

INFORMACJA
O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH
RADIOFONII I TELEWIZJI

SPIS TREŚCI

	str.
I. Stan radiofonii i telewizji w Polsce – fakty i liczby	1
A. Radiofonia i telewizja publiczna	1
1. Stan bazy technicznej radiofonii w Polsce	1
2. Monitoring techniczny radiowych nadawców publicznych	3
3. Stan bazy technicznej telewizji publicznej	4
4. Ocena możliwości rozwoju telewizyjnych sieci regionalnych w kontekście planowanego uruchomienia naziemnej telewizji cyfrowej	6
B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana	6
1. Rynek nadawców radiowych w procesie ponownego udzielania koncesji	6
2. Warunki programowe i prawne w nowo wydanych koncesjach	13
3. Wyniki monitoringu technicznego radiowych nadawców koncesjonowanych	15
4. Rynek programów i „platform” satelitarnych	16
5. Rynek telewizji kablowych	17
C. Perspektywy rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej	19
1. Radiofonia cyfrowa	19
2. Telewizji cyfrowa DVB	20
II. Działalność programowa nadawców	22
A. Oferta programowa i widownia nadawców telewizyjnych w 2001 roku	22
1. Oferta programowa telewizji	22
2. Profile programowe poszczególnych nadawców: podobieństwa i różnice	31
3. Programy regionalne Telewizji Polskiej S.A.	32
4. Realizacja szczególnych zobowiązań programowych przez TVP S.A.	38
5. Realizacja poszczególnych zobowiązań programowych w programach regionalnych TVP S.A.	41
6. Audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych w programach oddziałów terenowych telewizji publicznej w 2001 roku	43
7. Respektowanie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji w programach nadawców telewizyjnych i radiowych (art. 15 i 15a u.r.t.)	44
8. Wybrane koncesjonowane telewizyjne programy satelitarne	52
B. Oferta programowa nadawców radiowych w 2001 roku	57
1. Polskie Radio S.A.	57
2. Rozgłośnie regionalne radia publicznego	63
3. Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji	65
4. Realizacja szczególnych powinności radia publicznego (art. 21 ust. 2 pkt. 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji)	66
5. Audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych (art. 21 ust. 2 pkt. 9 ustawy o radiofonii i telewizji)	69
6. Tworzenie i rozpowszechnianie audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych (art. 25 ust. 2)	71
7. Widownia telewizyjna w Polsce w 2001 roku	73

III. Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych	83
1. Przychody abonamentowe	83
2. Przychody z reklamy	89
3. Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 1997 – 2001	96
4. Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji	106
5. Wpływy abonamentowe i ich podział na 2002 rok.....	107
 IV. Analiza i perspektywy rozwoju rynku reklamowego.....	110
 V. Międzynarodowy kontekst działalności radiowej i telewizyjnej.....	116
1. Przygotowania do nowelizacji „Dyrektywy o Telewizji bez Granic” oraz innych dyrektyw związanych z sektorem audiowizualnym.....	116
2. Za i przeciw konwergencji ciał regulujących	122
3. Prace grup ekspertów w Radzie Europy	128
4. Działalność Eureka Audiowizualnej i Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego	136

SPIS MAP

Mapy przedstawiające przybliżone zasięgi stacji publicznej radiofonii i telewizji:

- TVP 1
 - TVP 2
 - TV regionalna
 - Polskie Radio – Program 1
 - Polskie Radio – Program 2
 - Polskie Radio – Program 3
 - Polskie Radio – Program IV (Radio BIS)
 - Polskie Radio – program regionalny
-

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

A. Radiofonia i telewizja publiczna

1. Stan bazy technicznej radiofonii w Polsce

Baza nadawcza

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

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

- częstotliwością 225 kHz oraz 23 częstotliwościami (w tym 11 o mocy większej lub równej 1 kW) z zakresu 87,5 – 108 MHz dla emisji Programu 1;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz funkcjonującą w oparciu o 42 stacje nadawcze (w tym 39 o mocy większej lub równej 1 kW), na których emitowany jest Program 2. Czasowo 6 stacji nadaje Program IV Radio Bis;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz złożoną z 39 stacji nadawczych (w tym 37 stacji o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu 3;
- częstotliwością 198 kHz z zakresu fal długich, zlokalizowaną w Raszynie oraz siecią nadawczą w zakresie 87,5 – 108 MHz o docelowym pokryciu powierzchniowym 65,2%, będącą w trakcie realizacji, złożoną obecnie z 25 stacji nadawczych (w tym 15 o mocy większej lub równej 1 kW), docelowo z 56 stacji nadawczych (w tym 39 o mocy większej lub równej 1 kW), dla emisji Programu IV Radia Bis. Czasowo Program IV Radia Bis jest dodatkowo nadawany z wykorzystaniem 6 stacji Programu 2.

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

Regionalne sieci radia publicznego wykorzystują w sumie 70 stacji nadawczych, w tym 62 stacje o mocy równej lub większej od 1 kW.

W 2001 roku został uruchomiony przez Telekomunikację Polską S.A. jeden obiekt dużej mocy Białogard Sławoborze, w którym ulokowano trzy częstotliwości wykorzystywane

przez Polskie Radio do emisji Programu 2, Programu 3 oraz programu regionalnego (Radio Koszalin S.A.).

Od początku 2001 roku Przewodniczący KRRiT wydał 25 decyzji w sprawie rezerwacji nowych częstotliwości i 9 w sprawie zmian technicznych warunków nadawania. Aktualne zasięgi programów ogólnopolskich i regionalnych radia publicznego przedstawiono na mapach stanowiących załącznik do Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w Polsce.

Baza studyjna

Radiofonia publiczna – 17 stacji regionalnych i Polskie Radio S.A. jest dość dobrze wyposażona w profesjonalny sprzęt wysokiej klasy, zwłaszcza w porównaniu ze sporą liczbą nadawców koncesjonowanych.

Wszystkie ośrodki radia publicznego są częściowo lub w całości skomputeryzowane, w szerokim i coraz to większym zakresie korzystają z urządzeń cyfrowych o doskonałej jakości (odtwarzacze CD, MD, magnetofony DAT, konsolety cyfrowe, cyfrowe urządzenia efektowe, cyfrowe procesory dźwiękowe, cyfrowe procesory emisyjne). Stopniowo następuje wymiana dotychczas używanych urządzeń analogowych na ich odpowiedniki cyfrowe. Wiele ośrodków korzysta z pracujących w sieci komputerowych stacji roboczych obsługujących emisję i częściowo produkcję. Na liście bieżących i planowanych zakupów standardowo widnieją pozycje takie jak serwery, koncentratory, routery, stacje robocze, cyfrowe rejestratory reporterskie.

Większość ośrodków ma też swoje strony lub witryny w internecie, wiele równolegle z emisją w eterze realizuje emisję w sieci internetowej w systemie „real audio”. Coraz powszechniej są wykorzystywane systemy łączy ISDN oraz cyfrowego dosyłu sygnałów do obiektów nadawczych. Wiele ośrodków próbuje jeszcze bardziej zmniejszyć koszty dosyłu przechodząc na cyfrowy dosył satelitarny.

Często ta właśnie, nowoczesna technologia, chociaż brzmi to paradoksalnie, jest słabą stroną stacji publicznych. Dzieje się tak, gdyż jest to technologia, która na obecnym etapie rozwoju pozwala konkurencyjnym nadawcom rozpoczynać działalność stosunkowo małym kosztem przy znacznie niższych kosztach własnych.

Do wyprodukowania i wyemitowania programu radiowego o jakości odpowiadającej transmisji FM (wcale niewygórowanej w porównaniu z wymogami CD, CD-SA, czy systemów Surround) wystarczy obecnie kilka komputerowych stacji roboczych (komputerów średniej klasy), półprofesjonalna aparatura źródłowa (odtwarzacze CD, MD, magnetofony kasetowe), nieco drobnego sprzętu i nadajnik. Całe tak zwane (często nieco na wyrost) studia emisyjne i produkcyjne zajmują w takim przypadku kilka pomieszczeń. Nadawca publiczny zaś, poza lepszymi komputerami i znacznie droższym, rzeczywiście profesjonalnym oprogramowaniem musi również w jakiś sposób utrzymywać to, co odziedziczył po latach dotychczasowej działalności.

Wiele ośrodków regionalnych, mieszczących się w obiektach wybudowanych w latach trzydziestych czy w latach pięćdziesiątych, musi rokrocznie inwestować duże sumy w modernizację budowlaną, adaptację, utrzymywanie nadmiernie rozbudowanej i przestarzałej bazy technicznej, mimo stopniowego przechodzenia do bardzo zmienionej i wymagającej częstych aktualizacji nowej technologii radiowej. Jeszcze przed paru laty nowo zakupione

stoły mikserskie czy magnetofony wystarczały na minimum 10 lat. Obecnie wymiana sprzętu komputerowego następuje przeciętnie co 1,5 – 2 lata.

Oddzielnym i specyficznym dla nadawców publicznych problemem jest problem archiwizacji posiadanych zasobów. Nadawcy komercyjni od początku działalności posługują się archiwami elektronicznymi (płyty CD, CD-R, MD), nadawcy publiczni mają olbrzymie fonoteki, które w wielu przypadkach zawierają bezcenne pozycje (płyty winylowe, kasety, taśmy ¼ cala). Często łączy się to z natychmiastowym przepisaniem na bardziej trwały nośnik, a po przepisaniu wymaga profesjonalnie wykonanej rekonstrukcji. Wiąże się to z dodatkowymi, wcale nie małymi kosztami.

Bez wątpienia najnowocześniejszym ośrodkiem regionalnym i to na skalę europejską stanie się ośrodek w Koszalinie. Ośrodek ten (budowę obiektu zakończono w 2000 roku) stanowi połączenie najnowszej technologii radiowej ze specjalnie wybudowanymi pomieszczeniami o znakomitych parametrach eksploatacyjnych (w przypadku studiów – parametrach akustycznych). W tym roku ośrodek zostanie wyposażony w nowoczesne, całkowicie skomputeryzowane urządzenia. Do podobnych obiektów należy również niedawno oddana do użytku rozgłośnia w Krakowie. W kilku ośrodkach (Gdańsk, Olsztyn) realizowane są kolejne etapy wyposażania w sprzęt nowych lub dobudowanych obiektów.

2. Monitoring techniczny radiowych nadawców publicznych

W 2001 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zakupiła przyrząd pomiarowy francuskiej firmy Audemat, służący do pomiarów najważniejszych parametrów technicznych stacji radiowych. Po połączeniu z komputerem klasy PC przyrząd ten tworzy stacjonarne (desktop PC) lub przenośne (notebook PC) stanowisko pomiarowe, umożliwiające wykonywanie pomiarów oraz ich dalszą obróbkę. W Departamencie Techniki wykonano szereg pomiarów zarówno stacjonarnych (w kilku miejscach Warszawy), jak i pomiarów terenowych. W okresie od czerwca 2001 roku do grudnia 2001 roku pomierzono parametry techniczne stacji radiowych nadających program w Warszawie oraz okolicach Radomska, Częstochowy, Piotrkowa Trybunalskiego, Radomia, Krosna, Rzeszowa, Przemyśla, Sanoka, Lublina, Kielc, Sandomierza, Tarnobrzegu, Knurowa, Raciborza, Wodzisławia Śląskiego, Pszczyny, Bielska-Białej, Zabrze, Bytomia, Katowic oraz Łodzi.

Przyrząd, który odpowiada wymaganiom wszystkich niezbędnych norm europejskich, umożliwia między innymi pomiar poziomu natężenia pola w zakresie od -100 do +23 dBm (+7 do +130 dBμV), dewiacji sygnału MPX w zakresie od 0 do 150 kHz, dewiacji sygnału pilota stereo (od 0 do 15 kHz) oraz poziomu sygnałów m.cz. w dowolnie wybranych kanałach i ich kombinacjach.

Standardowy monitoring techniczny polega na wykonaniu skanowania – odbiornik wykrywa wówczas wszystkie stacje odbierane w danym miejscu - a następnie na pomiarze natężenia pola badanych stacji i pomiarze parametrów technicznych odbieranego sygnału – dewiacji sygnału MPX, gęstości modulacji, wartości szczytowych sygnału MPX i ewentualnie parametrów akustycznych sygnału po demodulacji. Pomiaru te służą bezpośrednio do oceny słyszalności danej stacji w miejscu pomiaru, pozwalają też, przy znajomości parametrów nadajnika i systemu antenowego, na pośrednią ocenę charakterystyki promieniowania oraz ocenę wpływu sąsiednich stacji. Pomiaru wykonywane zestawem Audemat-notebook zainstalowanym w samochodzie mają tę zaletę, że dość dokładnie

aproxymują rzeczywiste warunki odbioru mierzonych stacji, z jakimi ma do czynienia przeciętny słuchacz (zwłaszcza zmotoryzowany).

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

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

Pojawiające się przykłady przekraczania przez nadawców wartości granicznych poszczególnych parametrów nadawanego sygnału przemawiają za koniecznością wykonywania takich pomiarów. Nabiera to szczególnego znaczenia w tych miejscach, gdzie nadaje duża grupa blisko siebie (na osi częstotliwości) rozmieszczonych stacji. Pomiary te również służą do zweryfikowania płynących ze strony nadawców skarg o zbyt małych lub zbyt zakłóconych sygnałach. Obecnie sytuacja w eterze wymaga kontrolowania nadawców, zarówno publicznych, jak i koncesjonowanych, ponieważ przy tak dużej liczbie stacji pojawiają się nieuchronnie problemy z zasięgiem zmniejszanym wskutek zakłóceń innych stacji. Najprostszym, ale i najgorszym sposobem na „podkreślenie obecności w eterze” jest „ciche” zwiększenie mocy nadajnika oraz przemodulowanie. Wiąże się to z natychmiastowym niemal odzewem pozostałych nadawców, reagujących w identyczny sposób, co ponownie zwiększa poziom wzajemnych zakłóceń. Dobrą stroną akcji monitoringu technicznego są pozytywne zazwyczaj reakcje nadawców, którzy korygują nastawy swoich nadajników lub decydują się na zakup nowego procesora emisyjnego.

3. Stan bazy technicznej telewizji publicznej

Baza nadawcza

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

Do nadawania pierwszego programu TVP1 Telewizja Polska S.A. wykorzystuje 174 kanały, w tym 40 z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW. Program pierwszy dociera drogą naziemną do 99,3% ludności kraju.

Program TVP2 wykorzystuje 163 kanały, w tym 51 z mocą równą lub większą od 10 kW. Program dociera do 99,1% ludności.

Programy regionalne przy wykorzystaniu 26 kanałów, w tym 15 kanałów z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW docierają do 66,8% ludności. Zapewnia to pokrycie powierzchniowe programem TVP1 w 98,0%, programem TVP2 w 97,9% i programem regionalnym w 45,5%.

Pokrycie powierzchniowe poszczególnymi programami zostało zobrazowane na mapkach wykonanych przez Oddział Wrocławski Instytutu Łączności załączonych do Informacji o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w Polsce.

W 2001 roku nieznacznie wzrosło pokrycie programami TVP1 i TVP2, ponieważ został uruchomiony obiekt dużej mocy, a mianowicie Białogard - Sławoborze. Pokrycie programami regionalnymi wzrosło dzięki kanałom telewizyjnym w Kaliszu, Olsztynie, Opolu, Przemyślu, Ciechanowie i Kazimierzu Dolnym. Ponadto zmieniono parametry niektórych stacji. W sumie w 2001 roku wydano 32 decyzje administracyjne dotyczące telewizji publicznej.

W 2001 roku oddano do użytku obiekt nadawczy dużej mocy Białogard Sławoborze. W 2002 roku przewidywane jest oddanie do użytku obiektów nadawczych Opoczno - Przysucha, Żagań - Wichów, Ostrołęka, Szczawnica – Przehyba. W dalszej perspektywie przewidywana jest budowa obiektów nadawczych: Łódź - Dąbrowa, Gniezno – Kopaszyn, Krynica – Maślana Góra, Warszawa.

Dla tych obiektów przewidziane zostały kanały do retransmisji programów: 1 i 2 TVP S.A. Dla programu regionalnego tworzonego przez Oddziały Terenowe TVP S.A. brakuje nowych kanałów telewizyjnych, które mogłyby zostać uruchomione na nowo oddanych obiektach nadawczych. Oddanie do użytku wymienionych obiektów zakończy proces przyznawania kanałów telewizji naziemnej dla nadawania analogowego. Następnym etapem rozwoju telewizji naziemnej będzie nadawanie cyfrowe. Wprowadzenie telewizji cyfrowej DVB-T poza powszechnie znanymi zaletami umożliwi przede wszystkim zwiększenie zasięgu telewizji regionalnej, a w dalszym zaś etapie poszerzenie oferty telewizyjnej.

Baza studyjna

Telewizja Polska S.A. oprócz centralnego ośrodka w Warszawie posiada oddziały terenowe w Warszawie oraz w Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie i Wrocławiu. Telewizja Polska dysponuje łącznie 41 studiami. Najwięcej spośród nich -13 studiów znajduje się w Warszawie. Pozostałe 28 studiów znajduje się w oddziałach terenowych. Struktura studiów rozkłada się następująco: 23 studia produkcyjne, 9 studiów szybkiego przebiegu oraz 9 studiów emisyjnych.

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

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

4. Ocena możliwości rozwoju telewizyjnych sieci regionalnych w kontekście planowanego uruchomienia naziemnej telewizji cyfrowej

Programy regionalne telewizji publicznej są nadawane z wykorzystaniem 26 stacji, co zapewnia 66,8% pokrycie ludnościowe kraju. W 2001 roku zostały uruchomione 6 nowych stacji w następujących lokalizacjach: Kaliszu, Olsztynie, Opolu, Ciechanowie, Kazimierzu Dolnym i Przemyśle.

Wprowadzony w kraju w 1999 roku nowy podział administracyjny spowodował zwiększenie liczby wniosków Zarządu TVP S.A. kierowanych do Krajowej Rady o powiększenie zasięgu nadawania programów regionalnych. Działania Zarządu TVP S.A. w tej sprawie nasiliły się po podjęciu decyzji o zmianie profilu programów regionalnych. Niestety KRRiT nie ma możliwości realizacji tych wniosków, ponieważ nie dysponuje wolnymi kanałami i nie należy się spodziewać zmiany tej sytuacji w najbliższym czasie.

Pojedyncze nowe stacje mogą się pojawić po dokonaniu weryfikacji pokrycia kraju programem 1 i programem 2 telewizji publicznej, oraz ocenie konieczności uzupełnienia sieci wykorzystywanych do emisji tych programów o stacje zapisane w uchwale KRRiT nr 171 z 1995 roku, a także o stację Bytów, dla której Minister Łączności przekazał kanały ze wskazaniem przeznaczenia dla programu 1 i 2 TVP S.A., a które dotychczas nie zostały uruchomione. Weryfikacja powinna objąć następujące stacje: Czersk, Gniezno, Hajnówka, Krynica/ Małsana Góra, Lidzbark Warmiński, Opoczno, Ostrołęka, Szczawnica, Wodzisław i Żagań. Krajowa Rada nie ma możliwości technicznych dokonania weryfikacji, którą może dokonać Urząd Regulacji Telekomunikacji we współpracy z Telewizją Polską S.A.

Po dokonaniu ww. weryfikacji KRRiT w porozumieniu z URT podejmie decyzję co do sposobu wykorzystania ewentualnie zwolnionych kanałów. Czy kanały te zostaną przeznaczone do nadawania analogowego czy też do nadawania cyfrowego? Zgodnie bowiem z uchwałą KRRiT nr 550 z 2000 roku, w 2002 roku przewidywane jest uruchomienie naziemnej telewizji cyfrowej.

Dalszy rozwój sieci służącej do nadawania programów regionalnych będzie możliwy z chwilą wprowadzenia naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T.

B. Radiofonia i telewizja koncesjonowana

1. Rynek nadawców radiowych w procesie ponownego udzielania koncesji

Kształt radiowego rynku nadawców koncesjonowanych nie uległ zasadniczym zmianom w procesie ponownego udzielania koncesji. Krajowa Rada stworzyła podstawy prawne dla dalszej działalności nadawczej większości podmiotów wykonujących koncesje na program radiowy, jedynie w nielicznych przypadkach odmawiając pozytywnego rozpatrzenia wniosków dotychczasowych nadawców.

Nadawcy o zasięgu ogólnokrajowym: RMF FM i Radio ZET

Krajowa Rada pozytywnie rozpatrzyła wnioski o udzielenie koncesji dla koncesjonowanych nadawców o zasięgu ogólnokrajowym: RMF FM i Radia ZET decydując

jednocześnie o ograniczeniu możliwości eksploatacji lokalnych rynków reklamowych przez te stacje. Nadawcy ogólnokrajowi na mocy nowych koncesji mają za zadanie tworzyć jednolity program radiowy, pozbawiony tzw. „rozszczepeń” czyli lokalnych pasm programowych. Decyzja ta była podyktowana troską Krajowej Rady o rozwój innych sektorów rynku radiowego, w tym w szczególności nadawców lokalnych, którym w oczywisty sposób trudno jest konkurować z RMF FM czy Radiem ZET. Stacje ogólnopolskie są niekwestionowanymi liderami na rynku radiowym, których pozycję buduje zasięg techniczny programu, profesjonalna obsługa agencji reklamowych oraz dysponowanie środkami finansowymi umożliwiającymi prowadzenie skutecznych kampanii promocyjnych, a także siedmioletnia tradycja w tworzeniu wizerunku programowego i marketingowego.

Decyzja o likwidacji tzw. rozszczepeń spotkała się ze zdecydowaną, negatywną reakcją RMF FM. Nadawca kwestionował zasadność takiego rozstrzygnięcia wskazując, że jego efektem będzie zubożenie warstwy informacyjnej programu o elementy informacji i publicystyki poświęcone sprawom lokalnym i w konsekwencji utrata popularności stacji. Krajowa Rada uznała, że oferta programowa tworzona przez nadawców lokalnych, w tym także regionalnych rozgłośni radia publicznego, których podstawowym zadaniem jest informowanie i komentowanie faktów i zjawisk istotnych z punktu widzenia lokalnej społeczności, w wystarczający sposób zapewnia dostęp do informacji i otwarty, pluralistyczny charakter radiofonii o zasięgu lokalnym i regionalnym.

Ze względu na niedługi okres funkcjonowania nowych zasad eksploatacji rynku reklamowego przez RMF FM i Radio ZET, trudno obecnie jednoznacznie ocenić, czy ich wprowadzenie wpłynęło na poprawę sytuacji finansowej sektora nadawców lokalnych. Jednak w dłuższej perspektywie Krajowa Rada spodziewa się pozytywnych efektów decyzji o zakazie rozszczepeń programu przez RMF FM i Radio ZET - wzmocnienia małych stacji i podniesienia atrakcyjności ich oferty programowej.

Analizując pozycję nadawców o zasięgu ogólnokrajowym można stwierdzić, że zakaz tzw. rozszczepeń nie spowodował zapowiadanego przez zainteresowanych istotnego spadku słuchalności ich programów ani też wpływów z reklamy.

Warto natomiast odnotować fakt zauważalnego odchodzenia nadawców koncesjonowanych ogólnokrajowych, szczególnie RMF FM, od uniwersalnego programu, na który składają się różnorodne gatunki i audycje radiowe oraz różnorodna tematyka, w kierunku programu muzyczno – rozrywkowego. Można przypuszczać, że powodem tej ewolucji programowej jest rozwój innych form dystrybucji informacji (internet, wyspecjalizowane programy telewizyjne) oraz rosnąca konkurencja ze strony muzycznych stacji lokalnych działających w grupie stacji należących do AGORY S.A. i ESKI S.A. Nie oznacza to bynajmniej odstępowania nadawców ogólnokrajowych od warunków określonych w koncesjach, lecz profilowanie programu poprzez inne niż dotychczas rozłożenie akcentów programowych.

Program nadawców ogólnokrajowych jest dostępny prawie na całym obszarze kraju, jednak ze względu na spadek zasięgu niektórych stacji nadawczych, spowodowany wykorzystywaniem nowych częstotliwości oraz zwiększeniem mocy częstotliwości użytkowanych przez innych nadawców, RMF FM i Radio ZET sygnalizują Krajowej Radzie potrzebę zmian w części technicznej koncesji. Minister Łączności uzgadniając ogłoszenie sieci RMF i Radia ZET usunął z nich tzw. częstotliwości dubeltowe uznając je za zbędne z punktu widzenia pokrycia sygnałem powierzchni kraju. Obecnie nadawcy występują do Krajowej Rady z wnioskami o powtórne przyznanie tych częstotliwości jako wypełniających

luki w zasięgu. Krajowa Rada analizuje zasadność tych wystąpień i w niektórych przypadkach kieruje do Prezesa URT prośby o uzgodnienie ogłoszeń uzupełniających, tak aby umożliwić nadawcom uczestniczenie w postępowaniu o rozszerzenie koncesji.

Spółki RMF FM i Radio ZET nie dokonywały w procesie ponownego udzielenia koncesji zmian w strukturze własności. Już po otrzymaniu koncesji RMF FM zwróciło się o wyrażenie zgody na objęcie przez spółkę Broker z siedzibą w Krakowie 100% udziałów. Krajowa Rada uznając wkład organizacyjny i finansowy spółki Broker w realizację koncesji wyraziła zgodę na tę zmianę. W ten sposób Fundacja Komunikacji Społecznej z siedzibą w Krakowie, uczestnicząca jako udziałowiec w podmiocie koncesjonariusza, ostatecznie wycofała się ze spółki RMF FM.

Skład spółki Radio ZET nie podlegał przekształceniom – 100% udziałów posiada EUROZET spółka z o.o. w której 40% udziałowcem zagranicznym jest EDI POLAGNE S.A. a 9% KANOKO HOLDING B.V.

Spółka RMF FM nie posiada bezpośrednio udziałów w spółkach wykonujących inne koncesje radiowe, natomiast grupa osób zawodowo związanych z RMF FM stworzyła spółkę TEAM, która posiada obecnie 50% udziałów w Multimedia sp. z o.o. – podmiocie inwestującym w lokalne stacje radiowe.

Spółka Radio ZET również bezpośrednio nie uczestniczy w organizacjach innych podmiotów realizujących koncesje radiowe. Jednakże jej właściciel EUROZET sp. z o.o. posiada 49 % udziałów w Radiostacja sp. z o.o., która nadaje program o tej nazwie.

Inwestowanie w innych niż ogólnokrajowych sektorach radiowych jest naturalnym zjawiskiem rozszerzania pola działalności dla posiadających już ugruntowaną pozycję nadawców ogólnokrajowych. Otwartym problemem dla Krajowej Rady pozostaje jednak stworzenie ram dla tej aktywności w celu zachowania równowagi i otwartego, pluralistycznego charakteru radiofonii w Polsce.

Nadawca społeczny - Radio Maryja

Zgromadzenie Ojców Redemptorystów – nadawca programu Radio Maryja otrzymało nową koncesję w kształcie odpowiadającym projektowi optymalizacji sieci przygotowanemu we współpracy Krajowej Rady, Ministerstwa Łączności i Państwowej Agencji Radiokomunikacji. Powstały z początkiem 2001 roku Urząd Regulacji Telekomunikacji konsekwentnie realizował ten projekt prowadząc uzgodnienia międzynarodowe w celu zniesienia niektórych ograniczeń dla stacji wchodzących w skład tej sieci, co umożliwiło Krajowej Radzie w marcu tego roku podjęcie, na wniosek nadawcy uchwał dotyczących dalszych zmian i korekt w celu zwiększenia zasięgu technicznego programu Radia Maryja. W nowej koncesji Ojcowie Redemptoryści uzyskali także prawo do satelitarnego rozpowszechniania programu.

Ojcowie Redemptoryści po uzyskaniu koncesji wystąpili o nadanie Radiu Maryja statusu nadawcy społecznego. Krajowa Rada uznając, że program ten spełnia wymogi ustawy o radiofonii i telewizji wydała decyzję pozytywną. Radio Maryja z mocy ustawy zostało zwolnione z wniesienia opłaty koncesyjnej, a także w przyszłości od skutków finansowych decyzji zwiększających liczbę odbiorców programu.

Nadawca społeczny nie nadaje reklam i audycji sponsorowanych. Realizuje program, którego celem jest upowszechnianie działalności wychowawczej i edukacyjnej, działalność charytatywna, respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz zmierzanie do ugruntowania tożsamości narodowej.

Program Radia Maryja określony w koncesji ma charakter społeczno - religijny czego odzwierciedleniem są szczegółowe zapisy dotyczące obowiązkowej emisji audycji realizujących cele ustawowe i koncesyjne.

Rada Etyki Mediów w oświadczeniu wydanym po terrorystycznych zamachach na amerykańskie miasta wyraziła sprzeciw wobec treści i tonu wielu audycji publicystycznych wyemitowanych na antenie Radia Maryja. Media powinny szczególnie unikać wszystkiego, co godzi w ludzką solidarność i braterstwo, co sieje nienawiść. Akcenty szowinizmu narodowego i antysemityzmu są – zdaniem Rady Etyki Mediów – szkodliwe społecznie, a na antenie radia katolickiego szczególnie dziwią i oburzają, gdyż przeczą wartościom ewangelicznym.

Rozgłoszenie ponadregionalne

Obecnie w Polsce działają 3 rozgłoszenie ponadregionalne: Wawa, Radiostacja i TOK FM. Rozproszony kształt sieci nadajników (duże miasta) tych stacji nie ulegał w minionym roku istotnym zmianom. Zadaniem programów, o których mowa jest uzupełnianie oferty tworzonej przez stacje ogólnokrajowe i lokalne toteż ich rozwój następuje tam, gdzie potrzeby innych kategorii nadawców są zaspokojone. Brak wolnych częstotliwości pozostaje zatem podstawową przeszkodą w rozwoju stacji ponadregionalnych.

Nowatorskie i trudne do realizacji programy wyspecjalizowane w przypadku Radiostacji i TOK FM wymagają ponoszenia przez koncesjonariuszy wysokich kosztów. Z tego powodu Krajowa Rada zdecydowała się na udzielenie koncesji dla Radiostacji spółka z o.o., w której 49% udziałowcem jest EUROZET - właściciel Radia ZET. Jednocześnie Krajowa Rada precyzyjnie określiła charakter tego programu jako wyspecjalizowany, skierowany do młodzieży w wieku 15-25 lat i nałożyła na nadawcę szczegółowe obowiązki służące jego realizacji. Niszowa oferta programowa Radiostacji cieszy się dużą popularnością wśród młodzieży, szczególnie ze względu na format muzyczny i specyficzny sposób prowadzenia programu przez dziennikarzy i prezenterów. Radiostacja jest także organizatorem wielu imprez i koncertów dla młodzieży.

Koncesja dla Radiostacji została wydana na 5 lat .

Nową koncesję otrzymała także Wawa – nadawca, który rozwinął swoją działalność z rynku lokalnego w Warszawie i obecnie dociera do słuchaczy w 13 miastach w Polsce. Na mocy poprzedniej koncesji Wawa nadawała pasma lokalne dla słuchaczy w Warszawie równoległe z tzw. programem sieciowym dla pozostałych miast. Nowa koncesja wyklucza takie możliwości. Po okresie trudności ekonomicznych Wawa znajduje się w fazie inwestycji technologicznych, których zadaniem jest podniesienie atrakcyjności i jakości programu. Stabilizację ekonomiczną Wawa osiągnęła poprzez wprowadzenie planu restrukturyzacji oraz dobrą współpracę z zagranicznym partnerem - niemiecką spółką EUROCAST posiadającą 33% w organizacji koncesjonariusza. Wawa wykonuje, tak jak dotychczas, koncesję na nadawanie programu uniwersalnego, w którym obecne są różne gatunki i audycje radiowe oraz różnorodna problematyka. Jednak w pozostałym, nieokreślonym przez wymagania koncesyjne czasie nadawania, podobnie jak inni nadawcy, niezależnie od kategorii i zasięgu

technicznego, Wawa realizuje program muzyczny, o czym świadczą jej kampanie promocyjne oraz oprawa antenowa.

O ile Wawa i Radiostacja zyskując poważnego partnera osiągnęły stabilizację, to Inforadio sp. z o. o. wykonawca koncesji TOK FM, boryka się z różnymi problemami. Podstawowym jest znalezienie właściwej formuły do realizacji wyspecjalizowanego charakteru programu określonego w koncesji jako informacyjno – publicystyczny. Wśród pierwotnych udziałowców spółki Inforadio jedynie Spółdzielnia Pracy - Polityka jest zaangażowana w tworzenie programu TOK FM. Spółdzielnię w tym działaniu wspierają mniejszościowi udziałowcy w Spółce: Agora i INFOR. W ostatnim okresie zainteresowanie uczestniczeniem w koncesji okazała ITI sp. z o.o., współwłaściciel TVN. Jednak już po wyrażeniu zgody przez Krajową Radę, ITI wycofała swoją ofertę zakupu udziałów w Inforadio. Program TOK FM jest kosztochłonny. Obecnie koszty jego tworzenia pokrywają pożyczki od udziałowców. Między nadawcą a Krajową Radą toczą się rozmowy na temat zmiany kształtu koncesji oraz struktury udziałowej spółki Inforadio. Krajowa Rada mając na względzie przesłanki udzielenia koncesji dla programu informacyjno – publicystycznego nie widzi możliwości ewolucji programowej koncesji TOK FM. Także zmiany właścicielskie polegające na uzyskaniu przez AGORĘ statusu tzw. pierwotnego udziałowca, a co za tym idzie prawa do nabycia wszystkich udziałów w spółce, nie zostały przez Krajową Radę zaakceptowane. Do zakończenia czasu wykonywania koncesji TOK FM pozostało jeszcze 2 lata. Koncesjonariusz zadeklarował, że niezależnie od decyzji Krajowej Rady w sprawach prawnych i programowych zamierza wykonywać koncesję aż do jej wygaśnięcia.

Muzyczne rozgłoszenie grupy AGORA S.A. i ESKA S.A.

Proces koncentracji na rynkach lokalnych zaowocował powstaniem dwóch silnych grup właścicielskich wykonujących koncesje na nadawanie programów muzycznych.

Najbardziej czytelną obecnie strukturę mają rozgłoszenie używające wspólnej nazwy ESKA należące do Spółki ESKA S.A. z siedzibą w Warszawie. Właścicielem jej są Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe S.A. W grupie ESKA działa obecnie 20 samodzielnych programów radiowych o zasięgach lokalnych, nadawanych głównie w dużych miastach. Większość dotychczas związanych kapitałowo z ESKA S.A. lub bezpośrednio z ZPR S.A. spółek lokalnych uległo likwidacji. Sieć jest koordynowana programowo, organizacyjnie i finansowo przez swojego właściciela i realizuje przeważnie programy muzyczne z elementami lokalnej informacji i publicystyki. Tworząc jednolity wizerunek marketingowy ESKA zabiega również o identyfikację przez słuchacza jako medium lokalne. Służą temu rozmaite akcje promocyjne i konkursy antenowe. Programowo sieć wspierana jest przez profesjonalny news-room spółki SUPER FM należącej także do holdingu ZPR S.A. Infrastruktura techniczna grupy ESKA jest obecnie własnością innej spółki należącej do ZPR S.A – Time&Spice Media House, która obsługuje ESKE także od strony sprzedaży czasu reklamowego.

Odtworzona w nowych koncesjach grupa ESKA buduje swoją pozycję rynkową w oparciu o informacje ogólnokrajowe, serwisy lokalne i jednolity format muzyczny – przeboje lat 80, 90 i współczesne.

Rozwój drugiej grupy stacji muzycznych wspieranych kapitałowo przez AGORA S.A. przebiega nie mniej dynamicznie. AGORA jest obecna jako udziałowiec w 17 stacjach lokalnych, również w większości nadających swój program w dużych miastach. Odmienne od ESKI, AGORA realizuje swój projekt także jako udziałowiec mniejszościowy lub w

oparciu o umowy producenckie i programowe. Stacje związane z AGORĄ zmieniają charakter programu odchodząc od informacji i publicystyki oraz innych bogatszych form radiowych. Niskonakładowe programy radiowe tworzone w grupie AGORA mają uboższą strukturę gatunkową i niewielką ilość audycji słownych. Dominujący format muzyczny w tej grupie rozgłośni to przeboje polskie i zagraniczne, nie nowsze niż pięcioletnie.

AGORA nie buduje wspólnego wizerunku rozgłośni poprzez używanie jednej nazwy programu, choć widoczne jest pewne dążenie do ujednolicenia poprzez włączanie jako elementu do nazwy wartości częstotliwości np. POP 93,6 FM.

Krajowa Rada widzi miejsce dla muzycznych stacji AGORY na radiowych rynkach lokalnych jednakże obecność tego podmiotu i tej oferty programowej w większej liczbie rozgłośni w danym mieście, zdaniem Krajowej Rady, jest niepożądane z punktu widzenia zachowania pluralizmu i różnorodności programowej. Z tego względu Krajowa Rada odmówiła ponownego udzielenia koncesji dla spółki Twoje Radio z Wałbrzycha z udziałem AGORY (nadajniki w Opolu i Wałbrzychu) oraz nie wyraziła zgody na sprzedaż AGORZE 100% udziałów w spółce Radio POMOŻE z Bydgoszczy przez dotychczasowego koncesjonariusza.

Dotychczas w ramach ponownego udzielenia koncesji spółki związane właścicielsko z AGORĄ otrzymały 5 koncesji w: Krakowie, Częstochowie, Wrocławiu, Nowym Sączu, Skawinie k/Krakowa i Łomiankach k/Warszawy. Następne stacje tej grupy będą występowały o koncesje w kolejnych ogłoszeniach zgodnie z terminem wygasania dotychczasowych koncesji.

Obecność stacji muzycznych AGORY i ESKI w poszczególnych miastach jest limitowana przez Krajową Radę, która jedynie na dużych rynkach zgadza się na obecność tych podmiotów w więcej niż jednej stacji radiowej. Warunkiem wyrażenia zgody jest odmiennność programowa, tak jak w przypadku Warszawy gdzie AGORA występuje jako udziałowiec w spółkach: IM 40 – Radio POGODA (złote przeboje), ROM sp. z o.o. – Radio Klasyka 103,7 (muzyka klasyczna i filmowa) oraz Radio Mazowsze sp. z o.o. (program lokalny).

Podwójna obecność ESKA ma miejsce w Toruniu : Radio Toruń sp. z. o.o. - RADIO TORUŃ (program lokalny) i ESKA TORUŃ (przeboje lat 80, 90 i współczesnych) oraz w Poznaniu ESKA POZNAŃ (przeboje lat 80, 90 i współczesnych) oraz SUPER FM (przeboje od lat 70-tych do współczesności).

Stacje diecezjalne Kościoła Katolickiego

a) stacje współpracujące ze Spółką Producentką PLUS

Grupę stacji współpracujących ze Spółką Producentką PLUS tworzy 24 nadawców diecezjalnych i archidiecezjalnych. Koncepcja współpracy programowej w oparciu o Spółkę Producentką PLUS, w której 50% udziałów ma Episkopat Polski, napotkała na istotne problemy finansowe i organizacyjne. Spółka PLUS poszukuje strategicznego partnera, który pomógłby przeprowadzić niezbędne inwestycje pozwalające na konkurowanie grupy PLUSA z innymi uczestnikami rynku reklamowego. Od 1998 roku spółka PLUS przesyła satelitarnie radiostacjom diecezjalnym produkowane przez nią audycje (ogólnokrajowe serwisy informacyjne, pasma informacyjno – publicystyczne, wywiady z politykami itp.) Dotychczas obecność programu wspólnego na poszczególnych antenach wynosiła od 40% do 80%.

Obecne zapisy koncesyjne umożliwiają także emisję wspólnych pasm programowych, jednak ich udział w dobowym czasie nadawania nie może przekraczać 50%, a zatem połowa programu musi powstawać w redakcjach lokalnych.

b) stacje działające samodzielnie

Niektórzy nadawcy kościelni działają samodzielnie, nie korzystając z produkcji PLUSA. Do tej grupy należą: Radio FARA – Rozgłośnia Archidiecezji Przemyskiej, Katolickie Radio Rodzina, Radio Katolickie Diecezji Kaliskiej, Diecezjalne Radio Nadzieja, Katolicka Rozgłośnia Radiowa FIAT, Katolickie Radio Radomskie AVE, Katolickie Radio Podlasie, Radio Warszawa-Praga, Katolickie Radio Zamość, Katolickie Radio Quo Vadis, Radio Katolickie Zbrosza Duża, VIA – Katolickie Radio Rzeszów, Anioł Beskidów – Beskidzkie Radio Katolickie, Katolicka Rozgłośnia Diecezji Pelplińskiej – Radio Głos, Radio Niepokalanów, Katolickie Radio Ciechanów, Program Radia Jasna Góra.

Wszystkie programy tworzone przez jednostki Kościoła katolickiego w Polsce działają już w oparciu o nowo wydane koncesje.

Stacje innych wyznań

Do słuchaczy wyznania ewangelickiego kieruje swój program Radio CCM prezentujące muzykę chrześcijańską różnych nurtów. CCM wspierane finansowo przez Stowarzyszenie Deo Recordings nadaje swój program w Ustroniu, Cieszynie, Gliwicach i Oświęcimiu. CCM ma zamiar także nadawać odrębny program w Białymstoku na częstotliwości użytkowanej między godz. 16.00. a 18.00 przez prawosławne Radio ORTODOXIA należące do Prawosławnej Diecezji Białostocko – Gdańskiej. Charakter chrześcijański deklaruje również Radio MAZURY w Ostródzie prowadzone przez Fundację Pomocy Chrześcijańskiej.

Stacje akademickie

Obecnie w Polsce działa 7 nadawców, których koncesje mają charakter wyspecjalizowany – skoncentrowany na problemach i działalności środowiska akademickiego. Programy te są ściśle związane z życiem uczelni. Zazwyczaj posiadają ograniczony zasięg techniczny, skrócony czas nadawania oraz zmniejszony limit reklam. Niektóre działają już na podstawie ponownie wydanych koncesji: Politechnika Białostocka (RADIO AKADERA), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (AKADEMICKIE RADIO CENTRUM), Politechnika Rzeszowska (AKADEMICKIE RADIO CENTRUM), Fundacja Krakowskiego Radia Akademickiego ŻAK (RADIO ŻAK). Pozostałe będą występować o ich udzielenie w kolejnych postępowaniach. Sytuacja stacji akademickich jest powiązana z kondycją uczelni stanowiących mecenat dla rozgłośni. Wspieranie nadawców akademickich, zdaniem Krajowej Rady, jest istotnym elementem polityki państwa w zakresie rozwoju radiofonii. Jednak niewiele uczelni publicznych i niepublicznych jest zainteresowanych prowadzeniem stacji radiowych. Akademickie rozgłośnie tradycyjnie stanowią doskonałe miejsce dla kształcenia dziennikarzy, popularyzowania edukacji i wiedzy, propagowania kultury studenckiej.

2. Warunki programowe i prawne w nowo wydanych koncesjach

Tworząc wzór nowych koncesji Krajowa Rada dokonała analizy zjawisk na rynku radiofonii stwierdzając, że dotychczasowa formuła zapisów koncesyjnych w części programowej i prawnej nie daje wystarczających podstaw do sprawowania, wyznaczonej przez ustawę, kontroli nad nadawcami oraz nie precyzuje w zadowalający sposób obowiązków nadawców.

Podstawowym rozstrzygnięciem w tej kwestii było wyodrębnienie dwóch pojęć wywodzących się z ustawy o radiofonii i telewizji, a dotyczących charakteru programu. I tak Krajowa Rada ustaliła, że w zależności od zawartości struktury gatunkowej program może być uniwersalny, to znaczy taki, w którym obecne są różne rodzaje audycji oraz wyspecjalizowany, w którym dominujące są audycje poświęcone wybranej przez nadawcę specjalizacji.

Program uniwersalny realizują obecnie na mocy nowych koncesji RMF FM, Radio ZET i Wawa. W przypadku nadawców o zasięgu ogólnokrajowym minimalny udział audycji słownych w programie wynosi 20%. Wawa ze względu na ograniczony zasięg techniczny ma obniżone wymagania w tym zakresie do 14%. W strukturze gatunkowej tych nadawców występują w różnych proporcjach: informacja i publicystyka, audycje rozrywkowe, artystyczne i literackie.

Również uniwersalny charakter ma program określony w koncesji wydanej dla Radiostacja sp. z o.o. Jest on skierowany do młodzieży w wieku od 15 – 25 lat. Nadawca ma obowiązek emisji w ramach różnych gatunków i form radiowych łącznie 15% audycji słownych, w tym w szczególności audycji informacyjnych, publicystycznych i magazynów. Te elementy programu powinny znaleźć się na antenie w godz. 6.30 – 23.00. Tematyka tych audycji dotyczy spraw interesujących młodzież, a zwłaszcza edukacji, rynku pracy, działalności organizacji młodzieżowych, a w szczególności harcerstwa, problemów związanych z okresem dorastania, kultury młodzieżowej, propagowania zdrowego stylu życia bez narkotyków, alkoholu i papierosów. W programie Radiostacji został także określony format muzyczny – jako awangarda polskiej i światowej muzyki młodzieżowej (np. hip – hop, rap, metal, muzyka etniczna, muzyka elektroniczna).

Jako uniwersalny został określony również charakter stacji o zasięgu lokalnym. Zadaniem koncesyjnym nadawców lokalnych jest realizacja obligatoryjnych elementów programu poświęconych opisanej w koncesji tematyce lokalnej. W warstwie słownej, stanowiącej w zależności od liczby mieszkańców objętych zasięgiem technicznym stacji 12% lub 10% dobowego czasu nadawania, obowiązkowo połowę powinna zajmować informacja i publicystyka poświęcona tematyce lokalnej. Pozostała część słowa w programie może być realizowana w formie: lokalnych informatorów, przeglądów prasy, reportaży i felietonów transmisji i relacji z imprez i wydarzeń lokalnych, konkursów i quizów, audycji edukacyjnych i popularyzatorskich, muzyki ludowej. Audycje i formy radiowe, których emisja ma służyć wykonywaniu określonego w koncesji charakteru programu powinny być nadawane w godz. 6.00 – 22.00, tak aby ważne treści i informacje docierały do jak największej liczby odbiorców.

Programy muzyczne o zasięgu lokalnym stanowią połączenie funkcji medium wyspecjalizowanego z radiem lokalnym. Podobnie jak w przypadku uniwersalnych stacji o zasięgu lokalnym, nadawcy muzyczni mają za zadanie realizować 12% lub 10% udział audycji słownych lub słowa w audycjach słowno – muzycznych. Połowę z tego ma stanowić

tematyka lokalna, druga zaś połowa ma być poświęcona charakterowi programu a więc dotyczyć autorów i wykonawców, kierunków i prądów muzycznych, historii muzyki, aktualnych wydarzeń muzycznych w Polsce i na świecie. Tematyka muzyczna ma być realizowana poprzez różnorodne formy dziennikarskie – informację i publicystykę, audycje edukacyjno – popularyzatorskie, poświęcone krytyce muzycznej.

Dodatkowym obowiązkiem nadawców muzycznych jest prezentowanie muzyki wybranego formatu w wymiarze minimum 75% całości nadanej muzyki w ciągu tygodnia.

Nadawcy, którzy określili swój format jako aktualne przeboje, mają też obowiązek przeznaczania 2% tygodniowego czasu nadawania na tzw. debiuty to jest utwory wykonywane w języku polskim lub związane z kulturą polską, których pierwsze nadanie nastąpiło w okresie ostatnich 6 miesięcy, lub których wykonawcy debiutowali w okresie ostatnich 6 miesięcy.

Diecezjalne koncesje na program społeczno – religijny również zawierają obowiązkowo 12% audycji słownych poświęconych określonej tematyce, to jest wspieraniu lokalnego Kościoła w jego misji ewangelizacyjnej, przedstawianiu odbiorcom oferty programowej, która ma pomagać w integralnym rozwoju człowieka pojmowanego jako istota religijna żyjąca w wolnym i demokratycznym społeczeństwie. Zgodnie z konstytucyjną zasadą autonomii państwa i Kościoła odpowiedzialność za ostateczny kształt programu społeczno – religijnego spoczywa na Biskupie Diecezjalnym.

Programy realizowane przez parafie i zakony mają w koncesjach zbliżone do opisanych powyżej warunki programowe.

Akademiccy nadawcy mają za zadanie tworzenie audycji skoncentrowanych na problemach i działalności swojego środowiska. Audycje te mają stanowić nie mniej niż 10% tygodniowego czasu nadawania programu. Prezentowanie twórczości artystycznej środowiska akademickiego, w tym kabaretów i przeglądów piosenek studenckich, powinno zajmować 5% tygodniowego czasu nadawania. Audycje, o których mowa, mają znaleźć się na antenie w godz. 8.00 – 24.00. Poza tym nadawcy akademiccy zobligowani są do emisji własnych audycji informacyjnych dotyczących problemów i działalności uczelni, które znajdują się na obszarze objętym zasięgiem nadawania.

Program motoryzacyjno – drogowy stanowi połączenie tematyki lokalnej w wymiarze 6 % lub 5 % w zależności od wielkości miasta oraz 6% lub 5% audycji słownych i słowno – muzycznych poświęconych zagadnieniom ruchu drogowego i motoryzacji. Wymienione pozycje programowe powinny znaleźć swoje miejsce na antenie w godz. 6.00 – 22.00. Obecnie program taki realizuje spółka Klakson Sp. z o.o. we Wrocławiu, Opolu i Zielonej Górze. W niedalekiej przyszłości zostanie wydana koncesja o tym charakterze dla spółki Spectrum – program ma być emitowany w Warszawie.

Krajowa Rada wyznaczyła również granice dla współpracy nadawców w zakresie tworzenia programu kierując się zachowaniem oryginalności i integralności poszczególnych ofert programowych. Nadawcy programów o zasięgu ogólnokrajowym mogą przeznaczyć 10% dobowego czasu nadawania na audycje i inne przekazy nie pochodzące od nich samych, a więc tworzone przez inne podmioty i ewentualnie nadawane w innych programach. Ograniczenie takie dotyczy również nadawców lokalnych i muzycznych i wynosi ono 33 % czasu nadawania między 6.00 a 22.00. Program nocny może być w tym przypadku programem wspólnym lub kupowanym od producenta zewnętrznego.

Nadawcy akademicki mogą korzystać z zewnętrznych produkcji również w wymiarze nie przekraczającym 33% dobowego czasu nadawania w porze od 8.00 do 24.00 i łączyć swoje programy nocne lub przeznaczać tę porę do emisji innych programów.

W przypadku programów społeczno – religijnych audycje lub inne przekazy nie pochodzące od koncesjonariusza nie mogą przekroczyć 50% dobowego czasu nadawania.

Krajowa Rada zdecydowała także o wprowadzeniu nowych zapisów dotyczących kontroli nad przekształceniami w organizacji koncesjonariusza, rezygnując z posługiwania się dotychczasowym pojęciem tzw. udziałowca pierwotnego, to znaczy takiego, który był obecny w spółce w dniu udzielenia koncesji. Zmiany struktury właścicielskiej dotychczas nie wymagały zgody Krajowej Rady pod warunkiem, że pierwotni udziałowcy zachowywali 51% udziałów i głosów na zgromadzeniu wspólników, a więc tym samym zachowywali kontrolę nad wykonywaniem koncesji. W określonych przypadkach Krajowa Rada na wniosek koncesjonariusza mogła nadawać innemu, nowemu podmiotowi status udziałowca pierwotnego, tym samym wyrażając zgodę na zakup przez niego udziałów powyżej 49%.

Zgodnie z obecnie obowiązującą formułą zapisów koncesyjnych nadawca musi uzyskać uprzednią zgodę Krajowej Rady na dokonanie zmian w swojej organizacji, jeśli zbycie bądź nabycie udziałów przekracza 5%, niezależnie czy nabywcą jest podmiot „pierwotny” czy też nowy. Zapisy te wynikają z zadań nałożonych na Krajową Radę przez ustawę o radiofonii i telewizji, a w szczególności z zapewnienia otwartego i pluralistycznego charakteru radiofonii i telewizji (art. 6 ust. 1), sprawowania kontroli nad działalnością nadawców (art. 6 ust. 2 pkt. 4) oraz zapobiegania osiągnięciu przez nadawców pozycji dominującej w dziedzinie środków społecznego przekazu na danym terenie (art. 38 pkt 2) lub przejęciu bezpośredniej bądź pośredniej kontroli nad działalnością nadawcy przez inną osobę (art. 38 pkt. 3).

O zmianach polegających na zbyciu bądź nabyciu mniej niż 5% udziałów w spółce koncesjonariusz powinien informować Krajową Radę w ciągu 14 dni od daty dokonania zmiany.

Obowiązki te dotyczą także ustanowienia zastawu na udziałach połączonego z pełnomocnictwem do wykonywania prawa głosu na tych udziałach, a także do innych czynności prawnych skutkujących przejściem prawa głosu na zgromadzeniu wspólników lub przyznaniu innych uprawnień umożliwiających wpływ na podejmowane uchwały przez zgromadzenie wspólników.

Ponadto do koncesji zostały wprowadzone zapisy wynikające z wejścia w życie z dniem 1 stycznia 2001 roku ustawy Kodeks Spółek Handlowych, które dotyczą obowiązku informowania Krajowej Rady przez nadawcę o powstaniu stosunku dominacji lub powiązania oraz zakazu przenoszenia na inny podmiot uprawnień wynikających z koncesji lub rezerwacji częstotliwości, w wyniku łączenia podziału czy innego rodzaju przekształceń spółek handlowych.

3. Wyniki monitoringu technicznego radiowych nadawców koncesjonowanych

W porównaniu z nadawcami publicznymi nadawcy koncesjonowani są wyraźnie mniej zdyscyplinowani jeśli chodzi o przestrzeganie parametrów technicznych zapisanych w

koncesji. Na ogół przekraczane są, i to bardzo wyraźnie, wartości dewiacji wszystkich sygnałów: RDS, MPX i sygnału pilota.

Po wykonaniu sesji pomiarowej w terenie uzyskane dane są opracowywane w Departamencie Techniki w postaci dokładnej dokumentacji – miejsc pomiaru, danych o skanowanych stacjach oraz wyników pomiarów poszczególnych stacji. Do nadawców, u których stwierdzono wyraźne i nieprzypadkowe naruszenia warunków koncesji wysyłane są wyniki pomiarów i wezwania do skorygowania parametrów.

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

W wielu rejonach (np. śląskim) w zakresie 87,5 – 108 MHz odbierana jest bardzo duża liczba stacji: w Zabrze 27, w Knurówie 29, w Wodzisławiu 47, Pszczynie 37, Bytomiu 38, Katowicach 26. Wśród wykrytych stacji wiele jest stacji obcych – czeskich i słowackich – w Zabrze 6, w Knurówie 7, Wodzisławiu aż 25, Pszczynie 17, Bytomiu 3, Katowicach 1.

Nic dziwnego, że w tych warunkach średni poziom szumów, szczególnie dolnej części pasm, sięga 40 dB μ V/m. Wiele pomiarów, zwłaszcza w rejonach zabudowanych, charakteryzuje się dużą ilością odbić (powyżej 4%, a nawet dochodzącą do 16%), świadczącą o wielotorowości odbieranych sygnałów i trudnych warunkach odbioru (pomiaru takie nie są brane pod uwagę przy ocenie jakości emisji tych stacji).

4. Rynek programów i „platform” satelitarnych

Na rynku „platform” satelitarnych nastąpiło dawno oczekiwane i zapowiadane połączenie dwóch operatorów „platform” działających w Polsce: Cyfry+ i Wizji TV. Większość ekspertów uważała, że w Polsce nie ma miejsca dla trzech operatorów, a tylko dla jednego lub dwóch. Dotychczasowy właściciel Wizji TV (UPC) postanowił zająć się swoją główną działalnością – telewizją kablową i telekomunikacją. W listopadzie 2001 roku fuzję zaakceptował Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W nowej ofercie programowej zabraknie kilku programów obecnych na „platformach” Cyfry+ i Wizji TV – tych, które uzyskały małe zainteresowanie abonentów w przeprowadzonej ankiecie lub podobne były w ofercie obu dotychczasowych „platform”. Proponowany pakiet podstawowy zawiera oprócz polskich programów ogólnodostępnych, programów muzycznych, dokumentalnych, dla dzieci również pierwszy polski kanał informacyjny – TVN 24, uruchomiony we wrześniu 2001 roku.

Według Cyfry+ „platforma” ma obecnie 700 tys. abonentów (według danych z września 2001 roku około 600 tys.). Planowane jest zwiększenie liczby abonentów do 800 tys. do końca roku.

Drugi z konkurentów Polsat Cyfrowy swoje plany ekspansji oparł na wprowadzeniu nowych aplikacji dostępnych przy użyciu dekodera (tj. gry, ogłoszenia, zakupy, informacje o pogodzie, informacje turystyczne, teleuniwersytet itd.) oraz zakupie praw do transmisji meczów z finałów Mistrzostw Świata w piłce nożnej w Japonii i Korei. Zapowiedź transmisji wszystkich meczów (w tym meczów polskiej reprezentacji) wyłącznie na „platformie” wywołała szeroką dyskusję społeczną.

Według właściciela Polsatu „platforma” ma około 240 tys. abonentów.

5. Rynek telewizji kablowych

Rynek telewizji kablowych jest jednym z najlepiej rozwijających się pól eksploatacji mediów elektronicznych w Polsce.

Obecnie zarejestrowanych, posiadających wpisy do rejestru Przewodniczącego KRRiT programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej jest ponad 600 operatorów, zarządzających ponad 800 sieciami. Stały jest wzrost liczby gniazd abonenckich – ok. 4,5 mln (możliwości szacuje się na ok. 7 mln). Liczbę gospodarstw domowych w Polsce szacuje się na 12,5 mln, z czego prawie 2,5 mln korzysta z indywidualnych zestawów do odbioru telewizji satelitarnej. Łącznie dostęp do programów satelitarnych ma więc prawie 50 % ludności naszego kraju. Wskaźnik wzrostu liczby gniazd i sieci obrazuje najlepiej bardzo szybki rozwój rynku telewizji kablowych w Polsce.

Dotychczas KRRiT wydała 202 koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej, w tym 4 na program radiowy (1 w 1993 roku, 39 w 1994 roku, 34 w 1995 roku, 28 w 1996 roku, 27 w 1997 roku, 32 w 1998 roku, 11 w 1999 roku, 18 w 2000 roku i 12 w 2001 roku) oraz 53 decyzje o rozszerzeniu koncesji o kolejne sieci telewizji kablowej.

Polska jest trzecim co do wielkości rynkiem kablowym w Europie i bez wątpienia najbardziej dynamicznym. Został on zdominowany przez kilku największych operatorów: UPC, Aster City Cable, Multimedia Polska (firma powstała z połączenia dwóch operatorów: Szel-Sat sp. z o.o. i Multimedia sp. z o.o.), Vectra, TVK Poznań, Dami, Toya, Małopolska TVK, Petrus, Śląska Telewizja - Holding. Około 30 firm telewizji kablowej w Polsce ma podłączone w swoich sieciach ponad 3,5 mln. abonentów.

W znacznym stopniu proces udzielenia koncesji jest utrudniony poprzez zmiany zachodzące w Urzędzie Regulacji Telekomunikacji. Nowe prawo telekomunikacyjne narzuciło operatorom nowe procedury uzyskiwania zezwoleń na eksploatację sieci kablowych. Zjawisko to połączone z reorganizacją URT spowodowało znaczne wydłużenie okresu oczekiwania na zezwolenia. Ma to wpływ na dokonywanie przez operatorów zgłoszeń do rejestru Przewodniczącego KRRiT programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej oraz na możliwość ubiegania się przez zainteresowane podmioty o koncesję na rozpowszechnianie programu własnego w sieciach kablowych.

Przewodniczący KRRiT wydał już ponad 4000 postanowień o wpisie do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej. Dokonanie wpisu jest możliwe pod warunkiem uzyskania postanowienia Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji, określającego warunki techniczne. Problemy spowodowane komplikacjami z uzyskaniem zezwoleń na eksploatację sieci kablowych spowodowały w omawianym okresie zmniejszenie się liczby wniosków wpływających do Krajowej Rady o rejestrację programów rozprowadzanych w sieciach kablowych.

Nadal powiększa się oferta programowa dostępna w sieciach telewizji kablowej. Obecnie można uzyskać wpis na ponad 400 programów dostępnych drogą satelitarną lub dostępnych w sieciach kablowych, z czego ponad 50 jest dostępnych w języku polskim. Powiększenie oferty programowej, dostępnej w sieciach telewizji kablowej, umożliwia operatorom naturalne pozyskiwanie środków na rozwój sieci (podnoszenie opłat). Jednocześnie jednak wzrost opłat pobieranych przez operatorów sieci kablowych wywołuje protesty ze strony odbiorców, zwłaszcza w momencie likwidowania przez spółdzielnie mieszkaniowe możliwości korzystania z anten zbiorczych (w takim przypadku następuje przymus „okablowania”, aby móc korzystać z dosyłu sygnału telewizyjnego). Liczne skargi napływające do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dotyczą tego problemu. Nie ma przepisów chroniących obywateli przed działalnością administracji ich domów, które podpisując umowy z operatorami telewizji kablowych, zapominają często czyje interesy powinny mieć na względzie. Celują w tym zarządy spółdzielni mieszkaniowych. Ustawa o radiofonii i telewizji nie daje kompetencji KRRiT w sprawach operatorów telewizji kablowej w zakresie obowiązku dostarczania darmowych pakietów, złożonych z programów rozpowszechnianych drogą rozsiewczą naziemną, dostępnych na danym terenie za pomocą tradycyjnych anten.

Przy tak dużej liczbie oferowanych programów w kablu operatorzy stosują pakietyzację programów. Wraz z rozwojem usług operatorskich w zakresie telewizji kablowej, nastąpił ogromny wzrost ilościowej oferty programowej. Rosnąca podaż oraz różnorodność programów spowodowały konieczność dokonywania wyboru - co z tej ogromnej propozycji nadawców dostarczać odbiorcom, gdyż zwiększanie liczby programów wiąże się ze wzrostem cen oferowanej usługi. Przesłanki te spowodowały pakietyzację, czyli grupowanie programów w zestawy i uzależnienie opłat abonamentowych od zawartości dostarczanego pakietu.

Rynek telewizji kablowych w Polsce ulega ciągłym przemianom, głównie z powodu rewolucji technologicznej i poszerzającej się oferty programowej. Powiększający się zakres penetracji rynku przez telewizje kablowe wskazuje na jakie pole przenosi się zainteresowanie polskiego widza. Możliwość korzystania z usług dodanych tj.: internetu, telefonu, usług bankowych, w kablu z pewnością jeszcze podniesie atrakcyjność telewizji kablowych.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji utrzymuje stały kontakt z dwoma największymi Izbami Gospodarczymi zrzeszającymi operatorów sieci telewizji kablowych (w 1999 roku Stowarzyszenia operatorów sieci telewizji kablowych przekształciły się w izby gospodarcze): Ogólnopolską Izbą Gospodarczą Komunikacji Kablowej z siedzibą w Zielonej Górze oraz Związkiem Telewizji Kablowych w Polsce – Izba Gospodarcza z siedzibą w Łodzi.

W polski rynek telewizji kablowej jest zaangażowany kapitał zagraniczny. Coraz częściej w polski „kabel” inwestują banki i fundusze. Zmiany technologiczne i szybki rozwój kabla wymagają dużych nakładów finansowych. „Kabel” w bliskiej przyszłości nabierze znacznie większego znaczenia jako sposób dystrybucji zintegrowanych usług

telekomunikacyjnych. Dostarczanie programu telewizyjnego będzie jedynie częścią oferty obok telefonu, czy radia, internetu, usług bankowych itd. Obecnie trwa wyścig polegający na wykupywaniu sieci, ale nie wszystkie są jednakowo atrakcyjne, tak ze względu na stan techniczny, jak i na lokalizację. Preferowane są sieci w dużych miastach – maleją koszty wykupu sieci, ale również abonent jest bardziej zamożny. Dopięciem dla inwestorów w polski „kabel” jest brak w Polsce telefonów. A kabel daje w przyszłości łatwą możliwość udostępnienia takiej usługi.

Rozwój naszego rynku telekomunikacyjnego i mediów elektronicznych związany jest nierozdzielnie z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej. Od 1999 roku jest znoszony monopol TP S.A. na telefoniczne połączenia międzymiastowe, a w 2003 roku na międzynarodowe. Przystąpienie Polski do Unii spowoduje liberalizację prawa telekomunikacyjnego oraz przepisów o radiofonii i telewizji.

C. Perspektywy rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej

1. Radiofonia cyfrowa

Planowane w 2001 roku rozpoczęcie emisji eksperymentalnej DAB w Warszawie natrafiło na nieoczekiwane trudności techniczne. Blok częstotliwościowy DAB uzgodniony międzynarodowo dla Polski centralnej znajduje się w 10 kanale telewizyjnym. Uruchomienie nadajnika spowodowało zakłócenia tego kanału u części odbiorców telewizji kablowej.

Rozpoczęcie całodobowej emisji eksperymentalnej DAB stałoby się szczególnie uzasadnione i oczekiwane (telewizja wyprzedziła radio – eksperymentalny nadajnik DVB-T w Warszawie już działa) wobec perspektywy przełamania bariery dostępności odbiorników cyfrowych. W listopadzie ubiegłego roku amerykańsko-koreańska firma Apexcom demonstrowała w Warszawie odbiorniki w wersji samochodowej i stacjonarnej w cenie już od 100 \$. Kilka instytucji i organizacji (w tym Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji), zainteresowanych rozwojem radia cyfrowego w Polsce, wyraziło zamiar zakupu takiego odbiornika.

Patrząc dalej w przyszłość trzeba odnotować zakończenie w 2001 roku procesu standaryzacji cyfrowego radia AM, czyli radia na falach krótkich, średnich i długich. Nie użytkowana od 4 lat średniofalowa sieć ogólnopolska czeka na swoją cyfrową szansę i tym samym, jak się wydaje, na uratowanie tożsamości radia jako odrębnego medium. Kłopoty z uruchomieniem DAB Eureka 147 spowodowały tendencje do poszukiwania innych sposobów docierania do radiowego słuchacza: jako dodatek do programów telewizyjnych w systemie DVB lub jako jedna z usług w systemie UMTS.

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

2. Telewizja cyfrowa DVB

W listopadzie 2000 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji podjęła uchwałę w sprawie uruchomienia naziemnej emisji radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce. Zostały określone ramowe terminy rozpoczęcia emisji cyfrowej i całkowitego zakończenia emisji analogowej. Uznano za celowe opracowanie ogólnonarodowego programu rozwoju mediów cyfrowych i odbycie dyskusji parlamentarnej na ten temat. W lutym 2001 roku Przewodniczący KRRiT skierował do Premiera, Marszałka Sejmu, a także do przewodniczących klubów parlamentarnych opracowanie pt. „Strategia rozwoju naziemnej radiofonii i telewizji cyfrowej w Polsce”, mogące stanowić podstawę do dyskusji. Należy się spodziewać, że przygotowywany obecnie projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji, zawierający propozycje uregulowań prawnych z zakresu technologii cyfrowej doprowadzi do dyskusji wykraczającej poza uregulowania ustawy i będzie okazją do omówienia problemów poruszonych we wspomnianym opracowaniu KRRiT z lutego 2001 roku.

W oczekiwaniu na ustanowienie uregulowań prawnych umożliwiających Krajowej Radzie podejmowanie decyzji koncesyjnych w zakresie naziemnej telewizji cyfrowej, uznano za niezbędne, rozpoczęcie we współpracy z Urzędem Regulacji Telekomunikacji, prac przygotowawczych mających na celu określenie warunków technicznych tych decyzji.

W lutym 2002 roku Krajowa Rada przyjęła założenia do budowy naziemnych sieci telewizji cyfrowej w Polsce i przekazała je do Prezesa URT w formie stanowiska umożliwiającego kontynuowanie prac nad projektowaniem i koordynacją międzynarodową sieci. Pozwoli to Krajowej Radzie na podejmowanie decyzji odnośnie przeznaczenia zwalnianych kanałów analogowych, a także umożliwi przygotowania do rozpoczynającego się w roku 2003 procesu ponownego udzielania koncesji telewizyjnych.

Założenia do budowy naziemnych sieci telewizji cyfrowej uwzględniają dotychczasową dyskusję na posiedzeniach Polskiego Forum DVB. Podstawowe założenia są następujące:

- naziemne telewizyjne sieci cyfrowe będą planowane z wykorzystaniem kanałów 21 – 60 oraz częściowo 61 – 69, w miarę ich pozyskiwania dla radiodifuzji;
- naziemne telewizyjne sieci cyfrowe będą projektowane dla odbioru stacjonarnego dla telewizji normalnej rozdzielczości;
- należy opracować dwa plany zagospodarowania częstotliwości wykorzystywanych dla przekazów telewizyjnych: plan początkowy, związany z I etapem uruchamiania sieci cyfrowych, przy założeniu emisji równoległej w technice analogowej i cyfrowej, plan docelowy, związany z II etapem uruchamiania sieci cyfrowych, przy założeniu emisji wyłącznie w technologii cyfrowej (po zakończeniu okresu tzw. simulcastu).

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

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

19 listopada ubiegłego roku, w Centrum Multimedialnym w Warszawie, odbyło się spotkanie z dziennikarzami, w czasie którego nastąpiło oficjalne i uroczyste uruchomienie pierwszego w Polsce nadajnika naziemnej telewizji cyfrowej w systemie DVB-T

Uruchomienie emisji sygnału telewizji cyfrowej nastąpiło w oparciu o uchwałę KRRiT z 22 lutego 2000 roku oraz Pozwolenie Radiowe Prezesa URT z 10 listopada 2001 roku. Emisja ta ma charakter eksperymentalny i jest prowadzona na użytek pomiarów i prób technicznych odbioru cyfrowego w rejonie Warszawy. Zgodnie z założeniami naukowo-technicznymi załączonymi do wniosku Telekomunikacji Polskiej S.A., złożonego w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji z początkiem 2000 roku, uruchomienie nadajnika w Warszawie stanowi realizację kolejnego etapu prac związanych z wprowadzeniem naziemnej telewizji cyfrowej DVB-T w Polsce. Podstawowe cele to: przeprowadzenie pomiarów jakości sygnału oraz wyznaczenie obszaru pokrywanego przez stację nadawczą, a także określenie zakresu wzajemnego oddziaływania emisji cyfrowej i emisji w kanałach analogowych. W dalszych etapach planowane jest określenie parametrów technicznych i uruchomienie dziewięciu stacji sieci pilotażowej w Polsce centralnej, określenie obszarów ich pokrycia oraz wpływu na funkcjonujące kanały analogowe.

Eksperyment prowadzi największy w Polsce operator sieci nadawczych - Telekomunikacja Polska S.A. z Radiowo-Telewizyjnego Centrum Nadawczego w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie.

Parametry techniczne stacji nadawczej wg Pozwolenia Radiowego:	
kanal	48
częstotliwość środkowa	690,0 MHz
szerokość kanału	8 MHz
efektywna moc promieniowana	1,0 kW
charakterystyka promieniowania anteny	dookólna
polaryzacja anteny	pozioma
system emisji	DVB-T

Na razie dostępność sygnału jest niewielka. W Warszawie funkcjonują dwa dekodery (set-top-boxy) powszechnego użytku, wykorzystywane przez TP S.A. do prób odbioru sygnału w różnych rejonach miasta oraz około 10 profesjonalnych odbiorników pomiarowo-kontrolnych u nadawców i w placówkach naukowo-badawczych. W pierwszej fazie eksperymentu trwają prace nad konfiguracją multipleksu i testy sprawdzające prawidłowość współdziałania urządzeń. Pierwsze, oficjalne pomiary zasięgu stacji będą dostępne z końcem I kwartału bieżącego roku. Już teraz jednak wiadomo, że ich wyniki są obiecujące.

Wprawdzie od uruchomienia emisji eksperymentalnej z jednej stacji nadawczej do rozpoczęcia funkcjonowania naziemnej sieci telewizji cyfrowej droga jeszcze dość daleka, ale został wykonany poważny krok we właściwym kierunku.

II. DZIAŁALNOŚĆ PROGRAMOWA NADAWCÓW

A. Oferta programowa i widownia nadawców telewizyjnych w 2001 roku

1. Oferta programowa telewizji

Oferta globalna

Globalna oferta programowa: telewizja publiczna (TVP1, TVP2) i telewizje koncesjonowane (TVN, POLSAT, TV4, Niepokalanów Puls) przedstawia się następująco:

W 2001 roku nadano łącznie:

44 962 godziny programu

Informacja	2 327	5%
Publicystyka	3 029	7%
Film fabularny	19 845	44%
Film dokumentalny	1 788	4%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	6 043	13%
Edukacja i poradnictwo	1 227	3%
Sport	1 097	2%
Religia	725	2%
Muzyka poważna	80	Poniżej 1%
Muzyka rozrywkowa	2 328	5%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	132	Poniżej 1%
Autopromocja	2 334	5%
Reklama	3 529	8%

W 2001 roku sześciu naziemnych nadawców telewizyjnych wyemitowało globalnie 44 962 godzin programu telewizyjnego (łącznie z rozłączoną siecią Programu 2.478 godz.). Stanowi to spadek o 3.200 godzin w stosunku do 2000 roku. Na to zmniejszenie globalnej liczby godzin emisji wpłynęła głównie różnica (2.900 godzin) między brany pod uwagę w 2000 roku programem CANAL+ (nieobecnym w tej części opracowania, bowiem przestał być on dostępny z nadajników naziemnych), a krótszym czasem emisji programu Niepokalanów Puls (dostępnym w omawianym okresie z nadajników naziemnych). Oba programy telewizji publicznej zmniejszyły roczny czas emisji o 600 godzin, program TV4 wydłużył czas o 300 godzin, a POLSAT i TVN utrzymały się na poziomie 2000 roku. Średni dla tych sześciu nadawców dobowy czas nadawania wynosił około 21 godzin na dobę i był niższy w stosunku do ubiegłego roku średnio o 1 godzinę. W rezultacie średni dobowy czas nadawania wynosił

w TVP1 – 20 godz., TVP2 – 19 godz., TVN – 24 godz., POLSAT – 23 godz., TV4 – 21 godz. i Niepokalanów Puls – 16 godz.

Podobnie jak w roku ubiegłym w całościowej ofercie programowej omawianych nadawców przeważały pełnometrażowe filmy fabularne oraz rozrywka (słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe i muzyka rozrywkowa).

Fundamenty oferty programowej w 2001 roku nadal stanowiły 2 gatunki telewizyjne: film fabularny i rozrywka, wypełniając łącznie 62% całości wszystkich programów. W ubiegłym roku obserwowaliśmy także wzrost liczby godzin a zarazem procentowego udziału w rocznym czasie nadawania audycji publicystycznych (o 3%) oraz religijnych (o 1%), co w przypadku tych drugich stało się za sprawą programu Niepokalanów Puls. Prawie u wszystkich nadawców odnotowano powiększenie udziału płatnych elementów programu: reklam, telesprzedaży itp. Zmalał natomiast procentowy udział sportu oraz audycji edukacyjnych i poradniczych.

Najwyższy udział premier w rocznym czasie nadawania miał miejsce w programach telewizji publicznej: w TVP1 79% (5% mniej w stosunku do ubiegłego roku) i w TVP2 62% (o 10% mniej). Nadawcy koncesjonowani nadali od 30% (Niepokalanów Puls) do 56% audycji premierowych. Ten spadek pokazów premierowych, zarówno w telewizji publicznej, jak i u nadawców koncesjonowanych trwa od co najmniej dwóch lat.

Oferta programowa telewizji publicznej

	TVP1		TVP2	
Liczba godzin emisji ogółem	7 341		6 907 (w tym 478 godz. rozłączona sieć Programu 2)	
Informacja	557	8%	695	10%
Publicystyka	1 197	16%	460	7%
Film fabularny	2 641	36%	2 633	38%
Film dokumentalny	585	8%	530	8%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	344	5%	632	9%
Edukacja i poradnictwo	443	6%	147	2%
Sport	353	5%	255	4%
Religia	131	2%	36	pon. 1%
Muzyka poważna	11	pon. 1%	69	1%
Muzyka rozrywkowa	197	3%	343	5%
Widowiska teatralne	65	pon. 1%	52	pon. 1%
Autopromocja, zwiastuny	309	4%	255	4%
Płatne elementy programu	508	7%	322	5%

Oferta programowa telewizji koncesjonowanych

	TVN		POLSAT		TV4		Niepokalanów PULS	
Całość emisji	8 738	<i>100%</i>	8 347	<i>100%</i>	7 790	<i>100%</i>	5 839	<i>100%</i>
Informacja	250	3%	485	6%	162	2%	178	3%
Publicystyka	394	4%	45	1%	412	5%	521	9%
Film fabularny	3 687	42%	4 074	49%	3 651	47%	3 159	54%
Film dokumentalny	147	2%	26	0%	143	2%	357	6%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muz.)	2 429	28%	783	9%	1 676	21%	179	3%
Edukacja i poradnictwo	157	2%	128	2%	150	2%	202	3%
Sport	50	<i>pon.1%</i>	218	3%	203	3%	18	0%
Religia	0	0%	47	<i>pon.1%</i>	18	0%	493	8%
Muzyka poważna	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	110	1%	1 396	17%	8	0%	274	5%
Widowiska teatralne	0	0%	15	0%	0	0%	0	0%
Autopromocja, zwiastuny	489	6%	535	6%	672	9%	74	1%
Płatne elementy programu	1 025	12%	595	7%	695	9%	384	7%

Preferowane gatunki programowe

TVP1	TVP2	TVN	POLSAT	TV4	Niepokalanów PULS
Film fabularny: 36%	Film fabularny: 38%	Film fabularny: 42%	Film fabularny: 49%	Film fabularny: 47%	Film fabularny: 54%
Publicystyka: 16%	Informacje: 10%	Rozrywka: 28%	Muzyka rozrywkowa: 17%	Rozrywka: 21%	Publicystyka: 9%

Reasumując:

W 2001 roku nadawcy telewizyjni generalnie umacniali swoje dotychczasowe pozycje w zakresie oferty programowej. Jeśli spojrzymy na ten proces poprzez pryzmat gatunkowy, to obserwujemy wzrost w telewizji publicznej audycji publicystycznych (po 2% udziału w każdym z dwóch programów), filmu fabularnego i dokumentalnego, przy równoczesnym spadku audycji edukacyjnych i poradniczych (co w części wynika z zastosowanej przez oba programy innej metody kwalifikowania niektórych audycji do tej kategorii) oraz w mniejszym stopniu - sportu i widowisk teatralnych. Zmienił się również obraz preferowanych gatunków programowych. O ile w 2000 roku w TVP1 górowały przede wszystkim film i edukacja, to w 2001: film i publicystyka, a w TVP2 miejsce rozrywki zajęły informacje.

TVN, POLSAT i TV4 pozostawały przy utrzymaniu profilu filmowo-rozrywkowego. Największą konsekwencję w zachowaniu stabilnej struktury gatunkowej i udziału poszczególnych gatunków telewizyjnych w rocznym czasie nadawania wykazali nadawcy programu TVN i POLSAT. W przypadku TV4 zmiany poszły w kierunku zwiększenia rozrywki – audycji słownych i słowno-muzycznych oraz muzyki rozrywkowej. Znaczącym

przeobrażeniom uległ program Niepokalanów Plus (poprzednio Telewizja Niepokalanów), zmierzając od charakteru publicystyczno-dokumentalno-edukacyjnego w kierunku uniwersalnym, z przewagą filmów fabularnych i dokumentalnych, publicystyki oraz audycji religijnych.

Informacja w telewizji publicznej

	Dzienniki	Transmisje/retransmisje z obrad Sejmu i Senatu	Ogółem
TVP1	550 99%	7 1%	557 100%
TVP2	306 44%	389 56%	695 100%

Udział audycji informacyjnych zmniejszył się w telewizji publicznej o ponad 100 godzin, w tym o ponad 70 godzin zredukowano transmisje i retransmisje z obrad parlamentarnych. Program 1 przekazywał informacje zawarte przede wszystkim w nadawanych o stałych porach dziennikach, które zajmowały średnio 1,5 godziny dziennie (*Wiadomości*, *Teleexpress* i część informacyjna *Monitora Wiadomości*). W Programie 2 dzienniki zajmowały dziennie niespełną godzinę i były emitowane w przedpołudniowym paśmie i w trzykrotnych wydaniach *Panoramy*.

Podobna tendencja spadkowa co do liczby nadanych audycji informacyjnych (w sumie o 105 godzin) zarysowała się w programach koncesjonowanych.

Publicystyka

	społeczna, polityczna i ekonomiczna	międzynarodowa	kulturalna	inna	razem
TVP1	627	33	406	131	1 197
TVP2	317	25	118	0	460
Razem telewizja publiczna	944	58	524	131	1 657
%	57%	4%	32%	8%	100%
TVN	288	0	60	46	394
POLSAT	4	4	2	35	45
TV4	96	0	316	0	412
Niepokalanów Puls	368	0	153	0	521
Razem telewizja koncesjonowana	756	4	531	81	1 372
%	55%	0%	39%	6%	100%
Ogółem liczba godzin	1 700	62	1 055	212	3 029
%	56%	2%	35%	7%	100%

Zmniejszając audycje informacyjne, nadawcy częściej korzystali z form publicystycznych, zwiększając ich udział w omawianym roku o ponad 200 godzin w telewizji publicznej i nieco ponad 300 godzin w TVN, Polsat i TV4. W sumie 7% całości czasu emisji sześciu omawianych programów wypełniły audycje publicystyczne, z których ponad połowa znalazła się w telewizji publicznej, zwłaszcza w jej programie pierwszym, gdzie wypełniły 16% jego rocznego czasu nadawania. Wśród poruszanych zagadnień dominowała problematyka społeczno-polityczna i ekonomiczna oraz kulturalna. Do spraw międzynarodowych odnoszono się wyłącznie w telewizji publicznej. Wśród audycji publicystycznych, emitowanych o stałych porach były, między innymi, w TVP1: *Sprawa dla reportera*, *Zawsze po 21*, *Tygodnik polityczny Jedyńki*, *Gość Jedyńki*, *Forum*, *Monitor Wiadomości* oraz magazyny kulturalne *Oblicza mediów*, *Pegaz*, *Frona* i *Dobre książki*, a w TVP2: *Ekspres reporterów*, *7 dni – świat*, *Linia specjalna*, *Raport*, i wśród kulturalnych – *Ogród sztuk*, *Bazar*, *Kocham kino*, *Jazda kulturalna*, *Autograf*; w TVN: *Kropka nad i* oraz w Polsacie: *Polityczne graffiti*.

Wśród nadawców koncesjonowanych dominującą pozycję w eksponowaniu publicystyki miał program *Niepokalanów Puls*, w którym średnio w ciągu doby znalazło się prawie półtorej godziny audycji publicystycznych (w tym: *Otwarte studio*, *Puenta dnia*, *Pytania Krzysztofa Skowrońskiego*).

Film fabularny

	jednostkowy kinowy i telewizyjny	seriale i serie	filmy animowane	film krótkometrażowy	razem
TVP1	1 205	1 168	268	0	2 641
TVP2	1 075	1 502	56	0	2 633
Razem telewizja publiczna	2 280	2 670	324	0	5 274
%	43%	51%	6%	0%	100%
TVN	1 627	1 178	882	0	3 687
POLSAT	1 223	2 481	370	0	4 074
TV4	1 298	2 042	311	0	3 651
Niepokalanów Puls	804	1 878	455	22	3 159
Razem telewizja koncesjonowana	4 952	7 579	2 018	22	14 571
%	34%	52%	14%	pon. 1%	100%
Ogółem	7 232	10 249	2 342	22	19 845
%	36%	52%	12%	pon. 1%	100%

W rocznym czasie nadawania procentowy udział filmów fabularnych (pełnometrażowych, seriali, krótkometrażowych i animowanych) utrzymał się (oprócz TV4, gdzie zmalał o 200 godz.) na poziomie niezmiennym w stosunku do roku poprzedniego. Film stanowi dominantę struktury gatunkowej wszystkich programów telewizyjnych. W telewizji publicznej zajął on średnio 37% rocznego czasu nadawania (36% w TVP1 i 38% w TVP2). Natomiast w programach koncesjonowanych wypełnił niemal połowę czasu nadawania

(najwięcej w Telewizji Niepokalanów Puls – 54%, najmniej w TVN – 42%). W ofercie filmowej ogółem przeważały serie i serie fabularne, w tym telenowe i sitcomy. W rozbięciu na poszczególne programy okazuje się, że najbardziej były one prezentowane w grupie propozycji filmowych programu Polsat (61%), Niepokalanów Puls (59%), TVP2 (57%) i TV4 (56%), a najmniej w programie pierwszym telewizji publicznej – 44%. Filmy animowane zajęły 24% oferty filmowej TVN, 14% Niepokalanów Puls, po 9% Polsat-u i TV4 oraz średnio 6% telewizji publicznej. W ciągu roku najwięcej godzin pełnometrażowych filmów fabularnych zaproponowano w programie TVN (średnio ponad 4 godziny na dobę), TV4 i Polsat (średnio ponad 3 godziny w każdym z programów), TVP1 (trzy i pół godziny), TVP2 (niespełna 2 godziny) i Niepokalanów Puls (nieco powyżej dwóch godzin). Część filmów kolekcjonowano w ramach cykli tematycznych, jak np. w TVP1: *Okruchy dnia*, *Wieczór kawalerski*, *Uczta kinomana*, w TVP2: *Kocham kino*, w TVN: *Superkino*, *Prawdziwe historie*, czy sobotnia przedpołudniowa oferta Polsat-u.

Film fabularny należał do tej części programu, w której nadawcy najczęściej posługiwali się systemem oznakowań (ukazujących się na ekranie piktogramów), które wskazywały do jakiej wiekowo grupy odbiorców dana pozycja była adresowana.

Kraje produkcji

	Polska	pozostała europejska	USA	południowo - amerykańska	inna	razem
TVP1	563	492	1 348	31	207	2 641
TVP2	872	505	1 154	0	102	2 633
Razem telewizja publiczna	1 435	997	2 502	31	309	5 274
%	27%	19%	47%	1%	6%	100%
TVN	94	457	2 329	557	250	3 687
POLSAT	449	275	2 277	881	192	4 074
TV4	128	489	2 722	61	251	3 651
Niepokalanów Puls	160	903	1 910	172	14	3 159
Razem telewizja koncesjonowana	831	2 124	9 238	1 671	707	14 571
%	6%	15%	63%	11%	5%	100%
Ogółem	2 266	3 121	11 740	1 702	1 016	19 845
%	11%	16%	59%	9%	5%	100%

W globalnej ofercie filmowej sześciu największych nadawców przeważały produkcje amerykańskie, utrzymując proporcje zbliżone do poprzedniego roku sprawozdawczego. Największy udział miały one w propozycjach filmowych telewizji koncesjonowanych: od 56% w Polsce, 60% w Niepokalanów Puls, 63% w TVN, do 74% w TV4. Natomiast w telewizji publicznej proporcje między produkcją europejską a amerykańską były na korzyść tej pierwszej. Telewizje koncesjonowane dość często, w przeciwieństwie do publicznej, korzystały z produkcji południowo-amerykańskich, głównie w przypadku telenowel i seriali.

Produkcja filmowa oferowana przez kraje europejskie

W 2001 roku wzrósł nieznacznie udział filmów produkcji europejskiej (z 25% do 27% oferty filmowej), przy zmniejszonym (- 3%) udziale produkcji polskiej i powiększonym (+ 5%) pozostałej europejskiej. W telewizji publicznej filmy europejskie zagospodarowały 52% oferty filmowej TVP2 i 40% - TVP1, a w proporcjach między produkcją polską a pozostałą europejską dominowała ta pierwsza. Z produkcji europejskiej najchętniej sięgano po filmy angielskie i francuskie. Wśród telewizji koncesjonowanych najwyższym udziałem produkcji europejskiej (34% oferty filmowej) wykazała się Telewizja Niepokalanów Puls, w której przeważały utwory angielskie i niemieckie. Z kolei w Polsce uprzywilejowaną pozycję zajęły produkcje polskie (głównie seriale), w TV4 – angielskie, a w TVN – również angielskie oraz francuskie.

Film dokumentalny

W omawianym roku niezmiennie wzmacniał swą pozycję film dokumentalny, osiągając 4% rocznego łącznego czasu nadawania. Liczba godzin jego emisji wzrosła, w porównaniu z rokiem poprzednim, prawie o 500 godzin. Każdy z programów telewizji publicznej proponował ponad godzinę dokumentu na dobę. Miał on bardzo często ustalone dni i godziny emisji w ramach określonych cykli, takich jak między innymi: *Czas na dokument*, *Miej oczy szeroko otwarte*, *Kontrowersyjny dokument* w TVP1 i *Polska bez fikcji* oraz *Świat bez fikcji* w TVP2. Film dokumentalny, zwłaszcza o tematyce historycznej, był istotną pozycją programu Niepokalanów Puls, a w TVN dominowała tematyka społeczna. Niezmiennie wzbogacano propozycję serii i seriali dokumentalnych, jak *Powodzianie*, *Biuro ogłoszeń*, *Kawaleria powietrzna* w TVP2, *Serce z węgla* w TVP1, czy *Nauka jazdy*, *Granice*, *Na ratunek* w TVN.

Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)

	widowiska	kabarety, satyra	teleturnieje rozrywkowe	talk show	reality show	gry i zabawy	inne	razem
TVP1	95	70	178	1	0	0	0	344
TVP2	154	97	312	52	4	0	13	632
Razem telewizja publiczna	249	167	490	53	4	0	13	976
%	26%	17%	50%	5%	pon.1%	0	1%	100%
TVN	187	103	261	622	853	88	315	2 429
POLSAT	15	66	47	109	87	381	78	783
TV4	0	0	0	0	541	53	1082	1 676
Niepokalanów Puls	0	35	0	144	0	0	0	179
Razem telewizja koncesjonowana	202	204	308	875	1 481	522	1 475	5 067
%	4%	4%	6%	17%	29%	10%	29%	100%
Ogółem	451	371	798	928	1 485	522	1 488	6043
%	7%	6%	13%	15%	25%	9%	25%	13%

W 2001 roku odnotowano w grupie programów koncesjonowanych zdecydowany wzrost (o ponad 30% w stosunku do 2000 roku) słownych i słowno-muzycznych audycji

rozrywkowych. Stało się to za przyczyną wielokrotnego zwiększenia godzin emisji reality i talk show. Cechą charakterystyczną programów publicznych była nieobecność w nich gier i zabaw, reality show i niewielka ilość, w porównaniu z koncesjonowanymi – talk show. Na ofertę rozrywkową telewizji publicznej składały się w połowie teleturnieje rozrywkowe, widowiska, kabarety i audycje satyryczne. Nadawano znane z lat poprzednich takie audycje, jak między innymi: *Jaka to melodia?*, *Bezludna wyspa*, *Śmiechu warte*, *Dziennik telewizyjny*, *Randka w ciemno*, *Kabaret Olgi Lipińskiej*, *Śpiewające fortepiany*, *Spotkanie z balladą*, *Szansa na sukces* itd. W programach koncesjonowanych słowna i słowno-muzyczna oferta rozrywkowa była zbudowana prawie w połowie z reality i talk show i w ponad piętnastu procentach z teleturniejów rozrywkowych oraz gier i zabaw. Najbardziej rozbudowaną ofertę rozrywkową, zarówno w zakresie gatunkowym, jak i udziału w rocznym czasie nadawania (średnio ponad 6 godzin dobowego czasu nadawania) proponował program TVN. Jej trzon stanowiły: **reality show** *Big Brother* i talk show *Rozmowy w toku*, *Pod napięciem*, *Urzekła mnie twoja historia* oraz *Droga do gwiazd* i *Ananasy z mojej klasy*. Również POLSAT, choć w mniejszym wymiarze czasowym (średnio 2 godziny na dobę), proponował cały wachlarz audycji rozrywkowych, a wśród nich reality show *Dwa światy* oraz talk show *Zerwane więzi* i rozmowy *Na każdy temat*. W programie TV4 reality show *Dwa światy*, *Amazonki*, *Gladiatorzy* i *Łysi i blondynki* zapełniały średnio półtorej godziny dziennego programu. W programie Niepokalanów Puls stałymi pozycjami rozrywkowymi były: *M kwadrat* i *Humory Waldemara Ogińskiego*.

Edukacja i poradnictwo

	audycje edukacyjne (w tym teleturnieje edukacyjne)	poradnicze	inne	razem
TVP1	401	42	0	443
TVP2	105	42	0	147
Razem telewizja publiczna	506	84	0	590
%	86%	14%	0	100%
TVN	49	71	37	157
POLSAT	72	32	24	128
TV4	5	65	80	150
Niepokalanów Puls	202	0	0	202
Razem telewizja koncesjonowana	328	168	141	637
%	51%	26%	23%	100%
Ogółem	834	252	141	1 227
%	68%	21%	11%	100%

Rozbieżności między rokiem 2000 i 2001 co do udziału edukacji i poradnictwa w rocznym czasie nadawania obu programów telewizji publicznej, wskazujące na ich wyraźny spadek, powstały z powodu jednorazowego w 2000 roku wprowadzenia przez nadawcę odmiennego sposobu zaliczania niektórych audycji do tej kategorii. Stosując metodę kwalifikowania nadawcy, okazało się, że udział audycji edukacyjnych i poradniczych w omawianym okresie wskazuje na wartości zbliżone do 1999 roku.

Telewizja publiczna wyraźnie wyróżniała audycje popularnonaukowe i oświatowe, które na przykład w TVP1 zajęły średnio nieco ponad godzinę w ciągu dnia. W cyklicznie nadawanych magazynach, reportażach i felietonach odwoływano się do historii Polski, jej regionów i zabytków, miejsc i ludzi zasłużonych dla polskiej kultury.

Sport

	serwisy i magazyny	transmisje	inne	razem
TVP1	116	237	0	353
TVP2	82	173	0	255
Razem telewizja publiczna	198	410	0	608
%	33%	67%	0	100%
TVN	31	19	0	50
POLSAT	104	100	14	218
TV4	69	113	21	203
Niepokalanów Puls	18	0	0	18
Razem telewizja koncesjonowana	222	232	35	489
%	45%	47%	8%	100%
Ogółem	420	642	35	1 097
%	38%	59%	3%	100%

W 2001 telewizja publiczna nadała o 200 godzin mniej niż w poprzednim roku audycje sportowych (głównie transmisji i retransmisji). Średnio na dobę Program 1 proponował 1 godzinę magazynów, serwisów i transmisji sportowych, a Program 2 – ok. 40 min. Z telewizji koncesjonowanych oferta sportowa widoczna była w TV4 i programie POLSAT. Sport „na żywo” był domeną przede wszystkim telewizji publicznej.

Audycje religijne

W 2001 roku generalnie we wszystkich omawianych programach wzrosła ponad dwukrotnie liczba godzin audycji religijnych i transmisji z uroczystości o tym charakterze. Stało się to za przyczyną programu Niepokalanów Puls, w którym wyemitowano ponad 500 godzin audycji religijnych. Natomiast w telewizji publicznej odnotować można ich spadek o 80 godzin. Dotyczy to głównie takich form jak: publicystyka, informacja i edukacja religijna. Z pozostałych nadawców koncesjonowanych stałe pozycje religijne zawierał program POLSAT-u i w wymiarze poniżej 20 godzin – TV4.

Muzyka poważna

Miłośnicy muzyki poważnej mogli ją znaleźć jedynie w telewizji publicznej, a właściwie w jej Programie 2. W ramach cyklu *Rewelacja miesiąca* systematycznie prezentowano wybitne spektakle operowe i baletowe. Niezależnie od reportażu i relacji z festiwalu i konkursów, emitowano koncerty, między innymi: Fryderyk Chopin – pieśni, Józef Elsner – oratorium pasyjne, koncert laureatów IV Międzynarodowego Konkursu

Wokalnego im. S. Moniuszki, Mieczysław Karłowicz – koncert skrzypcowy A-dur op. 8, recital Haliny Czerny – Stefańskiej itd.

Muzyka rozrywkowa

Telewizja publiczna podwoiła (z 275 do 540 godzin) swoją rozrywkową ofertę muzyczną. Było to szczególnie zauważalne w programie drugim, w którym wypełniła ona 5% rocznego czasu nadawania. Na podobnym poziomie prezentował ją program Niepokalanów Puls. Rekordzistą w tej dziedzinie był POLSAT, który nadał 1.400 godzin muzyki rozrywkowej (17% programu), czyli prawie 4 godziny na dobę.

Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane

Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane zajęły ułamek procenta rocznego czasu nadawania wszystkich programów i ich udział w programach był o ponad 50 godzin mniejszy niż w poprzednim roku sprawozdawczym. O ich prezentacji możemy mówić tylko w przypadku telewizji publicznej, w której przedstawienia teatru telewizji wypełniły 117 godzin, i przyczynkowo, w programie Polsat-u. W TVP1 teatr telewizji nadawano systematycznie w poniedziałki, a w TVP2 w niedziele.

Audycje dla dzieci i młodzieży

Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniły 16% rocznego czasu nadawania programów omawianych nadawców (o 7% większy udział w stosunku do 2000 roku). Najmniejszy udział miały one w telewizji publicznej: 4% w TVP2 i 10% w TVP1, a w programach telewizji koncesjonowanych: od 30% w Polsacie, 23% w TV4, po 11% w TVN i Niepokalanów Puls. Audycje te najczęściej można było odnaleźć w łatwo identyfikalnych blokach programowych. Filarem propozycji programowych skierowanych do dzieci i młodzieży był film fabularny (pełnometrażowy, seriale i animacje). Około 20% wszystkich filmów nadano z myślą o tej grupie odbiorców. Najbardziej zróżnicowaną ofertę proponowała telewizja publiczna, sięgając ponadto po audycje edukacyjne, rozrywkowe, religijne i teatr dla dzieci. Nadawcy programów POLSAT i TV4 wykazali w swoich sprawozdaniach, że propozycje dla dzieci i młodzieży w ponad połowie znalazły się w słownych audycjach rozrywkowych oraz w nadawanej muzyce rozrywkowej (w przypadku POLSAT-u było to 62% wszystkich tych nadanych audycji). Z obserwacji tych programów wynika, że były to głównie audycje adresowane nie do dzieci lecz do dorastającej młodzieży.

2. Profile programowe poszczególnych nadawców: podobieństwa i różnice

Oba programy telewizji publicznej oraz POLSAT, TVN, TV4 i Niepokalanów Puls mają charakter uniwersalny. Zasadniczym składnikiem nadającym programom telewizyjnym odrębną właściwość jest udział w nich filmu i rozrywki. Wynosi on w przypadku telewizji koncesjonowanych zawsze około 70%, zaś w telewizji publicznej oscyluje w granicach nieco powyżej 50% (TVP2) i 44% (TVP1). W programach nadawców koncesjonowanych na drugim, znaczącym co do wielkości udziału miejscu jest zawsze rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne oraz muzyka rozrywkowa). W telewizji publicznej ma ona mniej prestiżowe miejsce, a w Programie 1 ustępuje publicystyce. Ma też inny ciężar gatunkowy. O ile w telewizji koncesjonowanej (z wyłączeniem Niepokalanów Plus) są to w dużej części audycje typu reality show i talk show, a w Polsacie muzyka rozrywkowa, to w telewizji

publicznej – teleturnieje, widowiska artystyczne, kabaret, satyra i teleturniej rozrywkowy. Najbardziej jednak widoczne różnice w programach są na poziomie udziału gatunków informacyjno-publicystycznych, edukacyjnych i artystycznych. W telewizjach koncesjonowanych ich udział w rocznym czasie nadawania nie przekracza 10% , natomiast w TVP1 wynosi 31%, a w TVP2 – 21%. Kiedy prześledzimy kolejno struktury gatunkowe, to w programach koncesjonowanych nie odnotujemy obecności muzyki poważnej, widowisk teatralnych i innych form udratyzowanych oraz audycji religijnych (oprócz Polsat-u). Telewidz, szukając informacji i publicystyki, mógł je znacznie częściej znaleźć w telewizji publicznej, która przeznaczyla na nie 17% w TVP2 i 24% w TVP1. W Polsce, TVN i TV4 zajęły one po 7% rocznego czasu nadawania. Kolejnym komponentem programu odróżniającym telewizję publiczną od koncesjonowanej jest udział audycji edukacyjnych i poradniczych, utrzymujących telewizję publiczną na pozycji lidera w tym względzie. W ogólnopolskich programach telewizji publicznej różnice (poza ofertą filmową) polegają na tym, że w „Jedynce” częściej pojawiała się publicystyka, a w „Dwójce” informacja oraz rozrywka.

W przypadku telewizji koncesjonowanych (oprócz Niepokalanów Puls) różnice w strukturze gatunkowej wydają się prawie niewidoczne i sprowadzają się właściwie do wewnętrznych proporcji między informacją a publicystyką. Istota odmienności każdego z tych programów tkwi więc nie w jego konstrukcji czy strukturze gatunkowej, a w oferowanych walorach artystycznych, rozrywkowych, poznawczych całości oferty programowej i charakterystycznych pozycjach flagowych indentyfikujących program. W obraz ten w dużej części wpisuje się także Telewizja Niepokalanów Plus, posiadająca jednak trzy wyraźne cechy dystynktywne: znacząca obecność audycji religijnych, publicystycznych oraz przyjazny, pozbawiony przemocy charakter programu.

3. Programy regionalne Telewizji Polskiej S.A.

Telewizja Polska S.A. zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji rozpowszechnia 12 nieznacznie różniących się między sobą programów regionalnych. Programy te mają taką samą konstrukcję - 77% ich czasu nadawania stanowi tzw. pasmo wspólne zestawiane przez Biuro Programów Regionalnych (BRP) w Warszawie, a 23% - pasmo lokalne zestawiane samodzielnie przez każdy z 12 oddziałów terenowych TVP. Udział pasma wspólnego w programach regionalnych od kilku lat stale rósł, aż w roku 2001 przekroczył 75% czasu nadawania programów. Obecnie nawet sam nadawca traktuje programy 12 oddziałów jako jeden program z lokalnymi okienkami. Świadczy o tym oficjalne wprowadzenie jednej nazwy - *Program 3*. Z programowego punktu widzenia 12 programów regionalnych utraciło w dużym stopniu swoją odrębność i niezależność.

W 2001 roku Telewizja Polska wyemitowała łącznie 77 545,6 godziny programów regionalnych. W tej liczbie 18 151,8 godziny było programami zestawianymi przez jej oddziały terenowe. W porównaniu z rokiem 2000 liczba godzin emisji programu własnego oddziałów uległa zmniejszeniu średnio o 3 punkty procentowe. W okresie ubiegłego roku BPR zestawilo blisko 5000 godzin programu wspólnego, który następnie był dwunastokrotnie multiplikowany. Audycje lokalne nadawane były przez oddziały w podobnych pasmach czasowych - w dni powszednie: w paśmie porannym (8.00 – 8.35), popołudniowym (15.25 – 16.30 i 17.15 – 19.00) i wieczornym (21.30 – 22.00); w sobotę i w niedzielę godziny nadawania tych pasm były nieco inne: pasmo poranne (8.00 – 9.00), południowe (13.30 – 14.30), popołudniowe (17.00 – 19.00 lub 18.00 – 18.20) i wieczorne (21.00 – 22.00).

Telewizja Polska S.A. 28 lutego 2001 roku powołała ośrodki regionalne dla czterech województw powstałych w wyniku reformy administracyjnej kraju:

- Świętokrzyski Ośrodek Regionalny TVP S.A. w Kielcach podlegający Oddziałowi Terenowemu w Krakowie;
- Opolski Ośrodek Regionalny TVP S.A. w Opolu podlegający Oddziałowi Terenowemu w Katowicach;
- Warmińsko-Mazurski Ośrodek Regionalny TVP S.A. w Olsztynie podlegający Oddziałowi Terenowemu w Gdańsku;
- Lubuski Ośrodek Regionalny TVP S.A. w Gorzowie Wielkopolskim podlegający Oddziałowi Terenowemu w Poznaniu.

Ośrodki te tworzyły audycje informacyjne i publicystyczne. Świętokrzyski Ośrodek Regionalny tworzył audycję informacyjną dla województwa świętokrzyskiego pt. *Kronika świętokrzyska* oraz magazyn publicystyczny *Wieści spod Łysicy*, w którym w formie reportaży albo felietonów prezentowane były dwa razy w miesiącu najważniejsze wydarzenia i problemy dotyczące tego województwa. Opolski Ośrodek Regionalny tworzył audycję informacyjną dla województwa opolskiego *Studio pod bukiem*, Warmińsko-Mazurski Ośrodek Regionalny przygotowywał audycje informacyjną poświęconą Warmii i Mazurom. Lubuski Ośrodek Regionalny produkował codziennie dwa wydania *Teleskopu Lubuskiego* dla widzów województwa lubuskiego.

Strukturę gatunkową emitowanych w 2001 roku programów regionalnych przedstawiają niżej zamieszczone tabele:

Oddziały terenowe	roczny czas nadawania programu regionalnego	informacja		publicystyka		edukacja	
	godz.	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	6473,8	346,5	5,4	391,1	6,0	716,4	11,1
OTV Bydgoszcz	6466,3	292,7	4,5	450,5	7,0	655,2	10,1
OTV Gdańsk	6417,5	453,6	7,1	721,8	11,2	471,7	7,4
OTV Katowice	6444,5	267,8	4,2	623,7	9,7	647,8	10,1
OTV Kraków	6513,8	372,6	5,7	609,5	9,4	600	9,2
OTV Lublin	6465,5	263	4,1	462,7	7,2	564,3	8,7
OTV Łódź	6500	333,3	5,1	437,7	6,7	594,5	9,1
OTV Poznań	6484	438,7	6,8	531,8	8,2	495,1	7,6
OTV Rzeszów	6424,7	351	5,5	494,1	7,7	550,8	8,6
OTV Szczecin	6435,9	415,7	6,5	620,1	9,6	534,4	8,3
OTV Warszawa	6469,1	415,4	6,4	574,7	8,9	523,4	8,1
OTV Wrocław	6450,5	381,9	5,9	446,5	6,9	474,6	7,4

Oddziały terenowe	religia		widowiska teatralne i inne formy udramatyzowane		film		rozrywka	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	133,2	2,1	32,7	0,5	3471,9	53,6	334,4	5,2
OTV Bydgoszcz	107,2	1,7	32,7	0,5	3435,7	53,1	425,2	6,6
OTV Gdańsk	90,3	1,4	32,7	0,5	3258,9	50,8	333	5,2
OTV Katowice	51,9	0,8	34	0,5	3315,3	51,4	303,5	4,7
OTV Kraków	103,1	1,6	32,7	0,5	3339,2	51,3	342,9	5,3
OTV Lublin	54,9	0,8	32,7	0,5	3661,6	56,6	390,8	6,0
OTV Łódź	85,1	1,3	34,5	0,5	3532,1	54,3	454	7,0
OTV Poznań	48,6	0,7	32,7	0,5	3382,9	52,2	353,3	5,4
OTV Rzeszów	134	2,1	35,7	0,6	3502,5	54,5	396,4	6,2
OTV Szczecin	83,8	1,3	32,7	0,5	3386,9	52,6	340,2	5,3
OTV Warszawa	114,8	1,8	32,7	0,5	3474	53,7	384,1	5,9
OTV Wrocław	39	0,6	31,7	0,5	3557,1	55,1	513,8	7,9

Oddziały terenowe	muzyka		sport		autopromocja		reklama	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	261,5	4,0	276,9	4,3	420	6,5	89,3	1,4
OTV Bydgoszcz	319	4,9	310,4	4,8	327,5	5,1	110,3	1,7
OTV Gdańsk	340,9	5,3	348	5,4	235,3	3,7	131,8	2,1
OTV Katowice	448,9	7,0	318,6	4,9	270,5	4,2	162,5	2,5
OTV Kraków	373	5,7	294,1	4,5	322,2	4,9	124,5	1,9
OTV Lublin	347,9	5,4	285,5	4,4	300,9	4,7	101,2	1,6
OTV Łódź	315,7	4,9	296,7	4,6	304,1	4,7	112,3	1,7
OTV Poznań	277,7	4,3	421,7	6,5	339	5,2	162,5	2,5
OTV Rzeszów	340	5,3	316,2	4,9	206,3	3,2	97,7	1,5
OTV Szczecin	331,5	5,2	302	4,7	307,2	4,8	82,4	1,3
OTV Warszawa	253	3,9	270,9	4,2	304,4	4,7	121,8	1,9
OTV Wrocław	252,5	3,9	289,7	4,5	303,4	4,7	160,3	2,5

Film

W 2001 roku film był najczęściej występującą pozycją w programach regionalnych. Wypełnił on 41 318,1 godziny programów regionalnych, co stanowiło 53,3% tych programów. Filmy fabularne czyli jednostkowe filmy telewizyjne, serie i seriale fabularne oraz filmy animowane zajęły najwięcej godzin we wszystkich programach regionalnych. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 29969,5 godziny co stanowiło 38,6% wszystkich programów regionalnych. Różnica w udziale filmów fabularnych w poszczególnych programach regionalnych była niewielka i wynosiła od 1 do 2 punktów procentowych. Ze względu na sposób zestawiania programów regionalnych oferta filmów fabularnych (tytuły i ich liczba) we wszystkich oddziałach była - z niewielkimi odchyleniami od średniej - taka sama. Wśród filmów fabularnych najwięcej było filmów pochodzących z

USA (11% rocznego czasu nadawania programów regionalnych), na drugim miejscu była produkcja polska (5% rocznego czasu) a na trzecim angielska (3,3% rocznego czasu).

Filmy dokumentalne zajęły w programach regionalnych średnio 14,6% programu, w tym ponad połowę stanowiły reportaże. Najwięcej filmów dokumentalnych wyemitował oddział terenowy w Lublinie (17% programu), a najmniej oddziały w Krakowie i Katowicach (13% programu).

Edukacja

Audycje edukacyjne pod względem liczby wyemitowanych godzin zajmowały w programie regionalnym drugie miejsce. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 6828,2 godziny tych audycji co stanowiło 8,8% wszystkich programów regionalnych. Audycje edukacyjne w programie pasma wspólnego stanowiły 6,5% ubiegłorocznego czasu nadawania programów regionalnych. Najwięcej własnych audycji edukacyjnych wyemitował oddział terenowy w Białymstoku (4,3%) a najmniej oddziały terenowe we Wrocławiu (0,8%) i w Gdańsku (0,8%). Wśród audycji edukacyjnych nadawanych w programie wspólnym 75% stanowiły audycje poradnicze. Podobnie było w programach własnych ośmiu oddziałów terenowych. Tylko w programach własnych czterech oddziałów terenowych (Bydgoszcz, Katowice, Szczecin i Warszawa) przeważały audycje popularnonaukowe.

Publicystyka

Ważną pozycją nadawanych przez oddziały terenowe programów były audycje publicystyczne, w których omawiano, komentowano, analizowano oraz wyjaśniano lokalne i aktualne tematy. Audycje publicystyczne pod względem liczby wyemitowanych godzin zajmowały w programach regionalnych trzecie miejsce. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 6364,2 godziny tych audycji co stanowiło 8,2% tych programów. Audycje publicystyczne znalazły się przede wszystkim w pasmach programowych zestawianych przez oddziały terenowe. Na audycje tworzone przez oddziały terenowe przeznaczono 6,5% programów regionalnych. W paśmie wspólnym audycje publicystyczne zajęły zdecydowanie mniej czasu. Najwięcej czasu na emisję własnych audycji publicystycznych poświęciły oddziały terenowe w Gdańsku (9,5%) i w Katowicach (8%) a najmniej oddział terenowy we Białymstoku (4,3%). Wśród audycji publicystycznych każdy z oddziałów terenowych najwięcej czasu przeznaczył na audycje poświęcone tematyce społecznej. Na drugim miejscu znalazły się audycje poświęcone tematyce kulturalnej, a na trzecim – rolnej, ekonomicznej, politycznej. W programach pasma wspólnego najwięcej czasu poświęcono tematyce społecznej, kulturalnej międzynarodowej i rolnej. Audycje publicystyczne były nadawane przede wszystkim w dni powszednie, a ich emisja odbywała się o stałej porze. Ponadto niektóre oddziały tworzyły forum do debaty publicznej, na którym mogli prezentować się oraz wymieniać poglądami na ważne z punktu widzenia społeczności lokalnej tematy politycy różnych opcji, przedstawiciele władz wojewódzkich i samorządowych oraz przedstawiciele różnych środowisk opiniotwórczych.

Rozrywka

Audycje rozrywkowe pod względem liczby wyemitowanych godzin zajmowały w programie regionalnym czwarte miejsce. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 4571,6 godziny tych audycji, co stanowiło 5,9% tych programów. Audycje rozrywkowych (były to najczęściej kabarety, audycje satyryczne i teleturnieje) wyemitowano

więcej w programie wspólnym niż w programach własnych oddziałów. Kabarety, audycje satyryczne, widowiska estradowe obecne były w programach większości oddziałów terenowych, talk show w swoim programie miały jedynie oddziały terenowe w Bydgoszczy, Krakowie i Poznaniu. Najwięcej własnych audycji rozrywkowych wyemitował oddział terenowy w Wrocławiu (3,6%), a najmniej oddziały w Katowicach (0,2%) i Białymstoku (0,7%).

Informacja

Audycje informacyjne pod względem liczby wyemitowanych godzin zajmowały w programie regionalnym piąte miejsce. Łącznie w programach regionalnych zostało nadanych 4 332,2 godziny tych audycji, co stanowiło 5,6% tych programów. Biorąc pod uwagę udział procentowy audycji informacyjnych, należy stwierdzić, że nie miały one w programach regionalnych wysokiej rangi. Najwięcej własnych audycji informacyjnych wyemitowały oddziały terenowe w Gdańsku (5,6%) i w Poznaniu (5,3%), a najmniej oddziały terenowe w Lublinie (2,6%) i w Katowicach (2,7%). Programy własne oddziałów terenowych dostarczały społecznościom lokalnym informacji o najważniejszych lokalnych wydarzeniach społecznych, gospodarczych, politycznych, kulturalnych, sportowych i in. Informacje te były przekazywane w formie dzienników, które miały nawet po kilka wydań w ciągu dnia.

Oddziały w Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Rzeszowie i Warszawie, obok audycji informacyjnych adresowanych do wszystkich odbiorców regionu, nadawały również audycje adresowane do wybranych grup społeczności.

Muzyka

W ofercie programów regionalnych obecna była muzyka. Była to przede wszystkim muzyka rozrywkowa, ale i wielbiciele muzyki poważnej mogli czasem, choć bardzo rzadko, znaleźć coś dla siebie. Audycje prezentujące muzykę zajmowały w programach regionalnych pod względem wyemitowanych godzin szóste miejsce. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 3861,6 godziny tych audycji, co stanowiło 4,9% tych programów. Audycje prezentujących muzykę wyemitowano więcej w programie wspólnym oddziałów (3,6% rocznego czasu nadawania programów regionalnych), przy czym audycji poświęconych muzyce poważnej było ponad dwa razy mniej niż audycji poświęconych muzyce rozrywkowej. Również w programach własnych oddziałów na muzykę poważną przeznaczono niewiele rocznego czasu nadawania. Łącznie w programach regionalnych udział muzyki poważnej wyniósł 1,3% rocznego czasu ich nadawania. Oddział w Krakowie nie wyemitował ani jednej takiej audycji. W oddziałach w Bydgoszczy, Warszawie i Łodzi zajęły one zaledwie 0,004% programu. W większości oddziałów emisja tych audycji miała charakter okazjonalny. Więcej czasu muzyce poważnej, choć nie była to ilość czasu zadowalająca melomanów, poświęciły oddziały w Katowicach (0,5%), Białymstoku (0,4%) i Rzeszowie (0,3%).

Sport

Zbliżoną do muzyki pozycję w programie miały audycje o tematyce sportowej, choć zajmowały one siódme miejsce pod względem liczby godzin, które im poświęcono w programach. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 3730,7 godziny tych audycji, co stanowiło 4,8 % wszystkich programów regionalnych. W paśmie wspólnym oddziałów poświęcono więcej czasu na audycje sportowe (3,7% czasu nadawania programów regionalnych) niż w pasmach programowych oddziałów terenowych. Wśród audycji sportowych trzykrotnie więcej czasu zajęły transmisje z imprez sportowych niż serwisy i

magazyny, w których informowano i komentowano ważne wydarzenia sportowe. Natomiast w programach własnych było odwrotnie - więcej czasu przeznaczono na informowanie i komentarze do wydarzeniach sportowych niż na ich transmitowanie. Najwięcej własnych audycji sportowych wyemitował oddział terenowy w Poznaniu (2,8% czasu nadawania programu regionalnego), a najmniej oddział terenowy w Warszawie (0,4% czasu nadawania programu regionalnego).

Religia

Audycje religijne pod względem liczby wyemitowanych godzin zajmowały w programach regionalnych dziewiąte miejsce. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 1045,9 godziny tych audycji, co stanowiło 1,3% tych programów. Audycje religijne w programach własnych oddziałów zajęły czterokrotnie więcej czasu niż w programie wspólnym. W programach własnych oddziałów terenowych były transmisje Mszy św. i uroczystości religijnych oraz audycje informacyjne, publicystyczne i edukacyjne poświęcone tematyce religijnej. Wyjątkiem był oddział terenowy w Bydgoszczy, który nadawał tylko Msze św. Oddziały terenowe w Białymstoku, Bydgoszczy, Krakowie, Rzeszowie i Warszawie regularnie, raz w tygodniu transmitowały Mszę świętą. Pozostałe, z wyjątkiem oddziałów terenowych w Poznaniu i Gdańsku, które nie wykazały żadnych tego rodzaju przekazów, transmitowały msze święte tylko przy okazji ważnych świąt kościelnych. W programie wspólnym obecne były jedynie transmisje Mszy św. i uroczystości religijnych. Najwięcej czasu na audycje religijne poświęciły oddziały terenowe w Rzeszowie (2,1% czasu nadawania programu regionalnego) i Białymstoku (1,8%), a najmniej oddziały we Wrocławiu (0,3%) i Poznaniu (0,5%).

Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane

Najmniej rocznego czasu nadawania poświęcono teatrowi i innym formom udratyzowanym. Łącznie w 12 programach regionalnych zostało nadanych 397,5 godziny tych audycji, co stanowiło 0,5% programów regionalnych. Przedstawienia teatralne były przede wszystkim nadawane w programie wspólnym. Jedynie trzy oddziały terenowe wyemitowały własne widowiska teatralne. Były to oddziały terenowe w Rzeszowie (3 godziny w ciągu całego roku), Łodzi (1,8 godziny) i Katowicach (1,3 godziny).

Wszystkie programy regionalne telewizji publicznej w 2001 roku miały charakter uniwersalny z dużą przewagą filmu fabularnego nad innymi rodzajami audycji. Różnica między filmem fabularnym a następną w kolejności, pod względem zajmowanego w programie czasu, kategorią programową, filmem dokumentalnym, wynosiła aż 24 punkty procentowe. Udział w programach regionalnych filmu fabularnego, audycji rozrywkowych, muzyki rozrywkowej wynosił aż 48,2%, a więc nadawca na dostarczanie rozrywki widzom przeznaczył w 2001 roku blisko połowę rocznego czasu nadawania programów regionalnych. W programach regionalnych obecna była ponadto autopromocja, oprawa, zapowiedzi (4,7% rocznego czasu nadawania programów regionalnych) oraz reklama (1,8%). Na inne kategorie audycji – informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, religijne, sportowe, widowiska teatralne, film dokumentalny i muzykę poważną - za pomocą których głównie realizowane są ważne ustawowe zadania programowe czyli tzw. misja nadawcy publicznego, pozostało 45,3% rocznego czasu nadawania programów regionalnych.

4. Realizacja szczególnych zobowiązań programowych przez TVP S.A.

Zgodnie z art. 21 ust. 2 nadawca publiczny zobowiązany jest do służenia: rozwojowi kultury, nauki i oświaty, umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych. Jest też zobowiązany do uwzględniania potrzeb mniejszości narodowych i grup etnicznych. Ponadto programy powinny respektować chrześcijański system wartości, przyjmując za podstawę uniwersalne zasady etyki a także umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji czuwając nad wypełnianiem tych zobowiązań co roku analizuje sprawozdania z działalności programowej Telewizji Polskiej SA oraz prowadzi okresowy monitoring wybranych audycji.

W 2001 roku w programach ogólnokrajowych TVP nadano:

Rodzaje audycji	Program 1		Program 2	
	liczba godzin	% czasu nadawania	liczba godzin	% czasu nadawania
audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty	1 145	15,6	1 089	15,7
audycje służące umacnianiu rodziny	1 177	16	574	8,3
audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych	198	2,7	148	2,1
audycje służące zwalczaniu patologii społecznych	150	2	68	1
audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych	21	0,3	37	0,5
Razem	2 691	36,6	1 916	27,6

Jak wynika z tabeli w obu programach ogólnokrajowych obecne były w różnym wymiarze czasowym audycje służące realizacji tych zadań. W Programie 1 audycje te zajęły łącznie 2691 godzin, co stanowi 36,6% rocznego programu. Ich średni czas nadawania w ciągu dnia wyniósł 7,3 godziny. W Programie 2 audycje te zajęły 1916 godzin, tj. 27,6 % programu i było ich o 775 godzin mniej niż w Programie 1. Ich średni dzienny czas nadawania wyniósł 5,2 godziny. W stosunku do 2000 roku udział tych audycji wzrósł o 2,5% w Programie 1 i o 3,3% w Programie 2. Wzrost ogólnej liczby godzin tych audycji był spowodowany zwiększeniem się liczby godzin audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty. W Programie 1 nastąpił wzrost czasu nadawania tych audycji o 230 godzin, a w Programie 2 o 214 godzin. W pozostałych kategoriach audycji misyjnych zaznaczył się niewielki spadek. Jedynie znaczący spadek miały audycje służące zwalczaniu patologii społecznych w Programie 1 (o 122 godziny) i audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych w Programie 2 (o 55 godzin przy i tak niewielkiej ich liczbie w 2000 roku).

W 2001 roku wśród audycji mających na celu realizację powinności ustawowych najwięcej godzin zajęły zarówno w Programie 1, jak i Programie 2 audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty oraz audycje służące umacnianiu rodziny.

W Programie 1 **rozwojowi kultury, nauki i oświaty** służyły między innymi cykle: poniedziałkowy teatr telewizji, *Gorąco polecam*, *Rozmowy na nowy wiek*, *Życie na pointach*

(audycja o wydarzeniach baletowych), *Kompozytorzy*, różnego rodzaju okazjonalne koncerty, *Frona, Pegaz, Rewizja nadzwyczajna, Sensacje XX wieku, Magazyn Fokus i Śledztwo* (audycje poświęcone popularyzacji nauki), *Machina czasu, ABC reformy edukacji, Gimnazjum 2001*.

W Programie 2 ten ustawowy obowiązek nadawca realizował nadając koncerty muzyki poważnej (np. koncerty w ramach setnej rocznicy Filharmonii Narodowej w Warszawie, Międzynarodowy Festiwal Vratysłavia Cantas, koncert filharmoników londyńskich z okazji 80 rocznicy urodzin Ojca Św.), cykl operowy i baletowy - *Rewelacja miesiąca* (raz w miesiącu), w ramach którego prezentowane są wybitne wykonania dzieł operowych i ważne przedstawienia baletowe. W programie obecne były również cykliczne magazyny kulturalne (*Camerata, Bazar, Magazyn teatralny, Jazda kulturalna, Ogród sztuk, Telewizyjne Wiadomości Literackie*) oraz pojedyncze filmy dokumentalne poświęcone różnym twórcom: pisarzom, muzykom, malarzom, reżyserom, filozofom, (np. Cz. Miłosz, I. Paderewski, Z. Herbert, F. Nietzsche, M. Heidegger i J.P. Sartre) widowiska teatralne (*Studio Teatralne „Dwójki”*) i widowiska artystyczno-estradowe. Wśród omawianych audycji w obu programach najczęściej było audycji poświęconych kulturze, a zdecydowanie mniejszy udział w nich miały audycje poświęcone nauce i oświacie.

W Programie 1 **audycjami służącymi umacnianiu rodziny** według kwalifikacji nadawcy były m. in. cykliczne audycje *Mamy dziecko, Portret rodziny, Między nami, Jedyneczka*, seriale: *Klan* i *Plebania* oraz *Od przedszkola do Opola* i *Jaka to melodia*. Wśród audycji zakwalifikowanych przez nadawcę nie stwierdzono obecności ani jednego cyklu audycji, którego głównym celem byłoby służyć umacnianiu rodziny. Wymienione przez nadawcę audycje podejmowały następujące tematy: pielęgnacja niemowląt, kondycja współczesnej rodziny, problemy małżeńskie, rozwój psychiczny i fizyczny dzieci do siódmego roku życia, o problemach młodzieży u progu życia dorosłego, patologie w rodzinie itp.

W Programie 2, zdaniem nadawcy, umacnianiu rodziny między innymi miały służyć niektóre reportaże nadawane w cyklu *Magazyn ekspres reporterów*. W audycjach tych przedstawiono np. problemy finansowe konkretnego rodzinnego domu dziecka, młodych wolontariuszy pomagających rodzinie, życie ludzi starych. W programie wyemitowano ośmioodcinkowy cykl *Po prostu żyć* poświęcony różnym problemom, na które w życiu napotyka każda rodzina. Również realizacji tego celu służyła – zdaniem nadawcy - audycja edukacyjna dla dzieci *Ulica Sezamkowa*, magazyn katolicki *Znaki czasu* serial *Złotopolscy* i *Na dobre i złe*. Tematyka ta była omawiana między innymi w niektórych wydaniach audycji adresowanych do niepełnosprawnych.

Audycjom służącym **kształtowaniu postaw prozdrowotnych** i zwalczaniu patologii społecznych poświęcono w obu programach ogólnokrajowych znacznie mniej czasu niż omawianym wyżej kategoriom. W Programie 1 tym dwóm rodzajom audycji poświęcono 348 godzin, a w Programie 2 - 216 godzin.

Audycje kształtujące postawy prozdrowotne występowały w Programie 1 w dwóch postaciach: audycji cyklicznych (np. *Ambulatorium, wyprzedzić chorobę, 360 stopni dookoła ciała*, niektóre wydania audycji *Od A do Zdrowia* i magazynu dla dzieci *Jedyneczka*) i audycji pojawiających się okazjonalnie. W audycjach tych podejmowano między innymi temat: profilaktyki najczęściej występujących chorób, zdrowego, higienicznego stylu życia oraz zdrowego żywienia. W Programie 2 nadawca do tej kategorii audycji zakwalifikował następujące tytuły: *Studio urody, Proton, Po prostu żyć, Jej styl*. Niektóre z wymienionych w

sprawozdaniu audycji bardziej służyły pielęgnacji urody niż propagowaniu postaw prozdrowotnych.

Zwalczaniu patologii społecznych w Programie 1 poświęcono niektóre wydania cyklicznych audycji *Nocne rozmowy*, *Między nami*, *Rower Błażeja*, *Bezpieczna Jedyńka i Magazyn zawsze po 21*. W Programie 1 brakowało jednej stałej, regularnie nadawanej audycji, która byłaby poświęcona najczęściej występującym patologiom w społeczeństwie polskim. W Programie 2 nadawane w cyklu *Magazyn ekspres reporterów* reportaże opowiadały o patologiach i ich skutkach. W programie brakowało cyklu audycji poświęconego metodom zwalczania patologii społecznych i wspierających osoby nimi dotknięte. Część audycji zakwalifikowanych przez nadawcę w bardzo małym stopniu dotyczyła metod zwalczania patologii.

W obu programach najmniej czasu zajęły **audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych**. Spowodowane to było zapewne tym, że cały ciężar wywiązywania się z tego ustawowego obowiązku został przeniesiony na programy regionalne. W Programie 1 realizacji tego celu – zdaniem nadawcy – miały służyć następujące audycje: *Oczywiste, nieoczywiste*, *Frona*, *U siebie*, *Zrozumieć pamięć*, *Raport z demokracji*, audycja z cyklu *Widziałam – Marsz żywych* oraz niektóre wydania audycji adresowanych do dzieci i młodzieży – *Rower Błażeja* i *Teleranek*. Żadna z audycji zakwalifikowana przez nadawcę do tej kategorii nie była adresowana do mniejszości narodowych, a jedynie prezentowała jej kulturę, zwyczaje i religię. W Programie 2 ten zapis ustawy został zrealizowany - według nadawcy – przez wyemitowanie *Festiwalu Kultury Kresowej* i innych widowisk estradowych, jednostkowych reportaży (np. o wyznaniach religijnych mniejszości narodowych) oraz filmów dokumentalnych (*Ojczyzna pięknej tęsknoty*, *Ziemia pełna piękna i bólu*). W obu programach ogólnokrajowych audycje, w których były uwzględniane, zdaniem nadawcy, potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych zajęły 58 godzin.

Telewizja Polska, zgodnie z art. 22 ustawy, umożliwiała Prezydentowi Rzeczypospolitej Polskiej, Marszałkom Sejmu i Senatu oraz Prezesowi Rady Ministrów w sposób bezpośredni prezentowanie oraz wyjaśnianie polityki państwa poprzez udostępnianie anteny w czasie najwyższej oglądalności.

Kolejny zapis ustawy o radiofonii i telewizji (art. 23 ust.1) zobowiązuje telewizję publiczną do umożliwienia partiom politycznym przedstawiania ich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. Telewizja Polska ten zapis realizowała poprzez audycję *Forum*, która nadawana była raz w tygodniu w Programie 1.

Telewizja Polska, zgodnie z art. 24 ustawy, w okresie trwania kampanii wyborczej (od 8 do 21 września 2001 roku) rozpowszechniała nieodpłatnie w programach ogólnokrajowych i regionalnych audycje przygotowane przez komitety wyborcze ubiegające się o mandaty do Parlamentu.

Telewizja Polska w 2001 roku zgodnie ze zobowiązaniem wynikającym z art. 25 ust. 2 wytworzyła 768,5 godziny audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych, z czego 76 godzin wyemitowała w Programie 1, 42,5 godziny w Programie 2 i 162 godziny w rozłączonej sieci Programu 2, 37 godzin w TV Polonia oraz 1700 godzin w pasmach wspólnych 12 programów regionalnych.

5. Realizacja poszczególnych zobowiązań programowych w programach regionalnych TVP S.A.

Oddziały terenowe TVP S.A.	Audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty		Audycje służące umacnianiu rodziny		Audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych			Audycje służące zwalczaniu patologii społecznych		Ogółem
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%	Godz.	%
OTV Białystok	235	3,7	23,1	0,3	77,5	1,2	103,6	1,6	439,2	6,8
OTV Bydgoszcz	221,1	3,4	80,8	1,2	155,1	2,4	117,6	1,8	574,6	8,8
OTV Gdańsk	192,7	3	17,8	0,2	27,1	0,4	108,3	1,7	345,9	5,3
OTV Katowice	279,1	4,3	20,8	0,3	37,1	0,6	124	1,9	461	7,1
OTV Kraków	287,4	4,4	30,2	0,4	95,9	1,5	132,5	2	546	8,3
OTV Lublin	190,9	3	44,1	0,7	34,4	0,5	113,8	1,7	383,2	5,9
OTV Łódź	286,1	4,4	18,2	0,3	34,5	0,5	115,4	1,7	454,2	6,9
OTV Poznań	384,3	5,9	17,8	0,3	42,5	0,6	103,5	1,6	548,1	8,4
OTV Rzeszów	374,1	5,8	101,3	1,6	81,6	1,3	117,6	1,8	674,6	10,5
OTV Szczecin	157,1	2,4	117,8	1,8	20,1	0,3	97,6	1,5	392,6	6,1
OTV Warszawa	312,3	4,8	63,9	1	52,3	0,8	113,6	1,7	542,1	8,3
OTV Wrocław	174,7	2,7	142,4	2,2	28,6	0,4	115,8	1,8	461,5	7,1

Nadawca również w 12 programach regionalnych nadawał audycje służące realizacji powinności ustawowych w zakresie misji nadawcy publicznego. W programach tych łącznie zostało nadanych 5823 godziny takich audycji. Najwięcej godzin w programach regionalnych przeznaczono na audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty – 3094,8 godziny. Znacznie mniej czasu poświęcono audycjom służącym zwalczaniu patologii społecznych (1363,3 godz.), kształtowaniu postaw prozdrowotnych (686,7 godz.) i służącym umacnianiu rodziny (678,2 godz.).

Najwięcej godzin programu na ten cel przeznaczył oddział terenowy w Rzeszowie – 674,6 godzin, co stanowi 10,5%. Nieco mniej godzin, lecz na zbliżonym poziomie, nadały oddziały terenowe w Bydgoszczy, Poznaniu, Łodzi i Warszawie. Najmniej godzin programu wyemitował oddział w Gdańsku - 345,6 godziny, co stanowi 5,3 % nadanego programu.

Audycje **służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty** w programach regionalnych nie zajęły dużo czasu. Średnio w ciągu dnia na te audycje przeznaczano 42 minuty.

W pasmach wspólnych programów regionalnych dobór audycji służących rozwojowi kultury nauki i oświaty pod względem przedstawianej w nich tematyki był dość przypadkowy. Cel ten realizowany był za pomocą cyklu audycji, w którym prezentowane były znane arie operowe i operetkowe, cyklu filmów będących rodzajem fabularyzowanego przewodnika po mitach literackich a także audycji poświęconych kulturze środowisk lokalnych. Ponadto w paśmie wspólnym nadano trzy koncerty muzyki poważnej i reportaż prezentujący sylwetkę A. Urbańczyka. Najwięcej czasu na audycje służące realizacji tego celu przeznaczono w programie regionalnym nadawanym przez oddziały terenowe w Poznaniu (5,9) i Rzeszowie (5,8%). Najmniej czasu tego rodzaju audycjom poświęcił oddział w Szczecinie – 2,4%.

Audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty były również nadawane w pasmach lokalnych programów regionalnych. W każdym z nich nadawany był jeden cotygodniowy cykl magazynów poświęcony ważnym, lokalnym wydarzeniom kulturalnym. W niektórych programach nadawane były cykle audycji poświęcone jednej z dziedzin sztuki - muzyce (oddziały w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Rzeszowie), filmowi (oddziały w Białymstoku, Krakowie, Szczecinie,), teatrowi (oddział w Krakowie) a także prezentujące sylwetki twórców kultury (oddziały w Białymstoku, Katowicach, Krakowie). Częstym tematem cykli audycji nadawanych okresowo albo audycji jednostkowych była historia konkretnych miejsc w miastach wojewódzkich i w całym regionie. Takie audycje nadały oddziały terenowe w Białymstoku, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Warszawie i Wrocławiu. Audycje poświęcone folklorowi wyemitowały oddziały w Rzeszowie i Katowicach. Ponadto oddziały terenowe w programach lokalnych umieszczały relacje z festiwali, konkursów i przeglądów, które co roku odbywają się na terenie ich województwa. Były to relacje z wydarzeń kulturalnych tej rangi co Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. H. Wieniawskiego w Poznaniu czy Bydgoski Festiwal Operowy. Oddział terenowy we Wrocławiu jako jedyny nadawał audycje poświęcone kulturze języka i jego poprawności.

Oddziały terenowe w Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Rzeszowie i Warszawie w swojej ofercie programowej miały jeden cykl audycji poświęcony aktualnym badaniom naukowym prowadzonym w instytucjach naukowych i wyższych uczelniach oraz prezentujący sylwetki wybitnych w danym województwie naukowców. Natomiast audycje poświęconych oświacie nie nadano w żadnym programie regionalnym.

W programach regionalnych audycje **służące zwalczaniu patologii społecznych** zajęły łącznie 1363,3 godziny. Średnio w ciągu dnia nadawano ok. 19 minut tych audycji. Oddział terenowy w Krakowie, w którym miały one największy udział przeznaczył na te audycje tylko 2% rocznego programu. W pozostałych programach audycje te miały udział poniżej tego poziomu. W paśmie wspólnym programów regionalnych nadawane były dwa cykle audycji poświęconych tej problematyce (*To jest temat* i *Psychiatria bez lęku*). Każdy z oddziałów terenowych nadawał również własne audycje, w których pokazywano najczęstsze patologie społeczne. Audycje zakwalifikowane do tej kategorii przez nadawcę poświęcone były przede wszystkim zwalczaniu skutków patologii (magazyny policyjne), w mniejszym stopniu przyczynom ich powstawania i sposobom przeciwdziałania im.

Audycje służące **umacnianiu rodziny i służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych** miały bardzo zbliżony udział w programie. Audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych zajęły łącznie 686,7 godzin w programach regionalnych. Średnio na każdy z 12 programów regionalnych przypadło ok. 10 minut takich audycji dziennie. Ich udział procentowy w poszczególnych programach regionalnych był niewielki i w większości z nich nie przekraczał jednego procenta. W paśmie wspólnym programów regionalnych nadawane były trzy cykliczne audycje *Babie lato* (o popularyzacji zdrowego trybu życia), *Bywaj zdrow* (o najczęściej występujących chorobach i ich leczeniu) i *Psychiatria bez lęku* (audycja poświęcono zdrowiu psychicznemu). W paśmie lokalnym każdy z oddziałów terenowych nadawał przynajmniej jedną audycję o tematyce zdrowotnej. Większość emitowanych audycji dotyczyła sposobów radzenia sobie z konkretnymi chorobami, dostarczała podstawowej wiedzy o ich objawach a w nieznacznym stopniu kształtowała postawy prozdrowotne.

Audycje służące umacnianiu rodziny zajęły łącznie 678,2 godzin w 12 programach regionalnych. Najwięcej czasu na te audycje przeznaczył OTV Wrocław – 2,2%, Najmniej tych audycji było w programach OTV Gdańsk – 0,2% i OTV Poznań – 0,3%. Te audycje,

które zostały przez nadawcę zakwalifikowane do tej kategorii podejmowały wprowadzić tematy związane z rodziną, ale ich celem głównym nie było umacnianie rodziny.

Kolejna grupa audycji, które służyły realizacji misji nadawcy publicznego to audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych.

6. Audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych w programach oddziałów terenowych telewizji publicznej w 2001 roku

Oddziały terenowe	Audycje w języku narodowym		Audycje w języku polskim		Ogółem	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	52,9	0,8	46,2	0,7	99,1	1,5
OTV Bydgoszcz	9,5	0,1	23,1	0,4	32,6	0,5
OTV Gdańsk	13,3	0,2	70,3	1	83,6	1,3
OTV Katowice	21,5	0,3	35,1	0,5	56,6	0,8
OTV Kraków	9,5	0,1	51,4	0,8	60,9	0,9
OTV Lublin	14,5	0,2	33,4	0,5	47,9	0,7
OTV Łódź	9,5	0,1	26,1	0,4	35,6	0,5
OTV Poznań	9,5	0,1	23,1	0,4	32,6	0,5
OTV Rzeszów	13,5	0,2	31,1	0,5	44,6	0,7
OTV Szczecin	9,5	0,1	23,1	0,4	32,6	0,5
OTV Warszawa	13,4	0,2	28,4	0,4	41,8	0,6
OTV Wrocław	9,5	0,1	28,9	0,5	38,4	0,6

W 2001 roku oddziały terenowe nadały łącznie 606,3 godzin audycji adresowanych do mniejszości narodowych, co stanowi 0,8% programów regionalnych. Spośród wszystkich zakwalifikowanych do tej kategorii audycji ustawowy obowiązek realizowały głównie te, które były tworzone w językach narodowych. Była to audycja *Telenowyny* adresowana do mniejszości ukraińskiej i realizowana w języku tej mniejszości. Produkował ją i rozpowszechniał w paśmie lokalnym oddział terenowy w Warszawie. Audycja ta była również rozpowszechniana w paśmie wspólnym wszystkich programów regionalnych. Czas emisji tej audycji w każdym z programów wyniósł 9,5 godziny. Własne audycje adresowane do mniejszości narodowych, które można zakwalifikować do tej kategorii audycji produkowały również oddziały terenowe w Białymstoku („Sami o sobie”- dla Białorusinów, Ukraińców, Litwinów, Rosjan i Tatarów; „Sąsiedzi” - dla Białorusinów), Gdańsku („*Rodno ziemia*”- dla Kaszubów), Katowicach („*Schlesien Wochenschau*” i „*Schlesien Journal*”- obie audycje dla mniejszości niemieckiej), Krakowie („*U siebie*” – dla Ukraińców, Łemków, Słowaków, Ormian i Romów), Lublinie i Rzeszowie („*Na wschodniej ścianie*”- audycja produkowana wspólnie przez te oddziały i poświęcona mniejszości ukraińskiej, litewskiej i białoruskiej). Na audycje tworzone w językach narodowych przeznaczono 186 godzin, zaś na audycje w języku polskim ponad dwa razy więcej czasu (420,2 godz.).

Pozostałe audycje nadawane w pasmach lokalnych programów regionalnych, które, według nadawcy, uwzględniały potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych były audycjami przybliżającymi kulturę i religię mniejszości narodowych. Również w paśmie wspólnym programów regionalnych była nadawana podobna prezentująca problemy środowisk mniejszości narodowych cykliczna audycja pt. *U siebie*. Jej łączny czas trwania w

ciągu roku w każdym z 12 programów regionalnych wyniósł 23,1 godziny. Omawiano w niej problemy Serbów, angielskich Romów, Białorusinów, Ukraińców i wielu innych narodowości. Audycja realizowana była w języku polskim.

7. Respektowanie przepisów ustawy o radiofonii i telewizji w programach nadawców telewizyjnych i radiowych (art. 15 i 15a u.r.t.)

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

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

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

KRRiT przeprowadziła analizę sprawozdań rocznych z wypełniania przez nadawców artykułu art.15, 15a w programach nadawanych w 2001 roku.

**Realizacja art. 15 ust. 1 i 4 oraz 15 a ust. 1 i 2 urt w 4 kwartałach 2001 roku
w programach ogólnokrajowych i TV Polonia TVP S.A.**

Rodzaje audycji	Program 1				Program 2			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%				%			
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim	48	44	46	47	51	50	53	46
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	46	41	38	45	48	44	43	37
Audycje wytworzone przez producentów europejskich	60	56	55	59	60	60	64	60
Audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych	12	11	24	22	10	10	29	29

Rodzaje audycji	TV Polonia			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%			
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim	81	81	81	83
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie	59	60	57	63
Audycje wytworzone przez producentów europejskich	84	85	85	86
Audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych	28	32	16	17

Udziały audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, w tym wyprodukowanych w okresie 3 lat przed ich rozpowszechnianiem w programie oraz audycji wytworzonych przez producentów europejskich i przez europejskich producentów niezależnych we wszystkich kwartałach 2001 roku w obu programach ogólnokrajowych i programie satelitarnym TV Polonia rozpowszechnianych przez Telewizję Polską S.A. były zgodne z obowiązującymi przepisami ustawy.

**Realizacja art. 15 ust. 2 i 3 urt. w 4 kwartałach 2001 roku
w programach ogólnokrajowych i TV Polonia TVP S.A.**

Okres emisji	Utwory muzyczne związane z kulturą polską			Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim		
	Program I	Program II	TV Polonia	Program I	Program II	TV Polonia
	%	%	%	%	%	%
Styczeń	61	56	87	89	85	97
Luty	60	57	88	90	86	97
Marzec	60	58	85	90	86	96
Kwiecień	60	61	86	91	87	95
Maj	59	62	86	89	86	94
Czerwiec	62	61	88	91	87	96
Lipiec	61	59	89	90	81	89
Sierpień	62	65	87	87	73	94
Wrzesień	60	58	83	87	83	83
Październik	63	58	86	88	81	89
Listopad	63	58	84	87	80	88
Grudzień	60	58	85	87	80	85

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

**Realizacja art. 15 ust. 1 oraz 15 a ust. 2 urt w 4 kwartałach 2001 roku
w programach regionalnych TVP S.A.**

Nazwa oddziału	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%	%	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	51,1	53,9	46,9	47,4	43,1	45,2	38,1	38,5
OTV Bydgoszcz	51	54	47	48	26	30	38,1	37,2
OTV Gdańsk	56,8	57,1	53	54	41,8	45,3	36,8	42,8
OTV Katowice	50,3	51,9	43,8	44,2	26,8	29,3	22,8	25,5
OTV Kraków	56,3	58,6	52	51,7	47	48,6	41,2	43,6
OTV Lublin	54,2	55,3	47,2	48,2	50,2	44,5	22	41,3
OTV Łódź	51,7	54,3	45,5	45,1	37,2	41,4	30,4	35,5
OTV Poznań	57,6	59,5	53,1	46,4	49,5	51,8	44,8	38,1
OTV Rzeszów	53,5	47,8	49,2	46,6	28,9	31,8	30,1	43
OTV Szczecin	60,1	73,2	54,8	42,8	46,6	48,5	40,6	32,5
OTV Warszawa	49,5	52,4	45,5	45,2	42,4	44	34,3	37,8
OTV Wrocław	56,7	53,2	47,3	46,2	25,9	28,1	41,5	37,7

W programach regionalnych nadawanych w czterech kwartałach 2001 roku udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim był zgodny z ustawą i wynosił średnio kilkanaście punktów procentowych więcej niż wymagane 30% minimum. Również wszystkie oddziały terenowe w programach regionalnych przeznaczyły więcej niż wymagane 10% kwartalnego czasu nadawania na emisję audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, które zostały wyprodukowane w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem.

**Realizacja art. 15 ust. 4 oraz 15 a ust. 1 urt w 4 kwartałach 2001 roku
w programach regionalnych TVP S.A.**

Nazwa oddziału	Audycje producentów europejskich				Audycje europejskich producentów niezależnych			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. II	kw. IV
	%	%	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	69,4	70	62,9	64,7	9,3	8,6	9,5	11,3
OTV Bydgoszcz	68,6	69,1	63	69	11,3	9,4	10	10,2
OTV Gdańsk	68,2	67,7	70,3	71,8	9,3	8,3	10,9	10,6
OTV Katowice	65,8	67,4	60,5	62,3	10,3	9,3	10	12,5
OTV Kraków	67,9	68,6	67,9	68,7	8,5	7,4	7,8	10,5
OTV Lublin	69,7	70,2	64,7	67,3	10,3	9	10	13,2
OTV Łódź	69,7	69,9	61,8	62,5	10,8	10	9,9	12,8
OTV Poznań	66,2	66,4	68,6	61,7	11	9,6	10,5	12,2
OTV Rzeszów	65,7	69	66	67,7	10,2	9,2	16,8	16
OTV Szczecin	66,4	66,4	54,8	60,7	10,1	9	17,9	22,3
OTV Warszawa	67,4	68,1	61,5	62,3	11,7	10,6	10,1	14,7
OTV Wrocław	67,2	68,4	63,1	63,1	9,8	8,3	8,5	12,5

Wszystkie oddziały wypełniły obowiązek wynikający z art. 15.4, przeznaczając ponad połowę kwartalnego czasu nadawania programu (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów) na audycje wytworzone przez producentów europejskich.

W pierwszym kwartale obowiązku przeznaczenia 10% czasu nadawania na audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych nie wykonały oddziały terenowe w Białymstoku, Gdańsku, Krakowie i Wrocławiu, w drugim kwartale obowiązek ten zrealizowały tylko oddziały w Warszawie i Łodzi, w trzecim kwartale oddziały w Białymstoku, Krakowie, Łodzi i Wrocławiu, natomiast w czwartym kwartale wszystkie oddziały terenowe wywiązały się z tego ustawowego obowiązku.

Realizacja art. 15 ust. 3 urt w 2001 roku w programach regionalnych TVP S.A.

Nazwa oddziału	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską					
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec
	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	49,3	50,5	46,5	52,3	49,6	60,7
OTV Bydgoszcz	49,3	50,5	46,5	52,3	49,6	60,7
OTV Gdańsk	50,2	56,5	50	46,8	43,1	55,6
OTV Katowice	48,2	36,8	39,7	51,5	50,5	52
OTV Kraków	43,7	59,9	56	60,1	54,6	74,2
OTV Lublin	38,5	37,2	34,2	41,9	43,3	47,6
OTV Łódź	43,5	44,4	31,7	45	41,7	54,9
OTV Poznań	49,1	35,7	42,7	48,2	45,9	46,9
OTV Rzeszów	35,6	38,5	40,1	73,7	61,5	74,9
OTV Szczecin	48,1	36,1	38,9	37,5	22,1	27,5
OTV Warszawa	47,1	47,3	39	49,1	45,9	51,5
OTV Wrocław	73	75,8	67,5	74,3	65,1	78,5

Nazwa oddziału	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską					
	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	40	58,2	49,1	58,4	69,9	58,5
OTV Bydgoszcz	40	58,2	49,1	59	56,6	54,8
OTV Gdańsk	39	55,1	61,3	50,2	58	56
OTV Katowice	42,2	62	56,5	47,8	60,6	69,7
OTV Kraków	57,1	76,2	85,2	81,9	83,5	81,7
OTV Lublin	40	48,4	49,7	31,6	52,4	46,4
OTV Łódź	41,7	60,1	68,7	33,2	37,2	34,1
OTV Poznań	41,4	51,1	54,4	46,6	42,5	40
OTV Rzeszów	63,7	75,6	81,2	81,7	79,7	81
OTV Szczecin	29,9	43,7	38,7	28,8	39,6	43,1
OTV Warszawa	45,2	49,2	54,8	52,5	56,3	50,4
OTV Wrocław	44,2	61,1	63,1	57,6	64,2	67,4

W czasie nadawania utworów muzycznych w programach regionalnych udział utworów związanych z kulturą polską w poszczególnych miesiącach 2001 roku był większy niż tego wymaga ustawa. Wyjątkiem był program regionalny nadawany przez oddział terenowy w Szczecinie. W programie tym w maju, czerwcu i październiku czas nadawania tych utworów był krótszy niż ustawowe minimum, czyli 30% tego czasu.

Realizacja art. 15 ust. 2 urt w 2001 roku w programach regionalnych TVP S.A.

Nazwa oddziału	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim					
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec
	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	37,2	28,5	40	27,5	31,4	23,7
OTV Bydgoszcz	46	34	41,8	30	30,7	30
OTV Gdańsk	38	32	30	48	48,5	50,7
OTV Katowice	31,1	35,6	35,6	29,9	31,1	25,8
OTV Kraków	43,7	41,8	63,7	44,7	39,1	49,6
OTV Lublin	48,2	44	51,1	41,7	40,3	37,5
OTV Łódź	39,1	31,1	38,6	26,8	41,1	34,5
OTV Poznań	43,2	45,2	47,5	45,4	58,6	53
OTV Rzeszów	35,6	38,5	40,1	49,2	52,9	56,6
OTV Szczecin	45,1	39,3	36,8	35	41,5	32,3
OTV Warszawa	50,6	36,4	28	36	53,3	42,8
OTV Wrocław	61	59,1	46,1	41,5	48,5	72,4

Nazwa oddziału	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim					
	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
	%	%	%	%	%	%
OTV Białystok	23,5	37,5	34,1	37,5	36,7	37,4
OTV Bydgoszcz	30,7	43,1	62,4	68	79	63
OTV Gdańsk	50,2	57,3	52,6	54,9	56,5	56
OTV Katowice	28,1	37,5	44,3	25,6	30	44,1
OTV Kraków	48,4	65,2	73,8	72,9	63,5	66,1
OTV Lublin	30,1	36,5	37,3	48,4	36,9	37,6
OTV Łódź	39,7	66,6	58,7	48,9	53,1	69,4

OTV Poznań	43,6	53,7	69,3	54,6	40,9	34,8
OTV Rzeszów	51,3	59,2	61,7	72	55,2	38,2
OTV Szczecin	15,3	20,1	14,5	30	33,3	40,6
OTV Warszawa	51,4	63,5	49,5	38,6	45,9	52
OTV Wrocław	32,2	60,3	26,3	36,1	31	44,1

W programach regionalnych nadawanych przez oddziały terenowe w Białymstoku (w lutym, kwietniu, czerwcu i lipcu), w Katowicach (w kwietniu, czerwcu, lipcu i październiku), w Szczecinie (w lipcu, sierpniu i wrześniu), w Łodzi (w kwietniu), w Warszawie (w marcu) i we Wrocławiu (we wrześniu) udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w łącznym miesięcznym czasie nadawania wszystkich utworów słowno-muzycznych był niższy niż ustawowe minimum czyli 30%. W pozostałych miesiącach wyżej wymienione oddziały terenowe przeznaczyły na emisję tych utworów ilość czasu większą lub równą ustawowemu minimum. Żaden z pozostałych oddziałów nie uchybił temu ustawowemu obowiązkowi.

**Realizacja art. 15 ust.1 i 15a ust. 2 urt w 2001 roku
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem			
	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
	%	%	%	%	%	%	%	%
Niepokalanów PULS	31,6	24	22	19	0	0	0	0
Polsat	41	41,3	40,1	43	25,5	30,6	33	35,1
TVN	37,7	37,5	43,4	42,9	37,5	37,4	43,3	42,5
TV4			42,8	32,3	34	38,1	41,6	32,2

W programie telewizji Niepokalanów Puls jedynie w pierwszym kwartale 2001 roku udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim był zgodny z ustawą, zaś w pozostałych trzech kwartałach był on niższy od ustawowego minimum. Telewizje Polsat i TVN w czterech kwartałach ubiegłego roku w swoich programach na te audycje przeznaczyły więcej czasu niż wymagane 30%. Natomiast telewizja TV 4 w pierwszych dwóch kwartałach ubiegłego roku w ogóle nie nadała takich audycji, a w pozostałych dwóch przeznaczyła na nie więcej czasu niż wymaga tego ustawa.

Telewizja Niepokalanów Puls w żadnym z czterech kwartałów 2001 roku nie wywiązała się także z obowiązku przeznaczenia 10% kwartalnego czasu nadawania na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem. Natomiast telewizje Polsat, TVN i TV4 przeznaczyły na te audycje większą niż wymagana w ustawie ilość czasu.

**Realizacja art. 15 ust.4 i 15a ust. 1 ukt w 2001 roku
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (naziemnych)**

Programy koncesjonowane	Audycje producentów europejskich				Audycje producentów europejskich niezależnych			
	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
	%	%	%	%	%	%	%	%
Niepokalanów PULS	46	45	47	34	47	40	46	32
Polsat	55,8	52,3	50	57,1	15,2	17,8	19,3	25,7
TVN	48,4	45,8	45,9	46,3	22,5	20,9	18	19,4
TV4	50	50	50,6	50,6	10	10	36,4	28,9

Telewizje Polsat i TV4 w swoich programach w czterech kwartałach 2001 roku przeznaczyły na audycje producentów europejskich zgodną z ustawą ilość czasu. Natomiast telewizje Niepokalanów i TVN przeznaczały na te audycje w każdym z kwartałów nieco mniej czasu niż wynosi ustawowe minimum. Z kolei audycje wytworzone przez europejskich producentów niezależnych we wszystkich omawianych w tym miejscu telewizjach zajęły równą z ustawowym minimum ilość czasu albo znacznie je przekroczyły (Niepokalanów Puls).

**Realizacja art. 15 ust. 1 i 4 i 15a ust. 1 i 2 ukt w 2001 roku
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjo- nowane	Audycje w języku polskim				Audycje w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnieniem				Audycje producentów europejskich				Audycje producentów europejskich niezależnych			
	I kw. %	II kw. %	III kw. %	IV kw. %	I kw. %	II kw. %	III kw. %	IV kw. %	I kw. %	II kw. %	III kw. %	IV kw. %	I kw. %	II kw. %	III kw. %	IV kw. %
Canal +	19	18	19	19	12	13	13	13	38	37	38	30	30	30	31	22
Canal+ Niebieski	18	45	14	15	12	43	10	10	33	54	28	22	28	51	23	16
Canal+ Żółty	20	52	16	18	10	49	10	11	36	91	34	33	29	58	26	24
Ale Kino	18	20	17	17	3	4	3	3	50	56	54	49	47	52	51	46
MiniMax	18	20	21	32	7	6	9	19	82	79	84	72	75	71	73	47
Polsat 2 (wraz z wersjami programo- wymi)	57	39	29	29	45	30	20	20	63	46	32	32	51	34	22	23
Telewizja Niepokala- nów II	-	-	53	51	-	-	32	31	-	-	95	94	-	46	56	-

Permanentne trudności z wypełnieniem ustawowych wymogów dotyczących udziału audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim miał nadawca programów CANAL+, CANAL+ Niebieski i CANAL+ Żółty (oprócz drugiego kwartału), ALE KINO i MINIMAX (oprócz czwartego kwartału). Są to programy o dużej zawartości filmu fabularnego (a jeden z nich – Ale Kino jest wyspecjalizowany – filmowy) i o niewielkim udziale audycji produkcji własnej. Powyżej, a w III i IV kwartale na pograniczu wypełnienia zobowiązań w tym zakresie był POLSAT 2, przy czym dane statystyczne POLSAT 2 opracowane przez nadawcę globalnie dla 9 programów (Polsat 2, On, Ona, Info, Junior, Filmax, Komedia, Polsat Sport i Muzyczny Relax) nie oddają faktycznego obrazu tych poszczególnych programów. Z powodzeniem radził sobie nadawca programu religijnego Telewizja Niepokalanów II, który rozpoczął nadawanie swojego programu dopiero w drugiej połowie 2001 roku.

W przypadku audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie problemy były w filmowym ALE KINO i dziecięcym MINIMAX. Wymóg dotyczący udziału w kwartalnym czasie nadawania audycji wytworzonych przez producentów europejskich okazał się wykonalny przez większość nadawców, z wyjątkiem programów zawierających dużą dawkę transmisji sportowych, czyli CANAL+ i CANAL+ Niebieski. Nikt nie miał kłopotów z wypełnieniem pożądaných udziałów audycji wytworzonych przez europejskich producentów niezależnych.

**Realizacja art. 15 ust. 3 uort w 2001 roku
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane	Udział utworów muzycznych związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie emisji utworów muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
CANAL+	13	21	38	25	27	5	13	8	0	0	0	0
CANAL+ Niebieski	0	25	38	29	29	32	24	7	12	16	4	1
CANAL+ Żółty	1	0	26	27	42	18	6	0	0	0	0	0
Polsat 2 (wraz z wersjami programowymi)	36	37	54	57	51	52	47	46	41	41	37	35
Telewizja Niepokalanów II	-	-	-	-	-	-	-	7	21	13	9	14

**Realizacja art. 15 ust. 2 uort w 2001 roku
przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych (satelitarnych)**

Programy koncesjonowane	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w miesięcznym czasie emisji utworów słowno-muzycznych (%)											
	styczeń	luty	marzec	kwiecień	maj	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień	październik	listopad	grudzień
CANAL+	13	21	38	25	27	5	13	8	0	0	0	0
CANAL+ Niebieski	0	25	38	29	29	33	24	7	12	16	4	0
CANAL+ Żółty	1	0	26	27	42	18	6	0	0	0	0	0

Polsat 2 (wraz z wersjami programowymi)	36	37	54	57	51	52	47	46	41	41	37	35
Telewizja Niepokalanów II								59	39	57	68	87

W trzech wyspecjalizowanych programach: ALE KINO, MINIMAX i TVN 24 nie nadawano w omawianym okresie w ogóle utworów muzycznych, ani utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Nie zdołano, z nielicznymi wyjątkami, zrealizować miesięcznych udziałów tych utworów w grupie programów CANAL+. W Telewizji Niepokalanów II - poniżej ustawowej normy był udział utworów muzycznych, natomiast zdecydowanie powyżej – udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. W wersjach programowych POLSAT 2 obserwujemy systematyczną tendencję do spadku udziału utworów wykonywanych w języku polskim lub związanych z kulturą polską w miesięcznym czasie emisji utworów muzycznych i słowno-muzycznych.

8. Wybrane koncesjonowane telewizyjne programy satelitarne

Wśród wskazanych niżej siedmiu programów, cztery miały charakter wyspecjalizowany: TVN 24 – informacyjny, Telewizja Niepokalanów II – religijny, Ale Kino – filmowy i MiniMax – dla dzieci. Dwa programy: TVN 24 i Telewizja Niepokalanów II rozpoczęły nadawanie w omawianym roku sprawozdawczym. Odbiór pięciu programów: Ale Kino, MiniMax, Canal+, Canal+ Niebieski i Canal+ Żółty wymagał dekodera.

1. Program informacyjny TVN 24 (pierwszy w Polsce) został uruchomiony w sierpniu 2001 roku. We wrześniu odniósł spektakularny sukces, nadając obszernie i jako pierwszy relacje z dramatycznych wydarzeń w Stanach Zjednoczonych. Nadawany przez 24 godziny, ma dynamiczny wewnętrzny rytm, narzucony przez emisję co pół godziny serwisów informacyjnych, uzupełnianych sukcesywnie o aktualne wydarzenia w kraju i na świecie. Szerszą perspektywę dla bieżących informacji stwarzały społeczno-polityczne audycje publicystyczne (rozmowy, wywiady), reportaże i magazyny aktualności. Serwisy sportowe wypełniały 7% wskazanego przez nadawcę czasu nadawania. W jednej czwartej był to program premierowy.

2. MINIMAX jest kodowanym programem adresowanym do dzieci i młodzieży. Roczny czas nadawania wyniósł: 6.566 godz. (18 godzin na dobę), w tym premiery zajęły 4% rocznego czasu nadawania. W 66% składał się z filmu fabularnego (prawie 12 godzin na dobę), głównie animowanego. W trzech czwartych były to utwory pochodzenia europejskiego (w tym 26% - polskie). Warstwę muzyczną programu tworzyły wideoklipy (nadawane średnio 2 godziny na dobę). W ciągu roku nadano 400 godzin krótkich filmów dokumentalnych, głównie o charakterze poznawczym. Pozostały czas był wypełniony grami komputerowymi oraz nadawaną codziennie własną audycją (*Podwieczorek u Mini i Maksa*).

3. Program ALE KINO (kodowany) jest programem wyspecjalizowanym – **filmowym**. Roczny czas nadawania wynosił 7.039 godzin (średnio 19 godzin na dobę), w tym 10% wypełniły pokazy premierowe. Składał się wyłącznie z pełnometrażowego filmu fabularnego i krótkiego metrażu (88%) oraz filmu dokumentalnego (8%), poświęconego tematyce filmowej (biografie, wywiady, zdjęcia z planów itp.). Pokazy premierowe nadawano w ramach stałych cykli: *Klasyczne Ale* (poniedziałki), *Ale Hit* (środy), *Mocne Ale* (czwartki), *Wytrawne Ale* (niedziela). Film fabularny był w ponad połowie (54%) pochodzenia

europejskiego (w tym 30% - polskiego). Program *Ale Kino!* został uznany w 2001 roku za najlepszy kanał filmowy w Europie i nagrodzony „satelitarnym Oscarem.”

4. **CANAL+** (program kodowany) był nadawany średnio 23 godziny na dobę. Premiery stanowiły 5% rocznego czasu nadawania. Program zbudowany był przede wszystkim z filmu fabularnego (80%), w większości kinowego. W ramach oferty filmowej proponowano każdego dnia co najmniej 6 pełnometrażowych filmów fabularnych, 2 godziny animacji (w tym również dla dorosłych) i 40 minut seriali fabularnych. Najczęściej (72% oferty filmowej) prezentowano obrazy produkcji amerykańskiej. Nieco powyżej ¼ propozycji filmowych miało rodowód europejski, w tym głównie polski, angielski i francuski. Codziennie prezentowano w tym programie, średnio w wymiarze ponad 1 godz., filmy dokumentalne oraz krótkometrażowe. Transmisje i magazyny o tematyce sportowej wypełniły 7% rocznego czasu nadawania (588 godz.). Słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe, muzyka rozrywkowa i publicystyka kulturalna stanowiły niewielki (nieco powyżej 2% rocznego czasu nadawania) fragment programu CANAL+. Jedenaście procent rocznego czasu nadawania przeznaczono w tym programie na audycje dla dzieci i młodzieży. Była to prawie w całości oferta filmowa, głównie filmy animowane.

5. **CANAL+ Niebieski** (kodowany) był emitowany średnio 20 godzin na dobę. Udział premier w rocznym czasie nadawania wynosił 39%. Trzon tego programu stanowiły filmy fabularne i dokumentalne (56% rocznego czasu nadawania) oraz sport (31%). Prezentowane rodzaje filmów fabularnych (pełnometrażowe kinowe, seriale, animacje, krótki metraż) oraz kraje pochodzenia były zbliżone do obrazu, który rysował się w CANAL+. To co wyróżniało ten program to właśnie duży udział audycji sportowych, które sprowadzały ten program w kierunku wyspecjalizowanego – sportowego. Dziennie nadawano średnio około 6 godzin transmisji polskich i zagranicznych rozgrywek sportowych, uzupełnianych magazynami o tematyce sportowej. Na ofertę rozrywkową w tym programie (9% rocznego czasu nadawania) złożyła się emisja reality show *Big Brother*. Niewielki, bo zaledwie 2% rocznego czasu nadawania, fragment programu CANAL+ Niebieski był adresowany do dzieci i młodzieży.

6. **CANAL+ Żółty** (kodowany) był nadawany średnio 18 godzin na dobę, z czego 34% czasu nadawania zajęły pokazy premierowe. Głównymi komponentami programu były: filmy fabularne i dokumentalne (78% rocznego czasu nadawania) oraz słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe (13%). Prezentowane rodzaje filmów fabularnych (pełnometrażowe kinowe, seriale, animacje, krótki metraż) oraz kraje pochodzenia tworzyły obraz zbliżony do wyżej wymienionych programów z rodziny CANAL+. Podobnie, jak w CANAL+ Niebieski nadawano także reality show *Big Brother*. Audycje dla dzieci i młodzieży wypełniły 7% rocznego czasu nadawania programu.

7. **Telewizja Niepokalanów II** (poprzednio Telewizja Niepokalanów) zaczęła nadawać swój program drogą satelitarną od 12 sierpnia 2001 roku. Program, nadawany średnio 10 godzin na dobę, ma charakter wyspecjalizowany – religijny. W połowie zbudowany był z filmu dokumentalnego, w tym z licznie prezentowanego reportażu (30% rocznego czasu nadawania) i audycji religijnych, głównie formacyjnych (20%). Pozostałe komponenty to: informacja i publicystyka (16%), film fabularny (14%), edukacja i poradnictwo (10%) oraz audycje rozrywkowe (3%). Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniły 9% całej oferty. Jeśli chodzi o kraje produkcji audycji prezentowanych w tym programie, to w 95% był to program europejski, a w połowie składał się z audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim.

Program satelitarny telewizji publicznej – TV Polonia

W 2001 roku zasięg rozpowszechniania programu tworzonego dla Polonii i Polaków za granicą nie powiększył się. Nadal był emitowany przez całą dobę, a jego roczny czas nadawania wyniósł 8721 godzin.

Strukturę gatunkową programu w rocznym czasie nadawania w latach 2000 – 2001 przedstawia poniższe zestawienie.

Rodzaj audycji	2000	2001
	w %	
Ogółem	100,0	100,0
Film	36,0	38,9
Publicystyka	18,1	16,7
Muzyka	x	11,3
w tym poważna	2,2	2,1
Informacja	11,0	10,7
Rozrywka	16,8 ¹⁾	6,3
Autopromocja ²⁾	4,0	4,7
Sport	3,6	3,5
Edukacja	3,3	3,2
Religia	2,7	2,2
Widowiska teatralne	2,2	1,9
Płatne elementy programu	0,1	0,6

1) Łącznie z muzyką rozrywkową.

2) Łącznie z zapowiedziami programowymi.

W 2001 roku udział filmów wyemitowanych w programie był o blisko 3 punkty procentowe większy niż w 2000 roku. Ponadto wzrósł nieco udział autopromocji (o 0,7%) i płatnych elementów programu (o 0,5%). Natomiast zmniejszył się udział pozostałych rodzajów audycji, w tym najbardziej audycji publicystycznych – o 1,4 punktu procentowego. W powyższym zestawieniu wyraźnie widoczna jest różnica w udziale audycji rozrywkowych w 2000 i 2001 roku, która w rzeczywistości jest dużo mniejsza. W sprawozdaniu programowym z 2000 roku do audycji rozrywkowych zaliczana była muzyka rozrywkowa, a w sprawozdaniu za 2001 rok została ona z tej kategorii audycji wydzielona. W 2001 roku udział audycji prezentujących muzykę rozrywkową wyniósł 9,2% a audycji rozrywkowych 6,3%. W sumie audycje rozrywkowe wraz z muzyką rozrywkową zajęły 15,5% programu czyli prawie tyle samo co dwa lata temu.

Podobnie jak w latach ubiegłych największy udział w rocznym czasie nadawania – ponad jedną trzecią programu - miał film. Na ofertę filmową składały się filmy fabularne (26,6%) i dokumentalne (12,2%). Fabularna oferta filmowa w 80,7 % była głównie produkcji polskiej i pochodziła z różnych lat, nie wyłączając okresu międzywojennego. Pozostały odsetek stanowiły filmy producentów zagranicznych, które nadawane były w ramach cyklu „Polonica”.

Wśród audycji publicystycznych największy udział w rocznym czasie nadawania - podobnie jak w 2000 roku - miały audycje o tematyce kulturalnej (7,6 %), społecznej (6,3 %) i politycznej (2,5 %). Tematyka międzynarodowa wypełniła 0,2 % rocznego czasu nadawania, a ekonomiczna – 0,1 %.

Największy udział w rocznym czasie nadawania wśród audycji rozrywkowych miały widowiska estradowe – 2,8 % oraz kabarety i audycje satyryczne – 1,6 %. Pozostałe, jak benefisy, talk show i teleturnieje, wypełniły od 0,5 % do 0,7 % rocznego czasu.

TV Polonia transmitowała - analogicznie jak w roku 2000 – Mszę św. – co niedzielę z innej parafii. W 2000 roku było więcej o 0,4 punktu proc audycji religijnych, co wiązało się obchodami Roku Świętego.

W 2001 roku dla środowisk polonijnych zostało zrealizowanych specjalnie 452,6 godzin audycji tj. o 354,4 godziny mniej niż w 2000 roku. W ubiegłym roku oferta programowa dla widzów polonijnych była uboższa. TV Polonia nadawała następujące audycje adresowane dla środowisk polonijnych: *Wieści polonijne* – studyjny magazyn informacyjny o aktualnych wydarzeniach w środowiskach polonijnych, *Forum polonijne* – studyjna dyskusja przedstawicieli środowisk polonijnych i władz polskich o najistotniejszych problemach Polaków mieszkających poza krajem, *Przegląd prasy polonijnej*, *Porozmawiajmy* – rozmowa z telefonicznym udziałem widzów o problemach emigracyjnych, *Mówi się i Chrzęszcz brzmi w trzcinie* - poradniki językowe z telefonicznym udziałem widzów z kraju i zagranicy, *Uczymy się polskiego* – kurs nauki języka polskiego, *Skarbiec* – magazyn historyczno – kulturalny, *Gościńiec* – magazyn poświęcony kulturze i sztuce ludowej oraz okazjonalne reportaże polonijne i reportaże turystyczne z Polski.

Źródła pozyskiwania audycji i płatnych elementów programu przez TV Polonia przedstawia poniższe zestawienie.

Wyszczególnienie	2000	2001
	w %	
OGÓŁEM	100,0	100,0
TV Polonia	26,4	26,1
TVP 1	36,0	33,4
TVP 2	17,5	20,9
Programy regionalne	8,0	7,3
TAI	12,0	11,7
Biuro Reklamy	0,1	0,6

W 2001 roku w porównaniu z rokiem 2000 zmniejszył się o 1punkt procentowy udział audycji własnych lub zleczanych do realizacji przez TV Polonia. Zmniejszył się również udział audycji pozyskiwanych z TVP1. Zwiększył się natomiast udział audycji pozyskiwanych z TVP 2.

TV Polonia była w ubiegłym roku - podobnie jak i w latach poprzednich – współorganizatorem lub patronem medialnym między innymi Festiwalu Muzycznego w Łańcucie, II Zjazdu Polonii i Polaków z Zagranicy, XI Dni Paderewskiego - „Paderewski in memoriam”, Światowych Igrzysk Polonijnych, II Europejskich Dni Kultury Ludowej, 10-lecia Stowarzyszenia „Wspólnota Polska”, I Międzynarodowego Festiwalu Pieśni i Muzyki Ludowej Młodych oraz Prafiady Dzieci i Młodzieży.

Oferta pakietów cyfrowych

W 2001 roku zaczęły następować przegrupowania wśród nadawców pakietów cyfrowych. W drugiej połowie tego roku ogłoszono fuzję dwóch konkurencyjnych platform cyfrowych: CYFRY+ i WIZJI TV. Abonenci WIZJI TV odbierali jednakże dotychczasowy pakiet, pomniejszony w drugim kwartale 2001 o programy Wizja Jeden i na koniec roku –

Wizja Sport. W pierwszym kwartale bieżącego roku ma powstać ostateczny kształt nowej platformy cyfrowej. Niewielkie modyfikacje w zawartości pakietu cyfrowego wprowadzał POLSAT 2 CYFROWY.

- **CYFRA+**

W swoim pakiecie proponowała ponad 30 programów polskich i polskojęzycznych, 8 polskich programów radiowych oraz interaktywne gry i prognozy pogody. Udostępniała 2 programy telewizji publicznej, programy *TV Polonia*, *TVN* i *TVN 24*. Pięć udostępnianych programów był autorstwa nadawcy: *CANAL+*, *CANAL+ Niebieski*, *CANAL+ Żółty*, *MiniMax* i *Ale kino* oraz okazjonalnie program filmowy *TV FESTIWAL*. W polskiej wersji językowej dostępne były 2 kanały sportowe: *Eurosport* i *Eurosport News*. Inny program sportowy – *Formuła 1* – pokazywany był w multisygnale, czyli na siedmiu kanałach jednocześnie. Bogaty był wybór programów o charakterze dokumentalnym (w polskiej wersji językowej): *Planete* (dokument i reportaż poświęcony historii, przyrodzie, wynalazkom i światowym wydarzeniom), *Discovery Channel* (wydarzenia i osoby tworzące historię i kulturę), *Discovery Civilisation* (nowożytna cywilizacja), *Discovery Sci – Trek* (nauka) i *Discovery Travel & Adventure* (podróże). Programy hobbystyczne w tym pakiecie cyfrowym były reprezentowane przez nadawane w całości lub w części w języku polskim: *Seasons* (łowiectwo i wędkarstwo), *Marco Polo* (podróże), *Moteurs* (technika motoryzacyjna) i *Hyper* (4 godzinny program poświęcony grom komputerowym). Cztery programy miały charakter muzyczny. Były to: *VIVA Polska*, *MCM* (muzyka nowej generacji), *Muzzik* (muzyka klasyczna) i *Multimusic* (35 tematycznych programów audio w tym muzyka i piosenka polska, dostępnych na 4 odrębnych kanałach).

- **POLSAT 2 Cyfrowy**

W pakiecie otwartym Polsat 2 Cyfrowy można było odbierać wszystkie niekodowane programy dostępne z satelit Hot Bird i Astra, w tym programy polskie: *Polsat 1* i *2*, *TV4*, *TV Polonia*, *Polonia 1*, *RTL7*, *Super 1*, *Telewizja Niepokalanów Puls*, *Telewizja Niepokalanów II* i *TVN*. W skład płatnego pakietu podstawowego tej platformy wchodziły dodatkowo następujące programy: *Polsat 2* wraz z jego wersjami programowymi (*On*, *Ona*, *Info*, *Junior*, *Filmax*, *Komedia*, *Polsat Sport* i *Muzyczny Relaks*), *Animal Planet*, *Reality TV* i *Discovery* wraz z *Civilisation*, *Sci – Trek* i *Travel & Adventure*. Pod koniec roku uruchomiono płatny kanał dodatkowy *Playboy TV*, nadawany z Wielkiej Brytanii. Posiadacze cyfrowego dekodera Polsatu mogli korzystać, po wniesieniu dodatkowych opłat, z usług *Teleuniwersytetu* oraz portalu *ITV*, zawierającego zakupy, ogłoszenia, nieruchomości, lotto, bank, turystykę, pogodę i wirtualną przychodnię.

- **Wizja TV**

W 2001 roku w pakiecie cyfrowym Wizja TV dostępne były 4 programy sportowe (*Eurosport*, *Eurosport - News*, *Extreme Sports Channel* i Polskiej Telewizji Cyfrowej *Wizja TV – Wizja Sport*), 5 programów filmowych (*HBO*, *TCM*, *Romantica*, *Wizja Le Cinema*, *Hallmark*), 5 programów muzycznych (*MTV Polska*, *MTV2* – program dla entuzjastów rocka i muzyki alternatywnej, *MTV Base* – poświęcony muzyce hip-hop, *VH1* i *VH Classic*), 5 programów o charakterze dokumentalnym (*National Geographic*, *Travel*, *Discovery Channel*, *Animal Planet*, *Reality TV*), 2 programy dla dzieci (*Fox Kids* i *Cartoon Network*), program *Wizja Jeden* (nadawany do kwietnia), adresowany do kobiet program *Club*, a do mężczyzn – *Avante* oraz program filmowo – rozrywkowy – *E!*. Z polskich programów telewizyjnych udostępniano *TVN*, *Polsat*, *Polsat 2* i *TV4*, a z radiowych – trzy programy radia publicznego, *Radio Zet*, *Radio Flash*, *Radio WaWa*, *Radio Wa-Ma*, *RMF FM* i *Radio Eska*.

B. Oferta programowa nadawców radiowych w 2001 roku

1. Polskie Radio S.A.

Polskie Radio S.A., podobnie jak w latach poprzednich, nadawało w 2001 roku cztery programy ogólnokrajowe: Program 1, 2, 3 i Radio BIS, oraz program dla zagranicy – Radio Polonia. Transmitowało także regularnie obrady Sejmu w ramach tzw. Studia Parlamentarnego, emitowanego na odrębnej częstotliwości 198 kHz.

Od 2001 roku Program 2 i Radia BIS emitowały program całodobowy, każdy z programów emitowany był na oddzielnych częstotliwościach.

Dla odbiorców w kraju Polskie Radio S.A. nadało w ubiegłym roku 46 460 godz. programu: w czterech programach ogólnokrajowych łącznie 35 040 godzin i 652 godziny bezpośrednich transmisji obrad Sejmu i relacji z obrad Senatu. Podane liczby nie uwzględniają równoległej emisji programów PR S.A. na dodatkowych częstotliwościach. (2 894 godziny retransmisji programu Radia BIS).

Radio Polonia - Program dla Zagranicy nadało w 2001 roku 10 968 godzin programu, z czego dwie trzecie, tj. 7 854 godzin (średnio 21,5 godz. na dobę) stanowił program premierowy, jedną trzecią (średnio 8,5 godz. na dobę) – powtórzenia i retransmisje audycji na innych częstotliwościach i w innych pasmach czasowych. Program był tworzony i nadawany w 10 językach: po polsku, po angielsku i w esperanto oraz w językach naszych sąsiadów: rosyjskim, ukraińskim, białoruskim, litewskim, czeskim, słowackim i niemieckim.

Łącznie w ramach pięciu programów i Studia Parlamentarnego Polskie Radio S.A. nadało w 2001 roku 46 460 godz. programu. Było to o 6 376 godzin więcej niż w roku 2000. Wzrost ten nastąpił przede wszystkim w Programie 2 i w Radiu BIS, na skutek rozdzielenia ich anten i podjęcia emisji w całodobowym wymiarze godzin.

W ramach struktur organizacyjnych Polskiego Radia S.A. działały ponadto w 2001 roku, podobnie jak w latach poprzednich, wyspecjalizowane komórki programowe zajmujące się tworzeniem audycji, materiałów i nagrań dla wszystkich programów Polskiego Radia, a także dla podmiotów zewnętrznych. Należą tu:

- Informacyjna Agencja Radiowa, przygotowująca informacje i materiały (tekstowe i dźwiękowe: relacje, wypowiedzi, korespondencje itd.) wykorzystywane przez wszystkie programy Polskiego Radia, a także przez rozgłośnie regionalne radia publicznego i media polonijne; IAR opracowuje ponadto gotowe serwisy informacyjne dla Programu 2, Programu 5 (Radio Polonia) i dla Radia BIS (w 2001 roku łącznie ok. 87 tys. informacji);
- Studio Reportażu i Dokumentu, tworzące audycje dla Programu 1, 3 i Radia BIS, nadawane także w rozgłoszeniach regionalnych (w 2001 roku łącznie 168 godz. reportażu i dokumentu),
- Teatr Polskiego Radia, nagrywający słuchowiska i spektakle Teatru PR we współpracy ze wszystkimi redakcjami literackimi PR, organizujący konkursy i przeglądy słuchowisk radiowych itp. (w 2001 roku 844 godz. nagrań audycji),
- Dyrekcja Nagrań Muzycznych i Koncertów PR, realizująca nagrania orkiestr i chóru Polskiego Radia, organizująca i nagrywająca koncerty w studiach koncertowych Polskiego Radia, rejestrująca konkursy, festiwale i koncerty muzyki poważnej i

rozrywkowej, realizująca eksperymentalne formy radiowe (w 2001 roku 682 godz. nagrań, w tym 614 nadanych w programach Polskiego Radia, pozostałe dla odbiorców zewnętrznych),

- Radiowe Centrum Kultury Ludowej, które tworzy i gromadzi nagrania dokumentujące polską kulturę ludową oraz folklor innych krajów i kultur i przygotowuje audycje dla Programów 1, 2 i Radia BIS (w 2001 roku 626 godz. audycji),
- Naczelna Redakcja Programów Katolickich, przygotowująca audycje religijne dla wszystkich programów ogólnokrajowych Polskiego Radia (w 2001 roku łącznie 287 godz. audycji),
- Archiwum Polskiego Radia, gromadzące zbiory najcenniejszych audycji. W 2001 roku zarchiwizowano ponad 11 160 godzin materiałów wytworzonych przez programy PR S.A.
- Redakcja Parlamentarna Radio Parlament została utworzona 1 września 2001 roku. Tworzyła audycje, które nadawane były w dni „sejmowe” przez 10 godzin dziennie w godz. 8.00 – 18.00 na fali długiej 198 kHz. Oprócz relacji z obrad sejmiku Radio Parlament tworzyło *Magazyn Radia Parlament* (były to materiały reporterskie z poprzedniego dnia obrad oraz rozmowy z parlamentarzystami) oraz *Studio parlamentarne* (w przerwach obrad: rozmowy z zaproszonymi ekspertami i dyskusje na bieżące tematy omawiane w Sejmie i komisjach). W 2001 roku Redakcja Parlamentarna zrealizowała łącznie 652 godziny audycji, w tym 593 godz. zajęły transmisje obrad sejmiku, a pozostały czas wypełniły wymienione wyżej audycje.
- Centrum Fonografii wydaje płyty zawierające muzyką poważną i rozrywkową oraz bajki dla dzieci. W 2001 roku wyprodukowano 40 płyt.
- Redakcja Internetowa została utworzona 1 kwietnia 2001 roku. Nowy serwis internetowy Polskiego Radia integruje treść tworzoną przez programy Polskiego Radia z materiałami wytworzonymi specjalnie dla internetu. Główne działy nowego serwisu to: nauka, społeczeństwo i polityka, kultura.

Polskie Radio utrzymywało też, podobnie jak w poprzednich latach, działalność trzech orkiestr radiowych: Narodowej Orkiestry Symfonicznej PR, Polskiej Orkiestry Radiowej w Warszawie i Orkiestry Kameralnej PR „Amadeus” w Poznaniu, oraz Chóru Polskiego Radia w Krakowie. Wzięły one w 2001 roku udział w licznych koncertach i festiwalach, kontynuowały także nagrania muzyki poważnej i rozrywkowej, na płytach i w postaci nagrań archiwalnych (w 2001 roku 49 godz. nagrań wyemitowanych w programach Polskiego Radia).

Program wytworzony i nadany w 2001 roku przez specjalistyczne komórki Polskiego Radia

Specjalistyczne redakcje PR S.A.	Program wytworzony i nadany w 2001 r.
Studio Reportażu i Dokumentu	168 godz.
Radiowe Centrum Kultury Ludowej	626 godz.
Naczelna Redakcja Programów Katolickich	287 godz.
Informacyjna Agencja Radiowa	ok. 87 tys. informacji
Teatr Polskiego Radia	844 godz.
Dyrekcja Nagrań Muzycznych i Koncertów	682 godz. (w tym 614 godz. nadanych na antenie)
Redakcja Parlamentarna Radio Parlament	652 godz.

W 2001 roku Polskie Radio S.A. poświęciło w swoich programach szczególną uwagę – przygotowując specjalne audycje, transmitując i relacjonując wydarzenia i uroczystości – następującym ważnym wydarzeniom politycznym, kulturalnym, religijnym, społecznym i sportowym:

- Wybory parlamentarne – łącznie 74 godziny audycji, z czego 40 godzin zajęły nieodpłatne audycje Komitetów Wyborczych (30 godzin dla komitetów wyborczych zgłaszającym kandydatów do Sejmu i 10 godzin – do Senatu; łącznie 582 audycje), a pozostałe 34 godziny wypełniły audycje własne PR S.A., przygotowane przez Program 1, 2, 3, Radio BIS i Polonia, poświęcone prezentacji kandydatów, wyjaśnieniu ordynacji wyborczej i zasad głosowania oraz omówieniu zasad demokracji i parlamentaryzmu.
- Zimowe Igrzyska Olimpijskie – Salt Lake City - łącznie 78 godz. audycji w Programach 1,3 i Bis: bezpośrednie transmisje, relacje, audycje (w tym konkursy) poświęcone olimpiadom zimowym oraz kronika poszczególnych dni olimpiady.
- Obchody dwudziestej rocznicy wprowadzenia stanu wojennego – łącznie 39 godzin audycji nadanych w Programach 1, 2, 3, i Bis (sluchowiska, reportaże, kronika stanu wojennego, debaty z udziałem przedstawicieli największych partii politycznych, ludzi kultury, transmisja wystąpienia Prezydenta RP w IPN, transmisja mszy św. Z Placu Solidarności w Gdańsku).
- Festiwale na antenie Polskiego Radia: Festiwal Europalia 2001 – łącznie 39 godzin nadanych w Programach 1,3, i Bis (krótkie relacje i korespondencje oraz wieczór literacki z udziałem artystów, pisarzy i intelektualistów); Festiwal twórczości Stanisława Wyspiańskiego (w Programie 2 nadano „Wesele”, audycję dokumentalną poświęconą twórcy, cykl przedstawiający jego sylwetkę, sluchowiska oraz konkursy); Festiwal twórczości Witolda Gombrowicza (w Programie 2: interpretacje dzieł twórcy, sluchowiska, cykl biograficzny, turniej literacki oraz przedstawienia teatralne); Festiwal twórczości Gabrieli Zapolskiej (w Programie 2: sluchowisko dokumentalne, listy autorki, jej pisma publicystyczne, anegdoty o niej oraz realizacje wybranych dramatów).
- Obchody 90 rocznicy urodzin Czesława Miłosza (Program 2: rozmowy z pisarzem, czytanie jego dzieł na antenie, zagadki literackie).
- Rok Ignacego Jana Paderewskiego – łącznie 19 godzin na antenie Programu 2 (audycje poświęcone życiu, twórczości, działalności politycznej Paderewskiego, sluchowisko biograficzne, pamiątki Paderewskiego).
- V Festiwal Muzyczny PR – Witold Lutosławski (prezentacja twórczości, 7 koncertów transmitowanych w Programie 2).
- XII Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego – łącznie 25 godzin transmisji w Programie 2.
- 100 – lecie Filharmonii w Warszawie – łącznie 56 godzin transmisji i retransmisji w Programie 2 koncertów z Filharmonii Narodowej.
- Polskie Radio zorganizowało w 2001 roku 103 koncerty w Studiu im. W. Lutosławskiego oraz 54 koncerty w studiu im. Agnieszki Osieckiej.

Oferta programowa 4 programów ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A.

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

Program 1, z dominantą publicystyki i informacji, ale zawierający zarazem wszystkie gatunki programowe, jest głównym kanałem informacyjnym Polskiego Radia.

Program 2, o profilu muzyczno-literackim, spełnia w założeniach nadawcy rolę programu artystycznego, prezentującego kulturę wysoką: muzykę poważną i wybitne dzieła literatury polskiej i światowej. Niemal nie nadaje reklam.

Program 3 ma charakter publicystyczno-muzyczno-informacyjny, ze stosunkowo dużym udziałem, w porównaniu z innymi programami Polskiego Radia, słownych i słowno-muzycznych audycji rozrywkowych.

Radio BIS ma profil edukacyjno-publicystyczny. Zgodnie ze swymi założeniami, obok audycji edukacyjnych i publicystycznych, nadaje także w dużym wymiarze audycje adresowane do dzieci i młodzieży. Niemal nie nadaje reklam.

W czterech programach ogólnokrajowych Polskie Radio S.A. nadało w 2001 roku łącznie 35 040 godzin audycji i innych przekazów. Udział różnych rodzajów (gatunków) audycji w poszczególnych programach i w łącznym czasie emisji programów ogólnokrajowych Polskiego Radia przedstawiono w tabeli poniżej.

Struktura gatunkowa ogólnokrajowych programów PR S.A. w 2001 roku.

Rodzaje audycji	Program 1	Program 2	Program 3	Radio BIS	W czterech programach PR S.A. łącznie	
	dane w odsetkach rocznej liczby godzin programu				liczba godz. emisji	%
Informacyjne	13,8	3,2	8	6,3	2744	7,8
Publicystyczne	32,5	15,3	24	10	7144	20,4
Edukacyjno-poradnicze	3,8	0	1,3	28,1	2912	8,3
Religijne	3,3	0,6	0,4	1,5	509	1,4
Literackie i formy udramatyzowane	2,5	7,7	0,3	2,7	1158	3,3
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	2,6	0,01	6,6	0,05	814	2,3
Sportowe	4,3	0	2,1	0	560	1,6
Audycje dla dzieci i młodzieży	1,8	0,5	1,5	17,2	1840	5,2
Audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych	0	0	0,1	0	11	0,03
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne (bez autopromocji i elementów płatnych)	64,6	27,3	44,3	66,5	17692	50,5

Muzyka w programie	31,7	66,6	54,1	33	16245	46,4
Autopromocja	1	0,8	0	1	247	0,7
Reklama	1,4	0,05	1,6	0,1	273	0,7
Inne płatne audycje	0,8	0	0	0	70	0,2
Inne	0,6	5,2	0	0,01	513	1,5
Liczba godzin nadanego programu (100%)	8 760	8 760	8 760	8 760	35 040	100%

Jak widać w tabeli, spośród słownych pozycji programu najwięcej czasu Polskie Radio jako całość poświęciło na publicystykę (ponad jedną piątą łącznego czasu emisji 4 programów), która dominowała zdecydowanie w Programach 1 i 3, i informację, zajmując ilościowo wysoką pozycję we wszystkich programach poza Programem 2.

Audycje edukacyjne i poradnicze zajęły ponad 8% łącznego czasu emisji czterech programów Polskiego Radia. Na średnią tęłożył się bardzo wysoki udział tej kategorii audycji w programie Radia BIS, w mniejszym stopniu - w Programie 1. Program 2 nie nadawał wcale, a Program 3 nadawał bardzo niewiele audycji edukacyjno-poradniczych.

Audycje literackie i formy udratyzowane zajęły ponad 3% łącznego czasu nadawania czterech programów Polskiego Radia. Audycje tej kategorii miały wysoki udział w Programie 2, w mniejszym stopniu obecne były w Programie Bis i Programie 1.

Audycje rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne) zajęły ponad 2% rocznego czasu emisji. Nadawał je przede wszystkim Program 3 oraz w mniejszym stopniu Program 1.

Audycje sportowe zajęły w łącznym czasie emisji czterech programów PR ponad 1,5%. Zajmowały najwięcej miejsca w Programie 1, nie nadawała ich natomiast w ogóle Dwójka i Radio BIS.

Audycje dla dzieci i młodzieży zajęły w łącznym czasie emisji czterech programów nieco powyżej 5 %. Podobnie jak w przypadku audycji edukacyjnych, udział ten „wypracowało” przede wszystkim Radio BIS (17,2% tego programu), w mniejszym stopniu Program 1 i 3. Program 2 nadawał znikomą liczbę tych audycji.

Muzyka zajęła w 2001 roku mniej niż połowę czasu łącznej emisji programów ogólnopolskich Polskiego Radia (46,4%). Na poszczególnych antenach udział muzyki był bardzo zróżnicowany. Niewiele czasu – nie więcej niż jedną trzecią programu - poświęciły na nią Program 1 i Radio BIS. W Programie 3 muzyka stanowiła natomiast ponad połowę programu, w muzyczno-literackim Programie 2 – ponad trzy czwarte.

Polskie Radio przeznaczało stosunkowo niewiele czasu antenowego na promocję i zapowiedzi własnych audycji. Jak widać w tabeli, udział autopromocji wynosił w poszczególnych programach od 0,8% do 1% czasu emisji.

Analiza udziału wymienionych rodzajów audycji na antenach Polskiego Radia w ciągu ostatnich 4 lat (1998-2001) pozwala określić rysujące się ogólne tendencje w kształtowaniu programu. Obrazuje to tabela poniżej.

Udział różnych rodzajów audycji w łącznym czasie emisji 4 programów Polskiego Radia w latach 1998 – 2001

Rodzaje audycji	1998 r.	1999 r.	2000 r.	2001 r.
	dane w odsetkach łącznego czasu emisji 4 programów danym roku			
Informacyjne	10,9	10,2	8,7	7,8
Publicystyczne	18,7	22,2	22,4	20,4
Edukacyjno-poradnicze	4,8	5,4	5,6	8,3
Religijne	1,8	2,1	1,8	1,4
Literackie i formy udratyzowane	3,4	3,0	3,0	3,3
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	2,5	2,5	2,7	2,3
Sportowe	1,4	1,4	2,9	1,6
Audycje dla dzieci i młodzieży	3,4	3,0	3,6	5,2
Muzyka w programie	50,6	47,6	46,9	46,4
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne (bez autopromocji i elementów płatnych)	47,2	49,5	50,6	50,5
Liczba godzin nadanego programu (=100%)	26 281	26 305	28 636	35040

Jak wynika z przedstawionych danych, w okresie ostatnich czterech lat systematycznie malał udział muzyki na antenach Polskiego Radia – z blisko 51% w łącznym czasie emisji czterech programów w 1998 roku do ponad 46% w roku 2001. Wzrósł natomiast udział słownej części programów. Tendencja ta wystąpiła najsilniej w Programie 1, ale widoczna była w większym lub mniejszym stopniu w ramach wszystkich programów.

W części słownej programów także wystąpiły pewne przesunięcia. Jak widać w tabeli, w 4 programach Polskiego Radia zmniejszył się łączny udział informacji (z 11% w roku 1998 do 7,8% w roku 2001), zwiększył natomiast udział publicystyki (z niespełna 19% w 1998 roku do 20,4% w roku 2001). Zmiany te dotyczą przede wszystkim Programu 1 (w którym udział informacji spadł w ciągu ostatnich 4 lat o 4 punkty procentowe, a udział publicystyki wzrósł o 9 punktów), w mniejszym stopniu także Programu 3 (spadek udziału informacji o 1 punkt, wzrost publicystyki o 3 punkty).

W ciągu ostatnich 4 lat udział audycji literackich i form udratyzowanych w programach Polskiego Radia – z wyjątkiem Programu 2 – był niewielki: od 0,3% w Programie 3 do 2,5% w Programie 1. W Programie 2 udział tej kategorii audycji był wyższy ale w ciągu ostatnich 4 lat systematycznie malał (od 12,6% w 1998 roku do 7,7% w 2001 roku).

Zwiększeniu uległ z kolei łączny udział w programach PR audycji edukacyjno-poradniczych – głównie w Radiu Bis (o 5 punktów procentowych w porównaniu z 2000 i o 8 punktów w porównaniu z rokiem 1998).

W 2001 roku zmalał udział audycji sportowych (1,6%) na antenie, w obu programach nadających te audycje, tj. w Programie 1 i 3. W roku 2000 udział tych audycji w programie był na poziomie blisko 3%. Miał on jednak wówczas charakter incydentalny, związany z odbywającymi się wielkimi wydarzeniami sportowymi (Olimpiada).

2. Rozgłośnie regionalne radia publicznego

Strukturę gatunkową programów nadanych w 2001 roku przez 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego przedstawia poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego	Rodzaje audycji										
	Informacja	Publicystyka	Muzyka	Edukacja i poradnictwo	Religia	Literackie i formy udramatyzowane	Rozrywka	Sport	Dla dzieci i młodzieży	Dla mniejszości narodowych	Płatne elementy programu
	odsetek rocznego czasu emisji										
Białystok	14	22	39	7,8	0,7	4,8	1,2	2	2	3	2,7
Bydgoszcz	17,8	22,7	39,8	7	0,3	4,1	1,7	3,1	1,6	0	1,5
Gdańsk	16	13	49,4	6,4	0,6	4,8	1,6	1	3	0,7	2,4
Katowice	15	8,4	49,3	12,6	1	3,9	1,5	3	5,5	0,5	2,3
Kielce	20,3	10,5	39,2	10,7	0,5	6	4,6	1	2,8	0,1	2,7
Koszalin	18,8	13,9	47,9	7	0,3	3,8	2	1,8	1,8	0,6	1
Kraków	17	6,9	56,8	4	0,1	2,9	2	2	5,3	0,6	1,6
Lublin	19,2	13,4	44,4	7,2	1,3	3,5	2	2,3	1,3	0,4	2
Łódź	13,9	9	55,7	6,7	0,4	2,3	1	4,2	3,7	0	1,3
Olsztyn	16	11	48,9	7,8	0,8	2,9	2,5	2,8	2,3	0,8	2,6
Opole	19,2	7,4	43	8,3	0,5	5	1	3,4	4,7	1,6	4,5
Poznań	19	5	51	6	0,3	4,4	1,6	2,8	5,4	0	3,8
Rzeszów	20,5	19,4	42	6,5	0,6	4,2	1,7	1,7	0,9	0,5	1,2
Szczecin	9,3	18,5	45,2	9	0,5	4	4,6	2,6	3	0,3	2
W-wa RDC	15	10	57,7	8	0,7	2	2,7	1	0,9	0	0,5
Wrocław	20,5	2	55,9	4,9	0	2,6	4,8	3,4	0,6	0,1	1,9
Zielona Góra	13,2	14,7	48	9,4	0,3	6,3	0,4	2,7	3	0	1,9
Średnio w siedemnastu rozgłosniach	16,7	12,3	47,9	7,6	0,5	3,9	2,2	2,4	2,5	0,8*	2,1

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

W 2001 roku, podobnie jak w roku poprzednim, w programach publicznych nadawców regionalnych obecne były wszystkie gatunki radiowe, choć w różnym wymiarze. Najwięcej było w nich muzyki, informacji i publicystyki, które zajęły łącznie średnio 78% rocznego czasu emisji. Wielkość ta jest analogiczna do poziomu osiągniętego w 2000 roku. Pozostałe nieco powyżej 20 % programu wypełniły przede wszystkim audycje edukacyjno-poradnicze, literackie i formy udramatyzowane, sport, rozrywka, oraz audycje adresowane do

dla dzieci i młodzieży. Nikły odsetek rocznego czasu emisji (por. tabela) przeznaczono na audycje religijne oraz dla mniejszości narodowych i grup etnicznych.

Analiza danych nadesłanych przez poszczególne rozgłośnie pokazuje, że choć od lat ich programy mają w większości taki sam profil, to jednak różnią się one pod względem proporcji trzech podstawowych gatunków (informacji, publicystyki i muzyki), jak też pod względem udziałów pozostałych rodzajów audycji w programie.

I tak choć w programach wszystkich rozgłośni dominuje muzyka, to jej udział był bardzo zróżnicowany: od 39% programu w rozgłośniach w Białymstoku, Bydgoszczy, Kielcach, do ponad połowy programu w rozgłośniach w Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Wrocławiu, i w Radiu dla Ciebie.

Równie zróżnicowany był udział informacji i publicystyki w tych programach.

Średni udział audycji informacyjnych wynosił 16,7%. Poniżej tego poziomu sytuowały się rozgłośnie w: Białymstoku, Katowicach, Łodzi, Szczecinie, Zielonej Górze i Radiu dla Ciebie. Zdecydowanie przekroczyły tę średnią rozgłośnie w: Bydgoszczy, Kielcach, Koszalinie, Lublinie, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie i Wrocławiu (17,8-20,5%).

Średni udział dla audycji publicystycznych w 17 rozgłośniach wynosił 12,3%. W przypadku tych audycji obserwuje się ogromną rozpiętość w udziale tej kategorii w programach: od poniżej 10% (Katowice, Kraków, Łódź, Opole, Poznań – Merkury, Wrocław) do powyżej 20% (Białystok, Bydgoszcz).

W przypadku 4 rozgłośni regionalnych na miejscu trzeciego dominującego rodzaju audycji zamiast publicystyki znalazła się edukacja i poradnictwo. Były to rozgłośnie w: Katowicach, Kielcach, i Wrocławiu.

Podobnie jak w roku 2000, wszystkie rozgłośnie regionalne przekroczyły w 2001 roku wymagany przez KRRiT minimalny udział w programie audycji edukacyjno-poradniczych wynoszący 3%. Wszystkie rozgłośnie przekroczyły ten próg, osiągając udział na poziomie 6-12,6%. Podobne tendencje rysowały się w 2000 roku. Wszystkie rozgłośnie zrealizowały też wymagany przez KRRiT minimalny udział audycji literackich i form udratyzowanych w programie, wynoszący 2%. Wśród nich 9 rozgłośni dwukrotnie lub ponad dwukrotnie przekroczyło ten próg (Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Kielce, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin i Zielona Góra). Trzeba zaznaczyć, że udział wymienionych kategorii audycji w programach rozgłośni systematycznie wzrasta, na skutek objęcia ich przez Krajową Radę specjalnymi preferencjami przy podziale środków z wpływów abonamentowych.

Rozgłośnie różnią się także udziałem audycji adresowanych do dzieci i młodzieży. Najwięcej czasu na antenie przeznaczyły na tę część oferty rozgłośnie w Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Opolu, Poznaniu, Szczecinie i Zielonej Górze (3–5,5%).

Audycje sportowe zajmowały relatywnie tyle samo czasu co audycje skierowane do dzieci i młodzieży. Średni udział tych audycji wynosił 2,4%. Powyżej tego poziomu sytuowały się rozgłośnie w Bydgoszczy, Katowicach, Łodzi, Opolu, Wrocławiu (3–4,2%).

Audycje rozrywkowe w programach 17 rozgłośni miały różny udział, od 1% (Łódź) do ponad 4% (Kielce, Szczecin, Wrocław).

W programach publicznych regionalnych nadawców radiowych w 2001 roku dominowały muzyka, informacja i publicystyka. W ciągu ostatnich czterech lat systematycznie wzrasta w programach 17 rozgłośni udział audycji edukacyjno-poradniczych oraz literackich i form udratyzowanych.

3. Respektowanie przez radiowych nadawców publicznych ustawy o radiofonii i telewizji

Realizacja zapisów ustawy dotyczących udziału w programach nadawców radiowych określonych kwot audycji i innych pozycji programu (art. 15 ust. 2)

Nadawcy radiowi zobowiązani są przez ustawę o radiofonii i telewizji do nadawania w programach określonych kwot, a mianowicie:

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

Krajowa Rada w odniesieniu do 2001 roku kontrolowała realizację treści przepisów art. 15 dotyczących obligatoryjnych kwot programowych w programach publicznych nadawców radiowych. Wyniki kontroli przedstawiono poniżej.

Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w miesięcznym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programie

Analiza danych sprawozdawczych nadawcy wykazała, że niemal wszyscy radiowi nadawcy publiczni wypełniają omawiany przepis ustawy. Nie realizują go jedynie rozgłośnia regionalna w Krakowie oraz Polskie Radio S.A. w Programie 2. Spośród programów PR S.A. najwyższy udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim odnotowano w ubiegłym roku w Programie 1 (w kolejnych miesiącach od 48 do 59 procent). Natomiast wśród rozgłośni regionalnych najwyższy udział tych utworów miało Radio Białystok (61-68%), Radio Rzeszów (45-51%), Radio Kielce (43-48%) oraz Radio Wrocław (41-48%).

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

W wyniku kontroli realizacji przez nadawców przywołanego przepisu KRRiT stwierdziła, że w programach ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A. wymagany udział omawianych utworów muzycznych realizowany jest bez zarzutu na czterech antenach i

wynosił w Programie 1- średnio 52%, Programie 2 - średnio 40%, w Programie 3 – średnio 47%, i w Radiu BIS – średnio 31%.

Spośród rozgłośni regionalnych większość (11) realizowało w 2001 roku omawiany przepis ustawy – w wysokości od 31 do 90 procent czasu emisji utworów muzycznych w programie. W sześciu rozgłosniach w niektórych miesiącach roku udział omawianych utworów muzycznych był niższy od wymaganego w ustawie (Radio Kraków, Radio Lublin, Radio Opole, Radio Szczecin, Radio dla Ciebie - Warszawa, Radio Wrocław).

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

Z uzyskanych danych wynika, że wszyscy radiowi nadawcy publiczni wypełniają omawiany wymóg ustawy. Udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie (z uwzględnieniem wyłączeń ustawowych) wynosił w poszczególnych programach rozgłośni regionalnych radia publicznego i w programach ogólnokrajowych Polskiego Radia S.A. w kolejnych kwartałach 2001 roku od 76% do 94%. Przywołany przepis ustawy określa minimalny udział tych audycji jako 10% kwartalnego czasu nadawania programu.

Należy dodać, że łatwość, z jaką nadawcy radiowi (nie tylko publiczni, ale i koncesjonowani) realizują i znacznie przekraczają wymagany w ustawie udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim wynika z faktu, że w programie radiowym w zasadzie 100% albo prawie 100% nadawanych audycji są to audycje wytworzone w języku polskim. Udział audycji wytworzonych w języku obcym i następnie adaptowanych w języku polskim (tłumaczonych) jest znikomy. Ponadto, z małymi wyjątkami większość programu radiowego jest obecnie nadawana „na żywo”, czyli spełnia przepis ustawy mówiący, że do wymaganej kwoty należy zaliczać audycje wytworzone w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie. Tak więc nawet po uwzględnieniu odliczeń ustawowych kwota audycji spełniających wymagane kryteria w programach radiowych nadal jest bardzo wysoka.

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

Polskie Radio S.A.

Analiza danych sprawozdawczych Polskiego Radia S.A. za 2001 rok wykazała, że zadania zawarte w art. 21 ust. 2 (pkt. 7, 7a, 8) realizowane były w Programie 1, 3 i Radiu Bis PR S.A. Audycje służące umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych zajęły w tych programach łącznie 3% rocznego czasu emisji, czyli przeciętnie ok. 19 godzin tygodniowo.

Różny był jednak godzinowy udział tych audycji w poszczególnych programach Polskiego Radia S.A. Najwięcej czasu antenowego na emisję tych audycji poświęcił Program 1. Zajęły one średnio 10,1 godziny w tygodniu (6% rocznego czasu nadawania). W Programie 3 nadawano średnio tygodniowo ponad 5 godzin tych audycji (3% rocznego czasu

nadawania), a w Radiu BIS nieco powyżej 4 godzin tygodniowo (2,9% rocznego czasu nadawania).

W 2001 roku Polskie Radio S.A. przeznaczyło najwięcej czasu na audycje kształtujące postawy prozdrowotne (średnio 1,3% rocznego czasu emisji), najmniej – na audycje ukazujące problemy patologii społecznych (średnio 0,6% rocznego czasu emisji). Omawiane zagadnienia podejmowano najczęściej, podobnie jak w poprzednim roku, w audycjach edukacyjno-poradniczych, publicystycznych, reportażach i magazynach. Często audycje przybierały formę rozmów ze słuchaczami.

Programy PR S.A.	Umacnianie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	l. godz.	%	
Program 1	187	2,1	231	2,6	108	1,2	526	6	10,1
Program 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Program 3	108	1,2	95	1	65	0,7	268	3	5,2
Radio BIS	98	1,1	118	1,3	37	0,4	253	2,9	4,9
Razem	393	1,1	444	1,3	210	0,6	1047	3	20,2

Kształtowaniu postaw prozdrowotnych poświęcono w trzech programach łącznie średnio 8,5 godz. w tygodniu. Audycje **służące umacnianiu rodziny** zajęły przeciętnie 7,5 godz. w tygodniu. Choć stosunkowo najmniej miejsca w trzech programach PR S.A. przeznaczono na audycje **służące zwalczaniu patologii społecznych** – średnio 4 godz. tygodniowo, to należy zauważyć, że w porównaniu z 2000 rokiem nastąpił wzrost liczby godzin (o 28 godz.) tych audycji w rocznym programie.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

W 2001 roku wszystkie rozgłośnie regionalne radia publicznego nadawały audycje służące umacnianiu rodziny, zwalczaniu patologii społecznych oraz niemalże wszystkie (nie nadawała rozgłosnia w Krakowie) audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych. 17 rozgłosni wziętych łącznie przeznaczyło na realizację tych zadań 4% rocznego czasu emisji, czyli przeciętnie 230 godzin tygodniowo. Stosunkowo najwięcej czasu poświęcono audycjom służącym umacnianiu rodziny (średnio 1,2% rocznego czasu emisji), najmniej – audycjom służącym zwalczaniu patologii społecznych (średnio 0,9% rocznego czasu emisji).

Najwięcej czasu na realizację trzech omawianych zadań przeznaczyły rozgłośnie w Kielcach (10,8% rocznego czasu emisji, średnio 18,2 godz. w tygodniu), w Białymstoku (ok.10% czasu emisji, średnio 16 godzin 40 minut w tygodniu), Olsztynie (8,5%, średnio 14 godz. w tygodniu), Rzeszowie (6,3% rocznego czasu emisji, średnio ponad 10 godzin w tygodniu), Szczecinie (5,6% rocznego czasu emisji, średnio 9,4 godz. w tygodniu), Opolu (5,9% rocznego czasu emisji, średnio 10 godzin w tygodniu). Najmniej czasu antenowego zajęły one natomiast w programie Radia Pomorza i Kujaw (Bydgoszcz), Radia Koszalin, Radia dla Ciebie, Radio Wrocław i Radia Kraków (nieco powyżej 1% rocznego programu, przeciętnie ponad 1 godz. w tygodniu) oraz Radia Lublin, Radia Gdańsk, Radia Merkury-Poznań, Radia Wrocław i Radia Gdańsk (od 1,8%- 2,4%, średnio ok. 3-4 godzin w tygodniu). Szczegółowe dane pokazuje poniższa tabela.

Rozgłoszenie regionalne PR S.A.	Umacnianie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	l.godz.	%	l.godz.	%	l.godz.	%	l.godz.	%	
Białystok	415	4,7	270	3	180	2,1	865	9,9	16,6
Bydgoszcz	52	0,6	68	0,8	10	0,1	130	1,5	2,5
Gdańsk	52	0,6	46	0,5	63	0,7	161	1,8	3
Katowice	75,2	0,9	148,8	1,7	66	0,8	290	3,3	5,6
Kielce	422	4,8	353	4	171	2	946	10,8	18,2
Koszalin	32	0,4	20	0,2	20,5	0,2	72,5	0,8	1,4
Kraków	93,1	1	0	0	6,3	0,07	99,4	1,1	1,9
Lublin	76	0,9	66	0,8	71	0,8	213	2,4	4
Łódź	158	1,8	73	0,8	45	0,5	276	3,2	5,3
Olsztyn	457	5,2	76	0,9	213	2,4	746	8,5	14,3
Opole	350	4	100	1,1	70	0,8	520	5,9	10
Poznań	100	1,1	42	0,5	14	0,2	156	1,8	3
Rzeszów	238	2,7	187	2,1	130	1,5	555	6,3	10,7
Szczecin	230	2,6	156	1,8	102	1,2	488	5,6	9,4
W-wa RDC	12,5	0,1	50	0,6	28	0,3	90,5	1	1,7
Wrocław	42	0,5	38	0,4	35	0,4	115	1,3	2,2
Zielona Góra	94,5	1	65,5	0,7	100,2	1,1	260,2	3	5
Razem	2899,3	1,9	1759,3	1,2	1325	0,9	5983,6	4	114,8

Audycje służące **umacnianiu rodziny** najwięcej czasu zajęły na antenie rozgłosni: olsztyńskiej, białostockiej i kieleckiej (średnio po 8 godz. w tygodniu) oraz rzeszowskiej, szczecińskiej i opolskiej (średnio 5 godz. w tygodniu). Najmniej czasu przeznaczono na nie w rozgłosniach: gdańskiej, bydgoskiej, koszalińskiej, krakowskiej i poznańskiej, (średnio ok. 1 godz. w tygodniu) oraz warszawskiej, lubelskiej i wrocławskiej (średnio 7,5 minuty w tygodniu).

Audycje kształtujące **postawy prozdrowotne** najczęściej nadawane były w programach rozgłosni kieleckiej (średnio ok. 7 godz. w tygodniu) i białostockiej (średnio 5 godz. w tygodniu). Niewiele ich emitowano w programach rozgłosni: w Gdańsku, Koszalinie, Poznaniu, Wrocławiu i Warszawie (średnio po 1 godz. i 40 min. w tygodniu), Lublinie, Łodzi, Olsztynie i Zielonej Górze (średnio po 1 godz. i 20 minut tygodniowo), a w Krakowie takich audycji w ogóle w 2001 roku nie nadawano.

Problemom **patologii społecznych** najwięcej czasu poświęcono w programach rozgłośni olsztyńskiej, białostockiej i kieleckiej (średnio 3 godz. 20 min. w tygodniu), najmniej czasu zajęły one w programach rozgłośni w Bydgoszczy i Poznaniu (średnio 12 minut w tygodniu).

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

Zgodnie z art. 21 ust. 2 pkt. 9 ustawy o radiofonii i telewizji nadawcy publiczni są zobowiązani „uwzględniać w nadawanych programach potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych”. Realizując ten punkt ustawy, nadawcy publiczni emitują odrębne audycje adresowane do tych środowisk.

Nadawcy koncesjonowani nie mają takiego obowiązku.

Audycje adresowane do mniejszości narodowych i grup etnicznych nadawane są przede wszystkim przez rozgłoszenie regionalne Polskiego Radia emitujące program na terenie zamieszkiwania tych środowisk. W minimalnym wymiarze obecne są także w programach ogólnopolskich Polskiego Radia S.A.

Programy ogólnopolskie Polskiego Radia S.A.

W 2001 roku Polskie Radio S.A. nadawało audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych, podobnie jak w roku 2000, tylko w Programie 3. Łącznie wyemitowano 11 godzin tych audycji. Ilustruje to poniższa tabela.

Programy PR S.A.	Audycje dla mniejszości narodowych i grup etnicznych					
	1999 r.		2000 r.		2001 r.	
	l. godzin	%	l. godzin	%	l. godzin	%
PR 1 PR S.A..	0	0	0	0	0	0
PR 2 PR S.A.	40	0,8	0	0	0	0
PR 3 PR S.A.	19	0,2	19	0,2	11	0,1
PR BIS *	0	0	0	0	0	0
Razem liczba godzin i średni odsetek	59	0,1	19	0,06	11	0,03

* W programie Radia BIS nadawane były jedynie nabożeństwa ekumeniczne, kwalifikowane jako audycje religijne, nie zaś jako audycje dla mniejszości narodowych.

Programy rozgłośni regionalnych radia publicznego

W programach nadawców regionalnych radia publicznego audycje adresowane do mniejszości narodowych mają od kilku lat ustabilizowane miejsce w programie. Audycje te nadaje 12 rozgłośni, emitujących programy w regionach, w których zamieszkuje mniejszości narodowe lub grupy etniczne.

W 2001 roku rozgłośnie te wyemitowały ogółem 964 godzin audycji skierowanych do mniejszości narodowych i grup etnicznych. Większość audycji emitowana była w językach narodowych i dialektach. Dane dla poszczególnych rozgłośni przedstawia poniższa tabela.

**Audycje dla mniejszości narodowych i grup etnicznych w 2001 roku
w programach rozgłośni regionalnych radia publicznego**

Rozgłośnia regionalna	Ogółem		w języku polskim		w językach narodowych		w tym:		
	l. godz.	%*	l. godz.	%*	l. godz.	%*	l. godz.	l. godz.	l. godz.
Białystok	295	3	9	0,1	286	3	182 biał.	52 ukr.	52 litew
Gdańsk	58	0,6	11	0,1	47	0,5	47 kaszub.	-	-
Katowice	48	0,5	24	0,25	24	0,25	24 niem.	-	-
Kielce	13	0,1	13	0,1	0	0	-	-	-
Koszalin	49	0,6	16	0,2	33	0,4	19 ukr.	14 kaszub	-
Kraków	53	0,6	53	0,6	0	0	-	-	-
Lublin	33	0,4	33	0,4	0	0	-	-	-
Olsztyn**	70+120	0,8	22	0,2	48+120	0,6	30+120 ukr.	18 niem.	-
Opole	144	1,6	80	0,9	64	0,7	64 niem.	-	-
Rzeszów	45	0,5	8	0,1	37	0,4	37 ukr.	-	-
Szczecin	29	0,3	29	0,3	0	0	-	-	-
Wrocław	7	0,1	7	0,1	0	0	-	-	-
SUMA godzin i średni odsetek	844+120	0,8 (+0,1)	305	0,3	539+120	0,5 (+0,1)			

* Odsetki w tabeli w stosunku do rocznej liczby godzin programu danej rozgłośni w 2001 roku

** Radio Olsztyn nadało 70 godz. audycji w programie regionalnym i 120 godz. programu (w języku ukraińskim) poprzez dodatkowy nadajnik w Miłkach (program rozszczepiony)

Jak widać w tabeli, w 2001 roku rozgłośnie regionalne nadały łącznie 964 godziny audycji dla mniejszości - dwukrotnie więcej w językach narodowych i dialektach (639 godzin w 5 językach lub dialektach) niż w języku polskim (305 godzin).

Spośród audycji w językach narodowych największą ilościowo grupę stanowiły audycje dla mniejszości ukraińskiej (258 godz.), emitowane przez 4 rozgłośnie: w Olsztynie, Koszalinie, Białymstoku i Rzeszowie, następnie audycje dla mniejszości białoruskiej (182 godz.), emitowane przez Radio Białystok, oraz audycje dla mniejszości niemieckiej (106 godz.), emitowane przez trzy rozgłośnie: w Opolu, Katowicach i Olsztynie. Audycje w dialekcie kaszubskim nadawały rozgłośnie w Gdańsku i Koszalinie (61 godz.), w języku litewskim (52 godz.) – Radio Białystok.

Zestawienie liczby godzin nadanych w poszczególnych językach lub dialektach przedstawiono poniżej.

Audycje w językach narodowych nadane przez rozgłośnie regionalne w 2001 roku

- 258 godz. – w języku ukraińskim
- 182 godz. – w języku białoruskim

- 106 godz. – w języku niemieckim
- 61 godz. – w dialekcie kaszubskim
- 52 godz. – w języku litewskim

Porównując udział poszczególnych rozgłośni w tworzeniu audycji adresowanych do mniejszości narodowych i grup etnicznych widać, że najwięcej takich audycji – podobnie jak audycji nadawanych w językach narodowych – nadało Radio Białystok. Emituje ono odrębne audycje dla trzech mniejszości zamieszkujących na obszarze nadawania programu Radia – białoruskiej, ukraińskiej i litewskiej. Oprócz audycji w językach narodowych (łącznie 286 godz.) rozgłośnia nadała także w ciągu roku kilka godzin audycji dla mniejszości w języku polskim (magazyn „Azyl”).

Duży wysiłek programowy w zakresie audycji dla mniejszości podejmuje także rozgłośnia w Olsztynie. Nadawała ona audycje w językach narodowych dla mniejszości ukraińskiej (190 godz., w tym 70 godz. w ramach programu regionalnego i 120 godz. poprzez dodatkowy nadajnik w Miłkach, za pomocą którego stacja rozszczepia program) i niemieckiej (18 godz.), a obok tego także audycje w języku polskim (22 godz.).

Na trzecim miejscu znalazło się Radio Opole, nadające audycje w języku narodowym dla mniejszości niemieckiej, a obok tego znaczną liczbę audycji w języku polskim.

Poza wymienionymi wyżej trzema rozgłośniami audycje dla mniejszości w językach narodowych lub dialektach nadawały jeszcze 4 stacje: Radio Gdańsk (w dialekcie kaszubskim), Rzeszów (po ukraińsku), Koszalin (w języku ukraińskim i dialekcie kaszubskim) oraz Katowice (w języku niemieckim). Stacje te nadawały także audycje dla mniejszości w języku polskim.

Pięć rozgłośni: Radio Kraków, Lublin, Szczecin, Kielce i Wrocław, nadawało audycje dla mniejszości wyłącznie w języku polskim (łącznie 135 godz.).

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

Ustawodawca zobowiązał nadawców publicznych do tworzenia i rozpowszechniania audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych.

Polskie Radio S.A.

Jedynym programem Polskiego Radia S.A., na którego antenie nadawano audycje tego rodzaju, było Radio BIS.

Audycje oświatowe wypełniły w Radiu BIS 29,5% czasu nadawania. Łącznie wyemitowano 2581 godz. tych audycji (przeciętnie ponad 49 godzin w tygodniu). Czas trwania tych audycji był zróżnicowany i wynosił od 2 min do 2 godz. 55 min (magazyny), z tym że przeważały audycje trwające od 10-15 do 60 min. Nadawano je ze stałą częstotliwością.

W ramach audycji oświatowych prezentowano różnorodne formy twórczości radiowej: słuchowiska, audycje poetyckie, rozmowy ze specjalistami, transmisje koncertów opatrzone komentarzem, konkursy edukacyjne, pogadanki, prozę czytana, dokumenty uzupełniane archiwalnymi materiałami dźwiękowymi, serwisy informacyjne. Na antenie Radia BIS emitowano także lekcje języków obcych oraz interdyscyplinarny magazyn z telefonicznym udziałem słuchaczy.

Tematyka audycji oświatowych dotyczyła bardzo szerokiego zakresu wiedzy. Popularyzowano wiedzę informatyczną i Internet. Przedstawiano najnowsze odkrycia z dziedziny nauki i techniki. Na antenie Radia BIS znalazły miejsce także audycje krajoznawcze oraz pozycje dotyczące dziejów świata (polityki, kultury, gospodarki, religii, obyczajów), historii Polski, historii muzyki europejskiej. Emitowano poza tym audycje poświęcone popularyzacji muzyki poważnej, sztuk plastycznych, filmu i teatru, Starego Testamentu i mitologii greckiej.

Audycje oświatowe adresowano do odbiorców reprezentujących wszystkie grupy wiekowe.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

Na 17 programów rozgłośni regionalnych radia publicznego, audycje oświatowe emitowało tylko 9 rozgłośni. Szczegółowy wykaz przedstawia tabela poniżej.

Rozgłośnie regionalne PR S.A.	Audycje oświatowe		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	liczba godz.	%	
Białystok	390	4,5	7,5
Bydgoszcz	7	0,08	0,1
Gdańsk	0	0	0
Katowice	0	0	0
Kielce	46	0,5	0,8
Koszalin	0	0	0
Kraków	0	0	0
Lublin	5	0,05	0,1
Łódź	167	1,9	3,2
Olsztyn	0	0	0
Opole	7	0,08	0,1
Poznań	30	0,3	0,6
Rzeszów	0	0	0
Szczecin	125	1,4	2,4
W-wa RDC	0	0	0
Wrocław	0	0	0
Zielona Góra	64,7	0,7	1,2

W roku ubiegłym tego rodzaju audycje tworzyło i rozpowszechniało zaledwie 6 rozgłośni. Audycje oświatowe najwięcej miejsca zajęły w programie rozgłośni białostockiej (4,5%, co dało 7,5 godz. tygodniowo), najmniej – w programie Radia Lublin (0,05%, czyli 0,1 godz. tygodniowo).

Audycje oświatowe adresowano do odbiorców reprezentujących wszystkie grupy wiekowe. W ramach audycji oświatowych prezentowano różnorodne formy twórczości radiowej: słuchowiska, audycje poetyckie, rozmowy ze specjalistami, pogadanki, proza czytana, także lekcje języków obcych.

Tematyka audycji oświatowych dotyczyła bardzo szerokiego zakresu wiedzy. Przedstawiano najnowsze osiągnięcia z dziedziny nauki i techniki. Na antenach znalazły miejsce także audycje edukacyjne poświęcone problematyce morskiej, historycznej, integracji Polski z Unią Europejską, ekologii, literaturze. Emitowano poza tym audycje poświęcone popularyzacji muzyki poważnej.

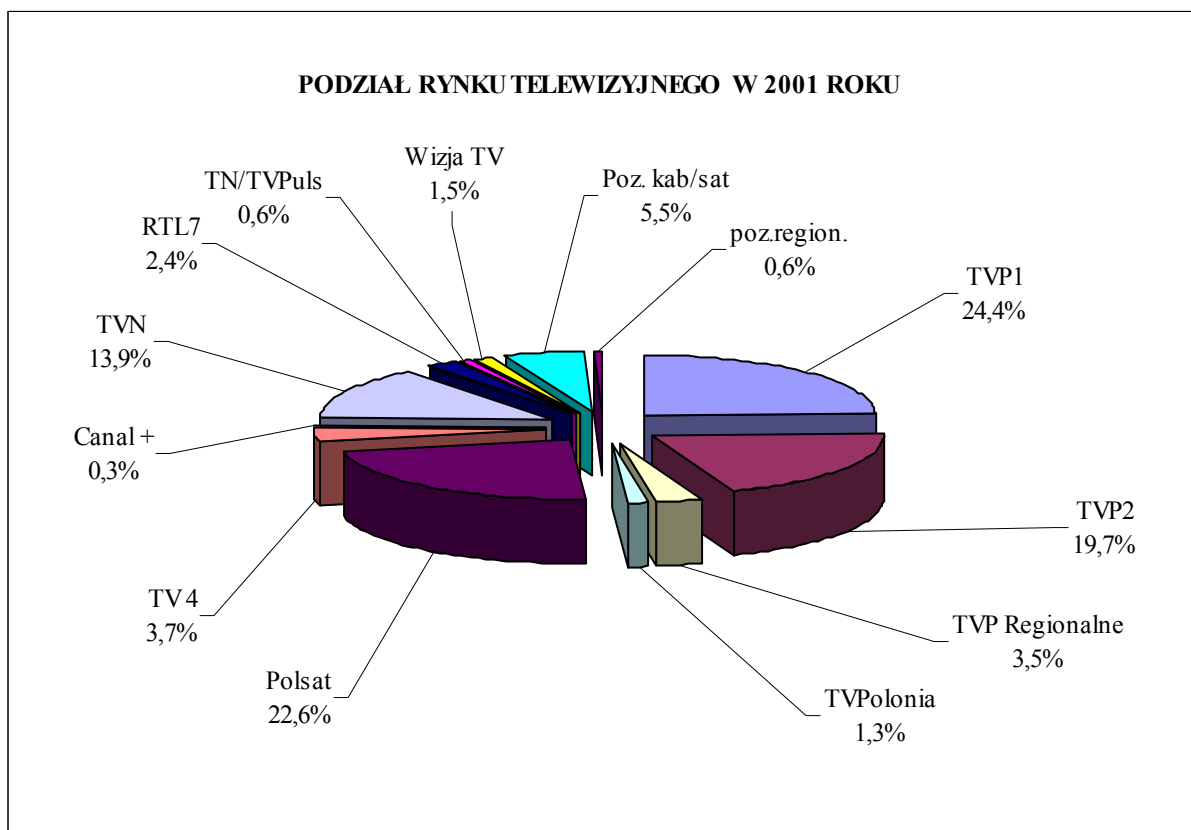
7. Widownia telewizyjna w Polsce w 2001 roku

Telewizja publiczna

Udział telewizji publicznej (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, Oddziały Terenowe TVP) w tzw. rynku telewizyjnym, czyli w łącznym czasie oglądania telewizji, wyniósł w 2001 roku 48,9 %. Do sektora publicznego należała więc w 2001 roku nadal blisko połowa rynku. Potwierdza to jego silną pozycję w minionym roku.

Analiza danych z ostatnich kilku lat pokazuje, że choć udział telewizji publicznej ogółem sukcesywnie zmniejsza się, to w ostatnich dwóch latach straciła ona znacznie mniej niż w okresie 1997 – 1999. W roku 1997 do telewizji publicznej należało 58% rynku, w 1998 – 55%, w 1999 – 51,1%, w 2000 - 49,2%, w 2001 – 48,9 %.

Spadek udziału w rynku w 2001 roku dotyczył tylko TVP 1. Zyskały natomiast Oddziały Terenowe TVP i TVP 2. Dotychczasowy udział utrzymała TV Polonia. W dalszej części przedstawiona zostanie sytuacja każdego z programów.



Opracowano na podstawie danych telemetrycznych AGB Polska

▪ TVP 1

Udział TVP 1 w rynku telewizyjnym w roku 2001 wyniósł **24,4 %** i zmniejszył się w stosunku do roku poprzedniego o 1,3 pkt. procentowego.

Udział programu TVP 1 w rynku maleje systematycznie od kilku lat. Podczas gdy w 1997 roku wynosił on blisko jedną trzecią, tj. **32 %**, w 1998 roku już o 2 punkty mniej – **30%**, w 1999 – **27,5%**, w 2000 roku – **25,7%**. Tak więc w ciągu ostatnich 4 lat udział ten zmniejszył się o 6 pkt. procentowych.

Zmniejszeniu uległ przede wszystkim średni czas oglądania programu TVP 1 przez widzów. W 2001 roku oglądało go średnio 62% populacji przez 90 minut dziennie, przed rokiem tyle samo osób, ale nieco dłużej, bo przez 92 minuty dziennie.

Miesiące zimowe - styczeń, luty, marzec, grudzień – cieszyły się najwyższą średnią miesięczną oglądalnością, na co miały wpływ między innymi transmisje przez TVP 1 mistrzostw świata w skokach narciarskich.

Należy zwrócić uwagę, że najwyższa oglądalność w skali miesiąca, jaką udało się uzyskać TVP 1 w 2001 roku, wyniosła 26,3 % (styczeń), podczas gdy w latach ubiegłych w pomyślnych miesiącach program uzyskiwał ponad 30 %.

Najpopularniejsze audycje TVP 1 w 2001 roku

Lp.	Audycje	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	STUDIO SPORT	17:47	17:50	18-02-01	28,7%
2.	WIADOMOŚCI	19:30	19:56	07-10-01	28,2%
3.	OGNIEM I MIECZEM /SER. POL./ CZĘŚĆ 1	20:23	21:13	14-04-01	27,6%
4.	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM LAHTI 2001	16:55	17:53	19-02-01	27,0%
5.	WIELKA GALA KLANU – IMIENINY U KRYSZTOFORY /PROG.ROZRYWKOWY/	20:11	21:16	13-03-01	26,4%
6.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH PLANICA	10:57	13:44	18-03-01	26,3%
7.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH OBERSDORF	13:53	14:55	04-03-01	25,8%
8.	TURNIEJ CZTERECH SKOCZNI OBERSDORF	13:39	15:51	30-12-01	25,3%
9.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH WILLINGEN	13:18	14:31	04-02-01	25,4%
10.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH TRONDHEIM	18:57	19:49	09-03-01	24,9%
11.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH NEUSTADT	13:43	15:47	02-12-01	24,5%
12.	KLAN /TELENOWELA POL./	17:36	17:58	17-01-01	24,5%
13.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH KUOPIO	17:22	19:01	24-11-01	23,8%
14.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH PREDAZZO	16:56	19:01	22-12-01	23,6%
15.	MAŁYSZOMANIA /REPORTAŻ/	12:20	12:23	18-03-01	23,5%

▪ TVP 2

Udział TVP 2 w rynku telewizyjnym w roku 2001 wyniósł 19,7%, co oznacza przyrost w stosunku do 2000 roku. Począwszy od roku 1999 udział TVP 2 systematycznie rośnie: w 1999 roku wynosił on 18%, w 2000 – 19,1 % w 2001 – 19,7 %.

Wzrósł zarówno zasięg programu. TVP 2, jak i wydłużył się czas oglądania. W 2001 roku audycje TVP 2 oglądało średnio 56,5 % populacji przez 80 minut dziennie. Rok wcześniej program ten oglądało średnio 55,1% populacji przez 76 minut dziennie.

Najpopularniejsze audycje TVP 2 w 2001 roku

Lp.	Audycje	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	NA DOBRE I NA ZŁE /SER.OBYCZ.POL./	16:06	16:54	02-12-01	27,60%
2.	ZŁOTOPOLSCY /TELENOWELA/	15:01	15:24	04-03-01	26,10%
3.	SZANSA NA SUKCES /PROG.MUZ-.ROZRYWKOWY/	15:02	15:56	11-11-01	22,90%
4.	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM LAHTI 2001	18:09	18:54	23-02-01	22,60%
5.	ELIMINACJE MISTRZOSTW ŚWIATA – MECZ PIŁKI NOŻNEJ POLSKA – NORWEGIA	17:38	19:49	01-09-01	21,90%
6.	ELIMINACJE MISTRZOSTW ŚWIATA – MECZ PIŁKI NOŻNEJ POLSKA – ARMENIA	18:49	20:58	28-03-01	21,50%
7.	ICH TROJE /KONCERT/	19:01	19:56	09-12-01	19,10%
8.	PÓŁ ŻARTEM PÓŁ SERIAL CZYLI ZŁOTOPOLSKIE REMANENTY /QUIZ /	15:30	16:21	14-01-01	19,20%
9.	FAMILIADA /TELETURNIJ/	14:33	14:55	22-04-01	19,10%
10.	ROZMOWA Z GOŚCMI W STUDIU	21:37	21:39	16-11-01	18,70%
11.	PIĘĆDZIESIĄTKA STAŚKA WIELANKA – KONCERT CZ. 1	15:35	16:28	11-02-01	17,80%
12.	STUDIO SPORT	18:39	18:43	01-09-01	17,60%
13.	SPOTKANIE Z BALLADĄ /PROG.ROZRYWKOWY/	19:55	20:49	11-11-01	17,00%
14.	KOCHAM CIĘ ŻYCIE / KONCERT /	15:39	16:34	22-04-01	17,00%
15.	PANORAMA	18:01	18:09	23-02-01	16,60%

Oddziały Terenowe TVP S.A.

W 2001 roku udział w rynku regionalnej telewizji publicznej (12 Oddziałów Terenowych TVP S.A. potraktowane łącznie) wyniósł 3,5%.

Na wynik ten miało wpływ przede wszystkim pasmo wspólne Oddziałów, którego udział wzrósł do 2,7% (w 2000 roku wynosił 2,1%). Program własny Oddziałów zajmował podobnie jak przed rokiem 0,8%.

Od kilku lat udział w rynku Oddziałów Terenowych TVP S.A. systematycznie spadał. W 1997 wynosił - 5,6%, w 1998 – 5%, w 1999 – 4,1%, w 2000 roku – 2,9%. Obecny wynik świadczy o zahamowaniu tej tendencji i jest zapewne skutkiem zmiany koncepcji programowej regionalnej telewizji publicznej.

Telewizje koncesjonowane

▪ POLSAT

W 2001 roku udział w rynku widowni naziemnej Telewizji Polsat wyniósł **22,6%**. Oznacza to znaczny – blisko o 3 pkt. procentowe - spadek w stosunku do sytuacji rok wcześniej: w 2000 roku do Telewizji Polsat należało **25,3%** rynku.

Program Polsatu oglądało w 2001 roku średnio 55,7% populacji przez 93 minuty dziennie. Rok wcześniej, w 2000 roku, oglądało go 56,2% populacji przez 99 minut dziennie. Zmalał więc zarówno zasięg programu, jak i czas jego oglądania przez widzów.

Udział Telewizji Polsat w rynku zaczął spadać począwszy od marca ubiegłego roku, co było związane z ekspansją programową TVN. W marcu TVN rozpoczęła emisję audycji pt. Big Brother z gatunku reality show.

Nawet w jesienno-zimowych miesiącach telewizyjnego sezonu, od kilku lat pomyślnych dla TV Polsat, nie udało się tej stacji zwiększyć udziału w rynku. W minionym roku na przykład w miesiącach październik – grudzień Polsat osiągał wyższy udział w widowni niż TVP 1 i był w tym czasie telewizją najchętniej oglądaną przez Polaków.

W 2001 roku najlepsze dla Polsatu były pierwsze miesiące roku: styczeń (25,2%) i luty (26%). Najniższe udziały miesięczne stacja odnotowała w sierpniu (20,6%) i grudniu (20,6%) ubiegłego roku.

Najpopularniejsze audycje telewizji POLSAT w 2001 roku

Lp.	Audycje		Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	TITANIC /FILM USA/		20:00	23:24	15-04-01	21,50%
2.	SWIAT WEDŁUG KIEPSKICH /SER.KOM.POL./		20:00	20:31	01-01-01	20,80%
3.	QUEST /FILM USA/	MEGA HIT	20:52	22:32	26-02-01	20,50%
4.	ŻYCIOWA SZANSA /TELETURNIEJ POL./		20:03	20:55	05-02-01	19,80%
5.	ZBUNTOWANY ANIOŁ /TELEN.ARGEN./		19:19	19:59	19-02-01	19,80%
6.	KEVIN SAM W NOWYM JORKU /FILM USA/		21:10	23:21	22-12-01	19,00%
7.	KEVIN SAM W DOMU /FILM USA/		21:15	23:08	15-12-01	18,40%
8.	ZERWANE WIĘZI /TALK SHOW/		20:06	20:50	28-01-01	18,30%
9.	NIEUCHWYTNY CEL /FILM USA/	MEGA HIT	21:03	22:55	19-11-01	18,20%
10.	RODZINA ZASTĘPCZA /SER POL/		20:30	20:59	20-02-01	18,20%
11.	MIODOWE LATA /SER.KOM.POL./		20:00	20:34	10-03-01	18,00%
12.	AKADEMIA POLICYJNA 6 /FILM KOM. USA/	MEGA HIT	21:29	23:00	26-03-01	18,00%
13.	ADAM I EWA /SER.POL./		20:03	20:30	17-01-01	17,90%
14.	BIAŁY KIEŁ /FILM PRZYG.USA/		12:23	14:11	21-01-01	17,80%
15.	KOCHAJ I RÓB CO CHCESZ /FILM POL./		20:32	22:11	01-01-01	17,50%

▪ TVN

W roku 2001 udział w rynku telewizji TVN wyniósł 13,9%. Jest to znaczący przyrost w stosunku do roku 2000, który zakończyła wynikiem 11,4%. 2001 rok był rokiem dalszego dynamicznego rozwoju tej stacji na polskim rynku. W 1998 roku (czyli pierwszym pełnym roku nadawania programu przez TVN, która rozpoczęła emisję pod koniec 1997 roku) udział TVN w rynku wynosił 6,4%.

TVN oglądało w 2001 roku 38% populacji średnio przez 86 minut dziennie, co oznacza, że zarówno zwiększył się zasięg programu, jak i wydłużył czas jego oglądania przez widzów. W 2000 roku TVN oglądało 33% populacji średnio przez 76 minut dziennie.

Wzrost widowni stacja uzyskała między innymi dzięki dużej popularności audycji Big Brother, której emisję rozpoczęła w marcu ubiegłego roku. Udział TVN w marcu 2001 roku wzrósł do 14% i oprócz miesięcy wakacyjnych – lipiec, sierpień – ani razu nie spadł poniżej tego poziomu. Mimo kontrowersyjnych ocen, jakie wywołała emisja audycji należącej do gatunku reality show, oglądalność jej finałowego wydania wyniosła 23,7%.

Najpopularniejsze audycje TVN w 2001 roku

Lp.	Audycje	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	BIG BROTHER – FINAL /PROG.ROZR./	22:39	23:28	17-06-01	23,70%
2.	EKSPEDYCJA /PROG.PRZYG.ROZR.POL./	22:07	22:37	17-06-01	20,90%
3.	BIG BROTHER – RING /TALK SHOW/	20:25	21:43	10-06-01	18,70%
4.	URZEKŁA MNIE TWOJA HISTORIA /TALK SHOW/	21:09	21:39	14-06-01	15,40%
5.	FAKTY	19:00	19:28	07-10-01	15,40%
6.	KILER-ÓW 2-ÓCH /KOM.POL/	20:47	23:01	02-11-01	14,60%
7.	BIG BROTHER /PROG.ROZR.POL./	20:03	20:51	04-06-01	14,60%
8.	POD NAPIĘCIEM /TALK SHOW/	21:45	22:14	29-04-01	12,90%
9.	KILER /KOMEDIA POL./	20:49	23:00	05-10-01	12,80%
10.	MILIONERZY /TELETURNIEJ/	20:51	21:41	21-05-01	12,60%
11.	NICO PONAD PRAWEM /SENS.USA/	20:45	22:45	14-12-01	12,00%
12.	SZUKAJĄC SPRAWIEDLIWOŚCI /FILM SENS.USA/	20:49	22:33	30-11-01	11,80%
13.	AKADEMIA POLICYJNA /KOMEDIA USA/	21:28	23:25	14-04-01	11,50%
14.	SPORT /SERWIS SPORT./	19:23	19:27	02-12-01	11,30%
15.	DZIEŃ ZAGŁADY /FILM USA/	20:50	23:09	23-11-01	11,20%

▪ TVN 24

W sierpniu 2001 roku TVN rozpoczęła emisję całodobowego programu informacyjnego pn. TVN 24. Na początku TVN 24 oglądało 1,1 % populacji (ponad 400 tys.) widzów średnio przez 20 min. dziennie. W kilka tygodni po starcie telewizja ta zmierzyła się z wyzwaniem, jakim było relacjonowanie ataku terrorystycznego na USA z 11 września 2001, a później jego politycznych, militarnych i społecznych następstw. Zainteresowanie informacjami na ten temat, jak również dostępność programu w sieciach kablowych i poprzez satelitę wpłynęły na wysoką oglądalność TVN 24 w tym okresie. W okresie od 11 września do 26 listopada ubiegłego roku informacje TVN 24 oglądało 3,1% populacji (ponad milion osób) średnio przez 46 minut dziennie. W grudniu po wycofaniu programu z niektórych sieci kablowych oglądalność spadła.

▪ TV 4

W roku 2001 udział w rynku telewizji TV 4 wyniósł 3,7%. Oznacza to przyrost w stosunku do roku ubiegłego, który zakończyła wynikiem 2,3%.

TV 4 oglądało w 2001 roku średnio ponad 21,8% populacji przez 39 minut dziennie. Rok wcześniej - 14% populacji średnio przez 26 min. dziennie. Zwiększył się więc znacznie zasięg, a także wydłużył się czas oglądania programu przez widzów.

Był to więc rok wzrostu udziałów i pozyskania widocznego miejsca na medialnym rynku przez TV 4, która rozpoczęła nadawanie programu pod tą nazwą w marcu 2000 roku w wyniku zmian organizacyjno-programowych i przekształceń Naszej Telewizji.

Najpopularniejsze audycje TV 4 w 2001 roku

Lp.	Audycje	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	ŚWIAT WEDŁUG KIEPSKICH /SER.KOM.POL./	21:33	22:05	17-01-01	6,70%
2.	PREDATOR /FILM USA/	21:33	23:35	15-02-01	4,90%
3.	WYBRANIEC ŚMIERCI /FILM USA/	20:04	21:44	11-10-01	4,90%
4.	AMAZONKI /PROG.ROZR.POL./	19:58	22:03	26-08-01	4,70%
5.	TERMINATOR 2 /FILM SF USA/	19:58	22:37	19-04-01	4,70%
6.	CZYM SĄ DWA ŚWIATY /PROG.WPROWADZAJĄCY POL./	21:17	21:19	07-03-01	4,60%
7.	SPORT /SERWIS SPORT./	21:25	21:29	17-01-01	4,70%
8.	AMERYKAŃSKI NINJA II /FILM USA/	21:36	23:16	25-01-01	4,60%
9.	ZARAZA /FILM USA/	21:44	23:26	31-01-01	4,60%
10.	ROCKY IV /FILM FAB USA/	19:57	21:44	20-12-01	4,50%
11.	POCIĄG ŚMIERCI DO DENVER /FILM THRIL.USA/	21:40	23:19	09-02-01	4,40%
12.	OSADZONY /FILM USA/	21:32	23:27	04-01-01	4,40%
13.	AMAZONKI /PROG.ROZR.POL./	20:00	21:29	12-08-01	4,30%
14.	WODNY ŚWIAT /FILM PRZYG.USA/	19:57	22:35	06-12-01	4,20%
15.	REKINY PODZIEMIA /FILM SENS.USA/	20:28	22:25	05-07-01	4,10%

▪ **TV Niepokalanów PULS**

W roku 2001 udział w rynku telewizji TV Niepokalanów PULS wyniósł 0,6%.

Telewizja Niepokalanów Puls próbuje znaleźć swoje miejsce na medialnym rynku formatując konsekwentnie swój program o charakterze społeczno-religijnym. Pod koniec ubiegłego roku (październik, listopad, grudzień 2001) jej udział w rynku wzrósł do 1,1%. Program tej telewizji oglądało w 2001 roku średnio 5,1% populacji przez 20 minut dziennie.

Najpopularniejsze audycje TV Niepokalanów PULS w 2001 roku

Lp.	Audycje	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR %
1.	NIEOCZEKIWANA ZMIANA MIEJSC /KOM.USA/	20:34	22:34	20-12-01	1,20%
2.	SYNOWIE KATE HELDER/WEST.USA/	16:01	18:07	29-12-01	1,20%
3.	GLINIARZ Z BEVERLY HILLS /FILM USA/	20:31	22:21	27-12-01	1,00%
4.	PIĄTKA U SEMKI /PROG.PUBL./	21:26	22:02	09-12-01	1,00%
5.	DZIESIĘĆ PRZYKAZAŃ /FILM HIST.USA/	11:00	13:10	26-12-01	0,90%
6.	GRIZZLY /HORROR USA/	21:28	23:01	05-12-01	0,80%
7.	WYDARZENIA /MAG.INFO./	20:00	20:20	30-12-01	0,80%
8.	SIMSALA, BAŚNIOWA KRAINA BRACI GRIMM /SER.ANIM./	16:05	16:29	05-12-01	0,80%
9.	CASPER I PRZYJACIELE /SER.ANIM.USA/	15:44	16:05	20-12-01	0,80%
10.	BILL COSBY SHOW /SER.KOM.USA/	18:31	18:58	04-12-01	0,70%
11.	DZIESIĘCIORO PRZYKAZAŃ /FILM USA/	16:03	18:14	25-12-01	0,70%
12.	LOT 174 /FILM KATASTR. USA./	21:24	23:01	10-12-01	0,70%
13.	SPORT /SERWIS SPORT./	20:24	20:28	11-12-01	0,70%
14.	KIM JEST TA DZIEWCZYNA /KOM.USA/	20:34	22:14	18-12-01	0,70%
15.	RÓŻOWY CADILAC /FILM SENS.USA/	21:27	23:36	12-12-01	0,60%

W roku 2001 zwiększyły widownię i udział w rynku programy TVN, TVP 2 oraz TV 4. Zwiększył się również udział w rynku Oddziałów Terenowych TVP S.A., dzięki większej oglądalności pasma wspólnego.

Zmniejszył się natomiast udział w rynku programu TVP 1 i Telewizji Polsat.

W 2001 roku telewizja publiczna oceniana łącznie utrzymała blisko połowę rynku.

Nie zmieniła się w stosunku do ubiegłego roku pozycja największych nadawców w rankingu pod względem udziału w rynku.

Program TVP 1 mimo strat nadal zajmował pierwsze miejsce. Na miejscu drugim, również mimo strat, utrzymała się Telewizja Polsat. Trzecia pozycja należała nadal do programu TVP 2, którego udział w rynku w minionym roku wzrósł. Czwarte miejsce w rankingu zajęła telewizja TVN, dla której był to rok dynamicznego rozwoju - przyrostu widowni i udziału w rynku. Do wymienionych wyżej czterech stacji, zajmujących czołowe miejsca, należało w 2001 roku 81% rynku.

Choć w 2001 roku ranking czołowych stacji wyglądał tak samo jak rok wcześniej, to inaczej kształtowały się dystanse pomiędzy nimi. Odległość pomiędzy zajmującym pierwsze miejsce programem TVP 1 a czwartą w rankingu stacją TVN znacząco się zmniejszyła.

Udział platform cyfrowych w rynku wyniósł w 2001 roku łącznie ok. 3% (Wizja - 1,5%, Cyfra + - 1,5%; brak danych na temat udziału w rynku platformy Polsat Cyfrowy).

Udziały w rynku w 2001 roku - średnie miesięczne							
Miesiące	TVP1	Polsat	TVP2	TVN	TV4	RTL7	TV Niepokalanów PULS
01/2001	26,3%	25,2%	19,2%	10,8%	3,8%	2,5%	0,0%
02/2001	24,6%	26,0%	19,9%	10,7%	4,1%	2,5%	0,0%
03/2001	25,1%	24,2%	18,3%	14,1%	3,5%	2,5%	0,2%
04/2001	23,5%	23,6%	18,8%	15,9%	3,5%	2,6%	0,4%
05/2001	22,5%	22,4%	19,1%	16,5%	3,7%	2,6%	0,5%
06/2001	23,6%	21,1%	20,0%	16,1%	3,1%	2,7%	0,6%
07/2001	24,0%	21,0%	21,2%	11,3%	5,1%	2,3%	0,6%
08/2001	25,0%	20,6%	21,8%	10,6%	5,0%	2,1%	0,6%
09/2001	24,2%	21,3%	19,1%	15,0%	3,4%	2,2%	0,9%
10/2001	23,0%	22,4%	18,9%	15,7%	3,5%	2,3%	1,0%
11/2001	23,7%	22,0%	20,0%	15,4%	3,4%	2,4%	1,1%
12/2001	25,8%	20,6%	20,7%	14,3%	3,3%	2,2%	1,1%
Średnio	24,4%	22,6%	19,7%	13,9%	3,7%	2,4%	0,6%

Do najpopularniejszych audycji minionego roku należały audycje nadawane przez telewizję publiczną - TVP 1 i TVP 2. W czołówce audycji o największej oglądalności znalazły się: Studio Sport, Wiadomości, transmisje Mistrzostw Świata w skokach narciarskich, a także najnowsza ekranizacja powieści Henryka Sienkiewicza „Ogniem i mieczem” oraz seriale i telenowele produkcji polskiej (Na dobre i na złe, Klan, Złotopolscy).

Wśród najpopularniejszych audycji znalazło się również finałowe wydanie Big Brother – audycji reality show nadawanej przez telewizję TVN.

Zabrakło natomiast na pierwszych miejscach rankingu filmów amerykańskich, superprodukcji, jakie oferowano widzom w latach ubiegłych, a którymi rywalizowały między sobą TVP1 i Telewizja Polsat. Oferta filmowa, jaką miał do dyspozycji widz w 2001 roku, była starsza, a w związku z tym mniej atrakcyjna. Stąd, jak się wydaje, brak amerykańskiej produkcji w czołówce najpopularniejszych audycji. Poza tym czołówkę zdominowały cieszące się wyjątkowo wysoką widownią transmisje skoków narciarskich z udziałem Adama Małysza i polskiej reprezentacji.

Najpopularniejsze audycje telewizyjne w 2001 roku we wszystkich programach łącznie

Lp.	Audycje	Data emisji	Program	AMR %
1.	STUDIO SPORT	18-02-01	TVP1	28,70%
2.	WIADOMOŚCI	07-10-01	TVP1	28,20%
3.	OGNIEM I MIECZEM /SER. POL./ CZĘŚĆ 1	14-04-01	TVP1	27,60%
4.	NA DOBRE I NA ZŁE /SER.OBYCZ.POL./	02-12-01	TVP2	27,60%
5.	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM LAHTI 2001	19-02-01	TVP1	27,00%
6.	WIELKA GALA KLANU – IMIENINY U KRYSZTOFORY /PROG.ROZR./	13-03-01	TVP1	26,40%
7.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH PLANICA	18-03-01	TVP1	26,30%
8.	ZŁOTOPOLSCY /TELENOWELA/	04-03-01	TVP2	26,10%
9.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH OBERSDORF	04-03-01	TVP1	25,80%
10.	TURNIEJ CZTERECH SKOCZNI OBERSDORF	30-12-01	TVP1	25,30%
11.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH WILLINGEN	04-02-01	TVP1	25,40%
12.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH TRONDHEIM	09-03-01	TVP1	24,90%
13.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH NEUSTADT	02-12-01	TVP1	24,50%
14.	KLAN /TELENOWELA POL./	17-01-01	TVP1	24,50%
15.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH KUOPIO	24-11-01	TVP1	23,80%
16.	BIG BROTHER – FINAL /PROG.ROZR./	17-06-01	TVN	23,70%
17.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH PREDAZZO	22-12-01	TVP1	23,60%
18.	MAŁYSZOMANIA /REP./	18-03-01	TVP1	23,50%
19.	OGNIEM I MIECZEM /SER. POL./	18-11-01	TVP1	23,50%
20.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH ENGELBERG	16-12-01	TVP1	23,10%
21.	TELEEXPRESS	24-11-01	TVP1	23,00%
22.	SZANSA NA SUKCES /PROG.MUZ.ROZR./	11-11-01	TVP2	22,90%
23.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH HOLMENKOLLEN	11-03-01	TVP1	22,70%
24.	OGNIEM I MIECZEM /SER. POL./ CZĘŚĆ 3	16-04-01	TVP1	22,60%
25.	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM LAHTI 2001	23-02-01	TVP2	22,60%

Wielkość widowni poszczególnych programów w kategoriach wieku

Najmłodszy widzowie, w wieku 4–15 lat, najwięcej czasu poświęcali na oglądanie Telewizji Polsat, następnie Programu 1 TVP. Widzowie tej grupy wiekowej stosunkowo dużo czasu spędzali również na oglądaniu programu TVN i TVP 2. Natomiast widzowie powyżej 16 roku życia preferują przede wszystkim program TVP 1, a następnie Telewizji Polsat i TVP 2.

Podział widowni między poszczególne programy w trzech kategoriach wiekowych

Program	4-15+	16+	Ogółem (4+)
TVP1	19,3%	25,1%	24,4%
TVP2	13,8%	20,5%	19,7%
Polsat	29,3%	21,7%	22,6%
TVN	14,7%	13,8%	13,9%
RTL7	3,5%	2,2%	2,4%
TN/TVPULS	0,5%	0,6%	0,6%
TV 4	3,8%	3,7%	3,7%

Najwyższe wskaźniki oglądalności wśród dzieci i młodzieży uzyskiwały filmy emitowane przez TVP 1 i Telewizję Polsat.

Największą popularnością w tej grupie wiekowej cieszyły pozycje adresowane specjalnie do dziecięcego odbiorcy; były to głównie filmy animowane nadawane przez telewizję publiczną (TVP1), m.in. filmy Disneya (Gumisie, Kaczor Donald), Pippi, Mapeciątka.

Równie chętnie dzieci oglądały telenowełe i seriale produkcji polskiej, emitowane przez TVP 1, TVP 2 i Telewizję Polsat (Na dobre i na złe, Rodzina zastępcza, Adam i Ewa).

Wśród najpopularniejszych audycji w tej grupie wieku znalazło się również finałowe wydanie audycji Big Brother w TVN.

Najpopularniejsze audycje telewizyjne 2001 roku wśród dzieci i młodzieży (4 – 15+ rok życia)

Lp.	Audycje	Program	Początek audycji	Koniec audycji	Data emisji	AMR	AMR %
1.	WALT DISNEY – GUMISIE /FILM ANIM.USA/	TVP1	19:00	19:23	07-01-01	1 780 685	26,40%
2.	KEVIN SAM W DOMU /FILM USA/	Polsat	21:15	23:08	15-12-01	1 770 024	27,20%
3.	WALT DISNEY – PRZYGODY MYSZKI MIKI I KACZORA DONALDA /SER.ANIM./	TVP1	19:02	19:24	11-02-01	1 698 221	25,20%
4.	KEVIN SAM W NOWYM JORKU /FILM USA/	Polsat	21:10	23:21	22-12-01	1 657 529	25,50%
5.	ZBUNTOWANY ANIOŁ /TELEN.ARGEN./	Polsat	19:21	20:03	21-03-01	1 571 582	24,20%
6.	POKEMON /SER.ANIM.JAP./	Polsat	15:05	15:28	16-02-01	1 532 230	22,70%
7.	RODZINA ZASTĘPCZA /SER.POL./	Polsat	20:32	21:00	06-02-01	1 499 214	22,20%
8.	BIAŁY KIEŁ /FILM PRZYG.USA/	Polsat	12:23	14:11	21-01-01	1 484 913	22,00%
9.	NA DOBRE I NA ZŁE /SER.OBYCZ.POL./	TVP2	16:35	17:24	11-02-01	1 384 184	20,50%
10.	MIODOWE ŁATA /SER.KOM.POL./	Polsat	20:00	20:34	10-03-01	1 377 013	21,20%
11.	TECZOWE RYBKİ /SER.ANIM.KAN./	TVP1	19:06	19:28	24-11-01	1 347 989	20,70%
12.	OGNIEM I MIECZEM /SER. POL./	TVP1	20:23	21:13	14-04-01	1 340 652	20,60%
13.	ADAM I EWA /SER.POL./	Polsat	20:01	20:29	07-02-01	1 338 331	19,80%
14.	CZAS NA MAPETY /SER.ANIM./	TVP1	19:11	19:13	03-12-01	1 327 774	20,40%
15.	ZŁOTOPOLSCY /TELENOWELA/	TVP2	15:01	15:24	04-03-01	1 326 130	20,40%
16.	GIGANCIKI /FILM USA/	Polsat	12:00	13:56	28-10-01	1 319 031	20,30%
17.	BAŚNIOWA KRAINA BRACI GRIMM /FILM ANIM./	TVP1	19:00	19:26	06-02-01	1 305 556	19,40%
18.	MAPECIĄTKA /SER.ANIM.DLA DZIECI USA/	TVP1	19:01	19:23	01-01-01	1 294 277	19,20%
19.	ŚWIAT WEDŁUG KIEPSKICH /SER.KOM.POL./	Polsat	20:00	20:31	01-01-01	1 288 150	19,10%
20.	SCENKI Z SUKIENKI /FILM ANIM/	TVP1	19:15	19:17	19-11-01	1 256 669	19,30%
21.	MAISY /FILM ANIM./	TVP1	19:13	19:23	03-12-01	1 248 999	19,20%

22.	PIPPY /SER.ANIM.DLA DZIECI/	TVP1	19:00	19:24	07-02-01	1 236 845	18,30%
23.	ICH TROJE /KONCERT/	TVP2	19:01	19:56	09-12-01	1 233 422	19,00%
24.	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH	TVP1	13:43	15:47	02-12-01	1 218 420	18,70%
25.	SŁONECZNA WŁÓCZNIA /SER.POL.NIEM./	TVP1	13:35	14:02	06-02-01	1 216 556	18,00%
26.	BIG BROTHER – FINAŁ /PROG.ROZR./	TVN	20:25	22:06	17-06-01	1 214 700	18,70%
27.	KLAN /TELENOWELA POL./	TVP1	17:34	17:58	15-01-01	1 208 630	17,90%
28.	MADELINE /FILM ANIM.DLA DZIECI/	TVP1	19:01	19:24	21-11-01	1 208 021	18,60%
29.	BOB BUDOWNICZY /SER.ANIM./	TVP1	19:01	19:11	03-12-01	1 205 820	18,60%
30.	MIS POLDEK /SER.ANIM./	TVP1	19:06	19:21	21-04-01	1 201 731	18,50%

III. SYTUACJA FINANSOWO – EKONOMICZNA NADAWCÓW PUBLICZNYCH

Na podstawie ustawy z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji od 1994 roku działa 19 nadawców publicznych: 18 spółek radiofonii publicznej oraz Telewizja Polska S.A.

Zgodnie z art. 31 ww. ustawy przychodami nadawców publicznych, z których finansowana jest ich działalność są wpływy pochodzące z:

- opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek za zwłokę w ich uiszczeniu, kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych,
- obrotu prawami do audycji,
- reklam i audycji sponsorowanych,
- innych źródeł.

Przychodami spółek publicznej radiofonii i telewizji mogą być również dotacje z budżetu państwa.

1. Przychody abonamentowe

W poszczególnych latach okresu 1994 - 2001 stosowany był następujący klucz podziału wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych) pomiędzy radiofonię i telewizję publiczną:

	Telewizja Polska S.A.	Radiofonia Publiczna
1994 rok	67%	33%
lata 1995 -1996	60%	40%
1997 rok	62%	38%
lata 1998 -2001	60%	40%

Radiofonia publiczna

Zmiana klucza podziału wpływów abonamentowych na rzecz radiofonii publicznej spowodowana była koniecznością rozbudowy i modernizacji posiadanej przez te spółki bazy techniczno-produkcyjnej.

Potrzeba ta wynikała z niedofinansowania obecnych spółek radiofonii publicznej w latach poprzednich, gdy funkcjonowały do połowy 1993 roku w ramach struktur Komitetu ds. Radia i Telewizji oraz państwowej jednostki organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja”.

W latach 1997—2001 dla spółek regionalnej radiofonii publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) przekazano środki wyodrębnione na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych o charakterze rozwojowym, odpowiednio: 1997 rok - 11,5%, 1998 rok - 20,4%, 1999 rok – 24,9%, 2000 rok – 7,4%, 2001 rok –3,0% środków ogółem.

W 1999 roku zakończono wyodrębnianie środków na finansowanie inwestycji rozwojowych związanych z budową lub rozbudową docelowej siedziby oraz modernizacją ciągów technologicznych. Z tego tytułu jedynie w przypadku Radia Koszalin S.A. przy określaniu na 2000 rok wpływów pozaabonamentowych na finansowanie inwestycji rozwojowych wydzielono kwotę w wysokości 385 tys. zł z przeznaczeniem na dokończenie finansowania budowy siedziby spółki.

Z uwagi na konieczność stosowania procedur wynikających z ustawy o zamówieniach publicznych, wyposażenie nowych siedzib Radio Gdańsk S.A. oraz Radio Koszalin S.A. w sprzęt technologiczny zakończone ma być w 2002 roku.

Polskiemu Radiu S.A. w Warszawie w latach 1998-2000 roku przyznane zostały dodatkowe środki z wpływów abonamentowych w wysokości 40,0 mln zł na częściowe finansowanie zadania inwestycyjnego związanego z budową i wyposażeniem Radiowego Centrum Nadawczego I Programu PR w Solcu Kujawskim.

Na 2001 rok wyodrębniono z prognozowanych wpływów abonamentowych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie środki w kwocie 8.523,5 tys. zł. z przeznaczeniem na działalność inwestycyjną związaną z cyfryzacją produkcji tekstowo-dźwiękowej.

Ponadto, zgodnie z zapisami zawartymi w ustawie o radiofonii i telewizji, Krajowa Rada w ramach kwoty wpływów abonamentowych prognozowanych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 2001 rok wyodrębniła środki na finansowanie kosztów rozpowszechniania programów dla zagranicy w wysokości 5,9 mln zł (w 1997 roku – 3,6 mln zł, w 1998 roku – 4,1 mln zł, w 1999 i 2000 roku – po 4,0 mln zł).

W 2001 roku, zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 369/00 z 29 czerwca 2000 roku oraz Nr 575/2000 z 13 grudnia 2000 roku oraz Nr 27/2001 z 6 lutego 2001 roku, przekazano spółkom radiofonii publicznej wpływy abonamentowe z rachunku bankowego KRRiT w łącznej wysokości 360.403 tys. zł (łącznie ze środkami dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na proces cyfryzacji).

Natomiast wpływy pozaabonamentowe zostały przekazane, zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 585/2000 z 20 grudnia 2000 roku, Nr 612/2001 z 20 listopada 2001 r. oraz Nr 684/2001 z 18 grudnia 2001 roku, spółkom radiofonii publicznej w łącznej wysokości 11.013 tys. zł.

Telewizja publiczna

Zgodnie z przepisami ustawy o radiofonii i telewizji, Krajowa Rada określiła minimalne kwoty, jakie z wpływów abonamentowych Telewizja Polska S.A. winna przeznaczyć na finansowanie wskazanych obszarów działalności. Tak więc zgodnie z uchwałami Krajowej Rady ustalono, że w 2001 roku z opłat abonamentowych na finansowanie TV Polonia, TVP S.A. przeznaczy minimum 46,6 mln zł, zaś na Oddziały Terenowe łącznie 300,0 mln zł (w tym na wykup przez Programy ogólnokrajowe 100,0 mln zł).

Wobec niemożliwości finansowania kosztów bieżących TV Polonia z budżetu państwa (pomimo zapisów w ustawie o radiofonii i telewizji MSZ nie finansował ze swojego budżetu nawet części kosztów emitowanego programu) Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w ramach wpływów abonamentowych określonych dla Telewizji Polskiej S.A. wyodrębniła na ten cel na 2001 rok kwotę 46,6 mln zł (w 2000 roku – 39,0 mln zł), natomiast Zarząd TVP S.A. z konta abonamentowego przeznaczył na finansowanie TV Polonia w 2001 roku kwotę 37,6 mln zł, tj. o 31,9 % więcej w porównaniu do 2000 roku (28,5 mln zł).

Ponadto zgodnie z zapisami ustawy o radiofonii i telewizji Krajowa Rada określiła minimalną kwotę wpływów abonamentowych na finansowanie audycji tworzonych przez oddziały terenowe Spółki do rozpowszechniania na antenie ogólnokrajowej w 2001 roku w wysokości 100,0 mln zł (w 2000 roku – 66,0 mln zł), natomiast Zarząd Spółki przeznaczył na ten cel wpływy abonamentowe w wysokości 19,0 mln zł, co stanowiło 33,3% kwoty za 2000 rok (57,0 mln zł).

Wpływy abonamentowe określone przez Krajową Radę dla oddziałów terenowych TVP S.A. na finansowanie programów regionalnych i w rozłącznej sieci „Dwójki” na poziomie minimalnym wynosiły w 2001 roku – 200,0 mln zł (w 2000 roku – 194,8 mln zł). Środki z konta abonamentowego Spółki przeznaczone na ten cel w 2001 roku wyniosły 178,8 mln zł i były o 0,3% mniejsze niż w 2000 roku (179,2 mln zł).

W latach 1997—2001 na finansowanie działalności nadawców publicznych przekazywane były środki zgromadzone na wyodrębnionym rachunku bankowym KRRiT z tytułu:

- wpływów abonamentowych (z opłat za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych),
- wpływów pozaabonamentowych (z odsetek za zwłokę w uiszczaniu opłat abonamentowych, kar za używanie niezarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych, odsetek od Rejonowych Urzędów Poczty Polskiej za nieterminowe przekazywanie wpływów z opłat abonamentowych, odsetek bankowych od kapitalizacji środków, które gromadzone były na wyodrębnionym rachunku KRRiT).

Rozdział środków z tego rachunku na jednostki radiofonii i telewizji publicznej prezentuje poniższe zestawienie:

III. Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych

w tys. zł								
TREŚĆ	1994 rok wykonanie	1997 rok wykonanie	1998 rok wykonanie	1999 rok wykonanie	2000 rok wykonanie	2001 rok wykonanie	Dynamika zmian w %	
							2001/2000	2001/1997
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I. Wpływy abonamentowe razem,	430 703	703 024	766 760	803 500	803 700	867 460	107,9	123,4
z tego:								
1. Środki wyodrębnione Polskiego Radia S.A.	-	-	15 000	16 000	12 900	8 523	66,1	x
2. Telewizja Polska S.A.	288 534	435 875	451 602	470 939	474 516	507 058	106,9	116,3
3. Jednostki radiofonii publicznej, razem	142 169	267 149	300 158	316 561	316 284	351 879	111,3	131,7
z tego:								
a) Polskie Radio S.A.	82 452	151 402	156 669	163 534	168 385	188 997	112,2	124,8
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	59 717	115 747	143 489	153 027	147 899	162 882	110,1	140,7
II. Wpływy poza- abonamentowe, razem	7 732	10 306	13 722	10 765	10 475	13 433	128,2	130,3
z tego:								
1. Telewizja Polska S.A.	-	-	-	-	150	2 420	16 razy	x
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem	7 732	10 306	13 722	10 765	10 325	11 013	106,7	106,9
z tego:								
a) Polskie Radio S.A.	300	933	893	500	309	1 045	338,2	112,0
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	7 432	9 373	12 829	10 265	10 016	9 968	99,5	106,7
III. RAZEM środki przekazane z rachunku KRRiT (I+II),	438 435	713 331	780 482	814 264	814 175	880 893	108,2	123,5
z tego:								
1. Środki wyodrębnione dla Polskiego Radia	-	-	15 000	16 000	12 900	8 523	66,1	x
2. Telewizja Polska S.A.	288 534	435 875	451 602	470 939	474 666	509 478	107,3	116,9
3. Jednostki radiofonii publicznej, razem	149 901	277 456	313 880	327 326	326 609	362 892	111,1	130,8
z tego:								
a) Polskie Radio S.A.	82 752	152 335	157 562	164 034	168 694	190 042	112,6	124,7
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	67 149	125 121	156 318	163 292	157 915	172 850	109,5	138,1

W latach 1997-2001 odnotowano następujący coroczny przyrost wpływów abonamentowych dla spółek radiofonii i telewizji publicznej:

TREŚĆ	w %				
	1997 1996	1998 1997	1999 1998	2000 1999	2001 2000
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	14,6	3,6	4,3	0,8	6,9
2. Jednostki publicznej radiofonii, razem:	5,4	18,0	5,5	-0,1	11,3
z tego:					
1) Polskie Radio S.A. w Warszawie	7,1	13,4	4,6	3,0	12,2
2) Spółki regionalnej radiofonii	3,2	24,0	6,6	-3,3	10,1
3. RAZEM Spółki radiofonii i telewizji	10,9	9,1	4,8	0,4	7,9

W latach 1997-2001 z rachunku bankowego KRRiT przekazano spółkom radiofonii i telewizji publicznej środki w łącznej wysokości: 4 003 145 tys. zł

z tego:

- wpływy abonamentowe 3 944 444 tys. zł (98,5%)
- wpływy pozaabonamentowe 58 701 tys. zł (1,5%)

Środki te otrzymały:

1. Telewizja Polska 2 342 560 tys. zł (tj. 58,5%)
2. Jednostki radiofonii publicznej-razem 1 660 585 tys. zł (tj. 41,5%) ;
liczone jako 100,0%

z tego:

- a) Polskie Radio S.A. w Warszawie 885 090 tys. zł (tj. 22,1 %) ;
53,3%
- b) spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 775 495 tys. zł (tj. 19,4 %) ;
46,7%

Poziom procentowego udziału poszczególnych nadawców publicznych we wpływach abonamentowych ogółem był zmienny i przedstawiał się następująco:

w tys. zł						
TREŚĆ	1994 r.	1997 r.	1998 r.	1999 r.	2000 r.	2001 r.
1	2	3	4	5	6	7
OGÓŁEM	430 703 (100,0%)	703 024 (100,0%)	766 760 (100,0%)	803 500 (100,0%)	803 700 (100,0%)	867 460 (100,0%)
PR SA – środki wyodrębnione	0,00	0,00	15 000 (1,956%)	16 000 (1,991%)	12 900 (1,605%)	8 523 (0,983%)
Do podziału na spółki radiofonii i telewizji	430 703 (100,0%)	703 024 (100,0%)	751 760 (98,044%)	787 500 (98,009%)	790 800 (98,395%)	858 937 (99,017%)
z tego:						
TELEWIZJA POLSKA S.A.	288 534 (66,991%)	435 875 (62,000%)	451 602 (60,073%)	470 940 (59,802%)	474 516 (60,005%)	507 058 (58,453%)
RADIOFONIA PUBLICZNA	142 169 (33,009%)	267 149 (38,000%)	300 158 (39,927%)	316 560 (40,198%)	316 284 (39,995%)	351 879 (40,564%)
z tego:						
1). POLSKIE RADIO S.A.	82 452 (19,144%)	151 402 (21,536%)	156 669 (20,840%)	163 533 (20,766%)	168 385 (21,293%)	188 997 (21,787%)
2). SPÓŁKI REGIONALNE	59 717 (13,865%)	115 747 (16,464%)	143 489 (19,087%)	153 027 (19,432%)	147 899 (18,702%)	162 882 (18,777%)
z tego:						
BIALYSTOK	3 318 0,770%	7 104 1,010%	7 164 0,953%	7 222 0,917%	7 944 1,005%	10 031 0,917%
BYDGOSZCZ	3 513 0,816%	6 105 0,868%	7 118 0,947%	7 323 0,930%	7 959 1,006%	8 731 0,930%
GDAŃSK	2 342 0,816%	6 436 0,868%	10 722 0,947%	14 976 0,930%	9 110 1,006%	9 533 1,002%
KATOWICE	4 391 1,019%	7 807 1,110%	9 772 1,300%	8 152 1,035%	9 026 1,141%	8 929 1,035%
KIELCE	3 903 0,906%	6 281 0,893%	6 787 0,903%	6 457 0,820%	7 310 0,924%	9 665 0,820%
KOSZALIN	3 024 0,702%	6 246 0,888%	8 830 1,175%	13 307 1,690%	9 363 1,184%	10 390 1,690%
KRAKÓW	3 513 0,816%	7 856 1,117%	13 561 1,804%	15 865 2,015%	8 905 1,126%	10 072 2,015%

III. Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych

LUBLIN	4 391 1,019%	7 285 1,036%	8 965 1,193%	8 367 1,062%	8 939 1,130%	10 617 1,062%
ŁÓDŹ	3 903 0,906%	7 413 1,054%	9 049 1,204%	6 126 0,778%	7 128 0,901%	7 179 0,778%
OLSZTYN	3 513 0,816%	6 448 0,917%	7 337 0,976%	8 632 1,096%	8 683 1,098%	10 373 1,096%
OPOLE	3 024 0,702%	5 718 0,813%	6 869 0,914%	6 525 0,829%	8 185 1,035%	8 494 0,829%
POZNAŃ	3 903 0,906%	7 202 1,024%	8 626 1,147%	8 518 1,082%	9 607 1,215%	9 608 1,082%
RZESZÓW	3 513 0,816%	5 437 0,773%	6 304 0,839%	6 978 0,886%	7 969 1,008%	9 104 0,886%
SZCZECIN	3 025 0,702%	6 049 0,860%	6 514 0,866%	6 769 0,860%	8 554 1,082%	11 092 0,860%
WARSZAWA	3 708 0,861%	7 491 1,066%	7 789 1,036%	8 544 1,085%	9 445 1,194%	8 681 1,085%
WROCLAW	3 708 0,861%	8 968 1,276%	12 314 1,638%	12 785 1,623%	12 492 1,580%	12 577 1,623%
ZIELONA GÓRA	3 025 0,702%	5 901 0,839%	5 768 0,767%	6 481 0,823%	7 280 0,921%	7 806 0,823%

W omawianym okresie wpływy abonamentowe w ramach radiofonii publicznej przekazane zostały następująco:

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej – razem
• 1997 rok	56,7%	43,3%
• 1998 rok	52,2%	47,8%
• 1999 rok	51,7%	48,3%
• 2000 rok	53,2%	46,8%
• 2001 rok	53,7%	46,3%

W latach 1997-2001 poziom wpływów abonamentowych na rzecz spółek regionalnej radiofonii zwiększył się o 3,0 punktu procentowego.

Od 1996 roku środki z wpływów abonamentowych dzielone były na poszczególne spółki regionalnej radiofonii publicznej na podstawie algorytmu podziału akceptowanego wcześniej przez Krajową Radę.

Dynamika wpływów abonamentowych w jednostkach publicznej radiofonii i telewizji przedstawiała się następująco:

TREŚĆ	Wykonanie					Dynamika zmian w %	
	1997 r.	1998 r.	1999 r.	2000r.	2001r.	2001/2000	2001/1997
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM	703 024	766 760	803 500	803 700	867 460	107,9	123,4
z tego:							
1) TVP S.A.	435 875	451 602	470 939	474 516	507 058	106,9	116,3
2) Radiofonia publiczna*	267 149	315 158	332 561	329 184	360 402	109,5	134,9
z tego:							
- POLSKIE RADIO S.A.*	151 402	171 669	179 534	181 285	197 520	109,0	130,5
- Spółki regionalne	115 747	143 489	153 027	147 899	162 882	110,1	140,7

* z uwzględnieniem środków wyodrębnionych przeznaczonych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie

Wielkości zawarte w powyższej tabeli zawierają kwoty wpływów abonamentowych według wartości nominalnej. Jeśli natomiast uwzględni się wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1997-2001 (w 1998 roku – 11,8%, 1999 roku – 7,3%, 2000 roku – 10,1%, 2001 roku – 5,5%), to realna wartość wpływów abonamentowych w latach 1997-2001 wg cen 2001 roku przedstawia się następująco:

w tys. zł

TREŚĆ	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	Dynamika zmian w %	
	wykonanie porówn ¹⁾	wykonanie porówn ²⁾	wykonanie porówn ³⁾	wykonanie porówn ⁴⁾	wykonanie faktyczne	2001/2000	2001/1997
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM	979 606	955 650	933 309	847 904	867 460	102,3%	88,6%
z tego:							
1) TVP S.A.	607 356	562 853	547 022	500 614	507 058	101,2%	83,5%
2) Radiofonia publiczna*	372 250	392 797	386 288	347 289	360 402	103,8%	96,8%
z tego:							
- POLSKIE RADIO S.A.*	210 966	213 959	208 539	191 256	197 520	103,3%	93,6%
- Spółki regionalne	161 284	178 837	177 749	156 033	162 882	104,4%	101,0%

* z uwzględnieniem środków wyodrębnionych przeznaczonych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie

¹⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055

²⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055

³⁾ faktyczne wykonanie 1999 roku x 1,101 x 1,055

⁴⁾ faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055

Jak wynika z powyższej tabeli realna wartość wpływów abonamentowych ogółem przekazanych do jednostek publicznej radiofonii i telewizji w 2001 roku uległa obniżeniu o 11,4 % w porównaniu z 1997 rokiem,

z tego:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie spadła o 16,5% w porównaniu z 1997 rokiem
- dla radiofonii publicznej spadła o 3,2% w porównaniu z 1997 rokiem

z tego:

- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie spadła o 6,4% w porównaniu z 1997 rokiem
- dla spółek radiofonii regionalnej wzrosła o 1,0% w porównaniu z 1997 rokiem

2. Przychody z reklamy

W latach 1997 – 2001 spółki radiofonii i telewizji publicznej uzyskały przychody ze sprzedaży czasu reklamowego w łącznej wysokości 4 800 053,5 tys. zł

z tego:

1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie 4 480 032,7 tys. zł (tj. 93,3 %)
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem 320 020,8 tys. zł (tj. 6,7 %);

liczone jako 100,0%

z tego:

a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	156 304,5 tys. zł	(tj. 3,3%)	48,8%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	163 716,3 tys. zł	(tj. 3,4%)	51,2%

W analizowanym okresie przychody z reklamy w ramach radiofonii publicznej zostały uzyskane przez :

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej – razem
• 1997 rok	52,4%	47,6%
• 1998 rok	45,7%	54,3%
• 1999 rok	44,4%	55,6%
• 2000 rok	47,7%	52,3%
• 2001 rok	55,6%	44,4%

Kwoty przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w omawianym okresie w podziale na telewizję publiczną oraz na poszczególne spółki radiofonii publicznej zawiera poniższa tabela:

TREŚĆ	1994 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	Dynamika zmian w %	
							2001/00	2001/97
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
I. Telewizja Polska S.A.	410 248,0	725 279,2	818 776,1	1 029 286,3	933 773,9	972 917,2	104,2%	134,1%
II. Jednostki radiofonii publicznej, razem	31 738,6	58 454,9	65 461,3	72 353,7	65 339,8	58 411,1	89,4%	99,9%
z tego:								
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	15 752,0	30 621,9	29 887,5	32 123,0	31 194,5	32 477,6	104,1%	106,1%
2. Spółki regionalnej radiofonii, razem	15 986,6	27 833,0	35 573,8	40 230,7	34 145,3	25 933,5	76,0%	93,2%
z tego:								
- Białystok	420,0	1 760,0	2 402,0	2 285,9	2 350,0	2 111,4	89,8%	120,0%
- Bydgoszcz	418,0	1 101,2	1 303,9	1 498,8	1 353,1	968,1	71,5%	87,9%
- Gdańsk	1 052,0	2 666,0	3 461,0	3 640,0	2 865,0	1 963,0	68,5%	73,6%
- Katowice	2 630,0	4 539,8	6 843,5	7 478,2	6 165,2	4 289,2	69,6%	94,5%
- Kielce	690,7	956,9	1 138,4	1 322,6	1 106,2	875,9	79,2%	91,5%
- Koszalin	546,0	1 051,0	877,4	966,1	744,9	556,1	74,7%	52,9%
- Kraków	801,0	1 024,4	1 189,1	1 409,9	1 107,2	938,3	84,7%	91,6%
- Lublin	887,2	1 241,4	2 217,5	2 342,0	1 709,8	1 620,0	94,7%	130,5%
- Łódź	1 028,0	1 154,0	1 291,8	2 178,0	459,3	286,2	62,3%	24,8%
- Olsztyn	899,0	856,0	1 156,0	1 535,0	1 956,0	1 675,0	85,6%	195,7%
- Opole	440,0	979,0	1 983,9	2 141,0	1 571,9	1 289,4	82,0%	131,7%
- Poznań	2 030,0	3 970,9	4 516,0	5 357,5	5 635,9	4 260,3	75,6%	107,3%
- Rzeszów	887,0	970,0	1 444,0	1 694,0	1 251,3	1 180,4	94,3%	121,7%
- Szczecin	817,0	1 286,7	1 686,8	1 809,1	1 859,7	1 292,6	69,5%	100,5%
- Warszawa	590,0	1 511,7	1 205,0	1 720,9	1 684,9	598,3	35,5%	39,6%
- Wrocław	1 136,0	1 075,6	992,2	1 209,7	939,5	904,6	96,3%	84,1%
- Zielona Góra	714,7	1 688,4	1 864,9	1 642,0	1 385,4	1 124,7	81,2%	66,6%
III. RAZEM	441 986,6	783 734,1	884 237,4	1 101 640,0	999 113,7	1 031 328,3	103,2%	131,6%
Struktura % udziału								
a) poz. I : poz. II	92,8%	92,5%	92,6%	93,4%	93,5%	94,3%	x	x
b) poz. II : poz. III	7,2%	7,5%	7,4%	6,6%	6,5%	5,7%	x	x

W omawianym okresie (1997-2001) wartości nominalne przychodów z reklamy dla wszystkich nadawców publicznych zwiększyły się 31,6 %
z tego:

- a) Telewizja Polska S.A. w Warszawie: wzrost 34,1 %
- b) Jednostki publicznej radiofonii, razem: spadek 0,1%
z tego:
 - Polskie Radio S.A w Warszawie wzrost 6,1%
 - Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem spadek 6,8%

W Telewizji Polskiej S.A. w omawianym okresie miały miejsce następujące zmiany wartości nominalnych przychodów z reklamy:

- 1997 rok w porównaniu do 1996 roku - wzrost o 8,0%
- 1998 rok w porównaniu do 1997 roku - wzrost o 12,9%
- 1999 rok w porównaniu do 1998 roku - wzrost o 25,7%
- 2000 rok w porównaniu do 1999 roku - spadek o 9,2%
- 2001 rok w porównaniu do 2000 roku - wzrost o 4,1%

W Polskim Radiu S.A. w Warszawie zaobserwowano spadek przychodów z reklamy w 1998 roku w porównaniu do 1997 roku oraz w 2000 roku w porównaniu do 1999 roku. W 2001 roku wystąpił wzrost przychodów z reklamy o 4,1% w porównaniu do poprzedniego roku.

W poszczególnych latach analizowanego okresu odnotowano:

- 1998 rok w porównaniu do 1997 roku - spadek o 2,4%
- 1999 rok w porównaniu do 1998 roku - wzrost o 7,5%
- 2000 rok w porównaniu do 1999 roku - spadek o 2,9%
- 2001 rok w porównaniu do 2000 roku - wzrost o 4,1%

W spółkach regionalnej radiofonii publicznej należy odnotować:

- spadek przychodów z reklamy w 2001 roku w porównaniu do 2000 roku we wszystkich spółkach
- wzrost przychodów z reklamy w 2001 roku w porównaniu do 1997 roku w następujących spółkach: Białystok, Lublin, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów oraz Szczecin.

W latach 1997 – 2001 udział procentowy przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik na działalności finansowej) przedstawiał się następująco:

	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	56,6%	58,0%	63,7%	57,9%	58,6%
2. Radiofonia publiczna ogółem	16,2%	16,2%	17,2%	14,7%	11,9%
z tego:					
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	15,2%	13,9%	14,3%	13,3%	12,0%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:	17,4%	18,7%	20,6%	16,1%	11,8%
• Białystok	18,2%	22,9%	22,0%	19,7%	15,3%
• Bydgoszcz	13,8%	13,6%	14,9%	12,2%	8,4%
• Gdańsk	25,1%	27,8%	27,3%	18,7%	13,3%
• Katowice	32,3%	34,5%	35,8%	33,6%	26,7%
• Kielce	11,5%	12,5%	14,4%	10,5%	7,3%
• Koszalin	14,2%	10,7%	10,7%	6,9%	4,4%
• Kraków	9,9%	10,5%	12,7%	9,0%	6,9%
• Lublin	13,3%	17,5%	18,8%	13,2%	11,8%
• Łódź	13,1%	13,8%	23,8%	5,1%	2,9%
• Olsztyn	11,9%	13,6%	16,3%	17,3%	12,1%
• Opole	11,6%	18,9%	21,1%	14,1%	11,3%
• Poznań	32,1%	30,5%	35,5%	34,0%	28,4%
• Rzeszów	14,1%	17,1%	18,4%	12,0%	9,6%
• Szczecin	15,3%	17,8%	18,3%	16,3%	9,2%
• Warszawa	14,7%	11,4%	15,1%	12,7%	5,6%
• Wrocław	9,2%	6,4%	7,7%	6,3%	6,0%
• Zielona Góra	20,5%	20,8%	17,7%	13,6%	10,8%

Jak wynika z powyższych informacji w okresie analizowanych pięciu lat odnotowano następujące zjawiska u nadawców publicznych:

- Telewizja Polska S.A. – niewielki wzrost udziału przychodów z reklamy o 0,7%, tj. do 58,6% w 2001 roku, w porównaniu do 2000 roku
- Radiofonia publiczna, ogółem – spadek udziału przychodów z reklamy o 2,8 %, tj. do 11,9% w 2001 roku, w porównaniu do 2000 roku
- Polskie Radio S.A. w Warszawie – spadek udziału przychodów z reklamy o 1,3%, tj. do 12,0 % w 2001 roku, w porównaniu do 2000 roku
- w spółkach regionalnej radiofonii – spadek udziału przychodów z reklamy o 4,3%, tj. do 11,8% w 2001 roku, w porównaniu do 2000 roku.

Klasyfikację spółek regionalnych wg przedziału procentowego udziału przychodów z reklamy w skorygowanych przychodach ogółem za 2001 rok prezentuje poniższe zestawienie:

L.p.	przedział udziału procentowego	spółki regionalnej radiofonii publicznej
1.	do 10,0%	Łódź (2,9%), Koszalin (4,4%), RDC (5,6%), Wrocław (6,0%), Kraków (6,9%), Kielce (7,3%), Bydgoszcz (8,4%), Szczecin (9,2%), Rzeszów (9,6%)
2.	10,1% - 20,0%	Zielona Góra (10,8%), Opole (11,3%), Lublin (11,8%), Olsztyn (12,1%), Gdańsk (13,3%), Białystok (15,3%)
3.	20,1%-30,0%	Katowice (26,7%), Poznań (28,4%)

W porównaniu do 2000 roku nastąpiło w zakresie tej relacji pogorszenie sytuacji spółek regionalnych, co potwierdza poniższa tabela:

Lp.	przedział udziału procentowego	2000 rok		2001 rok	
		liczba spółek	średni udział	liczba spółek	średni udział
1.	do 10,0%	4	7,7%	9	6,7%
2.	10,1% - 20,0%	11	14,6%	6	12,4%
3.	20,1% - 30,0%	0	x	2	27,6%
4.	ponad 30,0%	2	33,8%	x	x
5.	ŚREDNIO	17	16,3%	17	11,2%

Należy odnotować, że najwyższy poziom przychodów z reklamy w 2001 roku wystąpił w spółce w Katowicach (4.289,2 tys. zł), a najniższy w Łodzi (286,2 tys. zł).

Relacja między przychodami najniższymi, a najwyższymi wynosi więc, jak 1 : 14,99.

Przychody poszczególnych spółek uszeregowane według wielkości malejących przedstawiają się następująco:

L.p.	Spółka regionalna	Kwota w tys. zł	Wskaźnik % ^{x)}
1	Katowice	4 289,2	363,4%
2	Poznań	4 260,3	360,9%
3	Białystok	2 111,4	178,9%
4	Gdańsk	1963	166,3%
5	Olsztyn	1675	141,9%
6	Lublin	1620	137,2%
7	Szczecin	1 292,6	109,5%
8	Opole	1 289,4	109,2%
9	Rzeszów	1 180,4	100,0%
10	Zielona Góra	1 124,7	95,3%
11	Bydgoszcz	968,1	82,0%
12	Kraków	938,3	79,5%
13	Wrocław	904,6	76,6%
14	Kielce	875,9	74,2%
15	Warszawa	598,3	50,7%
16	Koszalin	556,1	47,1%
17	Łódź	286,2	24,2%

x) podane wskaźniki procentowe wskazują na relacje pomiędzy poziomem przychodów poszczególnych spółek do przychodów spółki w Rzeszowie, będącej w środku na 9 miejscu (tzw. mediana), liczona za 100%.

Odchylenie w poziomie przychodów z reklamy, w porównaniu do wartości średniej, tj. mediany (Opole) w wartościach krańcowych wynoszą dla:

- Katowic + 263,4%
- Łodzi -75,8%

Przedstawione powyżej kwoty przychodów z reklamy wyrażone były w wartości nominalnej w poszczególnych latach okresu 1997 – 2001. Jeśli natomiast uwzględni się odpowiednio wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 1998-2001 (1998 r. – 11,8%, 1999 r. – 7,3%, 2000 r. – 10,1%, 2001 – 5,5%), to poziom realnej wartości przychodów z reklamy w analizowanym okresie ulegał wahaniom, co prezentuje poniższe zestawienie:

TREŚĆ	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	Dynamika zmian w %	
	wykonanie porówn ¹⁾	wykonanie porówn ²⁾	wykonanie porówn ³⁾	wykonanie porówn ⁴⁾	wykonanie faktyczne	2000/2001	2001/1997
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
I. Ogółem (II + III)	1 092 068,9	1 102 068,0	1 279 615,5	1 054 065,0	1 031 328,3	97,8%	94,4%
II. Telewizja Polska S.A.	1 010 616,8	1 020 480,4	1 195 572,6	986 402,5	972 917,2	98,6%	92,3%
III. Radiofonia publiczna	81 452,1	81 587,6	84 042,8	68 933,5	58 411,1	84,7%	71,7%
z tego:							
1) Polskie Radio S.A.	42 669,1	37 250,2	37 312,6	32 910,2	32 477,6	98,7%	76,1%
2) Spółki regional nej radiofonii, razem	38 783,0	44 337,4	46 730,2	36 023,3	25 933,5	72,0%	66,9%

¹⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055

²⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055

³⁾ faktyczne wykonanie 1999 roku x 1,101 x 1,055

⁴⁾ faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055

Jak wynika z powyższej tabeli, realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez spółki publicznej radiofonii i telewizji zmniejszyła się następująco:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w 2001 roku w porównaniu do 2000 roku 1,4%, natomiast w porównaniu do 1997 roku - o 7,7%
- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie w 2001 roku o 1,3% w porównaniu z 2000 rokiem, natomiast w porównaniu do 1997 roku o 23,9%
- spółek regionalnej radiofonii publicznej, razem w 2001 roku o 28,0% w porównaniu z 2000 rokiem, natomiast w porównaniu do 1997 roku o 33,1%.

Realne zmiany w wartościach przychodów z reklamy w poszczególnych spółkach regionalnej radiofonii publicznej w analizowanych latach przedstawia poniższa tabela:

III. Sytuacja finansowo-ekonomiczna nadawców publicznych

TREŚĆ	w tys.zł						
	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	Wskaźnik wzrostu w %	
	wykonanie porównywalne ¹⁾	wykonanie porównywalne ²⁾	wykonanie porównywalne ³⁾	wykonanie porównywalne ⁴⁾	faktyczne wykonanie	2001/2000	2001/1997
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Spółki regionalnej radiofonii, razem	38 783,0	44 337,4	46 730,2	36 023,3	25 933,5	72,0	66,9
z tego:							
1. Białystok	2 452,4	2 993,7	2 655,2	2 479,3	2 111,1	85,2	86,1
2. Bydgoszcz	1 634,4	1 625,1	1 740,9	1 427,5	968,1	67,8	63,1
3. Gdańsk	3 714,9	4 313,6	4 228,1	3 022,6	1 963,0	64,9	52,8
4. Katowice	6 325,8	8 529,4	8 686,3	6 504,3	4 289,2	65,9	67,8
5. Kielce	1 333,4	1 418,8	1 536,3	1 167,0	875,9	75,1	65,7
6. Koszalin	1 464,5	1 093,5	1 122,2	785,9	556,1	70,8	38,0
7. Kraków	1 427,4	1 482,0	1 637,7	1 168,1	938,3	80,3	65,7
8. Lublin	1 729,8	2 763,8	2 720,4	1 803,8	1 620,0	89,8	93,7
9. Łódź	1 608,0	1 610,0	2 529,9	484,6	286,2	59,1	17,8
10. Olsztyn	1 192,8	1 440,8	1 783,0	2 063,6	1 675,0	81,2	140,4
11. Opole	1 364,2	2 472,6	2 486,9	1 658,4	1 289,4	77,8	94,5
12. Poznań	5 533,1	5 628,5	6 223,0	5 945,9	4 260,3	71,7	77,0
13. Rzeszów	1 351,6	1 800,2	1 967,7	1 320,1	1 180,4	89,4	87,3
14. Szczecin	1 792,9	2 102,3	2 101,4	1 962,0	1 292,6	65,9	72,1
15. Warszawa(RDC)	2 106,4	1 501,8	1 998,9	1 777,6	598,3	33,7	28,4
16. Wrocław	1 498,8	1 236,6	1 405,1	991,2	904,6	91,3	60,4
17. Zielona Góra	2 352,6	2 324,3	1 907,3	1 461,6	1 124,7	77,0	47,8

¹⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055

²⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055

³⁾ faktyczne wykonanie 1999 roku x 1,101 x 1,055

⁴⁾ faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055

Realny przyrost przychodów z reklamy w Telewizji Polskiej S.A. w podziale na Zakład Główny i Oddziały terenowe przedstawia się następująco:

	w tys. zł						
	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	Dynamika zmian w %	
	wykonanie porówn ¹⁾	wykonanie porówn ²⁾	wykonanie porówn ³⁾	wykonanie porówn ⁴⁾	wykonanie faktyczne	2001/2000	2000/1997
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
OGÓŁEM TVP S.A.	1 010 616,8	1 020 480,4	1 195 572,6	986 402,7	972 917,2	98,6	96,3
z tego:							
Zakład Główny	983 244,7	984 018,4	1 151 799,3	952 581,1	945 030,0	99,2	96,1
Oddziały terenowe	27 372,1	36 399,0	43 773,3	33 821,6	27 887,2	82,5	101,8

¹⁾ faktyczne wykonanie 1997 roku x 1,118 x 1,073 x 1,101 x 1,055

²⁾ faktyczne wykonanie 1998 roku x 1,073 x 1,101 x 1,055

³⁾ faktyczne wykonanie 1999 roku x 1,101 x 1,055

⁴⁾ faktyczne wykonanie 2000 roku x 1,055

Jak wynika z powyższej tabeli realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez Zakład Główny i oddziały terenowe TVP S.A. zmieniała się następująco:

- dla Zakładu Głównego Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w 2001 roku spadła o 3,9 % w porównaniu do 1997 roku
- dla oddziałów terenowych Telewizji Polskiej S.A. w 2001 roku wzrosła o 1,8% w porównaniu do 1997 roku

3. Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 1997 – 2001

W omawianym okresie dla 18 spółek radiofonii publicznej najważniejszym elementem przychodów były wpływy abonamentowe (średniorocznie ponad 73%), natomiast dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie wpływy abonamentowe były elementem przychodów (średniorocznie około 31%) uzupełniającym przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

W Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie od 1999 roku zauważa się tendencję do stopniowego wzrostu udziału wpływów abonamentowych w przychodach spółki ogółem, choć nadal przeważają, jako źródło finansowania, przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

Udział środków uzyskanych przez spółki radiofonii i telewizji publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) w skorygowanych przychodach bieżących ogółem (uwzględniono wynik na działalności finansowej zamiast przychody finansowe) w latach 1997 – 2001 przedstawiał się następująco:

	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok	średniorocznie
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	34,0%	32,0%	29,2%	29,9%	30,7%	30,2%
2. Radiofonia publiczna ogółem	74,3%	72,2%	71,3%	73,2%	75,7%	73,3%
z tego:						
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	75,9%	73,3%	72,7%	73,5%	73,6%	73,8%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:	72,3%	71,0%	69,6%	72,9%	78,3%	72,8%
• Białystok	75,8%	71,2%	72,2%	73,0%	75,3%	73,5%
• Bydgoszcz	78,2%	77,5%	77,4%	78,2%	81,6%	78,6%
• Gdańsk	58,8%	58,9%	48,4%	62,1%	67,2%	59,1%
• Katowice	53,3%	50,5%	52,1%	53,0%	58,8%	53,5%
• Kielce	75,5%	74,3%	70,5%	75,2%	84,0%	75,5%
• Koszalin	72,9%	74,0%	80,1%	82,5%	85,0%	78,9%
• Kraków	77,8%	76,2%	77,2%	73,9%	78,3%	76,7%
• Lublin	78,0%	81,6%	72,4%	75,0%	82,5%	77,9%
• Łódź	80,9%	80,2%	64,6%	79,9%	83,6%	77,8%
• Olsztyn	83,3%	81,5%	75,9%	75,7%	80,1%	79,3%
• Opole	79,2%	70,8%	69,3%	74,6%	77,2%	74,2%
• Poznań	58,2%	61,5%	59,4%	62,0%	67,6%	61,7%
• Rzeszów	77,3%	71,3%	71,1%	75,7%	80,0%	75,1%
• Szczecin	75,4%	73,6%	73,1%	76,8%	84,1%	76,6%
• Warszawa	74,7%	75,5%	76,5%	78,3%	86,5%	78,3%
• Wrocław	76,7%	79,6%	87,3%	87,2%	87,7%	83,7%
• Zielona Góra	74,5%	72,5%	75,7%	79,6%	80,4%	76,5%

Radiofonia publiczna

W 2001 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem 18 spółek radiofonii publicznej były wpływy abonamentowe przekazywane z rachunku bankowego KRRiT, stanowiące 75,7%, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 73,6%, natomiast spółki regionalnej radiofonii publicznej razem – 78,3%. W poszczególnych

spółkach regionalnych udział wpływów abonamentowych w skorygowanych przychodach ogółem wahał się w granicach 58,8% (Katowice) – 87,7% (Wrocław).

Przychody z reklamy miały charakter uzupełniający do wpływów abonamentowych stanowiąc średnio w 2001 roku 11,9% dla całej radiofonii publicznej, z tego: Polskie Radio S.A. – 12,0%, spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem – 11,8%.

W poszczególnych spółkach regionalnych udział przychodów z reklamy w przychodach ogółem wahał się w granicach 2,9% (Łódź) – 28,4% (Poznań).

Wpływy abonamentowe i przychody z reklamy łącznie stanowiły aż 87,6% przychodów ogółem, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – 85,6%, a spółki regionalne, razem – 90,1%.

Pozostałe przychody spółek radiofonii publicznej to między innymi osiągnięty wynik działalności finansowej, przychody ze sprzedaży programów oraz ze sprzedaży usług produkcyjno-technicznych.

W latach 1997-2001 struktura procentowa udziału poszczególnych przychodów, w skorygowanych przychodach ogółem, w spółkach akcyjnych radiofonii publicznej, zmieniała się następująco:

	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok
1. RADIOFONIA PUBLICZNA, razem					
a) wpływy abonamentowe	74,3%	72,2%	71,3%	73,4%	75,7%
b) przychody z reklamy	16,2%	16,2%	17,2%	14,7%	11,9%
c) wynik działalności finansowej	1,1%	1,7%	1,5%	1,2%	1,7%
d) pozostałe przychody	8,4%	9,9%	10,0%	10,7%	10,7%
2. POLSKIE RADIO S.A. w Warszawie					
a) wpływy abonamentowe	75,9%	73,3%	72,4%	73,7%	73,6%
b) przychody z reklamy	15,2%	13,9%	14,2%	13,3%	12,0%
c) wynik działalności finansowej	- 1,2%	- 1,1%	-0,1%	-1,0%	0,1%
d) pozostałe przychody	10,1%	13,9%	13,4%	14,0%	14,3%
3. SPÓŁKI REGIONALNE RADIOFONII PUBLICZNEJ, razem					
a) wpływy abonamentowe	72,3%	71,0%	70,0%	73,2%	78,3%
b) przychody z reklamy	17,4%	18,7%	20,6%	16,1%	11,8%
c) wynik działalności finansowej	3,9%	4,8%	3,4%	3,6%	3,7%
d) pozostałe przychody	6,4%	5,5%	6,1%	7,1%	6,2%

W omawianym okresie lat 1997 – 2001 dynamika zmian najpoważniejszych przychodów w spółkach radiofonii publicznej przedstawiała się następująco (w procentach):

	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2001</u> <u>2000</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
a) skorygowane przychody ogółem					
- Radiofonia publiczna, razem	112,2	104,1	105,8	110,0	135,9
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	107,1	105,3	103,4	115,2	134,4
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	118,6	102,7	108,6	104,2	137,8
b) wpływy abonamentowe					
- Radiofonia publiczna, razem	109,0	102,7	108,9	113,3	138,4
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	103,4	104,1	105,2	115,0	130,3
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	116,4	101,2	113,2	111,4	149,1
c) przychody z reklamy					
- Radiofonia publiczna, razem	112,0	110,5	90,3	89,4	99,9
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	97,6	107,5	97,1	104,1	106,1
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	127,8	113,1	84,9	75,9	93,2

Od 2000 roku w spółkach regionalnej radiofonii wyraźnie jest widoczny coroczny spadek przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego, w porównaniu do roku poprzedniego.

Natomiast w analizowanym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem radiofonii publicznej, jako wartości nominalnych, przedstawiała się następująco (w procentach):

	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2001</u> <u>2000</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
- Radiofonia publiczna, razem	107,4	107,9	106,8	109,4	135,3
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	103,2	106,9	104,5	112,6	129,6
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	112,9	109,0	109,5	105,9	142,8

Jak wynika z powyższego, w latach 1997 – 2001 w zakresie całej radiofonii publicznej koszty rodzajowe ogółem nominalnie wzrosły o 35,3%, podczas gdy skorygowane przychody ogółem o 35,9%. Koszty rodzajowe Polskiego Radia S.A. wzrosły o 29,6% natomiast przychody ogółem o 34,4%. Koszty rodzajowe spółek regionalnych wzrosły szybciej, bo o 42,8%, w porównaniu do tempa wzrostu skorygowanych przychodów ogółem - o 37,8%.

Natomiast po uwzględnieniu wpływu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 1998 roku – 11,8%, w 1999 roku – 7,3%, w 2000 roku – 10,1%, 2001 r. – 5,5%), realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych radiofonii publicznej zmieniała się następująco (w procentach):

	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2001</u> <u>2000</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
1) skorygowane przychody – ogółem					
- Radiofonia publiczna, razem	100,3	95,7	96,1	110,0	102,9
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	95,8	98,2	93,9	115,2	101,7
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	106,1	95,7	98,7	104,2	104,4
2) koszty rodzajowe – ogółem					
- Radiofonia publiczna, razem	96,1	100,5	96,9	103,7	97,1
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	92,3	99,7	94,7	106,7	93,0
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	101,0	101,6	99,5	100,4	102,5

W okresie 1997 – 2001 realna wartość przychodów ogółem całej radiofonii wzrosła o 2,9%, podczas gdy kosztów rodzajowych zmalała o 2,9%.

W 2001 roku, na podstawie materiałów przedbilansowych, odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych spółek radiofonii publicznej w porównaniu do 2000 roku:

1. Zatrudnienie przeciętne

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.630,83	47,4	1.641,92	47,5	100,7
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.807,99	52,6	1.812,54	52,5	100,3
RAZEM	3.438,82	100,0	3.454,46	100,0	100,5

2. Stan zatrudnienia na 31 grudnia

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1.648,41	47,4	1.623,63	49,2	98,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1.831,67	52,6	1.677,13	51,8	91,6
RAZEM	3.480,08	100,0	3.300,76	100,0	94,8

3. Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	2000 rok	2001 rok	% kol.3:2
1.	2.	3.	4.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	3.301,8	3.604,8	109,2
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	3.328,5	3.460,7	104,0
RAZEM	3.265,2	3.532,8	108,2

4. Ogólny poziom przychodów (w mln zł)

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	237,4	52,5	270,7	54,3	114,0
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	214,9	47,5	227,8	45,7	106,0
RAZEM	452,3	100,0	498,5	100,0	110,2

5. Ogólny poziom kosztów rodzajowych (w mln zł)

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	219,3	54,2	246,9	54,4	112,6
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	195,6	45,8	207,2	45,6	105,9
RAZEM	414,9	100,0	454,1	100,0	109,4

6. Struktura kosztów rodzajowych

a) Polskie Radio S.A. w Warszawie

TREŚĆ	w %	
	2000 rok	2001 rok
1. Wynagrodzenia	35,4	35,3
2. Świadczenia na rzecz pracowników	6,6	6,2
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	42,0	41,5
4. Amortyzacja	7,4	7,7
5. Usługi obce:	27,8	27,0
w tym:		
- emisja	13,1	13,9
- dosył sygnału	2,7	1,7
- opłata za częstotliwość	0,3	0,3
6. Zużycie materiałów i energii	3,8	3,8
7. Podatki i opłaty	6,5	7,3
8. Pozostałe koszty	12,6	12,8
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	5,6	6,3

W Polskim Radiu S.A. w Warszawie wypłacone w 2001 roku diety dla przewodniczącego i członków rad programowych wyniosły 27,1 tys. zł., tj. o 16,1% mniej w porównaniu do 2000 roku (32,3 tys. zł.).

b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej razem

TREŚĆ	w %	
	2000 rok	2001 rok
1. Wynagrodzenia	40,3	40,5
2. Świadczenia na rzecz pracowników	8,1	8,2
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	48,4	48,7
4. Amortyzacja	7,4	7,7
5. Usługi obce:	27,8	27,0
w tym:		
- emisja	6,0	6,3
- dosył sygnału	1,2	1,3
- opłata za częstotliwość	0,2	0,2
6. Zużycie materiałów i energii	3,8	3,7
7. Podatki i opłaty	6,5	7,3
8. Pozostałe koszty	12,6	12,8
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	4,5	5,1

We wszystkich 17 spółkach regionalnej radiofonii publicznej w 2001 roku wypłacono diety dla rad programowych w łącznej kwocie 385,1 tys. zł, tj. o 9,6 % więcej w porównaniu do 2000 roku (351,5 tys. zł).

7. Należności i roszczenia wg stanu na 31 grudnia

					w mln zł
TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	kol.4:2
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	13,3	54,3	15,7	56,6	118,4
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	11,2	45,7	12,1	43,5	107,8
RAZEM	24,5	100,0	27,8	100,0	113,5

8. Zobowiązania krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia

					w mln zł
TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	kol.4:2
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	31,2	64,7	27,8	63,3	89,1
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	17,0	35,3	16,1	36,7	94,7
RAZEM	48,2	100,0	43,9	100,0	91,1

9. Majątek obrotowy wg stanu na 31 grudnia

					w mln zł
TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	kol.4:2
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	19,6	24,2	21,7	26,4	110,7
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	61,5	75,8	60,4	73,6	98,2
RAZEM	81,1	100,0	82,1	100,0	101,2

10. Majątek trwały netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	160,1	54,0	163,4	54,3	102,1
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	136,5	46,0	137,4	45,7	100,7
RAZEM	296,6	100,0	300,8	100,0	101,4

11. Wynik netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	5,3	39,3	13,9	65,3	259,2
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	8,2	60,7	7,4	34,7	90,6
RAZEM	13,5	100,0	21,4	100,0	157,5

Telewizja publiczna

Według danych przedbilansowych w 2001 roku najpoważniejszym składnikiem skorygowanych przychodów ogółem (zamiast przychodów finansowych uwzględniono wynik na działalności finansowej) Telewizji Polskiej S.A. były wpływy z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) w wysokości 1 027 174,1 tys. zł, co stanowi 61,9% skorygowanych przychodów ogółem (wpływy z reklamy 58,6%, wpływy ze sponsoringu 3,3%).

Natomiast wpływy abonamentowe stanowiły 30,7 % tych przychodów spółki.

Przychody z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) i wpływy abonamentowe stanowiły łącznie 92,6 % skorygowanych przychodów ogółem Telewizji Polskiej S.A.

W latach 1997-2001, to jest w okresie siedmiu lat funkcjonowania TVP S.A. jako spółki prawa handlowego, struktura procentowa udziału poszczególnych pozycji przychodów w skorygowanych przychodach ogółem, zmieniała się następująco:

	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok
przychody z reklamy	56,5	58,0	63,7	58,9	58,6
sponsoring	1,8	2,6	3,3	3,4	3,3
wpływy abonamentowe	34,0	32,0	29,2	29,9	30,7
wynik na działalności finansowej	1,1	0,9	1,1	0,9	0,4
pozostałe przychody	6,6	6,5	2,7	6,9	7,0

W analizowanym okresie lat 1997-2001 dynamika zmian najważniejszych przychodów Telewizji Polskiej S.A. jako wartości nominalnych przedstawiała się następująco:

	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2001</u> <u>2000</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
skorygowane przychody ogółem	110,2%	114,4%	98,2%	101,7%	184,2%
przychody z reklamy	112,9%	125,7%	90,8%	104,2%	191,3%
sponsoring	163,9%	141,4%	101,4%	96,8%	376,6%
wpływy abonamentowe	103,6%	104,3%	100,8%	107,3%	161,9%
wynik na działalności finansowej	85,5%	143,4%	77,4%	112,5%	36,9%
pozostałe przychody	110,2%	48,1%	248,5%	71,2%	276,7%

Natomiast w omawianym okresie dynamika zmian kosztów rodzajowych ogółem spółki TVP jako wartości nominalnych przedstawiała się następująco (w procentach):

<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2000</u> <u>2001</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
111,2%	113,1%	112,3%	99,7%	140,8%

Jak z powyższego wynika w latach 1997-2001 tempo wzrostu nominalnych kosztów rodzajowych było szybsze (zwiększenie o 48,8%) w porównaniu do wzrostu skorygowanych przychodów ogółem (zwiększenie o 29,5 %).

Jeśli uwzględni się wskaźniki średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 1998 roku – 11,8%, w 1999 roku – 7,3%, w 2000 roku – 10,1%, 2001 roku – 5,5%), to realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych Telewizji Polskiej S.A. w latach 1997-2001 zmieniała się następująco:

	<u>1998</u> <u>1997</u>	<u>1999</u> <u>1998</u>	<u>2000</u> <u>1999</u>	<u>2001</u> <u>2000</u>	<u>2001</u> <u>1997</u>
skorygowane przychody ogółem	98,5%	106,6%	89,2%	99,1%	129,5%
przychody z reklamy	101,0%	117,2%	82,5%	98,6%	134,1%
sponsoring	146,6%	131,8%	92,1%	96,3%	238,6%
wpływy abonamentowe	92,7%	97,2%	91,5%	101,7%	116,9%
wynik na działalności finansowej	76,5%	133,6%	70,3%	55,6%	55,7%
pozostałe przychody	98,6%	44,8%	225,7%	98,8%	137,4%
koszty rodzajowe ogółem	99,5%	105,4%	99,2%	94,5%	101,1%

W okresie 1997-2001 realna wartość skorygowanych przychodów ogółem wzrosła o 29,5%, natomiast kosztów rodzajowych ogółem wzrosła o 1,1 %.

Realna wartość przychodów z reklamy wzrosła w tym okresie o 34,1%, a wpływów abonamentowych o 16,9%.

W 2001 roku w porównaniu do 2000 roku, realna wartość skorygowanych przychodów ogółem spadła o 0,8%, a kosztów rodzajowych ogółem o 5,5%.

Realna wartość przychodów z reklamy w latach 2000-2001 obniżyła się o 1,4%, natomiast przychodów z wpływów abonamentowych wzrosła o 1,7 %.

W 2001 roku odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych w Telewizji Polskiej S.A. w porównaniu do 2000 roku (na podstawie materiałów przedbilansowych):

Średnie zatrudnienie:

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	4 140,5	63,0	3 890,4	63,8	94,0
Oddziały terenowe	2430,0	37,0	2 210,3	36,2	91,0
RAZEM	6 570,5	100,0	6 100,7	100,0	92,8

Stan zatrudnienia na 31 grudnia :

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	4 125,8	63,7	3 714,8	63,9	90,0
Oddziały terenowe	2 346,1	36,3	2 099,8	36,1	89,5
RAZEM	6 471,9	100,0	5 814,6	100,0	89,8

Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	2000 rok	2001 rok	%
Zakład Główny	4 717,4	4 641,6	98,4
Oddziały terenowe	4 172,6	4 141,2	99,2
RAZEM	4 516,0	4 460,3	98,8

Poziom przychodów po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 445 119,0	87,8	1 475 896,9	87,2	102,1
Oddziały terenowe	200 056,3	12,2	216 580,5	12,8	108,3
RAZEM	1 645 175,3	100,0	1 692 567,4	100,0	102,9

Poziom kosztów ogółem po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 245 459,0	77,1	1 251 236,4	77,5	110,5
Oddziały terenowe	369 872,4	22,9	362 733,3	22,5	98,1
RAZEM	1 615 331,4	100,00	1 613 969,7	100,00	99,9

Struktura kosztów rodzajowych dla całej Spółki TVP po eliminacji obrotów wewnętrznych (w procentach)

TREŚĆ	2000 rok	2001 rok
1. Wynagrodzenia	26,9	25,2
2. Świadczenia na rzecz pracowników	4,7	4,6
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami	31,6	29,8
4. Amortyzacja	16,9	24,3
5. Usługi obce	18,8	19,0
<i>w tym</i>		
- emisja, częstotliwość, poł. kablowe	8,8	8,9
- wydatki na usługi OBOP-u	0,1	0,8
6. Zużycie materiałów i energii	17,2	13,2
7. Podatki i opłaty	1,6	1,6
8. Pozostałe koszty	13,8	11,9
<i>w tym m.in.:</i>		
ZAIKS-małe i wielkie prawa, inne tantiemy	4,0	4,1

Koszty związane z działalnością Rad Programowych w 2001 roku uległy zmniejszeniu w Zakładzie Głównym o blisko 19,0% w porównaniu do 2000 roku, przy wzroście diet o ponad 11,0% .

Natomiast w oddziałach terenowych TVP S.A. koszty związane z działalnością Rad Programowych w 2001 roku wzrosły o ponad 7,0% w porównaniu do 2000 roku, w tym diety o 2,0%

w tys. zł			
TREŚĆ	2000 rok	2001 rok	%
Zakład Główny	171,7	139,5	81,2
<i>w tym diety</i>	31,2	34,7	111,2
Oddziały terenowe	256,6	275,3	107,3
<i>w tym diety</i>	241,2	246,1	102,0
RAZEM	428,3	414,8	95,8
<i>w tym diety</i>	272,4	280,8	103,1

Koszty związane z działalnością promocyjną TVP S.A. wyniosły w 2001 roku blisko 12,6 mln zł i zmniejszyły się w porównaniu do 2000 roku o 16,8 %.

Zobowiązania krótkoterminowe (wg cen bieżących – nominalnych) wg stanu na 31 grudnia 2001 r. wyniosły 141,0 mln zł i były mniejsze o 32,2% w porównaniu do 2000 roku (207,8 mln zł)

Majątek trwały (w mln zł) wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	626,9	69,5	567,7	68,7	90,6
Oddziały terenowe	275,0	30,5	258,3	31,3	93,9
RAZEM	901,9	100,0	826,0	100,0	91,5

Majątek obrotowy (w mln zł) wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	668,7	88,8	493,4	91,6	73,5
Oddziały terenowe	84,6	11,2	45,3	8,4	66,1
RAZEM	753,3	100,0	538,7	100,0	78,0

Struktura majątku Telewizji Polskiej S.A. wg stanu na 31 grudnia (w mln zł.)

TREŚĆ	2000 rok		2001 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Majątek trwały	901,9	54,5	826,0	60,5	91,6
Majątek obrotowy	753,3	45,5	538,7	39,5	71,5
ŁĄCZNY MAJĄTEK	1 655,2	100,0	1 364,7	100,0	82,4

Wynik brutto wg stanu na 31 grudnia (w mln zł)

TREŚĆ	2000 rok	2001 rok	%
Zakład Główny	44,8	97,5	217,4
Oddziały terenowe	- 14,6	- 18,6	127,2
RAZEM	30,2	78,9	216,3

Wynik netto dla TVP S.A. ogółem wynosi w 2000 roku 10,0 mln zł zaś w 2001 roku 41,4 mln zł i jest czterokrotnie wyższy.

4. Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji

Na podstawie nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji z 1995 roku (art. 28a ust. 4) począwszy od 1996 roku Krajowa Rada określa wysokość diet dla członków rad programowych publicznej radiofonii i telewizji.

W sprawie określenia diet przysługujących członkom rad programowych publicznej radiofonii i telewizji Krajowa Rada przyjęła uchwałę nr 549/2000 z 29 listopada 2000 roku, która weszła w życie z dniem podjęcia, z mocą obowiązującą od 1 grudnia 2000 roku.

Zgodnie z tą uchwałą wysokość diet obowiązujących do chwili obecnej została określona następująco:

- a) dla przewodniczącego rady programowej - 315 zł
- b) dla członków rady programowej - 210 zł

W latach 1996-2001 spółki radiofonii i telewizji publicznej poniosły koszty z tytułu wypłaty diet dla członków rad programowych w łącznej wysokości 2.185,6 tys.zł,

z tego (w tys.zł):

	1996 rok	1997 rok	1998 rok	1999 rok	2000 rok	2001 rok
• Telewizja Polska S.A., razem	12,2	16,8	50,0	85,4	274,2	280,8
• Radiofonia publiczna, razem	129,3	171,9	194,4	207,1	383,8	385,1
• Ogółem	141,5	188,7	244,4	288,9	656,2	665,9

W ciągu sześciu lat, 67,3% kosztów diet rad programowych zostało poniesionych w 18-stu spółkach radiofonii publicznej.

5. Wpływy abonamentowe i ich podział na 2002 rok

Oplaty abonamentowe

W rozporządzeniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 27 czerwca 2001 roku ustalona została wysokość miesięcznych opłat abonamentowych za używanie odbiornika radiofonicznego oraz za używanie odbiornika telewizyjnego lub radiofonicznego i telewizyjnego od 1 stycznia 2002 roku. W podwyższonej opłacie abonamentowej uwzględniono:

- prognozowany (w czerwcu 2001 roku) wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych na 2002 rok w wysokości – 6,0%
- wyrównanie skutków wyższego średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych w 2000 roku (10,1%), w porównaniu do poziomu przyjętego przez Krajową Radę w czerwcu 1999 roku przy ustalaniu miesięcznej opłaty na 2000 rok (6,0%) – 4,1%
- wyrównanie w 50% skutków finansowych ubytku wpływów abonamentowych w wyniku zmniejszenia się stanu abonentów wnoszących opłaty abonamentowe rtv na 31 grudnia 2000 roku, w porównaniu do stanu na 31 grudnia 1999 roku – 1,5%.

Aby przeciwdziałać negatywnemu zjawisku wyrejestrowywania odbiorników radio-owych i telewizyjnych, a w konsekwencji spadkowi wpływów abonamentowych, Krajowa Rada od 1 stycznia 2002 roku podwyższyła poziom ulg finansowych dla abonentów, którzy wniosą opłaty abonamentowe z góry za okres (w nawiasie poziom ulgi obowiązujący w 2001 roku):

1. dwumiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 2,0%	(1,8%)
2. kwartalny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 2,5%	(2,4%)
(lub za kolejne 3 miesiące)	-		
3. czteromiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 2,5%	(2,4%)

4. pięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 3,0%	(2,9%)
5. półroczny			
(lub za kolejne 6 miesięcy)	-	obniżenie opłaty za ten okres o 4,3%	(4,1%)
6. siedmiomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 4,3%	(4,3%)
7. ośmiomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 4,6%	(4,6%)
8. dziewięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 5,0%	(5,0%)
9. dziesięciomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 5,5%	(5,5%)
10. jedenastomiesięczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 6,1%	(6,1%)
11. roczny	-	obniżenie opłaty za ten okres o 7,3%	(7,2%)

Warunkiem skorzystania z ulg jest wniesienie opłaty z góry w terminie do dnia 20-go pierwszego miesiąca okresu rozliczeniowego. Użytkownik odbiornika uzyskał również możliwość wniesienia opłat na poczet 2002 roku w 2001 roku, wg stawek obowiązujących od 1 stycznia 2002 roku.

Podział wpływów abonamentowych

Uchwałą Nr 285 z dnia 27 czerwca 2001 roku, zmienionej uchwałami nr 613/2001 oraz nr 614/2001 z 20 listopada 2001 roku Krajowa Rada dokonała podziału wpływów abonamentowych z opłat za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych w 2002 roku na spółki publicznej radiofonii i telewizji.

Z globalnej wielkości prognozowanych wpływów abonamentowych w kwocie 860,7 mln zł wyodrębniona została kwota 25,0 mln zł (tj. ok. 2,905%), z tego dla:

1) Polskiego Radia S.A. w Warszawie na finansowanie przedsięwzięcia inwestycyjnego związanego z cyfryzacją produkcji tekstowo-dźwiękowej i archiwum	–	9,6 mln zł	(38,4%)
2) Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie, razem z tego na częściowe finansowanie:	–	15,4 mln zł	(61,6%)
a) produkcji programów Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego	–	1,8 mln zł	
b) kosztów związanych z zakupem sprzętu, wyposażenia i materiałów oraz serwisowaniem urządzeń do przedsięwzięcia związanego z wdrożeniem telewizji interaktywnej	–	6,0 mln zł	
c) kosztów związanych z wdrożeniem zintegrowanego systemu informatycznego SAP R/3 w oddziałach terenowych spółki	–	7,6 mln zł	

Pozostała kwota prognozowanych wpływów abonamentowych w wysokości 835,7 mln zł rozdzielona została według następującej relacji:

• Telewizja Polska S.A.	–	60,0%	tj. 501,4 mln zł
• Jednostki publicznej radiofonii, razem	–	40,0%	tj. 334,3 mln zł

Radiofonia publiczna

Uchwałą Nr 683/2001 z dnia 18 grudnia 2001 roku Krajowa Rada dokonała podziału kwoty 334,3 mln zł między poszczególne spółki radiofonii publicznej.

Dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 2002 rok określono środki w wysokości 179.500 tys. zł (tj. około 21,478% z kwoty 835,7 mln zł prognozowanych wpływów abonamentowych). W ramach tej kwoty wydzielono środki w wysokości 5,8 mln zł (0,694% z kwoty 835,7 mln zł) na finansowanie kosztów bezpośrednich emisji programu dla zagranicy.

Łącznie dla Polskiego Radia S.A. na 2002 rok przewidziane zostały wpływy abonamentowe w kwocie 189.100 tys. zł (9.600 tys. zł + 179.500 tys. zł), co stanowi 21,97% prognozowanej na 2001 rok kwoty wpływów abonamentowych (860,7 mln zł).

Natomiast dla 17 spółek regionalnej radiofonii publicznej określono środki z wpływów abonamentowych w wysokości 154.800 tys. zł.

Telewizja publiczna

W ramach wpływów określonych dla Telewizji Polskiej S.A. na 2002 rok w wysokości 501,4 mln zł wyodrębniono kwotę 32,0 mln zł na finansowanie działalności TV Polonia (to jest 3,83% z kwoty 835,7 mln zł prognozowanych wpływów abonamentowych ogółem).

Ponadto uchwałą Krajowej Rady Nr 614/2001 z 20 listopada 2001 roku określony został minimalny udział terenowych oddziałów TVP S.A. w planowanych wpływach abonamentowych ustalonych dla telewizji publicznej do kwoty 187,0 mln zł (w 2000 roku – 200,0 mln zł). Jednocześnie z pozostałych środków 314,4 mln zł (501,4 mln zł – 187,0 mln zł) przeznaczonych na finansowanie telewizyjnych programów ogólnopolskich TVP S.A. przewidziano kwotę 55,0 mln zł, jako minimalną na finansowanie udziału terenowych oddziałów spółki na antenie ogólnopolskiej, w celu zagwarantowania obecności audycji wyprodukowanych przez te oddziały w programach ogólnokrajowych (w 2001 roku kwota minimum wynosiła 100,0 mln zł).

IV. ANALIZA I PERSPEKTYWY ROZWOJU RYNKU REKLAMOWEGO

W 2001 roku nie tylko w polskiej gospodarce odnotowano spadek wymiany towarowej. W 30 państwach OECD w tym u naszego największego partnera handlowego, w Niemczech w 2001 roku dochody mediów z reklamy zmniejszyły się o prawie 5% i wyniosły 22,13 mld euro, z czego na telewizję przypadło 23%, a na radio 4%. W Polsce produkcja sprzedana przemysłu była w grudniu 2001 roku o 4,5% mniejsza niż przed rokiem, a w całym 2001 roku zmniejszyła się o 0,2%. Spadek produkcji przemysłowej wpłynął na prognozy dotyczące PKB w 2002 roku, który ma wzrosnąć o 1%.

Sytuacja gospodarcza na świecie i w Polsce wpłynęła oczywiście na krajowy rynek reklamy, który skutki recesji zaczął odczuwać już w II połowie 2000 roku. Ponadto w związku z malejącymi budżetami reklamodawców trwała zapoczątkowana w końcu 2000 roku, wojna cenowa: najpierw nadawcy telewizyjni, a nieco później radiowi zaczęli stosować nadzwyczajne rabaty i upusty cen za reklamę. W połowie roku telewizyjni nadawcy koncesjonowani Polsat S.A. i TVN Sp. z o.o. wystąpili z wnioskiem do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeciwko telewizji publicznej.

Wniosek dotyczył zaniechania stosowania przez telewizję publiczną praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na nadużywaniu pozycji dominującej na telewizyjnym rynku usług reklamowych poprzez stosowanie polityki cenowej. Ta polityka cenowa może z kolei prowadzić do eliminacji konkurencji. Postępowanie antymonopolowe trwa.

Zmiana ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, która od 14 września 2001 roku zezwoliła na reklamę piwa w radiu i telewizji wyłącznie w godzinach 23.00 – 6.00 spowodowała znaczący spadek wpływów z reklamy tego produktu. W telewizji w IV kwartale 2000 roku browary wydały na reklamę brutto 55,8 mln zł, a w IV kwartale 2001 roku, po nowelizacji ustawy, jedynie 7,5 mln zł, czyli siedmiokrotnie mniej. W radiu ten spadek jest wielokrotnie większy z 575 tys. zł w IV kwartale 2002 roku praktycznie do 0 w IV kwartale 2001 roku.

KRRiT korzysta z badań reklamy telewizyjnej i radiowej prowadzonych przez wyspecjalizowane instytuty badawcze: TNS OBOP, AGB Polska, CR-Media i Expert-Monitor. Prowadzony przez te instytuty monitoring wydatków na reklamę oparty jest o cenniki nadawców, nie uwzględnia objętych tajemnicą handlową rabatów i upustów, a zdaniem analityków reklamy przekraczały one 50%, a nawet 70%. Ekspertci uważają, że najmniej wspólnego z rzeczywistością mają cenniki telewizyjne, dlatego ocena wpływów reklamowych na podstawie cenników stała się niemiarodajna.

Dodatkowym czynnikiem, mającym istotny wpływ na uzyskanie wysokich rabatów w mediach, była istniejąca już w świecie, a zapoczątkowana w Polsce w II połowie 2001 roku konsolidacja domów mediowych (firm wyspecjalizowanych w planowaniu i zakupie reklamy w mediach i grupujących agencje reklamowe). Utworzone zostały domy mediowe:

- Magna Global Poland (grupujący: Uniwersal McCann, Initiative Media i Pan Media Western) o obrotach udziałowców w 2000 r. przekraczających 800 mln zł; w roku 2002 będzie obracać budżetami reklamowymi w wysokości 1 mld zł.
- Power Com (MediaCom i StarCom) o obrotach ok. 750 mln zł; na 2002 rok obroty wyniosą ok. 950 mln zł.
- Media One (Zenith Media i Optimedia) o obrotach ok. 800 mln zł; na 2002 rok obroty wyniosą 860 mln zł.
- Holding utworzony przez Omnicom w składzie: Optimum Media OMD, Media Direction i Quantum Media; w 2002 roku obroty mają wynieść łącznie 800 mln zł.

Będzie to mieć znaczący wpływ na przychody mediów w 2002 roku. Negocjacje z firmami dysponującymi tak wielkimi budżetami reklamowymi będą dla wszystkich mediów bardzo trudne. Domy mediowe będą mogły dyktować swoje warunki.

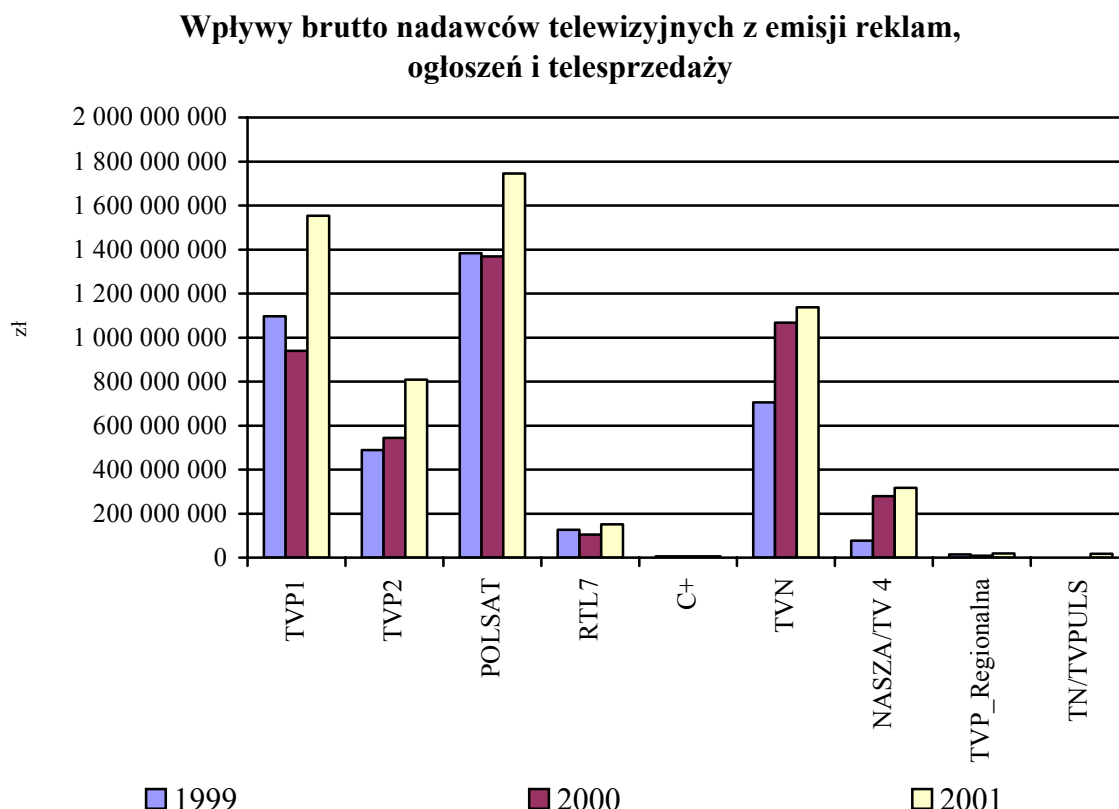
Wpływy z emisji reklam, ogłoszeń i telesprzedaży w telewizji (wpływy brutto nie uwzględniające upustów i rabatów na podstawie danych AGB Polska) przedstawia tabela:

[w zł]

Nadawca	1999 rok	2000 rok	2001 rok	2001/2000
TVP1	1 096 796 350	939 760 200	1 553 176 400	65,27%
TVP2	488 210 195	543 512 745	808 915 215	48,83%
POLSAT	1 383 428 990	1 368 974 580	1 745 793 310	27,53%
RTL7*	127 104 701	105 347 701	150 812 213	43,16%
C+	5 609 980	5 904 500	5 221 200	-11,57%
TVN	704 928 260	1 067 228 495	1 137 240 183	6,56%
TV 4	76 484 006	279 339 810	316 543 655	13,32%
TVP - Regionalna	13 934 710	8 474 860	18 363 060	116,68%
TN/TV PULS**	x	x	17 930 340	x
Razem	3 896 497 192	4 318 542 891	5 753 995 575	33,24%

*nadawca zdelokalizowany, bez polskiej koncesji, nadający na podstawie konwencji o telewizji ponadgranicznej

**TV Puls nadaje od marca 2001 roku.

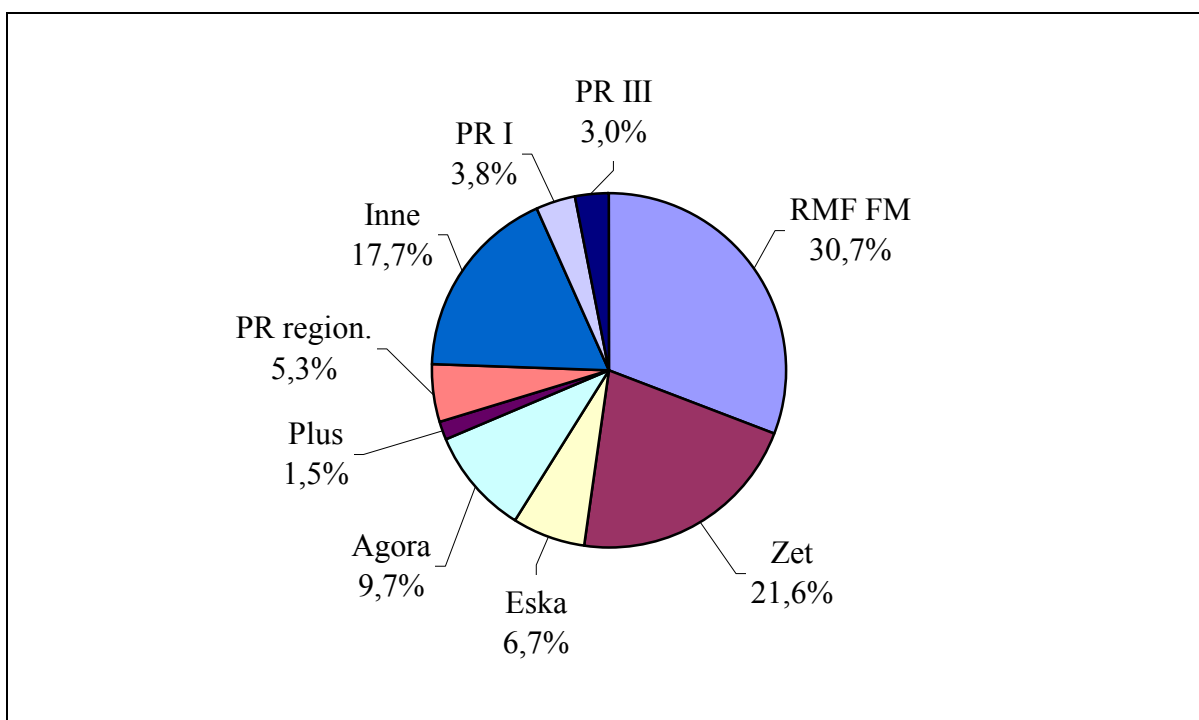


Łączny czas emisji reklam w telewizji wzrósł w 2001 roku o 14,8%, a więc ten ponad 33% wzrost wpływów jest mylący. Nominalny wzrost wpływów nie przekroczył 5%, a realnie, z uwzględnieniem inflacji, wpływy z emisji reklamy w telewizji pozostały co najwyżej na poziomie 2000 roku. Część analityków uważa, że odnotowano 2% spadku.

Rynek reklamy radiowej w 2001 roku był również bardzo trudny, gdyż i tu zaobserwowano stosowanie nadzwyczajnych rabatów, choć w mniejszym stopniu niż w telewizji. Według danych firmy CR-Media, która monitoruje niespełna 100 nadawców, na reklamę radiową wydano nominalnie brutto według cenników stacji radiowych 648 mln zł, o nieco ponad 1% więcej niż w 2000 roku. Zdaniem analityków w 2001 roku rabaty i upusty udzielane przez nadawców radiowych przekroczyły 40%.

W II kwartale 2001 roku KRRiT wydając Radiu Zet i RMF FM nowe koncesje nie zgodziła się na nadawanie (tzw. rozszczepianie) programów lokalnych, w tym reklam. Jedynie część tych reklam trafiła do stacji lokalnych, trudno to jednak oszacować ze względu na panującą w 2001 roku recesję na rynku reklamy. Dodatkowo zmiana standardu badań radiowych, nie odzwierciedlającego udziału audytorium lokalnych nadawców, utrudnia egzystencję samodzielnych lokalnych stacji radiowych. Trudna sytuacja ekonomiczna lokalnych nadawców radiowych zmusza ich do szukania inwestorów i konsolidacji. Proces tworzenia sieci programowych i reklamowych będzie kontynuowany w 2002 roku.

Udział w wydatkach na reklamę brutto w 2001 roku ogólnopolskich stacji radiowych, w porównaniu ze stacjami należącymi do sieci, rozgłośniami regionalnymi radia publicznego (PR region) i pozostałymi obrazuje wykres:



Na podstawie badań CR-Media

Interesująco wyglądają roczne wydatki na reklamę według cenników w radiu na największych rynkach lokalnych:

Warszawa	65,7 mln zł
Poznań	31,6 mln zł
Katowice	28,8 mln zł
Łódź	21,5 mln zł
Wrocław	21,4 mln zł
Gdańsk	16,0 mln zł
Kraków	11,3 mln zł
Szczecin	2,9 mln zł

Dane powyższe obrazują, jak istotne znaczenie ma 7 pierwszych rynków, gdyż kolejny – szczeciński jest prawie czterokrotnie mniejszy od poprzedzającego - krakowskiego. Szczególnie ważny dla uzyskania środków na działalność stacji radiowych jest rynek warszawski. Rynek reklamy radiowej w pozostałych miastach wojewódzkich kształtuje się na poziomie 1-2 mln zł rocznie.

W 17 rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w 2001 roku wystąpiło znaczne zmniejszenie czasu wyemitowanych reklam, średnio o 17,6%. Odbiło się to oczywiście na wpływach z reklamy, które zmniejszyły się o 11,5%. Jest to kolejny rok spadku wpływów z

reklamy w rozgłośniach regionalnych radia publicznego. W 2000 roku średni spadek wpływów tych nadawców wyniósł 8,6%. Czas reklam wyemitowanych przez Polskie Radio S.A. (Program I, II, III i Bis) w 2001 roku wzrósł o 6,7%.

Wyjątkowo trudny do oceny jest rynek reklamy prasowej. W Raporcie 2001 przygotowanym przez miesięcznik Impact określono wartość cennikową wszystkich reklam prasowych w 2001 roku na 2 451 mln zł, co stanowi niewiele ponad 2% wzrostu w porównaniu z rokiem poprzednim. Rabaty na tym rynku wzrosły jednak również i według analityków nominalne wydatki netto na reklamę prasową spadły o 3 do 4%.

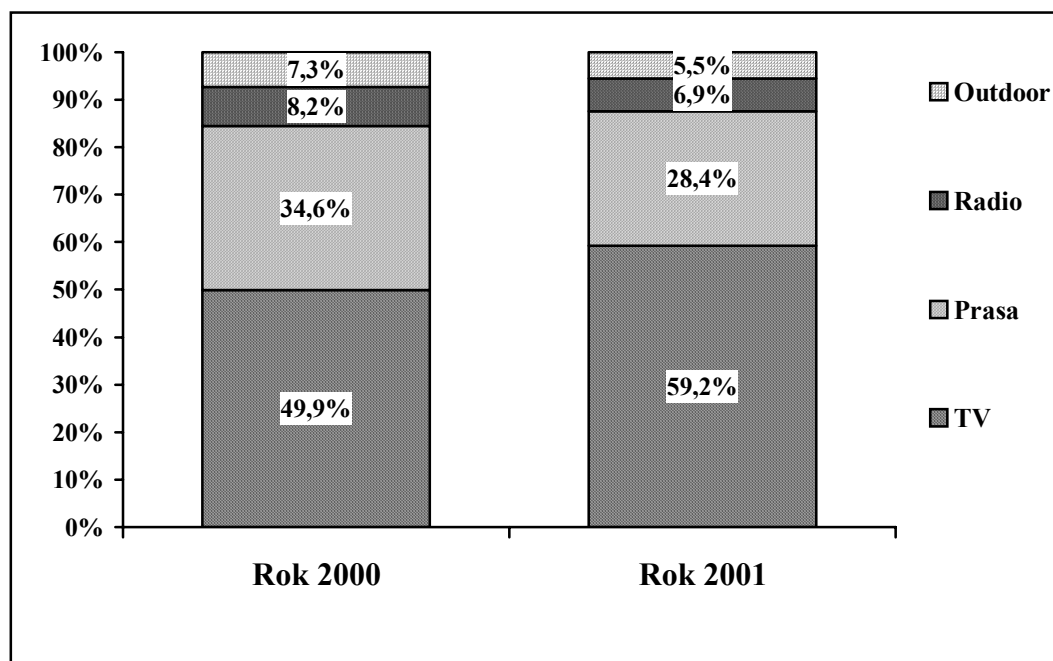
Głęboki kryzys przeżywa reklama zewnętrzna – outdoor, na którą wydano o 12% mniej niż w 2000 roku. Nastąpił spadek wydatków brutto z 717,8 mln zł w 2000 roku do 633,3 mln zł w 2001 roku. Jest to skutek wprowadzanych zakazów reklamy piwa, a wcześniej tytoniu.

Wydatki na reklamę w internecie w 2001 roku wyniosły (bez barteru) netto jedynie 24 mln zł – ocenili analitycy w Raporcie Impactu. Na rok 2002 prognozują 25% wzrostu.

Reklamę kinową oszacowano w 2001 roku na 48,5 mln zł, więc do ogółu rynku wciąż jest to wartość znikoma.

Reklama w internecie i reklama kinowa w całym rynku reklamy nie stanowią jeszcze dużego udziału (poniżej 1%), ale systematycznie rosną.

Udział mediów w wydatkach brutto na reklamę według CR-Media przedstawia wykres:



Analizując sytuację na rynku reklamowym w 2001 roku można przewidywać, że:

- pula budżetów reklamowych do wykorzystania w 2002 roku pozostanie na poziomie 2001 roku, choć prawdopodobny jest dalszy spadek wydatków związany ze słabnącym popytem konsumpcyjnym;
- tworzące się domy mediowe, dysponując dużymi budżetami reklamowymi będą bardzo trudnym partnerem dla mediów. Uzyskają ich kosztem lepsze warunki dla siebie i swoich klientów. Celem domów jest negocjowanie jak najlepszych (najniższych) cen;
- rozproszone media skazane są na walkę o budżety reklamowe z kilkoma gigantami. Możliwość selektywnego rozdziału budżetów może zaważyć na stabilności finansowej niektórych nadawców;
- będzie postępować wymuszona warunkami ekonomicznymi konsolidacja lokalnych nadawców radiowych w sieci programowe i reklamowe;
- mocna pozycja telewizji publicznej zostanie utrzymana. Telewizje komercyjne mają zbyt ograniczoną ofertę programową, a także mniejszy zasięg techniczny.
- telewizyjne kanały tematyczne otrzymają budżety reklamowe skierowane do konkretnego odbiorcy.

V. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ

1. Przygotowania do nowelizacji Dyrektywy o Telewizji bez Granic oraz innych dyrektyw związanych z sektorem audiowizualnym

Dyrektywa o Telewizji bez Granic – kierunki europejskiej polityki audiowizualnej

Zgodnie z postanowieniami Dyrektywy o Telewizji bez Granic, na 2002 rok przewidziany został przegląd jej przepisów w zakresie promocji dzieł europejskich. Na przygotowanie takiego przeglądu wpływ miały zarówno formalne zapisy Dyrektywy nakazujące jego przeprowadzenie, jak i zmiany technologiczne oraz gwałtowny rozwój rynku audiowizualnego.

W związku z powyższym Komisja Europejska rozpoczęła szerokie badania analityczne dotyczące dziedzin objętych zakresem Dyrektywy, oceniające efekty działań podejmowanych w celu promocji dystrybucji i produkcji europejskich programów telewizyjnych i analizujące efektywność systemu kwot na tle innych działań w tym zakresie.

W tym też celu przeprowadzony został w Brukseli cykl otwartych warsztatów, dla przedstawicieli państw członkowskich Unii Europejskiej i krajów akcesyjnych, w których brali udział przedstawiciele KRRiT. Współuczestniczyli oni także w międzynarodowych pracach poświęconych analizie sytuacji bieżącej w sektorze audiowizualnym, poprzez przygotowanie danych do skonstruowanego w trakcie prac Komisji kwestionariusza dotyczącego zagadnień kwot ekranowych.

Prace seminaryjne obejmowały następujące zagadnienia: rozwój rynku europejskiej twórczości audiowizualnej w kontekście problematyki kwot programowych, ramy prawne dotyczące produkcji i dystrybucji tej twórczości oraz zagadnienia związane ze zmianami zachodzącymi na rynku reklamowym.

Problematyka kwot programowych

30 maja 2001 roku przeprowadzono w Brukseli pierwsze spotkanie, dotyczące tendencji rozwojowych rynku europejskiej twórczości audiowizualnej w zakresie produkcji i dystrybucji tej twórczości.

W trakcie dyskusji dotyczącej analizy systemu kwot telewizyjnych pojawił się dość wyraźny podział pomiędzy reprezentantami Niemiec i Francji. O ile ci pierwsi skłonni byli

przyznać, że rynek europejski jest prężny i nie wymaga szczególnego wsparcia w postaci kwot ekranowych, które w długiej perspektywie prowadzą do osłabienia konkurencyjności producentów europejskich, o tyle przedstawiciele sektora audiowizualnego z Francji podkreślali konieczność wzmocnienia tychże mechanizmów oraz opowiadali się za systemem ochrony rynku i produkcji europejskiej, przy zastosowaniu regulacji protekcyjnych, wskazując, iż gdyby nie kwoty europejskie, to programy niemieckie, w tym głównie seriale, nie zostałyby tak bardzo wypromowane w Europie Południowej. Ponadto dotychczasowe działania Komisji Europejskiej mające zagwarantować pełną implementację postanowień *Dyrektywy* należy uznać za niewystarczające i nie zabezpieczające dostatecznie sektora, który nie powinien podlegać wyłącznie siłom rynkowym.

Propozycja zastąpienia kwoty europejskiej kwotami inwestowania w produkcję europejską spotkała się z zarzutem, że próba jej realizacji musiałaby pociągnąć za sobą trudną do przeprowadzenia w praktyce harmonizację standardów prowadzenia księgowości firm.

Poruszono też kwestię spełniania przez kwotę europejską funkcji czynnika promocji kultury innych państw europejskich. W praktyce jednak często kwota europejska wypełniana jest przez audycje krajowe, co nie sprzyja realizacji celów przyświecających zapisom *Dyrektywy*. Na tym tle powstała propozycja wprowadzenia kwoty audycji europejskich – nie krajowych, również dla nadawców publicznych, która wymusiłaby cyrkulację programów, w tym głównie filmów, między państwami europejskimi.

W trakcie dyskusji dało się zauważyć krańcowo różne podejście do sytuacji nowo powstałych nadawców w kontekście wypełniania przez nich kwot ekranowych. Z jednej strony pojawiły się głosy, że nakładanie obowiązku wykonania kwot na nowo powstałe stacje nadawcze ogranicza ich swobodę prowadzenia działalności gospodarczej, z drugiej strony natomiast argumentowano, że wielkość stacji nie ma wpływu na możliwość realizacji kwoty. Rozróżnienie między nadawcami w stosunku do obowiązywania kwoty powinno więc przebiegać w oparciu o tematykę programu.

Stwierdzono, że w Europie sektor produkcji niezależnej wciąż jest traktowany w sposób protekcyjny; utrzymywany jest faktyczny monopol na produkcję własną nadawców (nadawcy mogą na nią przeznaczyć 90% czasu antenowego).

Stąd też producenci niezależni oczekują zwiększenia dynamiki konkurencyjności sektora i stoją na stanowisku, że aby kwota produkcji niezależnej spełniała swe funkcje, powinna zostać podniesiona z 10% do 25%. W zależności od specyfiki danego rynku, celowe byłoby rozważenie wprowadzenia również innych środków wspierania produkcji niezależnej, z uwzględnieniem sytuacji państw operujących językami mniejszościowymi.

W zakresie kwot programowych kluczowymi zagadnieniami do rozwiązania pozostają także kwestie kryteriów definicyjnych audycji europejskiej w ramach kwoty europejskiej oraz kryteriów niezależności prawnej, ekonomicznej i technologicznej nadawców w ramach europejskiej kwoty niezależnej, szczególnie istotne w dobie cyfryzacji.

Wskazywano także, iż w nowej sytuacji europejska polityka audiowizualna powinna stworzyć warunki dla wspierania rozwoju stacji, które sprzyjają propagowaniu kultury jednego narodu wśród innych narodów europejskich i pozwalają w pewnym sensie zbliżyć sąsiadujące ze sobą społeczeństwa. Powinno się też wspierać, ale i kontrolować działalność telewizji publicznej, oraz zagwarantować określone prawa odbiorców np. dostęp do ważnych społecznie wydarzeń.

Problemem w określaniu zakresu zmian postanowień *Dyrektywy* jest fakt, że nieznany jest jeszcze ostateczny kierunek i charakter ewolucji sektora audiowizualnego w ramach nowych mediów.

Rozważano problem czy Wspólnota Europejska powinna stymulować inwestycje w produkcję nowych cyfrowych programów i konwersję już istniejących oraz regulować kwestię dostępu do konwertowanych na cyfrowe programów, których produkcja finansowana była ze środków publicznych, czy też - jak wskazywali niektórzy dyskutanci – inwestować w nową, cyfrową produkcję oraz w jaki sposób regulować wzajemne relacje między tradycyjną telewizją a innymi usługami komunikacyjnymi o charakterze interaktywnym.

W związku z rozwojem kanałów tematycznych, rynek ulega stopniowej fragmentaryzacji, przy czym najbardziej popularne są nowopowstające europejskie programy informacyjne. Pojawiają się pierwsze wielokanałowe platformy medialne oferujące zarówno dostęp do kanałów telewizyjnych, internetu, jak i telefonii komórkowej, a przedsiębiorstwa medialne i telekomunikacyjne mogą teraz podążać za klientem.

Wzrost konkurencji pomiędzy kanałami telewizyjnymi powoduje spadek średniej oglądalności najlepszych stacji, aczkolwiek rekompensuje to ogólny wzrost konsumpcji programów telewizyjnych; z drugiej jednak strony pojawiają się głosy, że rozwój nowych mediów stopniowo będzie ograniczał czas poświęcony na oglądanie telewizji.

W pierwszym kwartale 2002 roku zostanie przedstawiony Komisji Europejskiej raport oparty na wynikach badań i analiz. Uzyskane rezultaty będą stanowiły materiał wyjściowy dla opracowania komunikatu Komisji zawierającego przegląd postanowień *Dyrektywy* oraz ewentualne propozycje jej zmian, które Komisja zamierza przedstawić Radzie i Parlamentowi pod koniec 2002 roku.

Techniki reklamowe

Ekspansywny rozwój nowych form reklamy telewizyjnej wymaga uregulowania w prawie wspólnotowym, z czym wiąże się konieczność zmiany *Dyrektywy o Telewizji bez Granic*.

Warsztaty poświęcone tym zagadnieniom odbyły się w lipcu 2001 roku. Celem prowadzonych badań jest dostarczenie Komisji Europejskiej informacji na temat obecnej sytuacji i prawdopodobnych kierunków rozwoju nowych technik reklamowych, sponsorowania i telesprzedaży - w tym interaktywnych i wirtualnych, wykorzystania podzielonego ekranu oraz różnych form reklamy w internecie.

Reklama interaktywna łączy tradycyjną reklamę, marketing bezpośredni i zakupy w domu. Interaktywność ściśle wiąże się z precyzyjnym kierowaniem przekazów reklamowych do wyselekcjonowanych grup odbiorców, będących potencjalnymi klientami. Zmienia się charakter prowadzonych kampanii reklamowych. Dotychczas kampanie reklamowe musiały być zakrojone na bardzo dużą skalę, gdyż była to jedyna metoda zagwarantowania dotarcia do jak największej liczby potencjalnych konsumentów.

Te nowe możliwości będą miały wpływ na stacje telewizyjne. Można spodziewać się ograniczenia wydatków na tradycyjną reklamę na rzecz promocji i marketingu bezpośredniego; inaczej też będą ukształtowane bloki reklamowe, zwłaszcza z uwagi na fakt, iż reklamy interaktywne szczególnie dobrze pasują do programów tematycznych.

Reklama interaktywna upodobia się coraz bardziej do reklam internetowych. Stąd też można rozważyć wprowadzenie większej elastyczności w stosunku do limitów czasu nadawania reklam i minimalnego czasu jaki musi upłynąć pomiędzy blokami reklamowymi.

Reklama wirtualna pozwala generować komputerowo obrazy, którymi zastępuje się (lub dodaje do nich) fragmenty pierwotnej emisji. W tak zmienionej formie są one przesyłane do odbiorców. W ten sposób wygenerowane komputerowo logo sponsora lub reklamodawcy może ukazać się na murawie stadionu podczas meczu futbolowego, na bieżni, w wodzie podczas regat żeglarskich, etc. Interesująco przedstawiają się trójwymiarowe obiekty „zawieszone” w powietrzu. Możliwości ich stosowania są w zasadzie nieograniczone. Reklama wirtualna najlepiej sprawdza się podczas transmisji wydarzeń sportowych.

Trzeba zauważyć, iż aktualne przepisy Dyrektywy o Telewizji bez Granic nie przystają do nowego zjawiska jakim jest reklama wirtualna. I tak zgodnie z Dyrektywą reklamy telewizyjne powinny być łatwo rozpoznawalne i wyodrębnione z innych elementów programu za pomocą sygnałów optycznych lub akustycznych, a tego warunku nie spełnia reklama wirtualna.

Wyrażany jest pogląd, zgodnie z którym kwestia dopuszczalności reklamy wirtualnej pozostawiona została w wyłącznej kompetencji państw członkowskich Unii Europejskiej, skoro Dyrektywa się na jej temat nie wypowiada. Zgodnie z tym podejściem reklama wirtualna stanowi zupełnie nową jakość, całkowicie odmienną od tradycyjnej reklamy telewizyjnej, której funkcjonowanie reguluje Dyrektywa; pogląd ten budzi jednak wątpliwości.

Niewątpliwie reklama wirtualna stanowi ogromny potencjał, musi być ona jednakże uregulowana prawnie w sposób chroniący prawa konsumentów. Przede wszystkim zastosowanie reklamy wirtualnej nie powinno zmieniać treści transmitowanego wydarzenia, nie powinno przesłaniać, choćby częściowo widoku na toczące się wydarzenia.

Ogólne zakazy reklamowe wskazane w Dyrektywie o Telewizji bez Granic jak zakaz reklamy tytoniu, czy technik oddziałujących na podświadomość powinny zostać utrzymane. Ponadto, zastosowanie reklamy wirtualnej powinno nie tylko być uzgodnione z organizatorem wydarzenia, posiadającym do niego prawa, lecz również z nadawcami, którzy ponoszą odpowiedzialność wydawniczą za nadania.

Reklama wykorzystująca podzielony ekran (split - screen advertising) również emitowana jest podczas wydarzenia. Ekran zostaje podzielony na dwie lub więcej samodzielnych części. I tak np. $\frac{3}{4}$ ekranu może być zajęte przez wiadomości, a pozostała część przez reklamę. Reklama taka może być skorelowana z treścią pokazywanych wiadomości. Reklama wykorzystująca podzielony ekran stosowana jest również w quizach i teleturniejach.

Nowymi formami reklamy są także reklamy przesyłane za pośrednictwem telefonów komórkowych (w formie SMS) i internetu (w formie banerów reklamowych, framingu, video clips, webmarketingu i in.). Mają one jednak, oprócz wielu cech pozytywnych, parę minusów. Przede wszystkim przesyłane są zazwyczaj w formacie html, a nie wszystkie komputery obsługują pliki typu html, natomiast w przypadku plików pobieralnych (downloadable) wiele osób usuwa takie pliki nie otwierając ich z obawy przed wirusem.

Stworzenie odpowiednich ram prawnych dla nowych typów reklam jest ważnym zadaniem, które być może zostanie zrealizowane poprzez kolejną zmianę Dyrektywy o Telewizji bez Granic. W przeciwnym razie europejski rynek reklamy ulegający fragmentaryzacji stanie się mniej konkurencyjny, zaś prawa konsumenta nie będą dostatecznie chronione.

Jakkolwiek wydaje się, iż wprowadzanie zmian prawnych w tym zakresie do ustawy o radiofonii i telewizji jest przedwczesne, niemniej jednak celowe byłoby rozpoczęcie dyskusji nad zakresem i kształtem przyszłej regulacji. Jakiegokolwiek wiążące wnioski na obecnym etapie wydają się jednak przedwczesne.

W pierwszym kwartale 2002 roku powstanie raport poświęcony ukazaniu znaczenia rynku reklam z punktu widzenia funkcjonowania nowych mediów, obejmujący także problematykę ewentualnych zmian prawnych w tym zakresie i konieczności dostosowania dotychczasowych zasad do rozwoju rynku. Analiza ta będzie stanowiła narzędzie, którym Komisja może posłużyć się w trakcie przeglądu Dyrektywy o Telewizji bez Granic w 2002 roku, aby określić czy jej zapisy wymagają w tym zakresie zmian.

Pakiet regulacyjny Unii Europejskiej dotyczący komunikowania elektronicznego

W Unii Europejskiej trwają końcowe prace nad nowym pakietem regulacyjnym dotyczącym komunikowania elektronicznego. Na pakiet ten składa się dyrektywa w sprawie wspólnych ram regulacyjnych dla sieci i usług komunikacyjnych oraz następujące dyrektywy szczegółowe w sprawie:

- autoryzacji sieci i usług,
- dostępu i połączeń sieci,
- usługi powszechnej i praw użytkowników odnoszących się do sieci i usług,
- przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze komunikacji elektronicznej,
- ram regulacyjnych polityki częstotliwościowej.

Równolegle trwają prace nad zaktualizowaną wersją dyrektywy w sprawie konkurencji na rynkach elektronicznych usług komunikacyjnych, której zakres zostanie rozciągnięty na transmisję sygnałów radiowych i telewizyjnych.

12 grudnia 2001 roku Parlament Europejski przyjął w drugim czytaniu podstawową część nowych przepisów. Mimo, że nie jest to ostateczne rozstrzygnięcie, to fakt osiągnięcia kompromisu politycznego wymaganego w celu przyjęcia przez Parlament Europejski (po wprowadzeniu jego poprawek) tzw. "Common Position" Komisji Europejskiej i Rady Europejskiej, sugeruje, że nie należy już oczekiwać istotnych zmian.

Nowy pakiet regulacyjny powinien zostać ostatecznie zatwierdzony w ciągu kilku tygodni. Państwa członkowskie będą miały 15 miesięcy na jego wprowadzenie do prawa wewnętrznego.

Celem wprowadzenia tego pakietu jest uproszczenie i liberalizacja regulacji komunikowania elektronicznego w celu przyspieszenia budowy społeczeństwa informacyjnego.

Nowy pakiet regulacyjny wykracza poza ramy tradycyjnej telekomunikacji i obejmuje całość komunikacji elektronicznej, to znaczy usługi i sieci komunikacji elektronicznej, włączając w to usługi oraz sieci radiowe i telewizyjne. Nowe dyrektywy nie odnoszą się do spraw zawartości programów objętych znowelizowaną Dyrektywą 89/552/EWG o Telewizji bez Granic. Uchylają natomiast Dyrektywę 95/47/EC w sprawie standardów transmisji sygnałów telewizyjnych, której wdrożenie do prawa polskiego było jednym z celów aktualnej nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji.

Dyrektywa w sprawie wspólnych ram regulacyjnych przesądza m.in. o objęciu całym pakietem regulacyjnym kablowych i bezprzewodowych sieci służących do dystrybucji programów radiowych i telewizyjnych, określa podstawowe standardy dotyczące usytuowania i funkcjonowania organów regulacyjnych w dziedzinie telekomunikacji i infrastruktury komunikacji elektronicznej, cele działalności regulacyjnej, zasady ustalania podmiotów o szczególnej pozycji rynkowej, standaryzacji.

Dyrektywa w sprawie autoryzacji reguluje dopuszczalny zakres stosowania licencji, sposób stosowania tzw. generalnej autoryzacji, warunków jakie można nakładać na uprawnionych, trybu dysponowania częstotliwościami, opłat za autoryzację.

Dyrektywa w sprawie dostępu i połączeń sieci reguluje sprawy dostępu nadawców i dostawców usług medialnych do sieci telewizji cyfrowej, w tym do cyfrowych telewizyjnych platform interaktywnych, systemów warunkowego dostępu, przewodników programowych, interfejsów programowych niezbędnych do instalowania aplikacji, warunków finansowych dostępu, analizy pozycji rynkowych w tym zakresie, rozstrzygania sporów dotyczących warunków dostępu i połączeń.

Dyrektywa w sprawie usługi powszechnej reguluje minimalne wymagania dotyczące odbiorników telewizji cyfrowej w zakresie odbioru programów bezpłatnych, interfejsów współpracujących z innymi urządzeniami i aplikacjami. Reguluje również zakres dopuszczalnego stosowania zasady „must carry” i wynagradzania za wykonywanie tego obowiązku.

Dyrektywa w sprawie przetwarzania danych osobowych nie zawiera szczególnych postanowień dotyczących usług radiowych i telewizyjnych.

Harmonizacja prawa polskiego z nowymi dyrektywami będzie wymagała zmian w kilku ustawach, w tym zasadniczych zmian w Prawie Telekomunikacyjnym oraz odpowiednich dostosowań w ustawie o radiofonii i telewizji.

Obecnie nie ma możliwości dokładnego ustalenia zakresu niezbędnych zmian, ani sposobu ich wprowadzenia. Konieczne jest przeprowadzenie gruntownej analizy całego pakietu, tym bardziej że szereg postanowień dotyczących telewizji pojawiło się w ostatnich miesiącach. Konieczne jest ustalenie zakresu zadań KRRiT w sprawach regulowania cyfrowej infrastruktury radiowo-telewizyjnej. Na podstawie takiej decyzji należy w sposób skoordynowany dokonać zmian odpowiednio w obydwu ustawach.

2. Za i przeciw konwergencji ciał regulujących

W grudniu 1997 roku Zielona Księga o „Konwergencji telekomunikacji, mediów i różnych sektorów technologii informacji oraz jej implikacje dla regulacji prawnych” wywołała między innymi pytania o przyszły kształt regulacji. Jedną z zasadniczych kwestii poruszonych w Zielonej Księdze było pytanie, czy „funkcjonowanie odrębnych organów regulacji lub ministerstw odpowiedzialnych za poszczególne aspekty telekomunikacji, mediów oraz technologii informacji zapewnia prawidłowo pracującą strukturę nadzoru regulacyjnego w świetle konwergencji”. Początkowo wydawało się, że debata na temat konwergencji nie będzie miała bezpośredniego wpływu na strukturę organów regulujących zagadnienia związane z emisją i nadawaniem. I rzeczywiście – pierwsze podsumowanie wyników konsultacji publicznych ujawniło, że wielu komentatorów – zwłaszcza nadawców z Państw Członkowskich – było w dużej mierze niechętnych propozycjom powoływania pojedynczego organu regulacyjnego odpowiedzialnego za sprawy nadawania i telekomunikacji. Niemniej jednak, cztery lata po opublikowaniu Zielonej Księgi, w całej Europie narasta tendencja do tworzenia jednego lub zintegrowanego regulatora łączności i mediów audiowizualnych na szczeblu krajowym – względnie, przynajmniej w pewnym stopniu, reorganizacji lub uproszczenia istniejących struktur. Ponadto, prawie we wszystkich krajach europejskich trwała – lub nadal trwa – dyskusja o kwestiach przemawiających za i przeciw utworzeniu zintegrowanej struktury regulacyjnej.

Niniejsze materiały zawierają zwięzły i nie wyczerpujący przegląd jednolitych organów regulacyjnych, które działają lub mają zacząć działać w Europie. Dokument traktuje także o niektórych alternatywnych formach strukturalnej reorganizacji, na jaką zdecydowały się niektóre kraje. Następnie wskazano na kilka argumentów przemawiających za i przeciw tworzeniu pojedynczych organów regulacyjnych na szczeblu krajowym.

Przegląd działających i mających powstać zintegrowanych regulatorów w Europie

▪ *Istniejące pojedyncze lub zintegrowane ciała regulacyjne w Europie*

Obecnie, co najmniej sześć krajów europejskich powołało bądź to pojedynczy organ regulacyjny dla sektora łączności, bądź organ zintegrowany, dysponujący rozległymi kompetencjami obejmującymi zarówno sektor nadawczy, jak i telekomunikacyjny:

Jednym z prekursorów trendu były Włochy, które w 1997 roku powołały Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM). AGCOM jest niezależnym organem regulacyjnym dla całego systemu łączności we Włoszech, w tym telekomunikacji, emisji programów (radio, TV, nowe media) oraz prasy.

Fiński Urząd Regulacji Łączności (FICORA), noszący wcześniej nazwę Centrum Administracji Telekomunikacji, to także pojedynczy organ regulacyjny odpowiedzialny za kwestie dotyczące łączności elektronicznej (w tym TV i radio) oraz usługi dla społeczności informatycznej.

Mimo, że powołany w 1992 Szwajcarski Federalny Urząd Łączności (OFCOM) nie jest jednolitym organem regulacyjnym (inne działające organy to: Niezależna Komisja Skarg – AIEP/UBI oraz Komisja Telekomunikacji i Łączności), dysponuje on szerokim zakresem

kompetencji i nadzoruje serwisy telewizyjne, radiokomunikacyjne, telekomunikacyjne oraz instalacje telekomunikacyjne.

W Hiszpanii nie ma ani jednolitego organu regulacyjnego, ani krajowego regulatora emisji. Niemniej jednak Komisja Rynku Telekomunikacyjnego (CMT) jest niezależnym organem powołanym w 1996 roku, którego głównym obowiązkiem jest „stać na straży istnienia efektywnej konkurencji w telekomunikacji oraz rynku usług audiowizualnych i interaktywnych”. CMT jako zintegrowany regulator konkurencyjności zajmuje się rynkiem telekomunikacji oraz usług audiowizualnych i interaktywnych. Głównym zadaniem organu jest zapewnienie efektywnej konkurencji na tych rynkach, jednakże generalnie nie zajmuje się on innymi kwestiami (np. zagwarantowaniem obiektywizmu informacji przekazywanych w mediach audiowizualnych).

Niedawno tendencja tworzenia pojedynczych/zintegrowanych organów regulacyjnych dotarła także do Europy Środkowej i Wschodniej.

2 marca 2001 roku, kompetentny organ rządowy wydał decyzję o utworzeniu jednolitego regulatora w sektorze łączności w Bośni i Hercegowinie, który łączy odpowiedzialność za sprawy regulacji w telekomunikacji należące wcześniej do Agencji Regulacji Telekomunikacji (TRA) z obowiązkami dotyczącymi emisji, wcześniej w gestii Niezależnej Komisji Mediów (IMC). Agencja Regulacji Łączności (CRA) jest teraz niezależną agencją spajającą Agencję Regulacji Telekomunikacji i Niezależną Komisję Mediów.

W Słowenii, na mocy dekretu obowiązującego od 21 lipca 2001 roku, rząd powołał Agencję Telekomunikacyjno-Nadawczą Republiki Słowenii. Agencja ta powstała z połączenia dwóch dotychczasowych organów regulacyjnych – Administracji Telekomunikacji oraz Rady Nadawczej.

▪ *Planowane zintegrowane ciała regulujące w Europie*

W Wielkiej Brytanii, Biała Księga z grudnia 2000 roku, wydana wspólnie przez Departament Kultury Mediów i Sportu (DCMS) oraz Departament Przemysłu i Handlu (DTI) zawiera propozycje rządu dotyczące reformy regulacji w zakresie nadawania i telekomunikacji. W odpowiedzi na zacieranie się granic między nadawaniem, telekomunikacją i IT oraz w celu uproszczenia istniejących ram prawnych, Biała Księga proponuje powołanie pojedynczego regulatora mediów OFCOM (Urzędu Łączności). Proponowany organ zająłby się telewizją, radiem, reklamą, Internetem, telekomunikacją i prasą. OFCOM połączy w sobie dotychczasowe funkcje Komisji Standardów Nadawczych (BSC), Niezależnej Komisji Telewizyjnej (ITC), Oftel, Urzędu ds. Radia, Agencji Radiokomunikacji oraz prawdopodobnie funkcje klasyfikatora audycji wideo realizowane obecnie przez Brytyjską Radę Klasyfikacji Filmów (BBFC). Niemniej jednak, żadna z dotychczasowych funkcji obecnych pięciu regulatorów nie zostanie przekazana w ręce OFCOM do czasu wejścia w życie Ustawy o Łączności w 2003 roku. Przez ten czas, pięcioro istniejących regulatorów łączności podpisało List Intencyjny o rozszerzeniu współpracy zgodnie z Białą Księgą Łączności.

W Szwajcarii, projekt nowelizacji Ustawy o Szwajcarskim Radiu i Telewizji z 21 czerwca 1991 roku przewiduje utworzenie nowego zintegrowanego organu. Niezależna Komisja ds. Telekomunikacji i Mediów Elektronicznych miałaby połączyć dotychczasowe funkcje Federalnego Urzędu ds. Łączności (OFCOM/BAKOM), Niezależnej Komisji Skarg (AIEP/UBI) oraz Komisji Telekomunikacji i Łączności. Powołany zostanie także komitet

konsultacyjny dla publicznego nadawcy SSR. Komitet ten nie będzie miał żadnych uprawnień nadzorczych, ale będzie starał się zapewnić jakość audycji poprzez dialog z SSR. Ustawa nie wejdzie jednak w życie wcześniej niż w 2004 roku.

▪ **Alternatywna reorganizacja struktur**

Niektóre z krajów, zamiast wprowadzać pojedynczy organ regulacyjny odpowiedzialny za telekomunikację i nadawanie, zdecydowały się na uproszczenie struktury organów istniejących.

W Irlandii, zgodnie z Ustawą o Nadawaniu z kwietnia 2001 roku, I.R.T.C. znana jest obecnie pod nazwą Komisji Nadawczej Irlandii (BCI). W porównaniu z I.R.T.C., uprawnienia nowego organu uległy rozszerzeniu. BCI odpowiada za przygotowywanie nowych Kodeksów i Standardów Programowych i Reklamowych, które obowiązywać będą wszystkich nadawców – także publicznych. BCI sprawować będzie także funkcję Sekretariatu w rozbudowanej Nadawczej Komisji Skarg.

W Austrii, zgodnie z nową ustawą regulującą austriackie stosunki w sektorze łączności z 1 marca 2001 roku, powołano nowy organ regulacyjny pod nazwą „KommAustria”. Urząd ten, stanowiący część Kancelarii Federalnej, jest odpowiedzialny za przydział koncesji, przyznawanie niezbędnych urządzeń technicznych oraz nadzór prawny nad nadawcami prywatnymi. KommAustria przejął funkcję dotychczasowych „Privatrundfunkbehörde”, „Kommission zur Wahrung des Regionalradiogesetzes” oraz „Kommission zur Wahrung des Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetzes”. Działający dotychczas organ regulujący sprawy telekomunikacji, Telekom control Kommission (TKC) istnieć będzie nadal. Niemniej jednak TKC oraz KommAustria zarządzane będą przez wspólny organ - Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH. Kontrola prawna nad KommAustria sprawowana będzie przez niezależny federalny organ ds. łączności, Bundeskommunikationssenat, który nadzorował będzie także ORF – austriackiego nadawcę publicznego.

▪ **Podsumowanie i analiza**

Jak wynika z powyższych informacji, trend, zgodnie z którym tworzy się organy zintegrowane lub przynajmniej w pewien sposób upraszcza się istniejące struktury regulacyjne, rysuje się dość wyraźnie.

Niemniej jednak, możliwe jest wskazanie wielu różnych podejść do kwestii konwergencji. O ile dla niektórych krajów nowe struktury regulacyjne wydawały się najwłaściwszym rozwiązaniem, o tyle w innych uważa się, że lepiej będzie wprowadzić pewne korekty w strukturach już istniejących.

Pewne kraje wybrały „rewolucyjne” podejście do konwergencji, związane z utworzeniem pojedynczego organu regulacyjnego odpowiedzialnego za nadawanie i telekomunikację. Warto zauważyć, że kraje te decydowały się na ogół na opcję III zaprezentowaną w Zielonej Księdze nt. Konwergencji, tj. *Stopniowe wprowadzanie nowego modelu regulacji, który obejmie całą gamę istniejących i nowych serwisów*. W zasadzie, opcja ta wymuszała dokonanie fundamentalnego przeszacowania i zreformowania obecnego otoczenia regulacyjnego.

Część krajów postanowiła przyjąć raczej „ewolucyjne” podejście do konwergencji, dokonując pewnej restrukturyzacji lub uproszczenia struktur dotychczasowych organów wraz

z modyfikacją dotychczasowych ram prawnych. Co do zasady, podejście to odpowiada Opcji I z Zielonej Księgi, tj. *Budowy w oparciu o aktualne struktury*, która w okresie konsultacji cieszyła się największą popularnością wśród komentatorów Księgi. Zgodnie z tą opcją, obecne pionowe modele regulacji miałyby pozostać niezmienione. Dotychczasowe ramy byłyby rozszerzane ad hoc, tak aby sprostać wymaganiom konkurencyjnego rynku i wyzwaniom stawianym przez nowe technologie i usługi. Wydaje się, że tempo zmian w tych scenariuszach narzucane jest przez dynamikę innowacji i efektywność konkurencji.

Wśród krajów, które przyjęły „rewolucyjne” podejście wobec konwergencji istnieją pewne istotne różnice.

Samo powołanie pojedynczego organu regulacyjnego, odpowiedzialnego zarówno za telekomunikację jak i nadawanie, niekoniecznie musi być równoznaczne z podejściem do regulacji zgodnym z zasadami konwergencji. W rzeczywistości, włączenie dwóch dotychczasowych urzędów we wspólną strukturę nie oznacza, że przyjęto podejście zgodne z zasadami konwergencji. W tym zakresie największe znaczenie ma struktura oraz podział zadań w ramach pojedynczych regulatorów. Istnienie dwóch odrębnych działów zajmujących się nadawaniem i telekomunikacją w ramach pojedynczego organu nie jest wskaźnikiem podejścia w pełni opartego na konwergencji. Za przykład może posłużyć Słowenia, gdzie Agencja składa się z dwóch rad: Rady ds. Telekomunikacji, która doradza Dyrektorowi w kwestiach związanych z telekomunikacją oraz Rady ds. Nadawczych, która ma prawo podejmowania ostatecznych decyzji o przydzieleniu koncesji. Zupełnie inaczej jest we Włoszech, gdzie linia podziału przebiega w sposób zbliżony do zaleceń Komisji Europejskiej sformułowanych w najnowszych dokumentach na temat regulacyjnych aspektów konwergencji – tj. między infrastrukturą a tzw. zawartością (content). Pogląd realizowany we Włoszech zakłada oddzielenie regulacji dotyczących infrastruktury od tych dotyczących zawartości. Podział ten powielony jest na szczeblu instytucjonalnym, gdzie w ramach jednego urzędu działają dwie komisje: *Commissione per le infrastrutture e le reti* zajmuje się (między innymi) sprawami związanymi z infrastrukturą i sieciami, zaś *Commissione per i servizi e i prodotti* zajmuje się – przede wszystkim, ale nie tylko – sprawami dotyczącymi produktów i usług.

Kolejnym przejawem podejścia horyzontalnego i uwzględniającego konwergencję regulacji jest istnienie wspólnych ram ustawowych obejmujących wszystkie usługi z zakresu łączności. Włochy wprowadziły normy prawne w sposób całościowy traktujące sektor łączności. Ustawa nr 249 z 31 lipca 1997 roku odnosi się do sektora zarówno telekomunikacyjnego, jak i nadawczego, mimo, że została ona podzielona na kategorie tematyczne, tak aby umożliwić właściwą identyfikację celów obydwu tych sektorów.

Istotne różnice pomiędzy krajami pojawiają się także w kwestii harmonogramu wprowadzania takich organów. Na przykład, w Szwajcarii i Wielkiej Brytanii na wprowadzenie nowych organów poprzedzone starannym planowaniem struktur przewidziano relatywnie długi okres. W Słowenii fuzja dwóch działających wcześniej organów zajęła raptem kilka miesięcy.

Warto także zauważyć, że jak dotąd żadne z państw nie wydaje się skłaniać ku utworzeniu dwóch odrębnych organów regulacyjnych, z których jeden odpowiadałby za sprawy związane z zawartością, a drugi za jej nośniki.

W większości pozostałych krajów europejskich trwa obecnie dyskusja nad dostosowaniem ram regulacyjnych pod kątem konwergencji, a także obejmująca duży zakres

problemów debata nad argumentami przemawiającymi za i przeciw powoływaniu zintegrowanej struktury regulacyjnej.

Za przykład niech posłużą Niemcy, gdzie dyskusje na temat rewizji ustroju regulacyjnego w zakresie telekomunikacji, mediów i nadawania nabrały ostatnio tempa. Usprawnienia wymagają regulacje i kontrola ochrony małoletnich w mediach oraz ochrona danych; kompetencje, które obecnie rozproszone są pomiędzy różnymi instytucjami na szczeblu Landów i ogólnokrajowym wymagają skoncentrowania. Oczekuje się, że propozycje odpowiednich poprawek pojawią się przed końcem bieżącego roku.

W Norwegii, tamtejszemu rządowi w 1999 roku przedstawiono raport ekspertów na temat kwestii regulacji w obliczu konwergencji. Raport stwierdzał, że „w długim okresie, regulacje dotyczące wszystkich usług z zakresu informatyki i łączności należy zgromadzić w jednym akcie. Wynikiem tego powinno być skupienie władzy zwierzchniej nad sektorem mediów i łączności w rękach jednego ministerstwa, zaś główne organy regulacyjne (Urząd Poczty i Łączności oraz Urząd ds. Środków Masowego Przekazu) powinny zostać połączone w jeden organ regulacyjny – możliwie maksymalnie zbliżony do amerykańskiej FCC”. W raporcie zawarto także uwagę, iż „trudno jest przewidzieć kiedy taka fuzja powinna nastąpić. Niemniej jednak, eksperci wskazują, że osiągnięcie digitalizacji przez sektor nadawczy, które najprawdopodobniej nastąpi między rokiem 2007 a 2010, będzie punktem zwrotnym także dla regulacji”. Rząd przygotowuje obecnie Białą Księgę na temat Polityki Medialnej, która traktować będzie o ewentualnej fuzji poszczególnych organów w sektorze nadawczym i medialnym.

Za i przeciw powoływaniu zintegrowanych regulatorów

W kilku publikacjach poruszono już kwestię „za i przeciw” wobec powoływania konwergentnych organów. Wśród najczęściej cytowanych argumentów pojawiają się następujące:

Za:

- *Szybkie tempo konwergencji*: Zasadniczo potrzeba pojedynczego organu regulacyjnego wynika z wpływu konwergencji technologii.
- *Wygoda dla konsumenta i obywatela*: Zbyt wiele organów wprowadza zamieszanie wśród konsumentów; woleliby oni raczej załatwiać wszystkie kwestie związane z regulacjami „przy jednym okienku”.
- *Unikanie dublowania działań*: Z uwagi na brak wyraźnych granic między telekomunikacją a nadawaniem, część środków wykorzystywanych przez regulatorów byłaby marnotrawiona poprzez dublowanie czynności.
- *Lepsza współpraca wewnętrzna*: Wziąwszy pod uwagę tradycyjne konflikty między celami polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, które mogłyby prowadzić do napięć pomiędzy dwiema instytucjami, utworzenie pojedynczego organu złagodziłoby te napięcia.
- *Oszczędność kosztów*: Istotne synergie w zakresie personelu, środków etc.

- *Podniesienie jasności i efektywności regulacji*: ...co z kolei mogłoby mieć pozytywne implikacje dla inwestycji w sektorze łączności.
- *Przewaga wynikająca z rozmiaru*: Pojedynczy regulator odpowiedzialny za zawartość i nośnik mógłby być skuteczną przeciwwagą – zarówno pod względem siły, jak i środków – dla „firm-olbrzymów”, których poczynania ma regulować.
- *Spójne podejście*: Pojedynczy organ dokonałby skuteczniejszej integracji interesu publicznego i efektywności ekonomicznej regulacji w obrębie tych samych ram.
- *Związki między zawartością a nośnikiem*: Immanentną cechą idei konwergencji jest to, że ścisły rozdział pomiędzy dostarczaniem usług a transmisją i przesyłaniem może się okazać niemożliwy i może stwarzać problemy w sferze potęgi rynkowej i integracji pionowej. Pojedynczy regulator łączący obydwie te cechy miałby tutaj przewagę.

Przeciw:

- *Ewolucja zamiast rewolucji*: Opinie co do procesu konwergencji są przesadzone; następuje on znacznie wolniej niż sugerowałyby to niektóre prognozy.
- *Wygoda dla konsumenta i obywatela*: Jest raczej wątpliwe czy pojedyncza struktura regulacyjna – z racji swego rozmiaru – byłaby szczególnie przejrzysta i czy opinii publicznej łatwo byłoby pojąć jej koncepcję lub ustalić komórkę odpowiedzialną za daną sprawę w ramach takiej organizacji.
- *Odmienność doświadczeń regulacyjnych*: Z uwagi na fakt, że obydwa sektory nie opierają się na tym samym zbiorze wiedzy i umiejętności, regulacjami powinny zajmować się odrębne instytucje.
- *Wyraźna granica konfliktu*: Wziąwszy pod uwagę istnienie konfliktu między celami polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, konflikt ten dotyczył będzie także specjalistów z obydwu obszarów pracujących w tej samej strukturze. W przypadku odrębnych podmiotów linia podziału byłaby bardziej wyrazista.
- *Oszczędność kosztów*: Jest raczej wątpliwe czy pojedynczy organ rzeczywiście pozwoliłby na oszczędności. Gdyby tak się stało – to być może kosztem jakości lub ilości personelu.
- *Oddanie wyraźnym celom*: Dwie tradycje rządzące telekomunikacją i nadawaniem są do pewnego stopnia wzajemnie sprzeczne. Dziś są one w dalszym ciągu silne, niemożliwe do pogodzenia i stanowią podstawę różnych planów działania w przyszłości. Można dowolnie manipulować przenosząc funkcje regulacyjne, w tym także powołać pojedynczego regulatora odpowiedzialnego za obydwie sfery – telekomunikację i nadawanie, ale problem ten i tak pozostanie nierozwiązany.
- *Niebezpieczeństwo dominacji*: Istnieje potencjalne ryzyko, że pojedyncza instytucja zostałaby zdominowana przez jeden ze swych komponentów. Czy możliwe jest ustalenie równowagi sił w ramach pojedynczej struktury?
- *Ochrona interesu publicznego*: Dalszy rozdział struktur regulujących kwestie telekomunikacji i nadawania być może pozwoli uniknąć narażenia na szwank interesu publicznego na rzecz priorytetów ekonomicznych.

- *Efektywne alternatywy dla pojedynczego organu*: Problem polegający na nieuniknionym wzajemnym nakładaniu się czynności różnych działających obecnie organów regulacyjnych może zostać zmniejszony dzięki lepszej współpracy pomiędzy tymi podmiotami. Innym, alternatywnym rozwiązaniem może być stworzenie dwóch wyraźnie odrębnych organów, z których jeden odpowiadałby za kwestie zawartości, zaś drugi za infrastrukturę i nośniki.

3. Prace grup ekspertów w Radzie Europy

A) Stały Komitet ds. Telewizji Ponadgranicznej (T-TT)

Status i zadania Komitetu określa Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej w art. 20-22. Odpowiada on za przestrzeganie i stosowanie Konwencji, formułuje zalecenia z tym związane, daje wykładnię przepisów Konwencji i uczestniczy w rozwiązywaniu ewentualnych konfliktów powstałych na gruncie ich stosowania.

Konwencja została podpisana przez 35 krajów. Ratyfikowały ją dotąd 24 kraje. Przystąpienie do Konwencji rozważa Unia Europejska.

Komitet odbył trzy spotkania w 2001 roku. Podczas posiedzenia w grudniu 2001 roku wybrano władze na następne dwa lata. W efekcie głosowania ukształtował się następujący ich skład:

Przewodniczący	- Karol Jakubowicz, Polska (ponowny wybór)
I Wiceprzewodnicząca	- Sebnem Bilget, Turcja (ponowny wybór)
II Wiceprzewodnicząca	- Irina Boulin-Ghica, Francja

Konwencja została znowelizowana w 1998 roku i w nowej postaci powinna była wejść w życie 1 października 2000 roku. Przedtem jednak Francja wniosła zastrzeżenie wobec jej wejścia w życie, wynikające z faktu, że parlament francuski nie zdążył ratyfikować Konwencji przed tą datą. Zastrzeżenie miało więc charakter wyłącznie techniczny. Procedura ratyfikacyjna została zakończona w grudniu 2001 roku. Złożenie przez Francję instrumentu ratyfikacji oznaczać będzie wejście znowelizowanej Konwencji w życie.

Komitet poświęcił 2001 rok na przygotowanie do stosowania nowych przepisów Konwencji, jak również na analizę nowych zjawisk wpływających na krajową i międzynarodową regulację działalności telewizyjnej. Ponieważ Konwencja i Dyrektywa UE o Telewizji bez Granic uzupełniają się nawzajem, zaś Komisja Europejska przygotowuje się - w świetle zmian technologicznych i rynkowych wpływających na telewizję - do opracowania propozycji nowelizacji Dyrektywy, będzie to również oznaczało konieczność znowelizowania samej Konwencji. Dlatego niezależnie od swoich normalnych prac Komitet zorganizował w kwietniu 2001 roku przesłuchanie nt. nowych form reklamy, natomiast w grudniu 2001 roku seminarium nt. „Gospodarcze, techniczne i inne tendencje rozwojowe w telewizji oraz ich wpływ na Europejską Konwencję o Telewizji Ponadgranicznej”. W ten sposób wniósł wkład do europejskiej dyskusji o prawnej regulacji mediów elektronicznych.

W zakresie przygotowania do wejścia znowelizowanej Konwencji w życie, Komitet poświęcił wiele uwagi sprawie art. 9a stanowiącego podstawę tworzenia systemu ochrony prawa dostępu widowni do ważnych wydarzeń. Poszczególne kraje unijne, które wprowadzają u siebie przepisy z tym związane na podstawie art. 3a Dyrektywy, przedstawiały te przepisy. Komitet śledził również postęp spraw sądowych w Wielkiej Brytanii spowodowanych odmową zastosowania się do przepisów brytyjskich w tym zakresie przez nadawcę satelitarnego koncesjonowanego przez władze brytyjskie, ale tworzącego program dla Danii. Dopiero wyrok Izby Lordów, podtrzymujący przepisy brytyjskie zgodne z art. 3a Dyrektywy, rozstrzygnął ten spór prawny. Inne rozstrzygnięcie podważyłoby cały system.

Jeżeli idzie o prace nad przyszłą nowelizacją Konwencji, poniżej przedstawiono główne kierunki rozważań Komitetu w tym zakresie.

▪ ***Rozciągnięcie Konwencji na nowe technologie informacyjne i komunikacyjne***

W trakcie nowelizacji Konwencji w 1998 roku postanowiono nie rozszerzać jej zakresu na nowe technologie w przekonaniu, że ich kształt oraz oferowane przez nie usługi nie zostały ostatecznie ukształtowane.

Od tego czasu nastąpił dalszy rozwój tych technologii. Nie można dłużej odkładać projektowania form ich regulowania. Komitet analizował proces powstawania nowego pakietu regulacyjnego Unii Europejskiej w odniesieniu do infrastruktury komunikowania elektronicznego oraz przygotowywane przez różne kraje (np. Wielka Brytania, Szwajcaria) koncepcje i projekty ustaw związane z tworzeniem ram prawnych dla mediów elektronicznych kształtowanych obecnie przez proces konwergencji.

Utrwała się pogląd, że obok tradycyjnych programów radiowych i telewizyjnych pojawiają się jeszcze dwa typy usług medialnych:

- usługi multimedialne („On-demand TV”, „WebTV”, „Online TV”, teletext itp.), które można określić jako dostarczanie tradycyjnych treści telewizyjnych w nowy sposób;
- tzw. usługi Społeczeństwa Informacyjnego (np. internetowe usługi bankowe, banki danych dostępne on-line itp.).

Z regulacyjnego punktu widzenia, najważniejszym kryterium różnicującym te trzy typy usług jest kwestia zawartości dziennikarskiej oraz stopnia wpływu na opinię i świadomość społeczną. Przewiduje się, że usługi multimedialne, gdzie tradycyjna treść medialna dostarczana jest na zamówienie odbiorcy, nie będą koncesjonowane (jedynie rejestrowane) i powinny podlegać węższemu zakresowi regulacji zawartości. Z kolei usługi Społeczeństwa Informacyjnego nie powinny podlegać żadnej regulacji zawartości, natomiast usługodawca powinien odpowiadać za oferowane treści na podstawie kodeksu karnego i cywilnego.

▪ ***Nowe formy reklamy***

Punktem wyjścia do dyskusji na ten temat stała się prośba Szwajcarii, która zwróciła się do Komitetu o zajęcie stanowiska na temat "split-screen advertising", tj. reklam zajmujących część ekranu, podczas gdy resztę ekranu zajmuje program. Praktyka taka może

łamać zasady Konwencji, która w art. 13 .1 stwierdza, że "Reklamy powinny być łatwe do rozpoznania i wyraźnie oddzielone od innych pozycji usługi programowej za pomocą środków optycznych lub akustycznych", a w art. 14 - że "reklamy mogą też być nadawane w czasie trwania audycji w taki sposób, by nie ucierpiało na tym integralność i wartość audycji oraz dobro posiadacza praw do tej audycji".

W celu omówienia nowych form reklamy, Komitet zorganizował przesłuchanie przedstawicieli Europejskiej Grupy Reklamodawców Telewizyjnych (EGTA), Stowarzyszenia Telewizji Komeracyjnych (ACT) i Europejskiej Unii Radiowo-Telewizyjnej (EBU). Przedstawili oni nowe formy reklamy i sponsoringu, występujące w telewizji, Internecie, elektronicznych przewodnikach programowych, itp., w tym: reklamę interaktywną; reklamę nałożoną lub pokazywaną w tle obrazu; przypomnienia sponsora (np. pokazywanie loga lub nazwy podczas programu); reklamę wirtualną; sponsorowanie poszczególnych elementów programu (grafiki, nagrody, aplikacje interaktywne); reklama i sponsorowanie wydarzeń pokazywanych w telewizji; identyfikację producentów sprzętu pomiaru czasu przetwarzania danych (np. podczas zawodów sportowych).

Formy te rodzą wiele problemów regulacyjnych. Są one obecnie rozpoznawane przez różne kraje. Niektóre z nich przyjęły przepisy zezwalające na stosowanie „split-screen advertising”, inne natomiast nie. Ze względu na to, że regulacja może nie nadążać za rozwojem i ewolucją form reklamy, wiele uwagi przywiązuje się do samoregulacji nadawców i reklamodawców, oraz do form koregulacji: samoregulacji podmiotów rynkowych w ramach wyznaczanych przez państwo i pod jego nadzorem.

Komitet pracuje nad tekstem opinii odnoszącej się do „split-screen advertising”.

▪ *Jurysdykcja*

Zarówno znowelizowana Konwencja, jak i Dyrektywa wprowadziły nowe zasady i kryteria określania w jurysdykcji którego kraju znajduje się nadawca programu ponadgranicznego. Kwestia stosowania tych kryteriów budzi wiele wątpliwości. Przewodniczący KRRiT zwrócił się do Komitetu z prośbą o interpretację art. 5 Konwencji (przepisy dotyczące jurysdykcji) i wydanie opinii w tej sprawie. Komitet w dyskusji podkreślił, że list Przewodniczącego KRRiT podnosi rzeczywiste problemy i trafnie wskazuje na możliwości różnej interpretacji przepisów Konwencji. Podkreślono, że sprawa wymaga dogłębnej analizy i dyskusji, m.in. w oparciu o dorobek Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w Luksemburgu. Jednocześnie opracowywanie formalnej opinii w tej sprawie byłoby w najlepszym przypadku przedwczesne.

Także inne próby rozpoczęcia dyskusji na ten temat nie spotkały się z zainteresowaniem.

Wpływają na to następujące czynniki:

1. Trwająca od wielu lat procedura rozstrzygania konfliktu między Holandią i Luksemburgiem o jurysdykcję nad programami RTL 4 i RTL 5, powodująca, że kraje zaangażowane w konflikt i inne nie chcą wypowiadać się na temat problemu będącego przedmiotem spraw sądowych i wolą czekać na orzeczenie sądu;
2. Kraje Unii Europejskiej nie są zainteresowane tym, by inna organizacja tworzyła wykładnię przepisów obowiązujących także w samej Unii.

Można przewidywać, że powodem podjęcia tej problematyki będą konkretne kwestie do wyjaśnienia między poszczególnymi krajami, zwłaszcza, gdyby jeden z nich zwrócił się do Komitetu z prośbą o pomoc.

▪ ***Wspieranie produkcji i dystrybucji europejskich utworów audiowizualnych***

Sprawa ta jest przedmiotem analiz i dyskusji w Unii Europejskiej w związku z przygotowaniem do nowelizacji Dyrektywy. Jest też przedmiotem żywego zainteresowania Stałego Komitetu. Dyskusja nie dotyczy samej zasady, co do której nie ma rozbieżności zdań, lecz metod realizowania tego celu. W Unii Europejskiej można dostrzec narastające wątpliwości, czy „kwoty europejskie” wyrażone udziałem tych audycji w czasie antenowym są naprawdę skuteczne. Efektywność tej metody jest przedmiotem jednego ze studiów zamówionych przez Komisję Europejską. W zależności od wyników tej analizy formułowane będą wstępne propozycje. Mówi się np. o zmianie „kwot” na tzw. kwoty inwestycyjne, wymagające od nadawcy inwestycji w produkcję audiowizualną. Może to jednak być propozycja kontrowersyjna dla niektórych krajów.

▪ ***Godność ludzka i standardy programowe***

Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej nakazuje w art. 7, by program telewizyjny szanował godność ludzką. W tym kontekście Stały Komitet rozważał sprawę „reality TV”, w tym audycji w rodzaju „Wielkiego Brata”. Przedtem Komitet próbował zorientować się, jak zachowali się różni regulatorzy audiowizualni, w krajach, gdzie tę audycję nadawano. W Holandii, Hiszpanii, Szwajcarii, Włoszech, Wielkiej Brytanii, a także w USA i Australii nie było skarg, czy kontrowersji, do których regulatorzy musieliby się ustosunkować. Dwa organy regulacyjne z krajów związkowych RFN (Hesji i Bawarii) zamówiły analizy prawne, by stwierdzić, czy program nie narusza przepisów i obowiązku ochrony godności ludzkiej. W Turcji nadawcę ukarano nakazem jednodniowej przerwy w emisji programu. Portugalska instancja regulacyjna nałożyła grzywny na dwóch nadawców komercyjnych nadających programy tego typu (za treści erotyczne, nadawanie treści poniżających godność ludzką oraz szkodliwych dla rozwoju niepełnoletnich). Z kolei Francuska Najwyższa Rada Audiowizualna (CSA) zobowiązała kanał M6, nadawcę „Loft Story”, do zakończenia promocji programu w telewizji satelitarnej i w Internecie, do poszanowania przepisów zakazujących nakłaniania do picia alkoholu i palenia papierosów oraz do powstrzymania się od naruszania godności ludzkiej. CSA zobowiązała nadawcę do zapewnienia uczestnikom okresu prywatności i miejsc, w których nie będą obserwowani. Nakazała mu także, by w samym programie i w materiałach promocyjnych na jego temat unikał wybijania na plan pierwszy procesu „eliminowania” uczestników.

Sam Stały Komitet nie zajął stanowiska wobec tego zjawiska. W zbyt wielkim stopniu jest ono związane z niewymiernym kontekstem kulturowym i różnicą podejścia w różnych krajach - tym bardziej, że w wielu krajach emisja tych audycji nie zrodziła szczególnych problemów.

B) Komitet Zarządzający ds. Środków Masowego Przekazu (CDMM)

Komitet, w którego pracach uczestniczą przedstawiciele wszystkich krajów członkowskich RE, określa kierunki działania w dziedzinie mediów, powołuje ciała podległe (komitety ekspertów, grupy specjalistów itp.) w celu realizowania konkretnych przedsięwzięć lub analizy tematów uznanych za ważne dla realizacji celów organizacji i nadzoruje ich

działalność. Komitet zatwierdza wszystkie dokumenty (projekty rekomendacji, deklaracji, konwencji itp.) przygotowywane przez te ciała i przedkładane Komitetowi Ministrów RE.

Nowym elementem działalności Komitetu jest powoływanie paneli doradczych, których zadaniem jest zebranie informacji i dokonanie analizy konkretnego tematu. Panel doradczy pracuje bezpośrednio na rzecz Komitetu, przy założeniu, że imiennie powoływani do niego specjaliści w liczbie znacznie mniejszej niż inne, wyżej wymienione ciała, złożone z przedstawicieli państw członkowskich dobieranych na podstawie kryterium reprezentatywności geograficznej, może pracować szybciej i taniej, a przy tym na wyższym poziomie profesjonalnym.

Kolejną nowością jest fakt, że Komitet samodzielnie podejmuje dyskusję na tematy merytoryczne, często w formie przesłuchań ekspertów z danej dziedziny, nie czekając na raport od jednego ze swoich ciał podległych.

W 2001 roku Komitet odbył dwa posiedzenia. Podczas drugiego posiedzenia wybrano nowe jego władze w następującym składzie:

Frithjof Berger (Niemcy) - Przewodniczący
Alessandra Paradisi (Włochy) - Wiceprzewodnicząca
Frederic Riehl (Szwajcaria)
Peeter Sookrus (Estonia)
Matthias Tramer (Austria)
Kristina Hautala-Kajos (Finlandia)

Komitet powołał następujące ciała wyspecjalizowane:

- Grupa specjalistów ds. swobody wypowiedzi i innych praw podstawowych
- Grupa specjalistów ds. usług internetowych i demokracji
- Grupa specjalistów ds. demokratycznych i społecznych aspektów radiofonii i telewizji cyfrowej
- Panel doradczy ds. różnorodności mediów
- Panel doradczy ds. konwergencji
- Panel doradczy ds. własności intelektualnej

Podczas pierwszego posiedzenia w kwietniu 2001 roku zorganizowano przesłuchanie na temat wpływu technologii cyfrowej na radiofonię i telewizję oraz regulację mediów elektronicznych. W trakcie tego przesłuchania przedstawiono m.in. założenia przyszłej szwajcarskiej ustawy o radiofonii i telewizji, która ma być „technologicznie neutralna”, tj. regulować zawartość programów radiowych i telewizyjnych niezależnie od środka ich przenoszenia (zatem odnosiłaby się także do programów rozpowszechnianych w Internecie). Ustawa ma też praktycznie znieść wymóg koncesjonowania programów radiowych i telewizyjnych, przy zachowaniu odpowiedzialności nadawcy za zgodność programu z wymogami prawa. Inny mówca wskazywał na to jak technologia cyfrowa wpływa na model działania nadawców publicznych.

Podczas drugiego posiedzenia w listopadzie 2001 roku zorganizowano przesłuchanie na temat negocjacji w sprawie liberalizacji handlu usługami audiowizualnymi w Światowej Organizacji Handlu. Zasady obowiązujące w tym zakresie są od lat przedmiotem ostrych kontrowersji. Jak przypomniał Dale Honeck z sekretariatu Światowej Organizacji Handlu,

jedne kraje uważają, że handel usługami audiowizualnymi powinien być traktowany na takich samych zasadach, jak handel innymi usługami. Inne zaś są zdania, że ze względu na ich szczególny związek z kulturą i ładem demokratycznym, nie powinny w ogóle podlegać ogólnej tendencji do liberalizacji handlu usługami i podporządkowywania ich mechanizmom rynkowym. W ostatnim okresie, zdaniem Honecka, wyłania się stanowisko pośrednie, uznające, że usługi audiowizualne mają zarówno aspekty kulturowe, jak i gospodarcze oraz handlowe.

Przedstawiciel Kanady stwierdził, że jego kraj nie podejmie żadnych zobowiązań w sferze audiowizualnej w zakresie GATS do czasu przyjęcia międzynarodowego dokumentu na temat relacji między handlem a kulturą, który określałby zasady ochrony tożsamości kulturowej w warunkach liberalizacji handlu.

Przedstawiciel Komisji Europejskiej wskazywał na konieczność zachowania ostrożności w negocjacjach, bowiem zobowiązania podjęte w zakresie telekomunikacji, e-handlu czy usług rozrywkowych mogą ograniczyć swobodę realizacji celów krajów europejskiej w dziedzinie polityki kulturalnej czy audiowizualnej.

Obecna runda negocjacji na temat kierunków dalszej liberalizacji handlu światowego zakończy się w 2005 roku. Można przewidywać, że trwający konflikt wokół handlu usługami audiowizualnymi będzie istotnym elementem tych negocjacji. W tym kontekście wezwano delegatów na posiedzenia CDMM, by współpracowali z resortami gospodarczymi swoich krajów uczestniczących w negocjacjach nt. GATS w celu uświadomienia im kulturowych konsekwencji decyzji o charakterze pozornie czysto handlowym.

Podczas obu posiedzeń, CDMM zapoznawał się z przebiegiem i efektami pracy ciał podległych.

Grupa specjalistów ds. swobody wypowiedzi i innych praw podstawowych przygotowała projekt Deklaracji Komitetu Ministrów Rady Europy nt. swobody debaty politycznej, zmierzającej do podkreślenia swobody mediów w zakresie informowania o działalności polityków oraz urzędników i poddawania ich krytyce. CDMM zatwierdził projekt w kwietniu i przekazał go do Komitetu Ministrów. Komitet Ministrów jednak nie przyjął go i skierował go do innych ciał RE w celu dalszych konsultacji. Podczas drugiego posiedzenia CDMM przyjął wobec tego tekst notatki wyjaśniającej motywy opracowania projektu i jego zgodność ze standardami europejskimi. Sprawa wróci na posiedzenie Komitetu Ministrów w pierwszej połowie 2002 roku.

Grupa pracuje także nad projektami rekomendacji i deklaracji Komitetu Ministrów w sprawie zasad rządzących informowaniem przez media o przebiegu rozpraw sądowych. Przewiduje się zorganizowanie podczas jednego z posiedzeń CDMM przesłuchania specjalistów z tego zakresu, w celu poddania projektów konsultacji.

Grupa specjalistów ds. usług internetowych i demokracji przygotowała projekt Rekomendacji Komitetu Ministrów nt. autoregulacji w odniesieniu do zawartości udostępnianej w cyberprzestrzeni. CDMM zatwierdził ten projekt podczas pierwszego posiedzenia w 2001 roku. Następnie Komitet Ministrów przyjął tekst rekomendacji. Obecnie grupa pracuje nad projektem Deklaracji Komitetu Ministrów nt. swobody świadczenia usług internetowych. Grupa zorganizowała także przesłuchanie ekspertów w sprawie demokratycznego potencjału nowych technologii komunikacyjnych i informacyjnych.

Analiza wyników tego przesłuchania i dodatkowego kwestionariusza rozesłanego do krajów członkowskich może dać asumpt to stworzenia projektu dokumentu RE na ten temat.

Grupa specjalistów ds. demokratycznych i społecznych aspektów radiofonii i telewizji cyfrowej podjęła decyzję o przygotowaniu projektu Rekomendacji Komitetu Ministrów na ten temat. Jednocześnie grupa bada wpływ technologii cyfrowej na media publiczne. W tym celu zleciła wykonanie studium na temat zadań, organizacji i finansowania nadawców publicznych w obecnym okresie.

Panel doradczy ds. różnorodności mediów przygotowuje raport na ten temat. CDMM zapoznał się ze wstępną wersją tego raportu podczas drugiego posiedzenia. Będzie on dotyczył wpływu nowych technologii na różnorodność mediów, pluralizmu mediów zarówno na szczeblu krajowym, ogólnoeuropejskim, jak i globalnym oraz istniejących krajowych norm prawnych w zakresie ograniczania koncentracji mediów. Raport zawierać będzie rekomendacje co do kierunków polityki i regulacji medialnej służących promowaniu i ochronie różnorodności mediów.

Panel doradczy ds. konwergencji zorganizował przesłuchanie nt. „Konwergencja: nowa synergia komunikowania, mediów i informatyki” i dalej zbiera i analizuje dane na ten temat. Na tej podstawie zamierza sporządzić raport dotyczący zagadnień, którymi się zajmuje: ramy regulacyjne dla mediów w procesie konwergencji, doświadczenia w zakresie autoregulacji, koregulacji i deregulacji oraz problematyka „must-carry rules” i bram cyfrowych w komunikowaniu elektronicznym.

Panel doradczy ds. własności intelektualnej przedstawił podczas drugiego posiedzenia CDMM raport nt. tendencji w zakresie praw autorskich i pokrewnych w Europie i na arenie międzynarodowej. Panel nie widzi potrzeby podejmowania przez Radę Europy konkretnych działań w tej dziedzinie, ale będzie nadal analizował sytuację i informował o zmianach.

Ponadto CDMM:

- Przyjął projekt Rekomendacji Komitetu Ministrów nt. ochrony praw pokrewnych nadawców programów radiowych i telewizyjnych;
- Przyjął zasady i procedurę wyboru swoich władz (na wniosek delegata polskiego przyjęto dokument określający tryb zgłaszania kandydatów, głosowania oraz wyłączenia z kandydowania osób sprawujących określone funkcje w ciałach RE);
- Podjął decyzję o publikowaniu protokołów ze swoich posiedzeń;
- Podjął decyzje o tym, które organizacje ubiegające się o status obserwatora na posiedzeniach CDMM i ciał podległych powinny taki status otrzymać.

C) Grupa Rady Europy ds. demokratycznego i społecznego wpływu mediów w dobie technologii cyfrowej (MM-S-DB)

W ramach 54 spotkania CDMM, odbywającego się w październiku 2000 roku, powołano nową grupę specjalistów The Group of Specialists on the democratic and social implications of digital broadcasting (MM-S-DB), na okres do 31 grudnia 2002 roku (z możliwością przedłużenia kadencji) oraz przyjęto dla niej ramowy program działania. W roku 2001 odbyły się trzy spotkania. Głównym efektem działania grupy jest wydanie

raportu w sprawie demokratycznego i społecznego wpływu nowych technologii, przygotowanego w oparciu o materiały zawarte w odpowiedziach do skonstruowanego przez grupę kwestionariusza; wkład delegacji polskiej został uznany za szczególnie znaczący.

W ramach prac grupy skoncentrowano się na analizie kwestii związanych z funkcjonowaniem telewizji publicznej w nowych technologicznie warunkach, tj.: dostępie analogowym i cyfrowym do publicznych stacji radiowych i telewizyjnych, zapewnieniu jego powszechności, zakresie przedsięwzięć podejmowanych lub planowanych przez krajowych operatorów publicznej telewizji i radia w sektorze cyfrowym, stopniu wykorzystywania nowych mediów dla realizacji demokratycznej i społecznej misji nadawców oraz prawnych i ekonomicznych warunkach zmian technologicznych (symulcasting, itp.).

Omówiono również potencjalne korzyści odbiorców w dobie cyfryzacji radia i telewizji oraz bilans ewentualnych strat; wskazywano także, jakie konsekwencje, zarówno pozytywne jak i negatywne, zostały zaobserwowane tam, gdzie oferta cyfrowa zastąpiła ofertę analogową.

Rozważano również wpływ cyfryzacji na pluralizm i kulturalną różnorodność w sensie lokalnym, krajowym i międzynarodowym, a także aktualne i przewidywane oddziaływanie społeczne cyfrowego rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych, zwłaszcza w kontekście koncentracji mediów.

Wnioski płynące z odpowiedzi na kwestionariusz wskazują, że o ile trudno jest przyjąć jednolity model w zakresie prawnych czy systemowych aspektów przechodzenia, wprowadzania lub planowania zmian technologicznych w mediach, to jednak można się pokusić o uznanie określonych skutków takich działań dla odbiorców: docelowo oferta jest tańsza (choć, co stanowi przeszkodę dla wielu odbiorców, w pierwszej fazie wymaga znacznych nakładów), zapewnia lepszą jakość techniczną, zapewnia szerszy wybór programów, jest bogatsza o usługi dodatkowe i zmierza w kierunku interaktywności.

Istotne jest, zdaniem przedstawicieli grupy, utrzymanie roli nadawców publicznych, ukierunkowanych na działalność misyjną: kulturotwórczą, edukacyjną, itp. oraz, co istotne, tworzących programy uniwersalne, a nie tematyczne, które w dobie cyfryzacji doprowadzą do znacznej fragmentaryzacji rynku. Ważne jest także aby programy prezentowały wysoki poziom, były przeznaczone dla wszystkich grup odbiorców (z wyodrębnieniem dzieci i młodzieży) oraz uwzględniały potrzebę zagwarantowania szerokich praw konsumentów.

D) Grupa specjalistów ds. usług on-line i demokracji (MM-S-OD)

Grupa rozpoczęła swoją działalność w 2001 roku. Podstawowym obszarem zainteresowań ekspertów w tej grupie są potencjalne możliwości zastosowania nowych technologii informacji i komunikowania w dziedzinie demokracji. Zastosowanie nowych technologii, a zwłaszcza Internetu, dla potrzeb rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, poprzez promowanie udziału obywateli w życiu społecznym na poziomie wspólnot lokalnych i poziomie krajowym, wymaga stworzenia odpowiednich warunków prawnych, organizacyjnych i administracyjnych dla funkcjonowania nowych technologii i posługiwania się nimi przez obywateli. Konieczne staje się także, w tym kontekście, rozważenie kilku kwestii szczegółowych, które mają jednak zasadnicze znaczenie dla pomyślnej aplikacji nowych technologii w służbie demokracji.

Internet, szybko zyskujący społeczną akceptację w krajach Europy, stał się zarazem przestrzenią i sposobem rozpowszechniania treści nielegalnych i szkodliwych, w tym odnoszących się do dziecięcej pornografii, twardej pornografii, ideologii faszystowskich i rasistowskich. Występowanie tego rodzaju zawartości skłania rządy wielu krajów do podejmowania działań ograniczających swobodę komunikowania za pośrednictwem Internetu. Celem prac grupy ekspertów jest refleksja nad tym, jakie mechanizmy i rozwiązania wydają się najbardziej właściwe, aby ich przyjęcie nie zagrażało fundamentalnym prawom do wolności komunikowania i swobody wypowiedzi.

Z inicjatywy grupy, w listopadzie 2001 roku odbyło się Europejskie Forum na temat nielegalnej i szkodliwej zawartości w przestrzeni wirtualnej, z udziałem ponad 100 ekspertów z różnych krajów Europy. Prezentacje, opinie i dyskusje w ramach Forum stały się istotnym wkładem do merytorycznych dyskusji podejmowanych na sesjach grupy ekspertów.

W ramach grupy podjęto także próbę oceny stanu rozpowszechnienia i dostępu do nowych technologii w krajach Europy oraz polityki rządów w tym zakresie. Elementem informacji i oceny stał się także program „e-Polska”, nawiązujący do analogicznego programu Unii Europejskiej „e-Europe”.

Jednym z ważniejszych zagadnień związanych z potencjalnymi możliwościami nowych technologii jest kwestia wiarygodności informacji publikowanych on-line, jako że ich animatorami i nadawcami są coraz częściej osoby i instytucje spoza tradycyjnie rozumianego sektora środków komunikowania masowego. Nowe technologie stwarzają szereg dotychczas niespotykanych możliwości wpływania na zawartość informacyjną mediów, zwłaszcza tych dostępnych w wersji on-line. W ramach prac grupy powstał raport na temat praktyk z zakresu marketingu i reklamy wpływających na niezależność wydawców serwisów informacyjnych oraz rzetelne i uczciwe rozpowszechnianie informacji.

Jednym z celów prac grupy jest przygotowanie deklaracji na temat wolności usług w dziedzinie Internetu, która to deklaracja powinna uwzględniać szanse i zagrożenia rozpowszechnienia nowych technologii dla potrzeb praktyki demokratycznych społeczeństw.

4. Działalność Eureka Audiowizualnej i Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego

A) Eureka Audiowizualna

Rok 2001 był drugim rokiem prezydencji Turcji zarówno w Eurece Audiowizualnej, jak i w Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym.

Aktywność Eureka Audiowizualnej w roku 2001 skupiała się na działaniach w zakresie szkolenia, promocji i informacji.

▪ Szkolenie

Zorganizowano szkolenie dla krajów bałtyckich w Estonii w zakresie dystrybucji i marketingu dzieł audiowizualnych oraz dwustopniową sesję na temat scenariusza filmowego

w Istambule i Bukareszcie mającą na celu promowanie nowych interesujących projektów scenariuszowych i umożliwienie realizacji najlepszym z nich.

▪ **Promocja**

Działania w zakresie promocji to udział Eureka w III Światowym Szczycie Mediów dla Dzieci w Grecji w formie zorganizowania w ramach tej imprezy Specjalnego Wydarzenia Animacyjnego mającego na celu umożliwienie europejskim twórcom animacji zaprezentowanie swoich produkcji oraz debatę nad telewizją dla dzieci w dobie nowych mediów.

Kolejną inicjatywą Eureka było umożliwienie zainteresowanym centrom, komisjom i studiom filmowym z krajów członkowskich Eureka udziału w Targach Filmowych w Cannes w formie udostępnienia powierzchni wystawowej z pełnym wyposażeniem w sprzęt odtwarzający do prezentacji filmów oraz pomieszczeń do spotkań i dyskusji. Taka forma wsparcia działań promocyjnych spotkała się z dużym zainteresowaniem uczestników i będzie kontynuowana w przyszłości.

Eureka Audiowizualna od kilku lat organizuje tematyczne Screeningi jako działania wspierające promocję i dystrybucję filmów europejskich z udziałem dystrybutorów, producentów oraz kupców. W roku 2001 Screening odbył się w Istambule 18 listopada pod nazwą „Muzyka w światłach reflektorów”. Zgłoszonych do przeglądu zostało 300 produkcji z 35 krajów członkowskich Eureka, jak również Albanii, Bośni-Hercegowiny i Chorwacji.

▪ **Informacja**

Do najważniejszych działań w tym priorytecie należy zaliczyć umożliwienie przez Eurekę udziału przedstawicieli lokalnych nadawców telewizyjnych z krajów Europy Centralnej, Wschodniej i Południowej w Międzynarodowym Rynku Niezależnych i Lokalnych Nadawców Telewizyjnych w Szwajcarii, seminarium nt. telewizji cyfrowej na Cyprze oraz zorganizowanie w czerwcu sesji panelowych w ramach VI Festiwalu Europejskiej Koprodukcji w Bułgarii mających na celu ustanowienie współpracy w ramach przemysłu filmowego między profesjonalistami z Europy Zachodniej i Południowej.

Do sukcesów Eureka Audiowizualnej w roku 2001, zasługujących na szczególną uwagę należy zaliczyć osiągnięcie porozumienia z Komisją Europejską, dzięki któremu od roku 2002 otwiera się przed profesjonalistami z dziedziny kinematografii i sektora audiowizualnego z krajów kandydujących do Unii Europejskiej sposobność uczestniczenia w szkoleniach organizowanych w ramach Programu UE Media Plus. Dodatkową wartością tej inicjatywy jest umożliwienie specjalistom z Europy Środkowej, Wschodniej i Południowej wspólnej pracy, nawiązania kontaktów, które mogą zaowocować wspólnymi przedsięwzięciami zawodowymi w przyszłości.

B) Europejskie Obserwatorium Audiowizualne

Działalność Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, jedyne w swoim rodzaju ośrodka analitycznego i informacyjnego dysponującego rozległą bazą danych o przemyśle audiowizualnym skupiała się na działaniach o charakterze wydawniczym oraz organizacyjnym. W roku 2001 Europejskie Obserwatorium organizowało lub było współorganizatorem 20 konferencji z zakresu m.in. prawnych aspektów przemysłu

audiowizualnego, odpowiedzialności nadawców, kompetencji ciał regulujących w dobie konwergencji, nowych mediów oraz analizy Dyrektywy o telewizji bez granic.

Do najważniejszych pozycji wydawniczych należy zaliczyć: Rocznik Statystyczny, miesięczny biuletyn prawny IRIS, FOCUS 2001, World Film Market Trends.

Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Juliusz Braun

Warszawa, dnia 21 marca 2002 roku