy pochodzące z:

- opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek za zwłokę w ich uiszczaniu, kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych,
- obrotu prawami do audycji,
- reklam i audycji sponsorowanych,
- innych źródeł.

Przychodami spółek publicznej radiofonii i telewizji mogą być również dotacje z budżetu państwa.

#### Przychody abonamentowe

W latach 1994 - 2002 stosowany był następujący podział wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych) pomiędzy radiofonię i telewizję publiczną:

	<u>Telewizja</u> <u>Polska S.A.</u>	<u>Radiofonia</u> <u>publiczna</u>
1994 rok	67%	33%
lata 1995 -1996	60%	40%
1997 rok	62%	38%
lata 1998 -2002	60%	40%

### **Radiofonia publiczna**

Zmiana zasad podziału wpływów abonamentowych na rzecz radiofonii publicznej spowodowana była koniecznością rozbudowy i modernizacji posiadanej przez te spółki bazy techniczno-produkcyjnej.

Potrzeba ta wynikała z niedofinansowania spółek radiofonii publicznej w latach poprzednich, gdy funkcjonowały do połowy 1993 roku w ramach struktur Komitetu ds. Radia i Telewizji oraz państwowej jednostki organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja”.

W latach 1994 - 2002 dla spółek regionalnej radiofonii publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) przekazano środki wyodrębnione na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych o charakterze rozwojowym, odpowiednio: 1994 rok - 8,9%, 1995 rok - 8,8%, 1996 rok - 16,7%, 1997 rok - 11,5%, 1998 rok - 20,4%, 1999 rok - 24,9%, 2000 rok - 7,4%, 2001 rok - 3,0% , 2002 rok - 2,8% środków ogółem.

W 1999 roku zakończono wyodrębnianie środków na finansowanie inwestycji rozwojowych związanych z budową lub rozbudową docelowej siedziby oraz modernizacją ciągów technologicznych. Z tego tytułu jedynie w przypadku Radia Koszalin S.A. przy określaniu na 2000 rok wpływów pozaabonamentowych na finansowanie inwestycji rozwojowych wydzielono kwotę w wysokości 385 tys.zł z przeznaczeniem na dokończenie finansowania przedsięwzięcia inwestycyjnego związanego z budową siedziby spółki.

Z uwagi na konieczność stosowania procedur wynikających z ustawy o zamówieniach publicznych, wyposażenie nowych siedzib Radia Gdańsk S.A. oraz Radia Koszalin S.A. w sprzęt technologiczny zakończono w 2002 roku.

Dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w latach 1998 - 2000 roku przyznane zostały dodatkowe środki z wpływów abonamentowych w wysokości 40,0 mln zł na częściowe finansowanie zadania inwestycyjnego związanego z budową i wyposażeniem Radiowego Centrum Nadawczego I Programu PR w Solcu Kujawskim.

Natomiast w latach 2001-2002 wyodrębniono z prognozowanych wpływów abonamentowych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie środki w kwocie 19,0 mln zł, z przeznaczeniem na działalność inwestycyjną związaną z cyfryzacją produkcji tekstowo-dźwiękowej.

Zgodnie z zapisami zawartymi w ustawie o radiofonii i telewizji Krajowa Rada w ramach kwoty wpływów abonamentowych prognozowanych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 2002 rok wyodrębniła środki na finansowanie kosztów rozpowszechniania programów dla zagranicy w wysokości 5,8 mln zł (2000 roku - 4,0 mln zł, w 2001 roku - 5,9 mln zł).

W 2002 roku, zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 285/01 z 27 czerwca 2001 roku, Nr 682/2001 z 18 grudnia 2001 roku oraz Nr 683/2001 z 18 grudnia 2001 roku, przekazano spółkom radiofonii publicznej wpływy abonamentowe z rachunku bankowego KRRiT w łącznej wysokości 359.085 tys.zł (łącznie ze środkami dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie z przeznaczeniem na działalność inwestycyjną związaną z procesem cyfryzacji produkcji tekstowo-dźwiękowej).

Zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 59/02 z 7 lutego 2002 roku, Nr 258/02 z 23 kwietnia 2002 roku, Nr 312/02 z 16 czerwca 2002 roku, Nr 578/02 z 24 października 2002 roku, 584/02 z 2 listopada 2002 roku oraz Nr 680/02 z 19 grudnia 2002 roku, zostały przekazane spółkom radiofonii publicznej wpływy pozaabonamentowe w łącznej wysokości 12.763,0 tys.zł.



### Telewizja publiczna

Zgodnie z uchwałą KRRiT prognoza wpływów abonamentowych dla Telewizji Polskiej S.A. na 2002 rok wynosiła łącznie 516,8 mln zł, w tym środki wyodrębnione w kwocie 15,4 mln zł, na następujące zadania specjalne:

- produkcja programów Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego 1,8 mln zł
- zakup sprzętu, wyposażenia i materiałów oraz serwisowanie urzędzeń do przedsięwzięcia związanego z wdrażaniem telewizji interaktywnej 6,0 mln zł
- wdrożenie zintegrowanego systemu informatycznego SAP R/3 w Oddziałach Terenowych spółki 7,6 mln zł

Pozostała kwota prognozowanych wpływów abonamentowych w wysokości 501,4 mln zł przeznaczona była na finansowanie:

1. Programu Satelitarnego TV Polonia 32,0 mln zł
2. programów regionalnych i w rozłącznej sieci „Dwójki” w Oddziałach Terenowych 187,0 mln zł
3. 2 programów ogólnokrajowych TVP 282,4 mln zł
  - w tym: audycje tworzone przez Oddziały Terenowe spółki 55,0 mln zł

Zgodnie z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji, Krajowa Rada określiła minimalne kwoty, jakie z wpływów abonamentowych Telewizja Polska S.A. winna przeznaczyć na finansowanie wskazanych obszarów działalności. Tak więc zgodnie z uchwałami Krajowej Rady ustalono, że w 2002 roku z opłat abonamentowych, na finansowanie TV Polonia, TVP S.A. przeznaczy minimum 32,0 mln zł, zaś na Oddziały Terenowe łącznie 242,0 mln zł (w tym na wykup przez programy ogólnokrajowe 55,0 mln zł).

Wobec niemożliwości finansowania kosztów bieżących TV Polonia z budżetu państwa (pomimo ustawowych zobowiązań MSZ nie finansował nawet części kosztów emitowanego programu) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach wpływów abonamentowych określonych dla Telewizji Polskiej S.A. wyodrębniła, na ten cel na 2002 rok kwotę 32,0 mln zł (w 2000 roku – 39,0 mln zł, w 2001 roku – 46,6 mln zł).

Zarząd TVP S.A. z wpływów abonamentowych przeznaczył na finansowanie TV Polonia w 2002 roku kwotę 31,8 mln zł, tj. o 15,4 % mniej w porównaniu do 2001 roku (37,6mln zł) oraz o 11,6% więcej w porównaniu do 2000 roku (28,5 mln zł).

Zgodnie z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji Krajowa Rada określiła minimalną kwotę wpływów abonamentowych na finansowanie audycji tworzonych przez Oddziały Terenowe do rozpowszechniania na antenie ogólnokrajowej w 2002 roku w

wysokości 55,0 mln zł (w 2000 roku – 66,0 mln zł, w 2001 roku – 100,0 mln zł). Zarząd TVP S.A. przeznaczył na ten cel wpływy abonamentowe w wysokości 54,9 mln zł.

Wpływy abonamentowe określone przez Krajową Radę dla Oddziałów Terenowych TVP S.A. na finansowanie programów regionalnych i w rozłącznej sieci „Dwójki” na poziomie minimalnym wynosiły w 2002 roku – 187,0 mln zł (w 2000 roku – 194,8 mln zł, w 2001 roku – 200,0 mln zł). Środki z wpływów abonamentowych przeznaczone na ten cel w 2002 roku wyniosły 192,2 mln zł (w 2000 roku – 179,2 mln zł, w 2001 roku – 178,8 mln zł).

Wpływy abonamentowe prognozowane dla TVP S.A. na finansowanie działalności w 2002 roku określone w kwocie 501,4 mln zł przekazane zostały w kwocie wyższej o 4,5%, to jest w łącznej wysokości około 524,2 mln zł.

\* \* \*

Na finansowanie nadawców publicznych przekazywane były środki zgromadzone na wyodrębnionym rachunku bankowym KRRiT z tytułu:

- wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych),
- wpływów pozaabonamentowych (z odsetek za zwłokę w uiszczaniu opłat abonamentowych, kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek od Rejonowych Urzędów Poczty Polskiej za nieterminowe przekazywanie wpływów z opłat abonamentowych, odsetek bankowych od kapitalizacji środków, które gromadzone były na wyodrębnionym rachunku KRRiT).

Rozdysponowanie środków z wyodrębnionego rachunku KRRiT w wybranych latach okresu 1994 - 2002, na jednostki radiofonii i telewizji publicznej, prezentuje poniższe zestawienie:

(w tys. zł)

TREŚĆ	1994 rok wykonani e	1998 rok wykonani e	Dynamika zmian w % 1998/1994	2000 rok wykonani e	2001 rok wykonani e	2002 rok wykonani e	Dynamika zmian w %		
							2002/01	2002/00	2002/94
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>I. Wpływy abonamentowe razem,</b>	<b>430 703</b>	<b>766 760</b>	<b>178,0</b>	<b>803 700</b>	<b>867 460</b>	<b>898 660</b>	<b>103,6</b>	<b>111,8</b>	<b>208,6</b>
<i>z tego:</i>									
1. Środki wyodrębnione na zadania rozwojowe, razem:	-	15 000	x	12 900	8 523	25 000	293,3	193,8	x
<i>z tego dla:</i>									
a) Polskiego Radia S.A.	-	15 000	x	12 900	8 523	9 600	112,6	74,4	x
b) Telewizji Polskiej S.A.	-	-	x	-	-	15 400	x	x	x
2. Pozostałe środki, razem,	430 703	751 760	174,5	790 800	858 937	873 660	101,7	110,5	202,8
<i>z tego:</i>									
1/ Telewizja Polska S.A.	288 534	451 602	156,5	474 516	507 058	524 175	103,4	110,5	181,7
2/ Jednostki radiofonii publicznej, razem	142 169	300 158	211,1	316 284	351 879	349 485	99,3	110,5	245,8
<i>z tego:</i>									
a/ Polskie Radio S.A.	82 452	156 669	190,0	168 385	188 997	187 653	99,2	111,4	227,6
b/ Spółki regionalnej radiofonii, razem	59 717	143 489	240,3	147 899	162 882	161 832	99,3	109,4	271,0

3. RAZEM (poz. 1+2)									
a) Telewizja Polska S.A.	288 534	451 602	156,5	474 516	507 058	539 575	106,4	113,7	187,0
b) Polskie Radio S.A.	82 452	171 669	208,2	181 285	197 520	197 253	99,9	108,8	239,2
c) spółki regionalnej radiofonii - razem	59 717	143 489	240,3	147 899	162 882	161 832	99,4	109,4	271,0
<b>II. Wpływy poza-abonamentowe, razem</b>	<b>7 732</b>	<b>13 722</b>	<b>177,5</b>	<b>10 475</b>	<b>13 433</b>	<b>17 372</b>	<b>129,3</b>	<b>165,8</b>	<b>224,7</b>
z tego:									
a) Telewizja Polska S.A.	-	-	x	150	2 420	4 609	190,4	3 072,7	x
b) Jednostki radiofonii publicznej, razem	7 732	13 722	177,5	10 325	11 013	12 763	115,9	123,6	165,1
z tego:									
a) Polskie Radio S.A.	300	893	297,7	309	1 045	2 346	244,5	759,2	782,0
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	7 432	12 829	172,6	10 016	9 968	10 417	104,5	104,0	140,2
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>III. RAZEM środki przekazane z rachunku KRRiT (I+II),</b>	<b>438 435</b>	<b>780 482</b>	<b>178,0</b>	<b>814 175</b>	<b>880 893</b>	<b>916 032</b>	<b>104,0</b>	<b>112,5</b>	<b>208,9</b>
z tego:									
1. Telewizja Polska S.A.	288 534	451 602	156,5	474 666	509 478	544 184	106,8	114,6	188,6
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem	149 901	313 880	209,4	339 509	371 415	371 848	100,1	109,5	248,1
z tego:									
a) Polskie Radio S.A.	82 752	157 562	190,4	181 594	198 565	199 599	100,5	109,9	241,2
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	67 149	156 318	232,8	157 915	172 850	172 249	99,6	109,1	256,5

W latach 2000-2002 odnotowano następujące zmiany w kwocie wpływów abonamentowych dla spółek radiofonii i telewizji publicznej (w %):

TREŚĆ	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	6,9	3,4	10,5
2. Jednostki publicznej radiofonii, razem:	11,3	- 0,7	10,5
z tego:			
1) Polskie Radio S.A. w Warszawie	12,2	- 0,7	11,4
2) Spółki regionalnej radiofonii	10,1	- 0,6	9,4
3. RAZEM Spółki radiofonii i telewizji	7,9	3,6	11,8

W latach 2000-2002 z rachunku bankowego KRRiT przekazano spółkom radiofonii i telewizji publicznej środki w łącznej wysokości: 2 611 100 tys. zł

z tego:

- wpływy abonamentowe 2 569 820 tys. zł (98,4%)
- wpływy pozaabonamentowe 41 280 tys. zł ( 1,6%)

Środki te otrzymały:

1. Telewizja Polska 1 528 328 tys. zł (tj. 58,5%)
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem 1 082 772 tys. zł (tj. 41,5%); *liczone jako 100,0%*  
z tego:
  - a) Polskie Radio S.A. w Warszawie 579 758 tys. zł (tj. 22,1 %); *53,5%*
  - b) spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 503 014 tys. zł (tj. 19,4 %); *46,5%*

Poziom udziału poszczególnych nadawców publicznych we wpływach abonamentowych przekazanych w wybranych latach okresu 1994 - 2002 przedstawia się następująco:

(w tys. zł)

TREŚĆ	1994 r.	1998 r.	2000 r.	2001 r.	2002 r.
1	2	3	4	5	6
<b>OGÓŁEM</b>	<b>430 703</b> <i>(100,0%)</i>	<b>766 760</b> <i>(100,0%)</i>	<b>803 700</b> <i>(100,0%)</i>	<b>867 460</b> <i>(100,0%)</i>	<b>898 660</b> <i>(100,0%)</i>
I. Środki wyodrębnione	0,00	15 000 <i>(1,956%)</i>	12 900 <i>(1,605%)</i>	<b>8 523</b> <i>(0,983%)</i>	<b>25 000</b> <i>(2,782%)</i>
II. Środki do podziału na spółki radiofonii i telewizji	<b>430 703</b> <i>(100,0%)</i>	<b>751 760</b> <i>(98,044%)</i>	<b>790 800</b> <i>(98,395%)</i>	<b>858 937</b> <i>(99,017%)</i>	<b>873 660</b> <i>(97,219%)</i>
z tego:	<i>liczone jako 100,0%</i>				
TELEWIZJA POLSKA S.A.	288 534 <i>(66,991%)</i>	451 602 <i>(60,073%)</i>	474 516 <i>(60,005%)</i>	507 058 <i>(59,033%)</i>	524 175 <i>(59,998%)</i>
RADIOFONIA PUBLICZNA	142 169 <i>(33,009%)</i>	300 158 <i>(39,927%)</i>	316 284 <i>(39,995%)</i>	351 879 <i>(40,967%)</i>	349 485 <i>(40,002%)</i>
z tego:					
1). POLSKIE RADIO S.A.	82 452 <i>(19,144%)</i>	156 669 <i>(20,840%)</i>	168 385 <i>(21,293%)</i>	188 997 <i>(22,004%)</i>	187 653 <i>(21,479%)</i>
2). SPÓŁKI REGIONALNE	59 717 <i>(13,865%)</i>	143 489 <i>(19,087%)</i>	147 899 <i>(18,702%)</i>	162 882 <i>(18,963%)</i>	161 832 <i>(18,523%)</i>
z tego:					
BIAŁYSTOK	3 318 <i>0,770%</i>	7 164 <i>0,953%</i>	7 944 <i>1,005%</i>	10 031 <i>1,168%</i>	8 872 <i>1,015%</i>
BYDGOSZCZ	3 513 <i>0,816%</i>	7 118 <i>0,947%</i>	7 959 <i>1,006%</i>	8 731 <i>1,016%</i>	8 839 <i>1,012%</i>
GDAŃSK	2 342 <i>0,816%</i>	10 722 <i>1,426%</i>	9 110 <i>1,152%</i>	9 533 <i>1,110%</i>	10 104 <i>1,157%</i>
KATOWICE	4 391 <i>1,019%</i>	9 772 <i>1,300%</i>	9 026 <i>1,141%</i>	8 929 <i>1,040%</i>	9 563 <i>1,095%</i>
KIELCE	3 903 <i>0,906%</i>	6 787 <i>0,903%</i>	7 310 <i>0,924%</i>	9 665 <i>1,125%</i>	8 646 <i>0,990%</i>
KOSZALIN	3 024 <i>0,702%</i>	8 830 <i>1,175%</i>	9 363 <i>1,184%</i>	10 390 <i>1,210%</i>	12 044 <i>1,379%</i>
KRAKÓW	3 513 <i>0,816%</i>	13 561 <i>1,804%</i>	8 905 <i>1,126%</i>	10 072 <i>1,173%</i>	9 270 <i>1,061%</i>
LUBLIN	4 391 <i>1,019%</i>	8 965 <i>1,193%</i>	8 939 <i>1,130%</i>	10 617 <i>1,236%</i>	10 041 <i>1,149%</i>
ŁÓDŹ	3 903 <i>0,906%</i>	9 049 <i>1,204%</i>	7 128 <i>0,901%</i>	7 179 <i>0,836%</i>	6 978 <i>0,799%</i>

### III. Sytuacja finansowo – ekonomiczna nadawców publicznych

OLSZTYN	3 513 0,816%	7 337 0,976%	8 683 1,098%	10 373 1,208%	9 103 1,042%
OPOLE	3 024 0,702%	6 869 0,914%	8 185 1,035%	8 494 0,989%	8 512 0,974%
POZNAŃ	3 903 0,906%	8 626 1,147%	9 607 1,215%	9 608 1,119%	9 906 1,134%
RZESZÓW	3 513 0,816%	6 304 0,839%	7 969 1,008%	9 104 1,060%	9 121 1,044%
SZCZECIN	3 025 0,702%	6 514 0,866%	8 554 1,082%	11 092 1,291%	9 772 1,119%
WARSZAWA	3 708 0,861%	7 789 1,036%	9 445 1,194%	8 681 1,011%	9 756 1,117%
WROCLAW	3 708 0,861%	12 314 1,638%	12 492 1,580%	12 577 1,464%	11 707 1,340%
ZIELONA GÓRA	3 025 0,702%	5 768 0,767%	7 280 0,921%	7 806 0,909%	9 598 1,099%

W omawianym okresie wpływy abonamentowe w ramach radiofonii publicznej przekazane zostały następująco:

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej – razem
• 1994 rok	58,0%	42,0%
• 1998 rok	52,2%	47,8%
• 2000 rok	53,2%	46,8%
• 2001 rok	53,7%	46,3%
• 2002 rok	53,7%	46,3%

W latach 1994 – 2002 poziom wpływów abonamentowych na rzecz spółek regionalnej radiofonii zwiększył się o 4,3 punktu procentowego.

Od 1996 roku środki z wpływów abonamentowych dzielone były na poszczególne spółki regionalnej radiofonii publicznej na podstawie algorytmu podziału akceptowanego wcześniej przez Krajową Radę.

Dynamika wpływów abonamentowych dla wybranych lat okresu 1994 - 2002 w jednostkach publicznej radiofonii i telewizji przedstawiała się następująco:

TREŚĆ	w tys. zł									
	Wykonanie					Dynamika zmian w %				
	1994 r.	1998 r.	2000r.	2001r.	2002 r.	1998/94	2002/01	2001/00	2002/94	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	
OGÓLEM	430 703	766 760	803 700	867 460	898 660	178,0	103,6	107,9	208,6	
z tego:										
1) TVP S.A.*	288 534	451 602	474 516	507 058	539 575	156,5	106,4	106,9	187,0	
2) Radiofonia publiczna *	142 169	315 158	329 184	360 402	359 085	221,7	99,6	109,5	252,6	
z tego:										
- Polskie Radio S.A.*	82 452	171 669	181 285	197 520	197 253	208,2	99,9	108,9	239,2	
- Spółki regionalne	59 717	143 489	147 899	162 882	161 832	240,3	99,4	110,1	271,0	

\* z uwzględnieniem środków wyodrębnionych

Wielkości zawarte w powyższej tabeli zawierają kwoty wpływów abonamentowych według wartości nominalnej. Jeśli natomiast uwzględni się wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych, to realna wartość wpływów abonamentowych w wybranych latach okresu 1994 - 2002 wg cen 2002 roku przedstawia się następująco:

w tys.zł

TREŚĆ	Wykonanie porównywalne					Dynamika zmian w %			
	1994 r. <sup>1)</sup>	1998 r. <sup>2)</sup>	2000 r. <sup>3)</sup>	2001 r. <sup>4)</sup>	2002 r. <sup>5)</sup>	1998/94	2002/01	2001/00	2002/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
OGÓLEM	1 076 722	973 808	864 014	883 942	898 660	90,4	101,7	102,3	83,5
z tego:									
1) TVP S.A.*	721 311	573 548	510 126	516 692	539 575	79,5	104,4	102,3	74,8
2) Radiofonia publiczna *	355 411	400 260	353 888	367 250	359 085	112,6	97,8	103,8	101,0
z tego:									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
- Polskie Radio S.A.*	206 123	218 025	194 890	201 273	197 253	105,8	98,0	103,3	95,7
- Spółki regionalne	149 288	182 235	158 998	165 977	161 832	122,1	97,5	104,4	108,4

\* z uwzględnieniem środków wyodrębnionych

<sup>1)</sup> faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>2)</sup> faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>3)</sup> faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055 x 1,019

<sup>4)</sup> faktyczne wykonanie 2001 roku x 1,019

<sup>5)</sup> faktyczne wykonanie 2002 roku

Jak wynika z informacji zawartych w powyższej tabeli, realna wartość wpływów abonamentowych ogółem przekazanych do jednostek publicznej radiofonii i telewizji w 2002 roku, kształtowała się następująco:

- w porównaniu do 1994 roku uległa obniżeniu o 16,5%
  - z tego:
    - w Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie uległa obniżeniu o 25,2%
    - w spółkach radiofonii publicznej wzrosła o 1,0%
      - z tego:
        - w Polskim Radiu S.A. w Warszawie uległa obniżeniu o 4,3%
        - w spółkach radiofonii regionalnej wzrosła o 8,4%

### Przychody z reklamy

W latach 2000 – 2002 spółki radiofonii i telewizji publicznej uzyskały przychody ze sprzedaży czasu reklamowego w łącznej wysokości 3 026 062,0 tys. zł

z tego:

1) Telewizja Polska S.A. w Warszawie	2 852 213,2 tys. zł (tj. 94,2%)	
2) Jednostki radiofonii publicznej, razem	173 848,8 tys. zł (tj. 5,8%) ; <i>liczone jako 100,0%</i>	
z tego:		
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	94 898,3 tys. zł (tj. 3,1%)	54,6%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	78 859,5 tys. zł (tj. 2,7%)	45,4%

W wybranych latach okresu 1994-2002 przychody z reklamy osiągnęte przez Polskie Radio S.A. w Warszawie oraz jednostki regionalnej radiofonii przedstawiają się w wartościach procentowych następująco :

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej – razem
• 1994 rok	49,6%	50,4%
• 1998 rok	45,7%	54,3%
• 2000 rok	47,5%	52,5%
• 2001 rok	55,1%	44,9%
• 2002 rok	63,6%	36,4%

Kwoty przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w wybranych latach okresu 1994-2002, w podziale na telewizję publiczną oraz na poszczególne spółki radiofonii publicznej zawiera poniższa tabela:

TREŚĆ	1994 rok	1998 rok	Dynamika w % 1998/94	2000 rok	2001 rok	2002 rok	w tys. zł		
							Dynamika zmian w %		
							2002/01	2001/00	2002/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
I. Telewizja Polska S.A.	410 248,0	818 776,1	199,6	933 773,9	977 618,3	940 821,0	96,2	104,7	229,3
II. Jednostki radiofonii publicznej, Razem	31 738,6	65 461,3	206,3	65 339,8	58 980,6	49 229,2	83,5	89,9	155,1
z tego:									
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	15 752,0	29 887,5	189,7	31 194,5	32 477,6	31 317,2	96,4	104,1	198,8
2. Spółki regionalnej radiofonii, razem	15 986,6	35 573,8	222,5	34 145,3	26 503,0	17 912,0	67,1	76,9	112,0
z tego:									
- Białystok	420,0	2 402,0	571,9	2 350,0	2 111,4	1 482,5	70,2	89,8	353,0
- Bydgoszcz	418,0	1 303,9	311,9	1 353,1	968,1	587,2	60,7	71,5	140,5
- Gdańsk	1 052,0	3 461,0	329,0	2 865,0	2 103,0	1 281,1	60,9	73,4	121,8
- Katowice	2 630,0	6 843,5	260,2	6 165,2	4 289,2	1 948,0	45,4	69,6	74,1
- Kielce	690,7	1 138,4	164,8	1 106,2	943,4	762,8	80,9	85,3	110,4
- Koszalin	546,0	877,4	160,7	744,9	555,9	401,9	72,3	74,6	73,6
- Kraków	801,0	1 189,1	148,5	1 107,2	938,3	889,4	94,8	84,7	111,0
- Lublin	887,2	2 217,5	249,9	1 709,8	1 620,0	1 305,0	80,6	94,7	147,1
- Łódź	1 028,0	1 291,8	125,7	459,3	631,3	590,6	93,6	83,2	57,5
- Olsztyn	899,0	1 156,0	128,6	1 956,0	1 675,0	1 539,0	91,9	85,6	171,2

### III. Sytuacja finansowo – ekonomiczna nadawców publicznych

- Opole	440,0	1 983,9	450,9	1 571,9	1 240,2	1 009,0	81,4	78,9	229,3
- Poznań	2 030,0	4 516,0	222,5	5 635,9	4 260,3	2 365,0	55,5	75,6	116,0
- Rzeszów	887,0	1 444,0	162,8	1 251,3	1 180,4	865,3	73,3	94,3	97,6
- Szczecin	817,0	1 686,8	206,5	1 859,7	1 292,6	997,4	77,2	69,5	122,1
- Warszawa	590,0	1 205,0	204,2	1 684,9	664,6	316,9	47,7	39,4	53,7
- Wrocław	1 136,0	992,2	87,3	939,5	904,6	717,7	79,3	96,3	63,2
- Zielona Góra	714,7	1 864,9	260,9	1 385,4	1 124,7	853,2	75,9	81,2	119,4
<b>III. RAZEM</b>	<b>441 986,6</b>	<b>884 237,4</b>	<b>200,1</b>	<b>999 113,7</b>	<b>1 036 598,9</b>	<b>990 050,2</b>	<b>95,5</b>	<b>103,7</b>	<b>224,0</b>
<u>Struktura % udziału</u>									
a) poz. I : poz. III	92,8%	92,6%	x	93,5%	94,3%	95,0%	x	x	x
b) poz. II : poz. III	7,2%	7,4%	x	6,5%	5,7%	5,0%	x	x	x

Porównując wartości nominalne przychodów z reklamy wszystkich nadawców publicznych osiągnięte w 2002 roku w porównaniu do 1994 roku można stwierdzić, że nastąpił wzrost o 124%.

z tego:

- a) Telewizja Polska S.A. w Warszawie wystąpił wzrost o 129,3%
- b) Jednostki publicznej radiofonii, razem wystąpił wzrost o 55,1%

z tego:

- Polskie Radio S.A w Warszawie wzrost o 98,8%
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem wzrost o 12,0%

W Telewizji Polskiej S.A. w omawianym okresie miały miejsce następujące zmiany wartości nominalnych przychodów z reklamy:

- 2002 rok w porównaniu do 2001 roku - obniżenie poziomu o 3,8%
- 2002 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 129,3%
- 2001 rok w porównaniu do 2000 roku - wzrost o 4,7%
- 1998 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 99,6%

Natomiast w Polskim Radiu S.A. w Warszawie w wybranych latach okresu 1994-2002 zaobserwowano:

- 2002 rok w porównaniu do 2001 roku - obniżenie poziomu o 3,6%
- 2002 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 98,8%
- 2001 rok w porównaniu do 2000 roku - wzrost o 4,1%
- 1998 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 89,7%

W spółkach regionalnej radiofonii publicznej należy odnotować:

- 2002 rok w porównaniu do 2001 roku - obniżenie poziomu o 32,9%
- 2002 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 12,0%
- 2001 rok w porównaniu do 2000 roku - obniżenie poziomu o 23,1%
- 1998 rok w porównaniu do 1994 roku - wzrost o 122,5%



W latach 2000 – 2002 udział procentowy przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik na działalności finansowej) przedstawiał się następująco:

	2000 rok	2001 rok	2002 rok
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	57,9%	58,6%	55,9%
2. Radiofonia publiczna ogółem	14,7%	12,1%	10,3%
z tego:			
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	13,3%	12,2%	11,5%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:	16,1%	12,0%	8,8%
• Białystok	19,7%	15,3%	12,4%
• Bydgoszcz	12,2%	8,4%	5,5%
• Gdańsk	18,7%	14,2%	9,3%
• Katowice	33,6%	26,7%	14,4%
• Kielce	10,5%	7,9%	7,2%
• Koszalin	6,9%	4,4%	2,9%
• Kraków	9,0%	7,5%	7,8%
• Lublin	13,2%	11,8%	10,7%
• Łódź	5,1%	6,7%	6,5%
• Olsztyn	17,3%	12,1%	12,8%
• Opole	14,1%	10,9%	9,1%
• Poznań	34,0%	28,4%	17,8%
• Rzeszów	12,0%	9,6%	7,4%
• Szczecin	16,3%	9,2%	8,5%
• Warszawa	12,7%	6,3%	2,7%
• Wrocław	6,3%	6,0%	5,1%
• Zielona Góra	13,6%	9,7%	7,2%

Jak wynika z powyższych informacji w 2002 roku w porównaniu do 2001 roku odnotowano spadek udziału procentowego przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w skorygowanych przychodach ogółem nadawców publicznych, z tym że w:

- Telewizji Polskiej S.A. – wyniósł 2,6%
- Radiofonii publicznej ogółem – wyniósł 1,8%
- Polskim Radio S.A. w Warszawie – wyniósł 0,7%
- spółkach regionalnej radiofonii – wyniósł 3,2 %

Klasyfikowanie spółek regionalnych wg następującego przedziału procentowego udziału przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem za 2002 rok prezentuje poniższe zestawienie:

Lp.	przedział udziału procentowego	spółki regionalnej radiofonii publicznej
1.	do 10,0%	RDC Warszawa (2,7%), Koszalin (2,9%), Wrocław (5,1%), Bydgoszcz (5,5%), Łódź (6,5%), Kielce (7,2%), Zielona Góra (7,2%), Rzeszów (7,4%), Kraków (7,8%), Szczecin (8,5%), Opole (9,1%), Gdańsk (9,3%)
2.	10,1% - 15,0%	Lublin (10,7%), Białystok (12,4%), Olsztyn (12,8%), Katowice (14,4%)
3.	15,1-20,0%	Poznań (17,8%)

W porównaniu do 2001 roku nastąpiło w zakresie tej relacji pogorszenie sytuacji spółek regionalnych, co potwierdza poniższa tabela:

Lp.	przedział udziału procentowego	2001 rok		2002 rok	
		liczba spółek	średni udział	liczba spółek	średni udział
1.	Do 10,0%	10	6,7%	12	6,6%
2.	10,1% - 15,0%	4	12,4%	4	12,6%
3.	15,1%- 20,0%	1	15,3%	1	17,8%
4.	20,1% - 30,0%	2	27,6%	x	x
5.	ŚREDNIO	17	11,2%	17	8,7%

Należy odnotować, że najwyższy poziom przychodów z reklamy w 2002 roku wystąpił w radiu Merkury S.A. w Poznaniu (2.365,0 tys.zł), a najniższy w Radiu dla Ciebie S.A. w Warszawie (316,9 tys.zł).

Relacja między przychodami najniższymi, a najwyższymi wynosi więc, jak 1 : 7,46.

Przychody poszczególnych spółek uszeregowane według wielkości malejących przedstawiają się następująco:

L.p.	Spółka regionalna	Kwota w tys.zł	Wskaźnik % <sup>x)</sup>
1	Poznań	2 365,0	265,9%
2	Katowice	1 948,0	219,0%
3	Olsztyn	1 539,0	173,0%
4	Białystok	1 482,5	166,7%
5	Lublin	1 305,0	146,7%
6	Gdańsk	1 281,1	144,0%
7	Opole	1 009,0	113,4%
8	Szczecin	997,4	112,1%
9	Kraków	889,4	100,0%
10	Rzeszów	865,3	97,3%
11	Zielona Góra	853,2	95,9%
12	Kielce	762,8	85,8%
13	Wrocław	717,7	80,7%
14	Łódź	590,6	66,4%
15	Bydgoszcz	587,2	66,0%
16	Koszalin	401,9	45,2%
17	Warszawa (RDC)	316,9	35,6%

<sup>x)</sup> podane wskaźniki procentowe wskazują na relacje pomiędzy poziomem przychodów poszczególnych spółek do przychodów spółki w Krakowie, będącej w środku na 9 miejscu (tzw. mediana), liczona za 100%.

Odchylenie w poziomie przychodów z reklamy, w porównaniu do wartości średniej, tj. mediany (Kraków) w wartościach krańcowych wynoszą dla:

- Radia Merkury S.A. + 165,9%
- RdC S.A. -64,4%

Przedstawione powyżej kwoty przychodów z reklamy wyrażone były w wartości nominalnej w wybranych latach okresu 1994 – 2002. Jeśli natomiast uwzględni się wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych, to poziom realnej wartości przychodów z reklamy przedstawia się jak niżej:

TREŚĆ	1994 rok wykonanie porówn <sup>1)</sup>	1998 rok wykonanie porówn <sup>2)</sup>	Dyna- mika zmian w % 1998/94	2000 rok wykonanie porówn <sup>3)</sup>	2001 rok wykonanie porówn <sup>4)</sup>	2002 rok wykonanie faktyczne	w tys.zł Dynamika zmian w %		
							2002/01	2001/00	2002/94
							8.	9.	10.
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
I. Ogółem (II + III)	1 104 929,7	1 123 007,3	101,6	1 074 413,8	1 056 294,3	990 050,2	93,7	98,3	89,6
II. Telewizja Polska S.A.	1 025 585,9	1 039 869,5	101,4	1 003 849,0	996 193,0	940 821,0	94,4	99,2	91,7
III. Radiofonia publiczna	79 343,9	83 137,8	104,8	70 564,9	60 101,2	49 229,2	81,9	85,2	62,0
z tego:									
1) Polskie Radio S.A.	39 378,7	37 958,0	96,4	33 535,5	33 094,7	31 317,2	94,6	98,7	79,5
2) Spółki regionalnej radiofonii, razem	39 965,2	45 179,8	113,0	37 029,4	27 006,6	17 912,0	66,3	72,9	44,8

<sup>1)</sup> faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>2)</sup> faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>3)</sup> faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055 x 1,019

<sup>4)</sup> faktyczne wykonanie 2001 roku x 1,019

<sup>5)</sup> faktyczne wykonanie 2002 roku

Jak wynika z informacji zawartych w powyższej tabeli, realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez spółki publicznej radiofonii i telewizji zmniejszyła się następująco:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w 2002 roku o 5,1% w porównaniu z 2001 roku, natomiast w porównaniu do 1994 roku o 8,2%,
- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w 2002 roku o 5,4% w porównaniu z 2001 roku, natomiast w porównaniu do 1994 roku o 20,5%,
- spółek regionalnej radiofonii publicznej, razem w 2002 roku o 33,7% w porównaniu z 2001 roku, natomiast w porównaniu do 1994 roku o 55,2%.

Realne zmiany w wartościach przychodów z reklamy w spółkach regionalnej radiofonii publicznej w analizowanych latach przedstawia poniższa tabela:

w tys. zł

TREŚĆ	1994 rok wykonanie porówny- walne <sup>1)</sup>	1998 rok wykonanie porówny- walne <sup>2)</sup>	2000 rok wykonanie porówny- walne <sup>3)</sup>	2001 rok wykonanie porówny- walne <sup>4)</sup>	2002 rok faktyczne wykonanie	Wskaźnik wzrostu w %			
						1998/94	2002/01	2002/98	2002/94
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Spółki regionalnej radiofonii, razem	39 965,2	45 179,8	37 029,4	27 006,6	17 794,1	113,0	66,3	39,6	44,8
z tego:									
1. Białystok	1 050,0	3 050,6	2 526,4	2 151,5	1 482,5	290,5	85,2	86,1	141,2
2. Bydgoszcz	1 045,0	1 656,0	1 454,6	986,5	587,2	158,5	67,8	63,1	56,2
3. Gdańsk	2 629,9	4 395,6	3 080,0	2 143,0	1 281,1	167,1	69,6	56,6	48,7
4. Katowice	6 574,8	8 691,4	6 627,9	4 370,7	1 948,0	132,2	65,9	67,8	29,6
5. Kielce	1 726,7	1 445,8	1 189,2	961,3	762,8	83,7	80,8	70,8	44,2
6. Koszalin	1 365,0	1 114,3	800,8	566,5	401,9	81,6	70,7	38,0	29,4
7. Kraków	2 002,4	1 510,2	1 190,3	956,1	889,4	75,4	80,3	65,7	44,4
8. Lublin	2 217,9	2 816,3	1 838,1	1 650,8	1 305,0	127,0	89,8	93,7	58,8
9. Łódź	2 569,9	1 640,6	815,4	643,3	590,6	63,8	78,9	39,3	23,0
10. Olsztyn	2 247,4	1 468,2	2 102,8	1 706,8	1 539,0	65,3	81,2	140,4	68,5
11. Opole	1 100,0	2 519,6	1 689,9	1 263,8	1 009,0	229,1	74,8	90,9	91,7
12. Poznań	5 074,8	5 735,5	6 058,8	4 341,2	2 365,0	113,0	71,7	77,0	46,6
13. Rzeszów	2 217,4	1 834,4	1 345,2	1 202,8	865,3	82,7	89,4	87,3	39,0
14. Szczecin	2 042,4	2 142,3	1 999,3	1 317,2	997,4	104,9	65,9	72,1	48,8
15. Warszawa (RDC)	1 475,0	1 530,4	1 811,3	677,2	316,9	103,8	37,4	31,6	21,5
16. Wrocław	2 839,9	1 260,1	1 010,0	921,8	717,7	44,4	91,3	60,4	25,3
17. Zielona Góra	1 786,7	2 368,5	1 489,4	1 146,1	853,2	132,6	77,0	47,8	47,8

<sup>1)</sup> faktyczne wykonanie 1994 roku x 1,278 x 1,199 x 1,149 x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>2)</sup> faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055 x 1,019

<sup>3)</sup> faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055 x 1,019

<sup>4)</sup> faktyczne wykonanie 2001 roku x 1,019

<sup>5)</sup> faktyczne wykonanie 2002 roku

### Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 2000 – 2002

W omawianym okresie dla 18 spółek radiofonii publicznej najważniejszym elementem przychodów były wpływy abonamentowe (średniorocznie około 78%), natomiast dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie wpływy abonamentowe były elementem przychodów (średniorocznie około 31%), tj. uzupełniającym przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

W Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie od 1999 roku zauważa się tendencję do stopniowego wzrostu udziału wpływów abonamentowych w przychodach spółki ogółem, choć nadal przeważają, jako źródło finansowania przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

Udział środków uzyskanych przez spółki radiofonii i telewizji publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) w skorygowanych przychodach bieżących ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik na działalności finansowej) w latach 2000 – 2002 przedstawia się następująco:

	2000 rok	2001 rok	2002 rok	średniorocznie
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	29,9%	30,7%	31,3%	30,6%
2. Radiofonia publiczna ogółem	73,2%	76,5%	77,4%	75,7%
z tego:				
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	73,5%	74,6%	73,2%	73,8%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej,	72,9%	78,8%	83,0%	78,2%
• Białystok	73,0%	75,3%	77,1%	75,1%
• Bydgoszcz	78,2%	81,6%	86,1%	82,0%
• Gdańsk	62,1%	67,2%	73,6%	67,6%
• Katowice	53,0%	58,8%	75,5%	62,4%
• Kielce	75,2%	83,8%	84,2%	81,1%
• Koszalin	82,5%	85,1%	88,9%	85,5%
• Kraków	73,9%	85,0%	82,6%	80,5%
• Lublin	75,0%	82,5%	85,0%	80,8%
• Łódź	79,9%	87,7%	89,8%	85,8%
• Olsztyn	75,7%	80,1%	79,2%	78,3%
• Opole	74,6%	77,3%	79,4%	77,1%
• Poznań	62,0%	67,6%	77,3%	69,0%
• Rzeszów	75,7%	79,9%	85,3%	80,3%
• Szczecin	76,8%	84,2%	82,1%	81,0%
• Warszawa	78,3%	87,1%	92,4%	85,9%
• Wrocław	87,2%	87,7%	89,6%	88,2%
• Zielona Góra	79,6%	80,4%	86,5%	82,2%

### ***Radiofonia publiczna***

W 2002 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem 18 spółek radiofonii publicznej były wpływy abonamentowe przekazywane z rachunku bankowego KRRiT, stanowiące 77,4%, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 73,2%, natomiast spółki regionalnej radiofonii publicznej razem – 83,0%. W spółkach regionalnych udział wpływów abonamentowych w skorygowanych przychodach ogółem wahał się w granicach 73,6% (Gdańsk) – 92,4% (RdC S.A. w Warszawie).

Przychody z reklamy miały charakter uzupełniający do wpływów abonamentowych stanowiąc średnio w 2002 roku 10,3% dla całej radiofonii publicznej, z tego: Polskie Radio S.A. – 11,5%, spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem – 8,8%.

W poszczególnych spółkach regionalnych udział przychodów z reklamy w przychodach ogółem wahał się w granicach 2,7% (Radio dla Ciebie) – 17,8 % (Radio Merkury w Poznaniu).

Wpływy abonamentowe i przychody z reklamy łącznie stanowiły aż 87,7% przychodów ogółem, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 83,5%, a spółki regionalne, razem – 91,8%.

Pozostałe przychody spółek radiofonii publicznej to między innymi osiągnięty wynik na działalności finansowej, przychody ze sprzedaży audycji oraz ze sprzedaży usług produkcyjno-technicznych.

W latach 2000 - 2002 struktura procentowa udziału poszczególnych przychodów, w skorygowanych przychodach ogółem, w spółkach radiofonii publicznej, przedstawia się następująco:

	<u>2000 rok</u>	<u>2001 rok</u>	<u>2002 rok</u>
<b>1. <u>RADIOFONIA PUBLICZNA,</u></b>			
<b><u>razem</u></b>			
a) wpływy abonamentowe	73,4%	76,5%	77,4%
b) przychody z reklamy	14,7%	12,1%	10,3%
c) wynik na działalności finansowej	1,2%	0,9%	2,2%
d) pozostałe przychody	10,7%	10,5%	10,1%
<b>2. <u>POLSKIE RADIO S.A. w</u></b>			
<b><u>Warszawie</u></b>			
a) wpływy abonamentowe	73,7%	74,6%	73,2%
b) przychody z reklamy	13,3%	12,2%	11,5%
c) wynik na działalności finansowej	-1,0%	- 1,4%	2,3%
d) pozostałe przychody	14,0%	14,6%	13,0%
<b>3. <u>SPÓŁKI REGIONALNE</u></b>			
<b><u>RADIOFONII PUBLICZNEJ, razem</u></b>			
a) wpływy abonamentowe	73,2%	78,3%	83,0%
b) przychody z reklamy	16,1%	12,0%	8,8%
c) wynik na działalności finansowej	3,6%	3,7%	2,1%
d) pozostałe przychody	7,1%	5,4%	6,1%

W latach 2000 – 2002 dynamika zmian najpoważniejszych przychodów w spółkach radiofonii publicznej przedstawia się następująco (w procentach):

	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
<b>a) <u>skorygowane przychody ogółem</u></b>			
- Radiofonia publiczna, razem	108,8	98,3	107,0
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	113,6	102,5	116,4
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	103,4	93,3	96,5
<b>b) <u>wpływy abonamentowe</u></b>			
- Radiofonia publiczna, razem	113,3	99,5	112,7
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	115,0	100,5	115,6
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	111,4	98,2	109,4

c) <u>przychody z reklamy</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	89,5	83,4	74,6
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	104,1	96,4	100,4
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	76,4	67,3	52,0

Od 2000 roku w spółkach regionalnej radiofonii wyraźnie jest widoczny coroczny spadek przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w porównaniu do roku poprzedniego.

Natomiast w analizowanym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem radiofonii publicznej, jako wartości nominalnych, przedstawia się następująco (w procentach):

	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
- Radiofonia publiczna, razem	106,0	95,2	108,7
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	113,0	102,5	115,8
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	109,7	99,1	100,9

W latach 2000 – 2002 w radiofonii publicznej koszty rodzajowe ogółem nominalnie wzrosły o 8,7%, podczas gdy skorygowane przychody ogółem o 7,0%. Koszty rodzajowe Polskiego Radia S.A. wzrosły o 15,8% natomiast przychody ogółem wzrosły o 16,4%. Koszty rodzajowe spółek regionalnych wzrosły o 0,9%, natomiast przychody ogółem zmalały o 3,5%

Po uwzględnieniu wpływu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (2001 roku – 5,5%, 2002 roku – 1,9%), realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych radiofonii publicznej przedstawia się następująco (w procentach):

	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
<u>1) skorygowane przychody – ogółem</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	103,1	96,5	99,5
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	107,7	100,5	108,3
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	98,0	91,5	89,7
<u>2) koszty rodzajowe – ogółem</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	104,0	97,3	101,2
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	107,1	100,6	107,7
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	100,5	93,4	93,8

W okresie 2000 - 2002 realna wartość skorygowanych przychodów ogółem radiofonii zmalała o 0,5%, podczas gdy kosztów rodzajowych wzrosła o 1,2%.

W 2002 roku, na podstawie materiałów przedbilansowych, odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych spółek radiofonii publicznej w porównaniu do 2001 roku:

1. Zatrudnienie przeciętne

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.641,92	47,5	1.623,17	48,32	98,86
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.812,54	52,5	1.736,26	51,68	95,79
<b>RAZEM</b>	<b>3.454,46</b>	<b>100,0</b>	<b>3.359,43</b>	<b>100,00</b>	<b>97,25</b>

2. Stan zatrudnienia na 31 grudnia

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.623,63	47,57	1.636,13	48,21	100,77
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.789,63	52,43	1.757,60	51,79	98,18
<b>RAZEM</b>	<b>3.413,26</b>	<b>100,0</b>	<b>3.393,73</b>	<b>100,0</b>	<b>99,43</b>

3. Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	2001 rok	2002 rok	% kol.3:2
1.	2.	3.	4.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	3.604,8	3.806,8	105,6
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	3.404,0	3.544,9	104,1
<b>RAZEM</b>	<b>3.504,4</b>	<b>3.675,8</b>	<b>104,9</b>

4. Ogólny poziom przychodów (w mln zł)

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	271,0	55,3	273,0	57,2	100,7
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	219,4	44,7	204,6	42,8	93,3
<b>RAZEM</b>	<b>490,4</b>	<b>100,0</b>	<b>477,6</b>	<b>100,0</b>	<b>97,4</b>

5. Ogólny poziom kosztów rodzajowych (w mln zł)

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	247,8	54,44	197,3	43,73	79,6
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	207,4	45,56	253,9	56,27	122,4
<b>RAZEM</b>	<b>455,2</b>	<b>100,0</b>	<b>451,2</b>	<b>100,0</b>	<b>99,1</b>



6. Struktura kosztów rodzajowych  
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie

TREŚĆ	w %	
	2001 rok	2002 rok
1. Wynagrodzenia	35,2	35,2
2. Świadczenia na rzecz pracowników	6,4	6,3
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	41,6	41,5
4. Amortyzacja	7,8	9,5
5. Usługi obce:	27,1	26,0
w tym:		
- emisja	13,9	15,3
- dosył sygnału	1,8	1,5
- opłata za częstotliwość	0,3	0,3
6. Zużycie materiałów i energii	3,6	3,8
7. Podatki i opłaty	7,3	6,4
8. Pozostałe koszty	12,6	12,8
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	5,9	6,2

W Polskim Radiu S.A. w Warszawie wypłacone w 2002 roku diety dla rady programowej wyniosły 29,3 tys.zł, tj. o 8,1% więcej w porównaniu do 2001 roku (27,1 tys.zł).

b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej razem

TREŚĆ	w %	
	2001 rok	2002 rok
1. Wynagrodzenia	40,4	42,1
2. Świadczenia na rzecz pracowników	8,3	8,5
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	48,7	50,6
4. Amortyzacja	8,0	8,5
5. Usługi obce:	22,6	22,3
w tym:		
- emisja	6,4	7,3
- dosył sygnału	1,3	1,4
- opłata za częstotliwość	0,2	0,2
6. Zużycie materiałów i energii	4,4	4,3
7. Podatki i opłaty	5,7	5,5
8. Pozostałe koszty	10,7	8,7
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	5,2	4,9

We wszystkich 17 spółkach regionalnej radiofonii publicznej w 2002 roku wypłacono diety dla rad programowych w łącznej kwocie 395,4 tys.zł, tj. o 4,3% mniej w porównaniu do 2001 roku (413,1 tys.zł).

7. Należności i roszczenia wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	w mln zł				
	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	13,3	53,8	17,1	61,1	128,6
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	11,4	46,2	10,9	38,9	95,6
<b>RAZEM</b>	<b>24,7</b>	<b>100,0</b>	<b>28,0</b>	<b>100,0</b>	<b>113,4</b>

8. Zobowiązania krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2001 Rok		2002 rok		% kol.4:2
	Kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	34,0	66,9	32,4	64,2	95,3
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	16,8	33,1	18,1	35,8	107,7
<b>RAZEM</b>	<b>50,8</b>	<b>100,0</b>	<b>50,5</b>	<b>100,0</b>	<b>99,4</b>

9. Majątek obrotowy wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	20,0	24,8	31,7	39,1	158,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	60,5	75,2	49,3	60,9	81,5
<b>RAZEM</b>	<b>80,5</b>	<b>100,0</b>	<b>81,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,6</b>

10. Majątek trwały netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	227,4	61,8	219,0	51,5	96,3
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	140,8	38,2	206,5	48,5	146,7
<b>RAZEM</b>	<b>368,2</b>	<b>100,0</b>	<b>425,5</b>	<b>100,0</b>	<b>115,6</b>

11. Wynik netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	7,6	55,1	9,5	79,7	125,0
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	6,2	44,9	2,8	20,3	45,2
<b>RAZEM</b>	<b>13,8</b>	<b>100,0</b>	<b>12,3</b>	<b>100,0</b>	<b>89,1</b>

**Telewizja publiczna**

Według danych przedbilansowych w 2002 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik na działalności finansowej) Telewizji Polskiej S.A. były wpływy z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) w wysokości 985,6 mln zł, co stanowi 58,6% skorygowanych przychodów ogółem (wpływy z reklamy 55,9%, wpływy ze sponsoringu 2,7%).

Wpływy abonamentowe stanowiły 31,3% tych przychodów spółki.

Przychody z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) i wpływy abonamentowe stanowiły łącznie około 90% skorygowanych przychodów ogółem Telewizji Polskiej S.A.

W latach 2000-2002, to jest w okresie siedmiu lat funkcjonowania TVP S.A. jako spółki prawa handlowego, struktura procentowa udziału poszczególnych pozycji przychodów w skorygowanych przychodach ogółem, przedstawia się następująco:

	<u>2000 rok</u>	<u>2001 rok</u>	<u>2002 rok</u>
przychody z reklamy	58,9%	58,6%	55,9%
sponsoring	3,4%	3,3%	2,7%
wpływy abonamentowe	29,9%	30,7%	31,3%
wynik na działalności finansowej	0,9%	1,0%	1,3%
pozostałe przychody	6,9%	6,4%	8,8%

W analizowanym okresie 2000 - 2002 dynamika zmian najważniejszych przychodów Telewizji Polskiej S.A. jako wartości nominalnych przedstawia się następująco:

	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
skorygowane przychody ogółem	102,3%	101,7%	104,1%
przychody z reklamy	104,7%	96,2%	100,8%
sponsoring	96,6%	83,2%	80,3%
wpływy abonamentowe	107,3%	103,4%	111,0%
wynik na działalności finansowej	115,2%	195,0%	224,7%
pozostałe przychody	71,5%	146,1%	104,5%

Natomiast w omawianym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem spółki TVP S.A. jako wartości nominalnych przedstawia się następująco (w procentach):

	<u>2000</u> 2001	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
	100,4%	97,7%	98,1%

W latach 2000-2002 nastąpił spadek nominalnych kosztów rodzajowych (o 1,9%) w porównaniu do wzrostu skorygowanych przychodów ogółem (zwiększenie o 4,1 %).

Jeśli uwzględni się wskaźniki średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 2001 roku – 5,5%, w 2002 roku – 1,9%), to realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych Telewizji Polskiej S.A. w latach 2000-2002 przedstawia się następująco:

	<u>2001</u> 2000	<u>2002</u> 2001	<u>2002</u> 2000
<u>skorygowane przychody</u> <u>ogółem</u>	97,0%	99,8%	96,8%
przychody z reklamy	99,2%	94,4%	93,7%
sponsoring	91,5%	81,6%	74,7%
wpływy abonamentowe	101,7%	101,5%	103,2%
wynik na działalności finansowej	109,2%	191,4%	209,0%
pozostałe przychody	67,8%	143,4%	97,2%
<u>koszty rodzajowe ogółem</u>	95,2%	95,8%	91,2%

W okresie 2000-2002 realna wartość skorygowanych przychodów ogółem spadła o 3,2%, natomiast kosztów rodzajowych ogółem spadła o 8,8%.

Realna wartość przychodów z reklamy spadła w tym okresie o 6,3%, a wpływów abonamentowych wzrosła o 3,2%.

W 2002 roku w porównaniu do 2001 roku, realna wartość skorygowanych przychodów ogółem spadła o 0,2%, a kosztów rodzajowych ogółem o 4,2%.

Realna wartość przychodów z reklamy w latach 2000-2001 obniżyła się o 5,6%, natomiast przychodów z wpływów abonamentowych wzrosła o 1,5%.

W 2002 roku odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych w Telewizji Polskiej S.A. w porównaniu do 2001 roku (na podstawie materiałów przedbilansowych):

Średnie zatrudnienie:

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	kol. 4 : 2 6
Zakład Główny	3 890,4	63,8	3 514,1	64,0	90,3
Oddziały terenowe	2 210,3	36,2	1 972,7	36,0	89,2
<b>RAZEM</b>	<b>6 100,7</b>	<b>100,0</b>	<b>5 486,8</b>	<b>100,0</b>	<b>89,9</b>

Stan zatrudnienia na 31 grudnia:

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	3 714,8	63,9	3 220,5	65,0	86,7
Oddziały terenowe	2 099,8	36,1	1 734,5	35,0	82,6
<b>RAZEM</b>	<b>5 814,6</b>	<b>100,0</b>	<b>4 955,0</b>	<b>100,0</b>	<b>85,2</b>

Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	2001 rok	2002 rok	%
Zakład Główny	4 642,7	5 075,0	109,3
Oddziały terenowe	4 142,3	4 369,7	105,5
<b>RAZEM</b>	<b>4 461,4</b>	<b>4 821,4</b>	<b>108,1</b>

Poziom przychodów po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 473,9	87,2	1 445,6	85,2	98,1
Oddziały terenowe	217,0	12,8	250,4	14,8	115,4
<b>RAZEM</b>	<b>1 690,9</b>	<b>100,0</b>	<b>1 696,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,3</b>

Poziom kosztów ogółem po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 272,3	77,8	1 245,4	77,8	97,8
Oddziały terenowe	363,2	22,2	354,5	97,6	97,9
<b>RAZEM</b>	<b>1 635,5</b>	<b>100,00</b>	<b>1 599,9</b>	<b>100,00</b>	<b>97,8</b>

Struktura kosztów rodzajowych dla całej TVP S.A. po eliminacji obrotów wewnętrznych (w procentach)

TREŚĆ	2001 rok	2002 rok
1. Wynagrodzenia	25,2	25,1
2. Świadczenia na rzecz pracowników	4,6	4,4
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami	29,8	29,5
4. Amortyzacja	24,3	23,6
5. Usługi obce	19,0	19,2
<i>w tym</i>		
- emisja, częstotliwość, poł. kablowe	8,9	9,5
- wydatki na usługi OBOP-u	0,8	1,1
6. Zużycie materiałów i energii	13,2	11,5
7. Podatki i opłaty	1,6	1,7
8. Pozostałe koszty	11,9	14,5
<i>w tym m.in.:</i>		
ZAIKS-male i wielkie prawa, inne tantiemy	4,1	4,7

Koszty związane z działalnością rad programowych w 2002 roku uległy zmniejszeniu w Zakładzie Głównym o ok. 26% w porównaniu do 2001 roku, przy zmniejszeniu diet o 25%.

Natomiast w Oddziałach Terenowych TVP S.A. koszty związane z działalnością rad programowych w 2002 roku uległy zmniejszeniu o 6% w porównaniu do 2001 roku, w tym diety o 5%.

TREŚĆ	2001 rok	2002 rok	%
Zakład Główny	139,5	103,6	74,3
<i>w tym diety</i>	34,7	26,1	75,2
Oddziały terenowe	275,3	258,4	93,9
<i>w tym diety</i>	246,1	234,3	95,2
RAZEM	414,8	362,0	87,3
<i>w tym diety</i>	280,8	260,4	92,7

Koszty związane z działalnością promocyjną TVP S.A. wyniosły w 2002 roku ponad 14,7 mln zł i wzrosły o 17,6% w porównaniu do 2001 roku o (12,5 mln zł).

Zobowiązania krótkoterminowe (wg cen bieżących – nominalnych) wg stanu na 31 grudnia 2002 roku wyniosły 187,6 mln zł i były wyższe o 5,9% w porównaniu do 2001 roku (177,1 mln zł)

Majątek trwały (w mln zł) wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	652,4	71,7	626,4	70,8	96,0
Oddziały terenowe	257,8	28,3	258,9	29,2	100,4
<b>RAZEM</b>	<b>910,2</b>	<b>100,0</b>	<b>885,3</b>	<b>100,0</b>	<b>97,3</b>

Majątek obrotowy (w mln zł) wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	530,2	89,0	670,7	90,7	126,5
Oddziały terenowe	65,9	11,0	68,8	9,3	104,4
<b>RAZEM</b>	<b>596,1</b>	<b>100,0</b>	<b>739,5</b>	<b>100,0</b>	<b>124,1</b>

Struktura majątku Telewizji Polskiej S.A. wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2001 rok		2002 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Majątek trwały	910,2	60,4	885,3	54,5	97,3
Majątek obrotowy	596,1	39,6	739,5	45,5	124,1
<b>ŁĄCZNY MAJĄTEK</b>	<b>1 506,3</b>	<b>100,0</b>	<b>1 624,8</b>	<b>100,0</b>	<b>107,9</b>

Wynik brutto wg stanu na 31 grudnia (w mln zł)

TREŚĆ	2001 rok	2002 rok	%
Zakład Główny	74,3	126,6	170,4
Oddziały terenowe	- 18,8	- 30,5	162,2
<b>RAZEM</b>	<b>55,5</b>	<b>96,1</b>	<b>173,1</b>

Wynik netto dla TVP S.A. ukształtował się w 2002 roku na wysokości około 51,3 mln zł to jest na poziomie o blisko 62% wyższym w porównaniu do 2001 roku (31,7 mln zł).

### Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji

Na podstawie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji z 1995 roku (art. 28a ust. 4) począwszy od 1996 roku Krajowa Rada określa wysokość diet dla członków rad programowych publicznej radiofonii i telewizji.

Wysokość diet obowiązujących do końca 2002 roku, przedstawia się następująco:

- a) dla przewodniczącego rady programowej - 315 zł
- b) dla członków rady programowej - 210 zł

Uchwałą KRRiT Nr 681/02 z 19 grudnia 2002 roku wysokość diet od 1 stycznia 2003 roku została określona następująco:

- a) dla przewodniczącego rady programowej - 353 zł
- b) dla członków rady programowej - 235 zł

W latach 1996-2002 spółki radiofonii i telewizji publicznej poniosły koszty z tytułu wypłaty diet dla członków rad programowych w łącznej wysokości 2.897,4 tys.zł, z tego (w tys.zł):

	<u>1996 rok</u>	<u>1997 rok</u>	<u>1998 rok</u>	<u>1999 rok</u>	<u>2000 rok</u>	<u>2001 rok</u>	<u>2002 rok</u>
• Telewizja Polska S.A., razem	12,2	16,8	50,0	85,4	274,2	280,8	260,4
• Radiofonia publiczna, razem	129,3	171,9	194,4	207,1	383,8	385,1	415,4
• <b>Ogółem</b>	<b>141,5</b>	<b>188,7</b>	<b>244,4</b>	<b>288,9</b>	<b>656,2</b>	<b>701,9</b>	<b>675,8</b>

W ciągu siedmiu lat ponad 65% kosztów diet rad programowych poniesionych w spółkach radiofonii i telewizji publicznej, poniesiono w spółkach radiofonii publicznej (1.887,0 tys.zł).

### Wpływy abonamentowe i ich podział na 2003 rok

#### *Oplaty abonamentowe*

W Dzienniku Ustaw Nr 140, poz. 175 z 2002 roku opublikowano rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie wysokości opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych. Opłaty w tej wysokości obowiązują od 1 stycznia 2003 roku. Miesięczna opłata za używanie odbiornika telewizyjnego bądź telewizyjnego i radiofonicznego wzrosła o 5,67%, to jest o 80 groszy (z 14,10 zł do 14,90 zł), a miesięczna opłata za używanie odbiornika wyłącznie radiofonicznego wzrosła o 4,35% tj. o 20 groszy (z 4,60 zł do 4,80 zł).

Wzrost ten spowodowany zostały przede wszystkim uwzględnieniem.

1) prognozowanego (w czerwcu 2002 roku) wskaźnika

średniorocznego wzrostu cen towarów i usług

konsumpcyjnych na 2003 rok w wysokości

3,0%



- |  |                          |
|--|--------------------------|
| 2) skutków niższego średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2001 roku (5,5%) w porównaniu do poziomu przyjętego przez Krajową Radę w czerwcu 2000 roku, przy ustalaniu miesięcznej opłaty na 2001 rok (5,7%) to jest  | - 0,2%                   |
| 3) wyrównanie w 50% ubytku wpływów abonamentowych w wysokości (w wyniku zmniejszenia się)  | 1,6%                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• stanu abonentów wnoszących opłaty abonamentowe na 31 grudnia 2001 roku - 6.575 tys.) w porównaniu do stanu na 31 grudnia 2000 roku - 6.770 tysięcy, tj. o</li> <li>• liczby kombatanatów, za których Urząd do spraw Kombatanatów refunduje zwolnienia od opłat abonamentowych z 242,1 tys. na koniec II półrocza 2001 roku do 227,8 tys. na koniec II półrocza 2002 roku</li> </ul> | <p>1,5%,</p> <p>0,1%</p> |

***Podział wpływów abonamentowych.***

Uchwałą Nr 378 z 27 czerwca 2002 roku oraz nr 646/2002 z 10 grudnia 2002 roku i 656/2002 z 11 grudnia 2002 roku Krajowa Rada dokonała podziału wpływów abonamentowych z opłat za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych w 2003 roku na spółki publicznej radiofonii i telewizji.

Z globalnej wielkości prognozowanych wpływów abonamentowych w kwocie 905,1 mln zł wyodrębniona została kwota 48,4 mln zł (tj. ok. 5,374%), z tego dla:

- |   |               |         |
|---|---------------|---------|
| 1) Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie, razem                                     | - 20,4 mln zł | (42,1%) |
| z tego na:  |               |         |
| a) kontynuację prac nad wdrożeniem systemu SAP R/3 w Oddziałach Terenowych TVP SA | 8,0 mln zł    |         |
| b) systematyzację zbiorów programowych TVP S.A.                                   | 4,9 mln zł    |         |
| c) koprodukcję audycji z ARTE   | 2,4 mln zł    |         |
| d) zadania związane z wdrażaniem telewizji interaktywnej                          | 5,1 mln zł    |         |
| 2) Polskiego Radia S.A. w Warszawie, razem  | 19,5 mln zł   | (40,3%) |
| z tego na:  |               |         |
| a) inwestycje związane cyfryzacją produkcji tekstowo-dźwiękowej i archiwum        | 14,5 mln zł   |         |
| b) dokumentację dotyczącą budowy siedziby Orkiestry Kameralnej Amadeus            | 5,0 mln zł    |         |

- 3) spółek regionalnej radiofonii publicznej 8,5 mln zł (17,6%)  
dla każdej ze spółek po 0,5 mln zł na finansowanie zadań inwestycyjnych związanych z realizacją cyfryzacji procesów technologicznych.

Pozostała kwota prognozowanych wpływów abonamentowych w wysokości 856,7 mln zł rozdzielona została według następującej relacji:

- Telewizja Polska S.A. - 60,0% tj. 514,0 mln zł
- Jednostki publicznej radiofonii, razem - 40,0% tj. 342,7 mln zł

### **Radiofonia publiczna**

Krajowa Rada dokonała następującego podziału kwoty 342.680 tys.zł między spółki radiofonii publicznej.

Dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w 2003 roku określono środki w wysokości 183.680 tys.zł (tj. około 21,440% z kwoty 856,7 mln zł prognozowanych wpływów abonamentowych). W ramach tej kwoty wydzielono środki w wysokości 5.606 tys.zł na finansowanie kosztów bezpośrednich emisji programu dla zagranicy.

Łącznie dla Polskiego Radia S.A. w 2003 roku przewidziane zostały wpływy abonamentowe w kwocie 203.180 tys.zł (19.500 tys.zł + 183.680 tys.zł), co stanowi 22,45% prognozowanej na 2003 rok kwoty wpływów abonamentowych (905,1 mln zł).

Dla 17 spółek regionalnej radiofonii publicznej określono prognozę środków z wpływów abonamentowych w łącznej wysokości 167.500 tys.zł (8.500 tys.zł + 159.000 tys.zł).

### **Telewizja publiczna**

W ramach wpływów określonych dla Telewizji Polskiej S.A. w 2003 roku w wysokości 514.020 tys.zł Krajowa Rada nie wyodrębniła środków na finansowanie działalności programu satelitarnego TV Polonia.

Uchwałą KRRiT określona została dla oddziałów terenowych TVP S.A. minimalna kwota wpływów abonamentowych przeznaczona na finansowanie programów regionalnych i w rozłącznej sieci „Dwójki” w wysokości 190.000 tys.zł.

Jednocześnie z pozostałych środków 324.020 tys.zł (514.020 tys.zł – 190.000 tys.zł), przeznaczonych na finansowanie telewizyjnych programów ogólnopolskich TVP S.A. przewidziano kwotę 61.000 tys.zł, jako minimalną na finansowanie udziału Oddziałów Terenowych TVP S.A. na antenie ogólnopolskiej, w celu zagwarantowania obecności audycji wyprodukowanych przez te oddziały w programach ogólnokrajowych.

## IV. ANALIZA I PERSPEKTYWY ROZWOJU RYNKU REKLAMOWEGO

KRRiT w 2002 roku korzystała z badań reklamy telewizyjnej prowadzonej przez wyspecjalizowane instytuty badawcze: TNS OBOP, Expert Monitor i AGB Polska oraz badań reklamy radiowej, wykonywanej przez CR Media. Ze względu na ograniczenia budżetowe z monitoringu AGB Polska, KRRiT korzystała tylko do 30 czerwca 2002 roku. Prowadzony przez te instytuty monitoring wydatków na reklamę oparty jest o oficjalne cenniki nadawców i nie uwzględnia, objętych tajemnicą handlową, rabatów i upustów, które przekraczały, zdaniem analityków reklamy 50% dochodząc nawet do 80%.

W analizie rynku reklamy oprócz danych źródłowych z tych ośrodków badawczych i materiałów własnych KRRiT wykorzystano opracowania zawarte w wydawnictwie *Raport – Podsumowanie roku 2002 w polskim przemyśle reklamowym*, wydanym przez magazyn *Impact*.

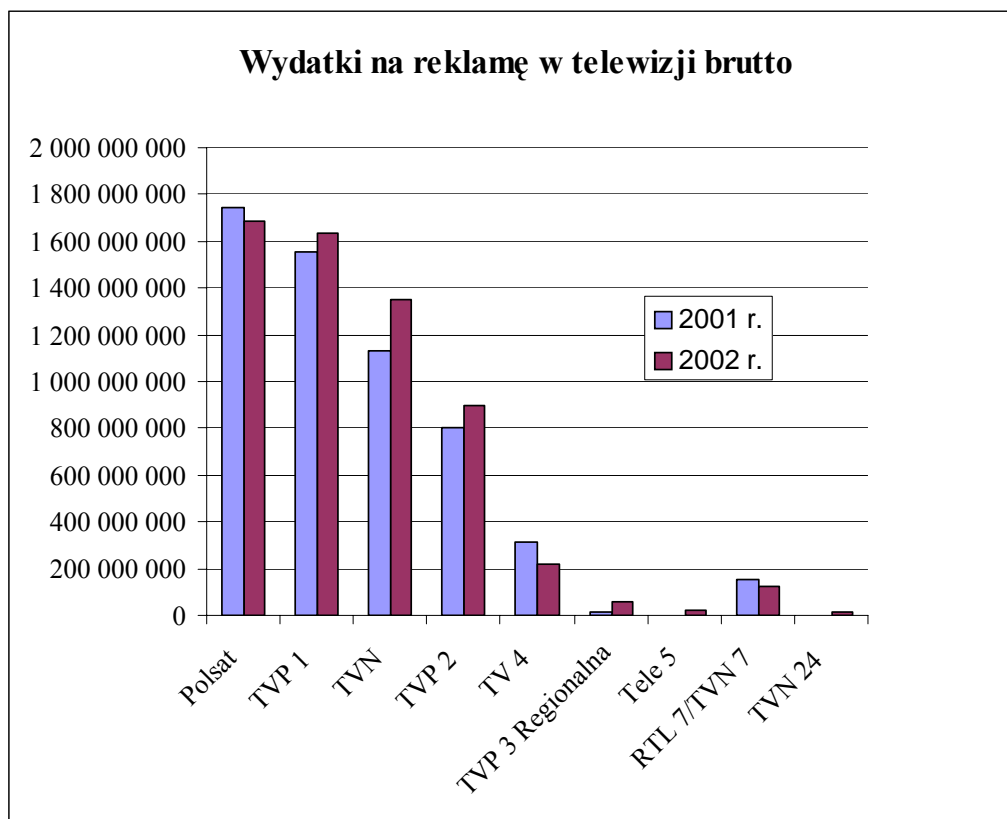
2002 rok był kolejnym trudnym okresem dla polskiej reklamy. Trwa kolejny rok osłabienia tempa wzrostu PKB, czego wyraźne skutki reklama i utrzymujące się z niej media odczuwają co najmniej od 2000 roku. Skończył się okres bardzo dynamicznego wzrostu polskiego rynku reklamy podczas którego w latach 1994-1999, wydatki na reklamę rosły rocznie po 40%. Był to okres budowania rynku reklamy, zmiany strukturalne rozwijającej się gospodarki były napędem gwałtownego wzrostu wskaźników wydatków na reklamę na mieszkańca. Spadek wzrostu PKB w Polsce w ostatnich dwóch latach do poziomu ok. 1% (z 4-7% w latach poprzednich) pociągnął za sobą znacznie większe ograniczenie budżetu reklamodawców. Reklama jest barometrem gospodarki. W krajach wysokorozwiniętych wydatki na reklamę zmieniają się, w zależności od zmian PKB, co najmniej dwukrotnie silniej. Był to również kolejny rok wojny cenowej, w której nadawcy telewizyjni, a następnie radiowi stosowali nadzwyczajne rabaty i upusty cen za reklamę. Dlatego monitoring wydatków na reklamę, który opiera się na pomiarze ilości reklamy według cennika obarczony jest znacznym błędem. Są to wydatki brutto.

### Wydatki na reklamę w mln zł brutto (bez uwzględnienia rabatów i upustów)

	2001 rok	2002 rok	Zmiana 2002/2001
Telewizja	5 776	6 301	9,09%
Radio	648	733	13,12%
Prasa	2 453	2 462	0,37%
Outdoor	555	543	-2,16%
Kino	48	44	-8,33%
Razem	9 768	10 083	6,36%

Wydatki na reklamę telewizyjną wg danych cennikowych wzrosły w 2002 roku o ok. 9%. Jednak nie wszyscy nadawcy telewizyjni odnotowali wzrost wpływów. Spadły, w porównaniu z 2001 roku, wpływy Telewizji Polsat, TV4 i TVN7.

Informacje o wpływach z reklamy telewizyjnej w latach 2000-2003 na podstawie badań TNS OBOP przedstawiono w rozdziale 6 „Sprawozdania KRRiT z rocznego okresu działalności w 2002 roku”.



Z wykresu widać stabilną i na razie niezagrażoną pozycję Telewizji Polskiej S.A. Zarówno TVP1 jak TVP2 odnotowały wzrost, szczególnie TVP2 aż o ponad 11%. W roku 2001 rabaty stosowane przez TVP S.A. osiągnęły średnio 60% wartości cennikowej reklamy, a w 2002 roku wzrosły o kolejne 4,5%.

W drugiej połowie 2000 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, na wniosek Telewizji Polsat i TVN wszczął postępowanie, w trakcie którego m.in. uznał, iż praktykę ograniczającą konkurencję stanowi przyznawanie przez Telewizję Polską S.A. reklamodawcom, reprezentowanym przez domy mediowe, upustów cenowych w zamian za zobowiązanie, że ich wydatki na kampanię reklamową w publicznej telewizji stanowiąc będą ponad 50% łącznych wydatków na kampanie reklamowe we wszystkich stacjach ogólnodostępnych. Postanowienie takie znalazło się w umowie pomiędzy TVP, a domem mediowym OMD.

Stwierdzając stosowanie przez Telewizję Polską praktyk monopolistycznych Prezes UOKiK odstąpił od ukarania nadawcy publicznego, ponieważ stwierdził, że nadawca zaniechał w 2002 roku niezgodnej z prawem praktyki zawierania tego rodzaju umów.

Duży sukces odniosła zmiana strategii w regionalnej telewizji publicznej. Wprowadzona we wrześniu nowa ramówka TVP 3 Regionalnej spowodowała wzrost widowni, osiągając stabilny 5% udział i co za tym idzie wielokrotny wzrost wpływów z reklamy w tym programie.

Telewizja Polsat w 2002 roku odnotowała ok. 4% spadek wpływów brutto z reklamy, ale od września, po wprowadzeniu zmian programowych, zaczyna walczyć z programem TVP 2 o odzyskanie drugiej pozycji (za TVP 1) w udziale w widowni telewizyjnej.

TVN odnotowała znaczny – prawie 20% wzrost sprzedaży osiągając praktycznie pełne wykorzystanie ustawowo dozwolonego czasu emisji reklam w godzinie zegarowej. Wzrost czasu wyemitowanych przez TVN reklam wyniósł 52,5%. Jest to niewątpliwy sukces tego nadawcy mimo recesji i silnej konkurencji.

Nadawcy telewizyjni w 2002 roku konkurowali ze sobą optymalizując rozmieszczenie bloków reklamowych dla uzyskania maksymalnej widowni telewizyjnej. W trudniejszej sytuacji jest Telewizja Polska S.A., która, jako nadawca publiczny, nie ma prawa przerywać audycji reklamą. Mimo to udało jej się w ubiegłym roku zwiększyć o 4% liczbę bloków reklamowych. Uzyskano to odpowiednio kształtując ramówkę w *prime time* oraz bezpośrednio po godzinie 23.00, od której może być reklamowane piwo.

Analitycy rynku reklamowego oceniają, że w 2002 roku całkowite wydatki na reklamę telewizyjną netto utrzymały się na poziomie roku poprzedniego. Telewizja poprzez walkę konkurencyjną – obniżając ceny reklam netto i zwiększając podaż - ugruntowała swoją pozycję jako najefektywniejsze medium dla reklamodawców. Telewizja osiągnęła 62,5% udział w wydatkach na reklamę brutto, co stanowi wzrost o 1,6% w stosunku do 2001 roku.

W 2002 roku o 0,5% wzrósł udział radia w tzw. „torcie” reklamowym brutto. Niestety niedobra praktyka zwiększania rabatów przeniosła się z telewizji do radio. Suma wydatków na reklamę (bez autopromocji) brutto w 2002 roku wyniosła w radiu 732,5 mln zł i była o 84,5 mln zł, czyli o 13% wyższa niż w 2001 roku

#### Wpływy z reklamy brutto w radiu\* w mln zł

	2001 rok	2002 rok	Zmiana 2002/2001
Wpływy bez autopromocji	648,0	732,5	13,0%
Autopromocja	48,0	53,5	11,5%
Wpływy z autopromocją	696,0	786,0	12,9%

\* - wg monitoringu obejmującego 100 nadawców radiowych /CR Media/

**Wpływy z reklamy brutto ogólnopolskich nadawców radiowych w mln zł**

	Wpływy z autopromocją		Zmiana 2002/2001	Autopromocja w 2002 rok	Udział autopromocji
	2001 rok	2002 rok			
PR1	26,2	38,6	47,3%	4,6	11,9%
PR3	20,7	25,0	20,8%	1,0	4,0%
RMF FM	200,0	246,4	23,2%	19,9	8,1%
Zet	151,2	172,8	14,3%	20,4	11,8%
Razem	398,1	482,8	21,3%	45,9	9,5%

Nadawcy ogólnopolscy - RMF FM, Radio Zet, Polskie Radio Program 1 i Polskie Radio Program 3 mają ponad 60% udział we wpływach z reklamy radiowej brutto. Na uwagę zasługuje wysoki, aż 47,3%, wzrost wpływów brutto Programu 1 Polskiego Radia. Wpływy z reklamy netto obu programów Polskiego Radia stanowią ok. 53% wpływów brutto bez autopromocji

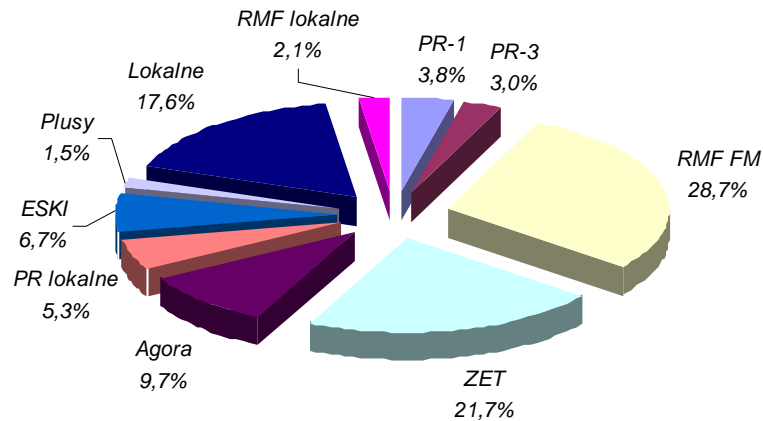
Największe lokalne rynki radiowe, według badającej reklamę radiową firmy CR Media, to: Warszawa, Poznań, Katowice (aglomeracja śląska), Łódź, Wrocław, Trójmiasto i Kraków. Pozostałe ośrodki w 2002 roku miały wpływy z reklamy brutto poniżej 10 mln zł. Warszawski rynek reklamy radiowej jest najbogatszy i ponad dwukrotnie większy od następnego w kolejności – poznańskiego.

**Największe lokalne rynki reklamy radiowej brutto**

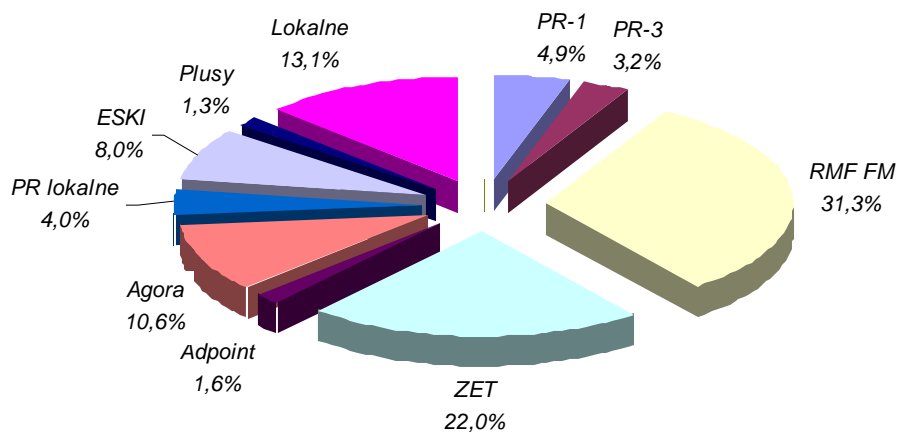
	2001 rok	2002 rok	Zmiana 2002/2001
<b>Warszawa</b>	65,7 mln zł	74,8 mln zł	13,9%
<b>Poznań</b>	31,6 mln zł	36,4 mln zł	15,2%
<b>Katowice</b>	28,8 mln zł	29,8 mln zł	3,5%
<b>Łódź</b>	21,5 mln zł	25,2 mln zł	17,2%
<b>Wrocław</b>	21,4 mln zł	19,3 mln zł	-9,8%
<b>Gdańsk (Trójmiasto)</b>	16,0 mln zł	18,2 mln zł	13,8%
<b>Kraków</b>	11,3 mln zł	10,1 mln zł	-10,6%

Ogólnopolscy nadawcy koncesjonowani - RMF FM oraz Radio Zet - w 2002 roku odnotowali ponad 53% udział we wpływach z reklamy radiowej brutto, utrzymując ugruntowaną od lat swoją dominującą pozycję. Udział w tzw. „torcie” reklamy radiowej poszczególnych grup nadawców w latach 2001 i 2002 przedstawiono na wykresach.

Udziały w rynku reklamy radiowej w 2001 r.



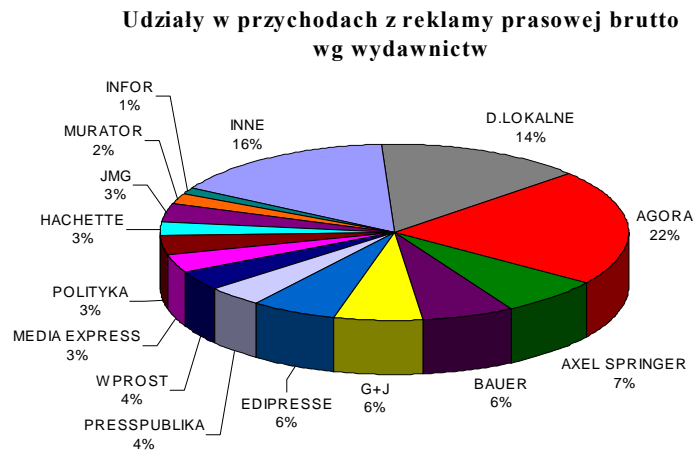
Udziały w rynku reklamy radiowej w 2002 r.



Wśród lokalnych nadawców radiowych liderem, już od kilku lat, jest należące do grupy radiowej Agora, stołeczne Radio Pogoda, które w 2002 roku osiągnęło największe wpływy brutto: 20,7 mln zł.

Z wykresów udziału w rynku reklamy radiowej wynika, że poważne zmniejszenie wpływów z reklamy nastąpiło w rozgłośniach regionalnych radia publicznego (PR lokalne). Jest to już trzeci rok spadku wpływów z reklamy tej grupy nadawców publicznych. Spowodowała to nie tylko recesja, ale również fakt, że ich dotychczasowy główny broker - CR Media - stał się nadawcą i jako Ad. Point jest właścicielem lub udziałowcem grupy lokalnych stacji radiowych.

Reklama prasowa - w gazetach i magazynach - w 2002 roku pozostała na poziomie roku 2001 - niespełna 2,5 mld zł brutto. Jednak ze względu na znacznie wyższe upusty, szczególnie w przypadku ofert specjalnych typu *last minute* z rabatami do 80% i to w czołowych tytułach, nastąpiło, zdaniem analityków, nawet kilkunastoprocentowe zmniejszenie wpływów netto.

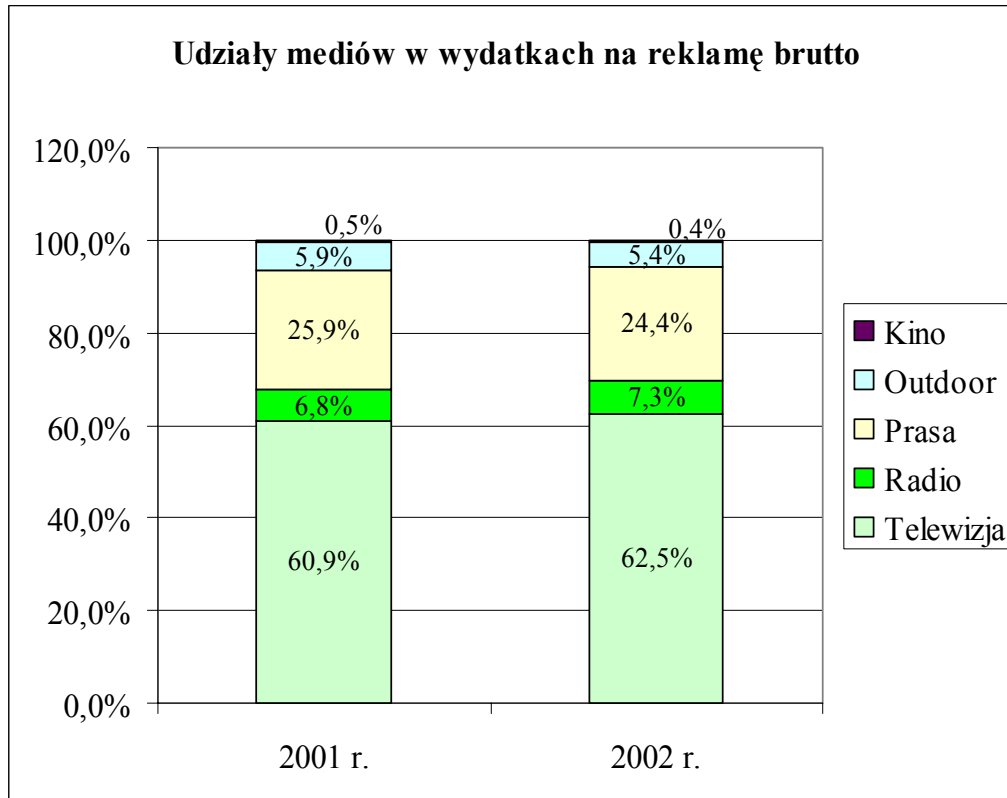


Źródło: Expert Monitor; wydatki reklamowe brutto

W reklamie zewnętrznej (Outdoor) odnotowano ponad 2% spadek wpływów brutto. Medium to od kilku lat przeżywało kryzys, dodatkowo spotęgowany ustawowymi zakazami: najpierw reklamy wyrobów tytoniowych, a następnie piwa. Następuje konsolidacja tego rynku i w 2003 roku może wystąpić wzrost wpływów z reklamy.

Trudna do oszacowania jest reklama w Internecie - specjaliści ocenili wpływy brutto w 2002 roku na poziomie 33 mln zł i prognozują 38-40 mln zł w 2003 roku.





Prognozy na 2003 roku dla rynku reklamy w Polsce są bezpośrednio zależne od kondycji gospodarki. Mniejsze możliwości płatnicze ludności związane ze wzrostem bezrobocia, niewielkie tempo wzrostu PKB, brak wyraźnego ożywienia gospodarki powodują, że nakłady na reklamę mogą w 2003 roku nie wzrosnąć i będzie to kolejny rok przetrwania. Wyniszczający spadek cen reklam będzie trwał w wyniku malejących nakładów na reklamę. Wysokie rabaty na reklamy w telewizji powodują, że na reklamy w tym medium mogą sobie pozwolić nawet małe firmy, rezygnując z ogłoszeń prasowych czy na billboardach. Telewizja utrzyma osiągnięty prymat, a ceny reklam netto powinny zacząć wzrastać, gdyż reklama w tym medium osiąga nasycenie. Ze względu na ograniczenia ustawowe nie ma już możliwości dalszego zwiększenia ilości reklamy telewizyjnej. W radiu będą następowały kolejne przegrupowania na rynku lokalnym i łączenie dotąd niezależnych nadawców; może nastąpić niewielki wzrost wpływów z reklamy radiowej netto. Najtrudniejsza sytuacja będzie na rynku prasowym, który może dalej tracić na rzecz telewizji.

Wejście do Unii Europejskiej jest dużą szansą na ożywienie gospodarki i wzrost popytu, a zatem wyhamowanie mechanizmu spadku cen reklam, ale to jest perspektywa kilkunastu miesięcy, które branża reklamowa i utrzymujące się z niej media muszą przetrwać.

## V. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ

### **Debata publiczna nad nowelizacją Dyrektywy o telewizji bez granic- prawdopodobne scenariusze zmian na europejskim rynku audiowizualnym**

W związku z przeglądem postanowień Dyrektywy Rady (89/552/EEC) z 3 października 1989 roku, zmienionej Dyrektywą Rady i Parlamentu Europejskiego (97/36/EC) z 30 czerwca 1997 roku w sprawie koordynacji określonych przepisów prawa, ustawodawstwa lub działań administracyjnych w państwach członkowskich w zakresie emisji programów telewizyjnych (zwanej dalej Dyrektywą o telewizji bez granic) na podstawie art. 26 dyrektywy w roku 2002 kontynuowane były prace nad raportem z realizacji jej postanowień. Kontynuowano również badania nad ewentualną zmianą Dyrektywy o telewizji bez granic w zakresie uwzględniającym zmiany technologiczne, jak również ekspansywny rozwój rynku audiowizualnego. W związku z powyższym Komisja Europejska rozpoczęła szerokie badania analityczne dotyczące dziedzin objętych zakresem Dyrektywy o telewizji bez granic. W tym też celu przeprowadzony został w Brukseli cykl otwartych warsztatów, dla przedstawicieli państw członkowskich Unii Europejskiej i krajów akcesyjnych, w których brali udział przedstawiciele KRRiT.

7 stycznia 2003 roku Komisja Europejska przedstawiła Radzie, Parlamentowi Europejskiemu oraz Komitetowi Ekonomiczno - Społecznemu okresowy (obejmujący okres dwóch lat: 2001-2002) IV Raport z realizacji Dyrektywy o telewizji bez granic. Poprzedni, III Raport został opublikowany pod koniec 2000 r. Jednocześnie Komisja Europejska przyjęła roboczy program działań na rok 2003, w którym zapowiedziano przeprowadzenie konsultacji społecznych w zakresie ewentualnego dostosowania ram prawnych Dyrektywy o telewizji bez granic do aktualnego stanu rozwoju wspólnotowego rynku audiowizualnego i zmian technologicznych.

17 stycznia 2002 roku w siedzibie Komisji Europejskiej, w Brukseli odbyło się seminarium pt.: „Rozwój nowych technik reklamowych - ich odzwierciedlenie w zmienianej Dyrektywie o telewizji bez granic. Seminarium to stanowiło kontynuację warsztatu, mającego miejsce w lipcu 2001 roku, w Brukseli. Na seminarium skupiono się

na wybranych formach reklamy, które ewentualnie miałyby zostać uregulowane w kolejnej nowelizacji dyrektywy.

Omówiono istniejące postanowienia Dyrektywy o telewizji bez granic w sprawie reklam, telesprzedazy, autopromocji i sponsoringu. Zwrócono uwagę, że poszczególne państwa różnie transponują postanowienia dyrektywy do wewnętrznego porządku prawnego; i tak np. w Szwecji wszelkie formy reklamy kierowanej do dzieci i młodzieży są zakazane, a w Wielkiej Brytanii dozwolone jest tylko 6 minut reklam na godzinę, są też pewne dni w roku kiedy nadawanie reklam jest zakazane.

Reklamodawcy pragnąc przyciągnąć klienta wymyślają coraz to nowe formy reklam. I tak obecnie obok typowych przekazów reklamowych występują także ich nowe formy, jak np.: *product placement* (często występująca w quizach, teleturniejach, serialach i filmach telewizyjnych; polega na zamieszczeniu produktu lub usługi w programie, często ze zwróceniem nań szczególnej uwagi), *split screen* (reklama wykorzystująca podzielną ekran emitowana jest podczas wydarzenia), *reklama wirtualna* - pozwala generować komputerowo obrazy, którymi zastępuje się (lub dodaje do nich) fragmenty pierwotnej emisji, *reklama interaktywna* (związana z interaktywną telewizją), *break bumper* (polega na krótkim wskazaniu znaku sponsora zamieszczanym bezpośrednio przed lub po bloku reklamowym, emitowanym podczas sponsorowanego programu, ma na celu przypomnienie widowni o udziale sponsora w powstaniu lub emisji danej audycji), *scoreboard* (krótkie pojawienie się - najczęściej w czasie transmisji z wydarzeń sportowych - reklamowego logo na niewielkiej części ekranu razem z tablicą wyników), *injection* (krótkie pojawienie się - najczęściej w czasie transmisji z wydarzeń sportowych - reklamowego logo na niewielkiej części ekranu, w czasie powtórki określonej sekwencji „w zwolnionym czasie”), etc.

Odrębny problem stanowi reklama w Internecie. W przypadku reklam internetowych utrwalonymi kategoriami reklam są *banner* (wydzielona niewielka część ekranu, przy jego poziomej krawędzi z logo reklamowym), *skyscaper* - baner wertykalny, *pop-up* - treść reklamy pojawia się po kliknięciu, znika po ok. 5 sek., *button* - mniejszy od baneru, dowolnego kształtu, może pojawić się w dowolnej części ekranu, *animacje* - w formacie HTML prezentują reklamowy przekaz, *advertorial* - reklama zamieszczona wśród tekstu, przypomina informację, *topical advertising* - na poszczególnych tematycznych stronach występują reklamy, z tego samego co dana strona, tematycznego zakresu, *split screen* - reklama wykorzystująca podzielony ekran, *reklama interaktywna*, *keyword searches* - wpisując do wyszukiwarki określone hasło, użytkownik obok żądanych informacji otrzymuje reklamy z danego zakresu tematycznego np. motoryzacji, reklamy zamieszczane w *newsletters*, *e-mailing (permissive marketing)* - reklama w formie e-maila kierowana jest do osób, które wyraziły zgodę na przesyłanie materiałów promocyjnych, *e-couponing* - kupony rabatowe widoczne na ekranie zachęcają do kupna towaru lub usługi, *webpage sponsoring* - sponsorowanie danej strony internetowej, etc.

Coraz większego znaczenia nabiera też reklama interaktywna w telefonach komórkowych dostępna poprzez protokół WAP oraz w palmtopach poprzez protokół PDA (w formie logo, obrazu, tekstu lub SMS).

W zakresie reklamy telewizyjnej można zaobserwować zanikanie linii podziału pomiędzy sponsoringiem i reklamą, być może należy rozważyć czy aktualne definicje tych pojęć przyjęte w Dyrektywie o telewizji bez granic nie powinny zostać zmienione, podobnie jak przepisy szczególne określające ich funkcjonowanie. Wydaje się iż

największe zainteresowanie budzi wprowadzenie do dyrektywy nowych form sponsoringu oraz nowych form reklamy: wirtualnej, split screen oraz interaktywnej.

W związku z pojawianiem się coraz nowych form reklamy rodzi się szereg poważnych problemów zarówno prawnych, jak i etycznych: prawo odbiorcy do zachowania anonimowości, poszanowania prywatności, kwestia ujawniania i przetwarzania informacji o nim oraz powstawania i funkcjonowania baz danych gromadzących takie informacje. Innym istotnym problemem jest poszanowanie zasady rozdziału reklamy od treści audycji i ochroną interesów konsumentów, realizowaną zarówno przez generalne zakazy reklamowe, jak i ograniczenia czasowe nadawania reklam czy przerywania audycji przez reklamy; nowe typy reklam nie przystają do tych postanowień – zaprojektowanych na potrzeby tradycyjnej reklamy telewizyjnej,

12 lipca 2002 roku w Brukseli odbyło się spotkanie Komitetu Kontaktowego ds. Dyrektywy o telewizji bez granic z przedstawicielami Państw Kandydujących do UE. Warto odnotować, że przedstawiciele Polski po raz pierwszy zostali zaproszeni na spotkanie z Komitetem Konsultacyjnym.

Komitet Konsultacyjny powołany został pod auspicjami Komisji, składa się z przedstawicieli właściwych władz państw członkowskich UE, a jego obradom przewodniczy przedstawiciel Komisji. Do jego zadań należy w szczególności:

- ułatwienie wdrażania postanowień Dyrektywy o telewizji bez granic poprzez regularne konsultacje w zakresie wszelkich praktycznych problemów wynikających z zastosowania jej postanowień, a także wszelkich innych kwestii wymagających wymiany informacji,
- opracowywanie opinii w sprawie realizacji przez Państwa Członkowskie postanowień ww. dyrektywy,
- stworzenie forum wymiany informacji na temat kwestii wchodzących w skład sprawozdań z wykonania kwot europejskich, które Państwa Członkowskie są obowiązane składać, metody ich opracowania, specyfikacji niezależnych badań nad efektywnością wykonania kwot europejskich oraz wyników badania,
- omawianie wyników regularnych konsultacji pomiędzy Komisją i przedstawicielami nadawców, producentów, konsumentów, wykonawców, usługodawców, związków zawodowych oraz twórców,
- usprawnienie wymiany informacji pomiędzy Państwami Członkowskimi oraz Komisją w sprawie aktualnej sytuacji oraz rozwoju działalności regulacyjnej w zakresie świadczenia usług nadawczych, z uwzględnieniem polityki audiowizualnej Wspólnoty, a także postępu technicznego,
- śledzenie wszelkich zmian w branży, w odniesieniu do których pożądana byłaby wymiana informacji.

Podczas spotkania Komitetu Kontaktowego dyskutowano z udziałem zaproszonych ekspertów nad prawdopodobnymi scenariuszami zmian na europejskim rynku audiowizualnym. Szczególną uwagę poświęcono zmianom na rynkach produkcji i dystrybucji europejskiej twórczości audiowizualnej oraz na rynku reklam telewizyjnych.

Przedstawiono studium dotyczące tendencji rozwojowych na rynku europejskiej twórczości audiowizualnej w zakresie produkcji i dystrybucji tej twórczości. Celem studium było przedstawienie najbardziej prawdopodobnych scenariuszy zmian na rynku produkcji audiowizualnej do roku 2010 i związanych z tym zmian preferencji widzów.

W latach 1995-2000 zaobserwowano następujące trendy w przemyśle audiowizualnym:

- rozwój wieloprogramowych platform cyfrowych,
- zarówno publiczni jak i komercyjni nadawcy rozpowszechniający swoje programy drogą rozszewczą naziemną utrzymali dotychczasowy poziom oglądalności,
- nastąpiło osłabienie pozycji rynkowej pojedynczych nadawców, zaobserwowano związaną z tym faktem stopniową konsolidację nadawców,
- powstają duże międzynarodowe grupy medialne łączące różne media; prasę, telewizję, radio, Internet,
- opłaty abonamentowe zyskują znaczący udział w dochodach nadawców.

Natomiast w następnych latach (prognoza do roku 2010) przewiduje się trzy możliwe scenariusze zmian na rynku audiowizualnym:

1. scenariusz określany jako „*business-as-usual*” zakłada utrzymanie dotychczasowego sposobu prowadzenia polityki programowej. Przewiduje on, iż zmiany wywołane przez upowszechnienie nowych technologii nie wpłyną znacząco na ofertę programową, ani na zachowania konsumentów. Obserwowane w latach ubiegłych kierunki rozwoju sektora audiowizualnego będą się pogłębiać. Rozwijać się będą szerokopasmowe, cyfrowe sieci komunikacji elektronicznej i nastąpi dalsza cyfryzacja transmisji, co doprowadzi w roku 2005 do zaistnienia na rynku większej ilości programów. Upowszechnienie nowych, cyfrowych technik produkcji (a w szczególności *content compression techniques MPEG4* i *content description techniques MPEG7*) pozwoli do roku 2010 wydatnie zmniejszyć koszty produkcji. Niewielki wzrost PKB sprawi, iż zachowania konsumentów będą zmieniać się powoli.
2. scenariusz stawiający na interaktywność przekazu zakłada, że ekran telewizora będzie wykorzystywany do oferowania nowych typów usług opartych na interaktywności. Za pomocą odbiornika telewizyjnego oferowany będzie dostęp do Internetu, poczty elektronicznej, gier *on-line*, umożliwiające zostanie dokonywanie zakupów za pośrednictwem Internetu etc, natomiast w ramach transmitowanych programów widz będzie mógł wybrać obraz z konkretnej kamery i brać aktywny udział w audycjach (w szczególności dzięki upowszechnieniu nowych formatów audycji jak: *play along games, voting, chatting programmes*). W konsekwencji czas jaki widz przeznaczy na oglądanie interaktywnej telewizji będzie podzielony między różne usługi oferowane za pośrednictwem ekranu telewizora. Ocenia się jednakże, iż interaktywne programy telewizyjne przyciągną większą widownię, wzrośnie też wartość takich programów na rynku reklamowym, z uwagi na większe zaangażowanie i aktywny udział widowni w rozpowszechnianych audycjach. Dla realizacji tego scenariusza i upowszechnienia do roku 2010 interaktywnego przekazu konieczne są: inwestycje w rozwój szerokopasmowych, cyfrowych sieci komunikacji elektronicznej, do roku 2004

pojawienie się na rynku inteligentnych urządzeń umożliwiających odbiorcy korzystanie z możliwości przekazu interaktywnego, wzmocnienie bezpieczeństwa sieci i zapewnienie efektywnej ochrony praw autorskich i praw pokrewnych.

3. scenariusz stawiający na personalizację przekazu zakłada, że symultaniczna, tradycyjna transmisja telewizyjna będzie coraz rzadziej wykorzystywana, bowiem większość audycji będzie nagrywanych z wyprzedzeniem i dostępnych na życzenie odbiorcy w usłudze *video-on-demand* (VoD). Użytkownik przy pomocy urządzenia nowej generacji pozwalającego nagrywać i przechowywać dużą ilość treści audiowizualnych - PVR (*personal video recorder*) będzie - posługując się elektronicznym przewodnikiem programowym (EPG) - przeszukiwał bazy z nagranyimi treściami audiowizualnymi, wybierał, nagrywał te które go zainteresują i następnie je odtwarzał tworząc w ten sposób swój własny program telewizyjny. Dla realizacji tego scenariusza do roku 2010 konieczne są: inwestycje w rozwój szerokopasmowych, cyfrowych sieci komunikacji elektronicznej, wzmocnienie bezpieczeństwa sieci i zapewnienie efektywnej ochrony praw autorskich i praw pokrewnych, a ponadto upowszechnienie cyfrowych technik produkcji audycji (*MPEG4* i *MPEG7*) oraz pojawienie się na rynku urządzeń PVR do roku 2007. Na zaakceptowanie przez konsumentów nowego formatu telewizji wpłyną także poziom wzrostu PKB i ceny usług VoD.

Następnie przedstawiono studium poświęcone aspektom prawnym związanym z rozwojem nowych form reklamy telewizyjnej na rynku paneuropejskim. W ostatnim czasie powstało wiele nowych formatów reklamowych, jednak trzy z nich wzbudzają największe zainteresowanie. Są to:

1. reklama *split screen*; wykorzystująca podzielny ekran, emitowana podczas wydarzenia; ekran zostaje podzielony na dwie lub więcej samodzielnych części np.  $\frac{3}{4}$  ekranu może być zajęte przez wiadomości, a pozostała część przez reklamę. Reklama taka może być emitowana podczas wiadomości, quizów i teleturniejach, podczas seriali, etc. Podobnie zastosować można byłoby ten typ reklamy w transmisjach sportowych; dzięki zastosowaniu reklamy wykorzystującej podzielny ekran widzowie nie tracą możliwości śledzenia każdego momentu wydarzenia sportowego, jak ma to miejsce w przypadku reklam zajmujących cały ekran.
2. reklama *wirtualna* - pozwala generować komputerowo obrazy, którymi zastępuje się - lub dodaje do nich - fragmenty pierwotnej emisji. W tak zmienionej formie są one przesyłane do odbiorców. W ten sposób wygenerowane komputerowo logo sponsora lub reklamodawcy dołączane jest do rzeczywistego przekazu i może ukazać się na murawie stadionu podczas meczu futbolowego, na bieżni, w wodzie podczas regat żeglarskich, etc. Możliwości jej zastosowania są w zasadzie nieograniczone. Jednakże, obecnie ta forma reklamy stosowana jest w zasadzie jedynie podczas transmisji wydarzeń sportowych,
3. reklama *interaktywna* - związana z iTV, polega na umieszczaniu na ekranie w formie baneru lub pop-up tzw. zajawki reklamy, którą można aktywować za pomocą pilota, zaś w ramach interaktywnego przekazu reklamowego można swobodnie poruszać się po poszczególnych jego częściach. Taką reklamę można w każdym momencie wyeliminować z ekranu. Jest ona znacznie bardziej złożona od tradycyjnej reklamy telewizyjnej, bogata w atrakcyjną dla odbiorcy część informacyjną nie tylko o samym produkcie, ale również o dziedzinach z nim związanych. Dzięki tej formie reklamy możliwe staje się precyzyjne kierowanie przekazów reklamowych do

wyselekcjonowanych grup odbiorców. Zmienia się charakter prowadzonych kampanii reklamowych. Dotychczas kampanie reklamowe musiały być zakrojone na bardzo dużą skalę, gdyż była to jedyna metoda zagwarantowania dotarcia do jak największej liczby potencjalnych konsumentów. Obecnie możliwy jest przekaz precyzyjnie ukierunkowany na dokładnie określoną docelową grupę klientów. Reklamy interaktywne szczególnie dobrze pasują do kanałów tematycznych. Warto zauważyć, iż do rangi jednego z najistotniejszych narzędzi prowadzenia kampanii reklamowych urastają bazy danych potencjalnych konsumentów. Istotnym zagadnieniem jest więc zapewnienie ochrony prywatności użytkowników.

Należy zauważyć, iż te trzy nowe formy reklamy emitowane podczas audycji wymykają się dotychczasowym regulacjom Dyrektywy o telewizji bez granic. Odnosi się to m.in. do wymogu, iż reklama ma być łatwo rozpoznawalnym elementem programu. Konieczne jest wyraźne rozgraniczania między materiałami informacyjnymi a materiałami reklamowymi tak, aby widz nie mógł tych przekazów ze sobą pomylić. Szczególnie wrażliwą kwestią pozostaje w tej sytuacji ochrona nieletnich. Do nowych form reklamy nie przystają również limity określające czas nadawania reklam.

Regulator europejski próbując unormować kwestie wiążące się z pojawieniem się nowych form reklamy i postępującą konwergencją mediów może skorzystać z jednego z trzech rozwiązań:

1. poszerzyć Dyrektywę o telewizji bez granic o nowe media i nowe usługi,
2. monitorować rozwój rynku medialnego i stosownie do kierunku jego rozwoju uszczegóławiać istniejące wertykalne regulacje, eliminując zbiegi przepisów,
3. stworzyć nowe ramy prawne w formie wspólnej dla różnych rodzajów mediów elektronicznych regulacji horyzontalnej normującej sposób ich funkcjonowania i treści za ich pomocą przekazywanych (tzw. *horizontal content regulation*).

Obserwowane na rynku audiowizualnym zmiany wykraczają poza zakres regulacji Dyrektywy o telewizji bez granic. Stworzenie nowej regulacji prawnej obejmującej te zjawiska wydaje się pilnym i niezwykle potrzebnym zadaniem. Jednakże konstruując ramy prawne obejmujące nowe zjawiska medialne należy starać się dostosować postanowienia nowej regulacji zmieniającej postanowienia Dyrektywy o telewizji bez granic do innych, już obowiązujących regulacji takich jak dyrektywa 2000/31/EC z 8 czerwca 2000 roku o niektórych aspektach prawnych związanych ze świadczeniem usług typowych dla społeczeństwa informatycznego, a w szczególności handlu elektronicznego, czy dyrektywa 97/7/EC z 20 maja 1997 roku o ochronie konsumentów w związku z kontraktami zawieranymi na odległość, a także regulacji dotyczących ochrony danych osobowych jak dyrektywa 95/46/EC z 24 października 1995 roku o ochronie konsumentów w związku z przetwarzaniem danych osobowych i o wolnym przepływie takich danych, a także niedawno przyjęta dyrektywa 2002/58/EC z 12 lipca 2002 roku w sprawie przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze komunikacji elektronicznej.

### **Nowe wyzwania: pakiet dyrektyw UE dotyczący komunikacji elektronicznej**

W 2002 roku przyjęto w Unii Europejskiej pakiet dyrektyw nowego podejścia dotyczący komunikacji elektronicznej:

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2002/21/WE z 7 marca 2002 roku o wspólnych uregulowaniach ramowych dotyczących udostępniania sieci i usług komunikacji elektronicznej (tzw. Dyrektywa ramowa),
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2002/20/WE z 7 marca 2002 roku o autoryzacji sieci i usług w komunikacji elektronicznej (tzw. Dyrektywa o autoryzacji),
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2002/19/WE z 7 marca 2002 roku o dostępie do sieci komunikacji elektronicznej i związanych z nimi zasobów oraz wzajemnych połączeniach (tzw. Dyrektywa o dostępie i połączeniach sieci),
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2002/22/WE z 7 marca 2002 roku o powszechności usług i prawach użytkowników związanych z sieciami i usługami komunikacji elektronicznej (tzw. Dyrektywa o usłudze uniwersalnej),
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2002/58/WE z 12 lipca 2002 roku w sprawie przetwarzania danych osobowych oraz ochrony prywatności w sektorze komunikacji elektronicznej.

Celem wprowadzenia tego pakietu jest uproszczenie i liberalizacja regulacji komunikowania elektronicznego w celu przyspieszenia budowy społeczeństwa informacyjnego. Nowy pakiet regulacyjny wykracza poza ramy tradycyjnej telekomunikacji i obejmuje całość komunikacji elektronicznej, to znaczy usługi i sieci komunikacji elektronicznej, włączając w to usługi oraz sieci radiowe i telewizyjne. Nowe dyrektywy nie odnoszą się do spraw zawartości programów objętych Dyrektywą o telewizji bez granic.

Dyrektywa ramowa przesądza o objęciu całym pakietem regulacyjnym szeroko rozumianych sieci komunikacji elektronicznej (por. definicja poniżej), w tym sieci służących do dystrybucji programów radiowych i telewizyjnych, a ponadto określa m.in. podstawowe standardy dotyczące usytuowania i funkcjonowania krajowych organów regulacyjnych, cele działalności regulacyjnej, zasady ustalania podmiotów o znaczącej pozycji rynkowej oraz standaryzacji.

Na wstępie dyrektywa ramowa stwierdza, że zbieżność sektorów telekomunikacji, mediów i technologii informatycznej oznacza, że kwestie dotyczące wszystkich sieci i usług transmisyjnych powinny zostać uregulowane w ramach jednolitych ram regulacyjnych. Te wspólne ramy regulacyjne obejmują dyrektywę ramową oraz ww. cztery dyrektywy szczegółowe. Dyrektywa oddziela przepisy dotyczące transmisji od przepisów dotyczących treści. W związku z powyższym, nowe ramy regulacyjne nie odnoszą się do treści takich jak nadawane audycje.

Dyrektywa ramowa zawiera nowe definicje, które jako, że są stosowane wobec wszystkich dyrektyw pakietu, ukazują konwergentną naturę całego systemu nowych regulacji:



1. "sieć komunikacji elektronicznej" - oznacza systemy nadawcze oraz, o ile ma to zastosowanie, urządzenia do komutacji lub wyboru drogi oraz inne zasoby, które pozwalają na przekazywanie sygnałów przewodem, drogą radiową, optyczną lub innym środkiem elektromagnetycznym, włączając w to nieruchome sieci satelitarne (sieci z przełączaniem obwodów, sieci z komutacją pakietów, łącznie z Internetem) oraz ruchome sieci naziemne, systemy kabli elektrycznych w stopniu, w jakim są one wykorzystywane w celu transmisji sygnałów, sieci wykorzystywane do nadawania programów radiowych i telewizyjnych oraz sieci telewizji kablowej, niezależnie od rodzaju przekazywanych informacji;
2. "usługa komunikacji elektronicznej" oznacza usługę zwyczajowo świadczoną za wynagrodzeniem, polegającą całkowicie lub częściowo na przekazywaniu sygnałów w sieciach łączności elektronicznej, w tym usługi telekomunikacyjne i usługi transmisyjne świadczone poprzez sieci nadawcze; nie obejmuje jednak usług związanych z zapewnianiem albo wykonywaniem kontroli treści przekazywanych przy wykorzystaniu sieci lub usług komunikacji elektronicznej. Spod zakresu niniejszej definicji wyłączone są usługi społeczeństwa informacyjnego w rozumieniu art. 1 Dyrektywy nr 98/34/WE, jeżeli nie polegają one całkowicie lub częściowo na przekazywaniu sygnałów w sieciach komunikacji elektronicznej;
3. „środki związane” oznacza środki powiązane z siecią komunikacji elektronicznej lub usługą komunikacji elektronicznej, które umożliwiają lub wspierają świadczenie usług poprzez tą sieć lub usługę. Termin ten obejmuje warunkowe systemy dostępu i elektroniczne przewodniczki po programach;
4. „warunkowy system dostępu” oznacza każdy środek techniczny lub uzgodnienie, na mocy którego dostęp do chronionej usługi nadawczej poprzez radio lub telewizję jest uzależniony od subskrypcji lub innej formy wcześniejszej autoryzacji indywidualnej;
5. "zaawansowany technologicznie cyfrowy sprzęt telewizyjny" oznacza dekodery przeznaczone do podłączenia do odbiorników telewizyjnych lub do zintegrowanych cyfrowych odbiorników telewizyjnych mogące odbierać interaktywne cyfrowe usługi telewizyjne;
6. "interfejs programowania aplikacji (API)" oznacza interfejsy programowania pomiędzy aplikacjami udostępniane przez nadawców lub podmioty świadczące usługi oraz zasoby w zaawansowanym technologicznie cyfrowym sprzęcie telewizyjnym dla cyfrowych usług telewizyjnych i radiowych.

Przyjęte nazewnictwo i zakres definicji odpowiadają zintegrowanemu rynkowi usług telekomunikacyjnych i medialnych. Dyrektywa ramowa reguluje ponadto niektóre kwestie dotyczące sprzętu wykorzystywanego w telewizji cyfrowej, zwłaszcza sprzętu warunkującego otwarty dostęp użytkowników do usług konkurencyjnych operatorów. Sprzęt i standaryzacja są ważnymi warunkami zapewnienia otwartego dostępu użytkowników do usług konkurencyjnych operatorów.

Dyrektywa o autoryzacji reguluje sposób stosowania tzw. generalnej autoryzacji, warunków jakie można nakładać na uprawnionych, trybu dysponowania częstotliwościami, opłat za autoryzację. Wprowadzenie jednolitych ram regulacyjnych dla sektora telekomunikacji i mediów oznacza, że zbieganie się wielu różnych sieci i usług łączności elektronicznej oraz technologii z nimi związanych wymaga ustanowienia systemu

autoryzacji obejmującego wszystkie porównywalne usługi w podobny sposób, niezależnie od stosowanych technologii.

Dyrektywa ta obejmuje swoim zakresem autoryzację udostępniania wszelkich sieci i usług łączności elektronicznej. Ogólne zasady dyrektywy nakazują likwidację koncesji indywidualnych i zastąpienie ich uprawnieniami ogólnymi, z mocy ustawy lub na podstawie zgłoszenia działalności. Dotyczy to uprawnień eksploatacji sieci i świadczenia usług z wyłączeniem usług związanych z zapewnieniem lub wykonywaniem kontroli treści przekazywanych przy wykorzystaniu sieci lub usług komunikacji elektronicznej. Częstotliwości, niezbędne dla tej działalności, są jednak przyznawane odrębnymi decyzjami administracyjnymi na wniosek operatora lub nadawcy.

Z ogólnym zezwoleniem mogą być związane wymagania, ściśle określone i nie wykraczające poza krótką listę wymagań ujętych w aneksie do dyrektywy o autoryzacji. Kilka z nich jest specyficznych dla działalności nadawców:

1. Obowiązki *must carry*, stosownie do postanowień Dyrektywy nr 2002/22/WE (Dyrektywa o usługach powszechnych).
2. Ograniczenia związane z przekazywaniem zakazanych treści, stosownie do postanowień Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2000/31/WE z 8 czerwca 2000 roku o niektórych aspektach prawnych usług świadczonych w społeczeństwie informacyjnym, w szczególności usług handlu elektronicznego, w ramach jednolitego rynku, oraz ograniczenia związane z przekazywaniem treści szkodliwych, zgodnie z artykułem 2a(2) Dyrektywy o telewizji bez granic.
3. Środki ograniczające wystawianie ogółu ludności na działanie pól elektromagnetycznych wytworzonych na skutek działania sieci łączności elektronicznej, podejmowane zgodnie z przepisami prawa wspólnotowego.
4. Obowiązki związane z dostępem do sieci, inne niż te określone w artykule 6(2) Dyrektywy o autoryzacji, (odwołującej się w nim do artykułu 5 (1), 5(2), 6 oraz 8 dyrektywy o dostępie do sieci i usług), dotyczące operatorów udostępniających sieci lub usługi łączności elektronicznej, zgodnie z postanowieniami Dyrektywy nr 2002/19/WE (Dyrektywy o dostępie do sieci).
5. Środki przeznaczone do zapewnienia zgodności ze standardami lub specyfikacjami, o których mowa w artykule 17 Dyrektywy nr 2002/21/WE (Dyrektywy ramowej).

Wszystkie wymogi winny być obiektywnie uzasadnione w stosunku do danej sieci lub danej usługi, niedyskryminujące, proporcjonalne i jawne.

Decyzja przyznająca prawo wykorzystania częstotliwości może zawierać jednoznaczne wskazanie usługi lub rodzaju sieci lub technologii, dla których prawo użytkowania danej częstotliwości zostało przyznane, w tym, w razie potrzeby, prawo użytkowania częstotliwości wyłącznie dla nadawania określonych treści lub określonych programów audiowizualnych.

Dyrektywa o dostępie i połączeniach sieci ustanawia zharmonizowane ramy prawne dotyczące dostępu i wzajemnych połączeń do sieci łączności elektronicznej oraz związanych z nimi zasobów. Reguluje stosunki pomiędzy dostawcami sieci i usług w zakresie dostępu i wzajemnych połączeń do sieci, w tym, sprawy dostępu nadawców i

dostawców usług medialnych do sieci telewizji cyfrowej, cyfrowych platform telewizyjnych, systemów warunkowego dostępu etc. w celu zapewnienia zrównoważonej konkurencji, interoperacyjności usług komunikacji elektronicznej oraz korzyści dla konsumentów.

Postanowienia dyrektywy mają zastosowanie do sieci, które są używane do świadczenia publicznie dostępnych usług komunikacji elektronicznej. Dyrektywa o dostępie traktuje nałożone w niej zobowiązania w sposób elastyczny, nakazując ustawiczną analizę rynku i na podstawie jej wyników nakładanie, zmniejszanie lub całkowitą rezygnację z dodatkowych obowiązków w zależności od sytuacji rynkowej, a zwłaszcza interesu konsumentów.

Dyrektywa o usłudze uniwersalnej reguluje minimalne wymagania dotyczące odbiorników telewizji cyfrowej w zakresie odbioru programów bezpłatnych, a także interfejsów współpracujących z innymi urządzeniami i aplikacjami. Dyrektywa powtarza zawartą już w dyrektywie ramowej konieczność zapewnienia użytkownikom końcowym współpracy pomiędzy wszystkimi, będącymi w sprzedaży na terenie Wspólnoty, urządzeniami odbioru telewizji cyfrowej. Niezbędne standardy powinny być przyjmowane okresowo, elastycznie, w ścisłym związku z rozwojem technologicznym i rynkowym. Państwa powinny także zagwarantować, że przy każdym dostępnym na rynku europejskim odbiorniku telewizyjnym będą zainstalowane „gniazda” zdolne do przenoszenia wszystkich niezbędnych elementów sygnału cyfrowego, włączając kanały audio i video, informację o warunkowym dostępie, informację o usłudze, informację o aplikacji programu interfejsu (API), informację o ochronie oryginału.

Dyrektywa reguluje również zakres dopuszczalnego stosowania zasady „must carry”. Państwa Członkowskie mogą ustanowić zasadne zobowiązania do transmisji szczególnych programów oraz usług radiowych i telewizyjnych, pod adresem podmiotów w ich jurysdykcji udostępniających sieci komunikacji elektronicznej wykorzystywane do transmisji przekazów radiowych lub telewizyjnych, w sytuacji, gdzie duża liczba użytkowników tych sieci wykorzystuje je jako główny środek odbioru przekazów radiowych i telewizyjnych (usługa podstawowa).

Dyrektywa o przetwarzaniu danych osobowych w sektorze komunikacji elektronicznej nie zawiera szczególnych postanowień dotyczących usług radiowych i telewizyjnych.

Państwa członkowskie UE mają 15 miesięcy na implementację do krajowych porządków prawnych zawartych w dyrektywach postanowień. Również Polska będzie musiała z czasem dokonać ich implementacji. Dostosowanie prawa polskiego do wymogów nowych dyrektyw będzie wymagało zmian w kilku ustawach, w tym w ustawie Prawo Telekomunikacyjne oraz w ustawie o radiofonii i telewizji.

## Prace grupy ekspertów w Radzie Europy

### *Komitet Zarządzający ds. Środków Masowego Przekazu (CDMM)*

Komitet, w którego pracach uczestniczą przedstawiciele wszystkich krajów członkowskich RE, dąży do rozwoju współpracy między krajami członkowskimi w dziedzinie polityki medialnej służącej wolności słowa i mediów oraz prawom człowieka. W tym celu projektuje cele i sposoby realizacji polityki medialnej oraz monitoruje realizację przez państwa członkowskie przygotowanych pod jego auspicjami rekomendacji i deklaracji Komitetu Ministrów RE. Przygotowuje europejskie konferencje ministerialne w dziedzinie mediów masowych i realizuje określone przez nie cele i programy działania. Komitet powołuje ciała podległe (komitety ekspertów, grupy specjalistów, panele doradcze itp.) w celu realizowania konkretnych przedsięwzięć lub analizy tematów uznanych za ważne dla realizacji celów organizacji i nadzoruje ich działalność. Komitet zatwierdza wszystkie dokumenty (projekty rekomendacji, deklaracji, konwencji itp.) przygotowywane przez te ciała i przedkłada Komitetowi Ministrów RE.

Obecnie Komitet realizuje program działań przyjęty podczas konferencji ministerialnej, która odbyła się w Krakowie w 2000 roku. Program ten koncentruje się na następujących tematach:

1. Poszukiwanie równowagi między swobodą wypowiedzi i informacji a innymi prawami i uzasadnionymi interesami;
2. Zapewnienie pluralizmu usług i treści;
3. Promocja spójności społecznej;
4. Adaptacja regulacji prawnej działalności medialnej.

W celu realizacji tych zadań, Komitet powołał następujące ciała wyspecjalizowane:

- Grupa specjalistów ds. swobody wypowiedzi i innych praw podstawowych
- Grupa specjalistów ds. usług internetowych i demokracji
- Grupa specjalistów ds. demokratycznych i społecznych aspektów radiofonii i telewizji cyfrowej
- Panel doradczy ds. różnorodności mediów
- Panel doradczy ds. konwergencji
- Panel doradczy ds. własności intelektualnej

W 2002 roku Komitet odbył dwa posiedzenia. Podczas drugiego posiedzenia odbyły się wybory uzupełniające do Biura Komitetu, wynikające m.in. z rezygnacji Frithjofa Bergera (Niemcy) z funkcji przewodniczącego Komitetu oraz z zaprzestania działalności w Komitecie przez Delię Mucica z Rumunii.

W efekcie wyborów, na poszczególne funkcje wybrano następujące osoby:

- Alessandra Paradisi (Włochy) – przewodnicząca
  - Karol Jakubowicz (Polska) - wiceprzewodniczący
  - Kristina Hautala-Kajos (Finlandia) – członek Biura
  - Sebnem Bilget (Turcja) – członek Biura.
- **Poszukiwanie równowagi między swobodą wypowiedzi i informacji a innymi prawami i uzasadnionymi interesami**

Komitet kontynuował prace nad projektem deklaracji Komitetu Ministrów o swobodzie debaty politycznej w mediach, która ma zapewnić swobodę krytyki polityków i urzędników publicznych oraz wytyczać granice dopuszczalnej reakcji prawa na ewentualne wykroczenia prasy i dziennikarzy, tak aby przepisów o zniesławieniu itp. nie można było wykorzystywać dla zastraszenia prasy lub tępienia krytyki.

Komitet kontynuował także prace nad projektem rekomendacji oraz deklaracji Komitetu Ministrów o informowaniu o rozprawach sądowych oraz nadzorował prace podległej mu grupy specjalistów nad projektem dokumentu o równowadze między swobodą wypowiedzi a prawem do prywatności.

Osobnym tematem w tym zakresie był problem pogodzenia swobody wypowiedzi z walką z terroryzmem. W przygotowaniu jest projekt deklaracji na ten temat.

Stały Komitet RE ds. telewizji ponadgranicznej przyjął oświadczenie w sprawie godności ludzkiej oraz praw podstawowych, zwracające uwagę nadawców na konieczność przestrzegania art. 7 Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej.

Podjęto także prace nad sposobami szerzenia umiejętności korzystania z Internetu („Internet literacy”), jako koniecznego warunku odpowiedzialności za informacje rozpowszechniane tą drogą.

- **Zapewnienie pluralizmu usług i treści**

Powołany przez Komitet panel doradczy ds. różnorodności mediów opracował raport na ten temat, w pełni obrazujący obowiązujące w tym zakresie regulacje europejskie, jak również tendencje na rynku mediów i nowych technologii wpływające na różnorodność mediów. Komitet przyjął ten raport i może on stać się podstawą do nowych inicjatyw w tym zakresie.

Komitet przyjął i skierował do Komitetu Ministrów projekt rekomendacji nt. demokratycznego i społecznego oddziaływania radiofonii i telewizji cyfrowej, który odnosi się m.in. do sprawy koncentracji i pluralizmu mediów. W 2003 roku zorganizowana zostanie europejska konferencja nt. technologii cyfrowych, która będzie forum dalszej debaty m.in. na te tematy.

Prace w tej dziedzinie dotyczą również kwestii praw autorskich i pokrewnych. Na wniosek Komitetu, Komitet Ministrów RE przyjął rekomendację nt. ochrony praw pokrewnych nadawców.

- **Promocja spójności społecznej**

Prace w tej dziedzinie dotyczą m.in. roli i zadań nadawców publicznych, jako jednego z głównych instrumentów wspierania integracji narodowej i kulturowej oraz spójności społecznej. W przygotowaniu jest projekt rekomendacji Komitetu Ministrów nt. wymiany informacji i doświadczenia między krajami członkowskimi w zakresie zadań, organizacji i finansowania mediów publicznych oraz ich dostosowania do wymogów ery cyfrowej. Sprawa ta będzie przedmiotem dyskusji m.in. podczas europejskiej konferencji nt. technologii cyfrowych.

- **Adaptacja regulacji prawnej działalności medialnej**

Nowe technologie wymagają zmiany regulacji prawnej działalności mediów. Sprawa ta jest przedmiotem prac wszystkich grup i paneli powoływanych przez Komitet. Przygotowany został projekt deklaracji Komitetu Ministrów nt. swobody informacji w Internecie. W przygotowaniu jest projekt rekomendacji nt. prawa do odpowiedzi w środowisku internetowym.

Stały Komitet ds. Telewizji Ponadgranicznej podjął prace nt. kolejnej nowelizacji Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej, związanej m.in. ze zmianami w działalności nadawców telewizyjnych wynikającymi ze zmian technologii rozpowszechniania i rozprowadzania programu.

- **Inne tematy**

Komitet postanowił zorganizować kolejną Europejską Konferencję Ministerialną nt. polityki medialnej pod koniec 2004 roku lub na początku 2005 roku. Wyznaczy ona kierunki działania RE w tej dziedzinie na następne lata.

Komitet omówił przygotowania do Światowego Szczytu nt. Społeczeństwa Informacyjnego (Genewa 2003 rok, Tunis 2005 rok) i przyjął oświadczenie stwierdzające, że Rada Europy powinna być aktywnie zaangażowana w te przygotowania oraz wnieść do Szczytu wkład zgodny z jej celami. Przekazano Komitetowi Ministrów opracowany przez Sekretariat materiał podsumowujący podejście Rady Europy do tematyki Światowego Szczytu.

### ***Stały Komitet Rady Europy ds. Telewizji Ponadgranicznej (T-TT)***

Status i zadania Komitetu określa Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej w art. 20-22. Odpowiada on za przestrzeganie i stosowanie konwencji, formułuje zalecenia z tym związane, daje wykładnię przepisów konwencji i uczestniczy w rozwiązywaniu ewentualnych konfliktów powstałych na gruncie ich stosowania.

Konwencja została podpisana przez 35 krajów. Ratyfikowało ją dotąd 25 krajów. Przystąpienie do Konwencji rozważa Unia Europejska.

Komitet odbył trzy spotkania w 2002 roku. Podczas posiedzenia w grudniu 2002 roku odbyły się wybory prezydium Komitetu wskutek rezygnacji Sebne Bilget (Turcja) i Karola Jakubowicza (Polska) ze względu na wybór do Biura Komitetu Zarządzającego ds.

Mediów Masowych Rady Europy. Funkcję przewodniczącej Komitetu powierzono Irinie Boulin-Ghica (Francja), natomiast na I Wiceprzewodniczącą wybrano Borisa Berganta (Słowenia).

• **Wejście w życie znowelizowanej Konwencji i prace nad jej przyszłym kształtem**

1 marca 2002 roku weszła w życie Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej w wersji znowelizowanej w 1998 roku. Wejście Konwencji w życie umożliwiło podjęcie prac nad przyjęciem opracowanych już wcześniej „Wytycznych” przewidzianych w art. 9 a ust. 3 dotyczącym sposobów gwarantowania widowni telewizyjnej dostępu do ważnych wydarzeń.

Wytyczne te wskazują właściwy tryb przygotowywania przepisów krajowych oraz zatwierdzania ich przez Stały Komitet. Było to niezbędne w celu stworzenia międzynarodowego systemu ochrony praw widzów w tym zakresie oraz zasad współpracy między stronami Konwencji oraz Stałym Komitetem. Komitet przyjął również załącznik do „Wytycznych w sprawie realizacji art. 9 a Konwencji”, określający informacje, jakie musi Stałemu Komitetowi przedstawić strona Konwencji ubiegająca się o międzynarodowe uznanie jej listy ważnych wydarzeń. Zgodnie z Konwencją, dopiero akceptacja listy i towarzyszących jej przepisów przez Stały Komitet zapewnia uznanie ich przez inne kraje, co ma istotne znaczenie w sytuacji, gdy prawa do wydarzenia znajdującego się na liście jednego kraju wykupił nadawca znajdujący się w jurysdykcji innego kraju.

Jednocześnie z działaniami związanymi z wejściem w życie znowelizowanej Konwencji, Komitet podjął dyskusję o kierunkach prac nad jej kolejną nowelizacją. W Unii Europejskiej toczy się dyskusja o kierunkach nowelizacji „Dyrektywy o telewizji bez granic”. Dyrektywa i Konwencja opracowane zostały pierwotnie w celu stworzenia „europejskiej przestrzeni audiowizualnej”, rządzącej się jednolitym zespołem przepisów prawa odnośnie telewizji ponadgranicznej. Stąd konieczność stałego wzajemnego dostosowywania obu instrumentów prawa międzynarodowego, które muszą ulegać zmianie w miarę postępu technologicznego i nowych realiów rynkowych.

Komitet postanowił zlecić ekspertyzę w sprawie zakresu konwencji, dotychczas dotyczącej wyłącznie telewizji w jej tradycyjnym kształcie. Zadaniem autora ekspertyzy będzie określenie w jakim stopniu można objąć nią nowe technologie i usługi. Jest to kluczowa sprawa dla przyszłej regulacji prawnej komunikowania elektronicznego. Wpływa to bowiem na regulacje Konwencji dotyczących odpowiedzialności nadawcy za program, przejrzystości rynku telewizyjnego, prawa do odpowiedzi, ochrony niepełnoletnich, reklamy i telesprzedaży, kwot programowych i dostępu publiczności do ważnych wydarzeń.

Podczas grudniowego posiedzenia Komitetu konsultant dr Andreas Grünwald z Instytutu Prawa Informacyjnego, Telekomunikacyjnego i Medialnego w Münster (Niemcy) przedstawił zarys raportu. Raport dotyczyć będzie przede wszystkim możliwości rozszerzenia zakresu Konwencji na nowe technologie. Raport będzie się składał z czterech części:

1. Omówienie postępu technologii informacyjnej i komunikacyjnej i jej wpływu na media elektroniczne i w tym kontekście omówienie aktualności (lub nie) dotychczasowych celów regulacji tych mediów, a także metod regulacji nowych technologii;

2. Analiza sposobu integracji nowych regulacji z istniejącą Konwencją;
3. Propozycja stworzenia dwóch poziomów regulacji w Konwencji: dla tradycyjnych programów telewizyjnych i dla nowych usług, które będą objęte mniej rygorystycznymi formami regulacji;
4. Zastosowanie nowych regulacji.

Niezależnie od prac nad przyszłym kształtem konwencji, komitet realizował zadania związane z interpretacją bieżącej jej wersji oraz dyskusją na temat zasad jej wdrażania.

- **Regulacja reklamy i sponsoringu**

Temat ten podjęto w ramach analizy przepisów Konwencji w kontekście zmian zachodzących w telewizji. Zmiany te dotyczą między innymi reklamy:

1. Zasada oddzielania reklamy od programu ulega erozji wskutek stosowania technologii interaktywnej i „reklamy podzielonego ekranu”;
2. Zasada umieszczania reklamy w przerwach między audycjami, albo w trakcie audycji bez szkody dla jej wartości i integralności też ulega osłabieniu, gdyż w niektórych krajach (Belgia, Hiszpania, Włochy) niektórzy nadawcy umieszczają reklamę np. w trakcie meczu piłkarskiego, gdy następuje osłabienie akcji, ale nie formalna przerwa.

Także reklama interaktywna i wirtualna wymagają uregulowania.

Komitet przyjął „Opinię nr 9 (2002) o reklamie na podzielonym ekranie” („split-screen advertising), stwierdzającej, że ten typ reklamy jest objęty przepisami Konwencji, natomiast może być akceptowany na gruncie tych przepisów jedynie w przypadku pełnej zgodności ze wszystkimi wymogami Konwencji odnośnie rozdziału (choćby przestrzennego) programu od reklamy, poszanowania integralności i wartości programu, dozwolonego czasu emitowania reklamy itp.

- **Oświadczenie Komitetu w sprawie gatunków telewizyjnych naruszających godność ludzką**

Komitet wielokrotnie dyskutował sprawę naruszania godności ludzkiej w audycjach z gatunku „reality TV”. Przypadki takie naruszają art. 7 Konwencji, który nakłada na nadawcę obowiązek poszanowania godności ludzkiej i podstawowych praw innych ludzi.

Na podstawie tych dyskusji, Komitet przyjął oświadczenie, w którym wskazuje, że walka konkurencyjna prowadzi nadawców do poszukiwania form programowych, które mogą naruszać godność ludzką. Komitet wzywa regulatorów i nadawców do stałych konsultacji w kwestii gatunków i pomysłów programowych, które mogą naruszać godność ludzką, w celu poszukiwania rozwiązań na drodze koregulacji i samoregulacji nadawców. Oświadczenie apeluje też do nadawców, by nie zawierali z uczestnikami audycji umów, w których ci ostatni zrzekają się prawa do prywatności, gdyż może to zagrozić godności ludzkiej. W umowach tych powinny być chronione prawa uczestników, którzy dla popularności lub pieniędzy gotowi byłiby zrzec się swoich praw.



- **Przesłuchanie w sprawie "Prawa wyłączności na emisje telewizyjne a krótkie sprawozdania z wydarzeń".**

Przesłuchanie to wynikało z listu agencji Reuters do Rady Europy w sprawie narastającej liczby przypadków odmowy dopuszczenia kamerzystów agencji aktualności telewizyjnych wchodzących w skład agencji Reuters do stadionów, gdzie odbywają się imprezy sportowe objęte wyłącznymi prawami do transmisji.

W przesłuchaniu udział wzięli przedstawiciele Reutera, Stowarzyszenia Radia Europejskiego, Europejskiej Unii Radiowo-Telewizyjnej, Stowarzyszenia Telewizji Komercyjnych w Europie, grupy Kirch oraz Komisji Europejskiej.

Po wysłuchaniu ich wypowiedzi oraz dyskusji, Komitet postanowił przedstawić Komitetowi Sterującemu ds. Mediów Masowych (CDMM) rekomendację w sprawie rozszerzenia dotychczasowych zasad przewidujących prawo telewizji do zamieszczania krótkich sprawozdań z ważnych wydarzeń transmitowanych na prawach wyłączności przez innego nadawcę (Rekomendacja Komitetu Ministrów RE nr (91) 5) także na stacje radiowe i agencje prasowe.

- **Omówienie wyroku Europejskiego Trybunału Praw Człowieka o reklamie politycznej**

Komitet zapoznał się z wyrokiem Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w sprawie „VGT kontra Szwajcaria”, w którym Trybunał uznał, że obowiązujący w Szwajcarii zakaz reklamy politycznej należy uznać za pogwałcenie art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, gdyż zakaz taki nie jest „konieczny w społeczeństwie demokratycznym”. Trybunał nie wykluczył, że w pewnych okolicznościach zakaz taki może być zgodny z art. 10. W kilku krajach obowiązuje zakaz płatnej reklamy politycznej, ponieważ jednak Konwencja nie odnosi się do sprawy reklamy politycznej, Komitet nie sformułował propozycji zajęcia się tą sprawą, uznając, że powinna ona być rozstrzygana na poziomie krajowym.

- **Rozpatrzenie pytania Luksemburga w sprawie potencjalnego konfliktu jurysdykcji w kontekście Konwencji i Dyrektywy o telewizji bez granic.**

Komitet rozpatrzył pytanie Luksemburga o konsekwencje ewentualnego przystąpienia do Europejskiej Konwencji o Telewizji Ponadgranicznej w odniesieniu do obowiązków Luksemburga względem krajów unijnych. Rzeczą dotyczy problematyki jurysdykcji Luksemburga nad nadawcami z Państw-Stron Konwencji, które nie są jednocześnie członkami Unii. Dotyczy to np. Polski, jako że niektórzy nadawcy polscy korzystają z satelity ASTRA, więc uzyskali pojemność satelity od Luksemburga, który w konsekwencji na podstawie „Dyrektywy o telewizji bez granic” ma nad nimi jurysdykcję i jest odpowiedzialny przez innymi państwami członkowskimi Unii za zapewnienie zgodności ich programów z dyrektywą. Gdyby Luksemburg przystąpił do Konwencji, na jej podstawie musiałby uznać jurysdykcję Polski nad tymi nadawcami, przez co znalazłby się w sytuacji konfliktu wobec swoich obowiązków względem innych krajów unijnych na podstawie dyrektywy. Według przepisów unijnych (jak również samej Konwencji) dla krajów unijnych pierwszeństwo mają ich obowiązki wobec Unii, niezależnie od obowiązków wynikających z Konwencji.

Pytanie Luksemburga dotyczyło możliwości uniknięcia tego konfliktu. Wydaje się jednak, że nie jest to możliwe. Problem zostanie rozwiązany z chwilą przystąpienia Polski do Unii, gdyż stosunki między oboma krajami w tej dziedzinie będzie regulowała Dyrektywa, niezależnie od tego, że oba państwa mogłyby jednocześnie być stronami Konwencji.

### **Grupa ekspertów do spraw usług on-line i demokracji (MM-S-OD)**

Grupa ekspertów do spraw usług on-line i demokracji (MM-S-OD) swoją aktywność w 2002 roku skupiała wokół kilku zagadnień będących przedmiotem zainteresowań w skali międzynarodowej, w związku z obecnym stanem rozwoju nowych technik informacyjnych.

Pierwsza grupa problemów dotyczyła edukacji w zakresie wykorzystania i świadomego użytkowania Internetu. Internet oferuje wiele możliwości i stwarza istotne szanse cywilizacyjne oraz rozwojowe. Zarazem jednak w pewnych sytuacjach przynosi efekty niepożądane, zagrażające rozwojowi w skali indywidualnej i społecznej. Grupa opracowuje praktyczny przewodnik, który powinien przyczynić się do poprawy jakości programów edukacyjnych związanych z użytkowaniem Internetu.

Kolejnym przedmiotem zainteresowań była analiza doświadczeń różnych krajów w zakresie wykorzystywania potencjalnych możliwości związanych z nowymi technologiami w praktyce działania demokratycznych instytucji (takich jak m.in. parlament, rząd, instytucje publiczne, partie polityczne i inne). Cel ten jest przedmiotem prac kilku grup ekspertów, którzy ze sobą współpracują w ramach Zintegrowanego Projektu Rady Europy. W zakresie zainteresowań grupy znajdują się między innymi problemy obecności instytucji publicznych w Internecie i wykorzystania nowych technologii dla komunikacji rządu z obywatelami.

Grupa ekspertów zajmowała się także wypracowaniem rekomendacji w sprawie wolności komunikowania w Internecie. Istotne idee występujące w pracach nad rekomendacją polegają między innymi na przekonaniu, że:

- art.10 § 2 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka zezwala w ograniczonych przypadkach na wprowadzanie elementów uprzedniej (prewencyjnej) kontroli zawartości rozpowszechnianej w Internecie;
- tworzenie indywidualnych, niekomercyjnych miejsc internetowych (web sites) nie może podlegać licencjonowaniu lub innym ograniczeniom o podobnym charakterze;
- należy zapewnić, że wszelkie próby ustalenia pochodzenia i autorstwa treści zakazanych lub nawołujących do nienawiści (narodowościowej, etnicznej, rasowej i innej) muszą podlegać odpowiedniej kontroli prawa.

Celem prac ekspertów było także przygotowanie deklaracji w sprawie prawa do repliki w środowisku on-line. Prace nad odpowiednimi regulacjami w tym zakresie zostały już zakończone w kilku krajach europejskich i staną się zapewne przedmiotem zainteresowania w innych krajach.

**Grupa Rady Europy ds. demokratycznego i społecznego wpływu mediów w dobie technologii cyfrowej (MM-S-DB)**

Grupa rozpoczęła swoją działalność w 2001 roku. Mandat grupy upływa z końcem 2003 roku. W roku 2002 odbyły się trzy spotkania, podczas których pracowano nad uszczegółowieniem i uaktualnieniem przekrojowego raportu w sprawie demokratycznego i społecznego wpływu mediów w dobie rozwoju technologii cyfrowej. Skoncentrowano się przede wszystkim na pracach nad projektem rekomendacji w sprawie promowania demokratycznego i społecznego udziału w rozpowszechnianiu cyfrowym (*Draft Recommendation on measures to promote the democratic and social contribution of digital broadcasting*). Prace ekspertów ułatwiły opinie nadsyłane przez liczne europejskie organizacje medialne.

Podczas ostatniego spotkania Grupy MM-S-DB zakończono prace nad projektem rekomendacji, a jej tekst zaaprobowano na posiedzeniu CDMM w dniach 26 - 29 listopada 2002 roku. Projekt rekomendacji oczekuje obecnie na przyjęcie przez Komitet Ministrów.

Projekt rekomendacji podkreśla szczególną rolę nadawców, a w szczególności nadawców publicznych w promowaniu wartości leżących u podstaw nowoczesnych, demokratycznych struktur społecznych, w szczególności ochrony praw człowieka, kultury i pluralizmu politycznego.

Podkreślono, że rozwój cyfrowej telewizji stwarza zupełnie nowe możliwości umożliwiając oferowanie usług społeczeństwu informacyjnego w każdym domu. W tym kontekście ważne jest jednakże skierowanie szczególnej uwagi na mniej aktywne grupy społeczne, tak aby nie zostały pozbawione możliwości korzystania z tych usług. Można ten cel realizować w szczególności poprzez powszechną dostępność programów udostępnianych drogą naziemną, a także usług telewizji ponadgranicznej.

Należy pamiętać, iż oprócz niewątpliwych korzyści związanych z rozwojem nowych technologii i powstawaniem nowych rynków zaawansowanych technologicznie usług, wiąże się z tym również realne zagrożenie zubożenia demokratycznych i społecznych wartości, dlatego też należy w środowisku audiowizualnych usług cyfrowych zadbać o utrzymanie równowagi pomiędzy interesami gospodarczymi a potrzebami społecznymi.

Ważne jest, aby zapewnić w mediach cyfrowych respektowanie wolności ekspresji i dostępu do informacji, pluralizmu, różnorodności kulturalnej, ochronę niepełnoletnich, ochronę godności ludzkiej, praw konsumenta i jego prywatności.

Podkreślono szczególną, misyjną rolę nadawców publicznych w udostępnianiu szerokiej, zróżnicowanej oferty programowej wszystkim członkom społeczeństwa i zauważono, że rola ta powinna być utrzymana również w nowym zdigitalizowanym środowisku.

Zalecono m.in. stworzenie odpowiednich zarówno prawnych, jak i ekonomicznych warunków dla rozpowszechniania cyfrowego i umożliwienia publiczności dostępu do szerokiej i zróżnicowanej oferty wartościowych programów, a także ochronę i promowanie pluralizmu w mediach.

Podkreślono również w ramach formułowanych zaleceń konieczność zwracania szczególnej uwagi na ochronę niepełnoletnich i ochronę godności ludzkiej oraz

nierozpowszechnianie treści nawołujących do nienawiści i przemocy w środowisku cyfrowym, oferującym dostęp do szerokiej oferty zróżnicowanych programów.

Zalecono również podjęcie niezbędnych kroków mających przygotować społeczeństwo do aktywnego poruszania się w nowym jakościowo środowisku cyfrowym, w szczególności poprzez przygotowanie odpowiednich informacji na ten temat oraz szkolenia w posługiwaniu się cyfrowym sprzętem i nowymi typami usług.

Należy zagwarantować, aby rola publicznych nadawców, pełniących istotną rolę w konsolidacji demokratycznych społeczeństw została utrzymana w także w nowym środowisku cyfrowym. Postulat ten może być zrealizowany poprzez zapewnienie powszechnego dostępu obywateli do programów publicznych nadawców i zapewnieniu im szczególnej roli w procesie przechodzenia z analogowego do cyfrowego systemu rozpowszechniania drogą naziemną.

Należy potwierdzić wagę pełnionej przez nadawców publicznych misji, również w środowisku cyfrowym, i zapewnić finansowe, techniczne i inne niezbędne warunki umożliwiające jej należyte wypełnianie.

W listopadzie 2003 roku zorganizowana zostanie w Strasbourgu konferencja poświęcona problemom i wyzwaniom telewizji cyfrowej. Jej celem będzie przybliżenie informacji na ten temat oraz wymiana doświadczeń w tym zakresie pomiędzy przedstawicielami różnych krajów europejskich.

## **Działalność Eureka Audiowizualnej i Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego**

### ***Eureka Audiowizualna***

Rok 2002 był rokiem prezydencji Macedonii. Aktywność tej organizacji skupiała się na działaniach w zakresie szkolenia, promocji i informacji.

- **Szkolenie**

Eureka wynegocjowała korzystne warunki uczestnictwa w niektórych inicjatywach szkoleniowych w ramach wspólnotowego Programu Media Plus dla krajów nie będących jeszcze jego beneficjentami. Należy tu wymienić współpracę z EDN (European Documentary Network) oraz organizowanie działań na prośbę krajów członkowskich Eureka takich jak „Dystrybucja i marketing” w Federalnej Republice Jugosławii, na Łotwie oraz festiwalu „goEast” w Wiesbaden i Festiwalu w Cottbus.

- **Promocja**

Cenną inicjatywą Eureka we współpracy z EURIMAGE było umożliwienie zainteresowanym centrom, komisjom i studiom filmowym z krajów członkowskich Eureka udziału w Targach Filmowych w Cannes w formie udostępnienia powierzchni wystawowej z pełnym wyposażeniem w sprzęt odtwarzający do prezentacji filmów oraz pomieszczeń do spotkań i dyskusji.

Eureka Audiowizualna od kilku lat organizuje tematyczne Screeningi jako działania wspierające promocję i dystrybucję filmów europejskich z udziałem dystrybutorów i producentów. W roku 2002 screening taki odbył się w Skopje od 30 października do 3 listopada 2002 roku pod hasłem „love stories”.

- **Informacja**

Do najważniejszych zadań w tym priorytecie należy zaliczyć zorganizowanie na prośbę kilku krajów kandydujących do Unii Europejskiej seminariów informacyjnych o możliwościach jakie daje profesjonalistom sektora audiowizualnego udział w Programie Media Plus.

W kręgu priorytetów znalazła się sprawa udziału nowych technologii w sektorze audiowizualnym. Zorganizowane zostały seminaria dotyczące e-Cinema oraz targi telewizyjne.

Eureka Audiowizualna uczestniczyła w szeregu inicjatyw, seminariów, konferencji i festiwali w krajach członkowskich tej organizacji.

Rok 2003 będzie rokiem okresowej oceny działalności tej organizacji i decyzji, czy przedłużyć jej mandat. W tym celu powołana została grupa robocza, której wyniki pracy zostaną przedstawione na najbliższym posiedzeniu plenarnym koordynatorów.

### ***Europejskie Obserwatorium Audiowizualne***

Działalność Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego skupiała się na działaniach dotyczących specyficznych obszarów o charakterze informacyjnym, rozbudowie baz danych, działaniach marketingowych związanych z przypadającą w styczniu 2003 roku dziesiątą rocznicą istnienia organizacji oraz organizowaniu seminariów lub uczestniczeniu w konferencjach dotyczących rynku audiowizualnego w Europie.

W ramach działań dotyczących specyficznych akcji należy wyróżnić:

- działalność informacyjną na temat rynku w tym wydawnictwa: Rocznik Statystyczny, Rocznik Premium Service, Film Focus 2002, Raport EUROFICTION,
- informację prawną, w tym IRIS,
- informację nt. finansowania produkcji audiowizualnej.

Europejskie Obserwatorium Audiowizualne prowadzi ciągłą rozbudowę już istniejących baz danych, w tym LUMIERE, IRIS oraz tworzy nowe.

W roku 2002 Europejskie Obserwatorium Audiowizualne organizowało lub było współorganizatorem konferencji z zakresu różnych aspektów przemysłu audiowizualnego.

## **Program wspierania produkcji audiowizualnej MEDIA PLUS**

### ***Cele Media Plus***

Program Media Plus jest jednym z elementów polityki audiowizualnej Unii. Został przyjęty przez Radę Ministrów Wspólnoty 21 grudnia 1990 roku.

Jego podstawowym zadaniem jest wspieranie europejskiego przemysłu audiowizualnego, nie tylko poprzez system zwrotnych i bezzwrotnych pożyczek finansowych, ale przede wszystkim poprzez tworzenie warunków do działań koprodukcyjnych, wspólnych inicjatyw, wymiany intelektualnej i handlowej, rozwój dystrybucji, oraz promocję twórczości europejskiej.

Misją programu jest zachęcanie do tworzenia, dystrybucji i rozpowszechniania europejskich dzieł audiowizualnych na terenie Wspólnoty i poza jej granicami, a przede wszystkim podniesienie konkurencyjności europejskiego przemysłu filmowego.

### ***Historia Programu Media***

Program Media I został zaplanowany na 5 lat, od 1991 do 1995 roku. W roku 1995 ustanowiono kolejną, pięcioletnią edycję programu pod nazwą Media II, będącym kontynuacją Media I w podstawowych założeniach i celach, natomiast uległa zmianie struktura i procedura przyznawania wsparcia finansowego. Warunkiem przystąpienia do programu Media II było dostosowanie prawa audiowizualnego do prawa obowiązującego w Unii Europejskiej.

14 grudnia 1999 roku Komisja Europejska przyjęła dwie propozycje przygotowujące proces decyzyjny Parlamentu Europejskiego oraz Rady Unii Europejskiej w odniesieniu do programu Media Plus, będącego kontynuacją Media I i Media II.

Media Plus zaplanowano na lata 2001 - 2005, z budżetem 400 mln. Euro, przeznaczonym na dofinansowywanie kilku podstawowych dziedzin: szkoleń, rozwoju, dystrybucji i promocji.

Na szkolenia przeznaczono 50 mln. Euro, na rozwój, dystrybucję i promocję 350 mln. (rozwój – 70 mln., dystrybucja – 201 mln., promocja – 29,75 mln, koszty administracyjne – 31,5 mln.).

### ***System przyznawania dotacji***

Wsparcie przeznaczone jest głównie dla niezależnych przedsiębiorstw z branży audiowizualnej, przyznawane w następujących obszarach:

- organizacja szkoleń w zakresie: nowych technologii, handlu, aspektów prawnych, finansowych, zarządzania projektami, technik pisania scenariuszy;
- development obejmujący zakup praw autorskich, dokumentację, scenariusz, przygotowanie budżetu i planów produkcji, włącznie z obsadą oraz pozyskanie lub wskazanie partnerów (finansowych, produkcyjnych);
- dystrybucję w systemie selektywnym (dla grup dystrybutorów europejskich na dystrybucję jednego lub więcej nie krajowych produkcji filmowych - Media dofinansowuje promocję, reklamę, koszt kopii kinowych, koszty ogólne);

- dystrybucję w systemie automatycznym – przyznawane na podstawie ilości widzów podczas projekcji nie krajowych produkcji europejskich;
- festiwale filmowe;
- dystrybucję telewizyjną – program dla niezależnych producentów zajmujących się produkcją TV oraz co najmniej dwóch niezależnych nadawców europejskich, z różnych krajów członkowskich;
- inicjatywy ułatwiające promocję producentów i dystrybutorów krajów członkowskich;
- projekty pilotażowe mające na celu zachowanie i międzynarodowy obieg europejskiego dziedzictwa audiowizualnego.

### ***Zasady przyznawania wsparcia***

Dotacje przyznawane są do 50 % planowanych kosztów całości przedstawionego projektu.

Składający wniosek zobowiązany jest do przedstawienia pomysłu bądź środków finansowych na sfinansowanie pozostałych 50%. Aplikacje powinny być przesyłane bezpośrednio do Brukseli w nieprzekraczalnym terminie (terminy publikowane na stronach internetowych), wypełnione w języku angielskim i powinny spełniać wszystkie wyszczególnione warunki aplikacji.

### ***Zasady oceny projektów***

Projekty ocenia Międzynarodowa Rada Ekspertów – niezależna, powoływana w Brukseli.

Dotacje przyznawane są przez Komisję. Następnie aplikujący otrzymuje informację z Brukseli o pozytywnym rozpatrzeniu wniosku, po czym następuje ocena finansowa projektu, podpisanie kontraktu, wpłata pierwszej raty.

Okres rozliczenia i warunki realizacji kontraktu są określone szczegółowo w zależności od rodzaju aplikacji.

### ***Rezultaty Media Plus***

W ramach programu rozwój 5 na 8 złożonych projektów zostało rozpatrzonych pozytywnie. Łączna kwota dofinansowania uzyskanego przez polskich niezależnych producentów audiowizualnych wynosi 210 tys. Euro.

W ramach programu dystrybucja w systemie selektywnym 3 na 7 złożonych projektów uzyskało wsparcie w wysokości 95 tys. Euro.

Archiwa TVP S.A. uzyskały wsparcie jako partner w międzynarodowym projekcie złożonym w obszarze Projekty Pilotażowe, jak również jedna firma polska uzyskała dofinansowanie jako jeden z partnerów europejskich na projekt szkoleniowy.

**REZULTATY MEDIA PLUS W ROKU 2002.**

DEVELOPMENT

Rezultaty wezwań: 84/2001 i 88/2001

<b>FIRMA</b>	<b>Typ dofinansowania</b>	<b>Kwota</b>
SE-MA-FOR	Animacja	50 000 Euro
Kalejdoskop	Dokument	20 000 Euro
KID FILMS	Fabula	30 000 Euro
Spółka Realizatorów Filmowych i Telewizyjnych	Fabula	20 000 Euro
Apple Film Production	Slate Funding 2	90 000 Euro

DYSTRYBUCJA SELEKTYWNA

Rezultaty wezwania: 21/2001

<b>Dystrybutor</b>	<b>Film</b>	<b>Proponowany udział MEDIA</b>
GUTEK FILM	8 KOBIET	35 000 Euro
SPI	IRREVERSIBLE	40 000 Euro
BEST FILM	TIME OUT	20 000 Euro

Warszawa, dnia 26 marca 2003 roku

Przewodnicząca KRRiT

Danuta Waniek