



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

RAPORT MEDIA PUBLICZNE 2014



MEDIA PUBLICZNE
Raport z działalności w 2014 roku

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE.....	4
MEDIA PUBLICZNE – CYFRYZACJA.....	8
Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych.....	8
Emisja cyfrowa – DAB+ w rozgłoszeniach nadawców publicznych.....	8
ZAWARTOŚĆ STRON INTERNETOWYCH NADAWCÓW PUBLICZNYCH.....	11
TELEWIZJA POLSKA SA.....	13
Programy regionalne.....	17
TVP Polonia.....	32
Programy koncesjonowane.....	34
POLSKIE RADIO SA.....	41
Program 1.....	43
Program 2.....	45
Program 3.....	46
Program 4.....	47
Polskie Radio dla Zagranicy.....	48
Polskie Radio 24.....	49
Polskie Radio Rytm.....	50
ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO.....	54
Radio Białystok SA.....	54
Radio Pomorza i Kujaw SA (Bydgoszcz).....	63
Radio Gdańsk SA.....	70
Radio Katowice SA.....	77
Radio Kielce SA.....	84
Radio Koszalin SA.....	92
Radio Kraków SA.....	100
Radio Lublin SA.....	107

Radio Łódź SA.....	117
Radio Olsztyn SA.....	125
Radio Opole SA.....	133
Radio Merkury SA (Poznań).....	141
Radio Rzeszów SA	152
Radio Szczecin SA.....	159
Radio dla Ciebie SA (Warszawa)	166
Radio Wrocław SA.....	173
Radio Zachód SA (Zielona Góra).....	183
PODSUMOWANIE.....	195

WPROWADZENIE

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT), w ramach ustawowych uprawnień kontrolnych, oceniła działalność mediów publicznych w 2014 r., w szczególności sposób realizacji zadań programowych, wykonane inwestycje i ich wpływ na rozwój technologiczny spółek oraz wielkość środków finansowych przeznaczonych na pokrycie kosztów zadań programowych i inwestycyjnych.

Ofertę programową spółek analizowano głównie pod kątem sposobu realizacji misji publicznej określonej w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, a w szczególności poprzez roczne plany finansowo-programowe przedsięwzięć realizujących zadania ustawowe, wymagających finansowania ze środków publicznych.

Zgodnie z art. 21 ust. 3 ustawy o radiofonii i telewizji nadawcy publiczni opracowują corocznie, w porozumieniu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, plany finansowo-programowe przedsięwzięć w zakresie realizacji zadań ustawowych, wymagających finansowania ze środków publicznych, uwzględniając w tych planach koszty funkcjonowania i rozwoju spółek. Plany te są przedkładane KRRiT wraz z oceną planowanego programu dokonaną przez radę programową danej spółki i dotyczą wszystkich typów nadawanych programów: ogólnokrajowych, regionalnych, wyspecjalizowanych (koncesjonowanych) oraz dla odbiorców za granicą.

Procedura uzgadniania i zatwierdzania planów jest długa, trwa kilka miesięcy. Formalnie rozpoczyna się 15 kwietnia każdego roku, złożeniem ich w KRRiT. Wcześniej jednak, tj. w okresie przygotowywania planów przez nadawców, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przekazuje spółkom informacje o preferowanych na dany rok elementach programu (np. obecności w nich słuchowisk, reportaży i dokumentów, audycji adresowanych do młodzieży, czy służących edukacji obywatelskiej). Podstawą do ustalenia takich preferencji są dwójakiego rodzaju kontrole: zawartości programów prowadzone m.in. poprzez monitoring oraz analizy finansowe, w tym dotyczące wydatkowania środków publicznych. W związku z tym Krajowa Rada zaapelowała do spółek, by umieścić w planowanych programach na 2014 rok takie kategorie tzw. audycji preferowanych, które podniosą ich atrakcyjność i jakość, m.in. poprzez zwiększenie ich różnorodności gatunkowej i tematycznej, udziału słowa, tematyki regionalnej oraz relacji z ważnych wydarzeń planowanych na 2014 rok (m.in. wyborów). Były to:

- audycje służące edukacji obywatelskiej, w szczególności poświęcone wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego;
- audycje edukacyjne adresowane do młodzieży podejmujące problematykę dotyczącą m.in. kształcenia i kariery zawodowej, sytuacji młodego pokolenia na rynku pracy, nowych technologii, kultury słowa;
- formy udratyzowane takie, jak: teatr telewizji, film dokumentalny, dokument radiowy, słuchowisko, reportaż artystyczny.

Uzgadnianie planów ma charakter formularzowy. Nadawcy przedkładają plany finansowo-programowe na specjalnie przygotowanych (i uzgodnionych ze spółkami) trzech typach formularzy: programowych, finansowych i inwestycyjnych. Formularz programowy zobowiązuje nadawców do przedstawienia planów w zakresie:

- **informacji** obejmującej całą różnorodność wydarzeń w kraju i zagranicą, w tym uwzględniającą potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych;
- **publicystyki** sprzyjającej swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz umożliwienie im i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk;
- **kultury**, tj. prezentacji dzieł, spektakli teatralnych, słuchowisk radiowych, reportaży i filmów dokumentalnych, audycji ułatwiających odbiór kultury i sztuki, przekazywaniu informacji o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury;
- **rozrywki** dotyczącej różnych form twórczości, ze szczególnym uwzględnieniem wkładu artystycznego polskich twórców i wykonawców;
- **edukacji** popularyzującej wiedzę z różnych dziedzin nauki, techniki i nowych technologii, ekologii, prawa wyborczego i kompetencji wybieranych władz, służącej rozwojowi intelektualnemu, estetycznemu i społecznemu dzieci i młodzieży;
- **sportu** – głównie amatorskiego, promującego zdrowy styl życia poprzez uprawianie sportu, a także prezentację ważnych wydarzeń sportowych o znaczeniu narodowym i międzynarodowym.

Formularz finansowy zawiera informacje dotyczące:

- kosztów przedsięwzięć (bezpośrednich, pośrednich oraz kosztów ogólnego zarządu);
- źródeł finansowania kosztów przedsięwzięcia, ze wskazaniem przychodów (abonamentowych, innych środków publicznych oraz własnych);
- kosztów związanych z remontem i eksploatacją środków technicznych;
- nakładów związanych z nowymi inwestycjami.

Natomiast formularz inwestycyjny zawiera m.in. dane dotyczące:

- informacji o rodzaju zadania inwestycyjnego (remontowe, modernizacyjne, technologiczne);
- informacji o nakładach i źródłach finansowania planowanych inwestycji;
- planowanych efektów wdrożenia inwestycji.

Po otrzymaniu od zarządów spółek pełnej dokumentacji planowanych przedsięwzięć KRRiT przeprowadza konsultacje społeczne dotyczące zawartości planów. Następnie dokonuje szczegółowej analizy złożonych planów i na tej podstawie, biorąc również pod uwagę opinie rad programowych, przygotowuje

ocenę dotyczącą planów każdej spółki. Ocena ta jest podstawą podziału środków abonamentowych na kolejny rok. Zgodnie z *Ustawą o opłatach abonamentowych* KRRiT jest zobowiązana do podjęcia do 30 czerwca uchwały o sposobie podziału tych środków.

Od tego momentu rozpoczyna się kolejny etap procedury uzgodnień, tj. modyfikacja planów finansowo-programowych przez nadawców. Ich zadaniem jest dostosowanie planów do przydzielonych im środków finansowych. Zmodyfikowane plany są ponownie oceniane przez KRRiT pod kątem stopnia realizacji zadań ustawowych. Proces oceny planów finansowo-programowych kończy uchwała KRRiT stwierdzająca ich uzgodnienie.

Dla zobrazowania złożoności i czasochłonności tego procesu warto podkreślić, że w 2014 r. KRRiT dokonała programowo-finansowej oceny koncepcji 69 programów mediów publicznych, co wiązało się z przeprowadzeniem 260 analiz dotyczących programów spółek, ich finansowania oraz planowanych inwestycji.

Narzędziami kontroli realizacji planów programowo-finansowych uzgodnionych przez nadawców z KRRiT jest ich roczna sprawozdawczość oraz prowadzony przez Krajową Radę monitoring programów. Przeprowadzone analizy i oceny zrealizowanych przedsięwzięć dały obraz programów przedstawianych w niniejszym raporcie.

Prezentowany dokument zawiera także informacje o kosztach realizacji misji, przyznanych środkach abonamentowych i ich wykorzystaniu w 2014 r. Łącznie w 2014 r. przekazano spółkom 750 mln zł. Kwotę tę Krajowa Rada rozdysponowała następująco: Telewizja Polska SA otrzymała 444 mln zł, Polskie Radio SA – 164 mln zł, rozgłoszenie regionalne – łącznie 142 mln zł, z czego każda rozgłoszenia otrzymała średnio po 8,3 mln zł. Środki te tylko w części pokryły koszty działalności misyjnej spółek: w Telewizji Polskiej SA w 32%, w Polskim Radiu SA w 72%, a w rozgłoszeniach regionalnych w 76%. Pozostałe brakujące środki spółki pozyskały z działalności komercyjnej.

Krajowa Rada zabezpieczyła pełne finansowanie zgłoszonych potrzeb w zakresie realizacji następujących zadań:

- tworzenia i rozpowszechniania audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym,
- tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych w oddziałach terenowych Telewizji Polskiej,
- tworzenia i rozpowszechniania następujących programów wyspecjalizowanych: TVP Historia i TVP Kultura,
- rozpowszechniania programów adresowanych do odbiorców za granicą: Radio dla Zagranicy oraz TVP Polonia.

Finansowanie kosztów rozpowszechniania pozostałych programów, KRRiT zapewniła w 90% zgłoszonych potrzeb. Wsparcie finansowe dla zadań inwestycyjnych zostało ograniczone tylko do niezbędnych, natomiast w 50% sfinansowane zostały misyjne działania pozaantenowe, tj. rozwój serwisów internetowych i digitalizacja zbiorów.

Możliwości finansowe nie pozwoliły na pełne zabezpieczenie potrzeb spółek w zakresie tworzenia programów, jednak Krajowa Rada widząc konieczność wsparcia radiofonii regionalnej w tworzeniu wartościowych elementów programu, przyznała dodatkowe środki abonamentowe na realizację audycji preferowanych.

KRRiT wsparła także finansowo takie działania nadawców, których efektem jest dalszy rozwój technologiczny spółek, m.in. wdrożenie emisji cyfrowej w jednostkach publicznej radiofonii i w konsekwencji rozszerzenie oferty programowej poprzez tworzenie oraz rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych w standardzie DAB+; kontynuacja prac nad tworzeniem Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych.

Dopełnieniem informacji o działalności spółek w 2014 r. jest umieszczona w raporcie krótka charakterystyka ich aktywności pozaantenowej, m.in. organizowanie wydarzeń o charakterze edukacyjnym, kulturalnym czy rozrywkowym.

Mamy nadzieję, że przedkładany raport będzie przydatny w pracach rad nadzorczych i rad programowych oraz nowowybranych zarządów spółek mediów publicznych. W momencie zakończenia prac nad niniejszą publikacją jednoosobowe zarządy mediów publicznych zostały wybrane do szesnastu spółek regionalnych rozgłośni radiowych. Zarząd Polskiego Radia SA został wyłoniony w wyniku konkursu w składzie dwuosobowym. Procedura konkursowa nie zakończyła się w dwóch spółkach – w Telewizji Polskiej SA, w której wyłoniony został jedynie prezes zarządu oraz w Radiu Białystok SA.

MEDIA PUBLICZNE – CYFRYZACJA

Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT) przeznaczyła na dalsze prace związane z budową Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych (BCMP) w 2014 r. 1 mln zł. Środki te zostały wykorzystane przez spółki na kontynuację digitalizacji zbiorów oraz prace analityczno – projektowe służące wyborowi najlepszego wariantu realizacji pierwszego etapu budowy systemu BCMP oraz oszacowaniu jego kosztów. Zgodnie z wytycznymi Komitetu Sterującego, Zespół Projektowy przeprowadził analizę założeń funkcjonalnych systemu. Przeprowadzono również kwerendę wśród spółek mediów publicznych, której celem było zebranie informacji o funkcjonujących systemach produkcyjnych i archiwizacyjnych oraz o możliwościach ich integracji z innymi systemami. Przeprowadzono również analizę możliwych wariantów realizacji projektu, w tym rozwiązań funkcjonujących w Europie. Zespół Projektowy wziął pod uwagę zarówno scenariusze technologiczne oparte o rozwiązania dedykowane, jak też wykorzystujące istniejące, gotowe aplikacje. Rozpatrywano także możliwość realizacji systemu BCMP w oparciu o:

- wykorzystanie technologii istniejącej w Narodowym Instytucie Audiowizualnym;
- zbudowanie systemu w wariantcie usługowym, np. przetwarzanie danych w chmurze.

Na podstawie informacji zebranych przez Zespół Projektowy, Komitet Sterujący zarekomendował Komitetowi Opiniującemu (w składzie: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji) optymalny wariant realizacji przedsięwzięcia polegający na wykorzystaniu oraz rozbudowie o konieczne funkcjonalności technologii istniejącej w Telewizji Polskiej SA oraz w rozgłoszeniach radiowych mediów publicznych. Szacunkowe koszty całkowite realizacji pierwszego etapu projektu – wymiana materiałów audiowizualnych pomiędzy wszystkimi uczestnikami projektu (Telewizja Polska SA, Polskie Radio SA oraz rozgłoszenie regionalne radia publicznego) w proponowanym wariantcie wyniosą 10 804 zł, w tym:

- Telewizja Polska SA – 6 789 tys. zł
- Polskie Radio SA – 1 040 tys. zł
- Rozgłoszenie regionalne – 2 975 tys. zł (po 175 tys. zł każda).

Emisja cyfrowa – DAB+ w rozgłoszeniach nadawców publicznych

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w 2013 r. wyraziła zgodę na rozpoczęcie przez rozgłoszenie radia publicznego stałej emisji cyfrowej. Kilka spółek, tj. Polskie Radio SA, Radio dla Ciebie SA (Warszawa) i Radio Katowice SA 1 października 2013 r. rozpoczęły nadawanie sygnału cyfrowego.

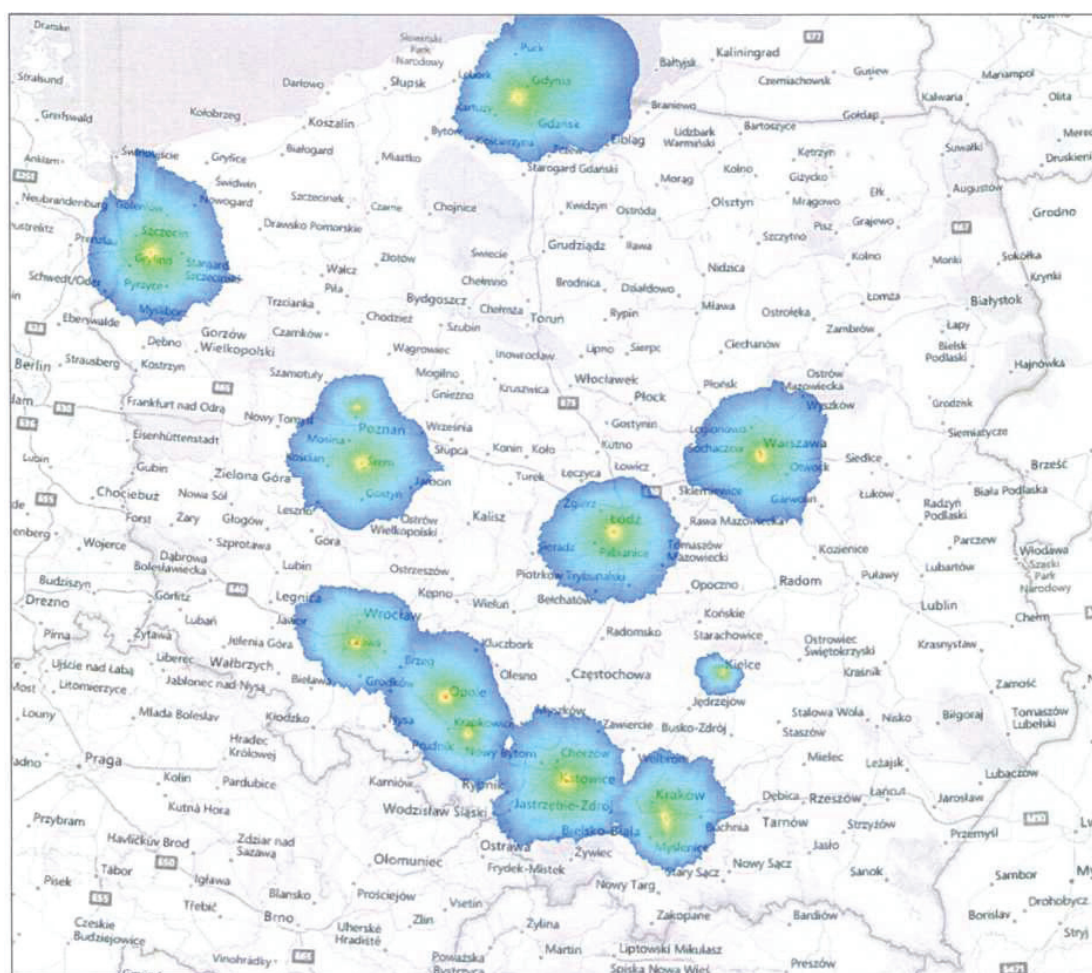
Zgodnie z harmonogramem budowy wspólnego systemu emisji cyfrowej w 2014 r. zostały uruchomione kolejne stacje nadawcze: w Łodzi, Opolu, Szczecinie i Wrocławiu. Tym samym cyfrowe

programy publicznych rozgłośni radiowych – pod koniec 2014 r. – docierały do 41% ludności zamieszkującej w Polsce (zob. Tabela nr 2 i Mapa nr 1). Planowane jest, by do końca 2015 r. sygnał radia cyfrowego był nadawany przez wszystkie pozostałe rozgłosnie regionalne, tj. Radio Białystok, Radio PiK (Bydgoszcz), Radio Gdańsk, Radio Kielce, Radio Koszalin, Radio Kraków, Radio Lublin, Radio Olsztyn, Radio Merkury (Poznań), Radio Rzeszów i Radio Zachód (Zielona Góra).

Tabela 1. Przybliżony zasięg mobilny dla emisji DAB+ Polskiego Radia SA oraz rozgłośni regionalnych radia publicznego (stan na 31 grudnia 2014 r.)

Zasięg terytorialny (w tys. km ²)	Zasięg terytorialny (w %)	Zasięg ludnościowy (w tys.)	Zasięg ludnościowy (w %)
56,1	17,93%	15 700	41,24%

Mapa 1. Przybliżony zasięg mobilny dla emisji DAB+ Polskiego Radia SA oraz rozgłośni regionalnych radia publicznego (stan na 31 grudnia 2014 r.)



Wraz z wdrożeniem technologii DAB+ poszerzona została również oferta programowa. W 2014 r. uruchomione zostały dwa nowe programy Polskiego Radia SA – *Polskie Radio 24* i *Polskie Radio Rytm*. Pod koniec roku KRRiT wydała koncesje na trzy programy wyspecjalizowane nadawane przez rozgłośnie regionalne – *OFF Radio Kraków* (poświęcone kulturze alternatywnej), *Radio Szczecin 94,4* (prezentujący współczesną popularną muzykę rozrywkową) oraz *Radio Wrocław Kultura* (poświęcony wydarzeniom i problemom w sferze kultury we Wrocławiu i regionie).

W ubiegłym roku łączne koszty wdrażania nowej technologii przez radiowych nadawców publicznych wyniosły 15,8 mln zł, co stanowiło 2,1% przekazanych w 2014 r. środków z abonamentu. Przeznaczono je na: dostosowywanie infrastruktury technologicznej do potrzeb produkcji i emisji programów w DAB+, promocję i popularyzację cyfryzacji (m.in. poprzez reklamy prasowe, produkcję specjalnych materiałów promocyjnych, kampanię reklamową w programach telewizyjnych).

ZAWARTOŚĆ STRON INTERNETOWYCH NADAWCÓW PUBLICZNYCH

W 2014 r. Krajowa Rada przeprowadziła analizę stron internetowych wszystkich 19 nadawców publicznych. Celem badania była ocena stron pod kątem ich budowy, publikowanych rodzajów treści, oraz stopnia wypełniania funkcji komunikacyjnej, a w szczególności odpowiedź na pytanie czy odbiorcy – za pośrednictwem portali – mają możliwość oceny i współtworzenia programu. Analizowano wszystkie serwisy ogólnopolskie, regionalne i tematyczne TVP SA, PR SA i rozgłośni regionalnych. Łącznie monitoringiem objęto 58 stron www.

Analiza wykazała, że dobór treści w serwisach był ściśle połączony z charakterem danego programu. I tak, na przykład, na stronach głównych Polskiego Radia oraz TVP dostępne było szerokie spektrum informacji z różnych dziedzin, podczas gdy w serwisach tematycznych (m.in. TVP Historia, PR Muzyka, czy PR Teatr) udostępniano treści o charakterze specjalistycznym, związane z określoną dziedziną wiedzy, a w serwisach adresowanych do lokalnych społeczności eksponowano przede wszystkim informacje dotyczące danego regionu z nielicznymi odniesieniami do wydarzeń krajowych. Należy przy tym podkreślić, że wszystkie udostępniane na stronach materiały dziennikarskie cechował wysoki poziom warsztatowy, zarówno w zakresie używanego języka, jak też poziomu edytorskiego publikowanych tekstów.

Natomiast, w badanych serwisach nisko eksponowane były teksty o charakterze publicystycznym, co może wskazywać, że badane portale nastawione są przede wszystkim na realizację funkcji informacyjnej, a nie opiniotwórczej. Analiza wykazała również niski poziom wykorzystania blogów dziennikarskich oraz forów internetowych. Komunikowanie z użytkownikami za pomocą tych ostatnich wykorzystywano powszechnie jedynie w ogólnopolskich serwisach Polskiego Radia. Nie stosowano tej formy komunikacji w serwisach regionalnych TVP i na portalach rozgłośni regionalnych. W przypadku mediów lokalnych można mówić o niewykorzystaniu nowych możliwości komunikacji z potencjalnymi odbiorcami. Jak wykazało bowiem badanie, serwisy rozgłośni regionalnych i oddziałów regionalnych TVP mają wiele cech portali ogólnoinformacyjnych zorientowanych na społeczności lokalne (ekspozycja informacji, dobór tematyki, aktualność informacji), a jednocześnie nie korzystają z podstawowej formy komunikacji z tymi społecznościami, jaką mogłoby być dobrze zarządzane forum internetowe. Nisko należy ocenić także wykorzystanie potencjału blogów dziennikarskich w zakresie pozycjonowania danego serwisu jako centrum opiniotwórczego – w analizowanej próbie nie odnotowano korzystania ze sprawdzonych modeli systemowego zintegrowania blogów z treściami w portalu i wykorzystywania ich potencjału do budowy interakcji z odbiorcami w mediach społecznościowych.

Analizowane serwisy różniły stopień udostępniania informacji o redakcji danego programu nadawcy publicznego. Generalnie, odnotowano lepszą ekspozycję tego typu treści na stronach internetowych nadawców regionalnych niż ogólnopolskich. W serwisach tych pierwszych dane kontaktowe do redakcji oraz biogramy poszczególnych dziennikarzy tworzących program były bardziej rozbudowane, a dotarcie do tego typu informacji łatwiejsze.

Większość przebadanych stron posiadała menu o stosunkowo prostej konstrukcji, ułatwiającej użytkownikom nawigację w serwisie, choć tylko nieliczne wykorzystywały mechanizm chmury tagów lub

tzw. box'y z materiałami polecanymi jako najpopularniejsze w serwisie, które przyspieszałyby dotarcie użytkowników do określonych treści.

Powszechnie stosowanym elementem promującym materiały dziennikarskie zawarte na stronach były: galerie zdjęć, sondy i ankiety, linki do źródeł zewnętrznych oraz materiały wideo nieemitowane wcześniej w programie danego nadawcy. Do ilustrowania materiałów rzadko wykorzystywano bardziej atrakcyjne formy wizualizacji treści jak: infografiki, wykresy i animacje. Ogółem, w wykorzystaniu materiałów ilustracyjnych przodowały serwisy ogólnopolskie TVP oraz portale rozgłośni regionalnych. Najmniej tego rodzaju materiałów multimedialnych odnotowano w serwisach ogólnopolskich Polskiego Radia.

Stopień wykorzystania mediów społecznościowych był wśród serwisów nadawców publicznych zróżnicowany. Co prawda powszechnie posiadali oni swoje odpowiedniki na Facebooku, ale do grupy portali aktywnie wykorzystujących ten rodzaj komunikacji z użytkownikami można zaliczyć tylko sześć z nich: PR1, PR2, PR4, TVP INFO, TVP KULTURA, TVP SPORT i Radio Kraków.

Przeprowadzone badanie pozwoliło także na stworzenie rankingów serwisów w zakresie ich technicznej dostępności dla odbiorców (np. pod względem otwartości technologicznej, ich responsywności i intuicyjności, atrakcyjności dotyczącej ekspozycji i wizualizacji treści, ośmielania użytkowników do interakcji społecznościowej oraz stwarzania dobrych warunków dla pozyskiwania rzetelnych informacji oraz różnorodnych opinii), a także realizacji misji publicznej w aspekcie technologicznym (innowacyjność, jakość, integralność i bezstronność technologiczna). Zebrane dane wskazują, że liderem obu rankingów jest serwis Programu 3 Polskiego Radia. Wysokie miejsca w obu zestawieniach zajmują także portale Programu 1 Polskiego Radia, TVP, TVP Info, TVP Sport oraz Radio Gdańsk.

TELEWIZJA POLSKA SA



W 2014 r. spółką kierowali:

Zarząd:

Juliusz Braun – prezes

Marian Zalewski, Bogusław Piwowar – członkowie

Rada Nadzorcza:

Stanisław Jekiełek – przewodniczący

Leszek Rowicki – wiceprzewodniczący

Marzena Barańska – sekretarz

Tadeusz Kowalski, Juliusz Maliszewski, Lech Jaworski (MKiDN), Ryszard Skrzypczak (MSP) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie:

- Do 1 grudnia 2014 r. (na podstawie uchwały KRRiT nr 512/2010 z dnia 16 listopada 2010 r.):

Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO) – przewodnicząca

Krzysztof Magowski (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Barbara Bubula (PiS), Jacek Fedorowicz (PO), Piotr Gadzinowski (SLD), Grzegorz Sowuła (PO), Robert Matejuk (KRRiT), Elżbieta Misiak-Bremer (PO), Marcin Przeciszewski (KRRiT), Anna Sobecka (PiS), Bożena Walewska (PiS), Jan Wołek (KRRiT), Marek Wójcik (PO), Andrzej Krajewski (KRRiT powołany uchwałą KRRiT nr 461/2013), Aleksander Łuczak (PSL, powołany uchwałą KRRiT nr 406/2011) – członkowie.

- Od 1 grudnia 2014 r. (na podstawie uchwały KRRiT nr 513/2010 z dnia 1 grudnia 2010 r.):

Iwona Śledzińska-Katarasińska (PO) – przewodnicząca

Andrzej Krajewski (KRRiT), Tomasz Kalita (SLD) – wiceprzewodniczący

Barbara Bubula (PiS), Jacek Fedorowicz (PO), Karol Jene (Twój Ruch), Wojciech Jędrzejewski (KRRiT), Marek Kassa (KRRiT), Aleksander Łuczak (PSL), Elżbieta Misiak-Bremer (PO), Jacek Moskwa (KRRiT), Anna Sobecka (PiS), Bożena Walewska (PiS), Marek Wójcik (PO), Albert Stawiszyński (KRRiT, powołany uchwałą nr 8/2015 z 8 stycznia 2015 w związku z rezygnacją p. Kamili Wronowskiej) – członkowie.

Działalność programowa

Programy ogólnopolskie

Sposób realizacji przedsięwzięć misyjnych w programach ogólnopolskich w 2013 i 2014 r. był porównywalny. Programy cechował wysoki udział treści realizujących zadania określone w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji – stanowiły one niemal 80% rocznego czasu emisji tych programów.

TVP SA we wszystkich programach (zarówno uniwersalnych jak i wyspecjalizowanych) realizowała uzgodnione z KRRiT plany. W niektórych programach wprowadzono niewielkie modyfikacje polegające głównie na poszerzeniu oferty (w TVP 1 zwiększono czas trwania audycji upowszechniających wiedzę o kulturze i sztuce).

TVP 1

Program realizował różne funkcje: informacyjną, edukacyjną, opiniotwórczą, popularyzującą różne dziedziny kultury oraz rozrywkową. Ta ostatnia dominowała w programie. Realizowano ją głównie prezentując filmy komediowe i obyczajowe, zarówno fabularne (głównie zagraniczne), jak i seriale (w większości produkcji polskiej) oraz audycje prezentujące dorobek polskich twórców estradowych (widowiska kabaretowe, transmisje z koncertów i festiwali współczesnej muzyki rozrywkowej).

Program dostarczał bieżących informacji z kraju i ze świata. Podobnie jak w latach poprzednich, był głównym miejscem, gdzie prezentowano stanowiska i opinie stowarzyszeń oraz różnych organizacji społeczno-politycznych, m.in. związków zawodowych, związków pracodawców, partii politycznych i organizacji pozarządowych. Aktualności prezentowane w dziennikach komentowano w rozmowach z osobami pełniącymi różne funkcje publiczne oraz z politykami. Ci ostatni występowali w programie najczęściej. Przedmiotem rozmów były głównie kwestie społeczno-polityczne w Polsce oraz aktualne problemy omawiane w Parlamencie Europejskim.

Podobnie jak w 2013 roku w programie obecne było pasmo reportażowo-dokumentalne (*Oglądaj z Andrzejem Fidykiem*) prezentujące sytuacje i problemy, z którymi borykają się ludzie w różnych częściach świata.

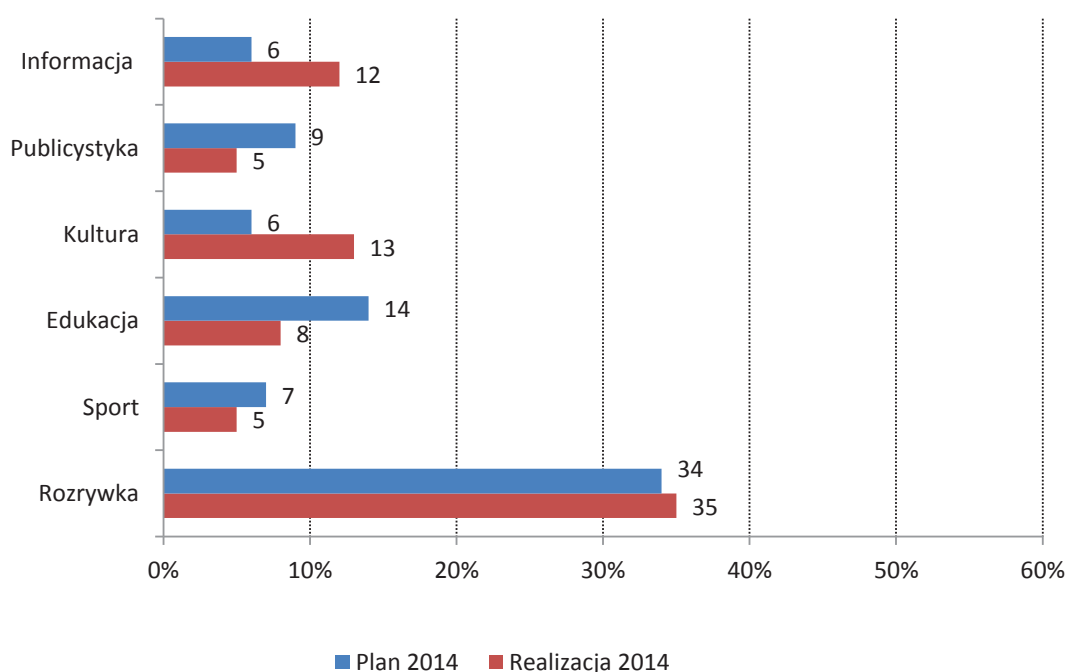
Edukacyjny wymiar tego programu zapewniały audycje poświęcone ekologii i ochronie środowiska. Oprócz znanych widzom przyrodniczych pasm reportażowo-dokumentalnych (*Natura w Jedyńce*, *BBC w Jedyńce*) nadawano także nowe, premierowe audycje prezentujące polskie lasy i chronione gatunki zwierząt. Upowszechniano także wiedzę z innych dziedzin, choć poświęcono im mniej czasu niż ekologii i ochronie środowiska. Nadawano filmy dokumentalne popularyzujące historię Polski i Europy, transmisje z obchodów uroczystości rocznicowych krajowych i europejskich (m.in.: audycje dotyczące: 70. rocznicy bitwy pod Monte Casino, 25. rocznicy upadku Muru Berlińskiego, II wojny światowej, polskich bohaterów wojennych). Regularnie nadawano audycje poradnicze z zakresu prawa oraz popularno-naukowe dotyczące medycyny i nowych technologii. Oferta edukacyjna zawierała również audycje adresowane do dzieci i młodzieży.

Program 1 realizował również zadania służące upowszechnianiu kultury i sztuki. Prezentowano przede wszystkim polską twórczość filmową (dokumentalną i fabularną dla bardziej wymagającego widza) oraz teatralną. W 2014 r. nadano łącznie 26 spektakli, w tym sześć premierowych. Transmitowano uroczystości dotyczące ważnych wydarzeń artystycznych (np. Festiwal Dwa Teatry). Omawiano nowości wydawnicze, utwory prozatorskie i poetyckie, które zostały nagrodzone w 2014 roku.

Oferta Programu 1 zawierała również audycje, których celem było zaspokojenie potrzeb religijnych widzów – nadawano specjalne magazyny informacyjne i publicystyczne poświęcone sprawom Kościoła Katolickiego, filmy dokumentalne o świętych i błogosławionych różnych wyznań, transmisje koncertów muzyki religijnej, mszy św. i nabożeństw okolicznościowych (np. doroczne uroczystości wyznawców prawosławia na górze Grabarka).

Dla widzów zainteresowanych tematyką sportową przeznaczono magazyny informacyjno-publicystyczne oraz transmisje z zawodów różnej rangi. Ważnym elementem tej części oferty były audycje propagujące sport amatorski, w tym sport osób niepełnosprawnych.

Wykres 1. Plan programowy TVP 1 i jego realizacja w 2014 r.



Zgodnie z planem na 2014 r. program dostarczał głównie rozrywki oraz informacji i komentarzy, przede wszystkim polityczno-gospodarczych. W stosunku do planu zmniejszono wymiar treści o tematyce popularnonaukowej i poradnikowej. Niedobór ten zrekomensowano zwiększoną obecnością audycji

upowszechniających wiedzę o kulturze i sztuce, co w rezultacie korzystnie wpłynęło na sposób realizacji przez TVP 1 funkcji edukacyjnej w zakresie kultury.

TVP 2

Podobnie jak w latach poprzednich, program pełnił głównie funkcję rozrywkową. Prezentowano przede wszystkim polskie i zagraniczne filmy fabularne o tym charakterze. Kontynuowano emisję polskich seriali, ale również audycje kabaretowych, konkursów oraz tzw. talent show poświęconego muzyce. Pomimo wysokiego udziału ww. form, w programie nie zabrakło treści wymagających większego zaangażowania od widza, np. informacyjno-komentatorskich: nadawano dotychczasowy dziennik wieczorny (*Panorama*) oraz reportaże i wywiady z ekspertami z różnych dziedzin. W mniejszym stopniu (niż w TVP 1) koncentrowano się na bieżącej polityce krajowej. Priorytet miały natomiast zagadnienia społeczne, w tym kwestie niesienia pomocy i współdziałania z osobami niepełnosprawnymi. Kontynuowano emisję magazynu reporterskiego, w którym zajmowano się problemami zwykłych ludzi z różnych zakątków Polski oraz cykli reportaży-dokumentalnych, prezentujących zjawiska społeczno-polityczne zachodzące we współczesnym świecie (np. *Czy świat oszalał*, *Świat bez fikcji*, *Świat bez tajemnic*).

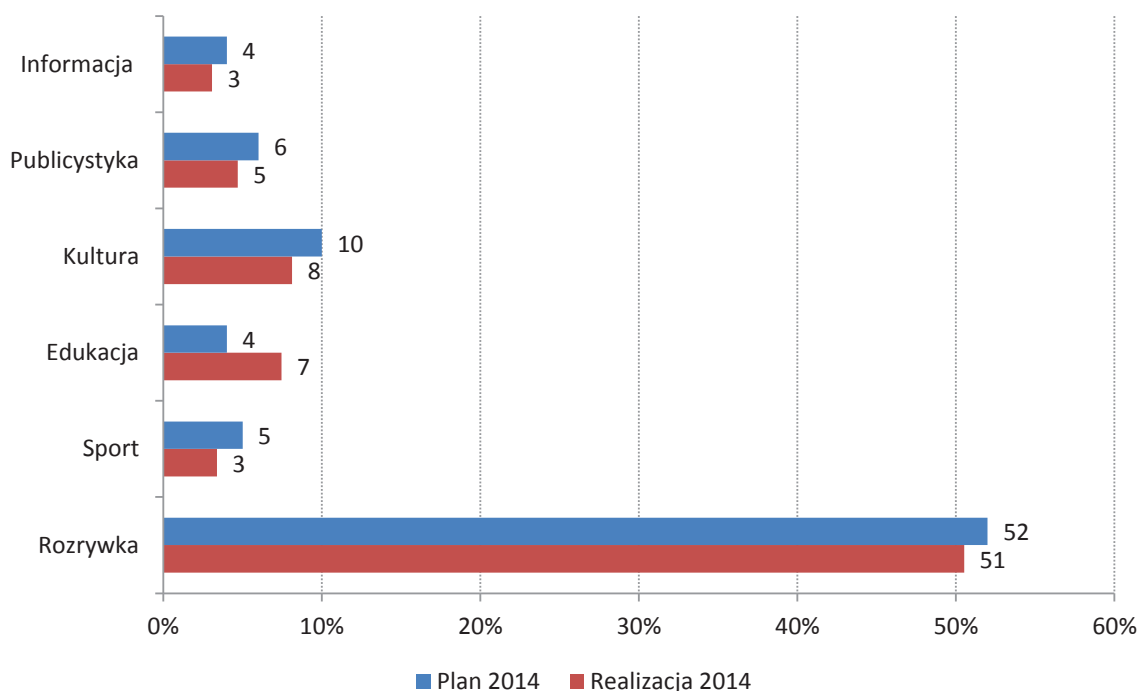
Nadawca zadbał także o obecność stałych pasm edukacyjnych-dokumentalnych i poradnikowych poświęconych przyrodzie, podróżom, kulinariom oraz upowszechnianiu wiedzy o języku polskim.

W programie TVP 2 w większym stopniu niż w TVP 1 popularyzowano ambitne nurty współczesnej kultury i sztuki. Widzowie mieli możliwość uczestnictwa (poprzez transmisje) w wydarzeniach artystycznych: festiwalach filmowych i muzycznych, przeglądach piosenki aktorskiej, koncertach (w tym muzyki klasycznej), a także premierowych spektaklach teatralnych (12 spektakli). Ww. ofertę uzupełniały polskie filmy fabularne (w tym historyczno-obyczajowe) oraz magazyny poświęcone literaturze i filmowi.

W programie ukazywano sprawy Kościoła oraz transmitowano uroczystości religijne – zarówno w obrządku Kościoła Rzymskokatolickiego jak i innych wyznań, np. nabożeństwa prawosławne i gmin żydowskich.

W mniejszym stopniu koncentrowano się na wydarzeniach sportowych, niemniej jednak tematyka ta była obecna codziennie w programie (m.in. w serwisach sportowych). Widzowie mieli możliwość uczestnictwa (poprzez transmisje) w krajowych i światowych meczach i zawodach.

Wykres 2. Plan programowy TVP 2 i jego realizacja w 2014 r.



Sposób realizacji zadań misyjnych w programie TVP 2 był zbliżony do uzgodnionego z KRRiT, a rozbieżności w udziale poszczególnych kategorii audycji były niewielkie i nie wpłynęły negatywnie na realizację zadań misyjnych w tym programie.

Programy regionalne

Stronę społeczną w oddziałach terenowych TVP SA reprezentowały **Rady Programowe** w składzie:

TVP Białystok

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 416 z 9 listopada 2012 r.: Małgorzata Bil-Jaruzelska (SLD) – przewodnicząca, Jacek Bogucki (Solidarna Polska), Roman Czepe (PiS), Adam Dobroński (PSL), Andrzej Duda (PiS), Marek Gałązka (KRRiT), Arkadiusz Indraszczyk (KRRiT), Roman Kowalski (KRRiT), Marek Kozłowski (KRRiT), Michał Lorenc (PO), Karolina Matys-Kraśnicka (Ruch Palikota), Jolanta Szczygieł-Rogowska (PO), Katarzyna Sztop-Rutkowska (KRRiT), Maciej Tefelski (PO), Katarzyna Wardzińska (PO) – członkowie.

TVP Bydgoszcz

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 417 z 9 listopada 2012 r.: Ewa Niedbalska (PSL) – przewodnicząca, Maria Borysiak-Skorupka (Solidarna Polska), Jarosław Chmielewski (PiS), Michał Cichoracki (PO), Przemysław Górski (KRRiT), Grzegorz Grabowski (KRRiT), Piotr Kozłowski (PO), Wacław Kuczma (PO), Paweł Kwieciński (KRRiT), Tomasz Puławski (SLD), Łukasz Rycharski (PO), Piotr Siemaszko (KRRiT), Aleksandra Sobańska (Ruch Palikota), Katarzyna Stefanowicz-Zawiszewska (KRRiT), Szczepan Warmijak (PiS) – członkowie.

TVP Gdańsk

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 425 z 13 listopada 2012 r.: Jerzy Młynarczyk (KRRiT) – przewodniczący, Romana Aziewicz (KRRiT), Paweł Braun (PO), Jaromir Falandysz (PiS), Marek Formela (SLD), Piotr Gierszewski (PiS, powołany uchwałą nr 357/2013), Aleksander Gosk (KRRiT), Jan Hlebowicz (Solidarna Polska), Tomasz Kościuczuk (PO), Jan Kozłowski (PO), Andrzej Mańkowski (Ruch Palikota), Zdzisław Miodowski (KRRiT), Bogusław Olszonowicz (KRRiT), Jerzy Schwarz (PSWL), Michał Trowski (PO) – członkowie.

TVP Gorzów Wielkopolski

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 282 z 24 maja 2011 r.: Maciej Szykuła (PSL) – przewodniczący, Roman Błaszczak (PO), Wiesław Ciepela (PO), Wojciech Czarnota (PO), Joanna Frejman (KRRiT), Mirosław Gancarz (PO), Waldemar Gruszczyński (KRRiT), Robert Jałowy (PiS), Joanna Kasprzak-Perka (SLD), Sławomir Kordyjalik (PO), Zbigniew Kościk (PiS), Artur Pastuszek (KRRiT), Bożena Pierzgałska (PiS), Łukasz Porycki (KRRiT), Mirosław Rataj (KRRiT) – członkowie.

TVP Katowice

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 426 z 13 listopada 2012 r.: Dariusz Pawelec (PO) – przewodniczący, Piotr Biernat (KRRiT), Krystyna Doktorowicz (KRRiT), Jerzy Gołuchowski (KRRiT), Andrzej Kotulecki (KRRiT), Lech Krzyżanowski (PO), Krzysztof Łęcki (PO), Jarosław Marszałek (SLD), Monika Mika (Ruch Palikota), Stefan Nowak (KRRiT), Wojciech Poczachowski (PiS), Anna Socha-Korendo (PSL), Sława Umińska (PiS), Adam Warzecha (PO), Michał Wójcik (Solidarna Polska) – członkowie.

TVP Kielce

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 254 z 10 maja 2011 r.: Andrzej Kościółek (KRRiT) – przewodniczący, Bogdan Białek (KRRiT), Stanisław Chałupczak (KRRiT), Ryszard Cichy (PO), Dariusz Detka (PSL), Janusz Detka (PO), Anna Gatkowska (PO), Paweł Gągorowski (PO), Małgorzata Kaczmarek (KRRiT), Tomasz Kordeusz (KRRiT), Małgorzata Lasek-Bębas (SLD), Kazimierz Mądzik (PiS), Halina Olendzka (PiS), Krzysztof Słoń (PiS), Agata Wojda (PO) – członkowie.

TVP Kraków

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 418 z 9 listopada 2012 r.: Grzegorz Nieć (PSL) – przewodniczący, Stanisław Banaś (KRRiT), Józef Gawron (PiS), Krystyna Latała (PO), Paweł Mardoń (SLD), Witold Olech (PiS), Krzysztof Orzechowski (KRRiT), Zbigniew Osławski (KRRiT), Marcin Ozorowski (PO), Edyta Przybylska (PO), Filip Ratkowski (KRRiT), Andrzej Romanek (Solidarna Polska), Adolf Weltschek (PO), Jan Wronowski (KRRiT), Robert Zimniak (Ruch Palikota) – członkowie.

TVP Lublin

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 427 z 13 listopada 2012 r.: Andrzej Kurowski (KRRiT) – przewodniczący, Arkadiusz Bratkowski (PSL), Andrzej Brudziński (SLD), Stanisław Kieroński (KRRiT), Grzegorz Linkowski (PO), KRRiT), Henryk Łucjan (KRRiT), Tomasz Makowski (KRRiT), Damian Miechowicz (PO), Jerzy Miszczak (KRRiT), Elżbieta Mroczkowska (PO), Andrzej Pruszkowski (PiS), Henryka Strojnowska (PO), Sylwester Tułajew (PiS), Dorota Wójcik (Ruch Palikota), Jarosław Żaczek (Solidarna Polska) – członkowie.

TVP Łódź

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 428 z 13 listopada 2012 r.: Kajus Augustyniak (KRRiT) – przewodniczący, Sławomir Balcerzak (PO), Tomasz Bęben (PO), Krzysztof Czerwiecki (KRRiT), Artur Fraj (Ruch Palikota), Tomasz Jura (SLD), Paweł Kowalski (KRRiT), Małgorzata Ludwisiak (PO), Radosław Marzec (PiS), Zbigniew Natkański (Solidarna Polska), Wojciech Nowicki (KRRiT), Ewa Olszewska-Piławska (PO), Mariusz Rusiecki (PiS), Maria Ruszyk (KRRiT), Piotr Wojtysiak (PSL) – członkowie.

TVP Olsztyn

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 255 z 10 maja 2011 r.: Marek Sokołowski (PO) – przewodniczący, Marcin Adamczyk (KRRiT), Selim Chazbijewicz (PiS), Zbigniew Ciechomski (PSL), Janusz Cygański (KRRiT), Ireneusz Iwański (PO), Janusz Kijowski (KRRiT), Kornelia Kurowska (KRRiT), Marek Nowacki (PiS), Ewa Piotrkowska (PiS), Jacek Poniedziałek (PO), Alicja Starkiewicz (KRRiT), Zbigniew Szczypiński (SLD), Dorota Wcisła (PO), Krzysztof A. Worobiec (PO) – członkowie.

TVP Opole

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 253 z 10 maja 2011 r.: Aleksander Świeykowski (PO) – przewodniczący, Jan Chabraszewski (PiS), Jacek Chwalenia (PiS), Adam Drosik (KRRiT), Norbert Honka (KRRiT), Katarzyna Juranek-Mazurczak (PO), Jarosław Kowalczyk (KRRiT), Mirosław Lenart (PO), Rafał Mościcki (KRRiT), Stanisław Sławomir Nicieja (SLD), Daniel Palimąka (PO), Jerzy Liberka (PO, powołany uchwałą nr 463 z 4 listopada 2014 r. w związku z rezygnacją p. Katarzyny Płoszaj), Łukasz Szerner (PSL), Arkadiusz Szymański (PiS), Bogdan Zieliński (KRRiT) – członkowie.

TVP Poznań

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 419 z 9 listopada 2012 r.: Andrzej Stelmach (KRRiT) – przewodniczący, Przemysław Alexandrowicz (PiS), Dorota Gapska (PSL), Piotr Górski (Solidarna Polska), Jacek Krawczykowski (SLD), Jacek Kubiak (PO), Waldemar Łazuga (PO), Piotr Michałak (KRRiT), Agnieszka Polacka (KRRiT), Jakub Rychlik (PiS), Jacek Silski (KRRiT), Krzysztof Skrzypiński (PO), Zbigniew Standar (KRRiT), Marek Sternalski (PO), Marek Woźniak (Ruch Palikota) – członkowie.

TVP Rzeszów

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 429 z 13 listopada 2012 r.: Jerzy Krużel (KRRiT) – przewodniczący, Wiesław Bek (KRRiT), Jakub Czarnota (PO), Zdzisław Goś (SLD), Szymon Jakubowski (KRRiT), Zofia Karwańska (PO), Robert Kultys (PiS), Paweł Niemkiewicz (PiS), Ryszard Paulukiewicz (KRRiT), Przemysław Pawlak (PO), Alina Pieniążek (PSL), Waldemar Pijar (Solidarna Polska), Mieczysław Radochoński (KRRiT), Robert Smucz (Ruch palikota), Piotr Wanat (PO) – członkowie.

TVP Szczecin

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 420 z 9 listopada 2012 r.: Anna Kolmer (KRRiT) – przewodnicząca, Małgorzata Chir (PO), Zdzisław Derebecki (PO), Mariusz Grab (PiS), Wojciech Hawryszuk (KRRiT), Jacek Jakiel (KRRiT), Hubert Kiszka (Solidarna Polska), Longin Komołowski (KRRiT), Maciej Kopeć (PiS), Grażyna Madej (PO), Albin Majkowski (SLD), Paulina Olechowska (PO), Marek Osajda (KRRiT), Małgorzata Prokop-Paczkowska (Ruch Palikota), Janina Przybyłowicz (PSL) – członkowie.

TVP Warszawa

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 421 z 9 listopada 2012 r.: Tomasz Taraszkiewicz (PO) – przewodniczący, Wojciech Borowik (KRRiT), Jolanta Fajkowska (KRRiT), Beata Jaworska (KRRiT), Dorota Jankowska (Ruch Palikota; powołana uchwałą nr 15/2015 z 13 stycznia 2015 r. w związku z rezygnacją Karola Jene), Wojciech Kaczorowski (KRRiT), Dariusz Klimaszewski (SLD), Robert Kolasa (PiS), Jarosław Krajewski (PiS), Mariusz Krasuski (PO), Magda Olszewska (PO), Franciszek Wężyk (PSL), Włodzimierz Wolski (PO), Marzena Wróbel (Solidarna Polska), Bożena Żelazowska (KRRiT) – członkowie.

TVP Wrocław

Rada Programowa powołana uchwałą KRRiT nr 430 z 13 listopada 2012 r.: Henryk Koczan (PO) – przewodniczący, Piotr Borkowski (KRRiT), Andrzej Dąbrowski (Solidarna Polska), Jacek Głomb (PO), Mariusz Grzegorzczak (KRRiT), Andrzej Jaroch (PiS), Andrzej Małyszko (KRRiT), Ewa Mańkowska (PSL), Zbigniew Petrus (KRRiT), Beata Pierzchała (KRRiT), Wojciech Romanowski (SLD), Elżbieta Sitek-Weksler (PO), Mirosława Stachowiak-Różecka (PiS), Ewa Trybuła-Kiernicka (Ruch Palikota), Igor Wójcik (PO) – członkowie.

W 2014 r. każdy z 16 programów tworzonych przez oddziały terenowe TVP SA był rozpowszechniany przez blisko pięć godzin dziennie. Wiodącymi zagadnieniami w tych programach były sprawy bliskie mieszkańcom regionów (tematyka regionalna stanowiła w nich od 41% do 76% rocznego czasu emisji).

Programy regionalne – podobnie jak w latach ubiegłych – pełniły głównie funkcję informacyjną i opiniotwórczą. Oprócz codziennych serwisów dotyczących bieżących wydarzeń w regionie nadawano magazyny informacyjno-publicystyczne głównie o problemach większych miast i powiatów regionu. W związku z przeprowadzonymi w 2014 r. wyborami samorządowymi eksponowane były zwłaszcza kwestie samorządowo-polityczne. Szeroko komentowano lokalną sytuację społeczną oraz gospodarczą, m.in. dotyczącą osób bezrobotnych, starszych czy niepełnosprawnych, sprawy wsi i rolnictwa oraz związane z projektami i inwestycjami w regionie.

W programach tych popularyzowano dorobek kulturowo-historyczny regionów. Nadawano informatory i omówienia wydarzeń kulturalnych w regionie, magazyny poświęcone czytelnictwu, a także formy dokumentalne, w których m.in. promowano tradycję i sztukę ludową oraz prezentowano dokonania osób zasłużonych dla regionu.

Programy tworzone przez oddziały pełniły także funkcje edukacyjne i poradnicze. Omawiano potencjał inwestycyjny poszczególnych miast i województw, walory turystyczne regionów, przekazywano wiedzę z zakresu ekologii i ochrony środowiska, różnych dziedzin prawa i poprawności językowej, popularyzowano zdrowy styl życia, i świadome korzystanie z mediów. Część oferty programowej oddziałów poświęcona była walce z uzależnieniami i innymi patologiami społecznymi. Udzielano także porad, głównie dotyczących kulinariów.

Oferta oddziałów uwzględniała również potrzeby religijne odbiorców. Składała się z magazynów informacyjno-publicystycznych o aktualnych wydarzeniach z życia kościołów różnych wyznań, transmisji z uroczystości religijnych, reportaży i filmów promujących wartości chrześcijańskie oraz uniwersalne zasady etyki.

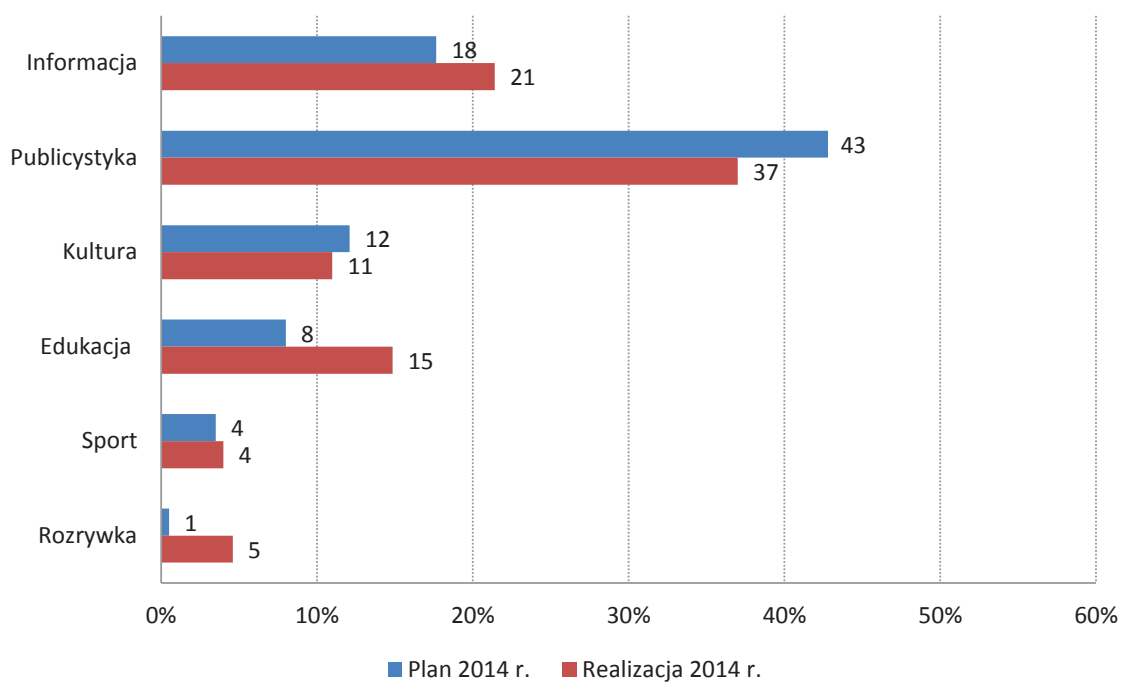
Mieszkańcy regionów mieli także możliwość poznania stanowisk, opinii i sposobów działania różnych grup społecznych: organizacji pozarządowych w regionie i prowadzonej przez nie działalności non-profit, partii politycznych, organizacji związkowych i pracodawców.

W każdym programie obecna była tematyka sportowa (m.in. dotycząca lokalnych drużyn uprawiających różne dyscypliny) oraz audycje o charakterze rozrywkowym (głównie prezentujące twórczość regionalną).

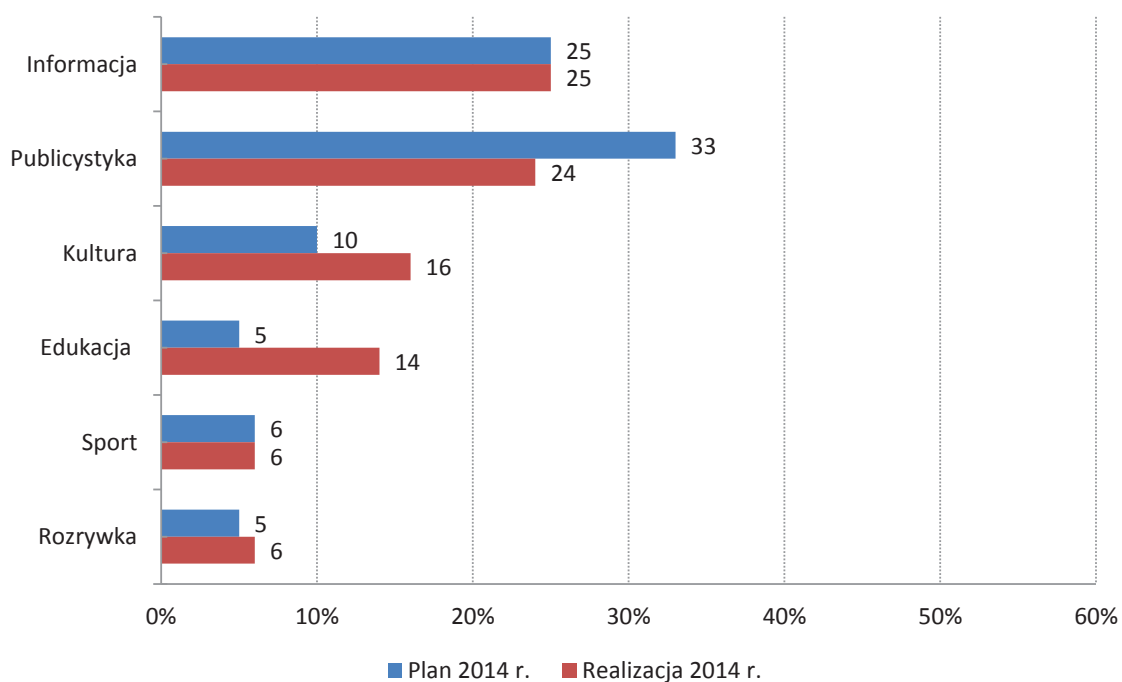
Niektóre z oddziałów miały dodatkowe obowiązki związane z zamieszkującymi na ich terenach mniejszościami narodowymi i etnicznymi. Tego rodzaju oferta, podobnie jak w latach ubiegłych, tworzona w językach mniejszości, obecna była w ośmiu programach: w TVP Białystok, TVP Gdańsk, TVP Katowice, TVP Kraków, TVP Łódź, TVP Olsztyn, TVP Opole i TVP Rzeszów. Propozycje dla mniejszości ukraińskiej i rosyjskiej zawierały programy TVP Białystok i TVP Olsztyn. Dla mniejszości białoruskiej i litewskiej tworzono audycje w TVP Białystok, dla niemieckiej – w TVP Katowice i w TVP Opole, a dla romskiej – w programach TVP Kraków i TVP Łódź. Oddział w Gdańsku emitował regularnie dwie audycje dla społeczności kaszubskiej.

Jednym z głównych zadań oddziałów terenowych jest przekazywanie aktualnych informacji i komentarzy o wydarzeniach w regionie. Funkcja ta była realizowana, chociaż w połowie programów w mniejszym stopniu niż planowano. Niższy udział tego rodzaju oferty rekompensowano najczęściej poprzez większą – w stosunku do planu – koncentrację na różnorodnych aspektach kultury w regionie oraz na treściach o charakterze edukacyjnym. Powyższa modyfikacja nie wpłynęła niekorzystnie na realizację zadań nadawcy wobec regionu; tematyka regionalna była realizowana w sposób różnorodny (gatunkowo i treściowo).

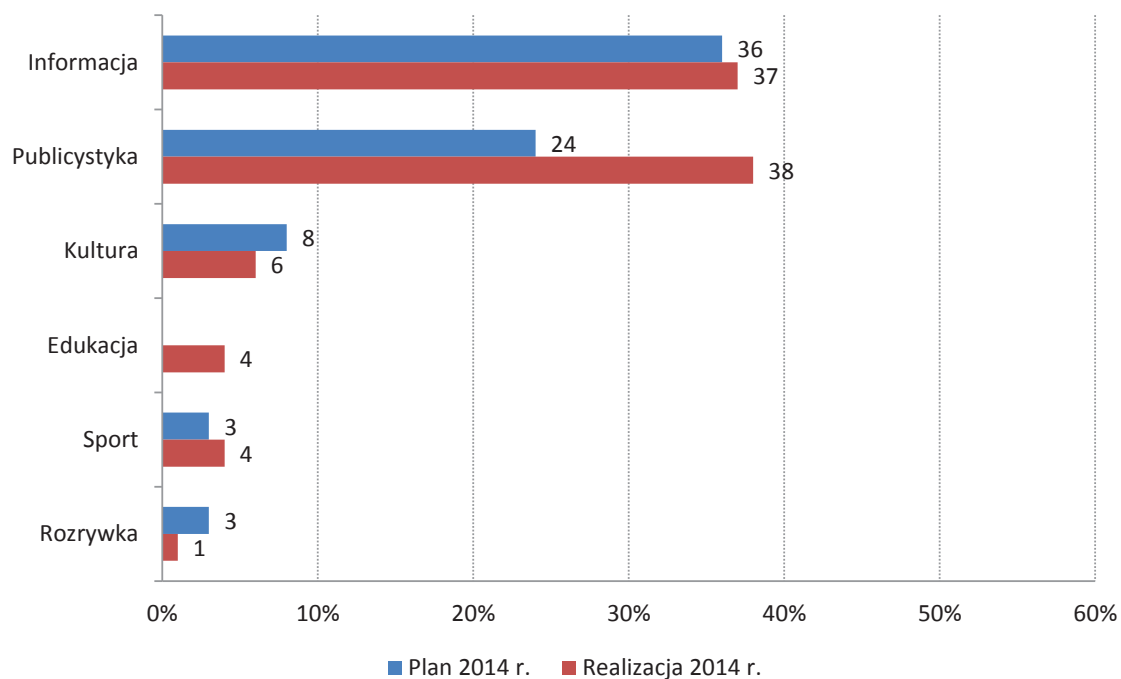
Wykres 3. Plan programowy TVP Białystok i jego realizacja w 2014 r.



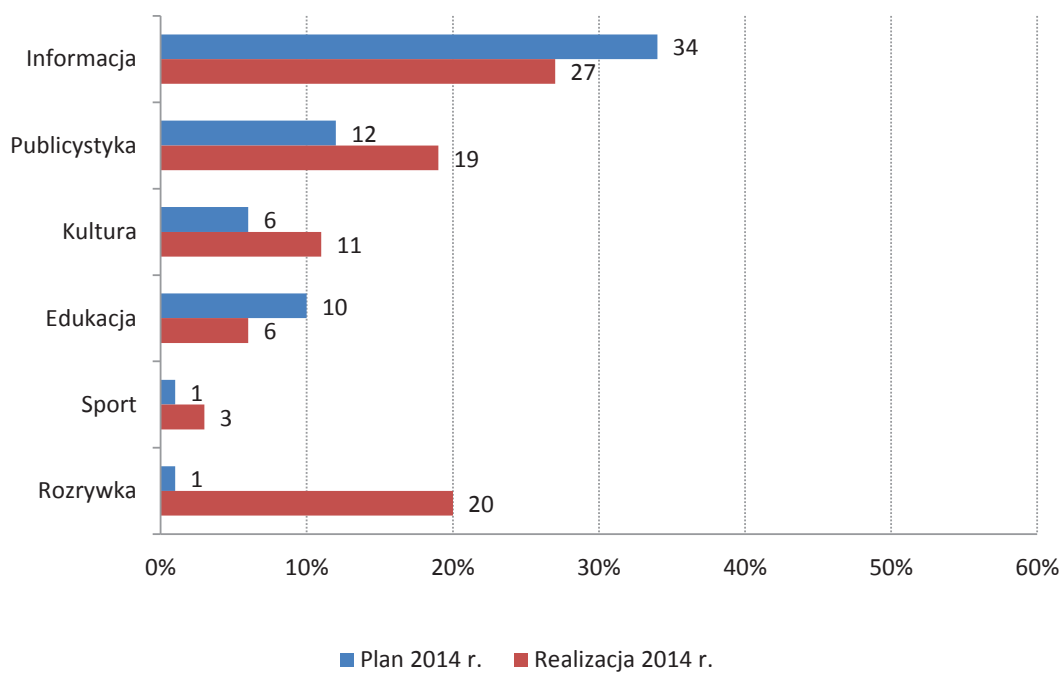
Wykres 4. Plan programowy TVP Bydgoszcz i jego realizacja w 2014 r.



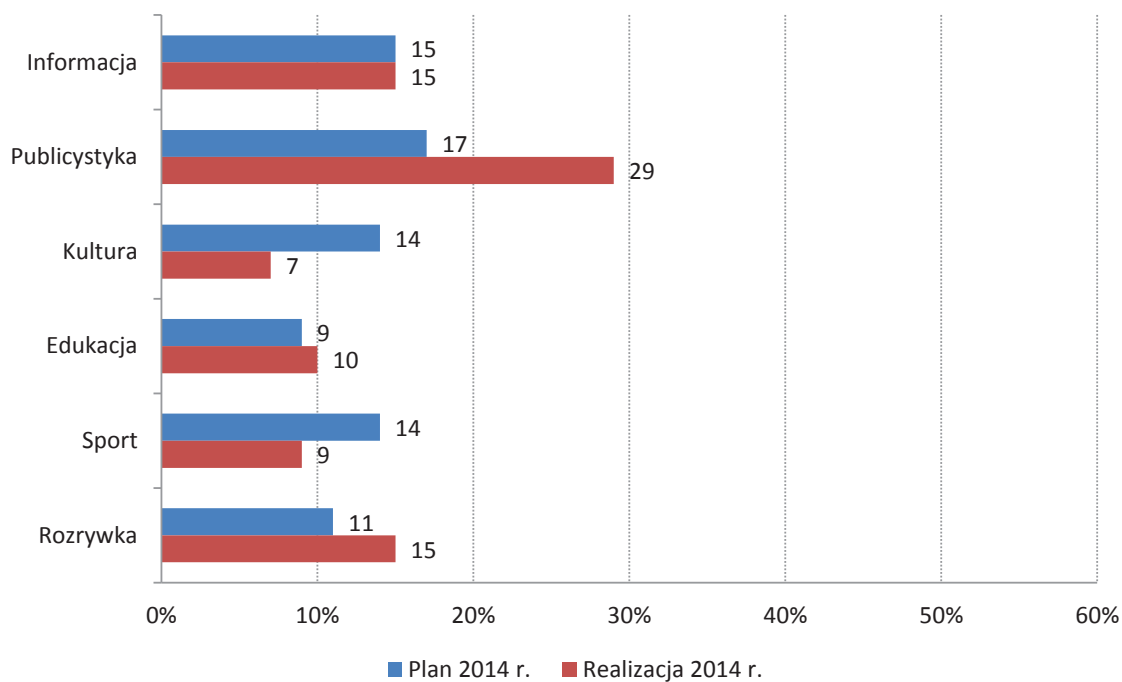
Wykres 5. Plan programowy TVP Gdańsk i jego realizacja w 2014 r.



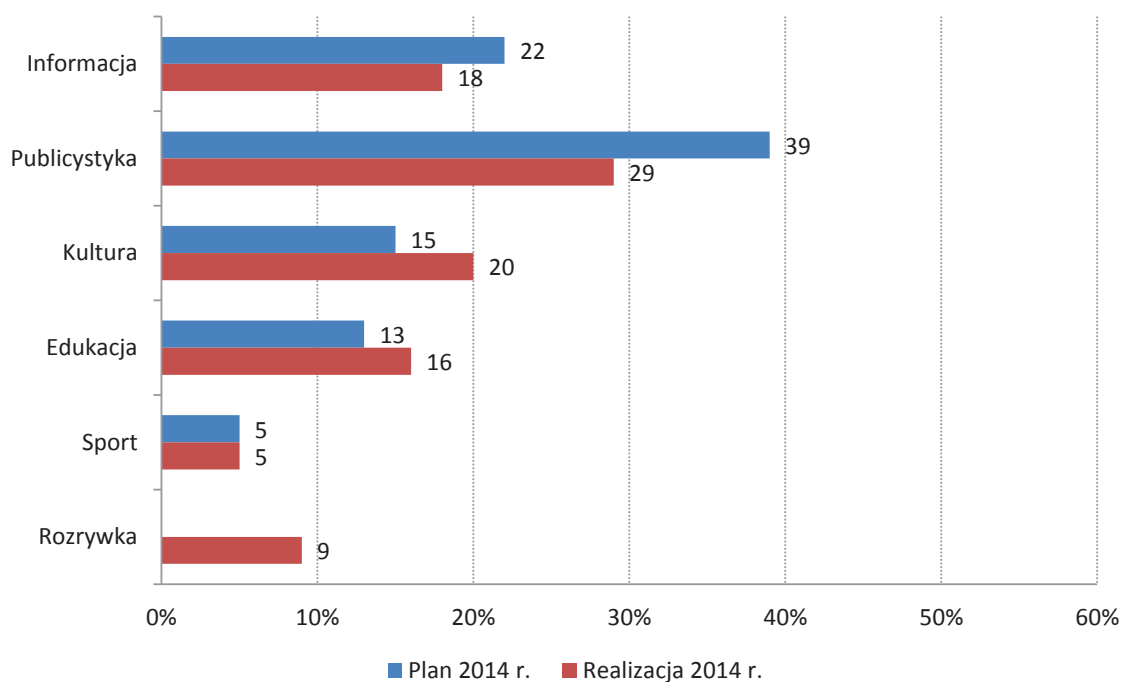
Wykres 6. Plan programowy TVP Gorzów Wlkp.i jego realizacja w 2014 r.



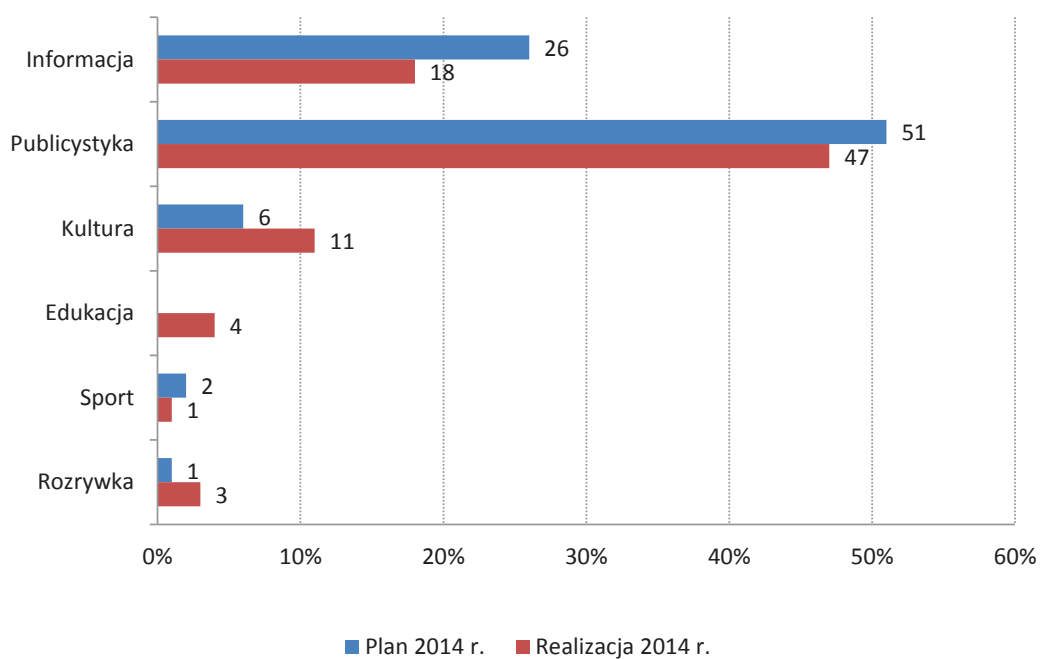
Wykres 7. Plan programowy TVP Katowice i jego realizacja w 2014 r.



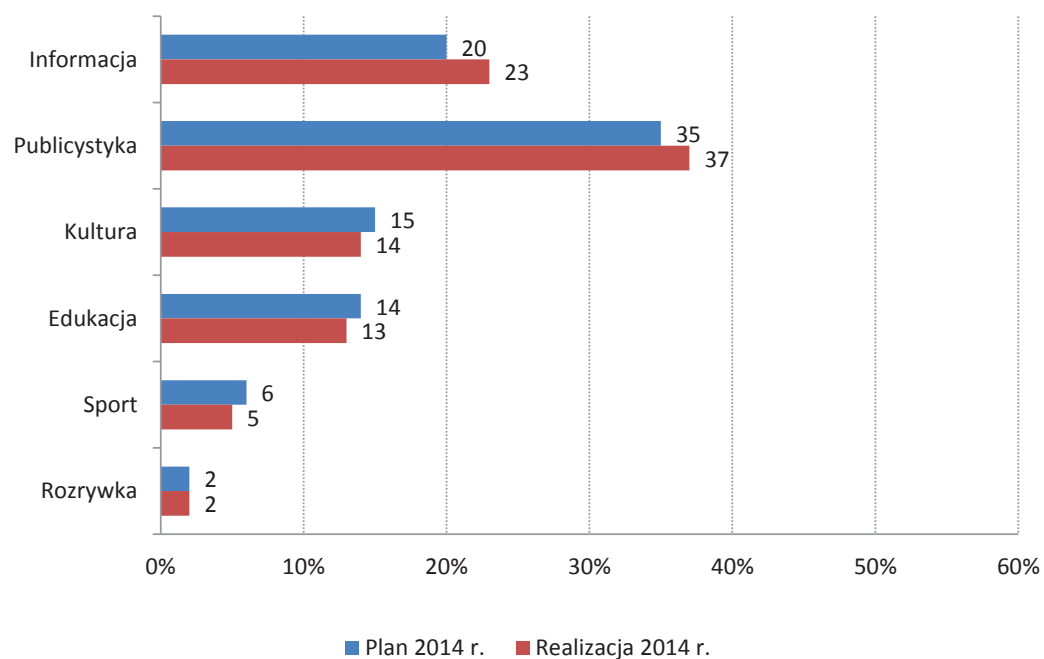
Wykres 8. Plan programowy TVP Kielce i jego realizacja w 2014 r.



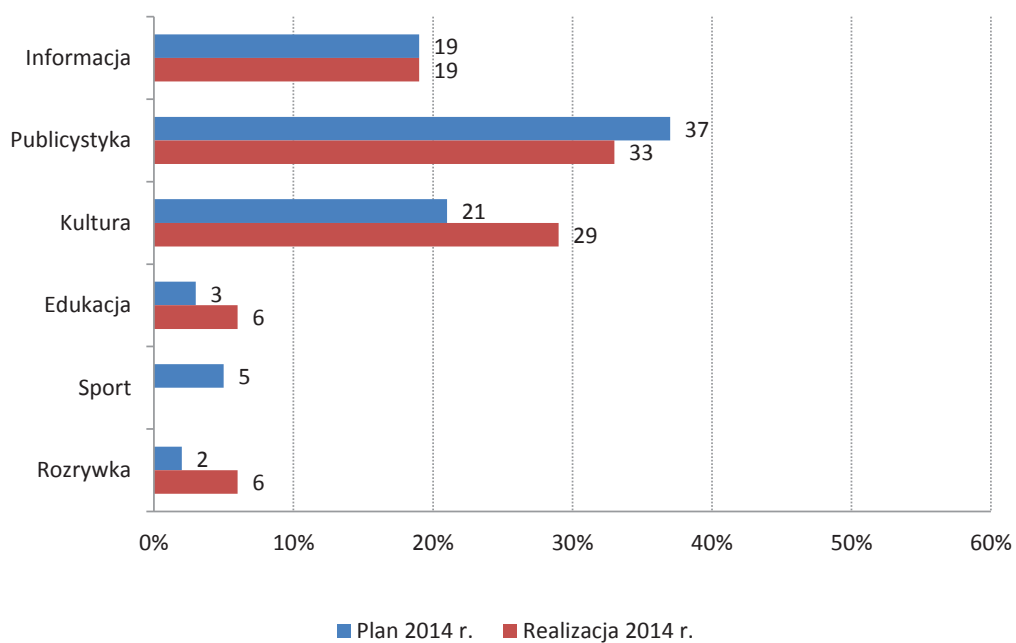
Wykres 9. Plan programowy TVP Kraków i jego realizacja w 2014 r.



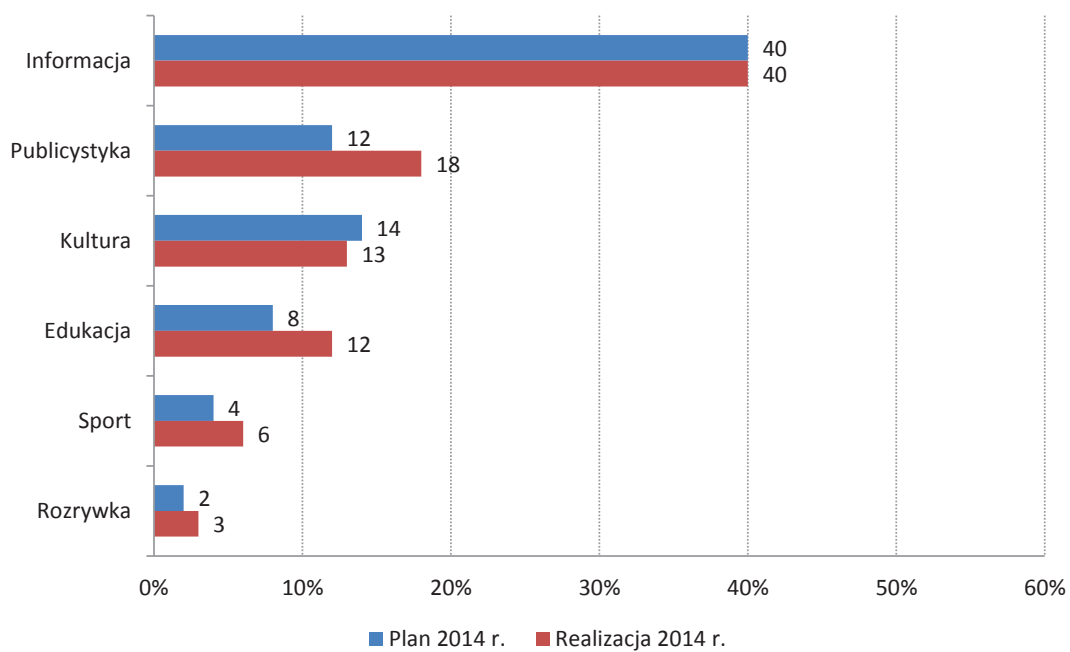
Wykres 10. Plan programowy TVP Lublin i jego realizacja w 2014 r.



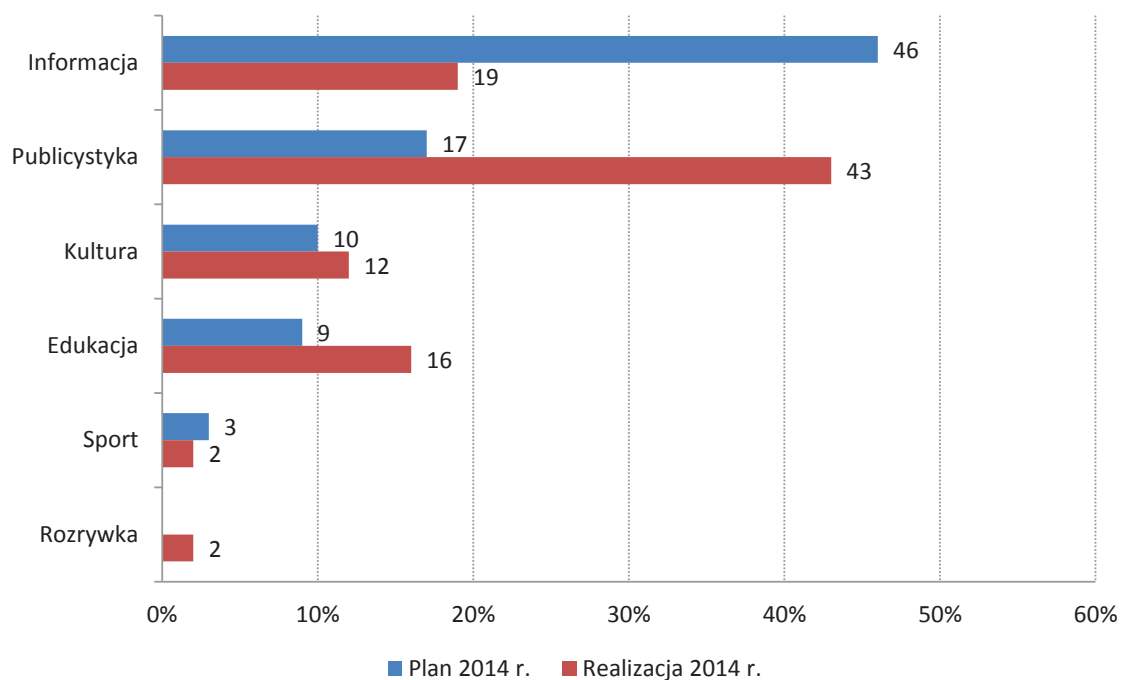
Wykres 11. Plan programowy TVP Łódź i jego realizacja w 2014 r.



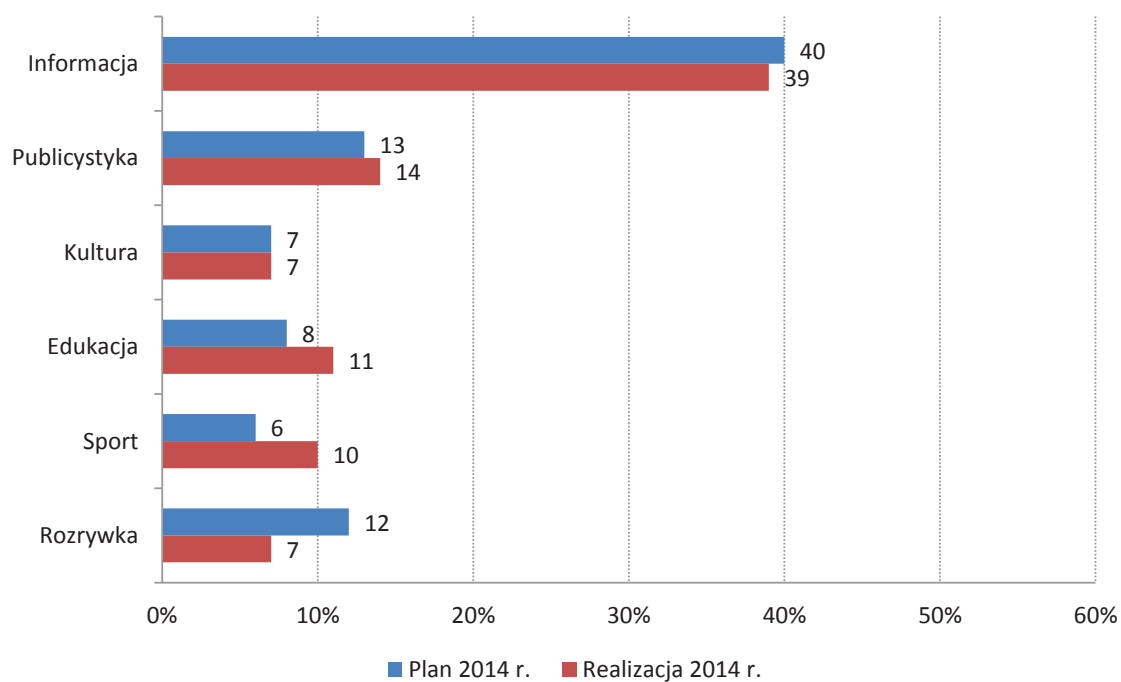
Wykres 12. Plan programowy TVP Olsztyn i jego realizacja w 2014 r.



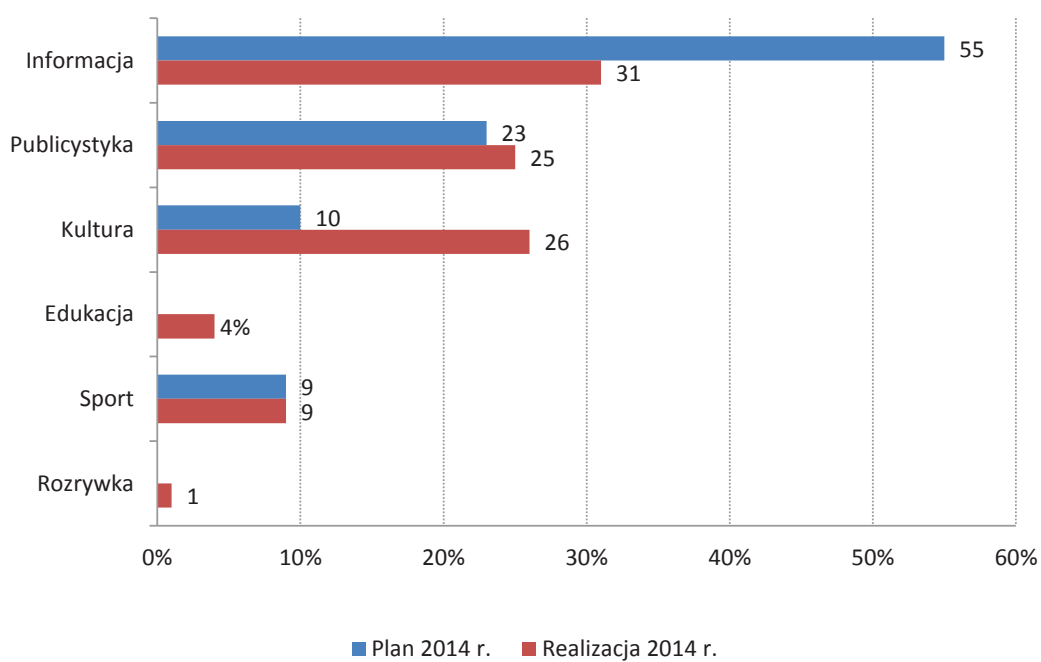
Wykres 13. Plan programowy TVP Opole i jego realizacja w 2014 r.



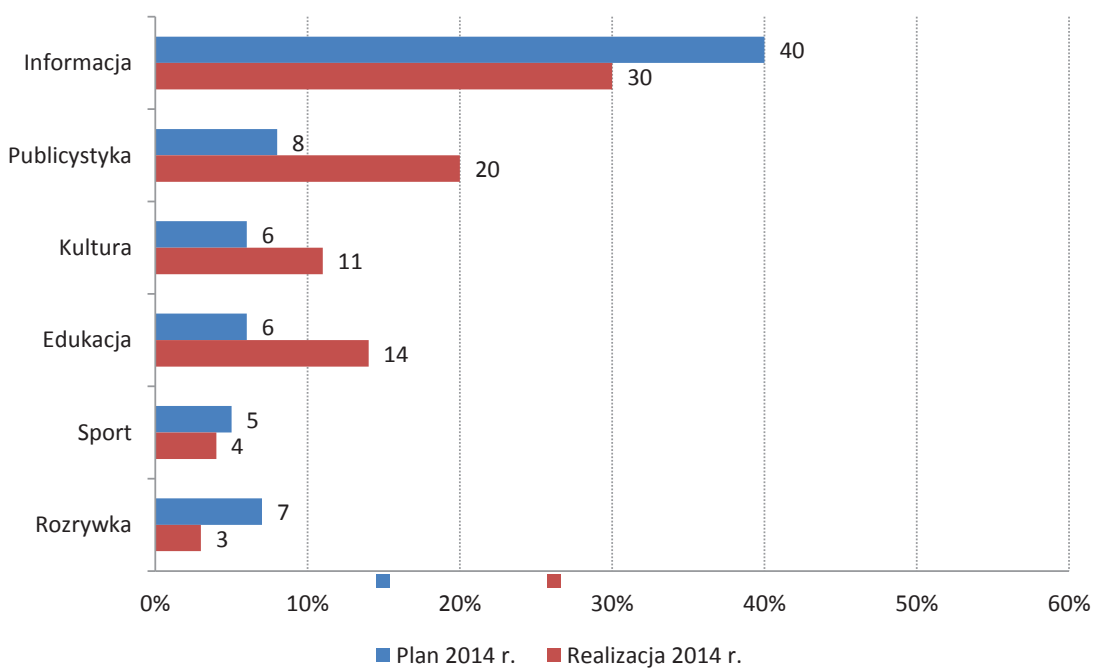
Wykres 14. Plan programowy TVP Poznań i jego realizacja w 2014 r.



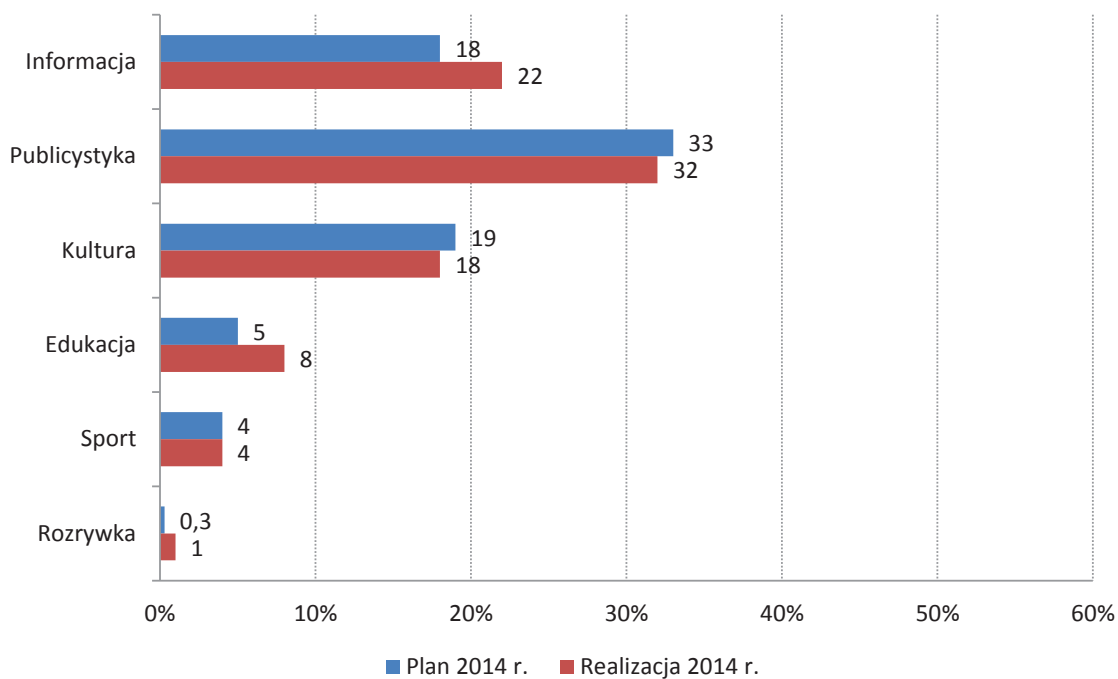
Wykres 15. Plan programowy TVP Rzeszów i jego realizacja w 2014 r.



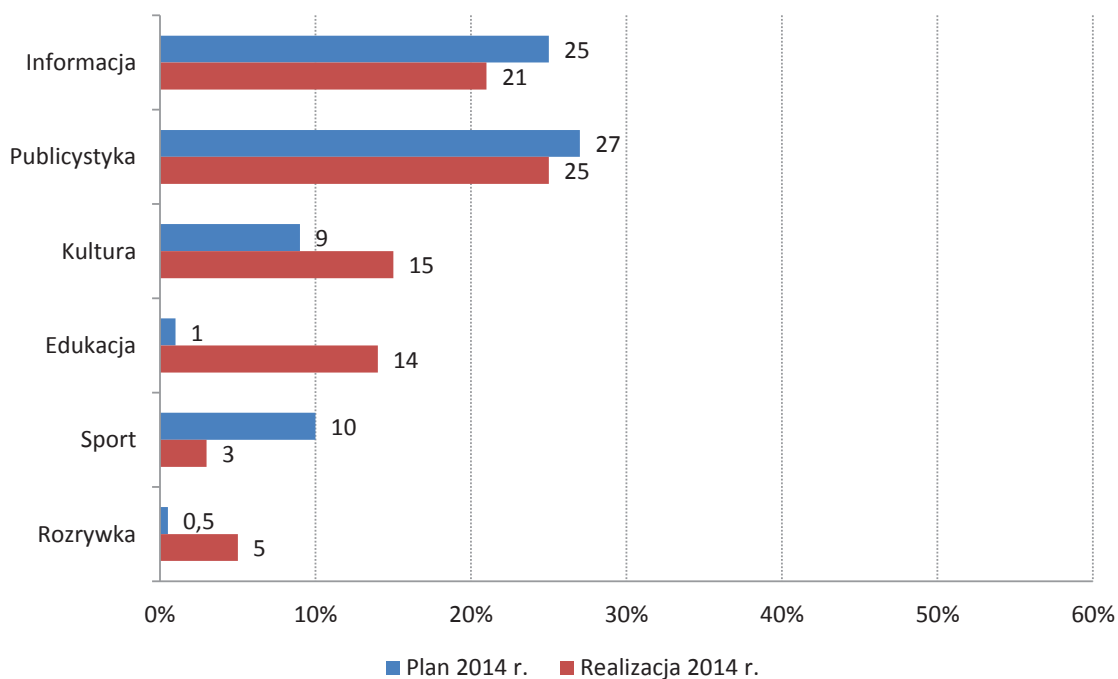
Wykres 16. Plan programowy TVP Szczecin i jego realizacja w 2014 r.



Wykres 17. Plan programowy TVP Warszawa i jego realizacja w 2014 r.



Wykres 18. Plan programowy TVP Wrocław i jego realizacja w 2014 r.



Pasmo wspólne programów regionalnych

W 2014 r. pasmo wspólne było rozpowszechniane przez 19 godzin dziennie, równocześnie we wszystkich regionach. Przez większość tego czasu (82%) realizowano zadania określone w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji oraz w Rozporządzeniu KRRiT z 27 kwietnia 2011 r. W części wspólnej emitowano zróżnicowane rodzajowo i tematycznie audycje poświęcone przede wszystkim sprawom regionów (stanowiły 62% rocznego czasu emisji).

Najbardziej różnorodna pod względem form i treści przekazu była oferta informacyjno-publicystyczna. Bieżące informacje o regionach przekazywano w dziennikach, a następnie szeroko komentowano w codziennych rozmowach na żywo z przedstawicielami władz samorządowych, lokalnych instytucji i parlamentarzystami. Do często poruszanych zagadnień należały: promocja obszarów wiejskich i miejskich, rynek pracy, działalność samorządowa, aktywizacja osób starszych i niepełnosprawnych, problemy Kościoła, wsi i rolnictwa, fundusze unijne i inwestycje, Unia Europejska i integracja jej mieszkańców. Powyższe zagadnienia były prezentowane w różnorodnych formach – dziennikach, magazynach, reportażach i filmach dokumentalnych. Ofertę audycji informacyjno-opiniotwórczych uzupełniały debaty nadawane w trakcie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego i do samorządów.

Codziennie podejmowano zagadnienia związane z polską kulturą i sztuką, które przedstawiano w aspekcie regionalnym. Dziedzictwo kulturowo-historyczne regionów prezentowano w ramach przeglądów i transmisji wydarzeń artystycznych, filmów i reportaży, rozmów z wybitnymi osobami życia publicznego (twórcami, naukowcami, politykami, działaczami).

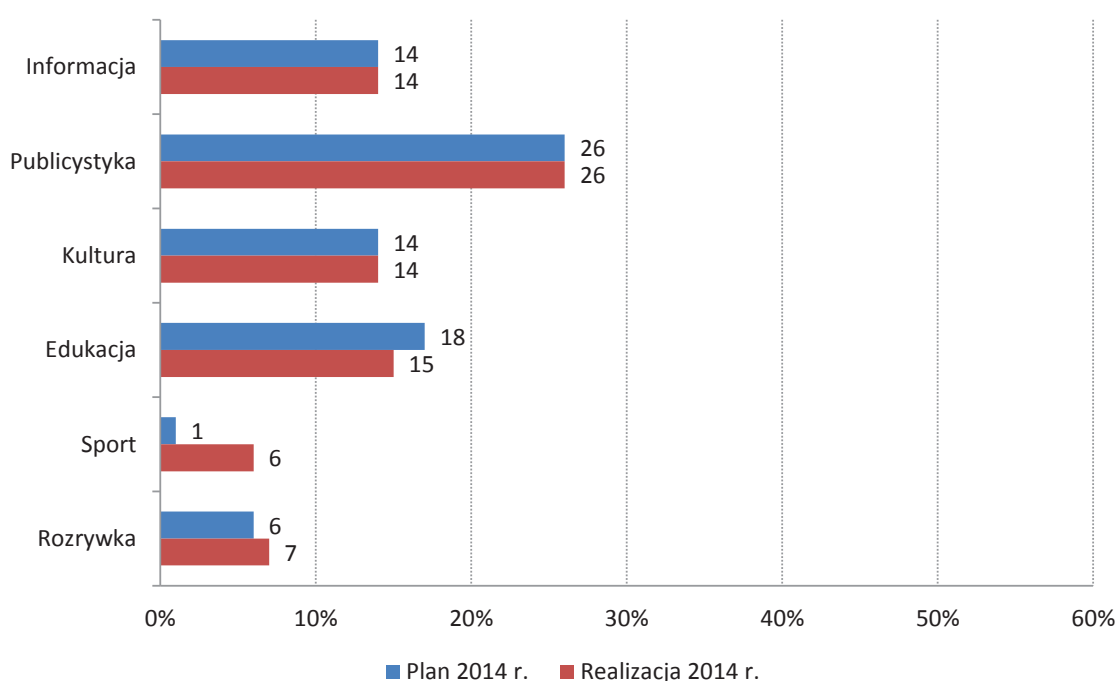
Nadawca zadbał też o to, by pasmo pełniło funkcję edukacyjno-poznawczą dzięki obecności licznych audycji (magazynów, felietonów, filmów dokumentalnych, reportaży) podnoszących świadomość prawną społeczeństwa, służących poszerzeniu wiedzy w zakresie praw i obowiązków konsumenta, popularyzujących zdrowy sposób odżywiania, promujących innowacyjne rozwiązania techniczne, upowszechniających wiedzę o wychowaniu dzieci i sposobach spędzania wolnego czasu, poświęconych sztuce kulinarnej, tematyce historycznej i ochronie przyrody.

Znacząco więcej czasu – w porównaniu do 2013 r. – poświęcono sportowi i rekreacji, w tym propagowaniu aktywnych form spędzania wolnego czasu. Ofertę pasma wspólnego uzupełniała rozrywka – filmy, widowiska estradowe, audycje prezentujące rodzime i zagraniczne zespoły muzyczne.

W programie obecne były audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych, upowszechniające wiedzę o języku polskim, edukacji medialnej i odpowiadające potrzebom religijnym odbiorców. Najbardziej koncentrowano się, podobnie jak w 2013 r., na problemie patologii społecznych i sposobach ich zwalczania. Na prezentowanie stanowisk organizacji pozarządowych przeznaczono znacznie więcej czasu niż w 2013 roku. Na dotychczasowym poziomie pozostał natomiast odsetek audycji stwarzających organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez nie działalności, a także adresowanych do mniejszości narodowych i etnicznych (kontynuowano cykl dla mniejszości ukraińskiej pt. *Telenowyny*). W stosunku do planu na 2014 r., w paśmie wspólnym wydłużono dobowy czas nadawania z 13 do 19 godzin dziennie, co miało korzystny wpływ na sposób realizacji tematyki regionalnej.

W stosunku do uzgodnionego planu wzbogacono ofertę dotyczącą sportu. Pozostałe elementy uzgodnionego planu – struktura i tematyka pasma – były realizowane w formie zbliżonej do uzgodnionej z KRRiT.

Wykres 19. Plan programowy pasma wspólnego TVP Regionalna i jego realizacja w 2014 r.



TVP Polonia

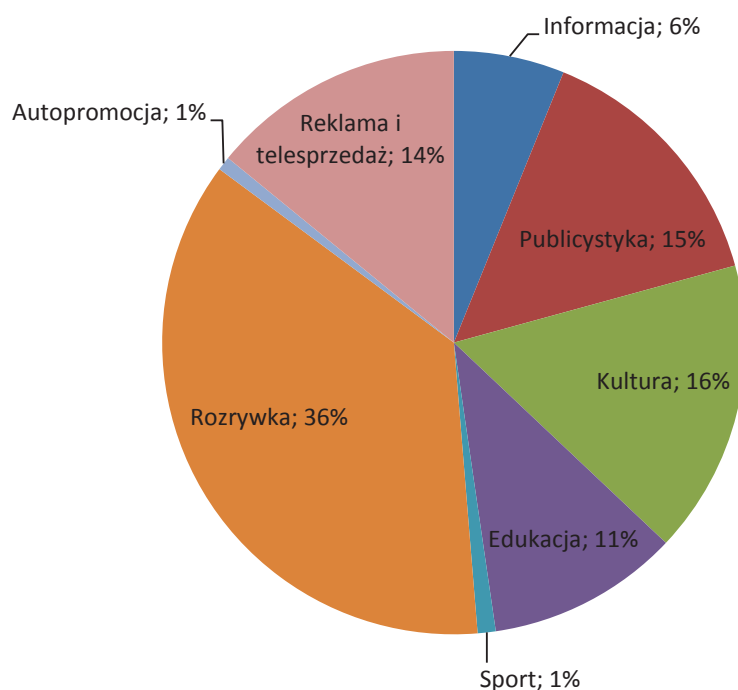
Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie:

- Do 1 grudnia na podstawie uchwały KRRiT nr 513/2010 z 16 listopada 2010 roku: Barbara Borys-Damięcka (PO) – przewodnicząca, Marek Bućko (PiS), Tomasz Dąbrowski (PO), Stanisław Durlaj (KRRiT), Michał Dworczyk (PiS), Radosław Poraj-Różycki (PiS), Joanna Fabisiak (PO), Krzysztof Mroziwicz (KRRiT), Wojciech Müller (KRRiT), Anna Nehrebecka-Byczewska (PO), Andrzej Person (PO), Krzysztof Antoni Meissner (powołany uchwałą nr 268/2014 z 2 maja 2014 r. w związku z rezygnacją p. Krzysztofa Rutkowskiego), Janusz Gmitruk (powołany uchwałą nr 195/2014 z 1 kwietnia w związku z rezygnacją p. Adama Struzika), Jarosław Szczepański (KRRiT), Jędrzej Wijas (PSL) – członkowie
- Od 1 grudnia na podstawie uchwały KRRiT nr 512 z 1 grudnia 2014 roku: Barbara Borys-Damięcka (PO) – przewodnicząca, Jan Dziedziczak (PiS), Joanna Fabisiak (PO), Piotr Gadzinowski

(SLD), Janusz Gmitruk (PSL), Szymon Kukanów (Twój Ruch), Adam Kwiatkowski (PiS), Agata Lewandowski (PO), Krzysztof Meissner (KRRiT), Krzysztof Mroziewicz (KRRiT), Anna Nehrebecka-Byczewska (PO), Radosław Poraj-Różycki (PiS), Jarosław Szczepański(KRRiT), Małgorzata Włockowska (KRRiT), Stanisław Zawiśliński (KRRiT) – członkowie.

Program nie różnił się zasadniczo od nadawanego w 2013 r. Miał porównywalną strukturę gatunkową i pełnił podobne funkcje. Tak jak dotychczas, TVP Polonia dostarczała informacji i komentarzy o bieżących wydarzeniach w kraju. W ograniczonym stopniu były natomiast realizowane pozostałe zadania, takie jak: upowszechnianie wiedzy o języku polskim, kulturze, historii i współczesności, prezentowanie środowisk polonijnych i Polaków zamieszkujących poza granicami kraju, ukazywanie wkładu Polski i Polaków w rozwój Europy i świata, tworzenie pozytywnego wizerunku Polski oraz prezentowanie atrakcji turystycznych i specyfiki regionalnej kraju. W stosunku do ubiegłego roku udział audycji wyprodukowanych na potrzeby TVP Polonia pozostał na tym samym poziomie – 14% rocznego czasu emisji. Natomiast zdecydowana większość emitowanych audycji pochodziła z innych programów TVP SA, co spowodowane było wciąż niedostatecznym finansowaniem tego programu.

Wykres 20. Struktura programu TVP Polonia w 2014 r.



Programy koncesjonowane

TVP Historia

Program nadawano średnio przez 20 godz. na dobę (7268 godz. w ciągu roku). Udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 80% rocznego czasu nadawania programu w porze 6.00-23.00. Jego zawartość była zgodna zarówno z planem, jak też z koncesją. W programie dominowały audycje edukacyjne, filmy dokumentalne i fabularne. Oferta fabularna – obok pozycji realizujących specjalizację – zawierała także filmy należące do kanonu dzieł europejskich. Program popularyzował wiedzę o historii Polski i historii powszechnej, w tym o dziedzictwie historycznym i kulturowym, przedstawiając dzieje zabytkowych miast i obiektów historycznych. Nadane audycje często prezentowały mało znane fakty i wydarzenia historyczne przez pryzmat indywidualnych doświadczeń bohaterów. Zagadnienia historyczne omawiane w audycjach odnosiły się do różnych epok, jednak najczęściej miejsca poświęcono historii II wojny światowej i czasom powojennym. Ponadto, nadawano audycje promujące walory turystyczne Polski i innych krajów oraz tradycje kulinarne z nimi związane. Tych ostatnich elementów było w programie niewiele, a koncentrował się on na edukacji historycznej.

TVP Kultura

Program nadawano średnio przez 21,5 godz. na dobę (7901 godz. w ciągu roku). Popularyzował on i upowszechniał różne dziedziny kultury i sztuki, przekazywał wiedzę o dorobku twórczym artystów oraz edukował w zakresie umiejętności ich odbioru. Łączny udział audycji realizujących specjalizację wyniósł 82% rocznej emisji programu w porze 6.00-23.00, co oznacza, że realizowano uzgodniony plan oraz obowiązki programowe określone w koncesji. Nadawane były audycje publicystyczne i edukacyjne prezentujące dzieła i popularyzujące wiedzę o poszczególnych dziedzinach kultury i sztuki, informacje o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin kultury oraz magazyny kulturalne poświęcone zarówno wydarzeniom regionalnym, jak też krajowym. W programie były obecne audycje wspomagające aktywny udział w kulturze. Prezentowano filmy dokumentalne poświęcone różnym dziedzinom sztuki oraz sylwetkom twórców, artystyczne filmy fabularne należące do kanonu dzieł kultury wysokiej, spektakle teatralne, operowe i baletowe, w tym spektakle teatru telewizji i spektakle przeniesione ze scen teatralnych. Transmitowano i omawiano ważne wydarzenia w dziedzinie muzyki poważnej (dawnej i współczesnej) oraz muzyki jazzowej. Audycje publicystyczne dopełniały tematykę filmów dokumentalnych i wspólnie nakreślały kontekst powstania prezentowanych w programie utworów. Niewątpliwym walorem tego programu był wysoki udział audycji poświęconych różnym dziedzinom kultury wysokiej.

TVP Seriale

Program nadawany był średnio przez 23,5 godz. na dobę (8590,5 godz. w ciągu roku). Zawartość programu była zgodna z uzgodnionymi planami oraz ze specjalizacją określoną w koncesji jako serialowo-filmowa. Audycje realizujące wyspecjalizowany charakter programu zajęły 78% rocznego czasu nadawania w porze 6.00-23.00. Podobnie jak w latach poprzednich, powtarzano polskie seriale współczesne, tzw. kultowe, pochodzące z zasobów archiwalnych TVP SA oraz telenowełe i seriale zagraniczne,

nadawane wcześniej w TVP 1 i TVP 2. Trzon programu stanowiły nowe i powtarzane odcinki dotychczas nadawanych krajowych i zagranicznych seriali fabularnych. Program zawierał bogatą ofertę filmów kryminalnych, obyczajowych, komediowych i przygodowych.

TVP SPORT

Program nadawany był średnio przez 17,6 godz. na dobę (6527 godz. emisji rocznej). Prezentował i upowszechniał różne dyscypliny sportu oraz dostarczał informacji o najważniejszych wydarzeniach sportowych w kraju i na świecie. Struktura programu i jego zawartość była zgodna z planami i koncesją. Łączny udział audycji realizujących specjalizację stanowił 86% rocznego programu w porze 6.00-23.00. Transmitowano i relacjonowano mecze i zawody różnych poziomów rozgrywek, nadawano także dzienniki i magazyny, w tym: poświęcone sportowi osób niepełnosprawnych. Prezentowano również archiwalia o tematyce sportowej.

TVP Rozrywka

Program nadawano średnio przez 22 godz. na dobę (7901 godz. w ciągu roku). Udział audycji realizujących specjalizację był zgodny z uzgodnionymi planami oraz wymaganiami koncesji. Nadawano wszystkie wymienione w koncesji rodzaje audycji: audycje satyryczne, kabarety, talk-show, benefisy gwiazd estrady, spektakle i widowiska telewizyjne, audycje prezentujące muzykę rozrywkową (koncerty, festiwale i recitale, teledyski, play-listy, bloki muzyczne, audycje muzyczne, teleturnieje i konkursy muzyczne), oraz rozrywkowe filmy fabularne (głównie komedie). Obok audycji premierowych prezentowano również popularne i wartościowe archiwalne produkcje polskiej sceny kabaretowej. TVP Rozrywka, ze względu na swoją zawartość, był programem adresowanym do szerokiego grona odbiorców, tj. zarówno do młodzieży, jak i osób starszych. Dostarczał rozrywkę na dobrym poziomie.

TVP HD

Program nadawany był średnio przez 21 godz. na dobę (w ciągu roku 7550 godz.). Charakter programu był taki jak określony w koncesji, tj. uniwersalny. Udział rodzajów audycji realizujących koncesję był zgodny zarówno z planami, jak i z koncesją - wyniósł 80% rocznego programu. Program wypełniały głównie seriale – nowe tytuły oraz będące kontynuacją seriali nadawanych w latach poprzednich. Ponadto, w ofercie znalazły się cyfrowe rekonstrukcje kultowych seriali polskich, nadawano również filmy fabularne – dramaty obyczajowe, psychologiczne, filmy kryminalne, sensacyjne, historyczne i komedie. Prezentowano także muzykę rozrywkową i widowiska kabaretowe. W programie obecne były również audycje poradnikowe (głównie poświęcone kulinariom) oraz audycje o tematyce sportowej (transmisje, relacje, omówienia), w tym poświęcone sportom ekstremalnym.

TVP INFO

Program był nadawany przez całą dobę i składał się wyłącznie z audycji realizujących informacyjno-publicystyczną specjalizację określoną w koncesji. Zawartość programu była także zgodna z planem – wymienione w koncesji rodzaje audycji stanowiły 83% rocznego czasu nadawania programu w porze 6.00-23.00, co oznacza udział wyższy niż określony w koncesji (77%). Program składał się z codziennych pasm informacyjno-komentatorskich poświęconych głównie polityce, ekonomii i gospodarce oraz sprawom społecznym. W programie obecne były: dzienniki prezentujące bieżące wydarzenia (społeczne, polityczne, gospodarczo-ekonomiczne) w kraju i na świecie, serwisy sportowe, przeglądy prasy. Najwięcej czasu poświęcono sprawom krajowym, ale stosunkowo dużo miejsca zajęła także tematyka europejska i stosunki Polski z sąsiadami. Przedstawiane informacje były szeroko komentowane w audycjach publicystycznych, w których prezentowano różne punkty widzenia dotyczące omawianych problemów. Program pełnił rolę forum obywatelskiej dyskusji bowiem umożliwiał widzom wyrażanie swoich poglądów w ważnych kwestiach społeczno-politycznych.

TVP ABC

W lutym 2014 r. TVP SA rozpoczęła emisję programu wyspecjalizowanego adresowanego do dzieci w wieku 4-12 lat oraz do ich rodziców i wychowawców. Audycje adresowane do tego grona odbiorców stanowiły 83% rocznego czasu emisji programu w godzinach 6.00-23.00. Zgodnie z koncesją, program zawierał wartościowe pozycje dla młodych widzów, poszerzające ich wiedzę o otaczającym świecie. Przez większość czasu nadawano audycje dla przedszkolaków: seriale animowane oraz różnorodne audycje edukacyjne (uczące alfabetu, języków obcych, uczące znaczenia różnych terminów i pojęć czy umiejętności praktycznych, etc.). Nauka odbywała się poprzez zabawę. Pozytywnie należy ocenić obecność w ofercie audycji, których celem była integracja z dziećmi niepełnosprawnymi (niesłyszącymi i niedosłyszącymi) oraz nauka różnych form pomocy zarówno dzieciom z tymi dysfunkcjami, jak i ich rodzicom. Ta część oferty była tworzona przy współpracy z Polskim Związkiem Głuchych w Łodzi.

Dla starszych dzieci – w wieku od 7 do 12 lat – nadawano filmy fabularne i audycje studyjne, których tematyka inspirowana była zainteresowaniami i problemami tej grupy wiekowej. Program zawierał także ofertę o charakterze rodzinnym, w ramach której oprócz treści edukacyjnych i rozrywkowych przekazywano pomysły na wspólne, rodzinne spędzanie czasu.

W paśmie wieczornym – po godz. 21.00 nadawano audycje skierowane do rodziców, tj. wspomagające w procesie wychowania i rozwiązywaniu problemów.

Działalność pozaantenowa spółki

Telewizja Polska SA koncentrowała działalność pozaantenową głównie na stworzeniu widzom możliwości dotarcia do swoich programów poprzez zastosowanie nowych technologii.

W 2014 r. kontynuowała rozwój Platformy Hybrydowej (HbbTV) zwiększając liczbę i atrakcyjność serwisów, poprawiając zasięg techniczny (na koniec 2014 r. dostępnych było 18 serwisów). W lutym 2014 r. wprowadziła szereg usprawnień i nowości w aplikacji na urządzenia mobilne TVP Stream oraz poszerzyła ją o wersję na platformę Windows (Windows Phone 7, 8 oraz RT).

Telewizja Polska SA kontynuowała realizację, powstałego w 2012 r., projektu Internetowy Teatr TVP dla szkół (transmisje spektakli teatralnych). Projekt realizowany jest z myślą o młodzieży szkolnej zamieszkującej w małych miastach. Do realizacji zadania wykorzystawany jest szerokopasmowy Internet. Widownia projektu na koniec grudnia 2014 r. wyniosła 959 757 uczniów z 14 429 szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych w całej Polsce.

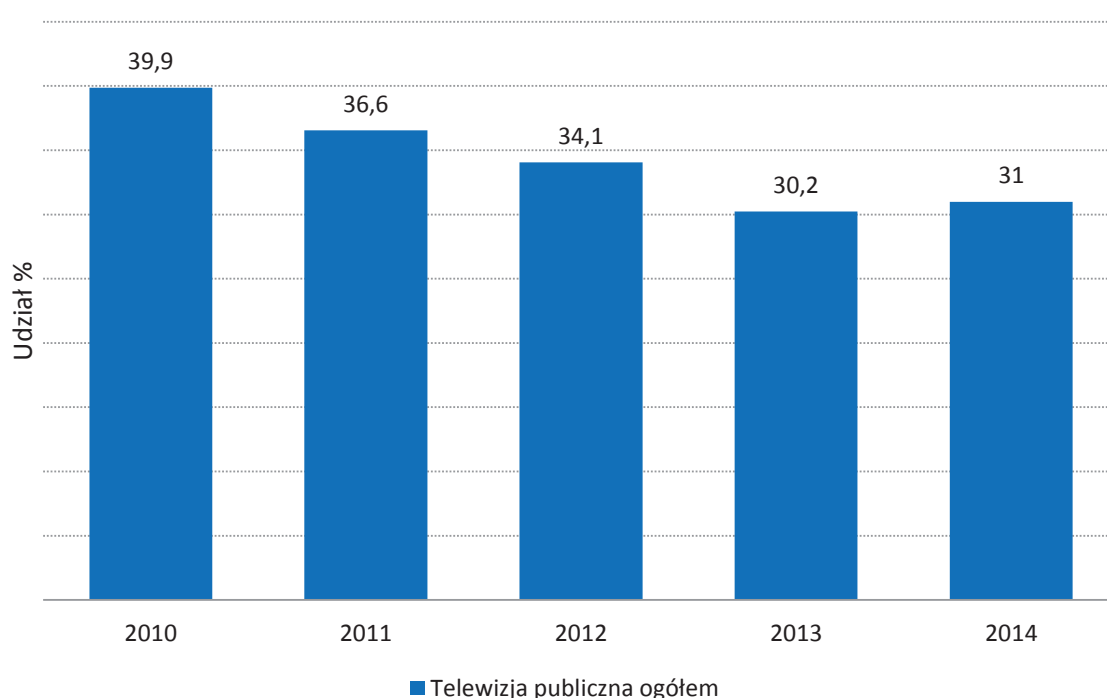
TVP SA prowadziła również działalność popularyzującą najnowsze produkcje Telewizji Polskiej na rynkach międzynarodowych. Podejmowała szereg działań promocyjnych, przy współpracy z instytucjami kulturalnymi i Ambasadami RP, dbając o obecność polskich produkcji na najbardziej wpływowych, opiniotwórczych imprezach światowych (festiwalach filmów fabularnych, telewizyjnych, dokumentalnych, krótkometrażowych i dziecięcych).

Spółka obejmowała również patronatem różne projekty istotne społecznie, realizowane najczęściej przez organizacje pozarządowe.

Pozycja TVP SA na rynku

W 2014 r. telewizja publiczna odwróciła niekorzystny spadkowy trend, obserwowany od kilku lat, a jej udział w rynku wzrósł o 0,8 pkt. proc. w stosunku do roku 2013. Do sektora publicznego łącznie (TVP 1, TVP 2, TVP Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 31% rynku, podczas gdy rok wcześniej 30,2%.

Wykres 21. Łączne udziały rynkowe telewizji publicznej w latach 2010 – 2014



Telewizja publiczna zyskała udział, dzięki wzrostowi popularności prawie wszystkich programów tematycznych. Straty widowni notowały natomiast w dalszym ciągu programy uniwersalne TVP 1 i TVP 2. Minimalny spadek udziału (w Polsce) obserwowany był także w przypadku TVP Polonia.

Spośród publicznych programów tematycznych największe przyrosty udziałów w 2014 r. odnotowały programy: TVP Regionalna – o 0,73 pkt. proc., TVP Rozrywka – o 0,45 pkt. proc. oraz TVP Seriale – o 0,3 pkt. proc.

Udział w widowni na poziomie 0,5% uzyskał nowy program telewizji publicznej TVP ABC adresowany do dzieci, dostępny od połowy lutego 2014 roku.

Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

Wpływy z opłat abonamentowych przekazane Telewizji Polskiej w 2014 roku stanowiły 32% kosztów zadań misyjnych. Mimo znacznego wzrostu udziału abonamentu w finansowaniu kosztów misji, dla spółki nadal podstawowe źródło finansowania misji stanowią przychody z reklamy. Koszty działalności misyjnej poniesione przez Telewizję Polską przedstawia tabela nr 2.

Tabela 2. Koszty działalności misyjnej Telewizji Polskiej SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych	821 607	60,0%
z tego:		
– Program 1	445 901	32,6%
– Program 2	375 706	27,4%
2. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych	151 031	11,0%
<i>w tym: audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym</i>	1 285	0,1%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Regionalna (pasmo wspólne)	44 619	3,3%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Polonia	30 346	2,2%
5. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Bielsat	26 443	1,9%
6. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Info	124 407	9,1%
7. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Kultura	30 028	2,2%
8. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Historia	18 577	1,4%
9. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP ABC	16 934	1,2%
10. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Sport	25 642	1,9%
11. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP HD	6 010	0,4%
12. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Seriele	5 298	0,4%
13. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Rozrywka	13 319	1,0%
14. Inne zadania realizujące misję ^{*)}	55 098	4,0%
Koszty misji ogółem	1 369 359	100,0%

*) do innych zadań realizujących misję zostały zaliczone m.in. koszty: Biblioteki Cyfrowej Mediów Publicznych (52 tys. zł), związane z działalnością Ośrodka TVP Technologie (18,3 mln zł), Ośrodka iTVP- HD (8,9 mln zł), Ośrodka Administracji – w części dotyczącej Wydziału Eksploatacji (3,6 mln zł), Redakcji Internetowej TVP Info (2,2 mln zł) oraz kosztów Agencji Produkcji Telewizyjnej i Filmowej w zakresie przeglądów technicznych i emisyjnych, budowy scenografii, dosyłu sygnału, usług transmisyjnych (4,4 mln zł).

Koszty misji były jedynie o 0,4% wyższe w stosunku do wykonania 2013 roku (1 364,3 mln zł).

Wykorzystanie wpływów z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 3.

Tabela 3. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Telewizji Polskiej SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyż- ką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	444 000	420 148
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych Program 1, Program 2 oraz programu TVP Info	281 274	275 418
2. Tworzenie i rozpowszechnianie programów regionalnych <i>w tym: audycji dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym</i>	98 861 360	98 861 360
3. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Polonia	9 624	7 988
4. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Kultura	13 000	10 151
5. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP Historia	11 000	9 196
6. Tworzenie i rozpowszechnianie TVP ABC	4 000	1 016
7. Prawa autorskie i pokrewne	17 509	17 509
8. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	490	0
9. Działalność internetowa	242	9
10. Inwestycje – dofinansowanie zakupu wozu HD	8 000	0

Wpływy abonamentowe przekazane Telewizji Polskiej były o 90 mln zł wyższe od przyjętej prognozy. Nadwyżka została przeznaczona przez spółkę na dofinansowanie audycji w programach ogólnokrajowych, wyspecjalizowanych, regionalnych oraz TVP Polonia, dofinansowanie internetowego teatru dla szkół oraz zakup praw do audycji sportowych.

Środki abonamentowe pokrywały 29% kosztów działalności ogółem Telewizji Polskiej SA.

POLSKIE RADIO SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Andrzej Siezieniewski – prezes

Jolanta Wiśniewska, Henryk Cichecki – członkowie

Rada Nadzorcza

Janusz Adamowski – przewodniczący

Krzysztof Czyżewski – wiceprzewodniczący

Artur Andrysiak – sekretarz

Grzegorz Borowiec (MSP), Krzysztof Czeszejko-Sochacki, Robert Safiański (MKiDN), Agnieszka Odorowicz – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie:

- Do 1 grudnia 2014 r. (na podstawie uchwały KRRiT nr 511/2010 z dnia 16 listopada 2010 r.):

Teresa Bochwic (PiS), Jerzy Bralczyk (SLD), Bożena Jadwiga Żelazowska (PSL), Krzysztof Czabański (PiS), Rafał Grupiński (PO), Stanisław Janecki (PiS), Andrzej Halicki (powołany uchwałą nr 78/2014 z 18 lutego 2014 r. w związku z rezygnacją p. Małgorzaty Kidawy-Błońskiej), Krzysztof Knittel (KRRiT), Wojciech Kurdziel (KRRiT), Małgorzata Muzoł (KRRiT), Edward Pałasz (PO), Jan Poprawa (KRRiT), Zbigniew Nosowski (powołanu uchwałą nr 36/2014 r. z 21 stycznia 2014 r. w związku ze śmiercią członka rady p. Andrzeja Turskiego).

- Od 1 grudnia 2014 r. (na podstawie uchwały KRRiT nr 514/2014 z dnia 1 grudnia 2014 r.):

Jacek Szymanderski (KRRiT) – przewodniczący

Krzysztof Legierski (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Krzysztof Czabański (PiS) – wiceprzewodniczący

Urszula Augustyn (PO), Tadeusz Deszkiewicz (PiS), Rafał Grupiński (PO), Witold Kołodziejewski (PiS), Małgorzata Muzoł (KRRiT), Zbigniew Nosowski (KRRiT), Edward Pałasz (PO), Jan Poprawa (KRRiT), Marcin Rzońca (Twój Ruch), Piotr Węgleński (PO), Małgorzata Winiarczyk-Kossakowska (SLD), Bożena Jadwiga Żelazowska (PSL) – członkowie.

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programów Polskiego Radia SA

Program 1

Pokrycie ludnościowe:	35 958 844 osób	92,97 %
Pokrycie powierzchniowe:	286 883 km ²	91,75 %

Program 2

Pokrycie ludnościowe:	27 617 175 osób	71,40 %
Pokrycie powierzchniowe:	178 099,4 km ²	56,96 %

Program 3

Pokrycie ludnościowe:	36 336 847 osób	93,95 %
Pokrycie powierzchniowe:	292 043,9 km ²	93,39 %

Program 4

Pokrycie ludnościowe:	13 416 039 osób	34,69 %
Pokrycie powierzchniowe:	53 694,8 km ²	17,17 %

Działalność programowa

Polskie Radio SA realizowało plany uzgodnione z KRRiT dla Programów 1, 2, 3. Wprowadzone przez nadawcę niewielkie modyfikacje ich zawartości były pozytywne, bowiem zwiększały udział elementów służących debacie publicznej (Program 1), audycji poświęconych wydarzeniom w kulturze (Program 1 i 3), audycji edukacyjnych dotyczących nowych technologii oraz najnowszych osiągnięć w nauce i technice (Program 1). Spółka nie realizowała natomiast planów uzgodnionych dla Programu 4 – radykalnie zmniejszono udział audycji edukacyjnych (o 602 godz.), audycji poświęconych kulturze (o 196 godz.) i tematyce sportowej (o 150 godz.). Zwiększono natomiast udział rozrywki (aż o 821 godz.).

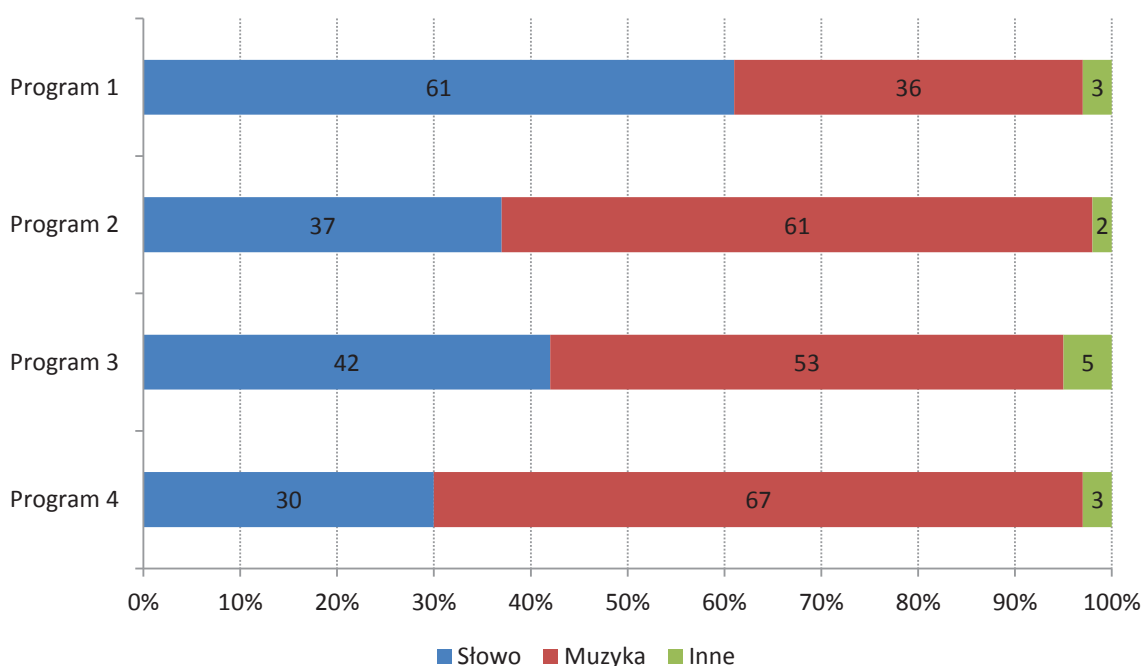
Charakter każdego z programów nie zmienił się w stosunku do lat poprzednich.

W Programie 1 koncentrowano się na omawianiu bieżących wydarzeń politycznych, gospodarczych, społecznych oraz kulturalnych. Ofertę Programu 2 poświęcono kulturze wysokiej (prezentacja dzieł oraz omawianie wydarzeń). Cechą wyróżniającą Program 3 były audycje muzyczne edukujące słuchaczy w zakresie różnorodnych gatunków muzyki rozrywkowej. Program 4 adresowany był do młodego słuchacza. Tworzyła go w dużej mierze różnorodna muzyka – od rocka, poprzez folk, muzykę elektroniczną i klubową, po hip-hop. Ofertę programu Polskiego Radia dla Zagranicy adresowano do Polaków zamieszkujących poza granicami kraju oraz słuchaczy niepolskojęzycznych, zainteresowanych problemami Polski.

Program nadawany był w siedmiu językach: polskim, angielskim, ukraińskim, białoruskim, rosyjskim, hebrajskim i niemieckim. Od października 2013 roku nadawane są, także w technologii DAB+, dwa programy o charakterze wyspecjalizowanym: Polskie Radio 24 (muzyczno-informacyjno-publicystyczny) oraz Polskie Radio Rytm (informacyjno-muzyczny).

Wśród programów ogólnopolskich, tak jak w poprzednich latach, najwyższy udział słowa był w Programie 1 (stanowił ponad połowę rocznego czasu emisji). W ubiegłym roku, w porównaniu z 2013 r., zmniejszył się udział audycji słownych w Programie 3 (w 2013 r. wynosił 51% rocznego czasu emisji, w 2014 r. – 9 pkt. proc. mniej). W Programie 2 i 4 dominowała muzyka (w Programie 2 – klasyczna, w Programie 4 – rozrywkowa).

Wykres 22. Udział słowa i muzyki w programach ogólnopolskich Polskiego Radia w 2014 roku



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

* Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Program 1

Pełnił głównie funkcje informacyjno-komentatorskie, koncentrując się przede wszystkim na szybkim przekazywaniu informacji o bieżących wydarzeniach z różnych dziedzin (gospodarki, polityki, kultury i sportu) oraz przekazywaniu opinii i ocen eksperckich ich dotyczących. Jedyńka była też miejscem debaty publicznej dla różnych grup społecznych, m.in. organizacji pożytku publicznego, związków zawodowych, związków pracodawców i przedstawicieli partii politycznych. W prowadzonych

rozmowach i debatach przestrzegano zasady pluralizmu, przedstawiane były różne punkty widzenia, a prezentowane zagadnienia ukazywano z różnych perspektyw. W ubiegłym roku dużą część programu poświęcono wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz samorządowym. Obok audycji obligatoryjnych określonych prawem, nadawano także specjalnie tworzone audycje publicystyczne, które prezentowały kandydatów i ich programy. Wśród tematyki międzynarodowej dominowały bieżące informacje oraz komentarze dotyczące sytuacji na Ukrainie.

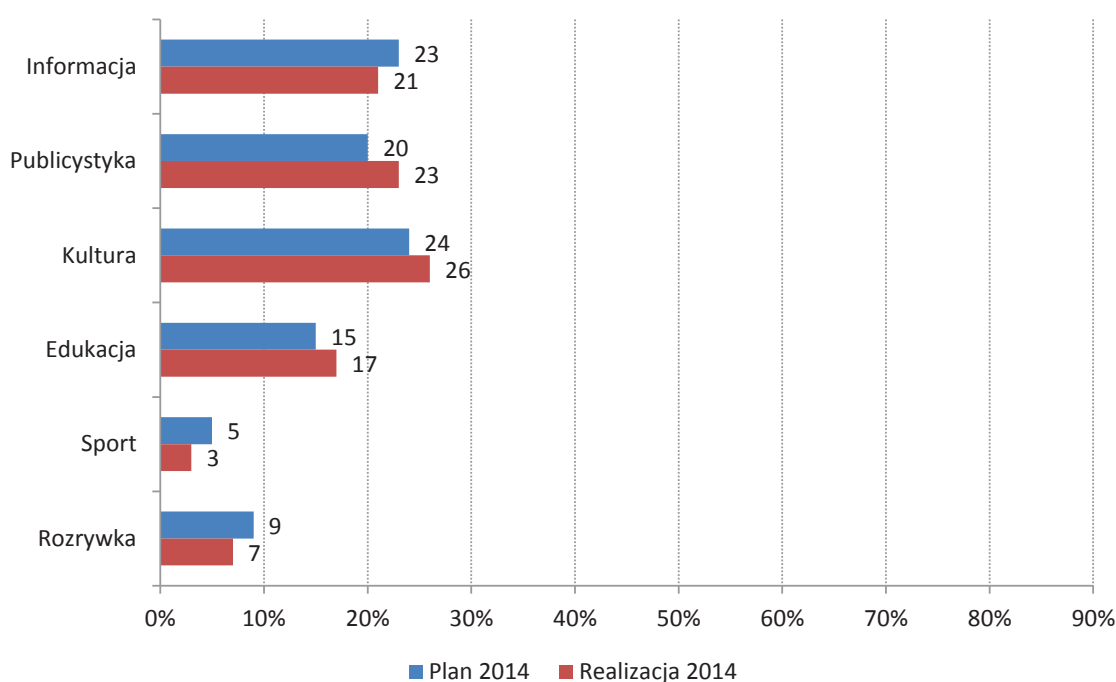
Program realizował również zadania w zakresie kultury. Omawiane w nim były aktualne wydarzenia w tej dziedzinie, prezentowano współczesne polskie nowości książkowe oraz klasykę literatury (polskiej i światowej). Obecne były reportaże, słuchowiska Teatru Polskiego Radia, a także nadawane od lat radionowełe (Matysiakowie, W Jezioranach). Nadawano również dzieła muzyki klasycznej z różnych epok, m.in. prezentowano interpretacje dzieł Fryderyka Chopina.

Program pełnił także funkcje edukacyjne. Przekazywano wiedzę oraz udzielano porad w różnych dziedzinach (prawa, ekologii, zdrowia, poprawności językowej, nauki i techniki oraz wpływu nowych osiągnięć technologicznych na życie człowieka).

Rozrywkę w tym programie tworzyła współczesna muzyka popularna. W dużej części były to prezentacje dorobku młodych wykonawców zarówno polskich jak i zagranicznych, w tym rozmowy o ich drodze zawodowej.

Pozytywnie należy ocenić fakt, że konstrukcja i zawartość Programu 1 uwzględniała potrzeby słuchaczy w różnym wieku – zarówno dzieci, młodzieży, jak i osób w średnim wieku oraz starszych. Udział poszczególnych kategorii w programie obrazuje wykres nr 23.

Wykres 23. Plany programowe Programie 1 PR SA i ich realizacja w 2014 roku

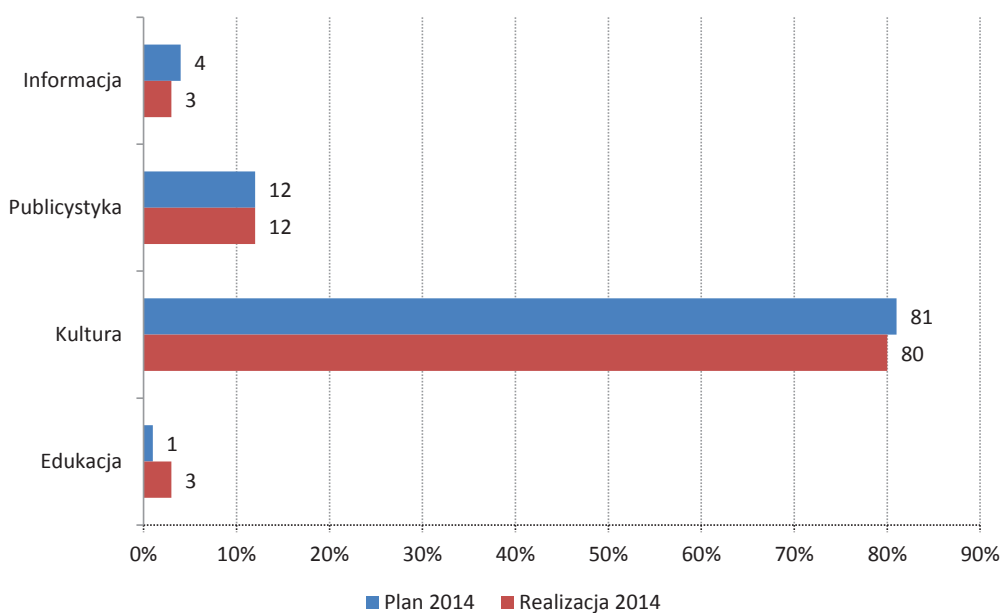


Nadawca realizował plan, choć nieco go zmodyfikował. Kierunek tych zmian należy ocenić pozytywnie bowiem wskazuje on, że zwiększył się udział w programie elementów służących debacie publicznej (wzrost udziału audycji publicystycznych o 193 godz.), audycji poświęconych wydarzeniom i problemom w kulturze (wzrost o 247 godz.). Wzrost dotyczył również edukacji (o 93 godz.), a w jej ramach audycji popularnonaukowych, poświęconych różnym dziedzinom nauki i techniki, w tym omawiających nowe technologie.

Program 2

Podobnie jak w latach poprzednich, zawartość tego programu wypełniała przede wszystkim problematyka dotycząca różnych dziedzin kultury wysokiej. Prezentowano i omawiano wydarzenia związane z literaturą (nowości na rynku wydawniczym, zarówno polskie, jak i zagraniczne, popularyzowanie czytelnictwa i znajomości utworów należących do klasyki literatury polskiej), teatrem (spektakle premierowe, dorobek ich twórców), filmem, a także różnymi rodzajami sztuk plastycznych. Zasadniczą zawartością programu była prezentacja utworów muzyki klasycznej, w mniejszym stopniu innych gatunków muzyki (jazz i muzyka etno). Transmitowano koncerty, m.in. z festiwali i wielkich imprez muzycznych, np. *Misteria Paschalia i Sacrum Profanum* w Krakowie, *Actus Humanus* w Gdańsku, *Wielkanocnego Festiwalu im. Beethovena* w Warszawie, koncerty z obchodów *Światowego Dnia Jazzu* (Zbigniewa Wodeckiego, Polskiej Orkiestry Radiowej i zespołu Mitch&Mitch). W ubiegłym roku poszerzono zawartość programu o elementy związane z ważnymi dla Polaków datami historycznymi: rocznicami wybuchu I i II wojny światowej, Powstania Warszawskiego oraz pierwszych wolnych wyborów w 1989 roku. Transmitowano m.in. koncert z okazji setnej rocznicy zamachu na arcyksięcia Ferdynanda. W związku z 25-leciem wolnej Polski przygotowano specjalny przegląd najciekawszych koncertów odbywających się w ciągu ostatnich dwóch dekad w Studiu im. Witolda Lutosławskiego.

Wykres 24. Plany programowe Programu 2 PR SA i ich realizacja w 2014 roku



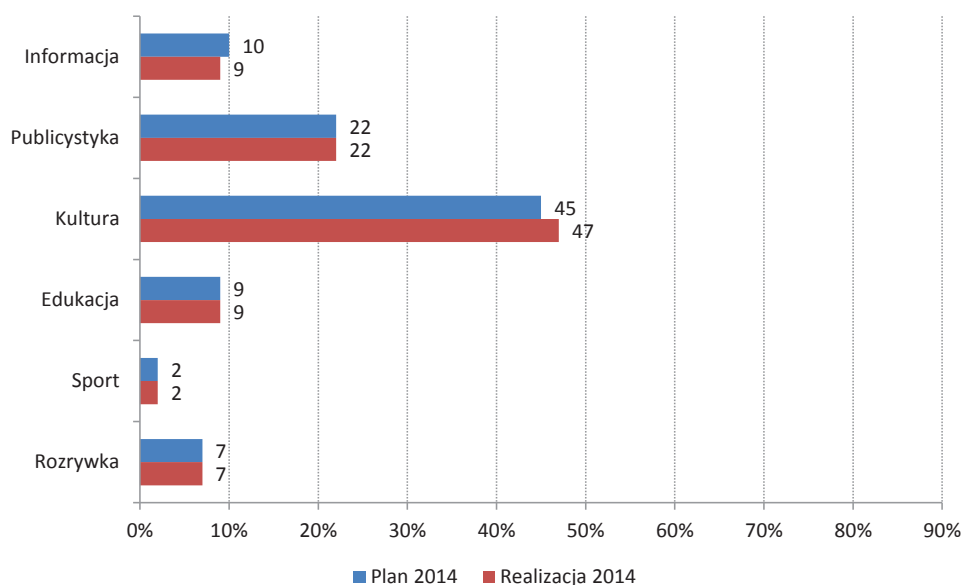
W Programie 2 realizowano plan programowy w formie uzgodnionej z KRRiT. Wartością dodaną w stosunku do planów było zwiększenie przez nadawcę udziału w programie edukacji koncentrującej się na kształtowaniu kompetencji odbiorczych w różnych sferach kultury oraz popularyzowanie aktywnego uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych (wzrost audycji edukacyjnych o 191 godz.).

Program 3

Program ten charakteryzowała wysoka jakość audycji poświęconych kulturze oraz pełniących funkcje rozrywkowe. Tworzyły je uznane i popularne osobowości radiowe, nadając tego typu audycjom wyjątkowy klimat. Nie były to wyłącznie audycje prezentujące popularną muzykę rozrywkową, ale także autorskie audycje edukacyjne przekazujące wiedzę o różnych gatunkach muzycznych, jej twórcach i wykonawcach. Prezentowano – obok muzyki pop w wykonaniu polskich i zagranicznych wykonawców - utwory muzyki rockowej (klasyczny rock oraz jego odmiany), utwory polskich artystów niszowych (np. Maria Peszek), muzykę elektroniczną (np. Electric Light Orchestra, Jean Michel Jarre) oraz blues i jazz (np. Anna Maria Jopek, Urszula Dudziak) i piosenkę aktorską (np. Marek Grechuta, Martyna Jakubowicz). W programie obecne były także inne formy rozrywkowe: felietony satyryczne oraz kabarety (zarówno premierowe, jak też archiwalne).

Część słowna programu miała charakter uniwersalny: jego strukturę budowały różne gatunki i rodzaje audycji. Nadawano informacje o bieżących wydarzeniach krajowych i międzynarodowych, przekazywano komentarze i opinie ekspertów, polityków. W programie obecne były także audycje edukacyjne i poradnicze koncentrujące się głównie na problematyce zdrowia (profilaktyka poprzez aktywny styl życia), audycje prezentujące współczesne utwory literackie (proza czytana na antenie przez znanych aktorów) oraz uwzględniające potrzeby religijne odbiorców. Udział poszczególnych kategorii ustawowych w programie obrazuje wykres nr 25.

Wykres 25. Plany programowe Programu 3 PR SA i ich realizacja w 2014 roku

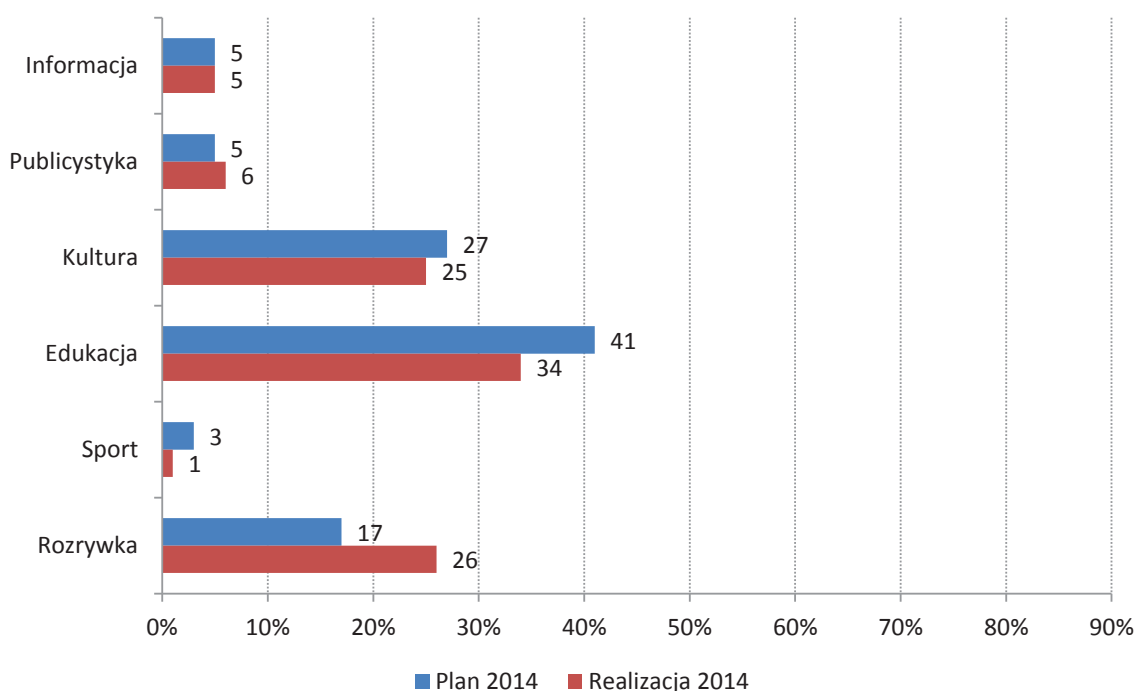


Plan programowy uzgodniony z KRRiT dla Programu 3 był realizowany. Wprowadzono niewielkie jego modyfikacje polegające na zwiększeniu udziału w programie audycji dotyczących wydarzeń i problemów w kulturze (o 170 godz.).

Program 4

Adresowany był do młodzieży. Wyróżniał go sposób prowadzenia programu (duża interaktywność ze słuchaczami, telefoniczna, poprzez SMS-y i FB) oraz format muzyczny (rock, muzyka elektroniczna i klubowa, disco, hip-hop). Nadawana muzyka pełniła w programie nie tylko rolę przerywnika, wypełniacza, ale również była egemplifikacją przekazywanej w audycjach wiedzy o muzyce (nowe gatunki i trendy w muzyce, sylwetki artystów, twórców). Program charakteryzowała duża różnorodność prezentowanych problemów, omawianych z punktu widzenia młodego adresata. Były to dyskusje o polityce, ekonomii i gospodarce oraz problemach społecznych (m.in. o rynku pracy i jego ofercie dla ludzi młodych). Edukacja w programie koncentrowała się m.in. na przekazaniu wiedzy o strukturach europejskich i sytuacji gospodarczej w krajach Unii Europejskiej, o nowych technologiach, upowszechnianiu wiedzy o języku polskim (głównie w zakresie poprawności językowej). Nadawano także – choć z niewielką częstotliwością – reportaże, m.in. uświadliwiające na niebezpieczeństwa w Internecie. Udział w programie poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 26.

Wykres 26. Plany programowe Programu 4 PR SA i ich realizacja w 2014 roku

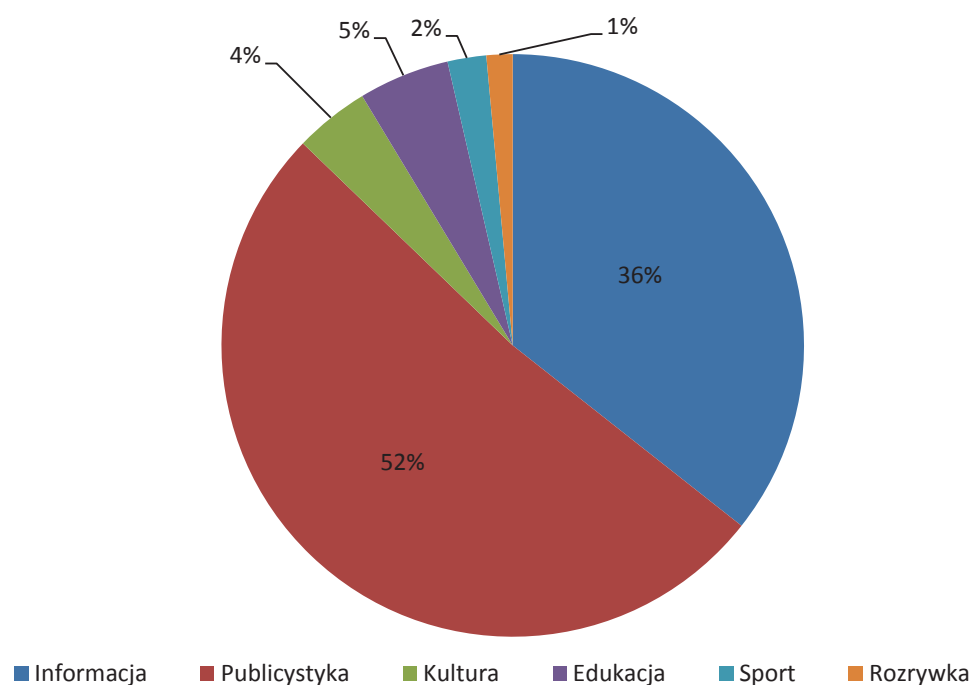


W programie 4 nie realizowano planu programowego w wersji uzgodnionej z KRRiT. Znacznie zwiększono w stosunku do planu udział audycji rozrywkowych (aż o 9 pkt. proc., tj. o 821 godz.). Nadano minimalnie więcej niż planowano audycji publicystycznych (zwiększono ich emisję o 135 godz.). Duża różnica pomiędzy planem a realizacją dotyczyła audycji edukacyjnych (nadano ich mniej niż planowano - o 7 pkt. proc., tj. aż o 602 godz.). Udział pozostałych kategorii audycji był niższy niż planowano o 2 pkt. proc. (audycji o kulturze nadano mniej o 196 godz., a dotyczących sportu – mniej o 150 godz.) lub był porównywalny w stosunku do planów (audycje informacyjne).

Polskie Radio dla Zagranicy

W ubiegłym roku przeprowadzono zmiany organizacyjne w funkcjonujących dotychczas redakcjach: zlikwidowano Redakcję Hebrajską (problematyka stosunków polsko-żydowskich przejęta została przez Redakcję Angielską) oraz Redakcję Niemiecką i Redakcję Polską. Został powołany Dział Koordynacji Multimedialnej, który zajmuje się m.in. realizacją serwisu informacyjnego oraz bloku informacyjno-publicystycznego w języku polskim, tworzonego z materiałów pozyskanych z programów ogólnopolskich Polskiego Radia. Zadaniem Działu Koordynacji Multimedialnej jest poszerzenie multimedialnych możliwości dotarcia do słuchaczy (aplikacje mobilne, radio internetowe, radio cyfrowe DAB+, radio naziemne oraz przekaz hybrydowy, Radio Vision). Od 1 listopada 2014 roku jedną, wielojęzyczną ramówkę zastąpiono dwoma całodobowymi ramówkami: zgodnie z jedną z nich program nadawany jest w języku angielskim, a zgodnie z drugą (pod nazwą Wschód) – w tym samym czasie- emitowane są audycje w języku rosyjskim (20 godzin dziennie), w języku białoruskim (2 godziny), w języku ukraińskim (30 minut) oraz w języku polskim (dwie 30 minutowe audycje). W IV kwartale ubiegłego roku prowadzono prace nad zmianami w zawartości portalu informacyjnego thenews.pl. – wzbogacono jego warstwę informacyjną, zwiększając częstotliwość aktualizacji publikowanych treści, a także rozszerzono ofertę tematyczną (głównie o analizy gospodarcze i finansowe). Przyspieszono również uruchomienie rosyjskojęzycznego portalu informacyjnego pod nazwą radiopolsha.pl. Rozbudowany został aktualny serwis gospodarczy, zorientowany na rozwój kontaktów biznesowych Polski z krajami WNP. Portal zintegrowany jest z Facebookiem i jego rosyjskojęzycznym odpowiednikiem Vkontakte. W ubiegłym roku audycje realizujące zadania ustawowe wypełniły cały program. Zwiększono, w porównaniu z 2013 r., udział publicystyki (o 13 pkt. proc.) oraz audycji edukacyjnych i sportowych (w każdej kategorii o 1 pkt. proc.). Niższy w porównaniu z 2013 r. był udział audycji informacyjnych (o 12 pkt. proc.), rozrywkowych (o 2 pkt. proc.) oraz poświęconych kulturze (mniej o 1 pkt. proc.).

Wykres 27. Struktura programu Polskiego Radia dla Zagranicy w 2014 roku



Program, podobnie jak w poprzednich latach, wyróżniał się bardzo wysokim udziałem słowa – stanowiło ono 94% rocznego programu.

Polskie Radio 24

Polskie Radio 24 nadawało w technologii DAB+ program wyspecjalizowany o charakterze muzyczno-informacyjno-publicystycznym. W 2014 r. można go było odbierać w Warszawie, Katowicach, Wrocławiu, Szczecinie, Łodzi i Opolu. Był dostępny również w Internecie. Jego celem było szybkie przekazywanie zarówno informacji o wydarzeniach krajowych i zagranicznych, jak też komentarzy i opinii eksperckich do tych wydarzeń. Program nie zawierał reklam. Miał charakter zgodny z określonym w koncesji. Oprócz bieżących informacji oraz treści społeczno-politycznych, podejmowano w nim tematykę dotyczącą kultury, gospodarki, sportu, nauki i religii. W przeważającej części zbudowany był z audycji słownych (83% czasu emisji), muzyka zajęła jedynie 15% dobowej emisji (nadawana głównie nocą; kompozycje jazzowe). Audycje premierowe wypełniły trzy czwarte jego zawartości, a pochodzące z innych programów Polskiego Radia (Programu 1 i 3) stanowiły jedynie 4%. Fakt ten należy ocenić pozytywnie, bowiem nadawca stworzył zupełnie nową ofertą w stosunku do pozostałych programów PR SA. Drugim elementem wartym podkreślenia jest to, że PR24 prezentuje ponadprzeciętny poziom warsztatu dziennikarskiego, jest programem dynamicznym, szybko reagującym na bieżące wydarzenia.

Polskie Radio Rytm

Program miał zgodnie z koncesją charakter wyspecjalizowany muzyczno-informacyjny. Niemal w całości wypełniony był muzyką. Większość nadanych utworów to nowości, w większości notowane na listach przebojów. Poza muzyką nadawano krótkie serwisy: informacje o bieżących wydarzeniach, sportowe, ekonomiczne (m.in. kursy walut, ceny paliw) oraz informatory o imprezach i wydarzeniach w kulturze (koncerty, wystawy, spektakle, nowości filmowe).

Działalność pozaantenowa spółki

Polskie Radio w 2014 r. było aktywne pozaantenowo w kilku obszarach: były to działania związane z popularyzacją nauki – po raz kolejny wspólnie z Centrum Nauki Kopernik, Polskie Radio było organizatorem 18. Pikniku Naukowego na Stadionie Narodowym. To największa w Europie impreza popularyzująca naukę, w której swoje osiągnięcia prezentowało 220 instytucji z 15 krajów świata, a odwiedziło ją ponad 100 tysięcy osób.

Dużym przedsięwzięciem było Lato z Radiem 2014, w ramach którego zorganizowano 20 wakacyjnych koncertów polskich gwiazd muzycznych. Mieszkańcy wielu miast (większych i mniejszych) mieli możliwość nieodpłatnego uczestnictwa w koncertach i spotkaniach z popularnymi twórcami, i wykonawcami.

Aktywność pozaantenowa spółki dotyczyła także popularyzacji ważnych wydarzeń historycznych: jubileuszu wolnych wyborów (konferencja *Archiwa Przełomu 1989-1991 – Przedsiónek Wolności między Okrągłym Stołem, a wyborami 4 czerwca 1989*), rocznicy II wojny światowej i Powstania Warszawskiego (konferencja naukowa *Polskie Radio w czasie II wojny światowej* oraz wystawa *A muzyka wciąż grała... Polskie Radio 1939*, wspólnie z Narodowym Centrum Kultury). Polskie Radio było współorganizatorem Warszawskiego Pikniku Archiwalnego oraz XVII Festiwalu Nauki.

Polskie Radio objęło patronatem 785 wydarzeń z różnych dziedzin: nauki, edukacji, kultury i sztuki, gospodarki i ekonomii.

Pozycja na rynku Polskiego Radia SA

Dane o wskaźnikach słuchalności programów radiowych pochodzą z badania audytorium radia *Radio Track* Millward Brown zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat w okresie styczeń – grudzień 2014 r. Wskaźniki wykorzystane w opracowaniu to:

- **Udział** programu/grupy programów **w czasie słuchania**: stosunek całkowitego czasu, jaki słuchacze poświęcili na słuchanie określonego programu radiowego/grupy programów do całkowitego czasu słuchania wszystkich objętych badaniem programów radiowych.
- **Zasięg dzienny** w %, inaczej wielkość audytorium: odsetek osób w danej populacji, które słuchały programu przynajmniej raz w ciągu dnia.
- **Dobowy czas słuchania**: średni czas, jaki w ciągu doby respondenci przeznaczali na słuchanie programu.

Tabela 4. Wskaźniki słuchalności w 2014 r. programów Polskiego Radia SA

	Udział w czasie słuchania (%)	Zasięg dzienny w %	Dobowy czas słuchania
Program 1 PR SA	10,4	10,8	3:08:52
Program 2 PR SA	0,5	0,8	2:07:24
Program 3 PR SA	7,2	7,4	3:12:01
Program 4 PR SA	0,5	0,7	2:20:03
ŁĄCZNIE	18,6	17,9	3:25:05

Programy Polskiego Radia SA, miały łącznie 18,7% udziału w czasie słuchania. Wskaźnik ten był o 0,2 pkt. proc. mniejszy niż przed rokiem, a więc zmiana była niewielka. Również nieznacznie – o 0,2 pkt. proc. – zmniejszył się zasięg dzienny tych programów. Najpopularniejszym z programów ogólnopolskich Polskiego Radia był Program 1 osiągając 10,4% udziału w czasie słuchania.

Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. abonament pokrył 72% kosztów zadań misyjnych Polskiego Radia i był dla spółki podstawowym źródłem finansowania. Z opłat abonamentowych spółka finansowała tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, Studio Reportażu, Teatr Polskiego Radia, portal mojepolskieradio.pl, Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim, tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych nadawanych w standardzie DAB+, Piknik Naukowy oraz koszty rozpowszechniania programu Polskie Radio dla Zagranicy. Koszty działalności misyjnej poniesione przez Polskie Radio przedstawia tabela nr 5.

Tabela 5. Koszty działalności misyjnej Polskiego Radia SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, z tego:	165 398	72,3%
– Program 1	58 157	25,4%
– Program 2	42 244	18,5%
– Program 3	40 966	17,9%
– Program 4	24 031	10,5%
2. Koszty praw autorskich i pokrewnych programów ogólnokrajowych	16 138	7,1%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie Radia dla Zagranicy	15 018	6,6%
– w tym koszty rozpowszechniania	2 170	1,0%
4. Rozpowszechniania programów rozpowszechnianych w standardzie DAB+	915	0,4%
5. Tworzenie programów wyspecjalizowanych:		
– PR 24	9 489	4,2%
– Radio Rytm	2 593	1,1%
– Radio dla dzieci (prace przygotowawcze)	18	0,01%
6. Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim	6 273	2,7%
7. Portal mojepolskieradio.pl	9 467	4,1%
8. Teatr Polskiego Radia	934	0,4%
9. Polska Orkiestra Radiowa – koncerty	688	0,3%
10. Pozostałe koszty misji (w tym: Piknik Naukowy Studio Reportażu i Dokumentu)	1 794	0,8%
Koszty misji ogółem	228 725	100,0%

W Polskim Radiu odnotowano spadek kosztów działalności misyjnej – o 5,2%, w stosunku do wykonania 2013 roku (241,3 mln zł).

Wykorzystanie wpływów z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 6.

Tabela 6. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Polskiemu Radiu SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	164 000	163 600
1. Tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych – Program 1, Program 2, Program 3 i Program 4, z tego:	140 509	140 509
1) koszty zadań programowych w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki (łącznie z kosztami praw autorskich i pokrewnych)	105 159	105 159
2) rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych	35 350	35 350
2. Koszty bezpośrednie rozpowszechniania programu dla odbiorców za granicą – Radio dla Zagranicy	2 400	2 041
3. Radiowe Centrum Nadawcze PR w Solcu Kujawskim	5 000	4 959
4. Emisja cyfrowa DAB+	10 008	10 008
5. Portal mojepolskieradio.pl	6 000	6 000
6. Piknik Naukowy	4	4
7. Studio Reportażu i Dokumentu	46	46
8. Teatr Polskiego Radia	33	33

Wpływy abonamentowe przekazane Polskiemu Radiu SA były o 6 mln zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie planowanych oraz wprowadzenie nowych audycji w programach ogólnokrajowych.

Środki abonamentowe pokrywały 63% kosztów działalności spółki ogółem.

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO



Radio Białystok SA

W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd:

Władysław Prochowicz – prezes

Rada Nadzorcza:

Joanna Salachna – przewodnicząca

Maria Niedźwiecka – wiceprzewodnicząca

Monika Wróblewska (MSP w porozumieniu z MKiDN) – sekretarz

Robert Ciborowski, Piotr Fiedorczyk – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 395 z dnia 30 października 2012 r.):

Mirosław Hanusz (KRRiT) – przewodniczący

Joanna Tomalska (PO) – wiceprzewodnicząca

Andrzej Romańczuk (KRRiT) – sekretarz

Grażyna Serafin (KRRiT), Magdalena Godlewska-Siwerska (KRRiT), Andrzej Ciszewski (KRRiT), Leszek Cieślik (PO), Szczepan Barszczewski (PO), Robert Winnicki (PO), Adam Dębski (PiS), Rafał Rudnicki (PiS), Władysław Jagiełło (PSL), Marcin Szczudło (Solidarna Polska), Krzysztof Matys (Ruch Palikota), Bartosz Wojda (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Białystok SA

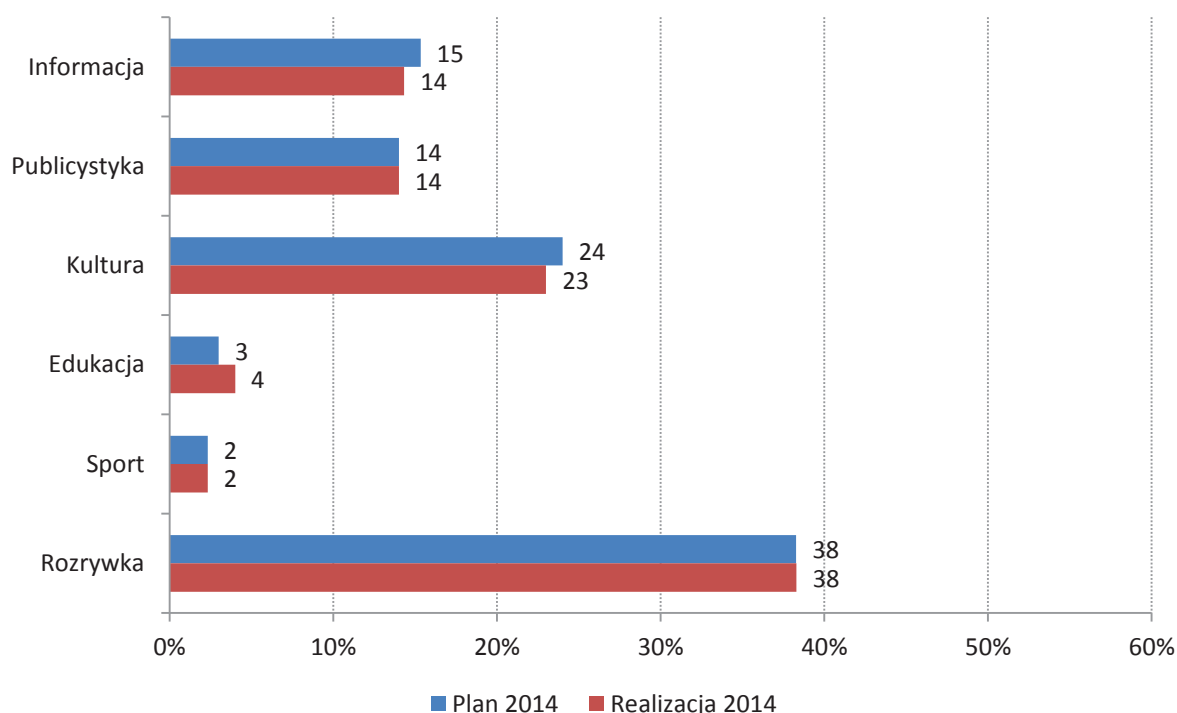
Pokrycie ludnościowe:	1 318 545 osób	3,41 %
Pokrycie powierzchniowe:	15 759,8 km ²	5,04 %

Działalność programowa

Spółka realizowała plany uzgodnione z KRRiT. Nadawca wprowadził niewielkie modyfikacje, które polegały na skróceniu czasu trwania audycji w kategorii informacja i kultura na rzecz zwiększenia wymiaru czasowego audycji edukacyjnych.

W programie Radia Białystok przedsięwzięcia dotyczące ustawowych zadań misyjnych miały wysoki udział – zajmowały niemal cały roczny program (96% rocznego czasu nadawania). Program miał charakter uniwersalny: realizował różnorodne zadania: informował o aktualnych wydarzeniach społecznych, gospodarczych, politycznych w kraju i na świecie oraz stwarzał możliwość debaty publicznej różnym środowiskom (politykom, związkom zawodowym, związkom pracodawców, organizacjom pożytku publicznego, kandydatom w wyborach do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego), prowadził edukację w różnych dziedzinach (m.in. historia, tradycja i kultura regionu, nowe technologie, upowszechnianie wiedzy o języku polskim, kształtowanie postaw prozdrowotnych, kształcenie kompetencji w zakresie odbioru treści), zachęcał do uprawiania sportu amatorskiego (zarówno dorosłych, jak też dzieci i młodzież) oraz informował o wydarzeniach w sporcie zawodowym. Znaczącą część programu zajmowała rozrywka, którą stanowiła muzyka, realizowana m.in. w formie autorskich audycji muzycznych, w których prezentowano różne gatunki muzyczne, ich twórców i wykonawców. Udział w rocznym programie poszczególnych ustawowych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 28.

Wykres 28. Plan programowy Radia Białystok SA i jego realizacja w 2014 r.



Ważnym elementem programu była problematyka dotycząca regionu. Sposób realizacji tematów z tego zakresu był interesujący – nadawca wykorzystywał do tego celu różne gatunki radiowe, dbał o dobór gości – ekspertów z różnych dziedzin, stwarzając tym samym słuchaczom możliwość pozyskania jak najgłębszej wiedzy o problemach prezentowanych na antenie. Udział audycji dotyczących tematyki regionalnej był wysoki i stanowił 37% rocznego czasu nadawania.

Należy podkreślić, że w programie były obecne wszystkie elementy programu preferowane przez KRRiT. Ich udział był zróżnicowany. Dominowały audycje tworzone specjalnie dla młodzieży. Zajęły one 727 godz. rocznego programu. Były to przede wszystkim audycje edukacyjne i poświęcone kulturze. Zawierały tematykę związaną z nauką (głównie osiągnięcia i wynalazki polskich młodych badaczy), nowymi technologiami (w tym cyfryzacja, nowe media) oraz problematyką istotną dla młodych, dotyczącą możliwości kształcenia i rynku pracy (planowania kariery zawodowej, możliwości zatrudnienia, sposobów poszukiwania pracy). Podejmowano również tematy dotyczące okresu dojrzewania (głównie związane z problemami emocjonalnymi, nieśmiałością, relacjami w rodzinie i z rówieśnikami). W ofercie związanej z kulturą, adresowanej do tej grupy odbiorców, nadawano recenzje i omówienia nowych produkcji filmowych (m.in. aktualnie wchodzących na ekrany kin w regionie) oraz prezentowano dorobek filmowy młodych adeptów tej sztuki pochodzących z Podlasia.

Radio Białystok, podobnie jak w latach poprzednich, kontynuowało w 2014 r. popularyzowanie radiowych form udratyzowanych. Nadawano słuchowiska, reportaże (artystyczne i interwencyjne) oraz dokumenty. Zajęły one w ciągu roku 69 godz. programu. Częstotliwość nadawania tych form była wysoka – dwukrotnie w tygodniu, w cyklu *Radiowy Teatr Sensacji*, emitowano słuchowisko o tematyce kryminalnej. Z taką samą częstotliwością nadawane były reportaże dotyczące regionalnych problemów społecznych oraz audycje dokumentalne prezentujące historię regionu (miejsca, ludzi i wydarzenia).

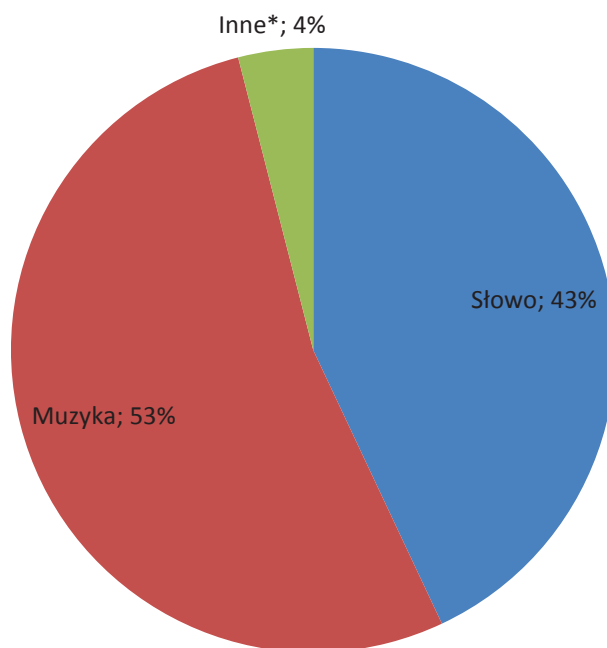
W programie obecne były także audycje służące edukacji obywatelskiej, w szczególności poświęcone wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego. Nadawca w ramach tej oferty emitował zarówno audycje obligatoryjne (tworzone przez komitety wyborcze), jak również audycje własne. Udział audycji obligatoryjnych był zgodny z wymaganiami prawa w tym zakresie, natomiast audycje własne zajęły 36,5 godz. w rocznym programie. Były to przede wszystkim audycje edukacyjne: zarówno debaty wyborcze (prezentujące kandydatów i ich programy), jak też poradniki (informujące o zasadach głosowania, kompetencjach wybieranych organów). Nadawano także tzw. audycje profekwencyjne, w których podkreślano wagę uczestnictwa w demokratycznych procesach wyborczych i w związku z tym zachęcano do udziału w głosowaniu.

Radio Białystok, mając w zasięgu swego nadawania odbiorców należących do różnych mniejszości narodowych, każdego roku uwzględnia w swojej ofercie potrzeby tych grup. W 2014 r. przeznaczyło na audycje adresowane do mniejszości rosyjskiej, litewskiej, białoruskiej i ukraińskiej 287 godzin, co oznacza, że w każdym tygodniu tego typu audycje zajmowały 5,5 godz. Były to głównie magazyny o charakterze informacyjno-publicystycznym, omawiające bieżące wydarzenia i problemy tych grup odbiorców, tworzone w językach tych mniejszości.

Spółka uczestniczyła także we wspólnym projekcie *Przebojem Na Antenę*, realizowanym przez większość rozgłośni regionalnych. Celem tego przedsięwzięcia była pomoc i wsparcie młodych utalentowanych muzyków, pochodzących z różnych regionów. Podsumowaniem projektu było wydanie płyty, jej promocja i dystrybucja.

Należy podkreślić, że Radio Białystok od 2013 r. utrzymuje wysoki udział słowa w programie – 43% rocznej emisji. Muzyka zajęła nieco ponad połowę tego czasu. Nadawano głównie gatunki współczesnej muzyki rozrywkowej. Ponadto, rozgłośnia, jako jedna z niewielu w Polsce, prezentowała w ramach oferty muzycznej utwory muzyczne i słowno-muzyczne przeznaczone dla mniejszości zamieszkujących w zasięgu nadawania programu.

Wykres 29. Udział słowa i muzyki w programie Radia Białystok w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio Białystok SA działalność pozaantenową koncentrowało na organizowaniu lub współorganizowaniu wydarzeń aktywizujących mieszkańców dużych miast Podlasia do uczestnictwa w kulturze. Dla dzieci z woj. podlaskiego i warmińsko-mazurskiego, przeprowadzono (wspólnie z Regionalną Dyрекcją Lasów Państwowych oraz instytucjami oświatowymi i samorządowymi) konkurs literacko – plastyczny pamięci Simony Kossak. Uczestnicy (108 uczniów z 28 placówek) przygotowali opowiadanie o tematyce przyrodniczej, zwłaszcza o relacjach ze zwierzętami, wzbogacane własnoręcznie wykonaną ilustracją.

Dla upamiętniania postaci Wiesława Szymańskiego – poety i zasłużonego dziennikarza Radia Białystok (zmarł w 2013 r.), Radio Białystok zorganizowało dla słuchaczy dwa konkursy – muzyczny oraz debiutów literackich. Uczestnicy (wykonawca, zespół) zgłaszali własną aranżację muzyczną do wybranego wiersza poety lub prezentowali własne utwory literackie.

Radio Białystok i miasto Augustów po raz dziewiętnasty zorganizowały popularną w Augustowie letnią zabawę: *Co ma pływać nie utonie – XIX Mistrzostwa Polski w Augustowie w Pływaniu na byle czym z Polskim Radiem Białystok*. W zawodach uczestniczyło 25 załóg, walczących o puchar Prezesa Radia Białystok. Imprezie towarzyszyły koncerty muzyczne.

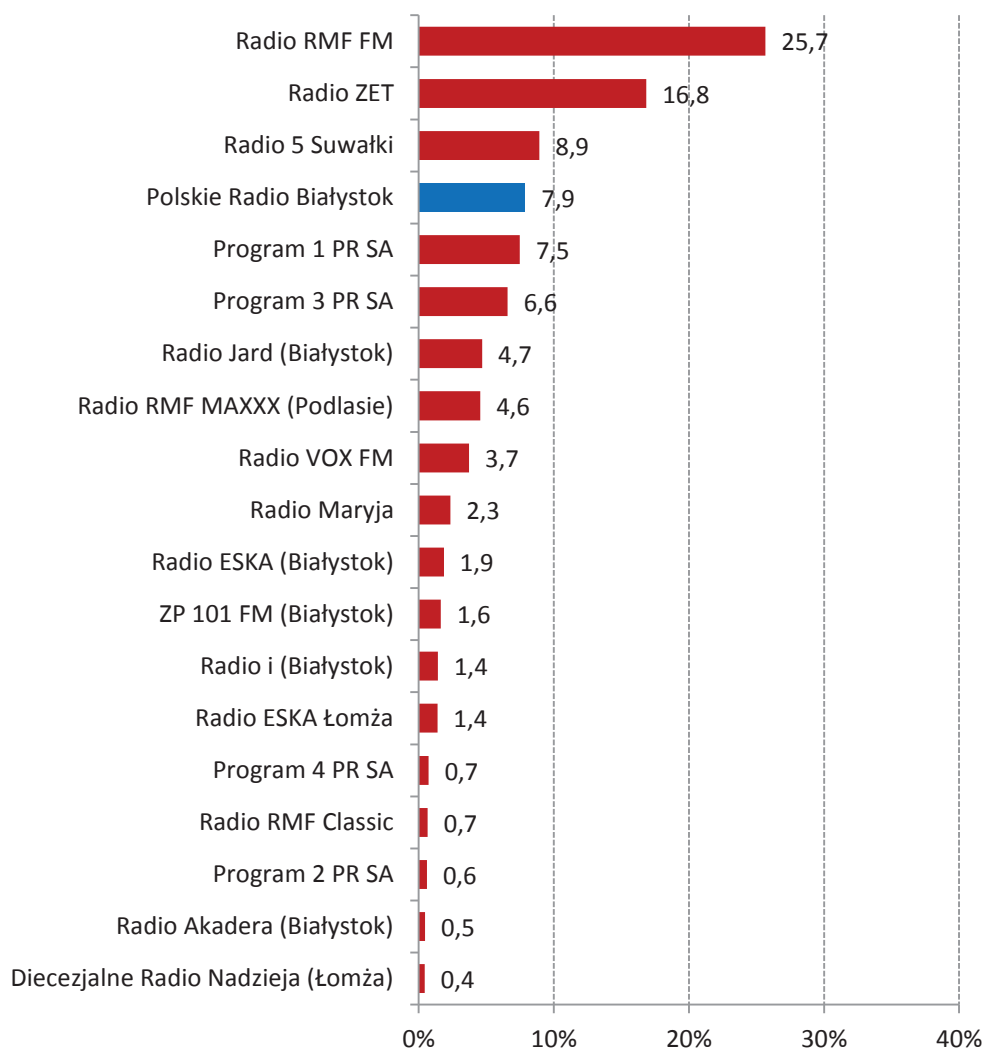
Rozgłośnia wspólnie z Białostockim Ośrodkiem Kultury, po raz drugi zorganizowała dla mieszkańców, na Rynku Kościuszki w Białymstoku, koncert na pożegnanie wakacji: *Białystok – Miasto Dobrej Muzyki* – w którym brały udział zespoły i wykonawcy zarówno regionalni, jak również inni znani w kraju.

Radio Białystok objęło swym patronatem różnorodne wydarzenia regionalne: sportowe (*Netta Cup* w Augustowie – skoki narciarskie, *Necko Endurance* w Augustowie- łódki motorowodne, *Białystok biega*), związane z tradycją i kulturą ludową Wschodu (*Białoruski Festiwal Folkowy* w Gródku, *Festiwal Młodzieży Młodej Białorusi – Basowiszcz*, *Podlaska Oktawa Kultur*, *Święto Chleba* w Ciechanowcu) oraz muzyczne (m.in. *Blues Festival* w Suwałkach).

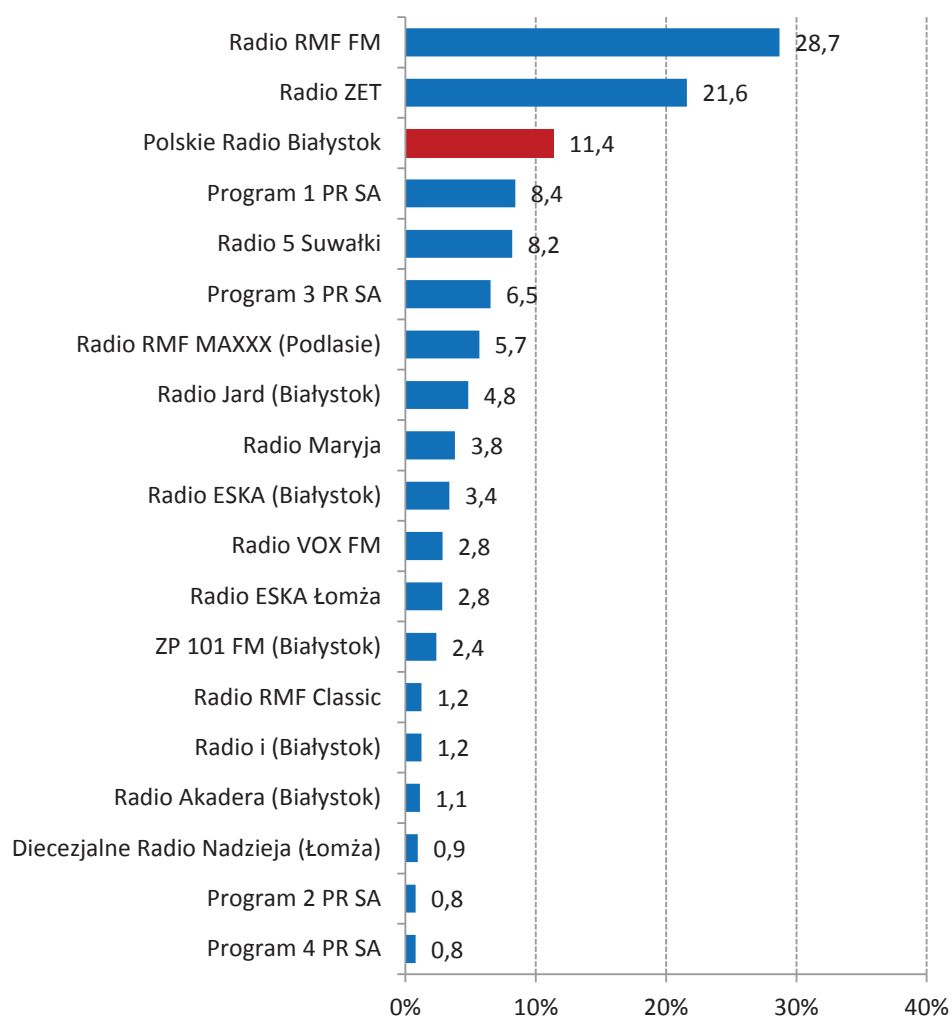
Pozycja Radia Białystok SA na rynku radiowym w województwie podlaskim

Radio Białystok zajmowało w ubiegłym roku dobrą pozycję zarówno pod względem udziału w czasie słuchania radia, jak też zasięgu dziennym wśród programów dostępnych w woj. podlaskim. W stosunku do 2013 r. spółka uzyskała w 2014 r. porównywalne wyniki zarówno w udziale w czasie słuchania, jak również w zasięgu dziennym.

Wykres 30. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa podlaskiego w 2014 r.



Wykres 31. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa podlaskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. abonament pokrył 89% kosztów zadań misyjnych Radia Białystok. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 7.

Tabela 7. Koszty działalności misyjnej Radia Białystok SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 024	83,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	824	8,6%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	743	7,7%
Koszty misji ogółem	9 591	100,0%

Koszty działalności misyjnej Radia Białystok odnotowane w 2014 roku były niższe o 1,7% w stosunku do zrealizowanych w 2013 r. (9 761 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 8.

Tabela 8. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Białystok SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 521	8 230
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 624	6 624
<i>w tym: audycje preferowane</i>	325	325
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	796	796
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	810	810
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0
5. Zadania inwestycyjne:		
– system transmisji	100	0
– archiwizacja i digitalizacja	61	0
– budowa systemu integracji usług dodatkowych	100	0

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Białystok w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie tworzenia audycji zaplanowanych w programie.

Środki abonamentowe pokrywały 74% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Pomorza i Kujaw SA (Bydgoszcz)

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Michał Jagodziński – prezes

Rada Nadzorcza

Roman Bäcker – przewodniczący

Jan Montowski – wiceprzewodniczący

Sylwester Bejger – sekretarz

Kazimierz Kozłowski (MSP w porozumieniu z MKiDN), Jolanta Kuligowska-Roszak, Mieczysław Naparty – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 396 z dnia 30 października 2012 r.):

Grzegorz Kaczmarek (PO) – przewodniczący

Marcin Czyżniewski (PO) – wiceprzewodniczący

Katarzyna Rodziewicz (KRRiT) – sekretarz

Anna Nowak-Anioła (powołana uchwałą KRRiT nr 194/2014 z 1 kwietnia 2014 r. w związku z rezygnacją p. Janiny Jankowskiej), Maciej Krzeziński (KRRiT), Teresa Stępień-Nowicka (KRRiT), Dominika Gościńska (KRRiT), Zbigniew Ostrowski (PO), Marek Kornacki (PO), Bogdan Ściesiński (PiS), Karol Wojtasik (PiS), Krzysztof Niesłuchowski (PSL), Sławomir Młodzikowski (Solidarna Polska), Paweł Korzystański (Ruch Palikota), Janusz Borkowski (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Pomorza i Kujaw SA

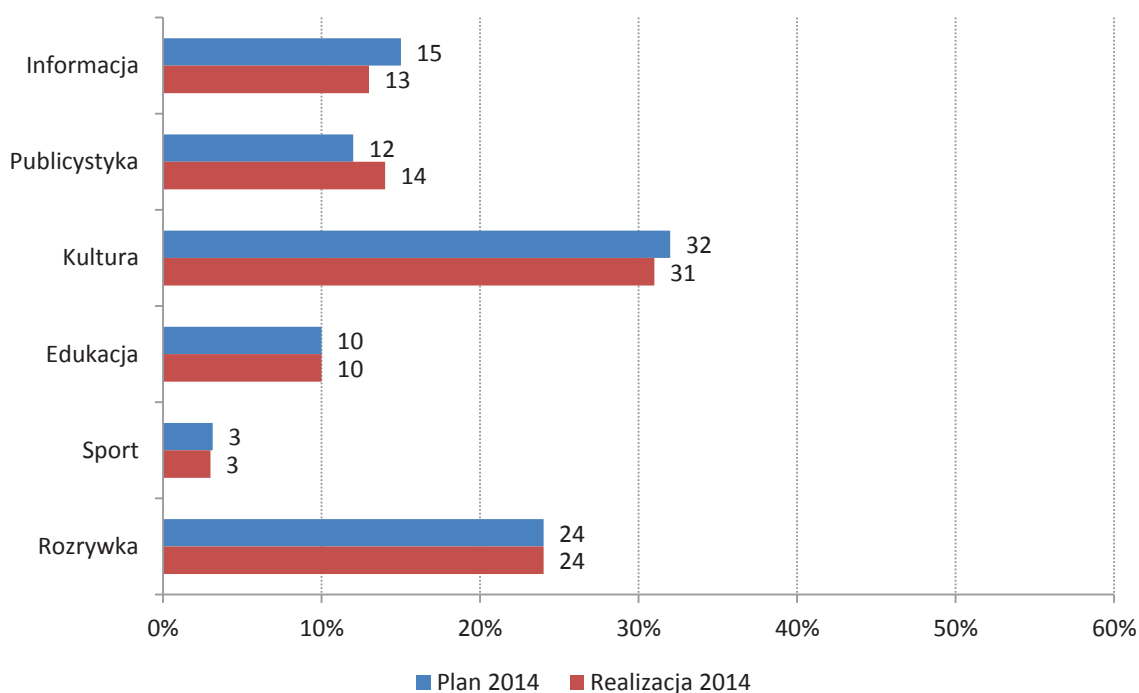
Pokrycie ludnościowe:	2 185 287 osób	5,65 %
Pokrycie powierzchniowe:	18 549,1 km ²	5,88 %

Działalność programowa

Nadawca generalnie realizował plan uzgodniony z KRRiT. Wprowadził jednak niewielkie modyfikacje: zmniejszył czas trwania audycji informacyjnych i dotyczących kultury, jednocześnie przeznaczył ten czas na zwiększenie udziału publicystki wyborczej.

Udział audycji realizujących zadania ustawowe był wysoki – wypełniały niemalże cały roczny program (stanowiły 95%). Oferta zawierała audycje uwzględniające zainteresowania i potrzeby wielu grup odbiorców. W programie wykonywano zadania w zakresie informacji (nadając dzienniki zawierające głównie bieżące informacje regionalne, ale też rangi ogólnokrajowej, informatory użytkowe dla mieszkańców regionu: m.in. prognoza pogody, sytuacja na drogach). Radio PiK było również miejscem debaty publicznej organizowanej w różnych formach (wywiady, debaty, komentarze m.in. ekspertów) i dla różnych środowisk: polityków, związków zawodowych, związków pracodawców, organizacji pożytku publicznego, a w czasie kampanii do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego także dla kandydujących w tych wyborach. W programie prowadzono także edukację zarówno w zakresie upowszechniania wiedzy o języku polskim i zdrowego odżywiania wiedzy o mediach i rynku medialnym oraz nowych technologii. Dużą część programu (1/3) poświęcono kulturze – jak też prezentacji dzieł, problemom i wydarzeniom. Należy podkreślić, że w 2014 r. tematyka dotycząca kultury miała największy udział w tym programie, zarówno w jego wymiarze regionalnym, jak też ogólnokrajowym. Program pełnił również funkcje rozrywkowe, głównie poprzez nadawaną muzykę różnych gatunków (przede wszystkim popularnych wśród młodzieży, ale także miłośników muzyki klasycznej i zainteresowanych muzyką ludową).

Wykres 32. Plan programowy i jego realizacja w 2014 r. w Radiu Pomorza i Kujaw SA



Niemal 40% rocznej emisji programu zajęły treści słowne dotyczące problematyki regionalnej. Były to zarówno bieżące informacje, publicystyka (głównie realizowana w formie debat), audycje edukacyjne, reportaże i audycje dokumentalne dotyczące m.in. historii, kultury i tradycji regionu, problemów społecznych. Na bieżąco informowano także o wynikach rozgrywek sportowych lokalnych zespołów z różnych dyscyplin.

Pozytywnie należy ocenić wysoki udział elementów programu preferowanych przez KRRiT, w szczególności form udratyzowanych. Teatr radiowy, słuchowisko, dokument i reportaż artystyczny zajęły aż 782 godz. Podobnie jak w latach poprzednich, raz w miesiącu, nadawany był teatr radiowy (14,5 godz. w roku), a raz w tygodniu słuchowiska i bajki dla dzieci (12,5 godz. w roku). Nadawano także reportaże artystyczne i dokumenty poświęcone problematyce społecznej (w dwóch cyklach – raz i pięć razy w tygodniu), kulturze (raz w tygodniu). W celu prezentacji form udratyzowanych wykorzystywano również własne zasoby archiwalne.

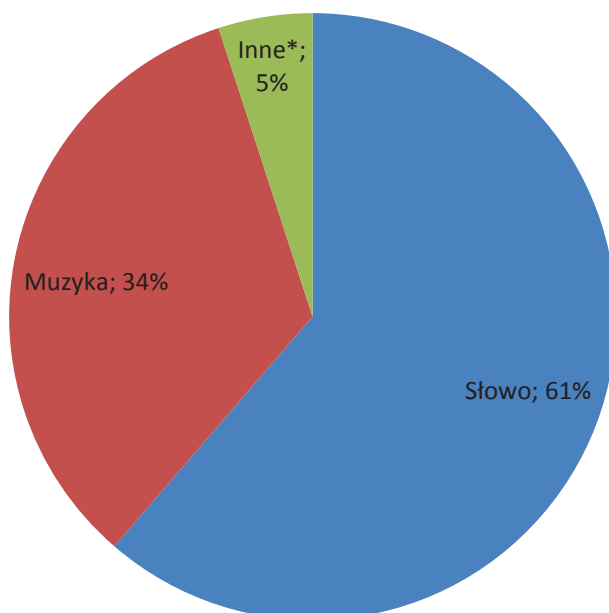
Oferta adresowana do młodzieży zajęła 86 godz. i była to głównie edukacja skoncentrowana na problemach i przyszłości zawodowej młodych ludzi. Do tej grupy odbiorców adresowane były także audycje popularyzujące nowe technologie oraz upowszechniające wiedzę o języku polskim, w tym o poprawności językowej.

Część rocznego programu (60 godz.) zajęła edukacja obywatelska, w dużej mierze poświęcona problematyce wyborczej. Nadawca – obok audycji obligatoryjnych – tworzył również własną ofertę: audycje informacyjne, publicystyczne, edukacyjne i poradniczo-instruktażowe poświęcone wyborom do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego. Słuchaczom Radia PiK przekazywano również wiedzę z różnych dziedzin prawa (cywilnego, rodzinnego, prawa pracy, podatkowego, itp.) oraz udzielano porad w zakresie interpretacji konkretnych przepisów.

Radio PiK realizowało również projekty z dwoma rozgłośniami regionalnymi. Z Radiem Białostok spółka współorganizowała konkurs Przebojem na antenę, promujący młodych regionalnych twórców i wykonawców muzycznych. Natomiast z Radiem Merkury realizowano przedsięwzięcie medialno-edukacyjne na temat Polaków zamordowanych na ziemiach wcielonych do III Rzeszy.

Program nadawany w 2014 roku był bogaty w treści, zawierał wysoki udział audycji słownych (stanowiły one 61% rocznego czasu nadawania). Oferta muzyczna (zajęła 34% rocznego programu) była bardzo zróżnicowana: obok współczesnej muzyki popularnej nadawano także stałe codzienne cykle z muzyką klasyczną i cotygodniowe z muzyką ludową.

Wykres 33. Udział słowa i muzyki w programie Radia Pomorza i Kujaw w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Rozgłośnia od kilku lat jest organizatorem *Międzynarodowego Konkursu Artystycznych Form Radiowych* oraz *Warsztatów Sztuki Radiowej Grand PiK*. W 2014 roku do konkursu zgłoszono kilkadziesiąt utworów (słuchowiska, reportaże, audycje publicystyczne, dokumenty i tzw. formy eksperymentalne), przygotowane zarówno przez twórców-dziennikarzy związanych z mediami publicznymi, jak też komercyjnymi, twórców niezależnych i podmioty zagraniczne. Utwory zgłoszone do konkursu umieszczano w sieci i dzięki temu prace były oceniane przez szeroką publiczność, która wybierała swojego faworyta. Konkursowi towarzyszyły warsztaty sztuki radiowej.

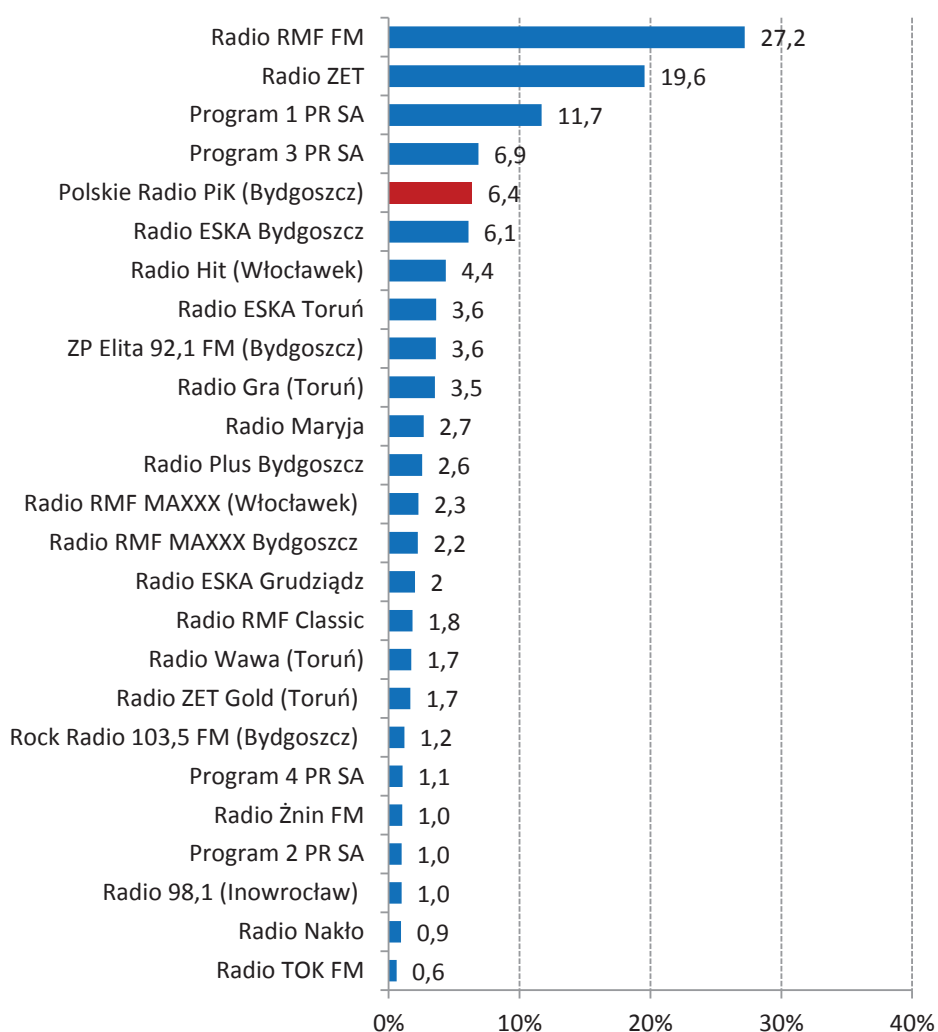
Spółka obejmowała swoim patronatem wydarzenia z różnych dziedzin m.in.: popularyzujące osiągnięcia nauki i techniki (*Bydgoski Festiwal Nauki, Centrum Nowoczesności Młyn Wiedzy*), kulturę, w tym kulturę ludową (*Spotkania z Folklorem Kujaw i Ziemi Dobrzyńskiej, Festiwal Chleba i Soli, XV Chełmiński Jarmark Jaszczurczy i Międzynarodowe Spotkania z Folklorem*), popularyzujące sport (*Mistrzostwa Świata w Akrobacji Szybowcowej, Mistrzostwa Polski w Nordic Walking, Festiwal Sterna Bydgoszcz*), rolnictwo i kuchnię regionalną (*Festiwal Smaku, Święto Śliwki, Pokazy Polowe*) oraz prezentujące organizacje pozarządowe (*II Bydgoski Festiwal Organizacji Pozarządowych*).

Radio Pomorza i Kujaw prowadziło także działania pozaantenowe skupione wokół promocji radia cyfrowego, m.in. na Rynku Staromiejskim w Toruniu przekazano mieszkańcom Torunia i okolic kilkadziesiąt sztuk radioodbiorników cyfrowych.

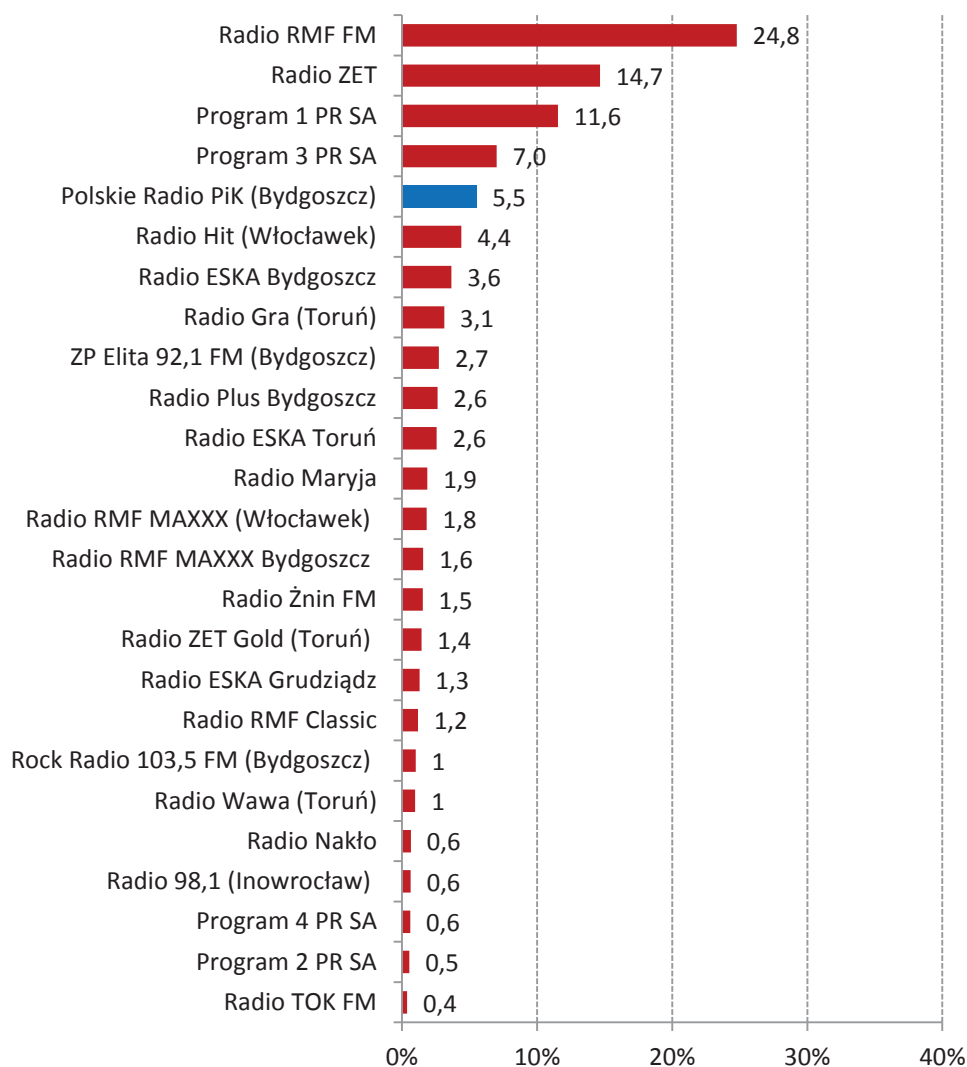
Pozycja Radia PiK na rynku radiowym w województwie kujawsko-pomorskim

W stosunku do 2013 r. Radio PiK utrzymało pozycję na rynku regionalnym zarówno pod względem udziału w czasie słuchania, jak również udziału w zasięgu dziennym.

Wykres 34. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego w 2014 r.



Wykres 35. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. abonament pokrył 89% kosztów zadań misyjnych Radia Pomorza i Kujaw. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 9.

Tabela 9. Koszty działalności misyjnej Radia Pomorza i Kujaw SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	7 910	81,9%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 599	16,6%
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,3%
4. Udostępnianie i digitalizacja materiałów archiwalnych mediów publicznych	114	1,2%
Koszty misji ogółem	9 653	100,0%

Koszty misji, które Radio Pomorza i Kujaw poniosło w 2014 roku, były niższe o 10,3% od odnotowanych w 2013 r. (10 758 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 10.

Tabela 10. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Pomorza i Kujaw SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 613	8 613
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 839	6 839
<i>w tym: audycje preferowane</i>	<i>569</i>	<i>569</i>
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 627	1 627
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
4. Udostępnianie i digitalizacja materiałów archiwalnych mediów publicznych	117	117

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Pomorza i Kujaw w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji informacyjnych, publicystycznych i edukacyjnych w programie regionalnym.

Środki abonamentowe pokrywały 82% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Gdańsk SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Lech Parell – prezes

Zdzisław Koszlak – członek

Rada Nadzorcza

Jan Kreft – przewodniczący

Dorota Sobieniecka-Kańska – wiceprzewodnicząca

Zbigniew Jasiewicz, Andrzej Trojanowski, Karol Zgódk (MSP w porozumieniu z MKiDN) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 397 z dnia 30 października 2012 r.):

Jerzy Karpiński (KRRiT) – przewodniczący

Andrzej Krzysztofiak (PO) – wiceprzewodniczący

Danuta Makowska (Solidarna Polska) – wiceprzewodnicząca

Henryka Dobosz-Kinaszewska (KRRiT), Tomasz Bojar-Fijałkowski (KRRiT), Adam Grzybowski (KRRiT), Jerzy Boj (KRRiT), Sławomir Klupś (PO), Magdalena Marszałkowska (PO), Krzysztof Łodziński (PO), Jacek Rybicki (PiS), Piotr Niedźwiecki (PiS), Andrzej Młot (PSL), Jarosław Milewczyk (Ruch Palikota), Andrzej Różański (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Gdańsk SA

Pokrycie ludnościowe:	2 152 861 osób	5,56 %
Pokrycie powierzchniowe:	14 086,4 km ²	4,50 %

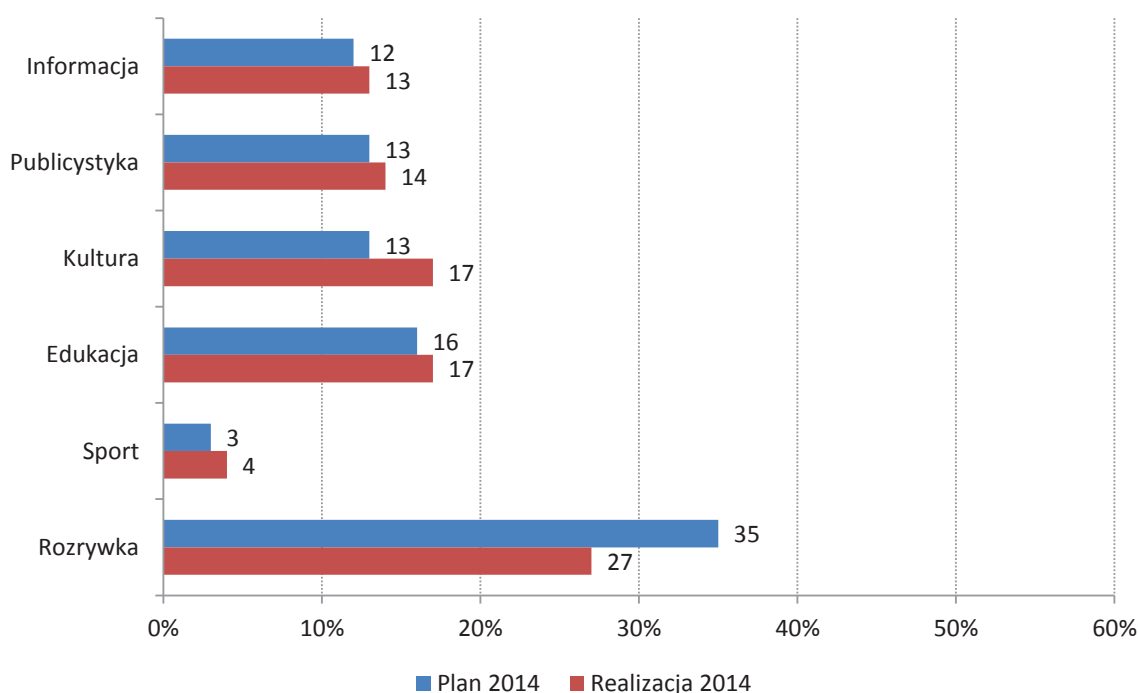
Działalność programowa

Spółka realizowała plan uzgodniony z KRRiT. Nadawca w ciągu roku wprowadził modyfikacje planu, które wpłynęły pozytywnie na sposób realizacji zadań ustawowych. Zmniejszył udział audycji o charakterze rozrywkowym (głównie muzyki) a zwiększył czas trwania audycji słownych w kategoriach: kultura, publicystyka, informacja, edukacja i sport.

Audycje służące realizacji ustawowych zadań misyjnych wypełniały niemalże cały program – zajęły 92% rocznego czasu nadawania. Podobnie jak w 2013 r. Radio Gdańsk nadawało audycje dotyczące

wszystkich kategorii wskazanych w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Jego oferta miała charakter uniwersalny – program był różnorodny tematycznie i gatunkowo. W programie informowano o bieżących wydarzeniach (zarówno w regionie, jak też w Polsce i na świecie), stworzono możliwość wymiany poglądów i opinii różnym środowiskom społecznym (politykom, związkom zawodowym, związkom pracodawców, organizacjom pożytku publicznego, a w czasie kampanii do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego także kandydującym w tych wyborach), prowadzono edukację w różnych dziedzinach (zdrowie, rynek mediów elektronicznych i związane z nim nowe technologie, kształtowanie kompetencji odbiorczych w zakresie odbioru treści, edukacja obywatelska). Omawianie problemów i zjawisk dotyczących kultury zajmowało w Radiu Gdańsk znaczące miejsce (17% rocznego czasu nadawania). Program pełnił również funkcje rozrywkowe, głównie poprzez nadawaną muzykę różnych gatunków (popularnych wśród młodzieży). Udział poszczególnych kategorii ustawowych obrazuje wykres nr 36.

Wykres 36. Plan programowy Radia Gdańsk SA i jego realizacja w 2014 r.



W programie Radia Gdańsk realizowano zadania służące mieszkańcom regionu. Różnego rodzaju audycje słowne (informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, dotyczące kultury i sportu) poświęcone problemom i wydarzeniom regionalnym zajęły 36% rocznego programu. Spółka uwzględniła w ofercie programowej potrzeby społeczności kaszubskiej – tworzyła dla niej audycje w języku kaszubskim (stanowiły one 5% rocznego programu).

Oferta Radia Gdańsk zawierała także elementy programu preferowane przez KRRiT. Wśród nich najwięcej miejsca zajęły formy uduchowione (496 godz.): słuchowiska, reportaże i dokumenty, nadwane z dużą częstotliwością (kilkanaście razy w tygodniu), rzadziej nadawano słuchowiska (raz w miesiącu).

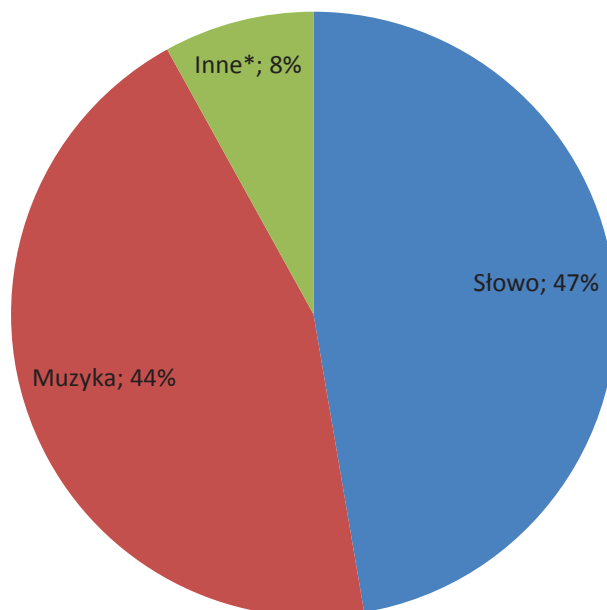
Oferta adresowana do młodzieży (zajęła 312 godz.). Były to głównie comiesięczne debaty z udziałem młodych ludzi i ekspertów, w czasie których dyskutowano o możliwościach rozwoju i realizowaniu pasji zawodowych.

Zadania w zakresie edukacji obywatelskiej realizowano głównie poprzez własne audycje informacyjne i publicystyczne dotyczące dwóch kampanii wyborczych (do Parlamentu Europejskiego i samorządu terytorialnego) oraz audycje kształtujące postawy proekologiczne i służące bezpieczeństwu na drogach.

Radio Gdańsk uczestniczyło we wspólnym projekcie realizowanym przez rozgłoszenie regionalne. Dotyczył on prezentacji (raz w miesiącu) utworów muzyki klasycznej oraz przekazywania informacji o wydarzeniach w Polsce dotyczących tego rodzaju muzyki.

Wysoki udział w programie miały audycje słowne – zajęły niemalże połowę ubiegłorocznego programu.

Wykres 37. Udział słowa i muzyki w programie Radia Gdańsk w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Spółka prowadziła – we współpracy z Fundacją Siepomaga.pl – całoroczną akcję charytatywną *Pomorze biega i pomaga*, polegającą na wsparciu osób niepełnosprawnych przez pomorskich sportowców (głównie aktywizacja ruchowa).

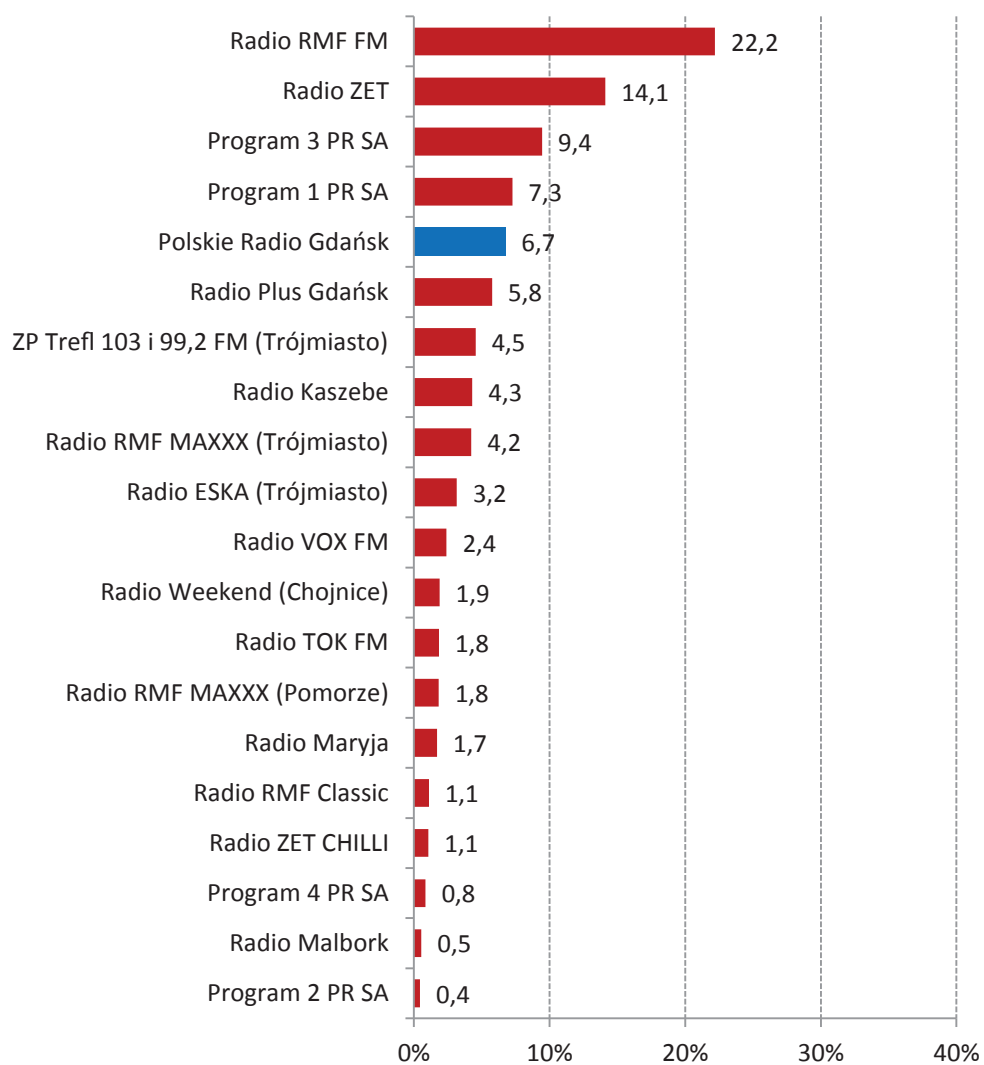
Radio Gdańsk zorganizowało także festyny dla dzieci i rodzin, m.in. w gdańskim ZOO, w centrach handlowych (tu głównie wykonywano prace plastyczne pod okiem doświadczonych artystów); w ZOO odbywały się konkursy, występy artystyczne, na rodziny czekało wiele atrakcji, m.in. ekologiczne łowienie rybek, budowanie domu z drewna.

Radio Gdańsk obejmowało patronatem także różne imprezy muzyczne: koncert zespołu Myslovitz, organizowało dla turystów i mieszkańców Kartuz, Kościerzyny, Kwidzyna i Władysławowa letnie koncerty pomorskiego zespołu Zagan Acoustic. Muzycy prezentowali – w spopularyzowanej aranżacji – utwory muzyki klasycznej (m.in. Galliano, Piazzolla, Gershwin).

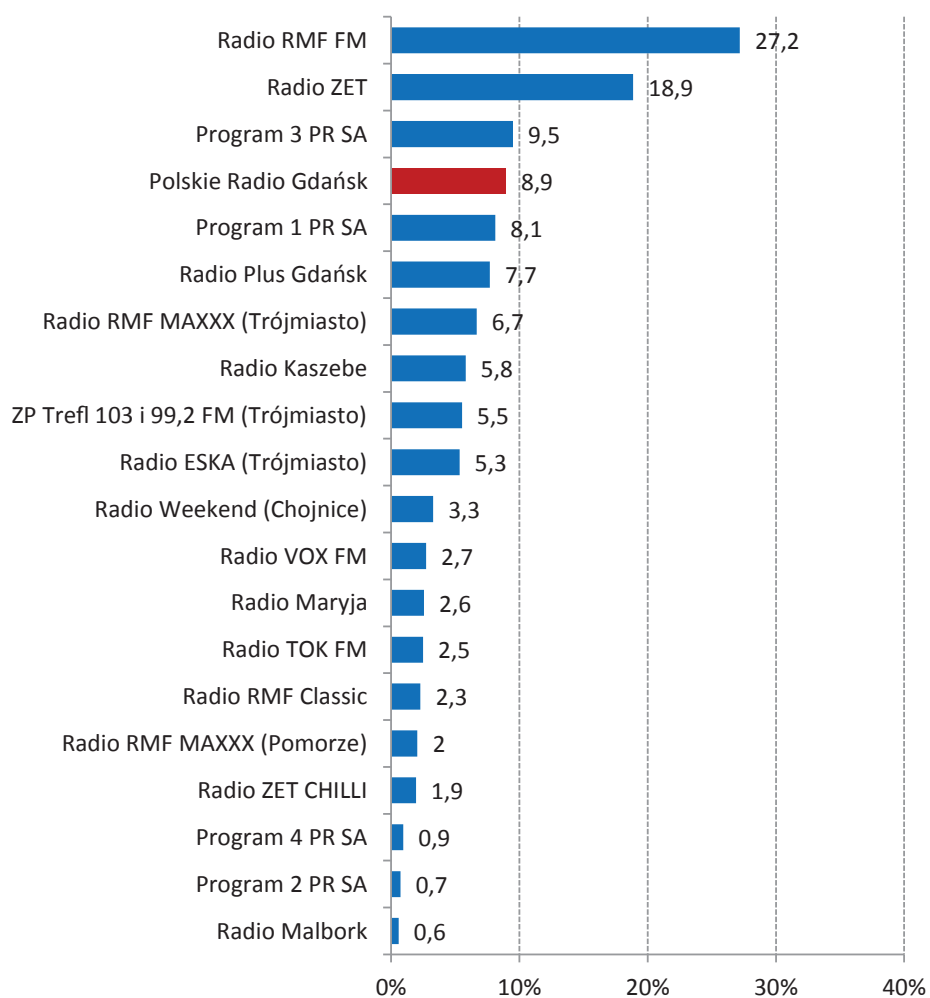
Pozycja Radia Gdańsk na rynku radiowym w województwie pomorskim

W stosunku do 2013 r. Radio Gdańsk utrzymało pozycję na rynku regionalnym zarówno pod względem udziału w czasie słuchania, jak też udziału w zasięgu dziennym.

Wykres 38. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2014 r.



Wykres 39. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa pomorskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. abonament pokrył 71% kosztów zadań misyjnych Radia Gdańsk. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 11.

Tabela 11. Koszty działalności misyjnej Radia Gdańsk SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego- zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 854	80,8%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 664	13,7%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	641	5,3%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,2%
łącznie koszty misji	12 189	100,0%

Koszty misji były niższe o 0,7% w porównaniu do zrealizowanych w 2013 roku (12 278 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 12.

Tabela 12. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Gdańsk SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 644	8 556
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 372	6 372
<i>w tym: audycje preferowane</i>	336	336
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 578	1 578
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	576	576
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Emisja cyfrowa DAB+	88	0

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Gdańsk były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a nadwyżka została wykorzystana przez spółkę na dofinansowanie audycji informacyjnych, publicystycznych i edukacyjnych.

Środki abonamentowe pokrywały 62% kosztów działalności spółki ogółem.

Radio Katowice SA

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Henryk Grzonka – prezes

Rada Nadzorcza

Mirosław Czerwiński – przewodniczący

Robert Tomanek – wiceprzewodniczący

Jerzy Gołuchowski, Wiesław Rola, Mariola Skłodowska-Hończar (MSP w porozumieniu z MKiDN) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 422 z dnia 13 listopada 2012 r.):

Andrzej Barczak (KRRiT) – przewodniczący

Maciej Sablik (PO) – wiceprzewodniczący

Marek Szczerbowski (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Monika Matl (KRRiT) – sekretarz

Beata Białowas (Solidarna Polska), Józef Buszman (PO), Hanna Jarosz-Jałowicka (KRRiT), Bronisław Korfanty (PiS), Tomasz Niedziela (SLD), Piotr Pietrasz (PiS), Leonard Smolarski (PSL), Tomasz Szymborski (KRRiT), Wojciech Zamorski (PO), Konrad Zych (Ruch Palikota), Andrzej Zydorowicz (PO) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Katowice SA

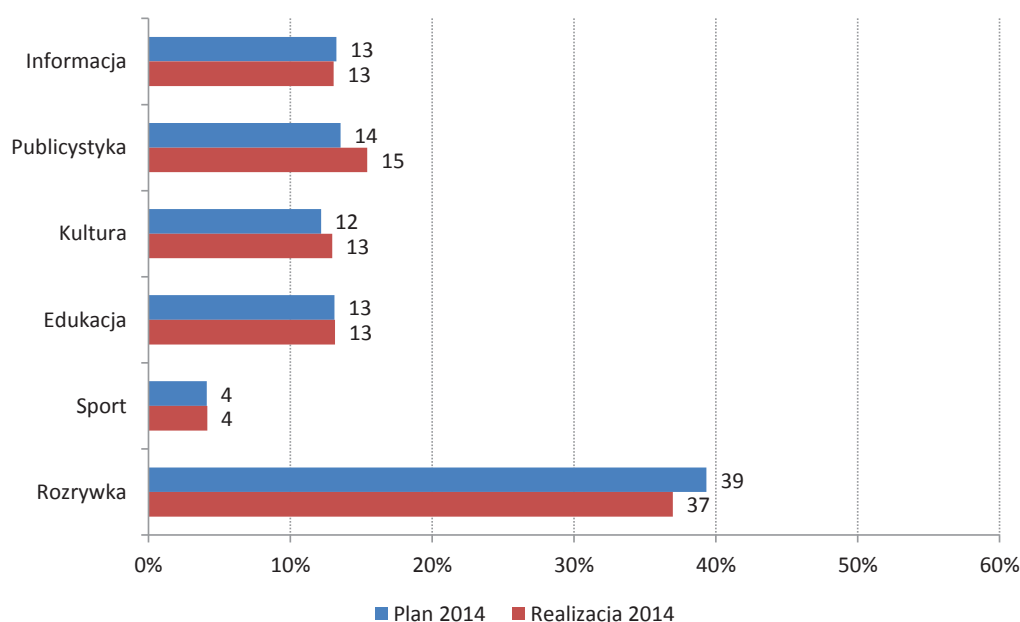
Pokrycie ludnościowe:	5 800 922 osób	14,99 %
Pokrycie powierzchniowe:	29 985,4 km ²	9,59 %

Działalność programowa

Spółka realizowała plany programowe w wersji uzgodnionej z KRRiT. Program Radia Katowice charakteryzował wysoki udział audycji realizujących zadania ustawowe – wypełniały one niemalże cały roczny program (stanowiły 96%). Oferta uwzględniała, z jednej strony, zróżnicowanie kulturowe i etniczne terenu objętego zasięgiem nadawania Radia Katowice, z drugiej zaś odpowiadała na zainteresowania różnych grup odbiorców. Spółka realizowała zadania ustawowe w zakresie informacji (nadając dzienniki zawierające głównie bieżące informacje regionalne, ale też rangi ogólnokrajowej, informatory użytkowe dla mieszkańców regionu: m.in. prognoza pogody, sytuacja na drogach). Radio Katowice umożliwiało również wymianę poglądów i opinii oraz prezentację stanowisk różnym środowiskom: politykom, związkom zawodowym, związkom pracodawców, organizacjom pożytku publicznego, a w czasie kampanii do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego także kandydującym w wyborach.

W programie realizowano również zadania w zakresie edukacji – upowszechniano wiedzę o języku polskim, głównie w zakresie poprawności językowej, nadawano audycje kształtujące postawy obywatelskie, służące zdrowemu stylowi życia, m.in. poprzez popularyzację uprawiania sportu i zdrowego odżywiania, uwarunkowując na zachowanie postaw proekologicznych i uświadamiano korzyści z tego wynikające. Oferta dotycząca kultury koncentrowała się głównie na wydarzeniach w regionie i popularyzacji lokalnych twórców. Cechą charakterystyczną programu Radia Katowice w 2014 r. była koncentracja na szybkim przekazywaniu informacji o wydarzeniach w regionie, komentowaniu ich, edukacji i kulturze. Program pełnił również funkcje rozrywkowe, głównie poprzez nadawaną muzykę różnych gatunków (przede wszystkim popularnych wśród młodzieży). Udział ustawowych kategorii gatunkowych w programie obrazuje wykres nr 40.

Wykres 40. Plan programowy Radia Katowice SA i jego realizacja w 2014 r.



Niemalże połowa programu dotyczyła problematyki regionalnej (45% rocznego czasu nadawania). Część tej oferty – tworzona w j. niemieckim, gwarze lwowskiej i śląskiej – zawierała audycje adresowane do mniejszości niemieckiej zamieszkującej region, Lwowiaków oraz Ślązaków. Były to głównie audycje poświęcone historii, kulturze i tradycji tych społeczności.

Pozytywnie należy ocenić wysoki udział elementów programu preferowanych przez KRRiT, w szczególności audycji adresowanych do młodzieży (zajęty 303 godz. w ciągu roku). Ta część oferty była tworzona przy współudziale uczniów szkół gimnazjalnych i średnich (przygotowywali materiały o problemach nastolatków), maturzystów i studentów (audycje o nurtach kultury młodzieżowej i studenckiej,

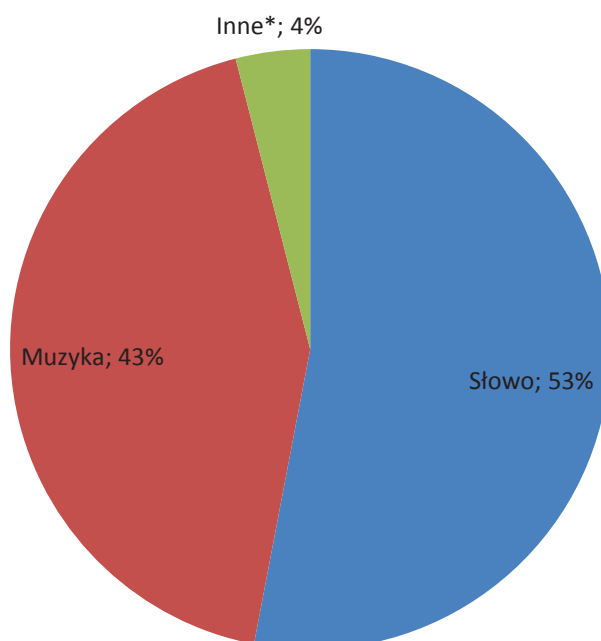
działalności kół naukowych, samorządu i organizacji studenckich). Nadawano także debatę młodzieżową z udziałem przedstawicieli „młodzieżówek” partyjnych, audycje poświęcone nowinkom w nauce, nowym technologiom oraz audycje literackie, w których młodzież oceniała wiersze młodych śląskich twórców.

Radio Katowice nadawało również formy udramatyzowane (201 godz. w roku): słuchowiska, dokumenty i reportaże. Raz w tygodniu emitowano dwa słuchowiska: dokumentalne o znanych postaciach ze świata artystycznego i politycznego oraz o charakterze literackim, tworzone w oparciu o współczesny utwór literacki. Z większą częstotliwością (kilka cotygodniowych cykli) nadawano reportaże i dokumenty, głównie poświęcone problematyce społecznej oraz historii i kulturze regionu. Realizowano również zadania związane z edukacją obywatelską. Obok prezentacji kandydatów i komitetów w wyborach do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego, wiele miejsca poświęcono zasadom funkcjonowania i działalności samorządów miejskich oraz gminnych w województwie śląskim.

Radio Katowice współpracowało z dwoma rozgłośniami regionalnymi: Radiem Białystok i Radiem Koszalin. Z Radiem Białystok spółka zrealizowała projekt Przebojem na antenę, a z Radiem Koszalin współtworzyła audycję poradniczą poświęconą ekologii (Puls ziemi- Radiowy Raport Ekologiczny).

Program Radia Katowice cechował wysoki udział audycji słownych. W ubiegłym roku stanowiły one ponad połowę rocznego czasu nadawania (53%).

Wykres 41. Udział słowa i muzyki w programie Radia Katowice w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Spółka w 2014 r. prowadziła działania pozaantenowe w wielu obszarach. Jednym z nich był cykl akcji plenerowych popularyzujących sport, zasady bezpieczeństwa, atrakcje turystyczne regionu, aktywny wypoczynek i zdrowy tryb życia. W zimie były to imprezy w stacjach narciarskich Beskidu Śląskiego i Żywieckiego (akcja *Narty nie na żarty*), a w czasie wakacji – akcja *W eterze i w plenerze*, podczas której popularyzowano (odwiedzając dziewięć miejscowości) sporty letnie. We wrześniu odbyła się kolejna edycja akcji *Bezpieczna jesień za kierownicą*, propagującej bezpieczną jazdę samochodem i rowerem (jazda z instruktorami, testy z przepisów ruchu drogowego oraz szkolenia z udzielania pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach na drodze).

W związku z 10. rocznicą wstąpienia Polski, Czech i Słowacji do Unii Europejskiej Radio Katowice (wspólnie z rozgłośniami Radio Czeskie z Ostrawy i Radio Słowackie z Bańskiej Bystrzycy) zorganizowało *Międzynarodowy Piknik Rowerowy na Trójstyku* – spotkanie rowerzystów ze Słowacji, Czech i Polski w okolicy Jaworzynki w Beskidzie Śląskim, gdzie stykają się granice tych trzech państw.

Z okazji jubileuszu 60-lecia audycji sportowej *Z mikrofonem po boiskach* Radio Katowice zorganizowało *Wielką Galę Polskiego Sportu*. Po raz kolejny spółka organizowała konkurs *Po naszymu czyli po Śląsku* popularyzujący gwarę i kulturę śląską.

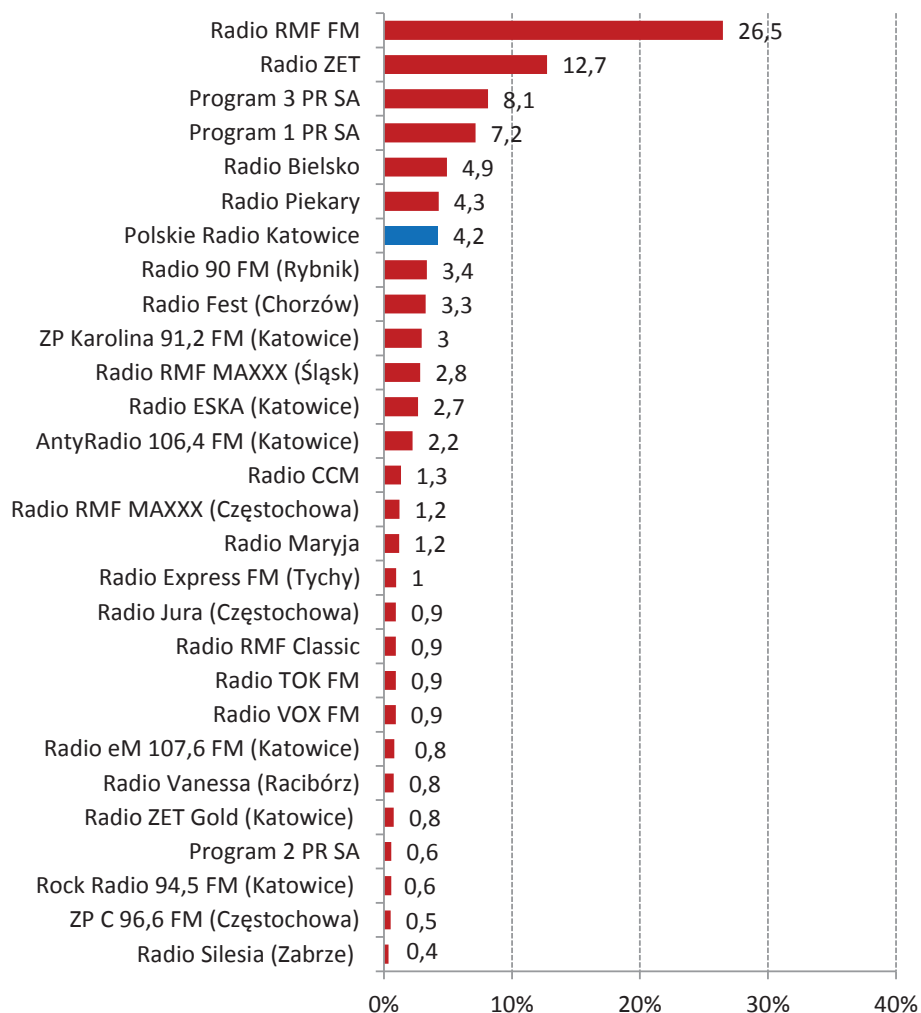
Spółka aktywnie włączała się w największe imprezy artystyczne, odbywające się w województwie śląskim, tj.: festiwal jazzowy *Bielska Zadymka Jazzowa*. Wspólnie z Urzędem Miasta – spółka organizowała koncerty muzyczne składające się z mało popularnych dzisiaj gatunków muzyki rozrywkowej (*Glenn Miller In memoria!*, *Frank Sinatra i era swingu*) i popularyzujące młodych twórców. W studiu koncertowym Radia Katowice wystąpili m.in.: Bartosz Dworak, Witold Janiak, Tomasz Makowiecki, Michał Urbaniak.

Nadawca zorganizował również wystawę prac artystów malarzy – eksponując je (w 2014 r. po raz siódmy) w swojej siedzibie w ramach cyklu *Galerii Polskiego Radia Katowice Na żywo*.

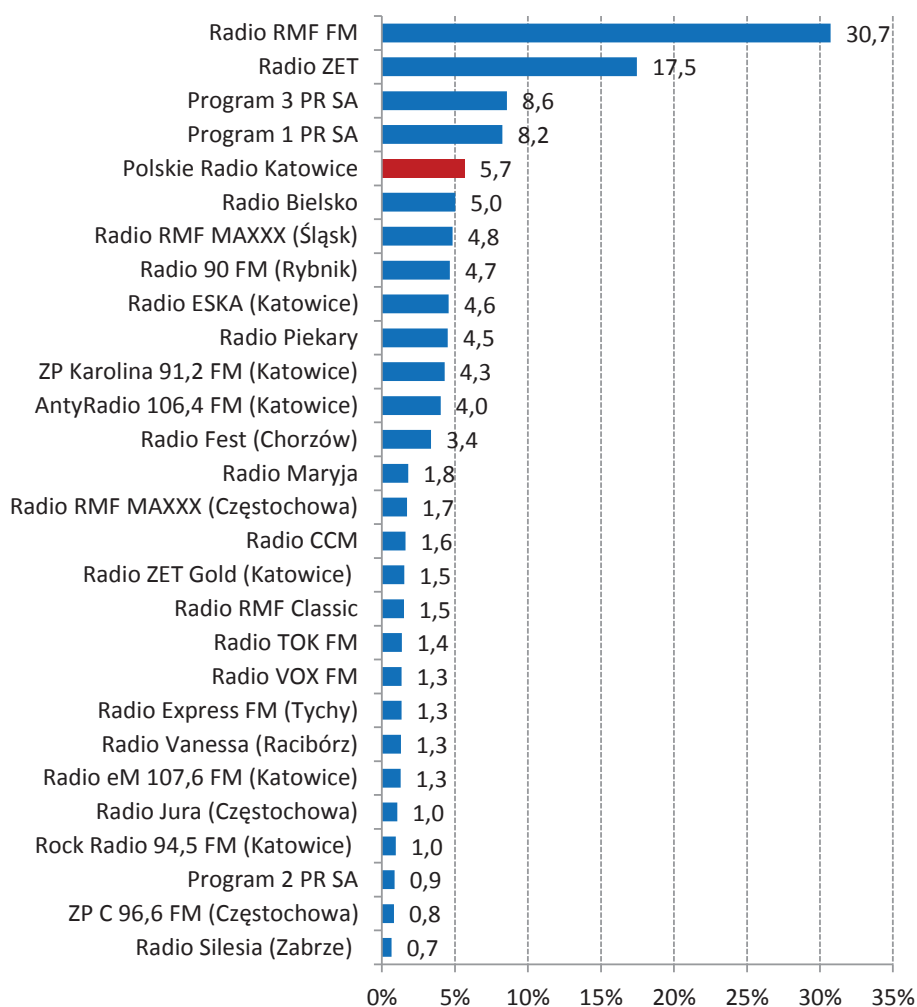
Pozycja Radia Katowice na rynku radiowym w województwie śląskim

W stosunku do 2013 r. nie zmienił się udział programu w czasie słuchania programów radiowych w regionie, natomiast minimalnie zmniejszył się dzienny zasięg nadawania programu (o blisko 1 pkt proc.).

Wykres 42. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa śląskiego w 2014 r.



Wykres 43. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa śląskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. środki z abonamentu pokryły 72% kosztów zadań misyjnych Radia Katowice. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 13.

Tabela 13. Koszty działalności misyjnej Radia Katowice SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 239	85,6%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 598	13,4%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	17	0,1%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	29	0,2%
5. Emisja cyfrowa DAB+	77	0,7%
Koszty misji ogółem	11 960	100,0%

Koszty działalności misyjnej były niższe o 8,2% od kosztów spółki z 2013 r. (13 029 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 14.

Tabela 14. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Katowice SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 559	8 559
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 800	6 800
<i>w tym: audycje preferowane</i>	<i>906</i>	<i>906</i>
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 400	1 400
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	13	13
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Emisja cyfrowa DAB+	125	125
6. Zadania inwestycyjne:		
– zakup macierzy	166	166
– zakup bazy serwerowej	26	26

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Katowice w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji publicystycznych, edukacyjnych oraz z zakresu kultury.

Środki abonamentowe pokrywały 69% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Kielce SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Jarosław Kusto – prezes

Rada Nadzorcza

Roman Ostrowski – przewodniczący

Jerzy Zięba – wiceprzewodniczący

Paweł Gągorowski – sekretarz

Ryszard Czarny, Dariusz Urbański (MSP w porozumieniu z MKiDN) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 398 z dnia 30 października 2012 r.):

Gerard Pedrycz (PO) – przewodniczący

Michał Braun (KRRiT) – sekretarz

Teresa Wołczyk-Rosołowska (KRRiT) – sekretarz

Marcin Chłodnicki (KRRiT), Andrzej Dąbrowski (KRRiT), Renata Długosz (PO), Bartłomiej Dorywalski (PiS), Stanisława Gawlik (PiS), Agnieszka Migoń (KRRiT), Paweł Ramiączek (SLD), Agnieszka Rogalińska (PSL), Dariusz Skiba (PO), Leszek Ślusarczyk (PO), Waldemar Wiedeński (Solidarna Polska), Andrzej Wysocki (Ruch Palikota) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kielce SA

Pokrycie ludnościowe:	1 897 013 osób	4,905 %
Pokrycie powierzchniowe:	17 154,4 km ²	5,84 %

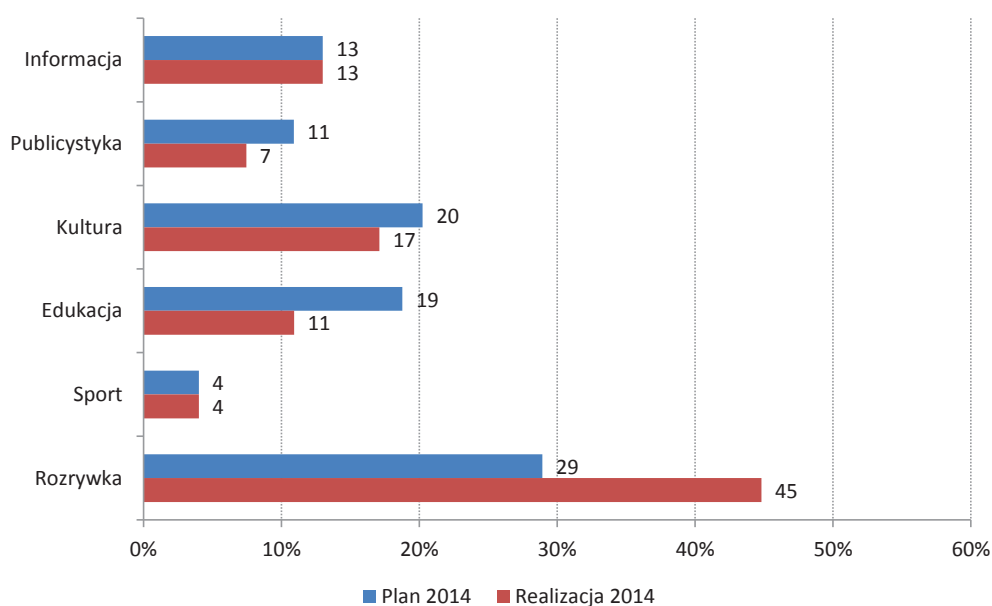
Działalność programowa

Spółka nie realizowała planu w wersji uzgodnionej z KRRiT. Wprowadziła zmiany polegające na: zmniejszeniu liczby godzin audycji edukacyjnych (o 687 godz.), publicystycznych (o 301 godz.) oraz poświęconych problematyce i wydarzeniom w kulturze (o 275 godz.). Jednocześnie radykalnie zwiększyła udział rozrywki w programie (o 1391 godz.).

W programie Radia Kielce największy udział miała rozrywka, realizowana głównie poprzez prezentację popularnych wśród młodzieży gatunków muzyki (soul, rock, disco, klubowa), muzyki ludowej oraz audycji poświęconych wróżbiarstwu.

Radio Kielce realizowało zdania w zakresie informacji i publicystyki. Z dużą częstotliwością (co godzinę) mieszkańcy regionu byli informowani o aktualnych wydarzeniach społecznych, politycznych i gospodarczych zarówno w województwie świętokrzyskim, jak też w innych regionach kraju. Zapraszano do dyskusji, przekazywania opinii i stanowisk różne grupy społeczne (związki zawodowe i związki pracodawców, polityków oraz organizacje pozarządowe). Nadawca realizował także zadania w zakresie kultury: prezentował – choć w niewielkim wymiarze – muzykę klasyczną, tworzył audycje o kulturze ludowej regionu, popularyzował twórczość młodych artystów (uczniów szkół muzycznych woj. świętokrzyskiego), prezentował utwory literackie pisarzy regionalnych. Program pełnił również funkcje edukacyjno-poradnicze: prowadzono edukację muzyczną oraz poradnictwo m.in. w zakresie prawa, ekologii, zdrowia, mody, wystroju wnętrz, motoryzacji. Udział poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 44.

Wykres 44. Plan programowy i jego realizacja w 2014 r. w Radiu Kielce SA



Ponad 1/3 programu (35%) wypełniały treści dotyczące regionu. Były to głównie słowne audycje informacyjne i publicystyczne, w mniejszym wymiarze audycje edukacyjne, poświęcone kulturze i tematyce sportowej.

W programie realizowano zobowiązania dotyczące audycji preferowanych przez KRRiT. Najwięcej czasu poświęcono formom udratyzowanym. Zajęły one 496,5 godz. w roku. Regularnie, w każdym tygodniu, nadawano reportaże i audycje dokumentalne poświęcone historii i kulturze ludowej regionu (m.in. jej twórcom, wykonawcom, tradycji obrzędowej) oraz problematyce społecznej. Radio Kielce wyprodukowało i nadało w ciągu roku sześć słuchowisk.

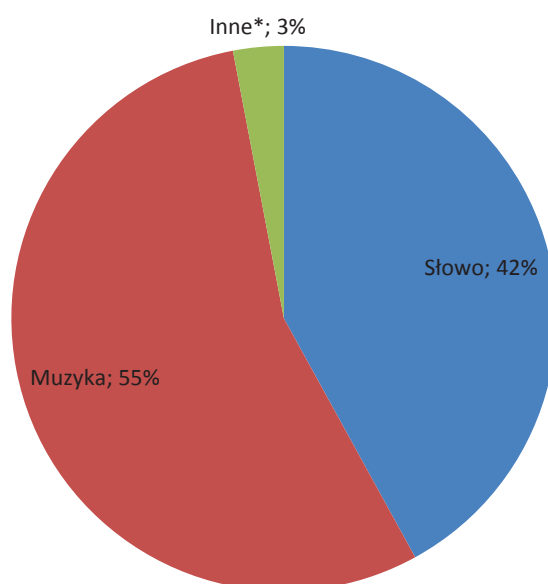
Rozgłośnia prowadziła również edukację obywatelską. Jej zakres związany był przede wszystkim z kalendarzem wyborczym przypadającym na 2014 r. Nadano – oprócz audycji obowiązkowych, wynikających z przepisów prawa – także własne audycje informacyjne i publicystyczne prezentujące zarówno przebieg kampanii samorządowej oraz europejskiej, jak również kandydatów i ich programy. Zapoznawano także słuchaczy z zasadami funkcjonowania poszczególnych szczebli samorządu terytorialnego, ich zadaniami i kompetencjami. Informowano także o obywatelskich prawach i obowiązkach.

Oferta adresowana do młodzieży była skromna. Zajął w ciągu roku tylko 11 godzin. Były to audycje o: przebiegu próbnej matury, informacje o aktualnych wydarzeniach w środowisku studenckim, sytuacji młodych na rynku pracy oraz porady dotyczące m. in. gier planszowych.

Radio Kielce realizowało wspólnie z czterema rozgłośniami: Radiem Białystok, Radiem Rzeszów, Radiem Lublin i Radiem Olsztyn projekt *Wschodni szlak rowerowy* popularyzujący regiony, w których działają wymienione spółki. W jego ramach prezentowano historię, tradycję oraz atrakcje turystyczne w poszczególnych województwach.

W programie dominowała muzyka różnych gatunków (klasyczna, ludowa, soul, disco, klubowa, piosenka aktorska). Audycje słowne zajęły 42% programu.

Wykres 45. Udział słowa i muzyki w programie Radia Kielce w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio Kielce w ramach działalności pozaantenowej popularyzowało regionalną tradycję i kulturę ludową - organizowało konkursy prezentujące dorobek twórców ludowych Kielecczyny, m.in. konkurs adresowany do uczniów kieleckich szkół na najpiękniejszą Marzannę.

Spółka realizowała również projekty edukacyjne, m.in. z okazji jubileuszu 25-lecia wolności zorganizowano w 50 miejscowościach regionu prezentację na temat zmian w Świętokrzyskim w ciągu tego okresu, omawiano ważne wydarzenia i prezentowano historie ludzi, którzy wywarli znaczący wpływ na region. Zorganizowano także wystawę fotograficzną dotyczącą wydarzeń w tym okresie (m.in. na podstawie zdjęć dostarczonych przez słuchaczy). Projekt wspierały kampanie edukacyjne: promujące uczciwość w różnych sferach działalności gospodarczej oraz bezpieczeństwo na drogach oraz podczas prac polowych i budowlanych.

Radio Kielce organizowało również spotkania o charakterze edukacyjnym dla młodzieży szkolnej (zrealizowano projekt *Próbna matura*, którego celem było przygotowanie uczniów do egzaminu dojrzałości) oraz dla dzieci (pogadanki na temat tego czym jest teatr radiowy, rozmowy z psychologiem o uczuciach, o obdarowywaniu się prezentami, czynieniu dobra, konkurs polegający na rozpoznawaniu dźwięków).

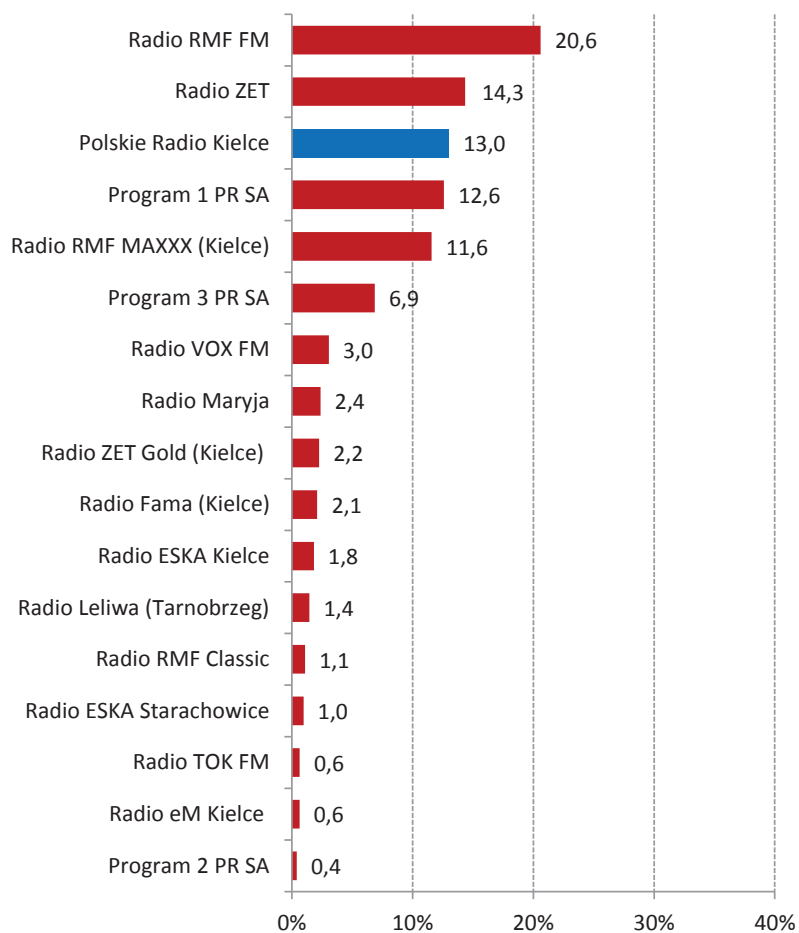
Radio Kielce aktywnie włączało się także w działania promujące profilaktykę zdrowotną (*Białe soboty*, *Dni Serca*, promocja aktywności sportowej) oraz w akcje, których celem było zagospodarowanie czasu wolnego dzieciom, których nie stać na wyjazdy w czasie ferii i wakacji (*Ferie z futbolem*, *XV mistrzostwa szóstek piłkarskich Kielc*).

Spółka zorganizowała *I Świętokrzyski Bal Filantropa* oraz akcję *Gwiazdka z nieba* wspierającą finansowo Dom Samotnej Matki i Ofiar Przemocy w Wiernej Rzece. Rozgłośnia była też partnerem kwesty na ratowanie zabytkowych nagrobków.

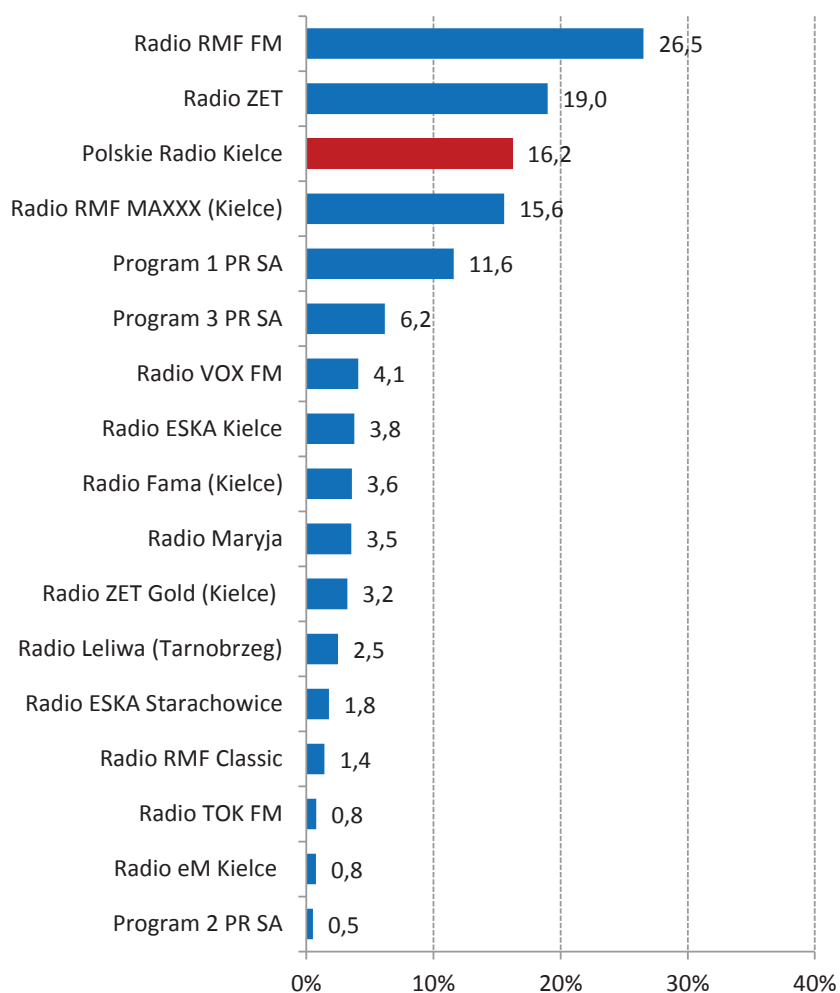
Pozycja Radia Kielce na rynku radiowym w województwie świętokrzyskim

W stosunku do 2013 r. Radio Kielce mimo, że utrzymało bardzo dobrą pozycję pod względem udziału w czasie słuchania radia w woj. świętokrzyskim, to jednak udział ten się zmniejszył o blisko 5 pkt. proc. Podobna sytuacja dotyczyła udziału w zasięgu dziennym programów radiowych – zmniejszył się on o ponad 2 pkt. proc.

Wykres 46. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa świętokrzyskiego w 2014 r.



Wykres 47. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa świętokrzyskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. środki z abonamentu pokryły 97% kosztów zadań misyjnych Radia Kielce. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 15.

Tabela 15. Koszty działalności misyjnej Radia Kielce SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	7 475	87,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	875	10,3%
3. Digitalizacja zbiorów	64	0,8%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	38	0,4%
5. Emisja cyfrowa DAB+	72	0,8%
Koszty misji ogółem	8 524	100,0%

Koszty działalności misyjnej Radia Kielce były niższe aż o 20% w stosunku do zrealizowanych w 2013 r. (10 674 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr16.

Tabela 16. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kielce SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 275	8 259
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 867	6 867
<i>w tym: audycje preferowane</i>	1 005	1 005
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	921	921
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
4. Digitalizacja zbiorów	57	57
5. Przygotowanie i produkcja poświęconego kulturze ludowej RK2- nadawanego w systemie DAB+	312	312 ^{x)}
6. Emisja cyfrowa DAB+	88	72

^{x)} środki zostały przeznaczone na zadanie inwestycyjne (470 tys. zł) mające na celu stworzenie infrastruktury niezbędnej dla programu RK2, w tym: rozdzielnia elektroakustyczna (259,2 tys. zł), zespół studia produkcyjnego i reżyserki (65,5 tys. zł), studio emisyjne (145,3 tys. zł)

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Kielce w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji informacyjnych, publicystycznych, edukacyjnych oraz z zakresu kultury.

Środki abonamentowe pokrywały 76% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Koszalin SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Piotr Ostrowski – prezes

Cezary Szewczyk – członek

Rada Nadzorcza

Marek Pysz – przewodniczący

Adriana Kwiecińska-Kucharczyk – wiceprzewodnicząca

Monika Kaczmarek-Śliwińska – sekretarz

Jan Kania, Roman Radziwonowicz – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 399 z dnia 30 października 2012 r.):

Marcin Waszkiewicz (PO) – przewodniczący

Roman Biłas (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Tadeusz Sznajderski (KRRiT) – sekretarz

Robert Dziemba (Solidarna Polska), Antoni Górkiewicz (KRRiT), Krzysztof Legun (PiS), Robert Lepa (KRRiT),

Andrzej Leśniewicz (PSL), Anna Makarewicz (PO), Ireneusz Markanicz (PO), Michał Mętlewicz (PiS),

Daniel Odija (KRRiT), Andrzej Pancewicz (Ruch Palikota), Zygmunt Szultka (PO), Maria Śliwińska-Ulicka

(SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Koszalin SA

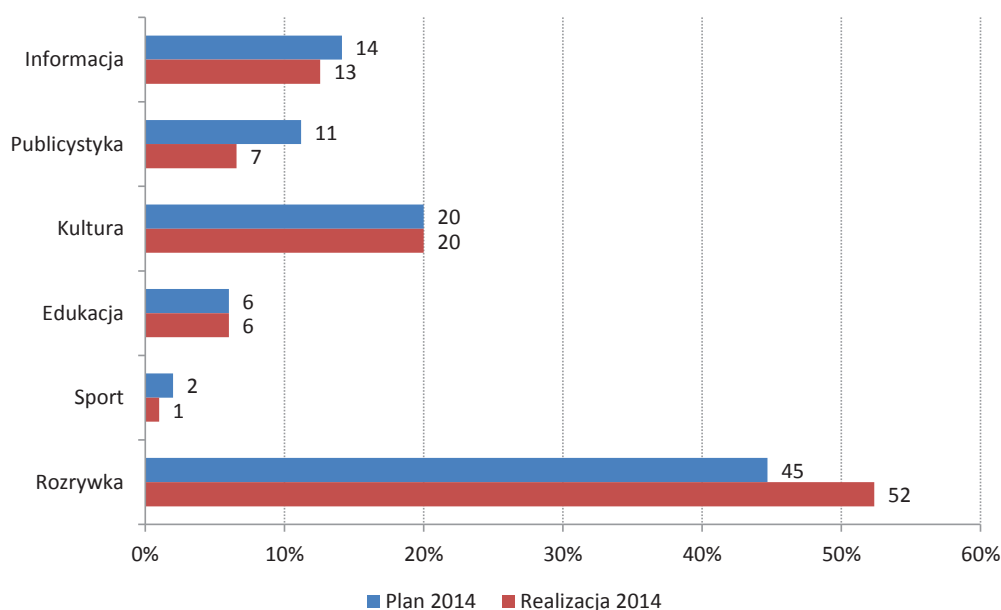
Pokrycie ludnościowe:	1 084 027 osób	2,8 %
Pokrycie powierzchniowe:	11 296,8 km ²	3,61 %

Działalność programowa

Spółka nie realizowała planu w wersji uzgodnionej z KRRiT. Nadawca zmniejszył w stosunku do planu udział trzech kategorii audycji: informacji, publicystyki i sportu, a zwiększył udział rozrywki. Największy spadek dotyczył publicystyki (mniej o 405 godz.) i sportu (audycje poświęcone tej tematyce zajęły o połowę czasu mniej niż planowano, tj. o 55 godz.), mniejszy natomiast informacji (mniej o 136 godz.). Udział audycji rozrywkowych wzrósł o 672 godz.

W programie najwięcej czasu zajęły audycje podejmujące problematykę związaną z kulturą. Były to zarówno informatory o aktualnych wydarzeniach w tej dziedzinie, jak też audycje edukacyjne dotyczące różnych dziedzin kultury: literatury, muzyki poważnej, prezentujące twórców. W ofercie tej znalazły się także audycje prezentujące utwory prozatorskie, poetyckie i muzyczne (fragmenty koncertów *Festiwalu Pianistyki Polskiej*). Nadawano również recenzje i omówienia wydarzeń filmowych, nowości książkowych, prowadzono na antenie rozmowy z młodzieżą o zainteresowaniach i udziale w różnych dziedzinach kultury. Program pełnił też funkcje informacyjno – komentatorskie. Były to przekazy i opinie różnych środowisk społecznych o aktualnych wydarzeniach polityczno-gospodarczych i społecznych zarówno regionalnych, jak też ogólnokrajowych. Radio Koszalin prowadziło także na antenie edukację w zakresie: nowych technologii (ich przydatności w życiu codziennym i biznesie, korzyści użytkowania internetu dla osób starszych), historii regionu, poprawnej polszczyzny, ekologii i zdrowia. Jednym z elementów programu była także edukacja obywatelska, głównie poświęcona wyborom do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego (prezentowano nie tylko programy kandydatów, ale również przedstawiano zasady funkcjonowania PE oraz różnych organów samorządu). Funkcję rozrywkową pełniła w programie muzyka różnych gatunków (soul, rock, jazz, blues, hip-hop, muzyka klubowa, muzyka świata inspirowana muzyką etniczną, muzyka poważna, filmowa, ludowa). Udział poszczególnych kategorii audycji w programie obrazuje wykres nr 48

Wykres 48. Plan programowy Radia Koszalin SA i jego realizacja w 2014 r.



Audycje słowne dotyczące tematyki regionalnej miały niski udział w programie i stanowiły ok. 1/4 (23%) rocznego czasu nadawania. Udział tematyki regionalnej był niższy od planowanego o 6 pkt. proc. Problemy związane z regionem podejmowano w różnych rodzajach audycji: informacjach i omówieniach dotyczących bieżących wydarzeń, poświęconych kulturze (m.in. informujących o bieżących wydarzeniach, reportażach, prezentujących twórców z regionu), w audycjach edukacyjnych (m.in. stałych cyklach dotyczących historii regionu, audycjach poradniczych) oraz audycjach o tematyce sportowej (serwisach, magazynach i transmisjach z wydarzeń).

Radio Koszalin adresowało część oferty do mniejszości zamieszkujących w zasięgu nadawania programu - ukraińskiej i romskiej oraz do Kaszubów. W językach tych grup odbiorców tworzyło audycje informacyjne oraz magazyny informacyjno-publicystyczne. Łącznie oferta ta zajęła 80 godz. w ciągu roku (w każdym tygodniu zajmowała ok. 1,5 godz.).

W programie były także obecne audycje preferowane przez KRRiT. Najwięcej czasu przeznaczono na formy udramatyzowane (232 godz.). Dwa razy w tygodniu nadawano słuchowisko kryminalne, rzadziej – jedynie trzy razy w roku - słuchowisko poświęcone regionalnej problematyce społeczno-historycznej. Systematycznie – w cyklach tygodniowych – nadawano reportaże, zawierające różnorodną tematykę, m.in. dotyczącą regionu.

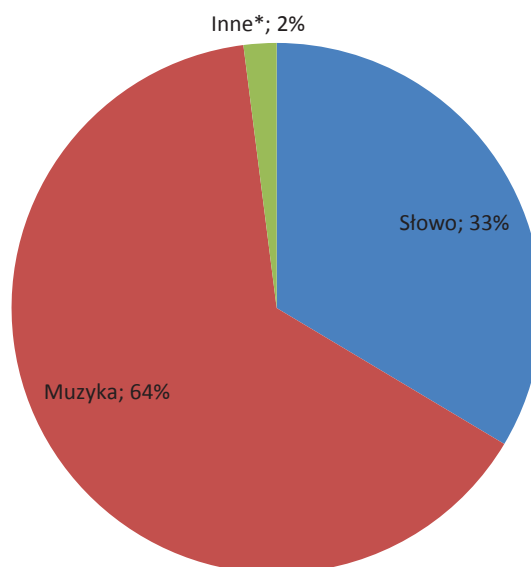
Oferta tworzona specjalnie dla młodzieży (135 godz. w roku) składała się przede wszystkim z audycji edukacyjnych, m.in. o wykorzystywaniu nowych technologii w życiu codziennym i biznesie. Tworzono również audycje skierowane do studentów i koszalińskiego środowiska akademickiego. Były to głównie – prowadzone przez młodych dziennikarzy i studentów - audycje informujące o wydarzeniach oraz problemach tego środowiska (m.in. możliwości uzyskania pracy po ukończeniu studiów).

W programie Radia Koszalin prowadzono także edukację obywatelską. Jej zakres był związany przede wszystkim z kalendarzem wyborczym (wybory do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego). Oprócz audycji obligatoryjnych spółka tworzyła również własne audycje informacyjne i publicystyczne poświęcone tej tematyce. Ponadto słuchacze uzyskiwali wiedzę o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, Parlamentu Europejskiego oraz o stylach życia mieszkańców krajów unijnych.

Radio Koszalin we współpracy z Radiem Merkury, Gdańsk i Katowice, realizowało comiesięczny cykl muzyczny Klasyka w Polsce. W audycji prezentowano muzykę poważną i omawiano wydarzenia z nią związane.

Audycje słowne stanowiły jedynie 33% rocznego programu. Nadawana muzyka to głównie popularne wśród młodzieży współczesne gatunki rozrywkowe.

Wykres 49. Udział słowa i muzyki w programie Radia Koszalin w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Nadawca tworzył również pasma lokalne adresowane do mieszkańców Słupska (Radio Słupsk). W ciągu roku rozszczepianie programu na te pasma zajęło 1187 godz. W stosunku do planów zwiększono obecność audycji informacyjnych (ze 166 godz. do 204,5 godz.), edukacyjnych (z 4 godz. do 18 godz.), sportowych (z 26 godz. do 34,5 godz.) oraz rozrywkowych (z 441 godz. do 763 godz.). Obecność pozostałych kategorii audycji była niższa niż planowano: czas trwania publicystyki spadł ze 107 do 90 godz., audycji dotyczących kultury – z 34 do 29 godz. Oferta programowa dla Słupska, to przede wszystkim bieżące informacje i komentarze do wydarzeń w tym mieście. W ubiegłorocznej ofercie obecne były także audycje edukacyjne dotyczące historii miasta oraz potencjału Słupska w zakresie kształcenia i rozwoju zawodowego.

Działalność pozaantenowa

Radio Koszalin SA zorganizowało akcję promującą zdrowy styl życia i służącą kształtowaniu postaw prozdrowotnych – piątą edycję masowego biegu *Lepiej zapoBIEGAĆ niż leczyć*, połączonego z promowaniem badań profilaktycznych. Wzięło w nim udział kilka tysięcy mieszkańców.

Radio Koszalin i Miasto Darłowo zorganizowały - kolejny raz w okresie wakacji – *Bałtyk Festiwal Media i Sztuka*, projekt służący edukacji medialnej. W ramach festiwalu zostały zorganizowane, m.in. panele dyskusyjne, pokazy filmów, spektakle teatralne, premiera słuchowiska Radia Koszalin, spotkania autorskie oraz koncerty muzyczne. Gośćmi byli znani i cenieni dziennikarze, artyści i muzycy, ludzie mediów i polityki.

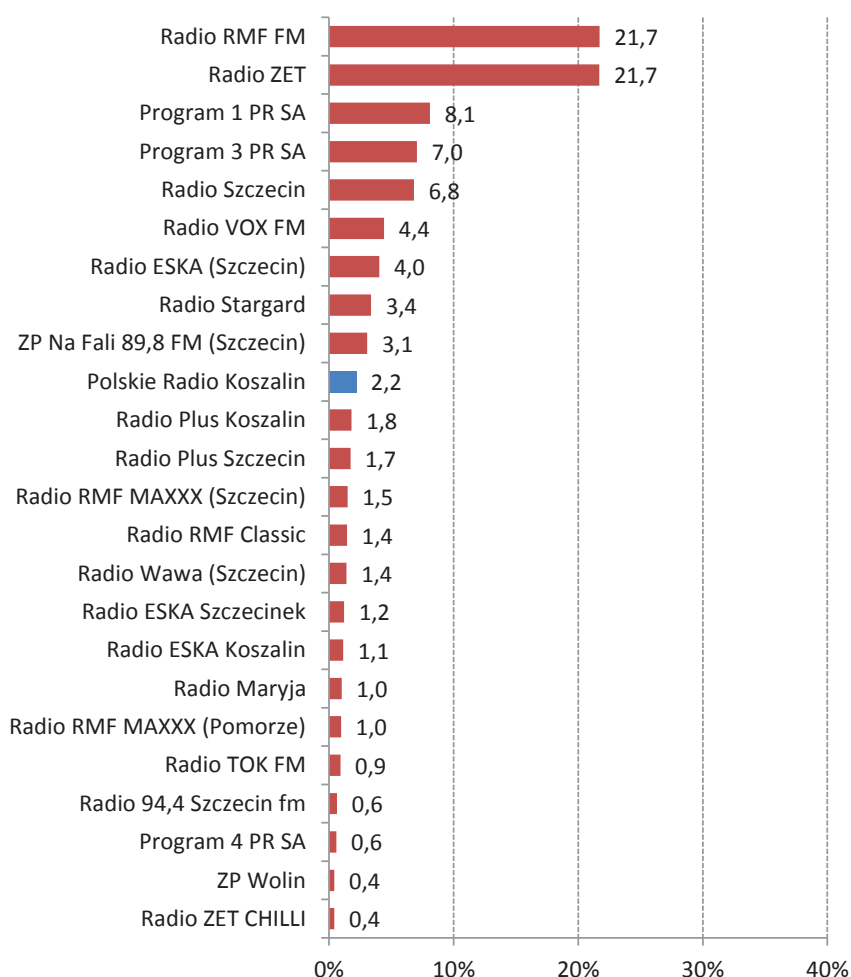
Ponadto, w Studiu Koncertowo-Nagraniowym im. Czesława Niemena Radia Koszalin, cyklicznie organizowano otwarte spotkania miłośników podróży oraz koncerty muzyczne.

Wznowiono także działalność Młodzieżowej Szkoły Dziennikarskiej przy Radiu Koszalin, w której uczniowie dwóch koszalińskich gimnazjów uczestniczyli w zajęciach prowadzonych przez dziennikarzy i pracowników działu techniki Radia Koszalin. Celem jest kształcenie w zakresie dziennikarstwa radiowego.

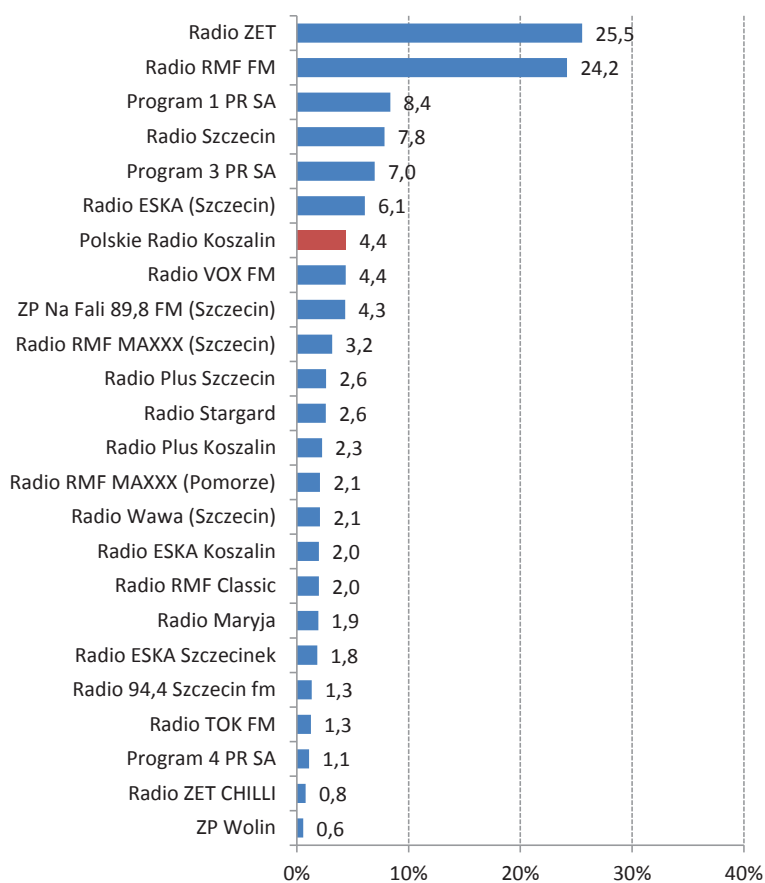
Pozycja Radia Koszalin S.A. na rynku radiowym w województwie zachodniopomorskim

W stosunku do 2013 r. program utrzymał swoją pozycję pod względem udziału w zasięgu dziennym programów radiowych w regionie. Natomiast zmniejszył się udział (o ponad 1 pkt proc.) Radia Koszalin w czasie słuchania programów dostępnych w woj. zachodniopomorskim.

Wykres 50. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2014 r.



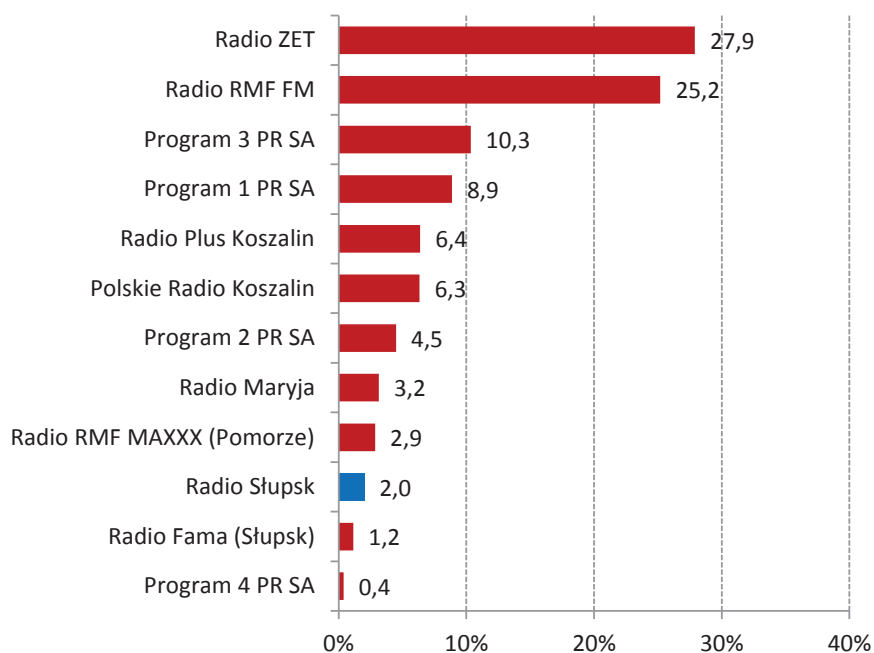
Wykres 51. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2014 r.



Pozycja pasm lokalnych dla Słupska na rynku radiowym w Słupsku

Popularność pasm lokalnych dla tego miasta jest niewielka, na co wskazuje wykres nr 52.

Wykres 52. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Słupsku w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. środki z abonamentu pokryły 73% kosztów zadań misyjnych Radia Koszalin. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 17.

Tabela 17. Koszty działalności misyjnej Radia Koszalin SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 356	86,6%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	916	8,5%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	125	1,2%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu Radio Słupsk	373	3,4%
5. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,3%
Koszty misji ogółem	10 800	100,0%

Radio Koszalin poniosło w 2014 roku koszty wyższe o 3,8% w stosunku do zrealizowanych w 2013 r. (10 407 tys. zł)

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 18.

Tabela 18. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Koszalin SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	7 915	7 895
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 831	6 831
<i>w tym: audycje preferowane</i>	<i>509</i>	<i>509</i>
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	916	916
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	118	118
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Promocja programu nadawanego w DAB+	20	0

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Koszalin w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji edukacyjnych realizowanych w programie regionalnym.

Środki abonamentowe pokrywały 70% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Kraków SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Mariusz Marcin Pulit – prezes
Janusz Andrzejowski – członek

Rada Nadzorcza

Stanisław Dziedzic – przewodniczący
Stanisław Młyński – wiceprzewodniczący
Urszula Podraza – sekretarz
Krzysztof Gurba, Karol Kościński – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 400 z dnia 30 października 2012 r.):

Jakub Kwaśny (SLD) – przewodniczący
Zbigniew Krzysztyński (KRRiT) – wiceprzewodniczący
Renata Ropska (Ruch Palikota) – wiceprzewodnicząca
Michał Ciechowski (PiS), Tadeusz Janusz (KRRiT), Andrzej Kaczmarczyk (KRRiT), Piotr Lachowicz (PO), Wiesław Musiał (PSL), Izabela Pieczara (KRRiT), Paweł Piszczek (PO), Magdalena Szczerbowska (PiS), Bartosz Szydlowski (PO), Bogdan Tosza (PO), Piotr Wasilewski (KRRiT), Jan Ziobro (Solidarna Polska, powołany uchwałą KRRiT nr 226/2014 z dnia 23 kwietnia 2014 r. w związku z rezygnacją p. Macieja Klimy) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Kraków SA

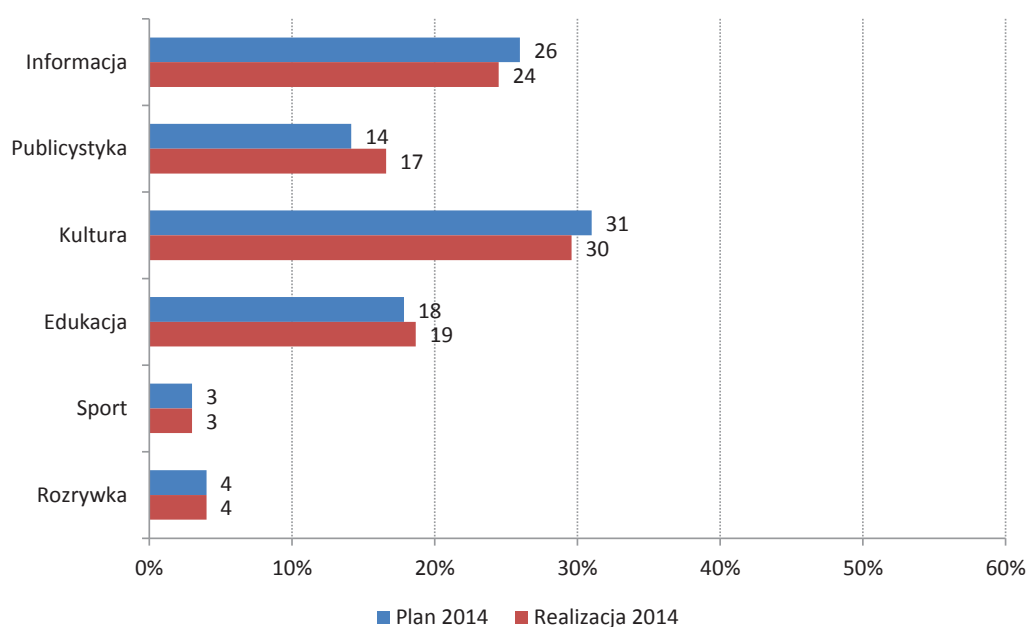
Pokrycie ludnościowe:	2 780 484 osób	7,19 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 641,1 km ²	6,6 %

Działalność programowa

Spółka realizowała plan uzgodniony z KRRiT. Wprowadzone przez nadawcę modyfikacje służyły zwiększeniu obecności audycji poświęconych edukacji obywatelskiej: zwiększono czas emisji audycji publicystycznych (o 214 godz. w ciągu roku) oraz edukacyjnych (o 72 godz. w ciągu roku).

Przedsięwzięcia służące realizacji zadań ustawowych miały wysoki udział w programie – zajęły niemal cały roczny czas nadawania (97% programu). Radio Kraków nadawało program o charakterze uniwersalnym, realizując różnorodne zadania: informowało o aktualnych wydarzeniach regionalnych, krajowych i na świecie, tworzyło różnym środowiskom warunki do prowadzenia debaty publicznej, m.in. związkom zawodowym, związkom pracodawców, partiom politycznym, organizacjom pozarządowym, w szczególności prowadzącym działalność pożytku publicznego i kandydatom w wyborach. Część oferty informacyjno-publicystycznej tworzone dla mniejszości łemkowskiej zamieszkującej w Małopolsce. W programie prowadzono edukację w różnych dziedzinach, m.in. w zakresie nowych technologii (część audycji adresowano do osób starszych, by zapobiec wykluczeniu tej grupy odbiorców), historii i tradycji oraz dziedzictwa kulturowego regionu, poprawnego używania języka polskiego, prezentacji osobowości kultury i nauki (ich drogi zawodowej i dorobku), kształtowania postaw ekologicznych oraz szkodliwości różnego typu uzależnień (narkotyki, alkohol, hazard, komputer) oraz edukacji obywatelskiej. Specyfiką tego programu była koncentracja treści na problematyce dotyczącej różnych dziedzin kultury: nadawano audycje popularyzujące czytelnictwo, nowości książkowe, tworzone reportaże prezentujące sylwetki i dorobek regionalnych twórców literackich. Kilka razy w tygodniu znane postaci ze świata teatru i filmu czytały powieść (w odcinkach) i bajki dla dzieci. Radio Kraków było bardzo zaangażowane w produkcję form udratyzowanych, w szczególności słuchowisk i reportaży. Popularyzowało uprawianie sportu, w szczególności wśród młodzieży. Funkcja rozrywkowa realizowana była poprzez prezentację różnych gatunków muzycznych (zarówno popularnych wśród młodych słuchaczy, jak też mniej znanych) w wykonaniu orkiestr, instrumentalistów i pieśniarzy. Udział poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 53.

Wykres 53. Plan programowy Radia Kraków SA i jego realizacja w 2014 r.



Wysoki udział w programie miały audycje poświęcone tematyce regionalnej (61%). Problematyka ta była podejmowana we wszystkich ustawowych kategoriach gatunkowych – w bieżących informacjach i omówieniach wydarzeń z Małopolski, w audycjach edukacyjnych, poświęconych kulturze i tematyce sportowej oraz w reportażach. Oferta lokalna – podobnie jak w latach poprzednich – była poszerzona o emisję lokalnych pasm programowych, tworzonych dla dwóch miast: Tarnowa i Nowego Sącza. Miały one charakter informacyjno-publicystyczny i w ciągu roku zajęły łącznie 374 godz. (w ciągu doby trwały ok. 1 godz.).

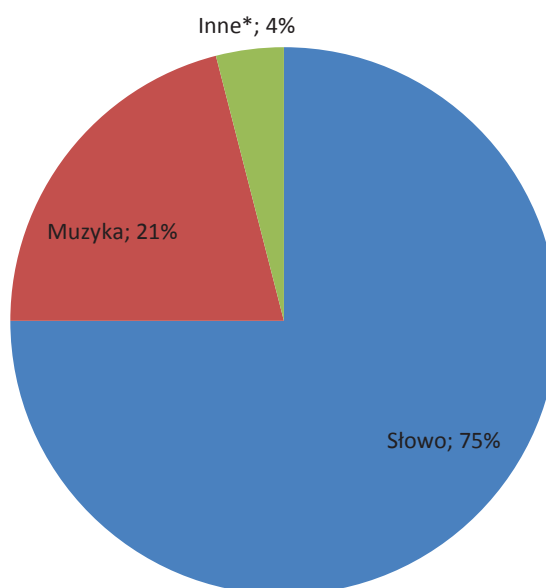
Wśród nadanych audycji preferowanych dominowały formy udramatyzowane (523 godz. w ciągu roku), głównie słuchowiska i reportaże. Obie te formy były nadawane regularnie, choć z różną częstotliwością: słuchowiska raz w miesiącu, a reportaże kilka razy w tygodniu. Przy produkcji słuchowisk nadawca współpracował z aktorami z krakowskiego środowiska teatralnego oraz ze znanymi reżyserami.

W ofercie Radia Kraków były obecne również audycje tworzone specjalnie dla młodzieży (zajęły 248 godz. w ciągu roku). Były to audycje edukacyjne, w których omawiano problemy związane z edukacją obywatelską tej grupy odbiorców, zwracano uwagę na problemy związane z relacjami międzypokoleniowymi, kształtowaniem i rozwojem osobowości, popularyzowano literaturę i podkreślano znaczenie czytelnictwa, zdrowego stylu życia, zainteresowań hobbystycznych, dobrych manier, kultury zachowania i języka. Podejmowano również tematy dotyczące rynku pracy, kształcenia i planowania kariery zawodowej. Audycje służące edukacji obywatelskiej (38 godz.) koncentrowały się głównie wokół wyborów do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego. Poza tym nadawano cykl poświęcony funkcjonowaniu społeczeństwa obywatelskiego.

W ramach wspólnych przedsięwzięć programowych Radio Kraków podjęło współpracę z Radiem Rzeszów, przy emisji magazynu *Kermesz* adresowanego do mniejszości łemkowskiej i ukraińskiej. Współpraca polegała na wymianie materiałów dziennikarskich: informacji o wydarzeniach i problemach związanych z życiem kulturalnym i religijnym tych społeczności. Ponadto Radio Kraków współpracowało (programowo i finansowo) z Radiem Kielce przy produkcji słuchowiska *Anioł w supermarkecie*, wg. tekstu Joanny Olech. Radio Kielce pokryło część kosztów realizacji, a w treść słuchowiska zostały włączone kieleckie wątki scenariusza. Obie rozgłośnie przeprowadziły też kampanię programowo-marketingową pod hasłem *Czyń dobro*, uwrażliwiającą odbiorców na potrzebę pomocy osobom słabszym i wykluczonym społecznie.

W programie nadanym w 2014 r. udział audycji słownych był bardzo wysoki – stanowiły one 3/4 czasu jego emisji. Muzyka miała niewielki udział – zajęła 1/5 część programu. Była to głównie współczesna muzyka rozrywkowa. Nadawano również, choć w mniejszym wymiarze, muzykę klasyczną.

Wykres 54: Udział słowa i muzyki w programie Radia Kraków 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Jedną z najważniejszych pozaantenowych form działalności Radia Kraków w ubiegłym roku były otwarte debaty dotyczące najważniejszych spraw Krakowa i Małopolski (m.in. debata na temat organizacji zimowych Igrzysk Olimpijskich, 21 debat samorządowych, spotkanie z małopolskimi parlamentarzystami).

Radio czynnie uczestniczyło w największych lokalnych wydarzeniach wydawniczych i muzycznych: *Międzynarodowych Targach Książki* w Krakowie oraz *Targach Muzycznych Krakowskiej Sceny Muzycznej*.

Rozgłośnia organizowała także otwarte koncerty muzyczne, wykorzystując własne studio koncertowe, dziedziniec Radia Kraków, czy sceny klubów muzycznych Małopolski. Zrealizowano cztery koncerty organizowane wspólnie z Fundacją Anny Dymnej *Mimo Wszystko*, dwa wakacyjne koncerty plenerowe i trasę koncertową laureata – organizowanego przez Radio Kraków - konkursu *Megafon* dla młodych wykonawców z Małopolski.

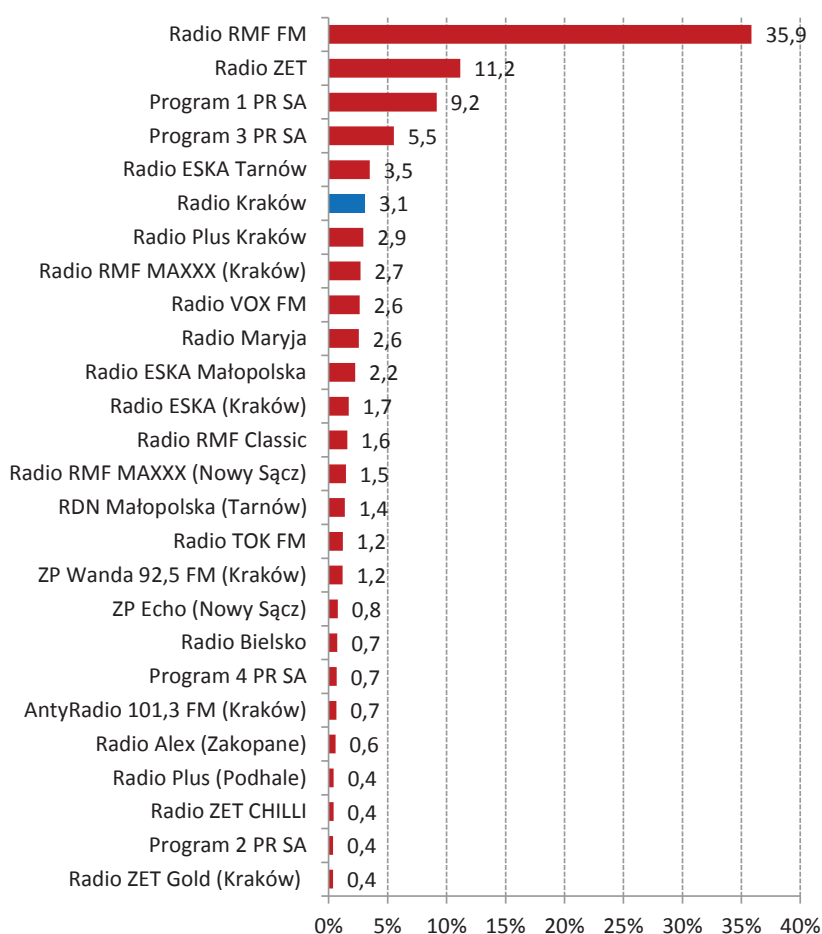
Sztandarową imprezę Radia Kraków stanowiła organizacja 20 edycji *Marszu Jamników* – imprezy adresowanej do mieszkańców Krakowa i turystów. Jest to największa w kraju impreza dla miłośników psów, na której eksperci z różnych dziedzin i specjalności w zakresie opieki nad psami, przez cały dzień bezpłatnie udzielają porad właścicielom czworonogów. Ponadto, Radio Kraków angażowało się w zbiórkę karmy na rzecz schronisk dla zwierząt, bezpłatne czipowanie psów, czy współorganizację imprezy plenerowej *Z Psem weselej*, podczas której odbyły się biegi i marsze z psami na różnych dystansach.

W ramach akcji *Stop językowi agresji* Radio Kraków wspólnie z Tygodnikiem Powszechnym rozdawało tatuaże z kalkami językowych stereotypów i sposobami wyrażania sprzeciwu wobec agresji.

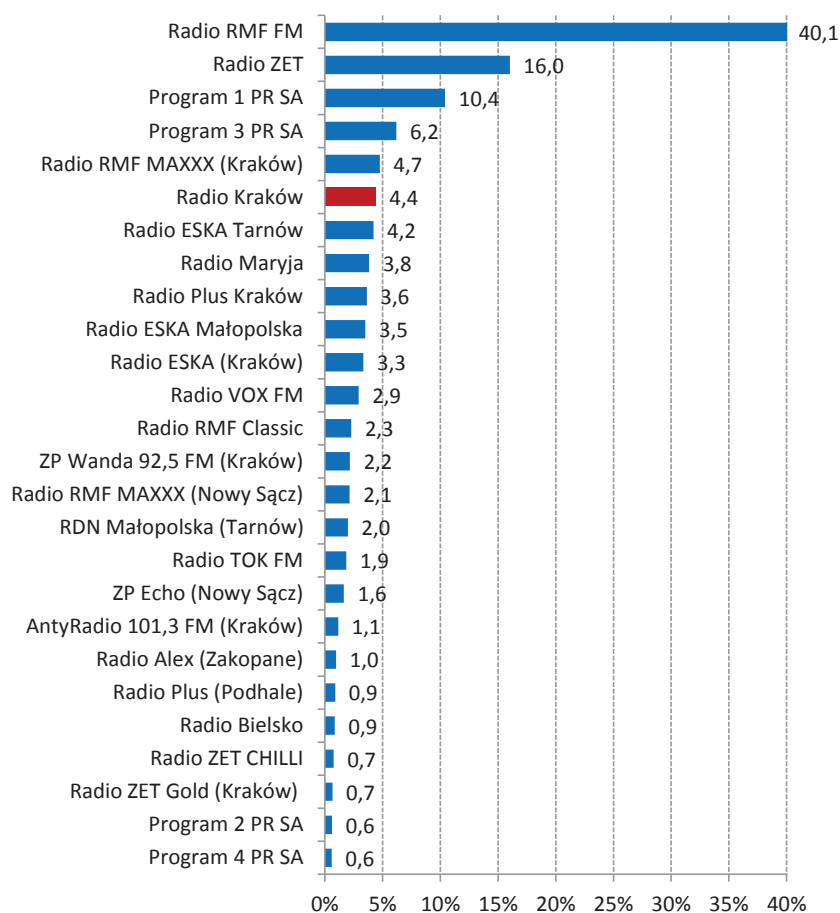
Pozycja Radia Kraków S.A. na rynku radiowym w województwie małopolskim

W stosunku do 2013 r. Radio Kraków poprawiło wyniki zarówno w zakresie udziału w czasie słuchania programów dostępnych w województwie (o blisko 1 pkt proc.), jak też pod względem udziału w zasięgu dziennym programów radiowych w regionie (o 0,5 pkt. proc.).

Wykres 55. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa małopolskiego w 2014 r.



Wykres 56: Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa małopolskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. środki z abonamentu pokryły 73% kosztów zadań misyjnych Radia Kraków. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 19.

Tabela 19. Koszty działalności misyjnej Radia Kraków SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 019	87,6%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 345	11,8%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	25	0,2%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	42	0,4%
Koszty misji ogółem	11 431	100,0%

Koszty z tytułu działalności misyjnej były o 11,3% niższe od poniesionych w 2013 r. (12 889 tys. zł). Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 20.

Tabela 20. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Kraków SA w 2014 r. w tys.zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 302	8 293
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 856	6 856
<i>w tym: audycje preferowane</i>	892	892
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 294	1 294
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	34	25
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Emisja cyfrowa DAB+	88	88

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Kraków w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a nadwyżka została wykorzystana przez spółkę na dofinansowanie audycji edukacyjnych.

Środki abonamentowe pokrywały 56% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Lublin SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Andrzej Szwabe – prezes

Krzysztof Komorski – członek

Rada Nadzorcza

Bogusław Wróblewski – przewodniczący

Lech Bartkow – wiceprzewodniczący

Krzysztof Karman – sekretarz

Magdalena Najdyhor (MSP w porozumieniu z MKiDN), Marcin Szewczak – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 423 z dnia 13 listopada 2012 r.):

Jerzy Gryz (KRRiT) – przewodniczący

Barbara Wybacz (Ruch Palikota) – wiceprzewodnicząca

Stanisław Wojnarowicz (KRRiT) – sekretarz

Marzenna Artecka-Wichlaj (PO), Artur Gorzel (PO), Krzysztof Karman (KRRiT), Jan Łopata (PSL), Ireneusz Mateńko (PO), Marian Przylepa (KRRiT), Jerzy Rębek (Solidarna Polska), Artur Soboń (PiS), Grzegorz Wenarski (PO), Marek Wojciechowski (PiS), Krzysztof Wyrzykowski, Piotr Zawrotniak (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Lublin SA

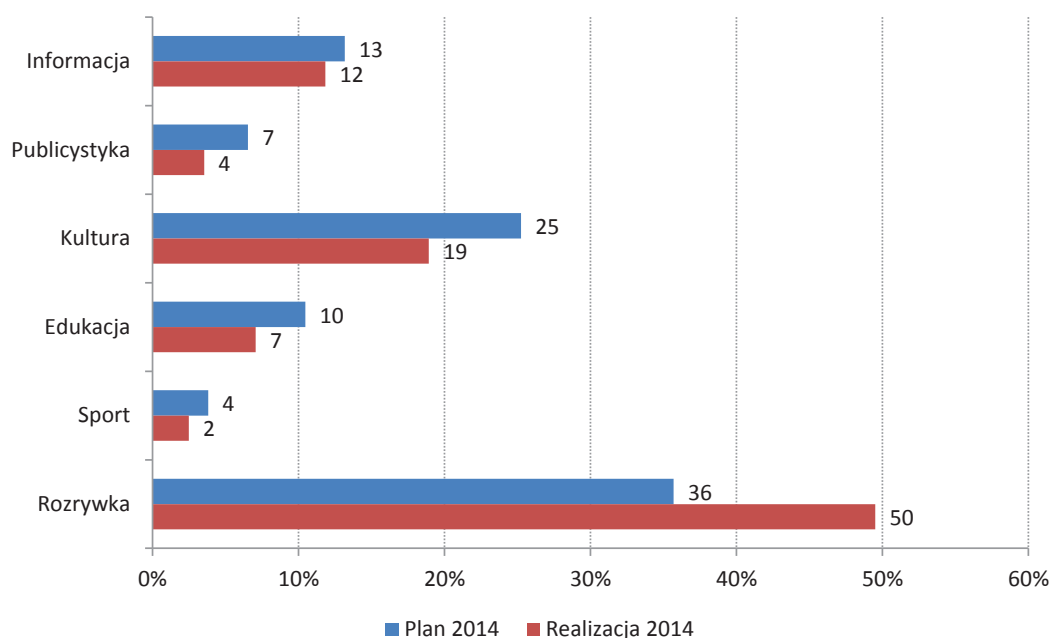
Pokrycie ludnościowe:	2 027 604 osób	5,24 %
Pokrycie powierzchniowe:	24 964,6 km ²	7,98 %

Działalność programowa

Spółka nie realizowała planu w wersji uzgodnionej z KRRiT, wprowadziła w nim znaczące zmiany: zmniejszono (blisko o połowę) udział publicystyki (mniej o 263 godziny), sportu (o 1/3, tj. mniej o 116 godz.), edukacji (o 1/3, tj. mniej o 298 godz.) i kultury (o 1/4, tj. mniej o 552 godz.). Zwiększono natomiast udział rozrywki (o 14 pkt. proc., tj. 1210 godz. więcej).

Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne stanowiły 93% rocznego programu. Wśród nich najwięcej czasu zajęły audycje podejmujące problematykę związaną z kulturą. Były to zarówno informatory o aktualnych wydarzeniach w tej dziedzinie, jak też prezentacje współczesnych utworów literackich (poetyckich i prozatorskich, w tym twórców regionalnych) oraz muzyki klasycznej. Oferta zawierała również omówienia i recenzje nowości książkowych, filmowych oraz audycje edukacyjne służące kształceniu kompetencji odbiorczych. Program pełnił też funkcję informacyjno-komentatorską. Nadawano przekazy i opinie różnych środowisk społecznych (w tym związków zawodowych, związków pracodawców, partii politycznych i organizacji pożytku publicznego) o aktualnych wydarzeniach polityczno-gospodarczych i społecznych zarówno regionalnych, jak też ogólnokrajowych. Radio Lublin prowadziło także na antenie edukację w zakresie: nowych technologii (ich przydatności w życiu codziennym), nauki języków obcych (lekcji j. angielskiego, włoskiego, hiszpańskiego, rosyjskiego, portugalskiego), ekonomii (cotygodniowa emisja poradnika ekonomicznego), pedagogiki i psychologii (wspomagania rodziców w wychowywaniu dzieci), poprawnej polszczyzny, ekologii i zdrowia, wspomagania osób z różnymi uzależnieniami. Emitowano także audycje poświęcone tradycji i historii regionu, w tym Lublina, audycje popularyzujące wiedzę o samorządzie (jego kompetencjach, zasadach funkcjonowania poszczególnych jego szczebli). Jednym z elementów programu były także audycje związane z wyborami do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego (prezentowano nie tylko programy kandydatów, ale również przedstawiano zasady funkcjonowania PE). Funkcję rozrywkową pełniła w programie muzyka różnych gatunków (rock, jazz, blues, heavy metal, disco polo, muzyka świata inspirowana muzyką etniczną). Udział poszczególnych kategorii gatunkowych w programie obrazuje wykres nr 57.

Wykres 57. Plan programowy Radia Lublin SA i jego realizacja w 2014 r.



Udział tematyki regionalnej stanowił ponad 1/3 rocznego programu (35%). Obecna była w audycjach informacyjnych i publicystycznych prezentujących różnorodność wydarzeń w regionie, audycjach popularyzujących wiedzę o kulturze i sztuce regionu, prezentujących literaturę współczesnych twórców regionalnych (zarówno poezję, jak też prozę). Część form udratyzowanych, głównie reportaży, także dotyczyło regionu (głównie problematyki społecznej).

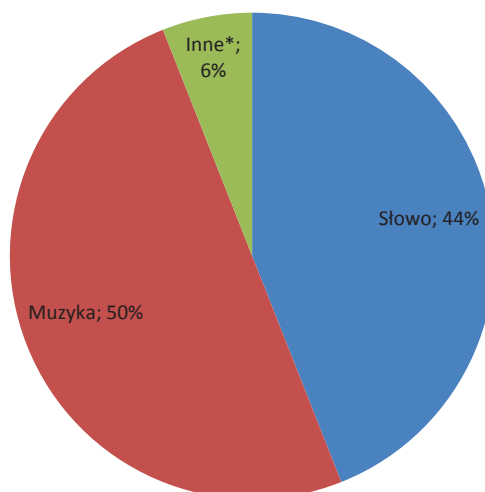
W programie obecne były audycje preferowane przez KRRiT. W tej grupie największy udział miały audycje tworzone specjalnie dla młodzieży (zajęły 433,5 godz.). Była to przede wszystkim oferta edukacyjna skoncentrowana na problemach gimnazjalistów, licealistów i studentów dotyczących kształcenia, przyszłości zawodowej, aktywności w różnych dziedzinach kultury i aktywności społecznej. Interesującym projektem zainicjowanym i prowadzonym przez Radio Lublin była *Młodzieżowa Akademia Radiowa* - quiz dla młodzieży z regionu, realizujący edukację obywatelską poprzez poszerzanie wiedzy o funkcjonowaniu i działaniach poszczególnych szczebli samorządu terytorialnego. Jednym z celów quizu było zachęcenie 18-latków do uczestnictwa w wyborach. Wyborów dotyczyły również własne audycje informacyjne i publicystyczne (60,5 godz.) nadawcy, tworzone specjalnie w okresie kampanii wyborczych do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego.

Duży udział w programie miały formy udratyzowane (zajęły 218 godz.): słuchowiska, dokumenty i reportaże. Raz w tygodniu nadawano słuchowiska zarówno dla dorosłych (50-minutowe), jak też dla dzieci (15-minutowe). Z podobną częstotliwością nadawane były niemal godzinne reportaże i audycje dokumentalne.

Radio Lublin, we współpracy z pozostałymi rozgłośniami regionalnymi, realizowało projekt muzyczny *Przebojem Na Antenę*. Jego celem była popularyzacja i wsparcie zespołów muzycznych i wykonawców, stawiających pierwsze kroki w branży muzycznej.

Audycje słowne stanowiły blisko połowę programu (44% rocznego czasu emisji). Oferta muzyczna w Radiu Lublin to głównie współczesna, popularna muzyka rozrywkowa.

Wykres 58. Udział słowa i muzyki w programie Radia Lublin SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio Lublin w 2014 r. prowadziło różnorodną działalność pozaantenową. Podobnie jak w latach poprzednich zorganizowało (prowadzoną już od 22 lat) ogólnopolską akcję *Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę* – zbiórkę darów rzeczowych dla najmłodszych z najbiedniejszych rodzin.

Zorganizowano również wydarzenia o charakterze edukacyjnym, w tym służące edukacji obywatelskiej (wspomniany quiz *Mój pierwszy raz* adresowany do tych, którzy po raz pierwszy mogli wziąć udział w głosowaniu w wyborach do samorządu terytorialnego; w finałowej części konkursu wzięły udział reprezentacje 10 szkół z województwa).

Radio organizowało także comiesięczne spotkania z najwybitniejszymi reportażystami i dokumentalistami radiowymi z Polski i zagranicy *Na własne uszy*. W trakcie otwartych dla mieszkańców spotkań promowano artystyczne reportaże radiowe. Raz w miesiącu organizowano (we współpracy ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Radia Lublin) spotkania z mieszkańcami różnych dzielnic Lublina (*My u nas na dzielnicach*), w czasie których młodzi ludzie opowiadali o swojej aktywności zawodowej, a starsi przekazywali informacje o dawnym życiu, wyglądzie dzielnic itp.

Spółka przeprowadziła w ubiegłym roku szereg otwartych koncertów: w Studiu Muzycznym Radia Lublin wraz z Towarzystwem Muzycznym im. H. Wieniawskiego w Lublinie organizowano comiesięczne otwarte koncerty muzyki poważnej (*Studio Classic – Koncerty Czwartkowe*), w Centrum Kongresowym Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie organizowano dla słuchaczy koncerty znanych wykonawców muzyki popularnej (*Strefa dobrej muzyki*).

We współpracy z Teatrem Starym w Lublinie prowadzono cotygodniowe otwarte spotkania ze znanymi pisarzami i artystami (*Bitwa o kulturę*).

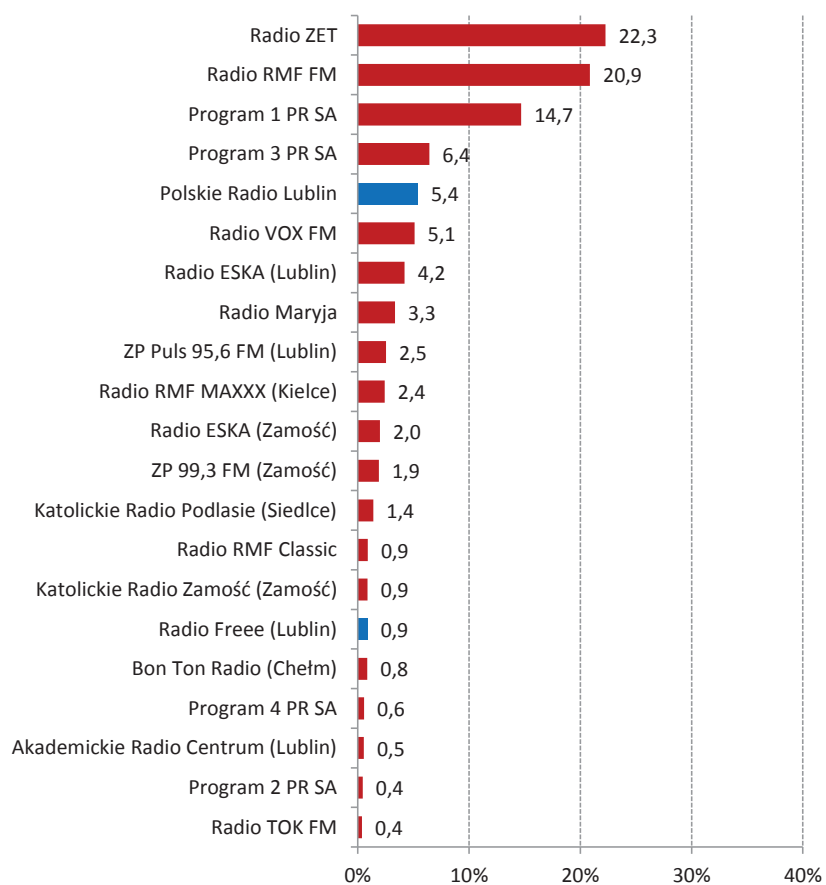
W roku 2014 rozgłośnia zorganizowała kilka wydarzeń kulturalnych we współpracy ze Stowarzyszeniem Przyjaciół Radia Lublin. W studiu rozgłośni przeprowadzono cykl siedmiu spotkań z wybitnymi polskimi pisarzami, autorami kryminałów, którzy w formie warsztatowej prowadzili – dla uczniów wybranej klasy licealnej z Lublina – zajęcia z *creative-writing* oraz otwarte spotkania autorskie (*Kryminalne czwartki w Lublinie*). Zrealizowano także projekt promujący twórczość radiową wśród dzieci i młodzieży do lat 18 (*Młodzieżowa Akademia Radiowa*). W ramach projektu odbywały się warsztaty z realizacji słuchowiska, prowadzenia audycji na żywo oraz tworzenia i aktualizacji strony internetowej.

W 2014 r. Radio Lublin objęło patronatem 738 wydarzeń kulturalno-rozrywkowych w regionie, z czego największe to: lubelska edycja *Międzynarodowego Festiwalu Konfrontacje Teatralne*, *Europejski Festiwal Smaku*, *Festiwal Tradycji i Awangardy Muzycznej Kody*, *Puławski Festiwal Muzyczny Wszystkie Strony Świata*, *Festiwal Solo Życia* (promujący nieznaną instrumentalistów oraz propagujący styl życia wolny od uzależnień), czy lubelska *Noc kultury*.

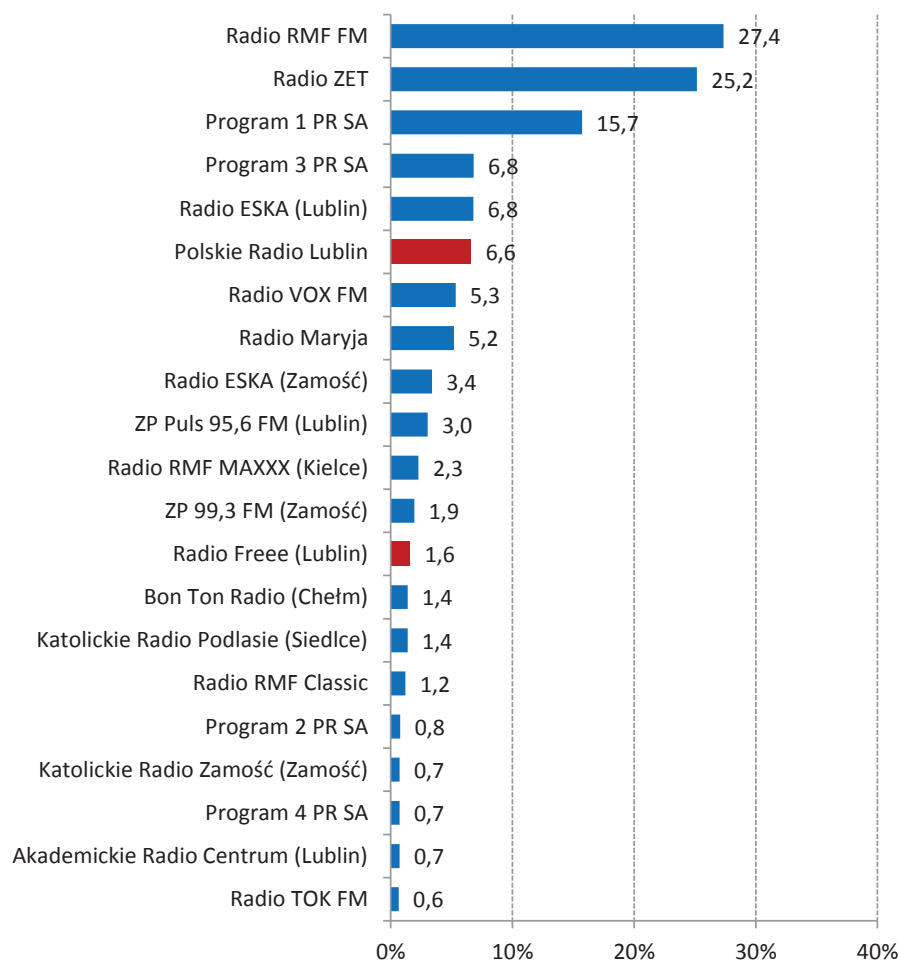
Pozycja Radia Lublin SA na rynku radiowym w województwie lubelskim

W stosunku do 2013 r. Radio Lublin poprawiło wyniki dotyczące udziału w czasie słuchania programów w woj. lubelskim oraz utrzymało pozycję w zakresie udziału w zasięgu dziennym programów radiowych w regionie.

Wykres 59. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa lubelskiego w 2014 r.



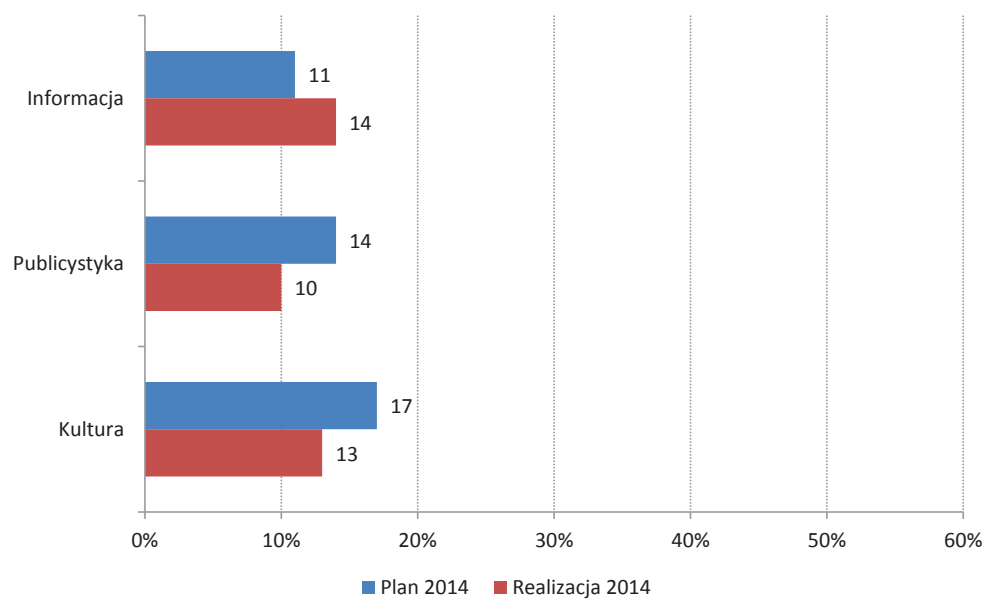
Wykres 60. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa lubelskiego w 2014 r.



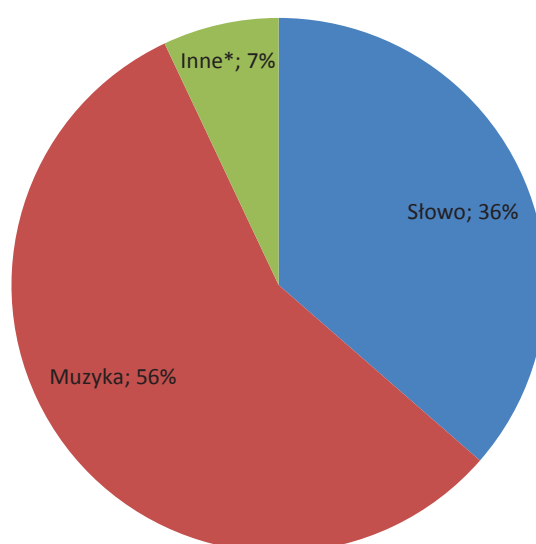
Radio Freee – program miejski

Program Radia Freee zrealizowany w 2014 r. różnił się od zaplanowanego. Mniejszy o 4 pkt. proc. był udział publicystyki, natomiast o 3 pkt. proc. wzrósł udział informacji. Zmniejszono także (o 4 pkt. proc.) udział audycji poświęconych tematyce kulturalnej. O tyle samo zwiększono udział rozrywki. Audycje dotyczące wydarzeń i problemów w mieście stanowiły ponad 1/3 rocznego czasu emisji (36%). Wszystkie nadane audycje słowne poświęcone były sprawom lokalnym.

Wykres 61. Plan programowy i jego realizacja w 2014 r. w Radiu Freee



Wykres 62. Udział słowa i muzyki w programie miejskim Radio Freee w 2014 r.

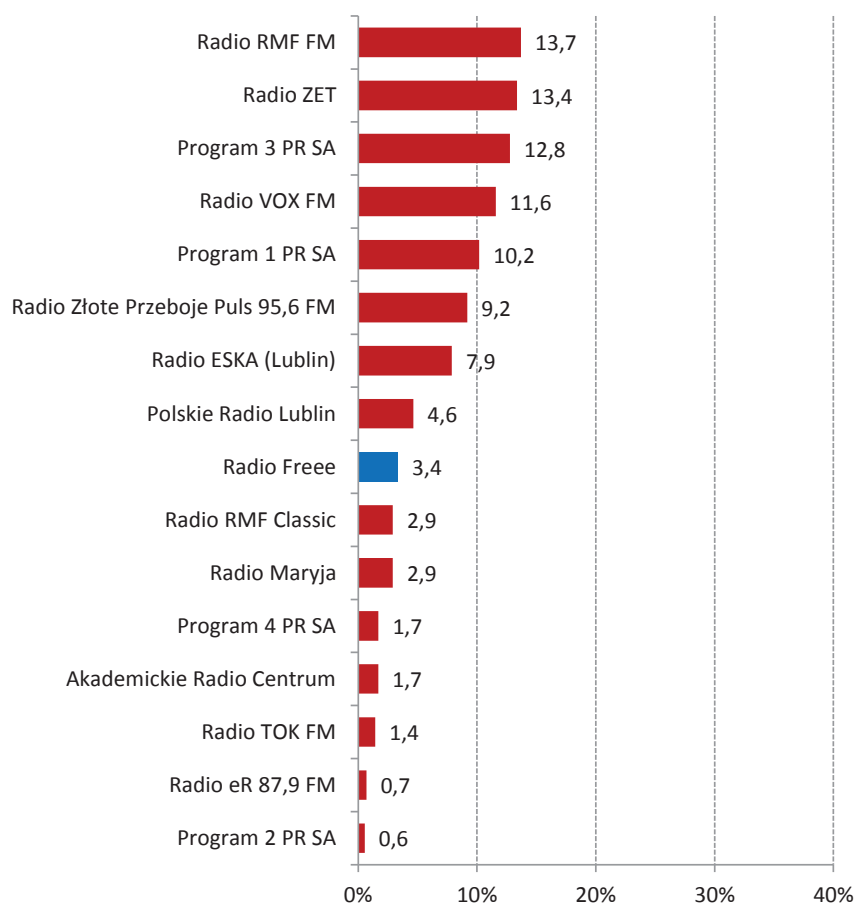


*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Pozycja Radia Freee na rynku radiowym w Lublinie

W stosunku do 2013 r. pozycja tego programu była niższa pod względem udziału w czasie słuchania programów radiowych w mieście.

Wykres 63. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie Lublina w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. środki z abonamentu pokryły 80% kosztów zadań misyjnych Radia Lublin. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 21.

Tabela 21. Koszty działalności misyjnej Radia Lublin SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego- zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 377	82,1%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 114	10,9%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Radio Freee	399	3,9%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	32	0,3%
5. Zadania pozaantenowe realizujące misję (m.in. koncerty, konferencje)	280	2,8%
Koszty misji ogółem	10 202	100,0%

Koszty działalności misyjnej były niższe o ponad 8% od kosztów misji, które wystąpiły w spółce w 2013 r. (11 116 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 22.

Tabela 22. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Lublin SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 198	7 850
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 722	6 722
<i>w tym: audycje preferowane</i>	915	915
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 102	1 102
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	12
4. Zadania inwestycyjne		
– remont Studia Muzycznego	144	0
– digitalizacja	200	14

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Lublin w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji programu regionalnego.

Środki abonamentowe pokrywały 70% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Łódź SA

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Marek Składowski – prezes

Andrzej Berut – członek

Rada Nadzorcza

Andrzej Szablewski – przewodniczący

Wioletta Pawłowska (MSP w porozumieniu z MKiDN) – wiceprzewodnicząca

Józef Kobos – sekretarz

Jan Jeżak, Krzysztof Jędrzejczak – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 401 z dnia 30 października 2012 r.):

Andrzej Sołtysik (PO) – przewodniczący

Małgorzata Niewiadomska-Cudak (KRRiT) – wiceprzewodnicząca

Marian Papis (KRRiT) – sekretarz

Krzysztof Ciebiada (PiS), Piotr Cieplucha (Solidarna Polska), Krzysztof Grafiński (PiS), Krzysztof Herod (KRRiT), Jolanta Kopka (PO), Leszek Niecikowski (Ruch Palikota), Adam Owczarek (KRRiT), Grażyna Przanowska (PO), Włodzimierz Rostocki (PO), Tadeusz Wijata (KRRiT), Donat Wiśniewski (PSL), Joanna Wojtkun (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Łódź SA

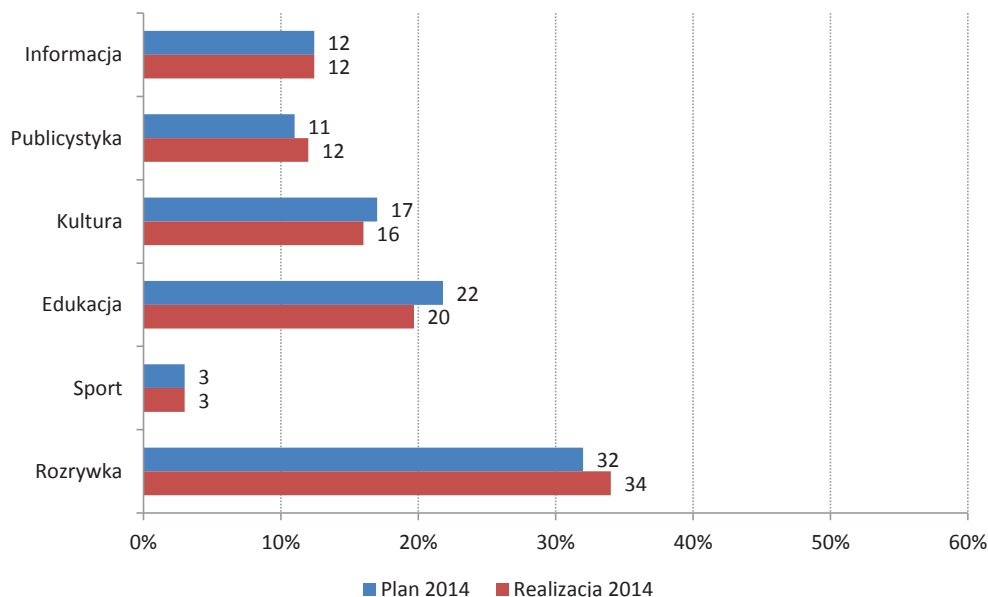
Pokrycie ludnościowe:	2 084 845 osób	5,39 %
Pokrycie powierzchniowe:	13 249,4 km ²	4,24 %

Działalność programowa

Plan generalnie był realizowany, tj.: nadano zaplanowane audycje w poszczególnych kategoriach, chociaż zmodyfikowano czas ich trwania (niektóre wydłużono, inne skrócono). Tym samym dokonano niewielkiej modyfikacji planu: zmniejszono w rocznym czasie emisji udział audycji z kategorii kultura (o 1 pkt proc.) i edukacja (o 2 pkt. proc.) na rzecz zwiększenia udziałów takich kategorii jak: publicystyka i rozrywka (odpowiednio o 1 i 2 pkt. proc.).

Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne wypełniły niemalże cały roczny czas nadawania (97%). Oprócz rozrywki największy udział miały audycje edukacyjno-poradnicze koncentrujące się na problemach dotyczących ekologii, zdrowia, prawa, finansów, motoryzacji, kulinariów. Część oferty edukacyjnej poświęcono historii regionu (w szczególności historii łódzkiego getta, w związku z przypadającą 70. rocznicą jego likwidacji), poprawnemu używaniu języka polskiego, nowym technologiom, ekologii i ochronie środowiska. Znaczący udział w programie miały również audycje poświęcone kulturze. Nadawano zarówno bieżące informacje o imprezach i wydarzeniach w tej dziedzinie (w tym o repertuarach kin, teatrów, nowościach filmowych), jak też prezentowano współczesną twórczość literacką (poetycką i prozatorską), w tym udratyzowaną (słuchowiska, reportaże). Tworzono również specjalną ofertę dla dzieci – bajki czytane na antenie przez łódzianki, *Latające babcie*. Program wypełniał również zadania w zakresie informacji (tworzono dzienniki i informatory użytkowe dla mieszkańców regionu) oraz publicystyki (komentarze poświęcone bieżącym wydarzeniom, głównie w sferze społeczno-politycznej). Rozrywkę w Radiu Łódź stanowiła muzyka różnych gatunków oraz konkursy. Udział poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 64.

Wykres 64. Plan programowy Radia Łódź SA i jego realizacja w 2014 r.



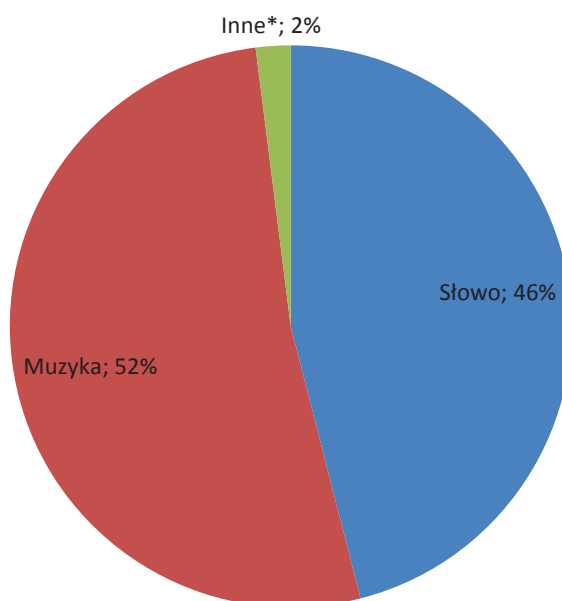
Tematyka regionalna zajmowała blisko 1/3 programu (32%). Obecna była w różnego rodzaju audycjach słownych: informacyjnych, publicystycznych, edukacyjnych, poświęconych kulturze, tematyce sportowej. W ofercie Radia Łódź obecne były także elementy programu preferowane przez KRRiT. Wśród nich najwięcej czasu (206 godz.) nadawca przeznaczył na audycje realizujące edukację obywatelską. Były one związane z problematyką wyborów do Parlamentu Europejskiego i do samorządu terytorialnego. Kolejną – ze względu na czas trwania – kategorią audycji były tworzone specjalnie dla młodzieży

(146 godz. w ciągu roku) – zarówno audycje dotyczące możliwości zdobycia wykształcenia, a w tym kontekście potrzeb rynku pracy, jak też audycje poświęcone problemom młodego pokolenia (młodzieży szkolnej i akademickiej). Ofeta w zakresie form udratyzowanych zajęła niewiele czasu (55 godz. w ciągu roku). Dominowały reportaże interwencyjne oraz prezentujące kulturę i sztukę regionu. Raz w miesiącu nadawano słuchowisko w ramach cyklu *Łódzki Teatr Radiowy*.

Radio Łódź współpracowało z kilkoma rozgłościami: z Radiem Białystok oraz innymi rozgłościami uczestniczyło w realizacji projektu muzycznego *Przebojem Na Antenę* popularyzującego regionalne zespoły muzyczne; z Radiem Merkury współorganizowało akcję *Zapal znicz pamięci*; z Radiem Gdańsk i Radiem Wrocław tworzyło audycje o nowootwartych trasach A-1 i S-8. We współpracy z TVP Łódź przygotowało także wieczór wyborczy po zakończeniu głosowania w wyborach samorządowych.

Udział słowa w programie był wysoki. Warstwa słowna zajęła prawie połowę rocznego czasu emisji. Pozostałą część wypełniła muzyka różnych gatunków: od popularnych (głównie rock), po jazz, muzykę ludową oraz muzykę klasyczną.

Wykres 65. Udział słowa i muzyki w programie Radia Łódź SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Jedną z najdłużej prowadzonych przez rozgłośnię akcji pozaantenowych jest plebiscyt *Łodzianin Roku*, w którym mieszkańcy wybierają osobę najbardziej ich zdaniem zasłużoną dla miasta i regionu. W 2014 r., dwudziesta, a więc jubileuszowa edycja imprezy, miała zmienioną formułę – spośród dotychczasowych laureatów plebiscytu wybrano *Łodzianina 20-lecia*, który dzięki pracy i zaangażowaniu w życie regionu i miasta najbardziej przyczynił się do rozwoju województwa i wzmocnienia jego wizerunku.

W ubiegłym roku rozgłośnia organizowała także studia plenerowe, w stolicy regionu oraz w mniejszych miastach województwa, które służyły lepszemu poznaniu walorów regionu, w tym gospodarczych i turystycznych oraz jego potencjału kulturalnego.

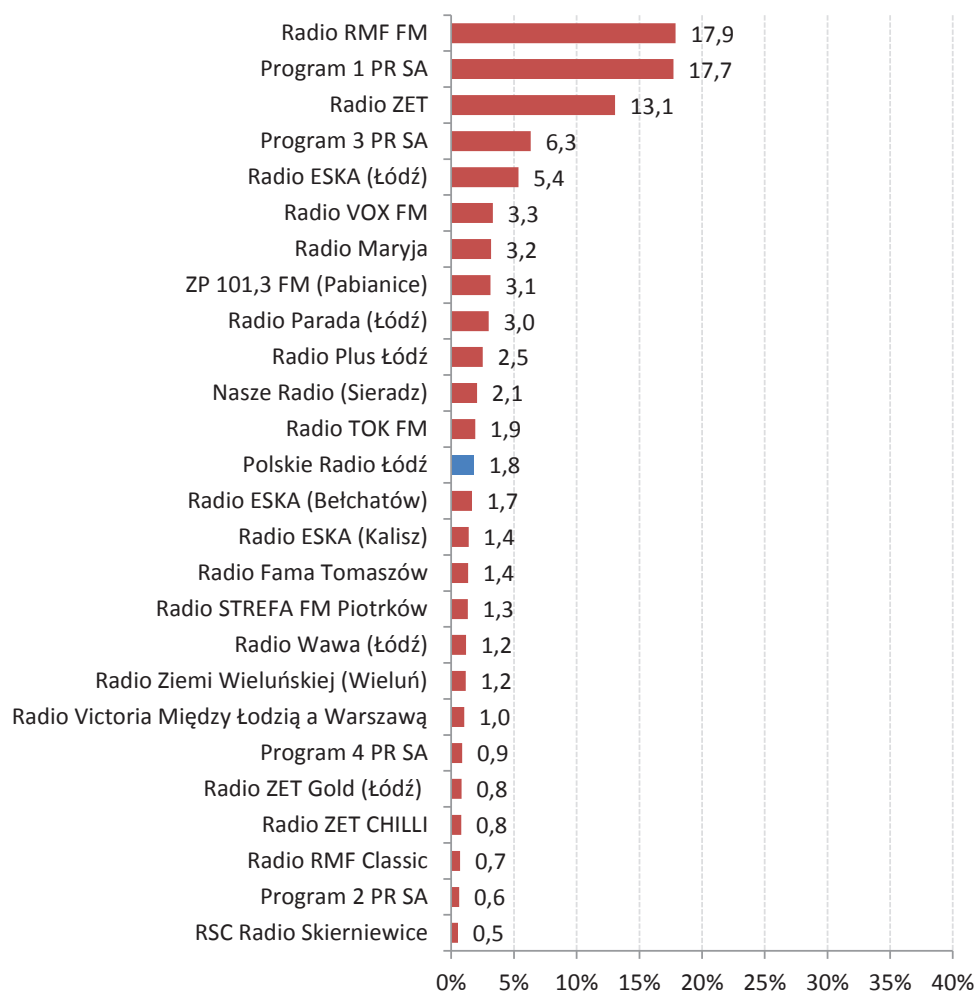
Radio Łódź uczestniczyło także w realizacji projektu *Noc Muzeów*. Z tej okazji spółka przygotowała wiele atrakcji dla odwiedzających rozgłośnię, w tym m.in. eksperymentalny koncert z wykorzystaniem sensorów ruchu i prezentację codziennej pracy dziennikarzy różnych redakcji.

Ponadto, rozgłośnia inicjowała akcje charytatywne. Były to, m.in.: *Świąteczne Pogotowie Radia Łódź* (podczas której – w okresie przedświątecznym – przygotowano prezenty i paczki z ubraniami dla 300 dzieci z najbiedniejszych rodzin z regionu) oraz *Wigilia Charytatywna Radia Łódź* dla biednych, starszych i samotnych osób.

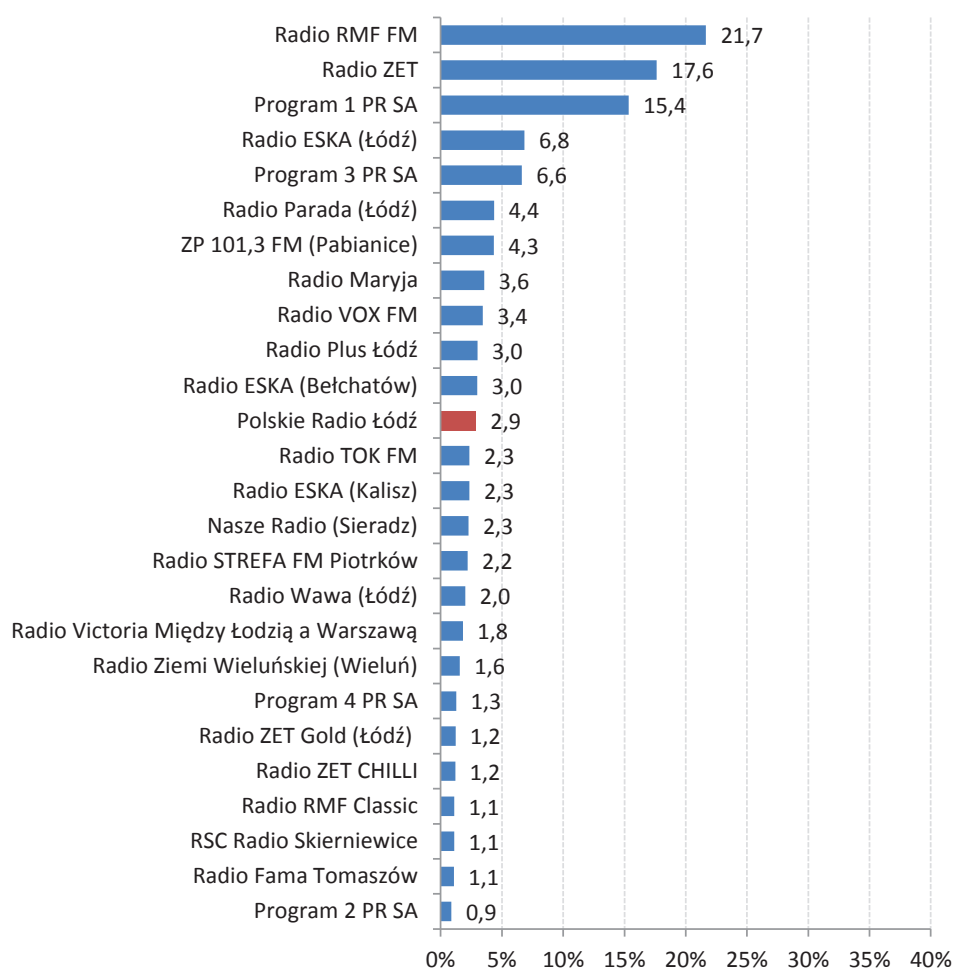
Pozycja Radia Łódź SA na rynku radiowym w województwie łódzkim

W stosunku do 2013 r. Radio Łódź poprawiło swoją pozycję rynkową zarówno w zakresie udziału w czasie słuchania programów dostępnych w woj. łódzkim, jak też udziału w zasięgu dziennym.

Wykres 66. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa łódzkiego w 2014 r.



Wykres 67. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa łódzkiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 80% kosztów zadań misyjnych Radia Łódź. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 23.

Tabela 23. Koszty działalności misyjnej Radia Łódź SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 302	91,0%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	680	6,6%
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,3%
4. Emisja cyfrowa DAB+	33	0,3%
5. Redakcja i serwis internetowy	180	1,8%
Koszty misji ogółem	10 225	100,0%

Koszty działalności misyjnej były o 9% wyższe od kosztów misji, które wystąpiły w spółce w 2013 r. (9 353 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 24.

Tabela 24. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Łódź SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 164	7 914
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 951	6 951
<i>w tym: audycje preferowane</i>	360	360
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	590	590
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
4. Emisja cyfrowa DAB+	33	33
5. Redakcja i serwis internetowy	110	110
6. Zadania inwestycyjne:		
– zakup konsol	250	0
– digitalizacja	200	200

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Łódź w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji, głównie o charakterze edukacyjnym.

Środki abonamentowe pokrywały 71% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Olsztyn SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Mariusz Bojarowicz – prezes

Henryk Łańko – członek

Rada Nadzorcza

Krzysztof Krukowski – przewodniczący

Bogumił Osiński – wiceprzewodniczący

Agnieszka Kazalska (MSP w porozumieniu z MKiDN) – sekretarz

Czesław Hołdyński, Sylwia Stachowska – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 402 z dnia 30 października 2012 r.):

Ireneusz Iwański – przewodniczący

Zbigniew Szczypiński – wiceprzewodniczący

Dorota Wcisła – sekretarz

Marek Sokołowski (KRRiT), Tomasz Miętkiewicz (KRRiT), Adam Hołub (KRRiT), Paweł Pietnoczka (KRRiT), Piotr Sułkowski (KRRiT), Irena Telesz-Burczyk (PO), Witold Strzelec (PO), Leszek Sobański (PiS), Bożenna Ulewicz (PiS), Zbigniew Ciechomski (PSL), Zbigniew Szmurło (Solidarna Polska), Rafał Gozdur (Ruch Palikota) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Olsztyn SA

Pokrycie ludnościowe:	1 443 754 osób	3,73%
Pokrycie powierzchniowe:	14 783,5 km ²	4,73%

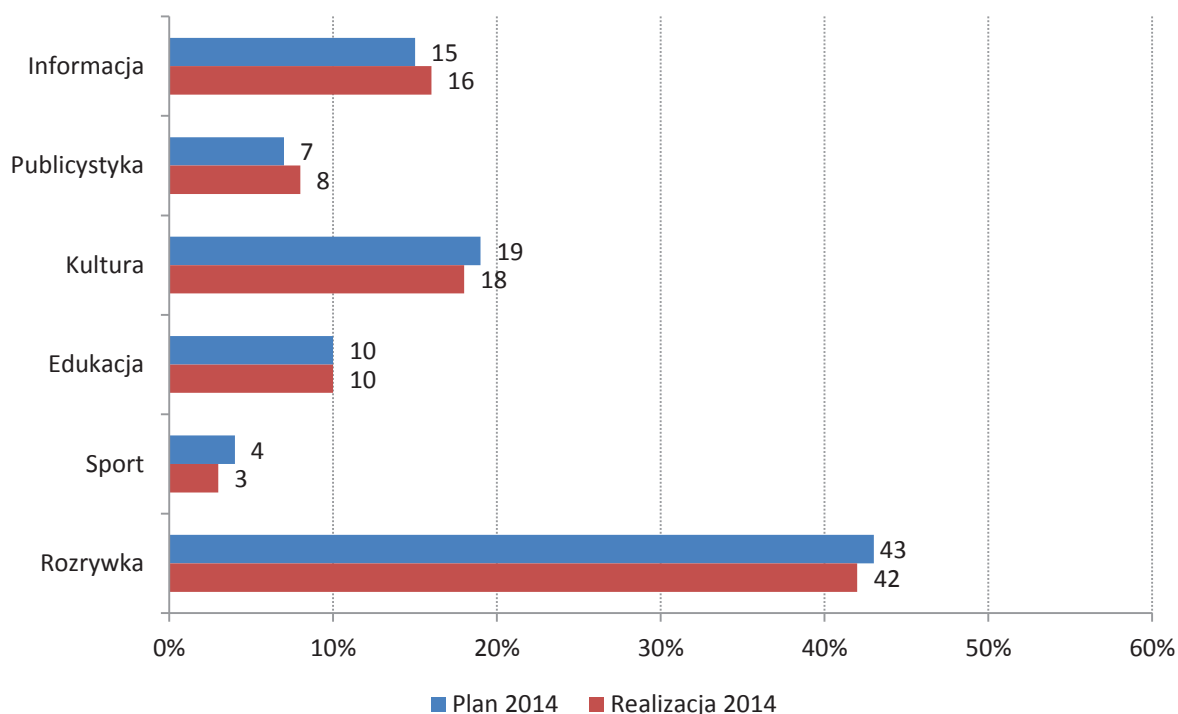
Działalność programowa

Nadawca generalnie realizował uzgodniony plan, tj. w programie obecne były wszystkie zaprojektowane gatunki i tytuły audycji. Wprowadzono modyfikacje planu polegające na skróceniu czasu trwania niektórych kategorii audycji: poświęconych kulturze (skrócono o 30 godz. w ciągu roku), dotyczących sportu (o 20 godz.) i rozrywki (o 67 godz.). Zwiększono natomiast – w stosunku do planu – czas trwania audycji informacyjnych (o 57 godz.), publicystycznych (o 44 godz.) i edukacyjnych (o 16 godz.). Wprowadzone modyfikacje planu były niewielkie i wpłynęły korzystnie na zawartość programu, bowiem zwiększył się udział elementów służących debacie publicznej i edukacji obywatelskiej.

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie Radia Olsztyn był wysoki – stanowił 97% rocznego czasu. Oferta składała się z audycji różnych kategorii. Największy udział – oprócz audycji rozrywkowych – miały audycje poświęcone kulturze, a wśród nich upowszechniające wiedzę o muzyce klasycznej (twórcach i wykonawcach), transmisje koncertów (m.in. muzyki organowej w sanktuarium w Św. Lipce) oraz prezentacje utworów literackich (współczesnych poetyckich i prozatorskich, polskich oraz należących do klasyki literatury światowej), twórczości kabaretowej (w tym regionalnej) oraz tradycji ludowej regionu (w tym muzyki). Program wypełniał też zadania informacyjno-komentatorskie: emitowano dzienniki, różnego typu informatory dla mieszkańców regionu (dotyczące m.in. prognozy pogody, w tym dla rybaków i żeglarzy, natężenia ruchu na drogach w regionie, imprez kulturalnych). W programie nadawano również audycje edukacyjne prezentujące dorobek naukowców z Warmii i Mazur, poświęcone nowym technologiom (m.in. zapobiegające wykluczeniu cyfrowemu), upowszechniające wiedzę ekologiczną, kształtujące postawy prozdrowotne, dotyczące problemów związanych z dorastaniem (zarówno w grupie młodzieży gimnazjalnej, jak i licealnej). Tworzono (wspólnie z Uniwersytetem Warmińsko-Mazurskim) także ofertę adresowaną do środowiska akademickiego Olsztyna. W programie nadawano wiele poradników, dotyczących m.in. zdrowia, problemów pedagogiczno-psychologicznych. Obecna była także tematyka sportowa, która głównie koncentrowała się na wydarzeniach w regionie. Funkcję rozrywkową pełniła głównie nadawana w programie muzyka (przede wszystkim gatunki popularne wśród młodzieży), kabarety oraz konkursy.

Oferta Radia Olsztyn zawierała również audycje adresowane do mniejszości narodowej zamieszkującej w zasięgu nadawania programu. Były to audycje informacyjne, publicystyczne i muzyczne tworzone dla Ukraińców w ich języku narodowym (zająły w ciągu roku 138,5 godz.). Nadawano je zarówno w programie regionalnym, jak też w pasmach emitowanych z nadajnika w Miłkach. Spółka aktywnie uczestniczyła w wydarzeniach lokalnych. W czerwcu 2014 roku, z okazji startującego w Mikołajkach *71 Samochodowego Rajdu Polski*, na częstotliwości 99,6 FM uruchomiono program okolicznościowy *Radio Rajdowe* – funkcjonowało cztery dni (26 – 29 czerwca). Nadano 60 godzin programu prezentującego na bieżąco wyniki rajdu, komentarze kierowców, rozmowy z ekspertami, ale też konkursy i muzykę. Udział poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 68.

Wykres 68. Plan programowy Radia Olsztyn SA i jego realizacja w 2014 r.



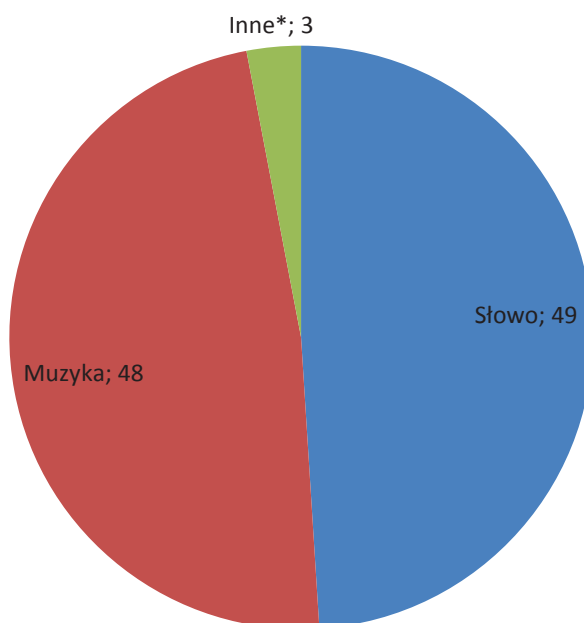
Tematyka regionalna, obecna głównie w różnego rodzaju audycjach słownych, zajęła ponad 1/3 rocznego programu (35%). Problemom regionu poświęcano czas zarówno w serwisach informacyjnych, audycjach publicystycznych, jak i w audycjach dotyczących kultury, edukacyjnych oraz sportowych.

W programie obecne były także audycje preferowane przez KRRiT. Najwięcej czasu zajęły formy udramatyzowane (432 godz.): słuchowiska, audycje dokumentalne, reportaże. Były to produkcje realizowane na bazie twórczości regionalnej. Interesującą częścią tej oferty były zwłaszcza słuchowiska dla dzieci powstające na podstawie legend i baśni regionalnych.

Znaczącą część programu (336 godz.) wypełniła oferta tworzona specjalnie dla młodzieży. Były to audycje edukacyjne, dotyczące kultury, wspomagające rozwój intelektualny czy społeczny młodych ludzi, pomocne także przy wyborze szkół i ścieżek kariery oraz promujące regionalne osiągnięcia naukowe. Część oferty edukacyjnej służyła popularyzacji nowych technologii, czytelnictwa i sportu amatorskiego. Nadano także szereg audycji służących edukacji obywatelskiej (140 godz.), ze szczególnym uwzględnieniem audycji poświęconych wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego. W większości były to serwisy i debaty wyborcze, ale także audycje poszerzające wiedzę o funkcjonowaniu samorządów i europarlamentu.

Program Radia Olsztyn cechował wysoki udział słowa – 49%. Wzrósł on znacząco w stosunku do ubiegłego roku – aż o 14 pkt. proc. Nadawana muzyka to w większości współczesna muzyka rozrywkowa.

Wykres 69. Udział słowa i muzyki w programie Radia Olsztyn S.A. w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

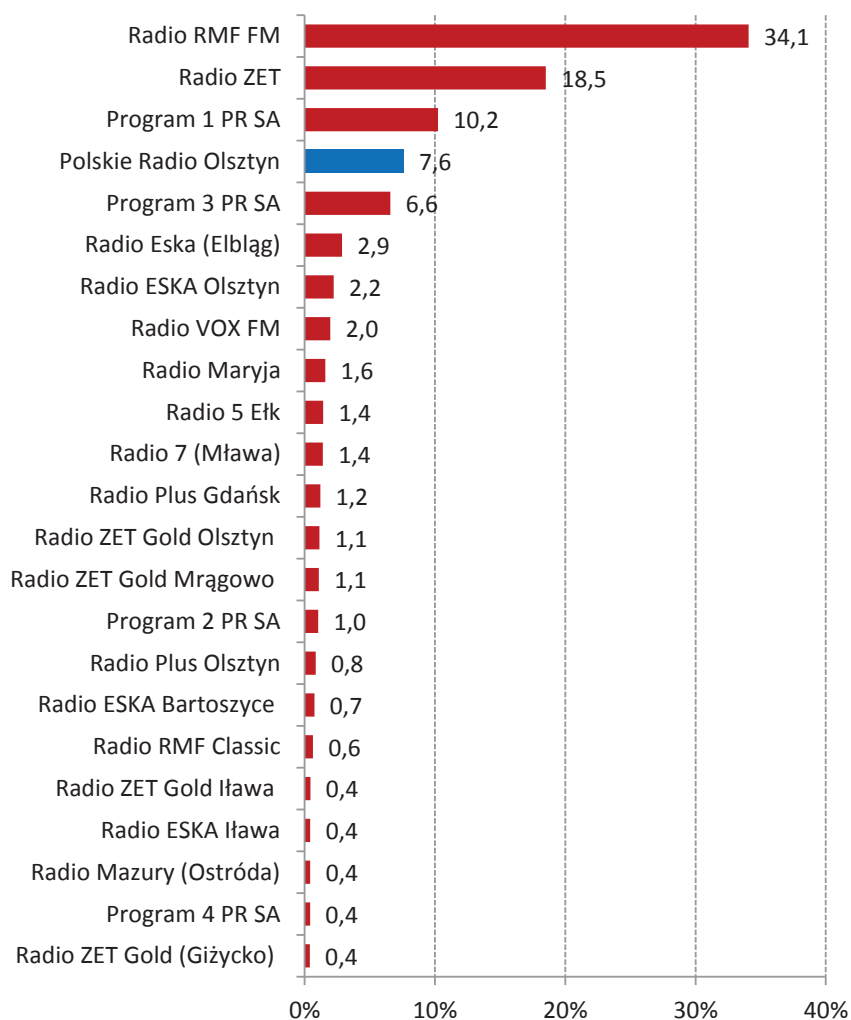
Radio Olsztyn w 2014 r. prowadziło działalność pozaantenową koncentrującą się na organizowaniu: happeningów, spotkań autorskich, uroczystości kulturalnych (np. czytanie książek w terenie), wystaw, koncertów, festiwali. Radio aktywnie uczestniczyło także w różnego typu piknikach organizowanych dla mieszkańców (np. *Europejski Piknik Rodzinny* z udziałem premiera RP, *X Rotariańska Majówka Lotnicza*). Radio Olsztyn prowadziło również pozaantenowe działania edukacyjne związane z bezpieczeństwem na wodzie oraz dotyczące znajomości historii (regionalny test z historii).

Spółka organizowała także wiele akcji poza stolicą województwa (np. *Tłusty Czwartek z Radiem Olsztyn* w Szczytnie, *Śpiewanie kolęd z Radiem Olsztyn*, *Biuro Podróży Radia Olsztyn* – atrakcyjne miejsca i trasy w regionie).

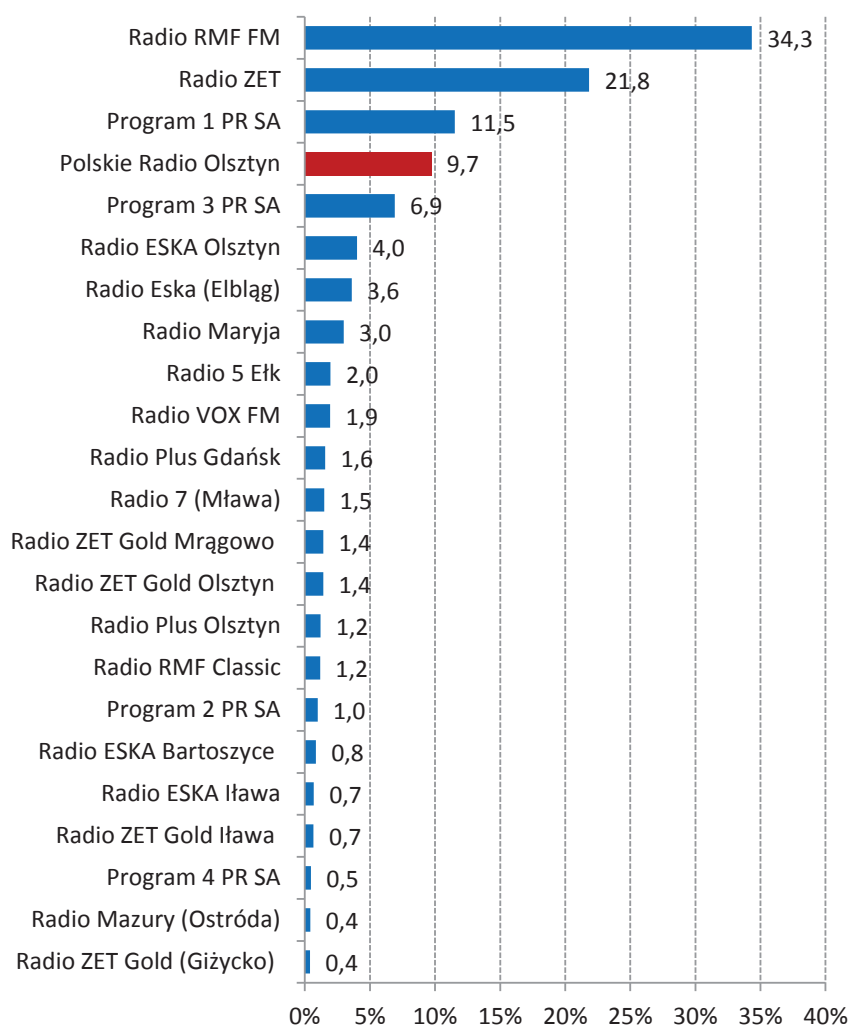
Pozycja Radia Olsztyn na rynku radiowym w województwie warmińsko-mazurskim

W stosunku do 2013 r. Radio Olsztyn obniżyło swoją pozycję zarówno pod względem udziału w czasie słuchania programów dostępnych w województwie, jak również udziału w zasięgu dziennym. Udział Radia Olsztyn w czasie słuchania programów radiowych w omawianym województwie zmniejszył się w stosunku do 2013 r. o 2,8 pkt. proc., a zasięg dzienny Radia Olsztyn spadł z 10,8% w roku 2013 do 9,7% w roku 2014.

Wykres 70. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w 2014 r.



Wykres 71. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 75% kosztów zadań misyjnych Radia Olsztyn. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 25.

Tabela 25. Koszty działalności misyjnej Radia Olsztyn SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego- zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 687	89,2%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	928	8,6%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, z tego:	244	2,2%
– w programie regionalnym	48	0,4%
– audycje dla mniejszości ukraińskiej	196	1,8%
Koszty misji ogółem	10 859	100,0%

Koszty działalności misyjnej były wyższe o 1,5% w stosunku do kosztów misji, które wystąpiły w spółce w 2013 r. (10 697 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 26.

Tabela 26. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Olsztyn SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 173	8 122
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 883	6 883
<i>w tym: audycje preferowane</i>	307	307
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	990	990
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym:		
– w programie regionalnym	70	49
– audycje dla mniejszości ukraińskiej z nadajnika w Miłkach	200	200
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Olsztyn w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie nowych audycji o tematyce wyborczej.

Środki abonamentowe pokrywały 69% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Opole SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Paweł Frącz – prezes

Rada Nadzorcza

Katarzyna Płoszaj (MSP w porozumieniu z MKiDN) – przewodnicząca

Joachim Foltys – wiceprzewodniczący

Waldemar Skomudek – sekretarz

Bogusław Nierenberg, Lech Rubisz – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 403 z dnia 30 października 2012 r. oraz uchwałą KRRiT nr 415 z 9 listopada 2012 r.):

Andrzej Mazur (SLD) – przewodniczący

Zdzisław Krzysztofka (PiS) – wiceprzewodniczący

Paweł Stępkowski (KRRiT), Piotr Karmański (KRRiT), Zbigniew Bitka (KRRiT), Krzysztof Wysdak (KRRiT), Apolonia Klepacz (KRRiT), Krzysztof Puszczewicz (PO), Edward Gondecki (PO), Szymon Ogłaza (PO), Katarzyna Płoszaj (PO, była członkiem rady do listopada 2014 r.), Katarzyna Midura (powołana uchwałą KRRiT nr 462/2014 r. z dnia 4 listopada 2014 r. w związku z rezygnacją p. Katarzyny Płoszaj), Piotr Semak (PiS), Teresa Karol (PSL, uchwała KRRiT nr 415/2012), Jerzy Niedźwiecki (Solidarna Polska), Waldemar Mirecki (Ruch Palikota) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Opole SA

Pokrycie ludnościowe:	989 572 osób	2,56 %
Pokrycie powierzchniowe:	8 507,5 km ²	2,72 %

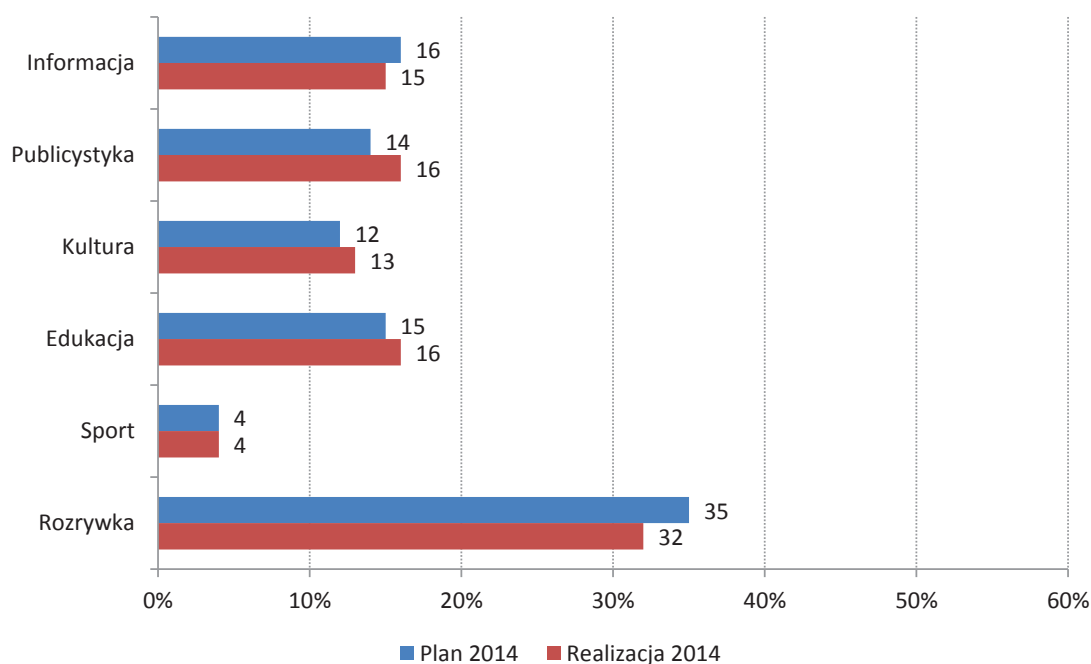
Działalność programowa

Spółka realizowała uzgodnione plany, a różnice w ich realizacji wynikają z niewielkich modyfikacji dokonanych przez nadawcę: zwiększono udział publicystyki (o 129 godz.), kultury (o 59 godz.), edukacji (o 80 godz.) oraz sportu (o 17 godz.). Jednocześnie nadano mniej niż zaplanowano informacji (o 44 godz.) oraz rozrywki (aż o 252 godz.).

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był wysoki i stanowił 96% rocznego programu. Program miał charakter uniwersalny, zawierał różne kategorie audycji. Ich udział – poza rozrywką – był w programie zrównoważony. Oferta zawierała audycje poświęcone wydarzeniom i problemom

w kulturze, w większości prezentujące utwory współczesnych twórców muzyki rozrywkowej (m.in. poezja śpiewana A. Osieckiej, cykle z piosenką francuską, rosyjską, ukraińską i włoską). Przedstawiano także sylwetki twórców. Program wypełniał również zadania informacyjno-publicystyczne: emitowano zarówno dzienniki (ogólne i regionalne), jak też informatory przydatne mieszkańcom regionu (prognoza pogody, sytuacja na lokalnych drogach itp.). Radio Opole dawało też możliwość wyrażenia własnych opinii, komentarzy różnym środowiskom społeczno-polityczno-gospodarczym (partiom, związkom zawodowym, związkom pracodawców, organizacjom pozarządowym). Program realizował również cele edukacyjne: zawierał audycje poświęcone nowym technologiom, poradnictwo dotyczące zdrowia, prawa, ekonomii i finansów, problemów wychowawczych. Funkcję rozrywkową Radio Opole realizowało poprzez nadawaną muzykę różnych gatunków oraz prezentację twórczości kabaretowej i konkursy. Spółka uwzględniła w ofercie potrzeby zamieszkującej w zasięgu jej nadawania mniejszości niemieckiej i romskiej. Dla tych społeczności nadawano audycje informacyjne i publicystyczne. Udział poszczególnych kategorii gatunkowych obrazuje wykres nr 72.

Wykres 72. Plan programowy Radia Opole SA i jego realizacja w 2014 r.



Tematyka regionalna miała wysoki udział w programie – stanowiła 50% rocznego czasu. Realizowana była w sposób różnorodny tematycznie i gatunkowo. Obecna była w audycjach edukacyjnych, informacyjnych, publicystycznych, dotyczących kultury i sportu. Omawiano szerokie spectrum problemów: związanych z ekonomią i rynkiem, zagadnieniami społecznymi oraz dotyczącymi historii i tradycji regionalnej.

W programie obecne były także audycje preferowane przez KRRiT. Wśród nich dominowały tworzone specjalnie dla młodzieży. Zajęły 908 godz. (10%) rocznego programu. Były to audycje edukacyjne i poświęcone kulturze. Oferta edukacyjna dotyczyła nowych mediów i nowych technologii, tematyki ekonomiczno-gospodarczej, poprawnego używania języka polskiego (poprawność gramatyczna, stosowność doboru stylu wypowiedzi do okoliczności, omawianie najczęściej popełnianych błędów językowych). Tworzono również audycje adresowane do studentów i opolskiego środowiska uczelni wyższych (m.in. poświęcone jubileuszowi 20-lecia Uniwersytetu Opolskiego).

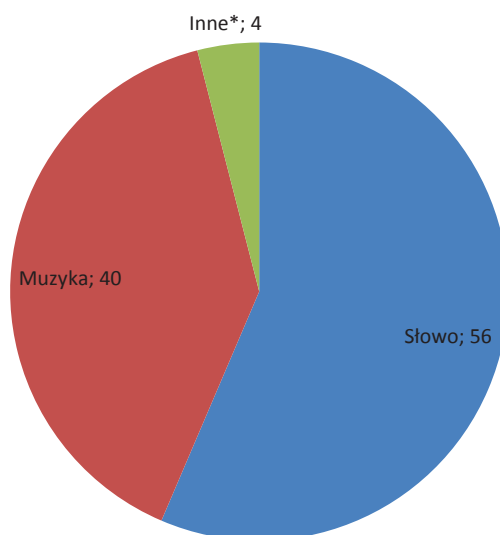
W programie obecne były również formy udratyzowane – zajęły 334 godz. w ciągu roku. Były to słuchowiska, dokumenty i reportaże. Prezentowano zarówno utwory premierowe, jak i archiwalne. Obecne były w programie w każdym tygodniu.

Wśród audycji preferowanych nadanych w Radiu Opole były audycje służące edukacji obywatelskiej, m.in. poświęcone wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego. Zajęły one 45 godz. w rocznym programie. Były to zarówno debaty wyborcze i rozmowy z kandydatami, jak też poradniki wyborcze oraz audycje profrekwencyjne.

Radio Opole wspólnie z TVP Opole zrealizowało audycję poświęconą wyborom samorządowym (*Łoża wyborcza – wybory samorządowe*, nadaną po zamknięciu lokali wyborczych, z udziałem dziennikarzy opolskich mediów, politologów i socjologów). Została wyemitowana w programie radiowym i telewizyjnym oraz udostępniona na stronach internetowych Radia Opole i TVP Opole.

Udział audycji słownych w programie był wysoki – zajęły ponad połowę rocznego programu (56%). Pozostałą część wypełniała muzyka – głównie rozrywkowa, w mniejszym wymiarze również muzyka klasyczna, jazz, piosenka poetycka i muzyka ludowa.

Wykres 73. Udział słowa i muzyki w programie Radia Opole w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

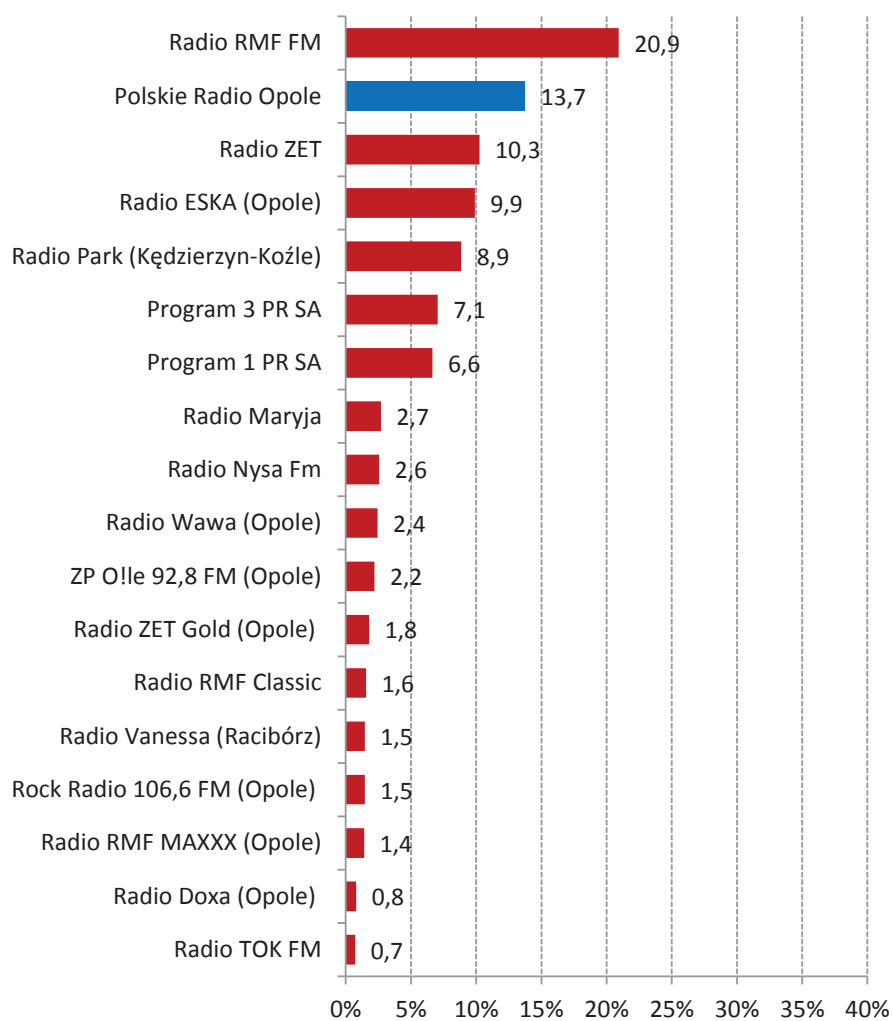
Radio Opole w ubiegłym roku zorganizowało kilka projektów pozaantenowych o charakterze edukacyjnym, m.in. konferencje problemowe. Np., w ramach projektu *Razem dla biznesu* realizowanego przez spółkę oraz Klub Polskiego Biznesu w Pradze zorganizowano dla przedsiębiorców z województwa opolskiego i Republiki Czeskiej dwie dwudniowe konferencje – w Ostrawie i w Opolu – pod hasłem *Przedsiębiorczość na pograniczu polsko-czeskim*; zorganizowano także konferencję *Radio Opole – wiarygodne źródło informacji*, której celem była edukacja dotycząca prawnych aspektów wyborów samorządowych oraz zasad realizacji Rozporządzenia KRRiT dotyczących emisji bezpłatnych audycji wyborczych oraz konferencję *Media publiczne w służbie demokracji. Polskie doświadczenia na tle Europy*, współorganizowaną z Uniwersytetem Jagiellońskim i KRRiT, pod patronatem Prezydenta RP.

Spółka działała na rzecz upowszechniania edukacji medialnej – kilkakrotnie gościła w siedzibie rozgłośni dzieci oraz starszych słuchaczy, prezentując im studia nagrań, proces produkcji i emisji programu. Radio Opole uczestniczyło również w projekcie sportowym (*Maraton Opolski*), organizowanym dla mieszkańców Opola. Spółka organizowała także w Opolu akcje plenerowe o charakterze rozrywkowym (np. Walentynki na lodowisku *Toropol*; obchody *Światowego Dnia Radia*, *Dnia Kobiet*, pierwszego dnia wiosny). Organizowano koncerty (m.in. koncert romskiego zespołu z Głubczyc; XXII edycję koncertu dla społeczności śląskiej i mniejszości niemieckiej – *Serduszka Dwa, czyli Śląskie Szlagiery 2014* w Kędzierzynie-Koźlu).

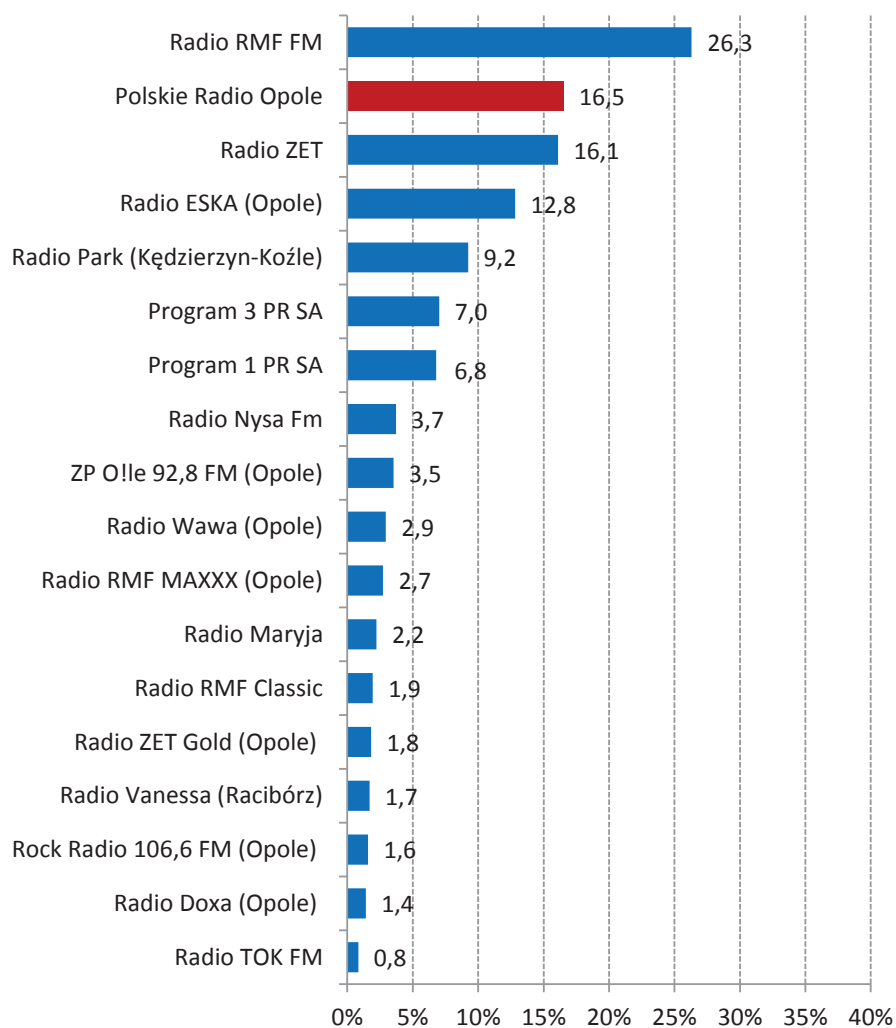
Pozycja Radia Opole na rynku radiowym w województwie opolskim

W stosunku do 2013 r. Radio Opole obniżyło swoją pozycję zarówno pod względem udziału w czasie słuchania programów radiowych w województwie (nieznacznie o 0,3 pkt. proc.), jak i udziału w zasięgu dziennym (3,3 pkt. proc.).

Wykres 74. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa opolskiego w 2014 r.



Wykres 75. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa opolskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 68% kosztów zadań misyjnych Radia Opole. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 27.

Tabela 27. Koszty działalności misyjnej Radia Opole SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego- zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	10 654	82,7%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 407	10,9%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	712	5,5%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,2%
5. Emisja cyfrowa DAB+	33	0,3%
6. Digitalizacja zbiorów	48	0,4%
Koszty misji ogółem	12 884	100,0%

Koszty działalności misyjnej w Radio Opole były o 6% wyższe w stosunku do kosztów z 2013 r. (12 166 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 28.

Tabela 28. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Opole SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 780	8 780
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 668	6 668
<i>w tym: audycje preferowane</i>	1 342	1 342
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 467	1 467
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	535	535
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Emisja cyfrowa DAB+	33	33
6. Digitalizacja zbiorów	48	48

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Opole w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy. Nadwyżka została wykorzystana przez spółkę na dofinansowanie audycji: edukacyjnych, z zakresu kultury oraz skierowanych do mniejszości narodowych i etnicznych.

Środki abonamentowe pokrywały 63% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Merkurs SA (Poznań)

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Mariusz Szymyślik – prezes

Ryszard Ćwirlej – członek

Rada Nadzorcza

Piotr Frydryszek – przewodniczący

Jędrzej Skrzypczak – wiceprzewodniczący

Piotr Michałak – sekretarz

Tomasz Naganowski, Leszek Podosek-Przygoda (MSP w porozumieniu z MKiDN) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 405 z dnia 30 października 2012 r.):

Michał Marzec (PiS) – przewodniczący

Andrzej Przyłębski (Solidarna Polska) – wiceprzewodniczący

Ryszard Sławiński (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Maria Magdalena Kacprzak (Ruch Palikota) – sekretarz

Filip Suś (KRRiT), Andrzej Wróblewicz (KRRiT), Przemysław Basiński (KRRiT), Krzysztof Paluszyński (KRRiT), Piotr Nycz (PO), Grzegorz Ganowicz (PO), Alicja Kobus (PO), Dariusz Lipiński (PO), Szymon Szynkowski vel Sęk (PiS), Stanisław Nowak (PSL), Adam Podsiadły (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Merkurs SA

Pokrycie ludnościowe:	4 338 594 osób	11,22 %
Pokrycie powierzchniowe:	40 306,0 km ²	12,89 %

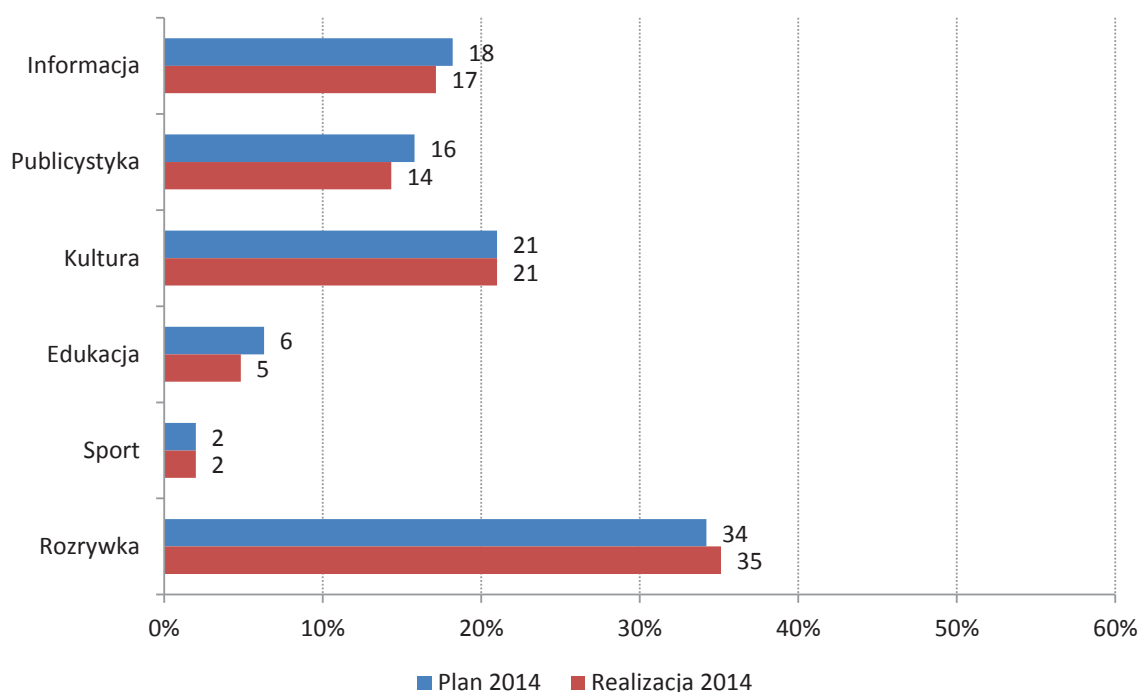
Działalność programowa

Spółka realizowała uzgodniony plan, a niewielkie modyfikacje wynikają ze skrócenia lub wydłużenia czasu trwania audycji w ciągu roku nadanych w następujących kategoriach: publicystyka i edukacja (zmniejszono udział o 129 godz. w każdej kategorii), informacja (o 92 godz.). Wydłużono natomiast czas trwania rozrywki (o 80 godz.) oraz audycji poświęconych kulturze (o 29 godz.).

Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był wysoki i stanowił 94% rocznego programu. Spółka realizowała zadania we wszystkich kategoriach audycji określonych w art. 21 ust. 1. ustawy o radiofonii i telewizji. Największy udział w rocznym czasie emisji miały audycje poświęcone

kulturze. Popularyzowały one literaturę współczesną (utwory prozatorskie i poetyckie), informowały o nowościach wydawniczych (w tym na rynku regionalnym), zachęcały do czytania książek, przekazywały ich omówienia i recenzje. W programie nadawano także cykliczne magazyny poświęcone życiu artystycznemu Poznania i Wielkopolski. Oferta zawierała także transmisje koncertów muzyki klasycznej, premiery operowe. Prezentacja innych gatunków muzycznych w dużej części związana była z organizowanymi w Poznaniu festiwalami poświęconymi gatunkom niszowym (blues, jazz i tzw. muzyka offowa). Program pełnił również funkcję informacyjno-komentatorską (wysoki udział informacji i publicystyki). Edukacja dotyczyła różnorodnych zagadnień: ekologii (służącej kształtowaniu postaw wspomagających ochronę środowiska), nowych technologii (m.in. ich przydatności w życiu codziennym), leczenia i profilaktyki uzależnień, poprawnego używania języka polskiego, historii regionu (w tym akcji upamiętniających miejsca niemieckich zbrodni) oraz problemów tolerancji, równego traktowania oraz właściwych relacji z osobami niepełnosprawnymi i starszymi. Udzielano także porad z różnych dziedzin, dotyczących aktywizacji zawodowej bezrobotnych, psychologii, zdrowia, ogrodnictwa. Tematyka sportowa koncentrowała się głównie na drużynach regionalnych, m.in. ich problemach i osiągniętych wynikach. Udział poszczególnych ustawowych kategorii w programie obrazuje wykres nr 76.

Wykres 76. Plan programowy Radia Merkury SA i jego realizacja w 2014 r.



Tematyka regionalna zajęła ponad 1/3 rocznego programu (34%). Poświęcono jej zdecydowaną większość audycji informacyjnych (dzienniki, przeglądy prasy, informatory użytkowe) i publicystycznych (głównie magazyny reporterskie o aktualnych wydarzeniach w regionie). Tematyka ta była także istotną

częścią audycji edukacyjnych (poświęconych historii regionu) i sportowych (transmisje meczów, informacje o bieżących wydarzeniach, prezentowanie sylwetek lokalnych sportowców). Nadawano również audycje prezentujące twórczość regionalnych artystów.

W programie obecne były także audycje preferowane przez KRRiT. Wśród nich najliczniejszą grupę stanowiły audycje służących edukacji obywatelskiej (120 godz. w ciągu roku), uwzględniające kampanie wyborcze przeprowadzone w związku z wyborami do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego. W większym stopniu koncentrowano się na tych ostatnich. Nadano: debaty dotyczące różnych szczebli wyborów samorządowych, omówienia sondaży przedwyborczych, informowano o kompetencjach władz, zorganizowano wieczór wyborczy.

Formy udarmatyzowane, takie jak słuchowiska, dokumenty, reportaże zajęły w ciągu roku niewiele czasu (99 godz.). Nadano reportaże poświęcone dokonaniom wielkopolskich pisarzy, aktorów oraz audycje dokumentalne powstałe na kanwie regionalnych wydarzeń historycznych z różnych okresów.

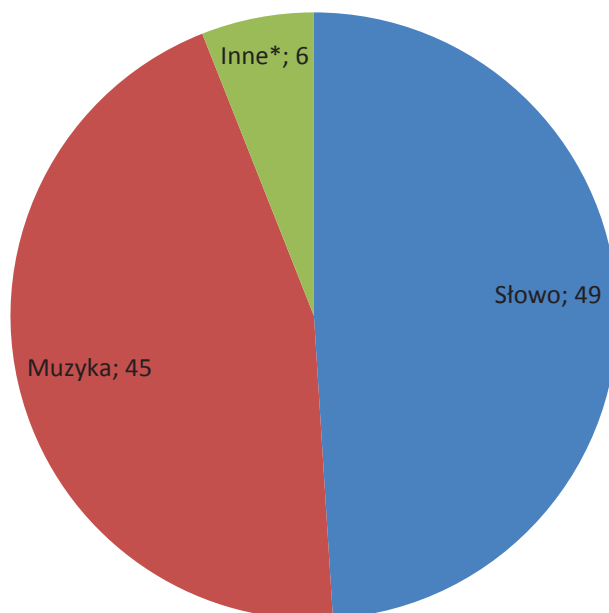
Niewielką część oferty programowej (jedynie 89 godz. w roku) przeznaczono na audycje tworzone specjalnie dla młodzieży. Były to audycje informujące o kondycji wielkopolskich szkół i ofercie zajęć pozalekcyjnych. Ponadto, audycje promowały czytelnictwo, służyły prezentacji debiutujących twórców, podejmowały tematykę związaną z profilaktyką i leczeniem uzależnień.

W 2014 roku Radio Merkury we współpracy z Biurem Edukacji Publicznej poznańskiego IPN-u było organizatorem szóstej edycji akcji medialno-edukacyjnej pod hasłem *Zapal znicz pamięci*, polegającej na wspólnym paleniu w tym samym czasie zniczy, w miejscach mordy dokonanego na Polakach podczas okupacji. Akcję prowadzono wspólnie z Radiem Gdańsk, Radiem PIK, Radiem Łódź oraz Radiem Katowice.

Realizowano również z innymi rozgłośniami (w Gdańsku, Katowicach, Koszalinie) audycję *Klasyka w Polsce* prezentującą muzykę poważną oraz wydarzenia i problemy z tej dziedziny sztuki. Materiały potrzebne do audycji przygotowywane były przez dziennikarzy poszczególnych rozgłośni, a następnie redagowane i opracowywane w Poznaniu. Tak przygotowany magazyn rozsyłano drogą elektroniczną i emitowano na antenach rozgłośni objętych współpracą.

Program Radia Merkury cechował wysoki udział słowa – 49% rocznego czasu emisji.

Wykres 77. Udział słowa i muzyki w programie Radia Merkury S.A. w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio Merkury w ramach działalności pozaantenowej organizowało (lub było współorganizatorem) koncertów poświęconych wybitnym polskim artystom muzycznym: Markowi Grechucie oraz Czesławowi Niemenowi. Spółka w całości zorganizowała i sfinansowała bożonarodzeniowy koncert z udziałem Poznańskiego Chóru Chłopięcego i orkiestry Arte dei Suonatori, a we współpracy z Poznańską Palmiarnią – cykl letnich koncertów plenerowych.

Podejmowano również działania o charakterze edukacyjnym. We współpracy z Biurem Edukacji Publicznej poznańskiego IPN-u zorganizowano akcję medialno-edukacyjną *Zapał zniczy pamięci*, polegającą na wspólnym paleniu zniczy w miejscach, gdzie w trakcie II wojny światowej mordowano Polaków oraz uwiecznianiu miejsc zbrodni na zdjęciach (na stronie internetowej radia powstał swoisty album tych miejsc).

Radio Merkury włączyło się również w akcję poświęconą bezpieczeństwu na lokalnych drogach: *Refleksyjny pieszy* (edukacja pieszych uczestników ruchu drogowego, w tym dzieci i młodzieży), *Jeździmy z klasą* (o współdzieleniu dróg przez rowerzystów, kierowców oraz pieszych), *Miss dziura* (konkurs organizowany wraz z Gazetą Wyborczą, w którym Poznaniacy wskazywali największe uszkodzenia dróg, którymi powinny się zająć służby drogowe).

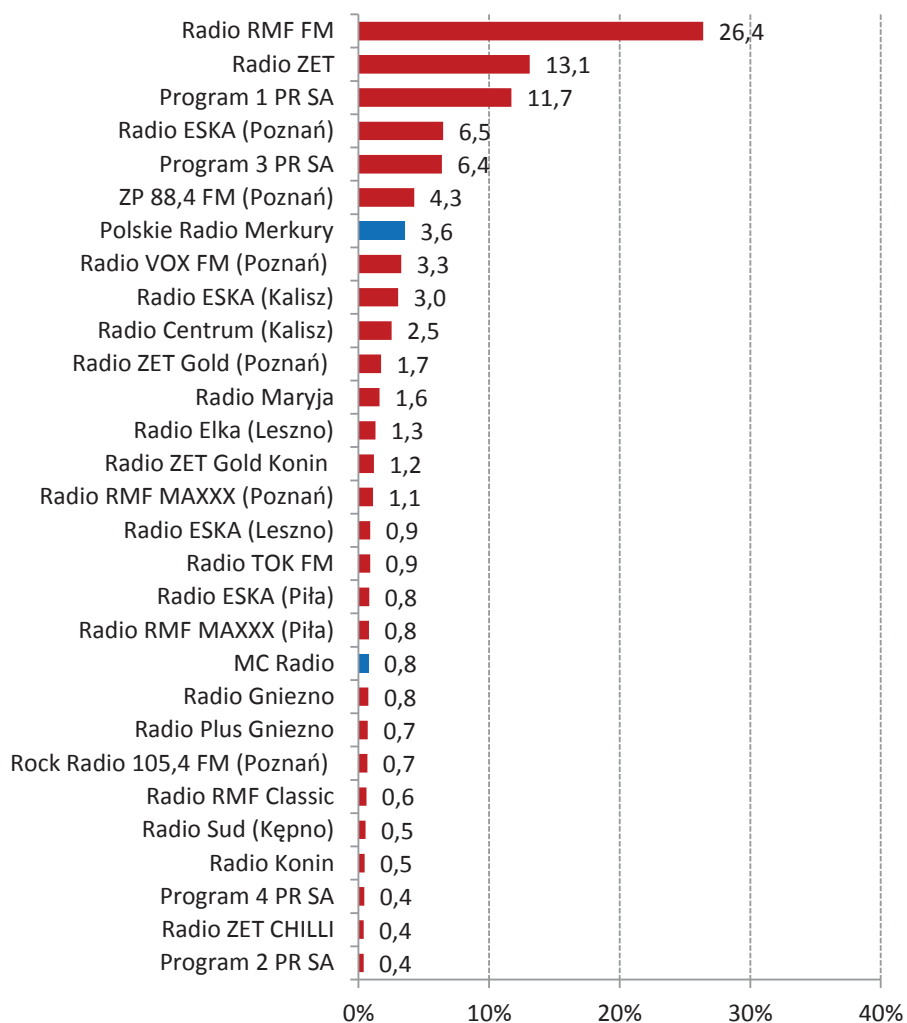
W ramach działań służących rekreacji zorganizowano rajdy rowerowe, wspólne wycieczki rowerowe słuchaczy oraz ekipy Radia Merkury (*XXIV Rajd – Gazem na rowerze*, *XXV Rajd – Jubileuszowy*, Dziewicza Góra w gminie Czerwonak) oraz *Jesienny kijomarsz* w Swarzędzu (coroczne spotkanie dla fanów nordic walking). W wakacje zorganizowano cykl plenerowych zajęć fitness; specjalnie dla pań, w *Dzień Kobiet*, zorganizowano na lodowisku spotkanie fanów łyżwiarstwa.

Radio Merkury organizowało również letnie plenerowe spotkania ze słuchaczami – instalowano plenerowe studia w różnych miastach Wielkopolski, gdzie słuchacze mieli możliwość obserwowania pracy dziennikarzy na żywo.

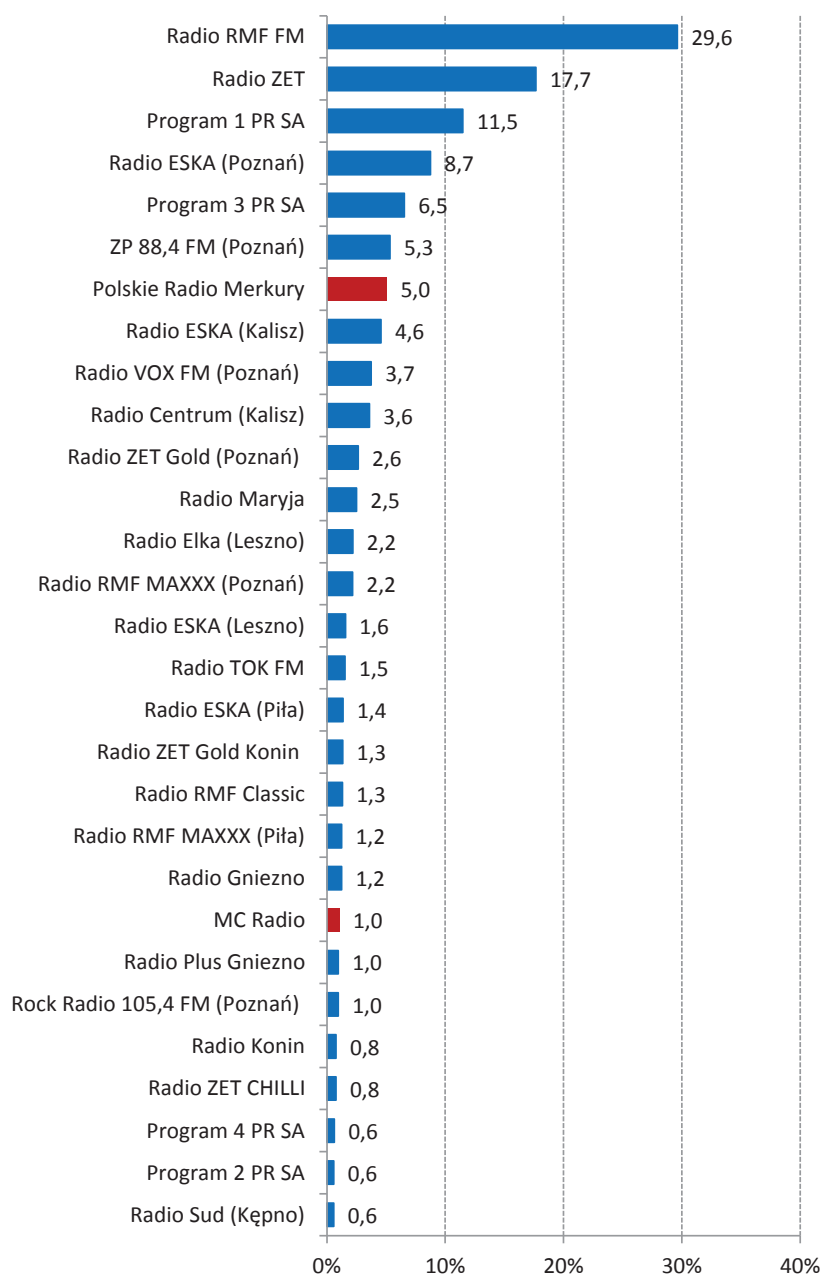
Pozycja Radia Merkury na rynku radiowym w województwie wielkopolskim

W stosunku do 2013 r. Radio Merkury utrzymało swoją pozycję zarówno pod względem udziału w czasie słuchania programów radiowych w regionie, choć udział Radia Merkury w czasie słuchania programów radiowych w województwie wielkopolskim zmniejszył się w stosunku do 2013 r. o 0,2 pkt. proc., jak też udziału w zasięgu dziennym (zasięg dzienny Radia Merkury zmniejszył się o 0,1 pkt. proc. w stosunku do 2013 r. i wyniósł 5,1% w roku 2014).

Wykres 78. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa wielkopolskiego w 2014 r.



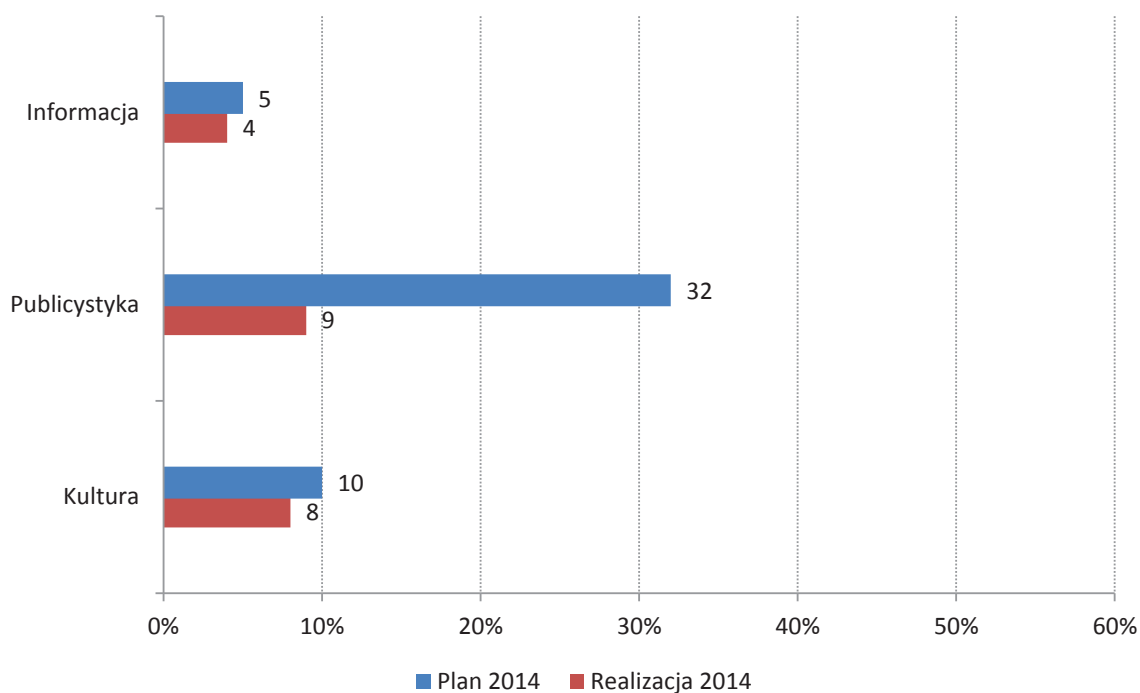
Wykres 79. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa wielkopolskiego w 2014 r.



MC RADIO – program miejski

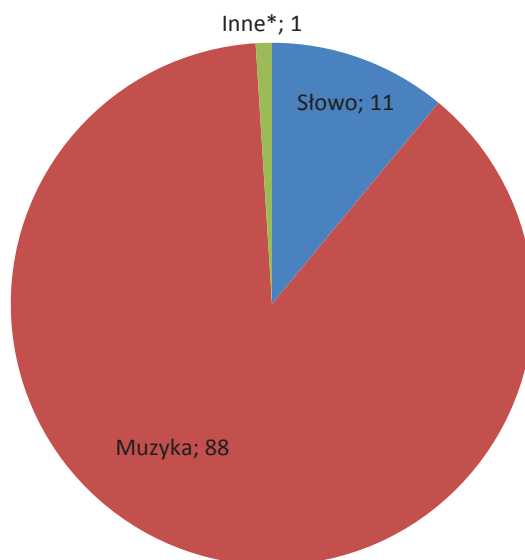
Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie miejskim MC Radio wyniósł 99% rocznej emisji. Nadawca dokonał znaczących zmian w nadawanym programie. W stosunku do uzgodnionego planu znacznie zmniejszył udział audycji publicystycznych (o 2018 godz.) i audycji z kategorii kultura (o 174 godz.), a zwiększył udział rozrywki (o 3080 godz. więcej niż zaplanowano). Stopień realizacji planów obrazuje wykres nr 80.

Wykres 80. Plan programowy i jego realizacja w 2014 r. w programie miejskim MC Radio



Udział słowa w programie MC Radio był niski – zaledwie 11% rocznego programu. Głównym elementem tego programu była muzyka (88% rocznego czasu emisji), głównie rozrywkowa.

Wykres 81. Udział słowa i muzyki w programie miejskim MC Radio w 2014 r.

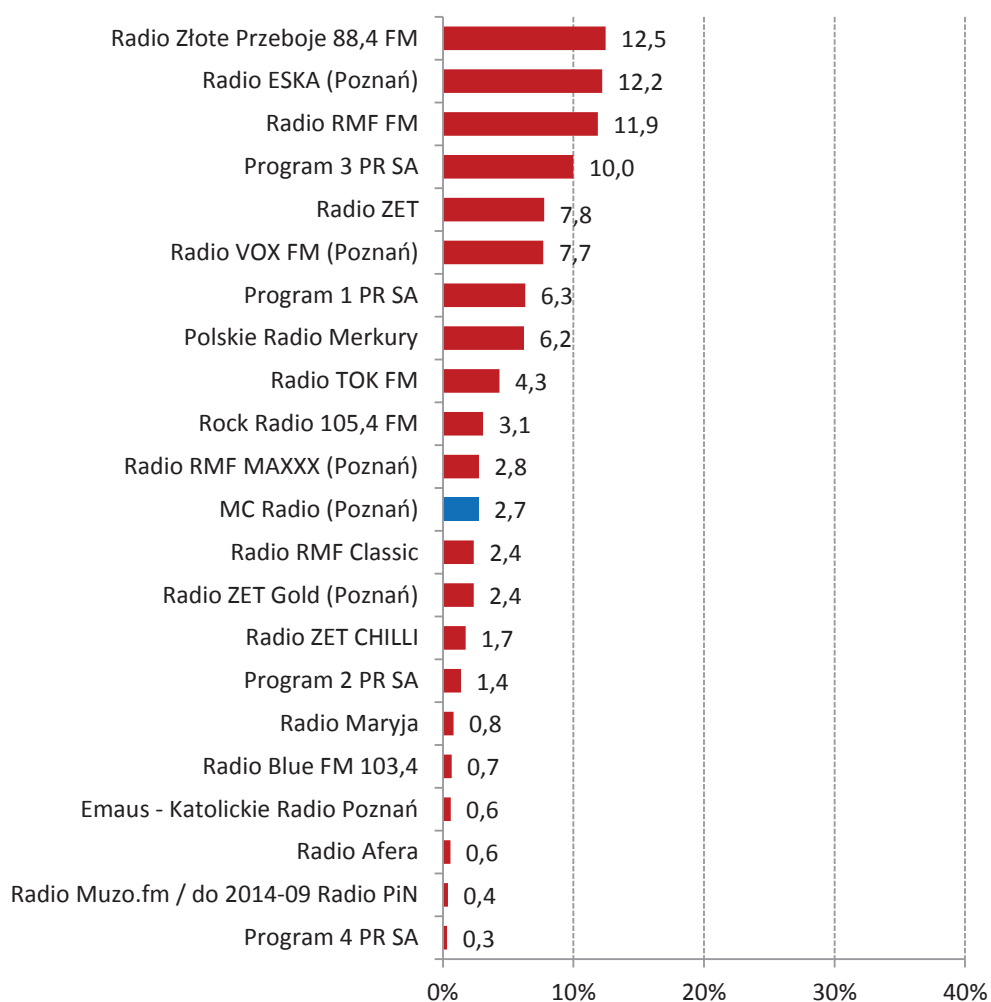


*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Pozycja MC Radia na rynku radiowym w Poznaniu

Pozycja tego programu na rynku – w stosunku do 2013 r. – zmieniła się w zakresie udziału w czasie słuchania (w 2014 r. był niższy o 0,9 pkt. proc.).

Wykres 82. Udział w czasie słuchania programów radiowych w Poznaniu w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 74% kosztów zadań misyjnych Radia Merkury. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 29.

Tabela 29. Koszty działalności misyjnej Radia Merkury SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 983	83,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 610	13,5%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego MC Radio	329	2,7%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	58	0,5%
Koszty misji ogółem	11 980	100,0%

Koszty działalności misyjnej Radia Merkury były znacznie niższe (o 18,4%) od kosztów misji, które spółka zrealizowała w 2013 r. (14 682 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 30.

Tabela 30. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Merkury SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 877	8 844
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 971	6 971
<i>w tym: audycje preferowane</i>	446	446
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 558	1 558
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
4. Emisja cyfrowa DAB+	33	0
5. Zadania inwestycyjne:		
– przenośny Kodek ISDN z mikserem	18	18
– wymiana kodeków ISDN na ISDN/IP	32	32
– wymiana notebooków korespondentów	28	28
– wymiana konsolety NO2	80	80
– wymiana wyeksploatowanych rejestratorów flash	18	18
– wóz reporterski wymiana i uzbrojenie	69	69
– pasmowy procesor dynamiki stacji	40	40

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Merkury w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji dotyczących problematyki związanej z wyborami samorządowymi.

Środki abonamentowe pokrywały 67% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Rzeszów SA

W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Henryk Pietrzak – prezes



Rada Nadzorcza

Teresa Kubas-Hul (MSP w porozumieniu z MKiDN) – przewodnicząca

Lech Lichołai – wiceprzewodniczący

Bożena Domino, Stanisław Gędek, Joanna Wiażewicz – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 405 z dnia 30 października 2012 r.):

Bogdan Miszczak (PiS) – przewodniczący

Jakub Osika (PO) – wiceprzewodniczący

Bartosz Szczepański (PO) – wiceprzewodniczący

Justyna Kuśnierz-Chmiel (PO) – sekretarz

Halina Szydełko (KRRiT), Zbigniew Stachowski (KRRiT), Jerzy Gawroński (KRRiT), Michał Pulkowski (KRRiT), Henryk Nicpoń (KRRiT), Rafał Polak (PO), Antoni Ossoliński (PiS), Zbigniew Kiszka (PSL), Kazimierz Ziobro (Solidarna Polska), Agnieszka Łaba (Ruch Palikota), Anna Kowalska (SLD) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Rzeszów SA

Pokrycie ludnościowe:	2 070 715 osób	5,35 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 362,2 km ²	6,51 %

Działalność programowa

Spółka realizowała uzgodniony plan. Minimalne różnice między planem a jego realizacją polegały na krótszym czasie trwania informacji (o 65 godz.) oraz rozrywki (o 79 godz.), a dłuższym – audycji poświęconych wydarzeniom w kulturze (o 37 godz.).

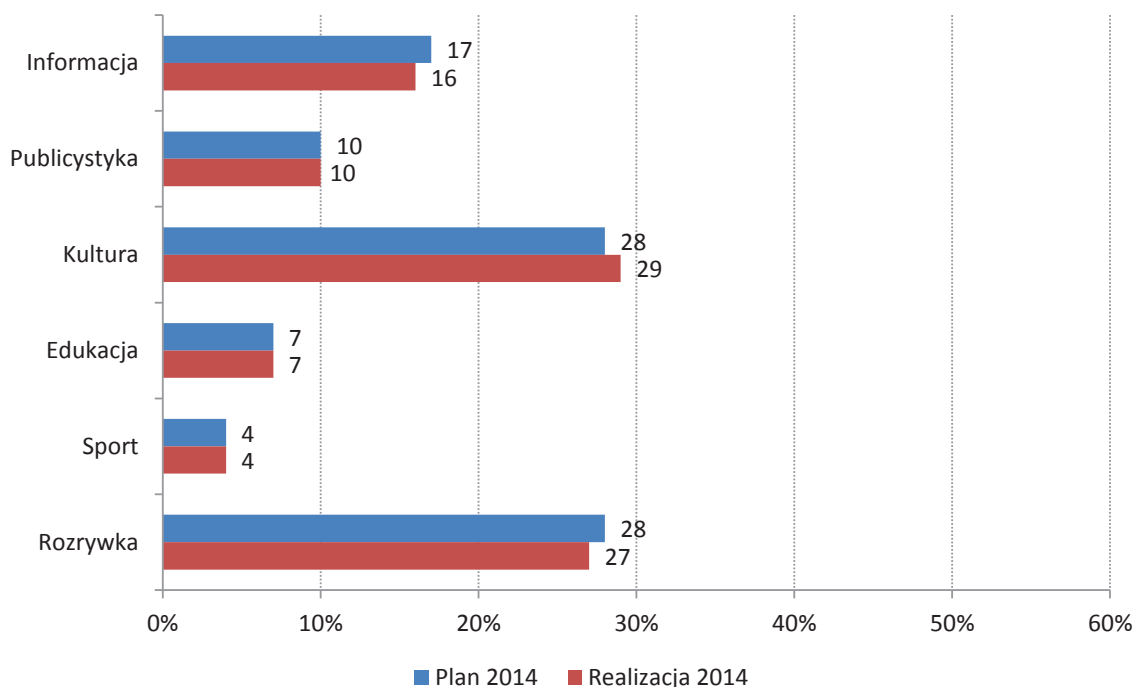
Udział audycji realizujących ustawowe zadania misyjne w programie był wysoki i stanowił 93% rocznego programu. Obecne były wszystkie kategorie audycji wymienione w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji. Obok rozrywki (wypełnionej głównie muzyką pop) najwięcej czasu zajęły audycje poświęcone kulturze. Były to transmisje i relacje z koncertów muzyki klasycznej (symfonicznej i kameralnej) oraz z wydarzeń artystycznych dotyczących tej muzyki. Na antenie popularyzowano

literaturę (czytano literaturę faktu autorów regionalnych), omawiano nowości książkowe (głównie beletrystyczne, ale też tzw. literaturę wspomnieniową), prezentowano najnowszą twórczość prozatorską (m.in. poprzez nadawane rozmowy z prozaikami). W ofercie literackiej było też miejsce na literaturę dziecięcą.

Program Radia Rzeszów pełnił także funkcję informacyjno-opiniotwórczą. Znaczący był udział w rocznym czasie emisji audycji informacyjnych, w tym dzienników, przeglądów prasy i informatów, oraz audycji publicystycznych umożliwiających prezentację stanowisk różnorodnym środowiskom społeczno-gospodarczo-politycznym (partiom, związkom pracodawców i związkom zawodowym, organizacjom pozarządowym, etc.).

Realizowano również zadania edukacyjne. Upowszechniano wiedzę historyczną związaną z regionem, zdrowym trybem życia, ekologią, nowymi technologiami, ekonomią i prawem. Nadawano również audycje, których celem było poprawne posługiwanie się j. polskim (w mowie i piśmie). Rozrywkę wypełniały audycje satyryczne, kabarety oraz audycje muzyczne prezentujące utwory różnych nurtów muzycznych, m.in. pop, klasyczny rock, big-beat, blues (głównie z lat 50., 60. i 70.), jazz i muzyka ludowa. W programie uwzględniono również potrzeby mniejszości ukraińskiej mieszkającej w zasięgu nadawania; emitowano audycje informacyjne, publicystyczne oraz muzyczne w języku tej mniejszości. Nadawca przeznaczył na nie 187 godz., co stanowiło 2% rocznego programu.

Wykres 83. Plan programowy Radia Rzeszów SA i jego realizacja w 2014 r.



Udział tematyki regionalnej był wysoki – 41% rocznego programu. Audycje słowne niemal w całości poświęcone były tematyce regionalnej. Były to bieżące informacje, omówienia problemów dotyczących Podkarpacia, audycje edukacyjne (m.in. dotyczące historii regionu, ekologii i ochrony środowiska) oraz poświęcone tematyce sportowej (transmisje i magazyny informacyjno-publicystyczne).

W programie obecne były także audycje preferowane przez KRRiT. Najliczniejszą grupą były audycje służące edukacji obywatelskiej (219 godz. w ciągu roku), głównie poświęcone wyborom do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego.

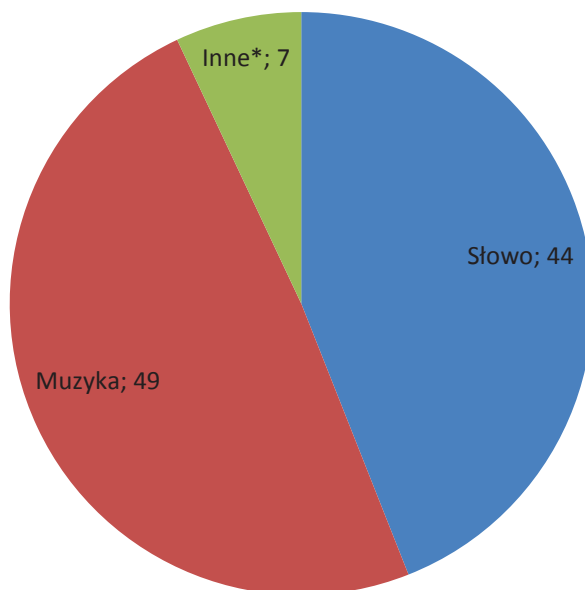
Nadawano również audycje tworzone specjalnie dla młodzieży (147,5 godz.). Były to audycje edukacyjne wspomagające rozwój intelektualny młodych ludzi (np. dotyczące nowych technologii, zjawisk fizycznych, chemicznych i astronomicznych mających wpływ na codzienne życie). Znaczącą część tej oferty to audycje służące prezentacji walorów turystycznych regionu. Nadawano także audycje adresowane do studentów i rzeszowskiego środowiska akademickiego, koncentrujące się na aktualnych wydarzeniach na uczelniach oraz na problemach tego środowiska.

Formy udratyzowane w programie zajęły 142 godz. w ciągu roku. Wśród nich znaczącą pozycją było cyklicznie nadawane słuchowisko, produkowane przez nadawcę, dotyczące historii Rzeszowa i regionu, autorstwa twórcy regionalnego. W mniejszym wymiarze obecne były reportaże (w tym o charakterze interwencyjnym) oraz audycje dokumentalne.

Radio Rzeszów przygotowywało we współpracy z Radiem Kraków audycję w języku ukraińskim: *Skrynia* (magazyn informacyjno-publicystyczny). Spółka podjęła także współpracę z ukraińską stacją *Zachodnij Palus* nadającą program w Iwano-Frankowsku, polegającą na wymianie najpopularniejszych utworów z listy przebojów w Radiu Rzeszów i w programie ukraińskim (stanowiły część audycji *Hit Parada*).

Audycje słowne miały znaczący udział w programie – stanowiły 44% rocznego czasu emisji. Oferta muzyczna programu to różne gatunki muzyki rozrywkowej, głównie utwory pop, ale także muzyka klasyczna, poezja śpiewana, blues, jazz oraz muzyka ludowa Podkarpacia.

Wykres 84. Udział słowa i muzyki w programie Radia Rzeszów S.A. w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio Rzeszów angażowało się w inicjatywy, których celem było kształtowanie postaw sprzyjających bezpiecznemu poruszaniu się po drogach. Spółka była współorganizatorem największej imprezy żeglarskiej w regionie – *Festiwal Piosenki Żeglarskiej Cypel 2014* w Polańczyku oraz *Podkarpackich Indywidualnych Mistrzostw Dziennikarzy w triathlonie*.

Radio Rzeszów zorganizowało dla mieszkańców dzień otwarty, którego celem była prezentacja pracy rozgłośni (tworzenie i emisja programu, stosowane technologie itp.). W okresie wakacyjnym zorganizowano w różnych miastach regionu spotkania z mieszkańcami i prezentowano – poprzez studia plenerowe – realizację programu na żywo.

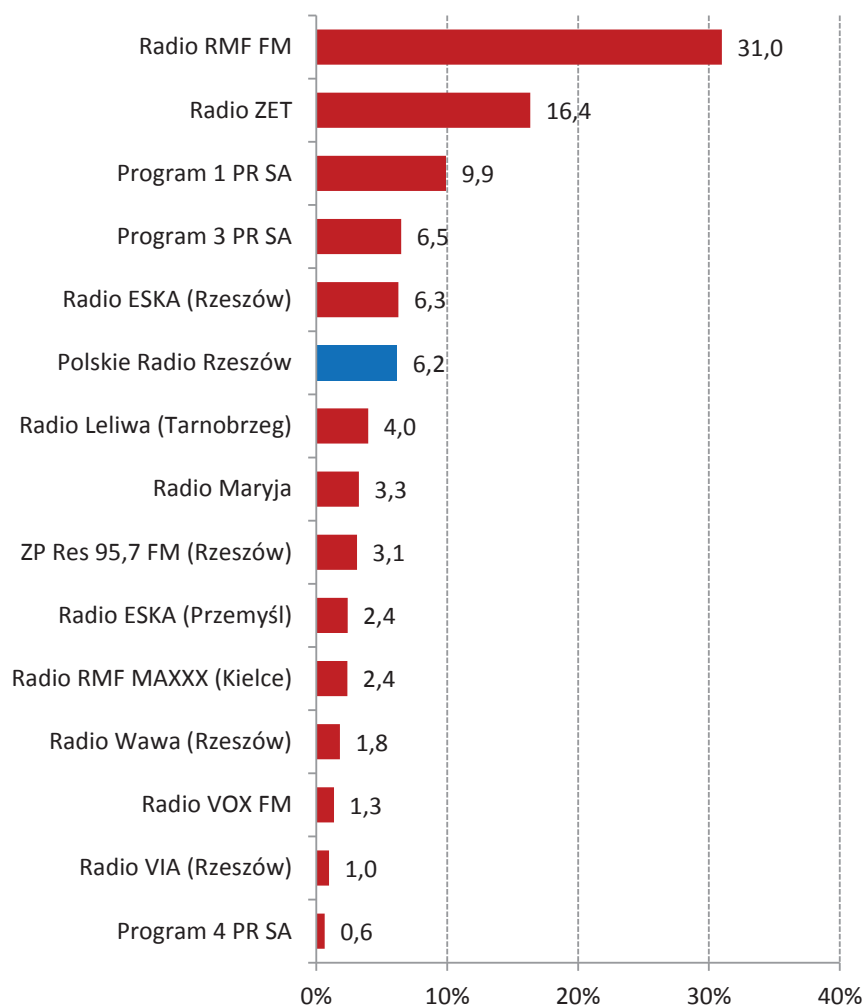
Radio było również uczestnikiem akcji organizowanej przez Radio Lublin *Pomóż dzieciom przetrwać zimę* – zbierano potrzebne rzeczy dla dzieci z biednych rodzin.

Spółka objęła patronatem ponad 650 lokalnych wydarzeń i inicjatyw społecznych, kulturalnych, sportowych oraz muzycznych.

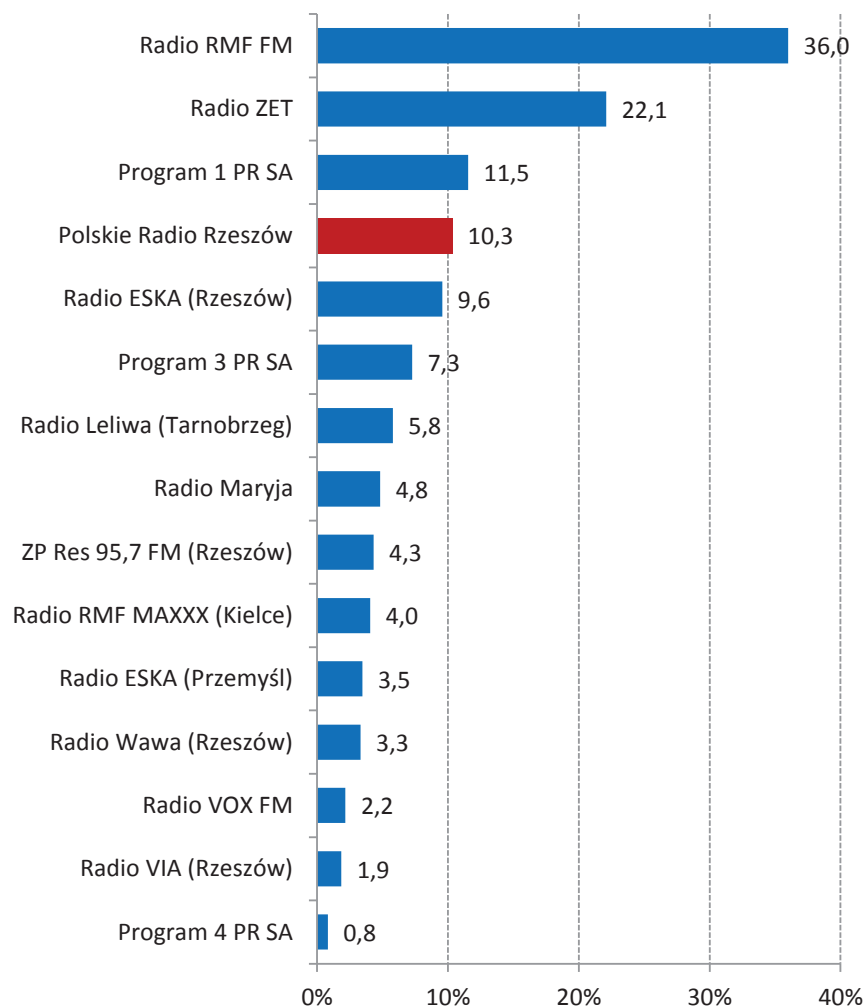
Pozycja Radia Rzeszów na rynku radiowym w województwie podkarpackim

Udział Radia Rzeszów w czasie słuchania programów radiowych w województwie – w stosunku do 2013 r. – nieznacznie spadł (o 0,7 pkt. proc.), natomiast zwiększył się zasięg dzienny (o 0,3 pkt. proc.).

Wykres 85. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa podkarpackiego w 2014 r.



Wykres 86. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa podkarpackiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 76% kosztów zadań misyjnych Radia Rzeszów. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 31.

Tabela 31. Koszty działalności misyjnej Radia Rzeszów SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 996	84,9%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 512	14,3%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	69	0,6%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	19	0,2%
Koszty misji ogółem	10 596	100,0%

Koszty misji Radia Rzeszów osiągnęły wartość zbliżoną do zanotowanych w 2013 r. (10 533 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 32.

Tabela 32. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Rzeszów SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 033	8 033
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 343	6 343
<i>w tym: audycje preferowane</i>	664	664
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 591	1 591
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	69	69
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30

Abonament przekazany Radiu Rzeszów w 2014 r. był o 235 tys. zł wyższy od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji edukacyjnych oraz realizujących zadania z zakresu kultury.

Środki abonamentowe pokrywały 68% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Szczecin SA



W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Adam Rudawski – prezes

Rada Nadzorcza

Bartłomiej Toszek – przewodniczący

Arkadiusz Malkowski – wiceprzewodniczący

Kinga Flaga-Gieruszyńska, Marek Kunasz, Grzegorz Wesołowski (MSP w porozumieniu z MKiDN) – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 424 z dnia 13 listopada 2012 r.):

Jędrzej Wijas (KRRiT) – przewodniczący

Marek Rudnicki (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Jacek Kozłowski (KRRiT) – sekretarz

Tomasz Dalski (Ruch Palikota), Jarosław Dobrzyński (SLD), Ryszard Gawęcki (Solidarna Polska), Marcin Janikowski (PiS), Oksana Kłosowska (KRRiT), Tomasz Kowalczyk (PO), Małgorzata Kuncewicz (PO), Anna Nowak (PSL), Marcin Pawlicki (PiS), Paweł Piekarczyk (PO), Jan Zarzycki (KRRiT), Arkadiusz Żych (PO) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Szczecin SA

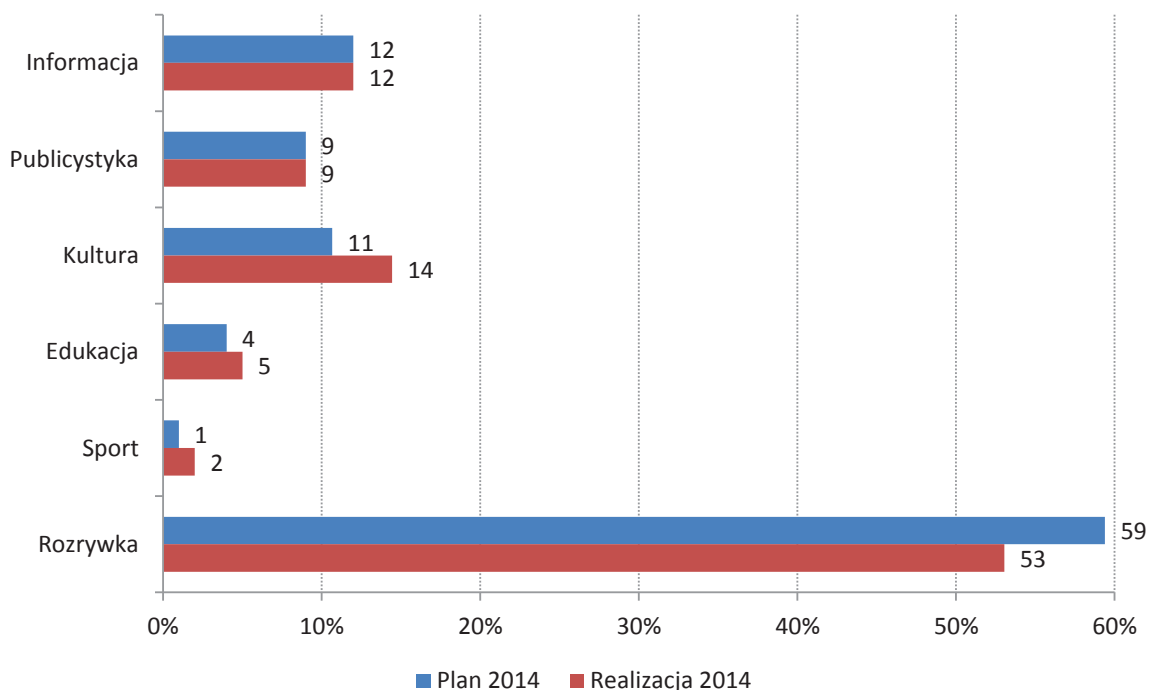
Pokrycie ludnościowe:	1 366 830 osób	3,53 %
Pokrycie powierzchniowe:	10 599,5 km ²	3,39 %

Działalność programowa

Spółka realizowała uzgodniony plan. Nadawała wszystkie wymienione w planie rodzaje audycji, a ich wymiar czasowy był nawet wyższy od zaplanowanego. Stąd wzrost udziału audycji z kategorii kultura (o 3 pkt. proc.), edukacja i sport (o 1 pkt. proc.) i zmniejszenie udziału rozrywki (o 6 pkt. proc.). Dzięki wprowadzonej modyfikacji nadano w programie więcej niż planowano, m.in. koncertów muzyki klasycznej i współczesnej, reportaży prezentujących kulturę i sztukę regionu oraz radiowych reportaży artystycznych.

Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne wypełniły niemalże cały roczny program – stanowiły 95%. Głównym elementem programu była rozrywka, tj. prezentacja utworów muzycznych różnych gatunków (głównie: pop, rock, smooth jazz, hip-hop, soul, muzyka alternatywna). Nadawano także audycje poświęcone kulturze – głównie wywiady z artystami i organizatorami regionalnych wydarzeń artystycznych, rozmowy o nowych produkcjach i wystawach z krytykami filmowymi i teatralnymi oraz reprezentującymi inne dziedziny sztuki. W programie była obecna – choć w symbolicznym wymiarze – muzyka klasyczna. Emitowano także muzykę ludową regionu zachodniopomorskiego. Funkcję informacyjno-opiniotwórczą realizowano poprzez dzienniki (nadawane z dużą częstotliwością) oraz rozmowy z udziałem przedstawicieli różnych grup społecznych (związków zawodowych, związków pracodawców, partii politycznych i organizacji pozarządowych). Realizowano również zadania edukacyjne: nadawano magazyny poświęcone nowym technologiom, popularyzujące zdrowy styl życia, m.in. poprzez aktywność fizyczną (m.in. uprawianie sportów żeglarskich). Ciekawą propozycją były audycje o technikach fotograficznych (wykonywanie zdjęć i ich właściwa obróbka), rozmowy z uznanymi ludźmi z tej branży oraz relacje z plenerów fotograficznych organizowanych dla słuchaczy. Podobnie jak w latach ubiegłych tworzono audycję dla mniejszości ukraińskiej mieszkającej w regionie. Był to magazyn informacyjno-publicystyczny w języku ukraińskim o tradycji, kulturze i problemach tej grupy odbiorców.

Wykres 87. Plan programowy Radia Szczecin SA i jego realizacja w 2014 r.

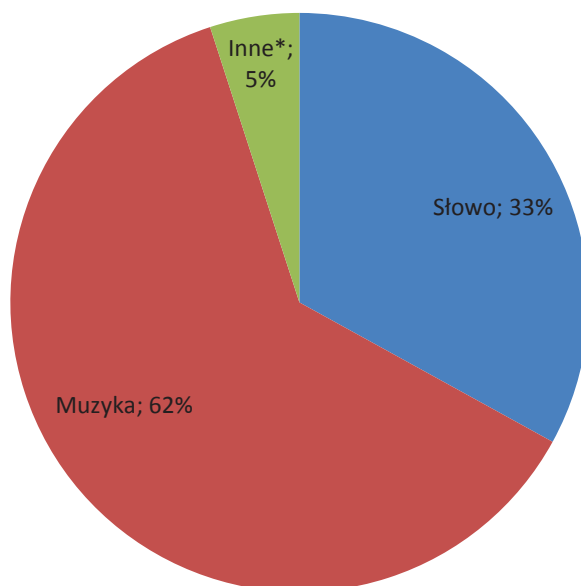


Udział tematyki regionalnej był niewielki - 21% rocznego programu. Podobnie kształtował się udział audycji preferowanych. Wśród nich najwięcej czasu zajęły audycje tworzone specjalnie dla młodzieży (zajęły 209 godz. w ciągu roku). Były to zarówno magazyny dotyczące nowych technologii, w tym historii i rozwoju gier komputerowych, jak również żeglarstwa, czy ewolucji różnych gatunków muzycznych. Drugą pod względem wielkości kategorią preferowaną były formy udramatyzowane (124 godz.): reportaże (interwencyjne oraz dotyczące kultury i sztuki lub historii regionu). Radio Szczecin nadawało cyklicznie, raz w tygodniu, słuchowiska, w tym własnej produkcji). Audycje dotyczące edukacji obywatelskiej zajęły tylko 14 godz. Były to debaty realizowane w związku z kampaniami wyborczymi do Parlamentu Europejskiego i samorządu terytorialnego.

Radio Szczecin nie realizowało w ciągu roku żadnego projektu programowego we współpracy z inną rozgłośnią.

Audycje słowne stanowiły ponad 1/3 programu (33% rocznego czasu emisji).

Wykres 88. Udział słowa i muzyki w programie Radia Szczecin SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

W 2014 r. Radio Szczecin w ramach działań pozaantenowych – zorganizowało liczne studia plenerowe w wielu miastach regionu, przybliżając mieszkańcom pracę dziennikarzy rozgłośni, a zarazem podkreślając walory turystyczne i wartość historyczną wybranych miejscowości regionu (np. Podziemne Miasto na wyspie Wolin). Wydarzenia plenerowe służyły także popularyzacji aktywności fizycznej poprzez regularne uprawianie sportu. W tym celu organizowane były pikniki rowerowe, biegi. Rozgłośnia obejmowała patronatem imprezy towarzyszące ważnym społecznie wydarzeniom, m.in. sportowym, np.

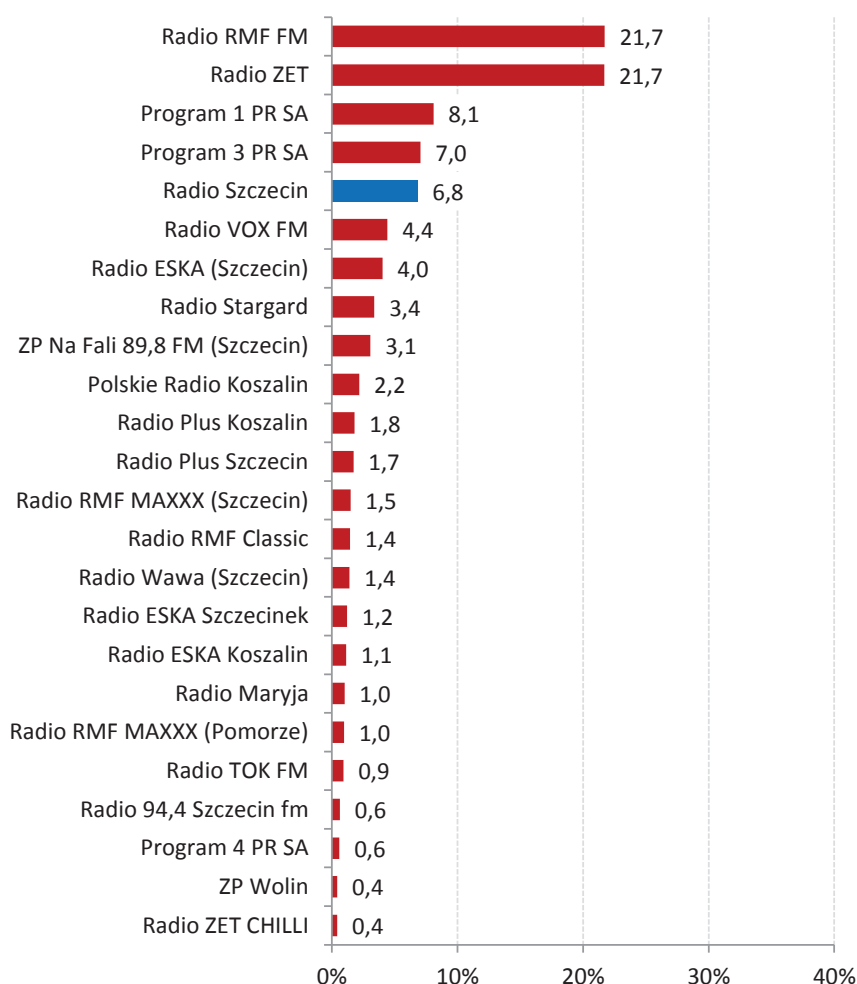
niemiecko-polski mecz golfowy, poprzedzający starcie piłkarskich drużyn obu krajów w ramach meczu eliminacyjnego do *Mistrzostw Europy 2016*.

Radio Szczecin wyprodukowało także nominowany do prestiżowej nagrody *Prix Europa* audiobook pt. *Błękitna pustynia*, będący reportażem wojennym na temat udziału polskich żołnierzy w misji w Afganistanie. Uroczysta premiera *Błękitnej pustyni* odbyła się w Filharmonii Szczecińskiej. Spółka organizowała również inne wydarzenia artystyczne z wykorzystaniem wielu kanałów komunikacji. Było to m.in.: czytanie popularnych powieści na żywo oraz teatr na żywo. Wydarzenia realizowano w studiach koncertowych rozgłośni z udziałem publiczności i jednocześnie transmitowano w programie Radia Szczecin.

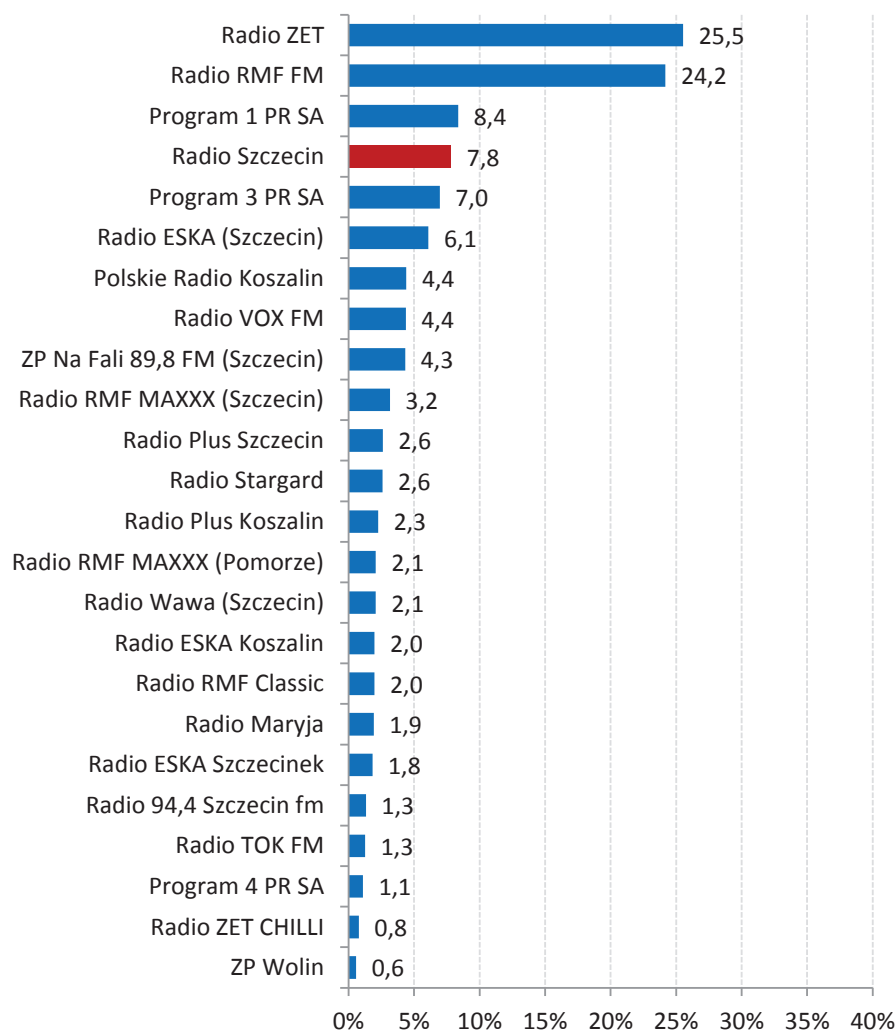
Pozycja Radia Szczecin SA na rynku radiowym w województwie zachodniopomorskim

W stosunku do 2013 r. pozycja Radia Szczecin była lepsza: zwiększył się udział w czasie słuchania programów (o 1,2 pkt. proc.) oraz zasięg dzienny (o 1 pkt proc.).

Wykres 89. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2014 r.



Wykres 90. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

W 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 80% kosztów zadań misyjnych Radia Szczecin. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 33.

Tabela 33. Koszty działalności misyjnej Radia Szczecin SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 890	86,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 027	10,0%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	40	0,4%
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,3%
5. Serwis internetowy	104	1,0%
6. Emisja cyfrowa DAB+	88	0,8%
7. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego w Szczecinie	120	1,2%
Koszty misji ogółem	10 299	100,0%

Koszty działalności misyjnej Radia Szczecin były o 5% niższe w stosunku do kosztów z 2013 r. (10 851 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 34.

Tabela 34. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Szczecin SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 227	8 216
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 809	6 809
<i>w tym: audycje preferowane</i>	437	437
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 040	1 040
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	40	40
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
5. Emisja cyfrowa DAB+	88	88
6. Serwis internetowy	100	100
7. Zadania inwestycyjne:		
– zakup sprzętu komputerowego i oprogramowania technologicznego	30	21
– zakup wyposażenia technicznego do transmisji i produkcji	70	68
– zakup sprzętu reporterskiego	20	20

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Szczecin w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a uzyskana nadwyżka została wykorzystana przez nadawcę na dofinansowanie audycji edukacyjnych oraz zadań z zakresu kultury (publiczne prezentacje słuchowiska *Błękitna pustynia*, relacje audiowizualne z wydarzeń kulturalnych w studiu koncertowym).

Środki abonamentowe pokrywały 70% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio dla Ciebie SA (Warszawa)

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Jolanta Kaczmarek – prezes

Rada Nadzorcza

Wojciech Borowik – przewodniczący

Barbara Kwiatkowska-Przybyła – wiceprzewodnicząca

Dominika Cieślak (MSP w porozumieniu z MKiDN), Piotr Dmochowski-Lipski, Bolesław Samoliński – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 256 z dnia 10 maja 2011 r.):

Małgorzata Zakrzewska (PO) – przewodnicząca

Halina Halber (SLD) – wiceprzewodnicząca

Wojciech Borowik (złożył rezygnację we wrześniu 2014 r.), Jan Bryłowski (KRRiT, powołany uchwałą nr 435/2014 r. z dnia 30 września 2014 r. w związku z rezygnacją p. Wojciecha Borowika), Adam Buława (PiS), Krzysztof Gogol (KRRiT), Sławomir Ignaczak (KRRiT), Marcin Kierwiński (złożył rezygnację w lutym 2015 r.), Marcin Świąćicki (PO, powołany uchwałą KRRiT 47/2015 z 23 lutego 2015 r. w związku z rezygnacją p. Marcina Kierwińskiego), Roman Kołakowski (KRRiT), Mariusz Kosieradzki (PSL), Jarosław Kozanecki (KRRiT), Aldona Machnowska-Góra (PO), Maciej Maciejowski (PiS), Tadeusz Sikora (PiS), Maria Szreder (PO), Jacek Wakar (PO) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia RDC SA

Pokrycie ludnościowe:	5 150 203 osób	13,32 %
Pokrycie powierzchniowe:	41 421,7 km ²	13,25 %

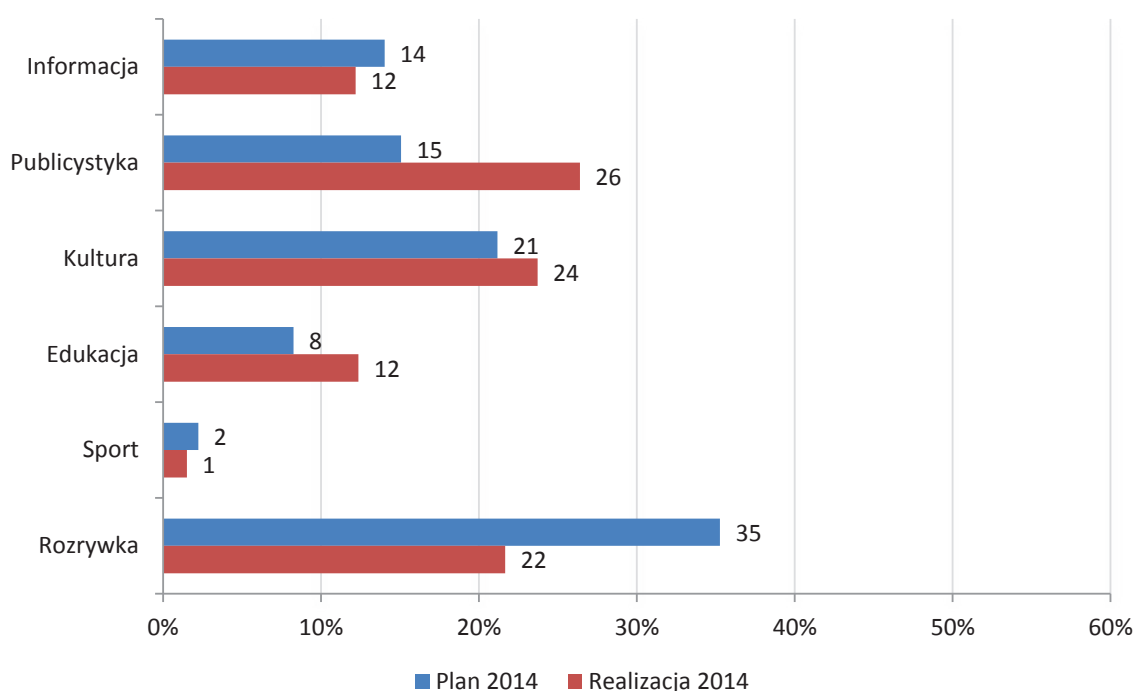
Działalność programowa

Spółka realizowała uzgodniony plan, a wprowadzone modyfikacje były pozytywne, zwiększono udział w programie audycji słownych (głównie publicystycznych, edukacyjnych i dotyczących kultury), a zmniejszono udział muzyki.

Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne miały wysoki udział (zajął 98% rocznego programu). Program pełnił głównie funkcje komentatorsko-informacyjne. Stwarzał możliwość debaty

różnym środowiskom społecznym (organizacjom pożytku publicznego, przedstawicielom partii politycznych, związkom zawodowym, związkom pracodawców, ekspertom ze świata nauki) i przekazywania ich stanowisk oraz opinii na temat aktualnych wydarzeń z różnych dziedzin życia. Oferta zawierała także audycje, w których podejmowano tematykę dotyczącą kultury – informowano o bieżących wydarzeniach, organizowanych imprezach, prezentowano dzieła twórców (literackie i z innych dziedzin sztuki). W programie nadawano także audycje służące poszerzaniu wiedzy – przede wszystkim w zakresie edukacji obywatelskiej (np. audycje o funkcjonowaniu struktur PE i samorządu terytorialnego, kandydatach startujących w wyborach i ich programach), jak również audycje poświęcone różnym systemom religijnym i nurtom filozoficznym, historii Mazowsza, w tym znanych w regionie rodów, ich obyczajom i kultywowaniu tradycji. W programie udzielano również porad dotyczących różnych sfer życia. Oferta sportowa to głównie przekazy zawarte w dziennikach informujące o wynikach meczów w różnych dyscyplinach. Rozrywkę w RDC stanowiła muzyka, przede wszystkim gatunki popularne, w mniejszym stopniu inne (np. piosenka literacka). Udział poszczególnych kategorii w programie obrazuje wykres poniżej.

Wykres 91. Plan programowy Radia dla Ciebie SA i jego realizacja w 2014 r.



Udział tematyki regionalnej w programie był niewielki – stanowił jedynie 22% rocznego czasu nadawania. Sytuację w tym zakresie poprawiły nadawane pasma lokalne, adresowane do społeczności dużych miast Mazowsza: Płocka (175 godz.w roku), Siedlec (174 godz.), Radomia (137 godz.) i Ostrołęki (125 godz.). W ramach tych pasm nadawano przede wszystkim serwisy informacyjne oraz audycje publicystyczne poświęcone m.in. problemom lokalnym i działalności samorządu. Oferta ta zawierała także informatory o sytuacji na drogach oraz imprezach, które miały się odbyć w mieście.

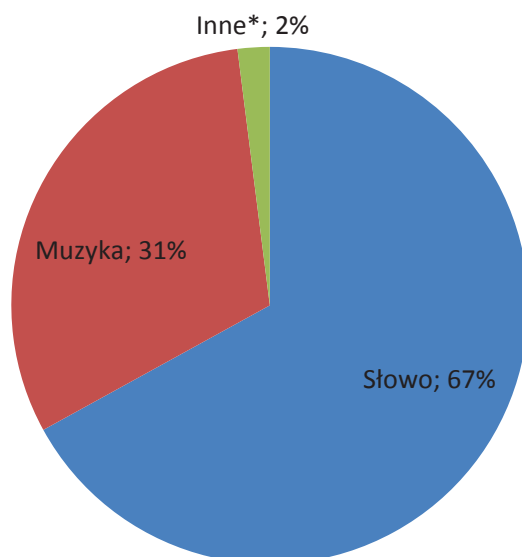
Wśród nadanych audycji preferowanych przez KRRiT najwięcej czasu zajęły audycje służące edukacji obywatelskiej (215 godz.). Były to przede wszystkim audycje wyborcze nadawcy poświęcone kampaniom wyborczym do Parlamentu Europejskiego oraz samorządu terytorialnego (m.in. przebieg kampanii, wyjaśnianie procedury wyborczej, prezentacja kandydatów i ich programów). W programie obecne były także audycje tworzone specjalnie dla młodzieży (zajęły 126 godz. w ciągu roku). Były to magazyny informacyjno-publicystyczne omawiające m.in. zagadnienia z dziedziny psychologii (kształtowanie właściwych relacji z rówieśnikami i osobami starszymi), dotyczące przyszłości zawodowej (możliwości kształcenia) i rynku pracy. Nadawano także cyklicznie (raz w tygodniu) audycje prezentujące wydarzenia kulturalne, w tym muzyczne.

Na formy udratyzowane przeznaczono niewiele czasu (tylko 97 godz. w roku). W ramach tej kategorii nadawano głównie reportaże o różnorodnej tematyce oraz mini-słuchowiska dotyczące historii i kultury regionu. Ponadto, wyemitowano w ciągu roku trzy słuchowiska w cyklu *Teatr Radia RDC*.

W ramach wspólnych przedsięwzięć programowych z innymi rozgłośniami regionalnymi RDC uczestniczyło w realizacji cyklu poświęconego popularyzacji młodych twórców muzyki rozrywkowej.

Udział audycji słownych w programie był wysoki i wyniósł 67% rocznego czasu emisji. Pozostałą część programu wypełniała muzyka, przede wszystkim gatunki pop i rock.

Wykres 92. Udział słowa i muzyki w programie Radia dla Ciebie SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

Radio dla Ciebie w związku z jubileuszem 20-lecia zorganizowało akcję *20 miast na 20-lecie RDC*, w której zaprezentowało mieszkańcom 20 miast w regionie (m.in. Pruszków, Błonie, Mrozy, Żyrardów i Nieporęt), dokonania radia w okresie 20-lecia oraz pracę dziennikarzy w otwartym studiu RDC, skąd nadawane były audycje dla danego miasta (dotyczące atrakcji turystycznych i gospodarki, problemów społeczności lokalnych).

Działania pozaantenowe spółki dotyczyły również realizacji projektów edukacyjnych.

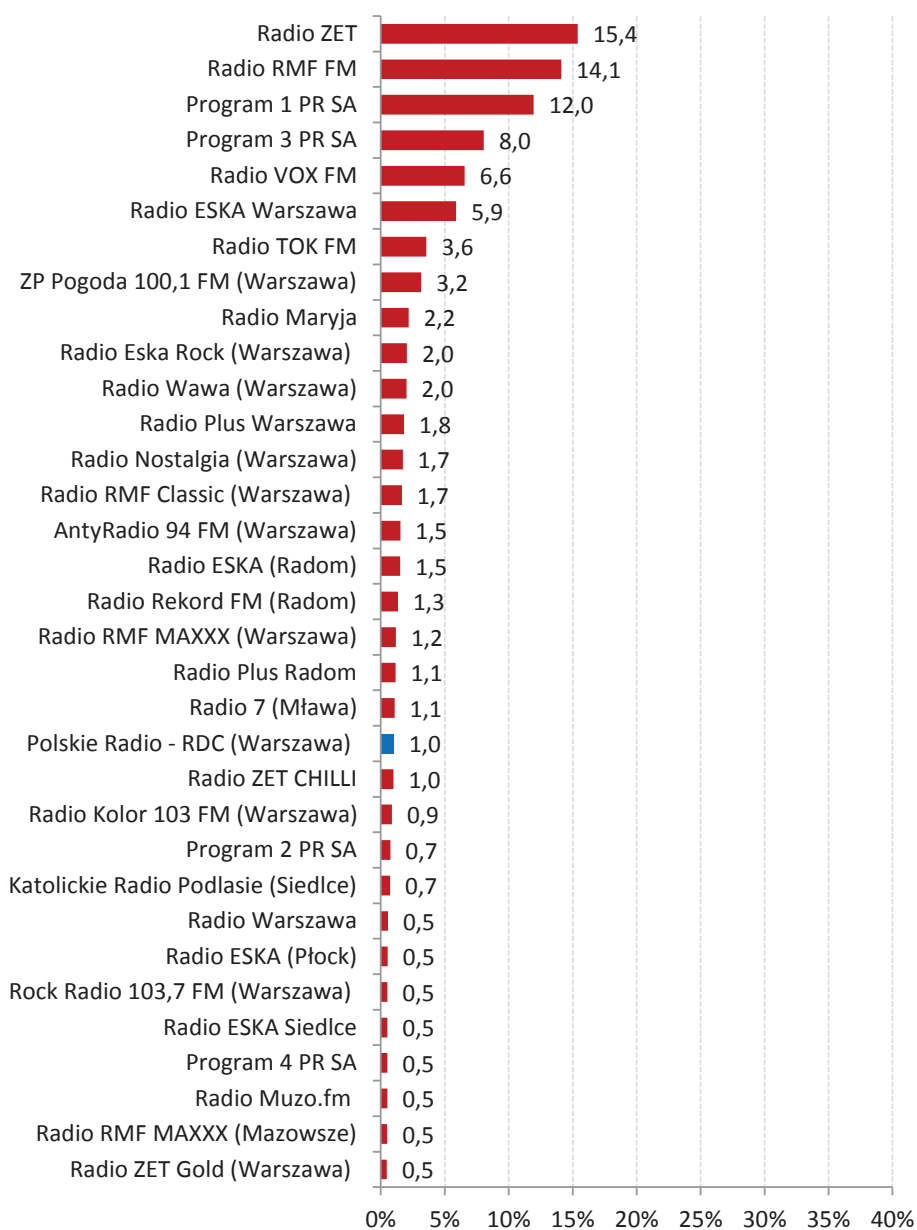
W ubiegłym roku zorganizowano różnego rodzaju debaty: w ramach cyklu debat oxfordzkich *Zderzenia*, realizowanych z Towarzystwem Absolwentów Oxford i Cambridge, dyskutowano o wybranych problemach życia społeczno-politycznego. W ramach debaty *Pokolenie 1600 – Czy to jest kraj dla starych ludzi?*, stanowiącą podsumowanie akcji społecznej *Pokolenie 1600*, omawiano sytuację osób starszych w Polsce. Część pozaantenowych działań edukacyjnych RDC skierowana była do dzieci, w tym Dzień Dziecka z RDC zorganizowany w warszawskim ZOO.

W 2014 r. rozgłośnia realizowała lub współuczestniczyła w projektach służących umacnianiu pamięci historycznej, m.in. w 70. rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego RDC zorganizowało otwarty pokaz plenerowy filmu *Zakazane piosenki*, a patronując obchodom rocznicy Bitwy pod Mławą spółka współorganizowała w mieście uliczne widowisko teatralno-historyczne dotyczące tego wydarzenia.

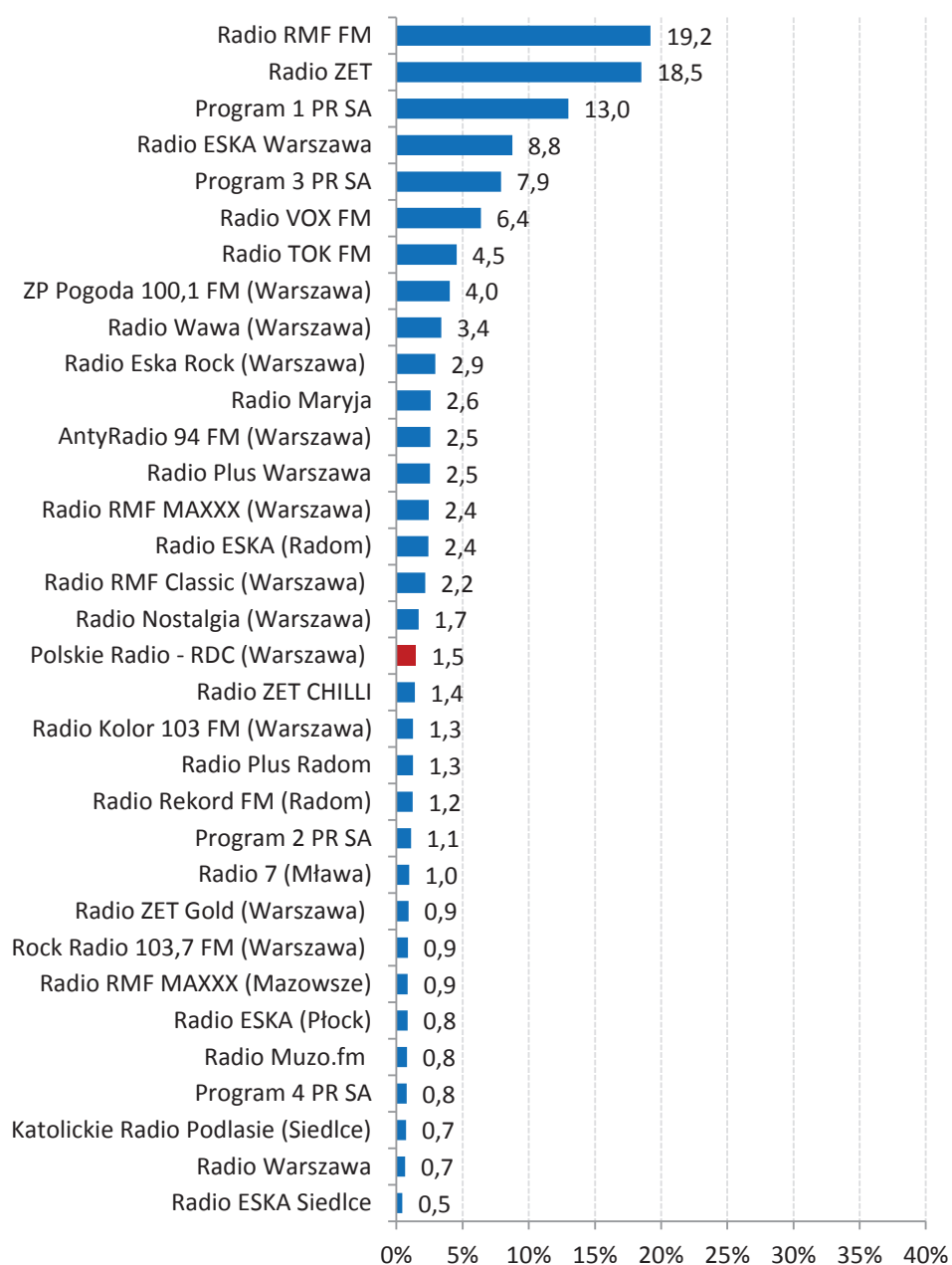
Pozycja Radia dla Ciebie SA na rynku radiowym w województwie mazowieckim

W stosunku do 2013 r. RDC nieznacznie poprawiło swoją pozycję zarówno pod względem udziału w czasie słuchania radia w woj. mazowieckim (o 0,4 pkt. proc.), jak też udziału w zasięgu dziennym (o 0,3 pkt. proc.).

Wykres 93. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa mazowieckiego w 2014 r.



Wykres 94. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa mazowieckiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

Przekazane w 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 77% kosztów zadań misyjnych Radia dla Ciebie. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 35.

Tabela 35. Koszty działalności misyjnej Radia dla Ciebie SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 715	83,9%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 663	14,4%
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	32	0,3%
4. Serwis internetowy	120	1,0%
5. Emisja cyfrowa DAB+	48	0,4%
Koszty misji ogółem	11 578	100,0%

Koszty misji osiągnęły wartość zbliżoną do kosztów z 2013 r. (11 427 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 36.

Tabela 36. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu dla Ciebie SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 934	8 706
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 880	6 880
<i>w tym: audycje preferowane</i>	446	446
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 449	1 449
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	30
4. Emisja cyfrowa DAB+	132	59
5. Serwis internetowy	120	120
6. Zadania inwestycyjne związane z rozszczepianiem programu	323	168

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu dla Ciebie w 2014 r. były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a przekazana spółce nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie audycji programu regionalnego oraz nowe audycje o tematyce wyborczej.

Środki abonamentowe pokrywały 74% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Wrocław SA

W 2014 r. Spółką kierowali:

Zarząd

Tomasz Duda – prezes



Rada Nadzorcza

Edward Bratek – przewodniczący

Ryszard Balicki (MSP w porozumieniu z MKiDN) – sekretarz

Katarzyna Kuźniar-Żyłka – wiceprzewodnicząca

Robert Banasiak, Rafał Biernat – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 406 z dnia 30 października 2012 r. oraz uchwałą nr 238 z dnia 21 lipca 2015 r.):

Anna Piwowarska-Nasz (PO) – przewodnicząca

Krzysztof Kunert (KRRiT) – wiceprzewodniczący

Juliusz Woźny (KRRiT) – sekretarz

Arkadiusz Sikora (SLD, powołany uchwałą KRRiT nr 427 z dnia 23 września 2014 r. w związku z rezygnacją p. Rafała Biernata), Piotr Budzeń (Ruch Palikota), Janusz Dobrosz (PSL), Radosław Drabik (KRRiT), Marek Perzyński (powołany uchwałą KRRiT nr 238/2015 z dnia 21 lipca 2015 r. w związku z rezygnacją p. Anny Grzywacz), Roman Kowalczyk (PiS), Anna Michalska (Solidarna Polska), Aldona Młyńczak (PO), Anna Morawiecka-Kowal (PiS), Andrzej Ociepa (PO), Zbigniew Rybka (PO), Maciej Wełyczko (KRRiT) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Wrocław SA

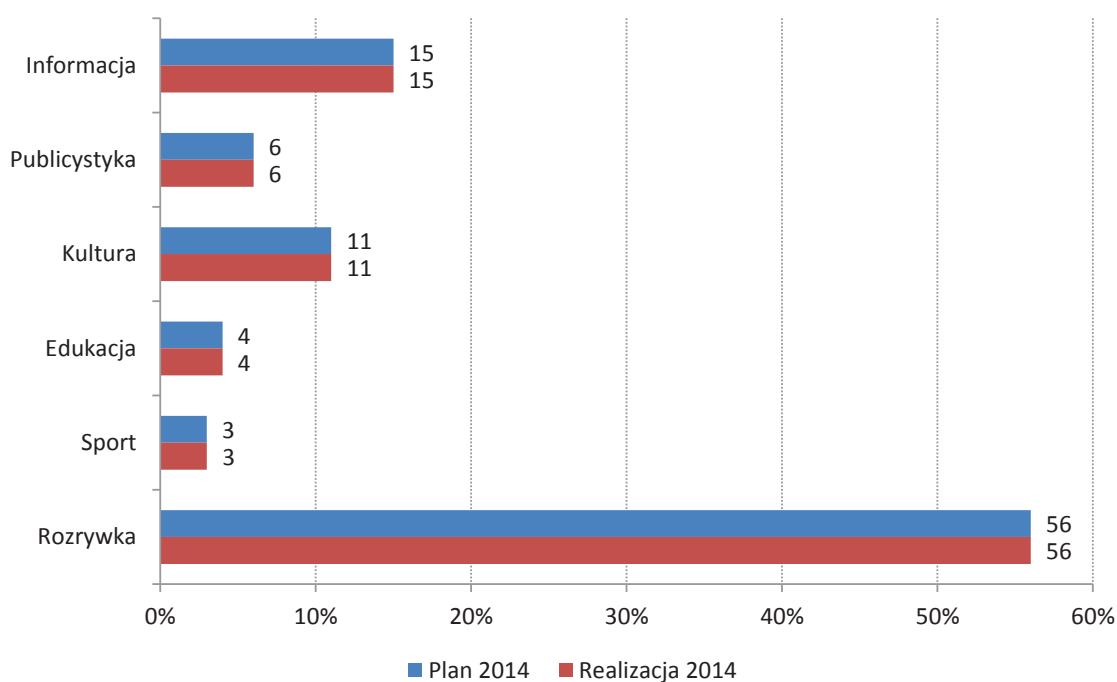
Pokrycie ludnościowe:	2 914 967 osób	7,54 %
Pokrycie powierzchniowe:	20 920,0 km ²	6,69 %

Działalność programowa

Spółka realizowała plany w wersji uzgodnionej z KRRiT. Audycje służące realizacji zadań ustawowych określonych w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji wypełniały cały roczny program – stanowiły 96% czasu emisji. Wśród nich największy udział miały rozrywka i informacja. Audycje informacyjne to nadawane z dużą częstotliwością w ciągu doby dzienniki oraz informatory użytkowe dla mieszkańców regionu. Część przekazów dotyczących bieżących wydarzeń w mieście, regionie i kraju

była przedmiotem dyskusji w audycjach publicystycznych. Oferta w kategorii kultura to przede wszystkim informacje o bieżących wydarzeniach, wywiady z twórcami i artystami reprezentującymi różne dziedziny, transmisje z festiwali. Prezentowano także literaturę współczesną oraz dorobek zespołów ludowych Dolnego Śląska. Radio Wrocław realizowało także zadania edukacyjne. Głównie- w formie audycji popularno-naukowych poświęconych najnowszym osiągnięciom w nauce i technice, popularyzujących historię i tradycję regionu. Dużą część tej oferty wypełniały różnego typu poradniki (bezpieczeństwo na drodze, poprawne stosowanie języka polskiego, podejmujące problemy wychowawcze, dotyczące zdrowia i profilaktyki z tym związanej). Radio Wrocław uwzględniało również potrzeby mniejszości narodowej zamieszkującej Dolny Śląsk- nadawano audycje informacyjno-publicystyczne w języku ukraińskim i niemieckim. Rozrywkę w programie stanowiły audycje satyryczne, różnego rodzaju ciekawostki ze świata showbiznesu i popkultury oraz muzyka (głównie współczesny pop i rock).

Wykres 95. Plan programowy Radia Wrocław SA i jego realizacja w 2014 r.



Udział tematyki regionalnej nie był wysoki – zajęła ona w ciągu roku 24% programu. Obok informacji i publicystyki poświęconej bieżącym wydarzeniom w regionie, nadawano także audycje dotyczące lokalnych wydarzeń kulturalnych, serwisy i transmisje sportowe.

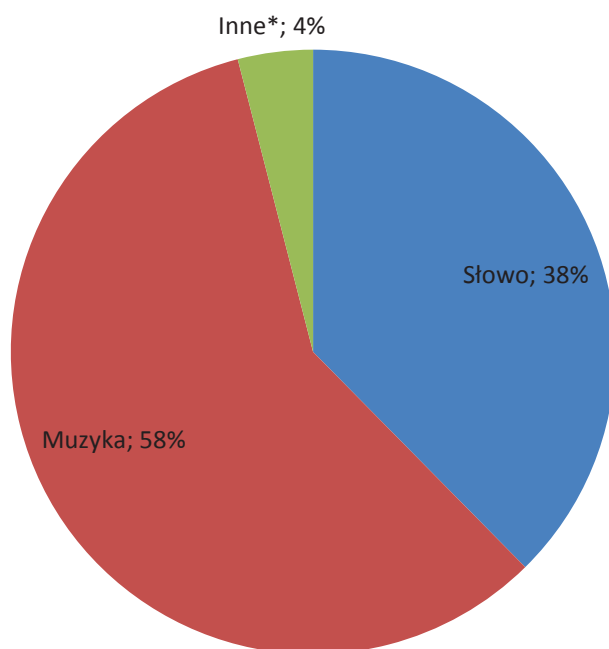
Wśród audycji preferowanych w Radiu Wrocław dominowały adresowane do młodzieży. Zajęły blisko 115 godz. w rocznym programie. Były to przede wszystkim audycje edukacyjne. Tematyka w nich poruszana dotyczyła m.in. nowych technologii i wynalazków, ale również wyboru przyszłej drogi zawodowej. Ponadto, popularyzowano – w przystępnej dla młodzieży formie – wiedzę o języku polskim (poprawność gramatyczna, stylistyczna, najczęściej popełniane błędy językowe). Nadawano także cykl, w którym zachęcano do czynnego udziału w kulturze, promowano czytelnictwo, prezentowano recenzje książek wybranych specjalnie dla tej grupy odbiorców.

Niewiele czasu zajęły w programie formy udramatyzowane (tylko 48 godz. w ciągu roku). Cyklicznie, raz w tygodniu, w wieczornym paśmie kulturalnym nadawano słuchowiska. Część tej oferty kierowano do dzieci (w cyklu *Teatr Małej Wyobraźni*). W programie obecne były również (w niewielkim wymiarze) reportaże o charakterze interwencyjnym.

Audycje służące edukacji obywatelskiej, ze względu na odbywające się wybory do samorządu terytorialnego i do Parlamentu Europejskiego, podejmowały tę właśnie tematykę. Zajęły 32 godz. Były to przede wszystkim audycje edukacyjne: o funkcjonowaniu Parlamentu Europejskiego oraz znaczeniu organów samorządu dla społeczności lokalnych. Nadawano także audycje służące kształtowaniu postaw prospołecznych i proobywatelskich.

Audycje słowne miały wysoki udział i zajmowały ponad 1/3 rocznego programu (38%).

Wykres 96. Udział słowa i muzyki w programie Radia Wrocław SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

W 2014 r. spółka prowadziła działania pozaantenowe skoncentrowane głównie na kulturze i rozrywce. W sali koncertowej Radia Wrocław odbywały się spektakle (*Pierwsza dama; Pojedynek. Peszek vs Peszek; Ucho, gardło, nóż i Shirley Valentine*) oraz koncerty (Michała Bajora, Alicji Majewskiej, Edyty Gepert, Alicji Węgorzewskiej, Marka Napiórkowskiego, Jaromira Nohavicy, Edyty Bartosiewicz), na które zapraszano również słuchaczy. W studiu Radia Wrocław, co miesiąc, organizowano dla mieszkańców spotkania z wrocławskim kabaretami. Odbył się szereg wydarzeń związanych z projektem *Muzyczna Bitwa Radia Wrocław*: cykl przesłuchań w czterech miastach regionu, duży koncert *Nowe brzmienie Radia Wrocław* i koncert finałowy w sali koncertowej Radia Wrocław.

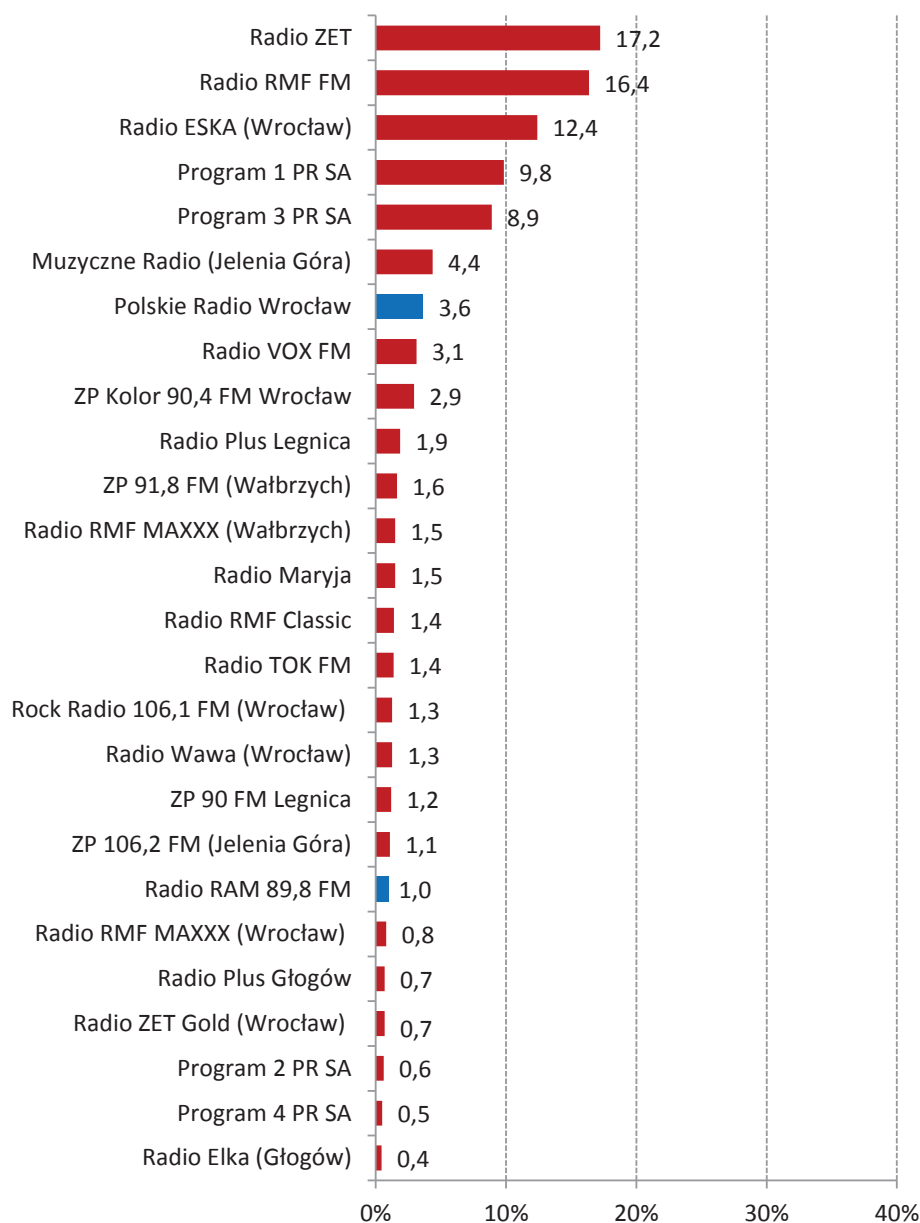
Rozgłośnia współorganizowała akcje specjalne, m.in.: spotkanie w *Dniu Kobiet* z utalentowanymi, twórczymi i aktywnymi kobietami; spotkanie w *Niedzielę Palmową* z twórcami sztuki ludowej.

Radio promowało także zdrowy tryb życia poprzez systematyczne uprawianie sportu – zorganizowało ścieżki biegowe w pięciu miastach (Świdnica, Żmigród, Bolesławiec, Jedlina Zdrój i Wrocław).

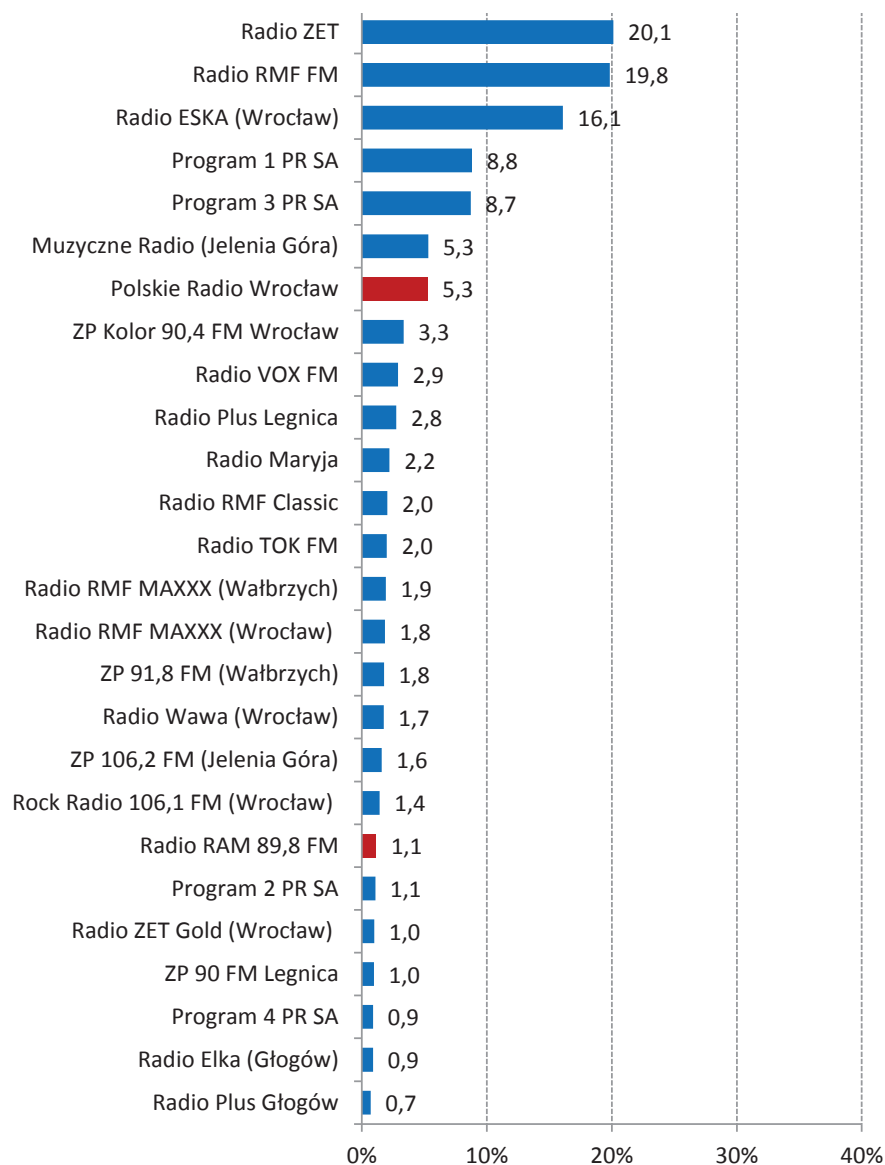
Pozycja Radia Wrocław SA na rynku radiowym w województwie dolnośląskim

W stosunku do 2013 r. pozycja Radia Wrocław uległa zmianie: zmniejszył się udział w czasie słuchania programów dostępnych w regionie (o ponad 2 pkt. proc.) i udział w zasięgu dziennym (o 2 pkt. proc.).

Wykres 97. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa dolnośląskiego w 2014 r.



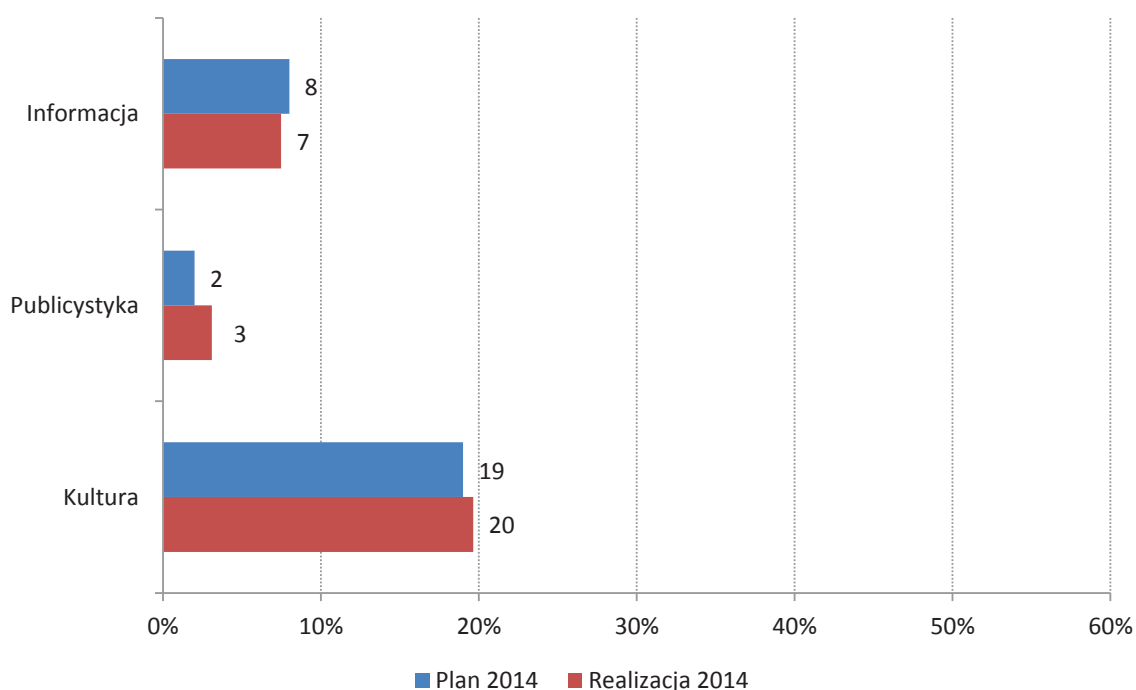
Wykres 98. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa dolnośląskiego w 2014 r.



Radio RAM – program miejski

Udział w programie audycji realizujących ustawowe zadania misyjne był wysoki – wyniósł 98% rocznej emisji. Dominowały audycje poświęcone problemom i wydarzeniom kulturalnym we Wrocławiu. Program pełnił również zadania informacyjne (realizowane głównie poprzez dzienniki i informacje użytkowe dla mieszkańców, np. prognoza pogody, sytuacja na drogach w mieście, remonty i utrudnienia w poruszaniu się po Wrocławiu).

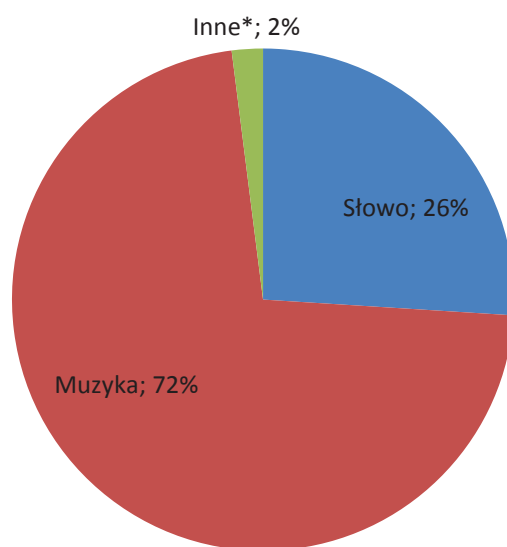
Wykres 99. Plan programowy Radia RAM i jego realizacja w 2014 r.



Spółka realizowała plan w wersji uzgodnionej z KRRiT. Tematyka dotycząca miasta była obecna we wszystkich kategoriach nadawanych audycji. Jednak jej udział był niewielki – stanowiła jedynie 19% rocznego czasu nadawania.

W programie dominowała muzyka – zajęła dwie trzecie ubiegłorocznego programu. Nadawano głównie współczesną muzykę rozrywkową. Audycje słowne miały niewielki udział – stanowiły 26% programu.

Wykres 100. Udział słowa i muzyki w programie Radia RAM w 2014 r.

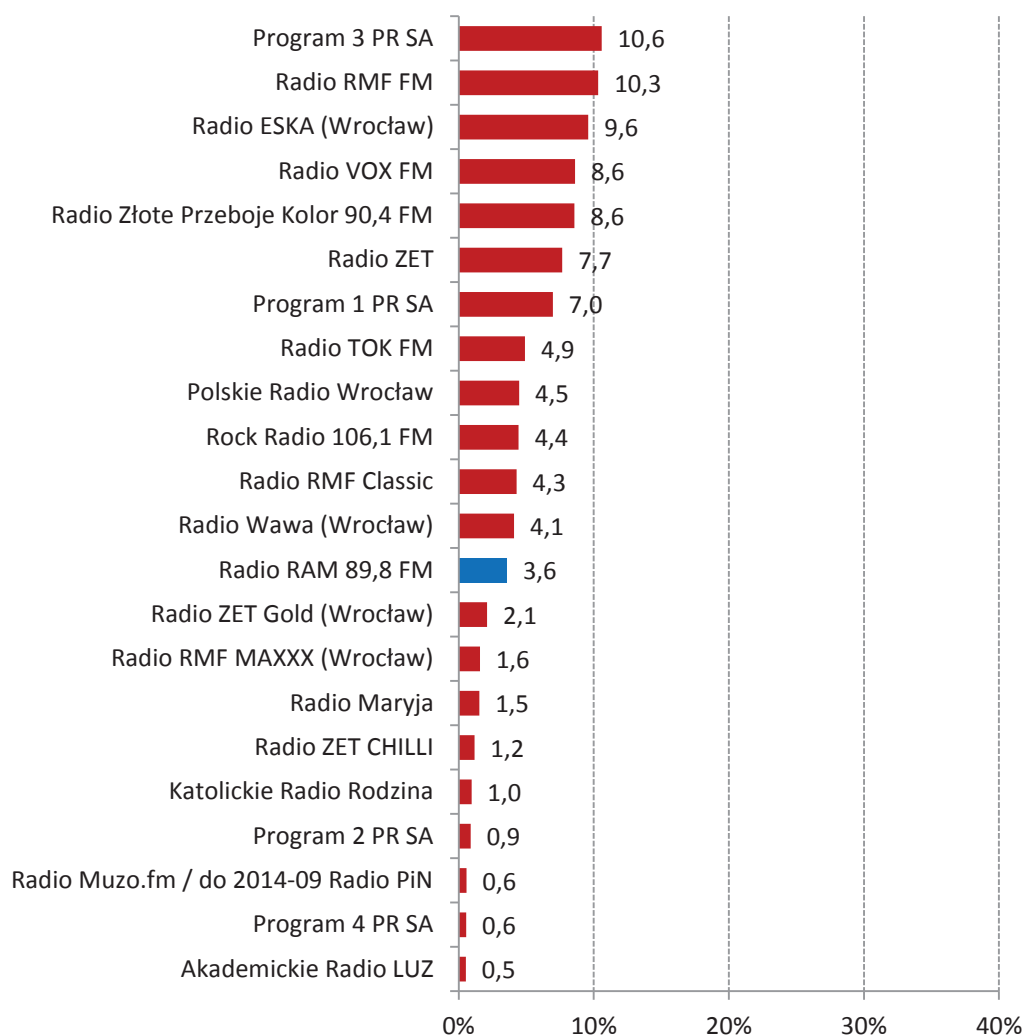


*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Pozycja Radia RAM na rynku radiowym we Wrocławiu

W stosunku do 2013 r. program radia RAM zyskał wyższą pozycję w czasie słuchania programów w mieście (o 0,9 pkt. proc.).

Wykres 101. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie Wrocławia w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

Przekazane w 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 61% kosztów zadań misyjnych Radia Wrocław. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 37.

Tabela 37. Koszty działalności misyjnej Radia Wrocław SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	9 867	74,3%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	1 421	10,7%
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	14	0,1%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego RAM	1 302	9,8%
5. Emisja cyfrowa DAB+	46	0,4%
6. Pozaantenowe zadania misyjne (m.in. koncerty, spektakle)	627	4,7%
Koszty misji ogółem	13 277	100,0%

Koszty działalności misyjnej były niższe o 5,6% od kosztów misji, które wystąpiły w spółce w 2013 r. (14 065 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 38.

Tabela 38. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Wrocław SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	8 116	8 028
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 708	6 708
<i>w tym: audycje preferowane</i>	295	295
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	1 274	1 274
3. Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym	16	13
4. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0
5. Emisja cyfrowa DAB+	88	33

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Wrocław były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy, a nadwyżka została wykorzystana na dofinansowanie planowanych audycji programu regionalnego oraz nowe audycje o tematyce wyborczej i słuchowiska historyczne.

Środki abonamentowe pokrywały 52% kosztów działalności ogółem spółki.

Radio Zachód SA (Zielona Góra)

W 2014 r. Spółką kierowali:



Zarząd

Dariusz Frejman – prezes

Rada Nadzorcza

Jan Andrykiewicz – przewodniczący

Roman Stryjski – wiceprzewodniczący

Ewa Rudzka (MSP w porozumieniu z MKiDN), Krzysztof Szymański, Agnieszka Wala – członkowie

Stronę społeczną reprezentowała **Rada Programowa** w składzie (powołana uchwałą KRRiT nr 407 z dnia 30 października 2012 r.):

Łukasz Pabierowski (PO) – przewodniczący

Maciej Szykuła (PSL) – wiceprzewodniczący

Robert Gromadzki (PO) – sekretarz

Andrzej Buck (KRRiT), Jacek Budziński (PiS), Bogumiła Burda (SLD), Marcin Grzegorski (KRRiT), Artur Januszkiewicz (Ruch Palikota), Krzysztof Król (KRRiT), Filip Rdesiński (Solidarna Polska), Agnieszka Siarkiewicz (PO), Dorota Szaban (KRRiT), Stanisław Tomczyszyn (KRRiT), Andrzej Tyborowski (PO), Arkadiusz Tybura (PiS) – członkowie

Pokrycie ludnościowe i powierzchniowe programu Radia Zachód SA

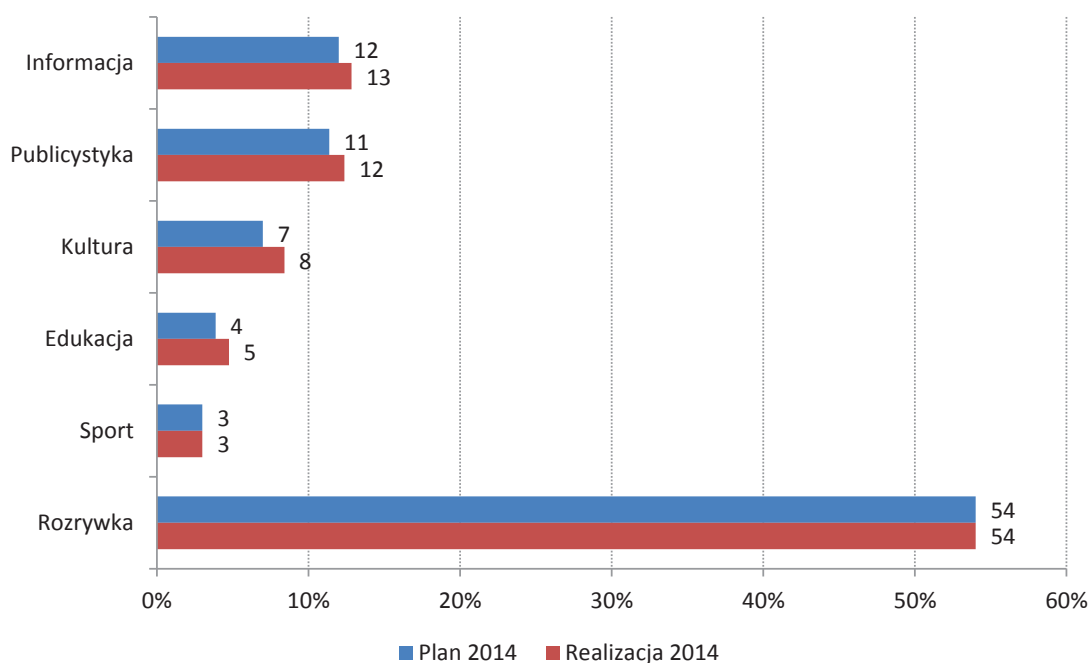
Pokrycie ludnościowe:	973 956 osób	2,52 %
Pokrycie powierzchniowe:	9 762,7 km ²	3,12 %

Działalność programowa

Spółka realizowała plan uzgodniony z KRRiT. Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne miały wysoki udział – zajęły 96% rocznego programu. Program pełnił głównie funkcję informacyjno-opiniotwórczą. Z dużą częstotliwością w ciągu doby nadawano serwisy oraz informatory użytkowe dla mieszkańców regionu, a także stwarzano różnym grupom społecznym (związkom zawodowym, związkom pracodawców, partiom politycznym, organizacjom pożytku publicznego) możliwość przekazywania własnych opinii, komentarzy i stanowisk w różnych sprawach bieżących. Oferta zawierała także audycje podejmujące problemy kultury oraz informujące o ważnych wydarzeniach w tej dziedzinie. Prezentowano lubuski dorobek teatralny oraz tradycję ludową regionu (głównie poprzez muzykę ludową). W ramach

realizacji zadań edukacyjnych nadawano konkursy oraz audycje służące edukacji obywatelskiej (głównie dotyczące wyborów i kalendarza wyborczego); tworzono również audycje podejmujące ważne kwestie integracji pogranicza polsko-niemieckiego. W audycjach rozrywkowych – obok muzyki – prezentowano również charakterystyczną dla tego regionu – twórczość satyryczną. Udział ustawowych kategorii w programie obrazuje wykres nr 102.

Wykres 102. Plan programowy Radia Zachód SA i jego realizacja w 2014 r.



Tematyka regionalna zajęła blisko 1/3 rocznego programu (31%). Wśród audycji preferowanych przez KRRiT najwięcej czasu zajęły audycje służące edukacji obywatelskiej (563 godz. w roku). Były to zarówno własne audycje wyborcze nadawcy poświęcone przebiegowi kampanii wyborczych do Parlamentu Europejskiego oraz samorządu terytorialnego, jak też konkursy z wiedzy o Europie w związku z 10. rocznicą przystąpienia Polski do UE.

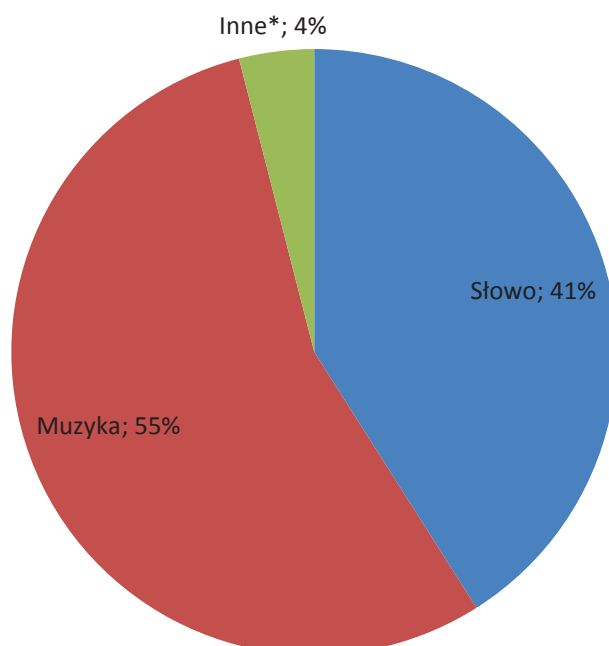
Wysoki udział w programie miały również formy udratyzowane (373 godz.). Nadawano – podobnie jak w latach ubiegłych – dokumenty i reportaże, poświęcone zróżnicowanej tematyce, w tym, promowano osiągnięcia mieszkańców w różnych dziedzinach życia (m.in. portrety Lubuszan i osób spoza województwa, ale utrzymujących więzi z regionem). Stałe miejsce w programie miały także reportaże o charakterze interwencyjnym, podobnie jak słuchowiska (nadawane raz w tygodniu) powstałe we współpracy z lubuskimi teatrami oraz reportaże nagradzane w konkursach międzynarodowych i krajowych.

Nadawano także audycje tworzone specjalnie dla młodzieży – miały niewielki udział w ciągu roku: 67 godz. Były to magazyny przedstawiające działania edukacyjne w lubuskich placówkach dydaktycznych różnego szczebla (m.in. raporty z realizacji projektów edukacyjnych, relacje z działalności stowarzyszeń i fundacji działających na rzecz oświaty w regionie), a także nadawana co tydzień audycja redagowana przez uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych o problemach tej grupy odbiorczej.

Radio Zachód uczestniczyło w projektach realizowanych wspólnie z innymi rozgłośniami regionalnymi: we współpracy z Radiem Białystok – zrealizowało cykl promujący ideę równych szans kobiet i mężczyzn w dostępie do zatrudnienia oraz cykl audycji poświęconych popularyzacji młodych twórców muzyki rozrywkowej. Wraz z Radiem Olsztyn współtworzyło cykl audycji służących ekologii i ochronie środowiska. Radio Zachód podjęło także współpracę z Polskim Radiem SA przy realizacji festiwalu *Dwa Teatry* oraz z Radiem Berlin Brandenburg przy organizacji i relacjonowaniu maratonu sztafetowego z Zielonej Góry do Cottbus.

Program charakteryzował wysoki udział audycji słownych – stanowiły 41% rocznego czasu emisji.

Wykres 103. Udział słowa i muzyki w programie Radia Zachód SA w 2014 r.



*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Działalność pozaantenowa

W 2014 r. spółka prowadziła działania pozaantenowe w różnych obszarach: ekologia, zdrowy styl życia poprzez uprawianie sportu, przeciwdziałanie patologiom społecznym, popularyzowanie bezpieczeństwa w ruchu drogowym, umacnianie tożsamości regionalnej. Radio Zachód było m.in. głównym organizatorem kampanii edukacyjnej na temat gospodarowania odpadami komunalnymi w województwie lubuskim. Kampania objęła nie tylko organizację konferencji naukowej z udziałem przedstawicieli samorządów, firm oraz instytucji zajmujących się selektywną zbiórką oraz utylizacją odpadów komunalnych, ale także upowszechnianie wiedzy o prawach i obowiązkach obywateli związanych z zasadami gospodarowania odpadami w ramach konkursów edukacyjnych dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych i średnich w regionie.

Spółka przeprowadziła akcję pn. *Wiosenne metamorfozy*, której celem było upowszechnienie właściwych nawyków żywieniowych w połączeniu z poradami. Zorganizowano także wiele festynów dla mieszkańców regionu oraz bieg: *Rak – to się leczy*.

Ważnym obszarem pozaantenowej działalności Radia Zachód było upowszechnianie aktywności fizycznej, zarówno wśród dzieci i młodzieży (organizacja wojewódzkiego turnieju piłki nożnej dla najmłodszych), jak też dorosłych (bieg sztafetowy Cottbus-Zielona Góra z udziałem 50 zespołów sztafetowych z Polski i Niemiec). Jednocześnie, tego typu wydarzenia służyły umacnianiu integracji przygranicznych regionów polsko-niemieckich, czego symbolem był udział w biegu sztafetowym Cottbus-Zielona Góra łączonego zespołu dziennikarzy Radia Zachód oraz Antenne Brandenburg. Radio Zachód zrealizowało również projekt pn. *Akademia snookera*, skierowany do dzieci, które pod okiem wicemistrza Europy Marcina Nitschke uczyły się podstaw tej gry.

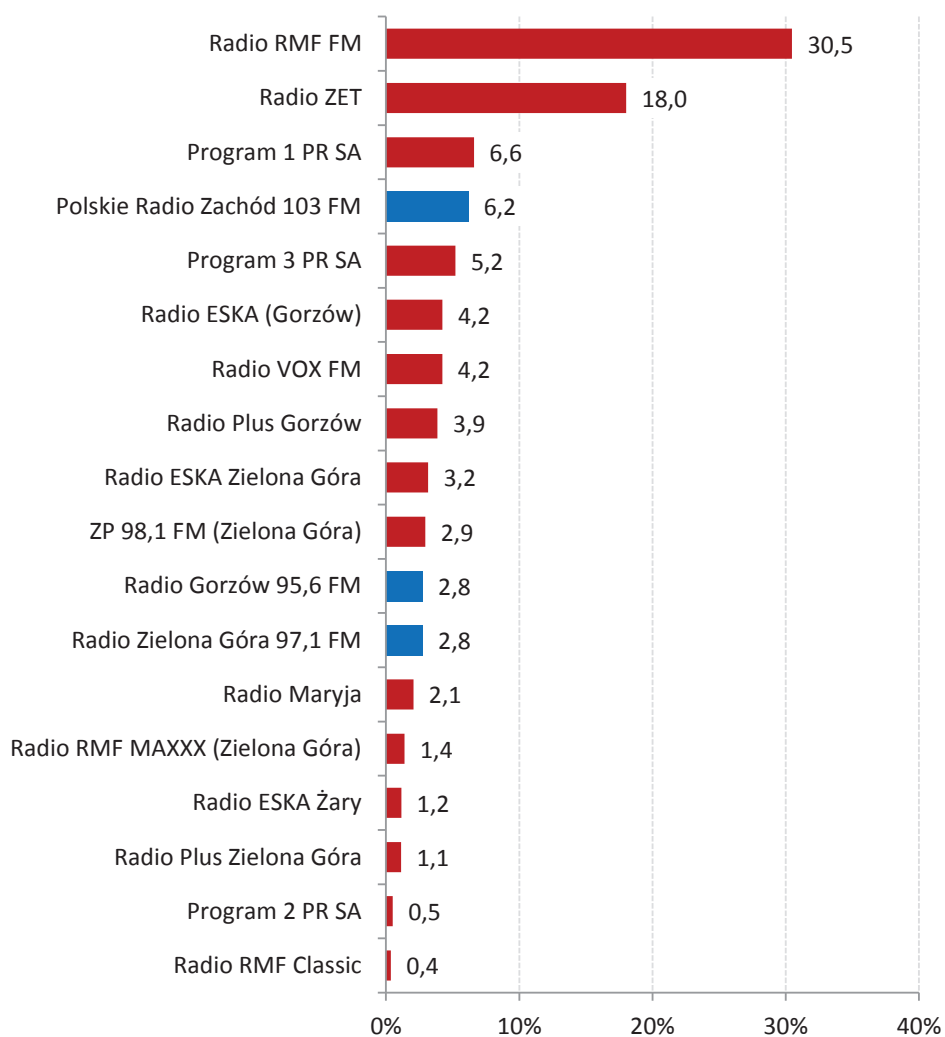
W 2014 r. Radio Zachód promowało także zasady bezpieczeństwa w ruchu drogowym, organizując festyny motoryzacyjne oraz uczestnicząc w akcji *Bądź widoczny na drodze*, w ramach której dziennikarze rozgłośni odwiedzali przedszkola i szkoły w regionie. Do uczniów skierowany był także festyn na temat zapobiegania narkomanii i upowszechniający pozytywne zachowania w tym zakresie.

Promocji regionu służyła organizacja kolejnej edycji *Winobrania*, imprezy służącej popularyzacji produktów regionalnych, oraz konferencji poświęconej zjawiskom i procesom zachodzącym w kulturze ludowej na ziemiach zachodniej i północnej Polski. Ponadto, rozgłośnia organizowała studia plenerowe podczas odbywających się w regionie festiwali muzycznych (np. *Przystanek Woodstock*), wzmacniając tym samym kontakt z generacją młodych odbiorców.

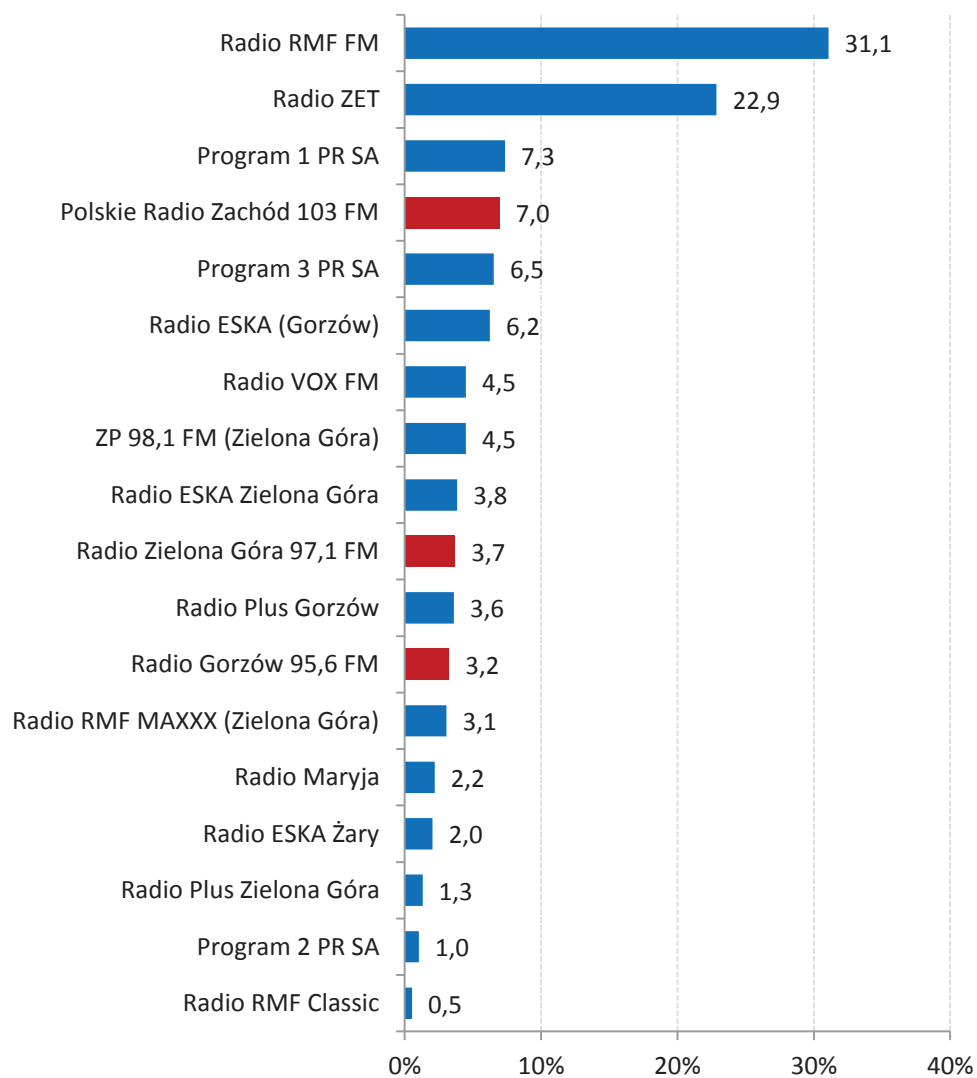
Pozycja Radia Zachód SA na rynku radiowym w województwie lubuskim

W stosunku do 2013 r. Radio Zachód minimalnie zmniejszyło swój udział w czasie słuchania programów dostępnych w regionie (o 0,6 pkt. proc.) oraz w zasięgu dziennym (o 1,6 pkt. proc.).

Wykres 104. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie województwa lubuskiego w 2014 r.



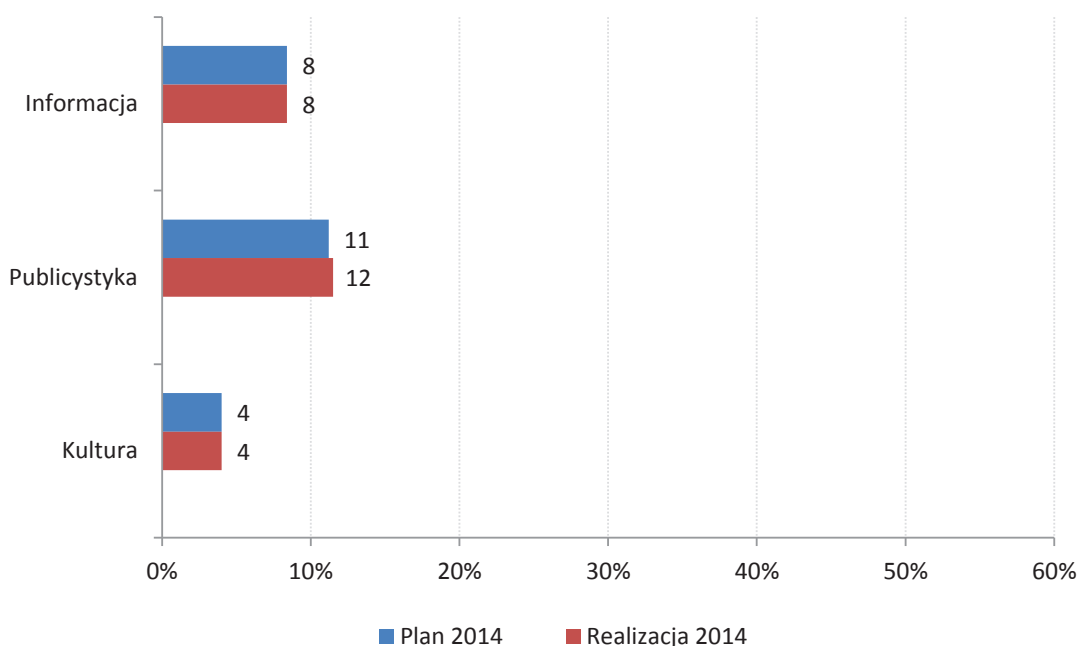
Wykres 105. Zasięg dzienny programów radiowych na terenie województwa lubuskiego w 2014 r.



Radio Zielona Góra 97,1 FM – program miejski

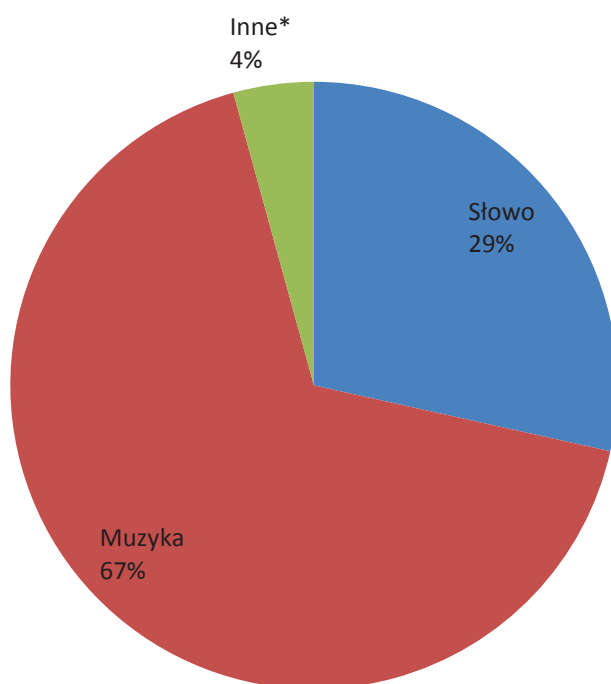
Audycje realizujące ustawowe zadania misyjne zajęły niemalże cały roczny program – 96% czasu emisji. Największy udział miały audycje informacyjne i publicystyczne wypełnione przekazami, komentarzami i omówieniami dotyczącymi bieżących wydarzeniach w mieście. Udział kategorii wskazanych w Rozporządzeniu KRRiT z 27 kwietnia 2011 r. obrazuje wykres nr 106.

Wykres 106. Plan programowy Radia Zielona Góra 97,1 FM i jego realizacja w 2014 r.



Spółka zrealizowała plan programowy uzgodniony z KRRiT. Udział audycji słownych w rocznym programie stanowił blisko 1/3 czasu nadawania (29%). Tematyka realizowana w programie to głównie kwestie gospodarcze i samorządowe.

Wykres 107. Udział słowa i muzyki w programie Radia Zielona Góra 97,1 FM w 2014 r.

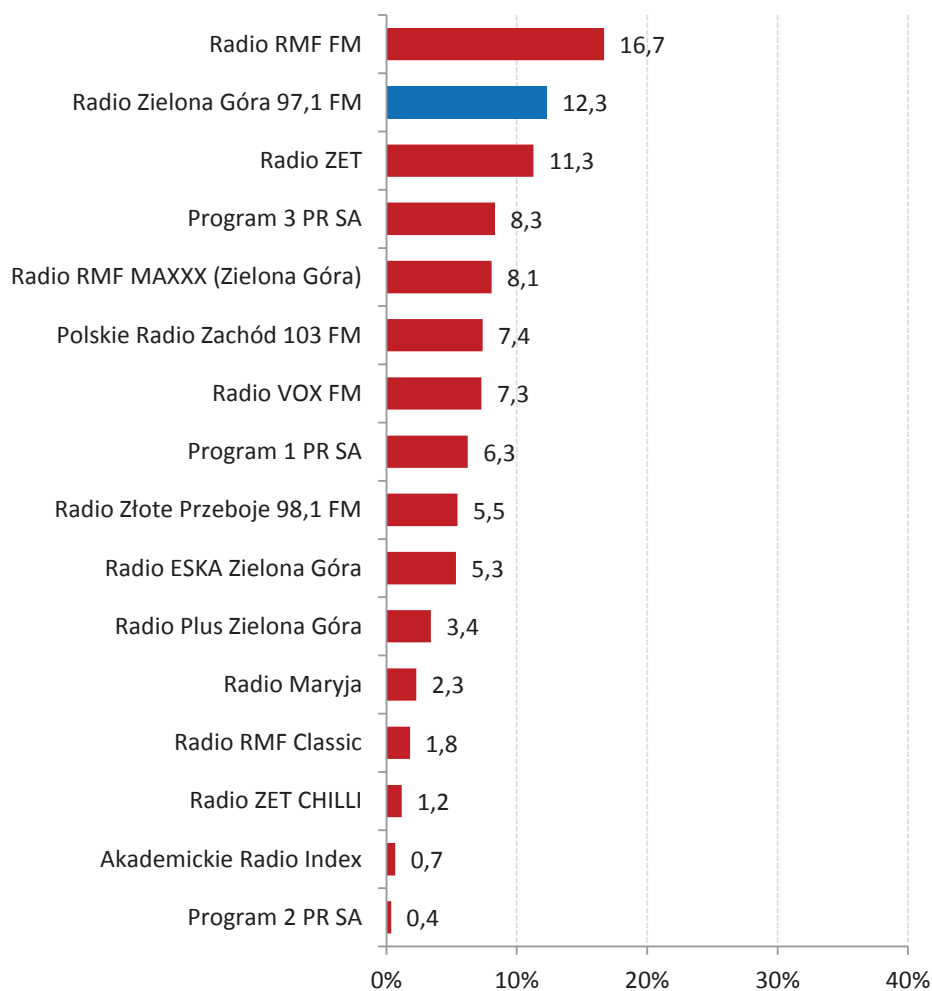


*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Pozycja Radia Zielona Góra 97,1 FM na rynku radiowym w Zielonej Górze

W stosunku do 2013 r. program utrzymał pozycję pod względem udziału w czasie słuchania programów w mieście.

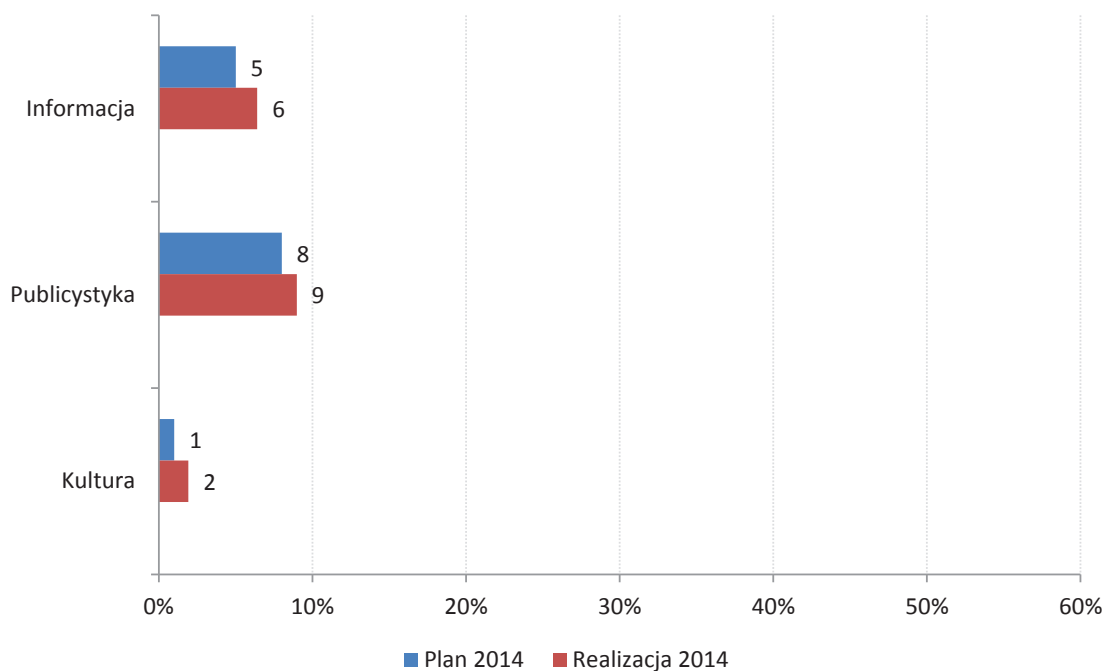
Wykres 108. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie Zielonej Góryw 2014 r.



Radio Gorzów 95,6 FM – program miejski

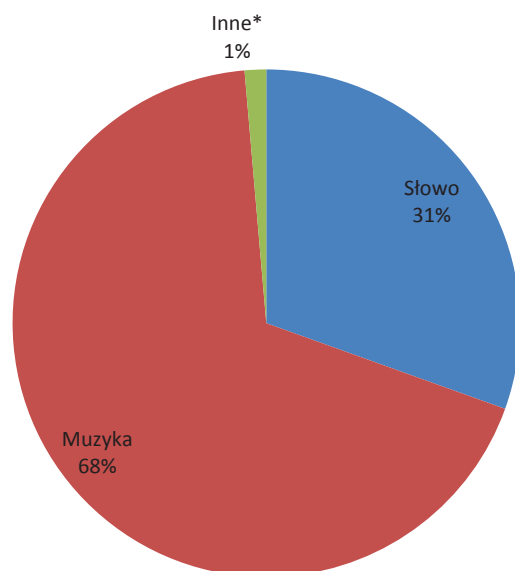
Realizowano plan uzgodniony z KRRiT. Program pełnił głównie funkcję informacyjno-opiniotwórczą, a w jego strukturze najwięcej miejsca zajęły informacje dla mieszkańców Gorzowa oraz audycje publicystyczne o problemach miasta. Ponadto, w programie obecne były także innego rodzaju audycje słowne: edukacyjne, poświęcone lokalnemu sportowi.

Wykres 109. Plan programowy Radiu Gorzów 95,6 FM i jego realizacja w 2014 r.



Audycje słowne zajęły niemal 1/3 rocznego programu (31%), a 77% zawartej w nich warstwy słownej dotyczyło wydarzeń w Gorzowie Wlkp.

Wykres 110. Udział słowa i muzyki w programie Radiu Gorzów 95,6 FM w 2014 r.

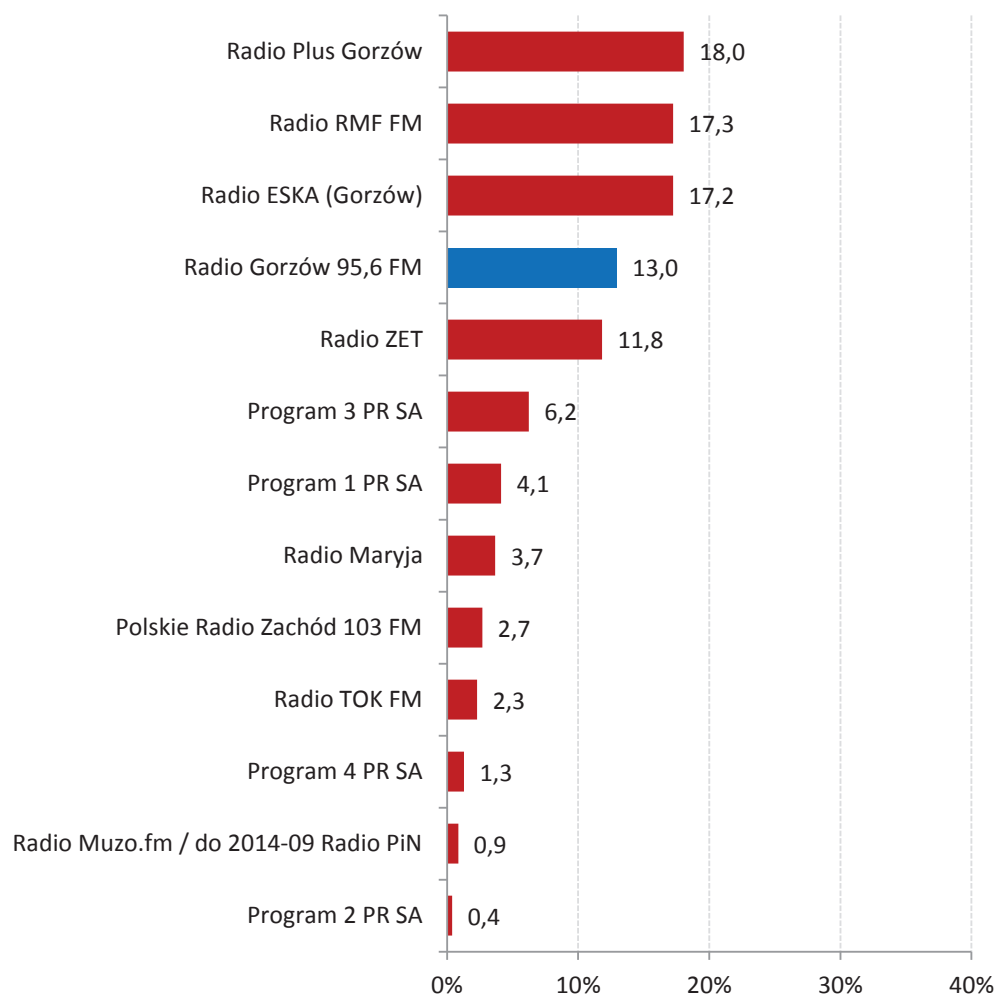


*Kategoria Inne obejmuje reklamę, autopromocję i ogłoszenia nadawcy.

Pozycja Radia Gorzów 95,6 FM SA na rynku radiowym w Gorzowie Wielkopolskim

W stosunku do 2013 r. Radio Gorzów zmniejszyło swój udział w czasie słuchania programów dostępnych w mieście.

Wykres 111. Udział w czasie słuchania programów radiowych na terenie Gorzowa Wielkopolskiego w 2014 r.



Wykorzystanie środków abonamentowych oraz koszty działalności misyjnej

Przekazane w 2014 r. wpływy abonamentowe pokryły 72% kosztów zadań misyjnych Radia Zachód. Koszty działalności misyjnej poniesione przez spółkę przedstawia tabela nr 39.

Tabela 39. Koszty działalności misyjnej Radia Zachód SA w 2014 r.

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Koszty w tys. zł	Udział w kosztach misji w %
1. Tworzenie programu regionalnego – zadania z zakresu informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	8 379	78,2%
2. Rozpowszechnianie programu regionalnego	738	6,9%
3. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Gorzów	755	7,1%
4. Tworzenie i rozpowszechnianie programu miejskiego Zielona Góra	837	7,8%
Koszty misji ogółem	10 709	100,0%

Koszty były o 3% wyższe od kosztów misji, które wystąpiły w spółce w 2013 r. (10 390 tys. zł).

Wykorzystanie środków z abonamentu przekazanych spółce przedstawia tabela nr 40.

Tabela 2. Wykorzystanie środków abonamentowych przekazanych Radiu Zachód SA w 2014 r. w tys. zł

Przedsięwzięcia realizujące misję, o której mowa w art. 21 ust. 1 i 1a ustawy o rtv	Przekazany abonament (łącznie z nadwyżką)	Wydatki sfinansowane z abonamentu
Razem przedsięwzięcia misyjne, z tego:	7 664	7 141,5
1. Zadania programowe w zakresie informacji, publicystyki, kultury, edukacji, sportu i rozrywki	6 383	6 383
<i>w tym: audycje preferowane</i>	<i>500</i>	<i>500</i>
2. Koszty rozpowszechniania programu regionalnego	738	738
3. Biblioteka Cyfrowa Mediów Publicznych	30	0,5
4. Zadania inwestycyjne (system monitoringu pracy urządzeń komp., zdalne zarządzanie serwerami oraz radiowy wóz transmisyjny)	494	20

Wpływy abonamentowe przekazane Radiu Zachód były o 235 tys. zł wyższe od przyjętej prognozy. Przekazana nadwyżka została wykorzystana przez nadawcę na dofinansowanie pozycji programowych ujętych w planie (audycje preferowane), nowych audycji oraz na pokrycie kosztów rozpowszechniania programu regionalnego.

Środki abonamentowe pokrywały 72% kosztów działalności ogółem spółki.

PODSUMOWANIE

Telewizja Polska SA

W 2014 r. oferta programów ogólnokrajowych uwzględniała potrzeby różnych środowisk: mniejszości narodowych i etnicznych, społeczności lokalnych, ludności zamieszkującej strefy przygraniczne, osób niepełnosprawnych, organizacji pożytku publicznego, związków zawodowych, związków pracodawców i partii politycznych. Główną funkcją nadawanych programów było dostarczanie informacji (regionalnych, krajowych, międzynarodowych) z różnych dziedzin oraz opinii i komentarzy w sprawach bieżących, najczęściej w ramach audycji o tematyce politycznej (m.in. dotyczących wyborów do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządu terytorialnego). Programy ogólnokrajowe w dużym stopniu miały również charakter rozrywkowy. Prezentowały głównie dorobek polskiej twórczości kabaretowej oraz polskie seriale obyczajowe czy audycje typu reality show. Tego typu oferta była w dużej części kontynuacją nadawanej w 2013 roku. Pozytywnie należy ocenić zwiększenie wymiaru czasowego pasm edukacyjnych, realizowanych m.in. w formach dokumentalnych i reportażowych, kontynuację nadawania spektakli teatralnych (choć nadal głównie powtórkowych), audycji poświęconych literaturze współczesnej oraz popularyzujących czytelnictwo.

W ubiegłym roku spółka wydłużyła czas trwania programów kierowanych do mieszkańców regionów. Każdy z 16 oddziałów terenowych TVP SA nadawał średnio 5 godzin programu w ciągu doby. Była to przede wszystkim oferta o charakterze informacyjno-publicystycznym podejmująca głównie bieżącą tematykę polityczną. W ofercie tych programów wiele miejsca zajęły również audycje służące zachowaniu tożsamości regionów (tj. poświęcone ich historii, kulturze i tradycji).

Treści skierowane do bardziej wymagającego odbiorcy zawierały programy wyspecjalizowane, m.in. TVP Kultura, TVP Historia.

Spółka realizowała plany finansowo-programowe uzgodnione KRRiT na 2014 roku, jak również zadania określone w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji, zapewniając widzom zarówno dostęp do informacji, jak też szeroko pojętą edukację oraz rozrywkę. Wprowadzono co prawda modyfikacje w stosunku do uzgodnionych planów, niemniej większość z nich wpłynęła korzystnie na wykonywanie przez Telewizję Polską obowiązków określonych w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji. W programie TVP 1 nadano dwukrotnie więcej, niż planowano, audycji z kategorii informacja oraz z kategorii kultura, a w programie TVP 2 – dwukrotnie więcej audycji z kategorii edukacja. W programach tworzonych przez oddziały terenowe prezentowano więcej niż planowano treści o walorach edukacyjno-poznawczych oraz poświęconych dorobkowi kulturowo-historycznemu regionów.

Polskie Radio SA

Oferta tworzona w 2014 r. przez spółkę koncentrowała się na publicystyce (21% rocznej oferty PR SA) i informacji (17% rocznej oferty PR SA). Niewątpliwie wpływ na wysoki udział tych kategorii w programach PR SA miały ważne wydarzenia, takie jak wybory do PE i do samorządów.

Programy PR SA dostarczały także wiedzy o kulturze. Oferta ta stanowiła znaczącą część programów spółki – zajęła 28%. Słuchacze mieli możliwość obcowania z literaturą (czytano utwory prozatorskie współczesnych autorów polskich i zagranicznych, omawiano nowości wydawnicze) i radiowymi formami udratyzowanymi (nadawano spektakle Teatru Polskiego Radia, reportaże artystyczne, słuchowiska). Nadawca systematycznie prowadził edukację w zakresie odbioru dzieł kultury i sztuki. We wszystkich programach PR SA uwrażliwiano na kulturę języka. Nadawano poradniki o poprawnym używaniu języka polskiego (w mowie i piśmie). Należy podkreślić również, że prowadzący audycje posługiwali się nienaganną polszczyzną. Zakres prowadzonej edukacji był szeroki: obejmował zagadnienia historyczne, problematykę ekologiczną, związaną ze zdrowiem, ekonomią i gospodarką. Poszerzano również wiedzę słuchaczy o nowych technologiach, jak też objęto tego typu edukacją osoby starsze, zapobiegając w ten sposób wykluczeniu cyfrowemu tej grupy odbiorców. Warto podkreślić, że nadawca wskazywał zarówno zalety jak i zagrożenia, jakie niosą dynamicznie rozwijające się nowe technologie, szczególnie w kontekście ich wpływu na dzieci. Audycje edukacyjne zajęły średnio 12% rocznej oferty PR SA. Pozostała część programów wypełniała rozrywka (18%), tj. głównie muzyka różnych gatunków (rock, etno, pop, klasyczna, jazz, ludowa), w mniejszym stopniu audycje satyryczne (archiwalne i premierowe).

Przeprowadzono także, po raz pierwszy, monitoring programu wyspecjalizowanego: informacyjno-publicystycznego, Polskie Radio 24, nadawanego od jesieni 2013 roku. Monitoring miał na celu sprawdzenie podobieństw i różnic zawartości audycji informacyjnych i publicystycznych w porównaniu z Programem 1 oraz Programem 3 PR SA. Analiza wykazała, że audycje premierowe wypełniły trzy czwarte jego zawartości. Audycje pochodzące z innych programów Polskiego Radia (Programu 1 i 3) stanowiły jedynie 4% tygodniowego czasu emisji programu, co jest pozytywnym działaniem nadawcy bowiem PR 24 jest zupełnie nową ofertą w stosunku do pozostałych programów PR SA. Należy podkreślić, że PR 24 prezentuje świetny warsztat dziennikarski, jest dynamiczny, szybko reagujący na bieżące wydarzenia.

Nadawca realizował plany programowe w formie uzgodnionej z KRRiT w Programach 1, 2 i 3 PR SA. Wprowadzono niewielkie modyfikacje, które wpłynęły pozytywnie na zawartość nadawanych programów. W trzech programach (Programie 1, 2 i 4) nadawca zwiększył w stosunku do planów liczbę godzin audycji publicystycznych, a w dwóch programach (Programie 1 i 3) – liczbę godzin audycji o kulturze. Programy były zróżnicowane pod względem udziału słowa: najwyższy był w Programie 1 (67% w rocznym czasie emisji – wzrost w stosunku do roku 2013 o 7 pkt. proc.), najniższy – w Programie 4 (wyniósł 30%; tyle samo co w 2013 roku). Wśród programów emitowanych w technologii DAB+ najwyższy udział słowa był w Polskim Radiu 24 (92% rocznego czasu emisji). Natomiast spółka nie realizowała planu programowego w formie uzgodnionej z KRRiT w Programie 4 PR SA.

Rozgłoszenie regionalne radia publicznego

Ubiegłoroczna oferta programowa rozgłoszeń regionalnych koncentrowała się na informacji i publicystyce – średni udział tych kategorii był wysoki i wyniósł aż 26%, czyli ponad 1/4 rocznego programu. Przekazywano, aktualizowane na bieżąco, informacje z regionu oraz poszerzano je o komentarze eksperckie, przedstawicieli władz lokalnych, partii politycznych, organizacji związkowych oraz pożytku publicznego. Wysoki udział w programach rozgłoszeń miały treści dotyczące kultury. Zajęły one blisko 1/5 rocznej emisji. Informowano o ważnych wydarzeniach regionalnych (m.in. festiwalach, wystawach, koncertach muzyki poważnej i rorywkowej, premierach filmowych i teatralnych), prezentowano utwory

literackie, formy udratyzowane (głównie reportaże ale też, choć w mniejszym wymiarze, słuchowiska coraz częściej produkowane przez rozgłośnie).

Kolejnym znaczącym elementem pod względem udziału były audycje edukacyjne. Stanowiły średnio 10% rocznych programów rozgłośni. Podobnie jak w latach poprzednich, skupiono się na popularyzowaniu wiedzy o historii i kulturze regionów oraz ich walorach gospodarczych i krajoznawczych. Prowadzono także edukację obywatelską dotyczącą wyborów do Parlamentu Europejskiego i samorządu oraz w zakresie różnych dziedzin prawa, ekologii i zdrowego żywienia. Część oferty edukacyjnej poświęcono tematyce sportowej. Obok prezentacji wyników rozgrywek lokalnych drużyn, transmisji z meczów, wiele miejsca poświęcono na upowszechnianie aktywności fizycznej wśród młodzieży.

Udział warstwy słownej w programach rozgłośni regionalnych był relatywnie wysoki i wynosił średnio niemal połowę rocznej emisji programu (48%). Najwyższy odsetek audycji słownych zawierały programy: Radia Kraków, RDC oraz PiK z Bydgoszczy (udział na poziomie 61%-75%), najniższy zaś był w ofercie programowej spółek we Wrocławiu, Koszalinie i Szczecinie (33%-38%). Muzyka w trzech ostatnich wymienionych programach stanowiła średnio od 58%-64% rocznego czasu. Warto podkreślić, że wszyscy regionalni nadawcy radiowi realizowali obowiązek odpowiedniego (zgodnego z ustawą) udziału w programach utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim – średni ich udział wyniósł dla rozgłośni 41% całości nadawanej muzyki (wobec wymaganego min. 33%).

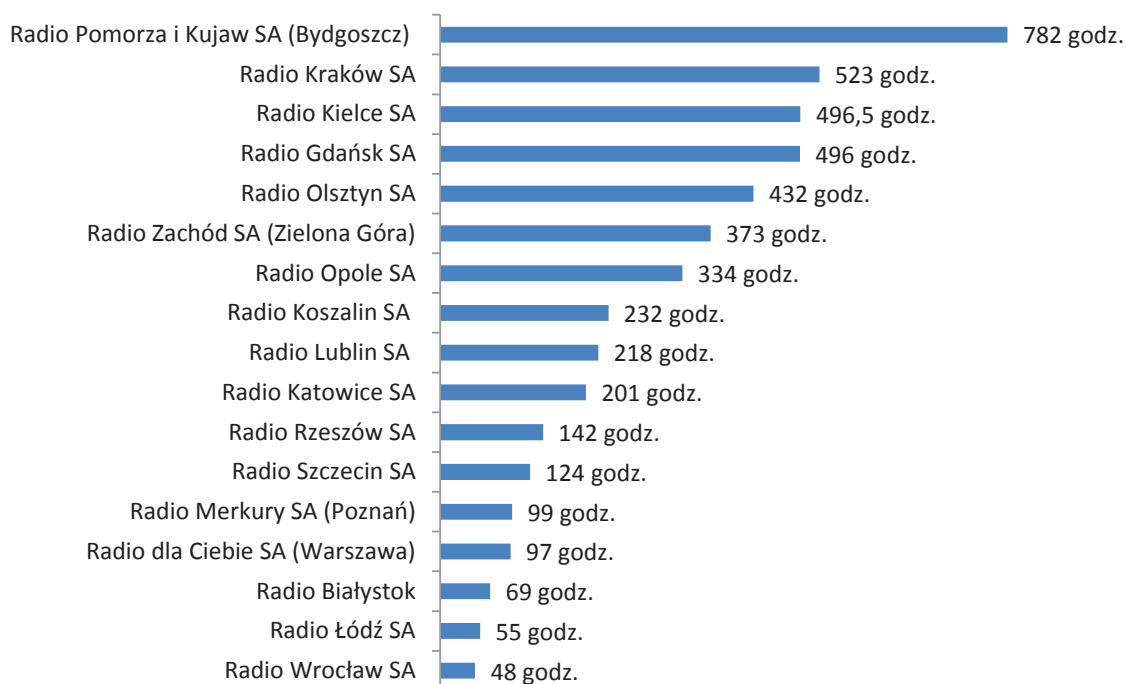
Na tematykę poświęconą sprawom regionu przeznaczano przeciętnie 1/3 (35%) rocznego czasu nadawania. Warto podkreślić, że blisko 3/4 (73%) warstwy słownej w programach rozgłośni dotyczyło problemów regionu; przekazy poświęcone tej tematyce wypełniały przede wszystkim porę dzienną programów. Najwyższy odsetek treści regionalnych odnotowano w następujących rozgłośniach: Katowice, Opole i Kraków (udział na poziomie 45%-61%), najniższy zaś w: Warszawie, Szczecinie, Koszalinie i Wrocławiu (21%-24%). Tematyka regionalna dominowała w różnego rodzaju audycjach informacyjnych, publicystycznych i dotyczących sportu, edukacyjnych, poświęconych kulturze.

Cztery rozgłośnie tworzyły ofertę adresowaną do mieszkańców dużych miast, głównie stolic regionów: Lublina, Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego, Poznania i Wrocławia. Jej charakter był zbliżony do oferty komercyjnej, bowiem wysoki udział miała w nich popularna muzyka rozrywkowa – średnio 70%, a słowo stanowiło jedynie 1/4 tej oferty. Pełniły one głównie funkcję rozrywkową.

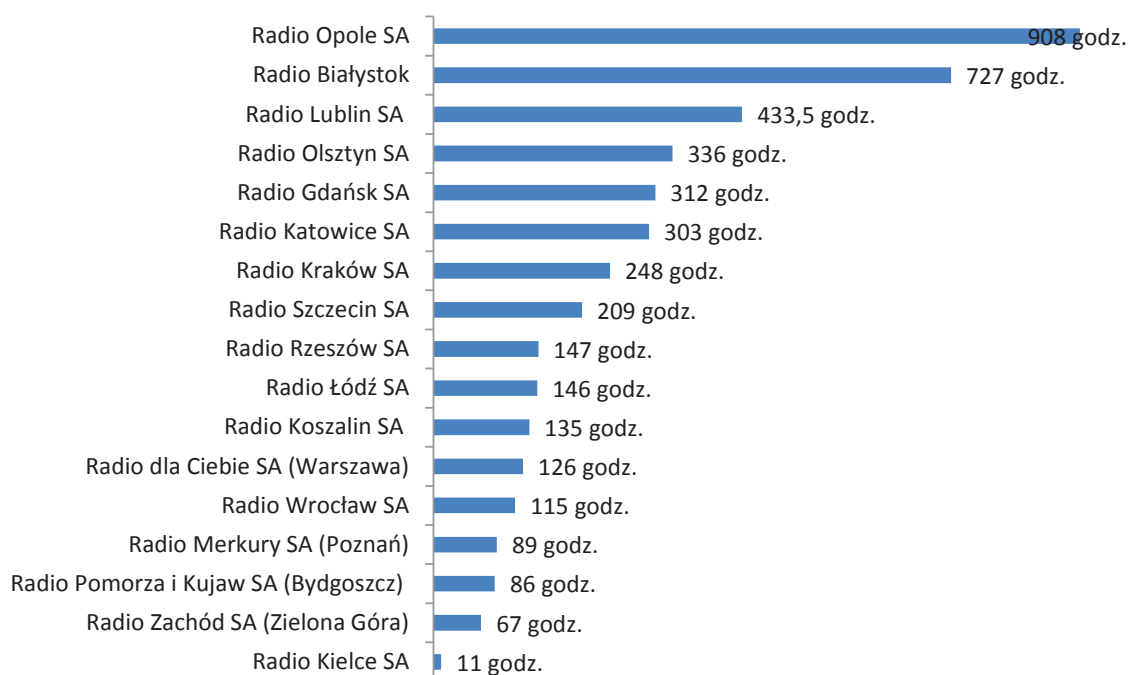
Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wsparła finansowo rozgłośnie regionalne dodatkowymi środkami (w łącznej kwocie 5 540 000 zł) na realizację audycji służących zwiększeniu atrakcyjności i jakości programów, tzw. audycji preferowanych. Spółki nadały łącznie ponad 11 tys. godzin tego typu audycji, co oznacza, że stanowiły one ponad 7% oferty programowej rozgłośni w 2014 r. Najwięcej miejsca nadawcy przeznaczali na formy udratyzowane: zajęły one 4721 godzin (średnio ponad 3% rocznego programu rozgłośni). Równie liczną grupą audycji były dedykowane młodzieży – edukacyjne, wspomagające ich kształcenie i rozwój zawodowy (nadano ich 4399 godz.). Najmniej czasu (1952 godzin) przeznaczono na audycje służące edukacji obywatelskiej, ze szczególnym uwzględnieniem wyborów do Parlamentu Europejskiego oraz do samorządów (stanowiły ponad 1% rocznego czasu nadawania programów rozgłośni).

Szczegółowy rozkład ilości godzin emisji poświęconych ww kategoriom audycji preferowanych oraz różnice w tym zakresie między poszczególnymi rozgłośniami obrazują wykresy od 112 do 114.

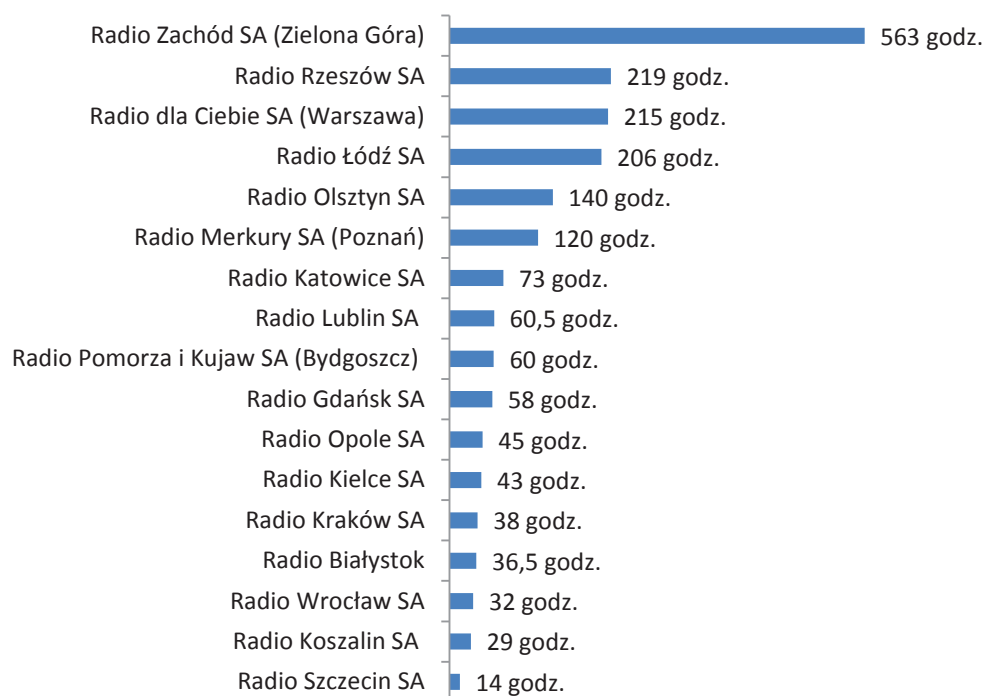
Wykres 112. Formy udramatyzowane takie jak: sluchowisko, dokument, reportaż artystyczny



Wykres 113. Audycje tworzone specjalnie dla młodzieży



Wykres 114. Audycje służące edukacji obywatelskiej



Nadawcy regionalni w większości realizowali uzgodnione z KRRiT plany finansowo-programowe. Spółki wprowadzały niewielkie modyfikacje. Nie miały one jednak wpływu na charakter nadawanych programów i sposób realizacji zarówno planów, jak i zadań ustawowych.



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

www.krrit.gov.pl