**Ocena programu Radio Poznań na podstawie monitoringu wykonanego**

**na czterech tygodniowych próbach programu nadanego**

**w czterech kwartałach 2017 r.**

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła monitoring programu Radia Poznań obejmujący cztery tygodniowe próby programu nadanego w okresie: 10-16 lutego 2017 r.,   
24-30 kwietnia 2017 r., 10-16 lipca 2017 r. oraz 2-8 października 2017 r.

Charakterystyczną cechą programu nadanego w badanych okresach było znacząco większe niż planowano jego nasycenie audycjami rozrywkowymi, realizowanymi głównie poprzez muzykę. Odbyło się to kosztem obniżonego poziomu wykonania ilościowego planu   
w zakresie informacji i publicystyki.

Na podkreślenie pozytywne zasługuje natomiast ponadplanowe wprowadzenie skrótów serwisów informacyjnych, a także bogata oferta różnorodnych audycji poświęconych kulturze adresowanych do różnych grup odbiorców. Program realizowano w sposób dynamiczny, głównie dzięki obecności w nim wielu relacji reporterskich na żywo z miejsc zdarzeń. Dochowano także ogromnej staranności w doborze komentatorów występujących w audycjach publicystycznych. Byli to eksperci, znawcy problemów, które były przedmiotem rozmów w tych audycjach. Niewątpliwym atutem działań nadawcy ułatwiającym stały kontakt ze słuchaczami jest bardzo dobrze i przejrzyście prowadzona strona internetowa.

W badanych próbach programu wystąpiły odstępstwa w zakresie realizacji uzgodnionych   
z KRRiT planów programowych. Stwierdzono następujące modyfikacje i uchybienia:

1. zwiększono czas trwania audycji rozrywkowych w stosunku do planu głównie kosztem informacji i publicystyki - audycje informacyjne zajmowały w kolejnych próbach 11,2%, 12,4%, 10,5% oraz 11% programu tygodniowego, przy zaplanowanych 16%, a audycje publicystyczne odpowiednio: 9,3%, 8,9%, 8,7% oraz 10%, wobec 12% wskazanych w planie. Zaplanowany znaczący udział audycji kulturalnych (na poziomie 23%) został wypełniony jedynie w badanych próbach tygodniowych w II i IV kwartale, a udział audycji edukacyjnych (w planie 6%) zmniejszano w kolejnych kwartałach: od niemalże zgodnego z planem (5,5%) do zbyt niskiego (3%) w ostatnim badanym tygodniu. Znacząco zwiększono w stosunku do planu (36%) udział audycji rozrywkowych: w poszczególnych badanych tygodniach audycje tej kategorii, realizowane głównie poprzez nadawaną muzykę, osiągnęły następujące udziały w kolejnych badanych próbach: 47,8%, 43,6%, 51,6% i 46%;
2. w badanych tygodniach rzadziej niż wskazano w planie programowym wyemitowano audycje: „Prognoza pogody”, „Informacje motoryzacyjne”, „Zdarzyło się dziś”, „Pod naszym patronatem”;
3. niektóre z audycji występują w planach programowych pod inną nazwą, niż używana na antenie: „Prognoza pogody” w planie programowym figuruje pod nazwą „Serwisy pogodowe”, audycja „Informacje motoryzacyjne” w planie występuje pod nazwą „Motosygnały”, „Magazyn Kolejorz” w planie jest pod tytułem „Radio Kolejorz”, „Wielkopolskie popołudnie” w planach figuruje jako „Kalejdoskop wielkopolski”, „Noc w Radiu Merkury” w planie programowych nosi tytuł „Noc dobrych dźwięków”;
4. w programie znalazły się liczne audycje nieplanowane, w większości uzgodnione w korektach zgłoszonych do KRRiT. Jednak wprowadzone zostały także (szczególnie w III kwartale) inne nowości, wcześniej nie ujęte w planie programowym i nieuzgodnione z KRRiT, takie jak „Przegląd prasy”, „Wejścia reporterskie na żywo”, „Powiedziane – zapisane”, „Pocztówka z plaży”, „Felieton całkiem niepolityczny”, „Wydarzenia kulturalne”, „Relacja z Jarocina”, „Melodramat”, „Niedzielne spotkania z Jackiem Hałasikiem”, „Arsenał kultury”, „Radio Poznań – przepraszamy, przyjęcie towaru”, „Historia bez retuszu”, „Kowalski na 5 minut”, „Kawa na weekend”, „Używaj, ale wakacji”;
5. w badanych próbach, w niektórych tygodniach, nieobecne były zaplanowane w cyklu co najmniej cotygodniowym: audycja publicystyczna „Budzimy Wielkopolskę”, audycja edukacyjna „Jeździmy z klasą”;
6. krytycznie trzeba ocenić udział treści regionalnych w ofercie. Wynik nie jest satysfakcjonujący. Szczególnie dotkliwe jest niższe od zaplanowanego nasycenie treściami regionalnymi audycji informacyjnych (średnio w badanych próbach 8,5%, w plananie 11,8%) i publicystycznych (średnio w badanych próbach 4,8%, przy planowanym udziale na poziomie 8,5%). Średnio z IV kwartałów badanych prób zrealizowany udział wyniósł 18,5% a plan wskazywał udział treści regionalnych na poziomie 29%.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_