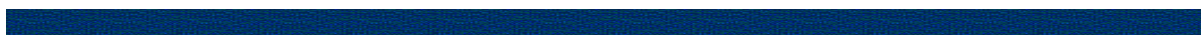




INFORMACJA
O PODSTAWOWYCH PROBLEMACH
RADIOFONII I TELEWIZJI
W 2005 ROKU



SPIS TREŚCI

str.

I. TELEWIZJA I RADIOFONIA PUBLICZNA	1
1. Baza techniczna telewizji i radiofonii publicznej	1
Radiofonia publiczna	1
Telewizja publiczna	3
2. Sytuacja finansowo-ekonomiczna publicznej radiofonii i telewizji	5
Przychody z rachunku bankowego KRRiT	5
Przychody z reklamy	21
Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 2003– 2005	25
Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji	39
Wpływy z emisji reklam i audycji sponsorowanych oraz czas emisji reklam w Polskim Radiu S.A.	45
3. Oferta programowa nadawców publicznych i realizacja zobowiązań ustawowych	54
A. TELEWIZJA	54
Programy ogólnokrajowe Telewizji Polskiej S.A.	54
Programy regionalne Telewizji Polskiej S.A.	64
Programy satelitarne Telewizji Polskiej SA	70
TV Polonia	70
TV Kultura	73
Realizacja przez Telewizję Polską S.A. szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego	74
Realizacja przez Telewizję Polską S.A. przepisów art. 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji	79
B. RADIOFONIA	85
Działalność programowa Polskiego Radia S.A.	85
Programy ogólnokrajowe Polskiego Radia S.A.	93
Program 5 Polskiego Radia S.A.	96
Rozgłoszenie regionalne radia publicznego	97
Programy miejskie radia publicznego	100
Realizacja przez Polskie Radio SA, rozgłoszenie regionalne oraz programy miejskie szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego	103
Realizacja przez Polskie Radio SA i rozgłoszenie regionalne przepisów art. 15 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji	110
II. TELEWIZJA I RADIOFONIA KONCESJONOWANA	113
1. Koncesjonowanie jako element ładu medialnego – obowiązki nadawców	113
2. Kształt koncesjonowanego rynku audiowizualnego	114
Rynek radiowy	114
Rynek telewizyjny	118
Rynek telewizji kablowych	120
3. Sytuacja ekonomiczno-rynkowa nadawców koncesjonowanych	127

Sytuacja ekonomiczna koncesjonowanych nadawców radiowych (na podstawie sprawozdań nadawców za 2004 rok)	129
Nadawcy radiowi prowadzący działalność w formie spółek prawa handlowego	130
Nadawcy radiowi prowadzący działalność w ramach instytucji kościelnych	136
Nadawcy radiowi prowadzący działalność jako osoby fizyczne	138
Nadawcy radiowi prowadzący działalność w ramach wyższych uczelni i innych form prawnych	138
Sytuacja ekonomiczna koncesjonowanych nadawców telewizyjnych (na podstawie sprawozdań nadawców za 2004 rok)	139
4. Wpływy z emisji reklam i czas emisji reklam w programach koncesjonowanych nadawców telewizyjnych	144
5. Oferta programowa nadawców koncesjonowanych oraz realizacja przepisów ustawy i warunków koncesji	147
A. TELEWIZJA	147
Programy o zasięgu ogólnokrajowym lub ponadregionalnym	147
Profile programowe nadawców: podobieństwa i różnice	152
Wybrane programy satelitarne	158
Realizacja przez telewizje koncesjonowane zadań wynikających z przepisów ustawy o radiofonii i telewizji	168
Realizacja przez radiowych nadawców koncesjonowanych przepisów art.15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji	169
B. RADIOFONIA	178
Nadawcy lokalni – realizacja warunków koncesji	178
Realizacja warunków koncesji w badanych stacjach radiowych	180
Realizacja przez radiowych nadawców koncesjonowanych przepisów art.15 ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji	190

III. ANALIZY PROBLEMOWE DOTYCZĄCE PROGRAMÓW RADIOWYCH

I TELEWIZYJNYCH	202
Realizacja przez nadawców radiowych i telewizyjnych przepisów art. 18 ust. 4-6 ustawy o radiofonii i telewizji oraz rozporządzenia KRRiT z 23 czerwca 2005 roku w świetle przeprowadzonego monitoringu	202
Ocena audycji „Rozmowy niedokończone” dotyczącej lustracji i sytuacji politycznej w Polsce, nadanej w Radiu Maryja 12 lutego 2005 roku	208
Przestrzeganie zasady równowagi w audycjach informacyjnych i publicystycznych nadanych przez TVP SA (na podstawie monitoringu 15 -dniowej próby programów)	211
Wybory ’2005 do Parlamentu i na Urząd Prezydenta RP - przebieg i odbiór społeczny kampanii wyborczej w programach telewizyjnych	218
Wybory ’2005 do Parlamentu i na Urząd Prezydenta RP - emisja nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych oraz czas wystąpień polityków w audycjach własnych publicznego radia i telewizji	223
Sposoby prezentacji dzieł kultury i sztuki oraz ich twórców w programie TVP KULTURA (na podstawie monitoringu dziesięciu dni programu)	227

IV. WIDOWNIA TELEWIZJI I AUDYTORIUM RADIA

1. Widownia telewizyjna	233
Telewizja publiczna	234
Naziemne programy koncesjonowane o największym udziale w rynku telewizyjnym	237

Audycje o największej widowni w 2005 roku (na podstawie badania TNS OBOP)	240
2. Wielkość audytorium radiowego	242
Wielkość i struktura demograficzna audytorium programów publicznych (wykształcenie i wiek)	243
A. Polskie Radio S.A.	243
B. Rozgłośnie regionalne radia publicznego	244
Wielkość i struktura demograficzna audytorium programów koncesjonowanych (wykształcenie i wiek)	245
A. Ogólnopolskie programy koncesjonowane	245
B. Ponadregionalne programy koncesjonowane	246
C. Programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym	247
V. ANALIZY I PERSPEKTYWY ROZWOJU RYNKU REKLAMOWEGO W POLSCE	249
Telewizja – zmiany i tendencje	249
Radio – zmiany i tendencje	252
Prasa	254
Internet	255
Reklama zewnętrzna	255
Podsumowanie	257
VI. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI RADIOWEJ I TELEWIZYJNEJ	258
Zmiany w prawie wspólnotowym odnoszące się do sfery regulacji usług audiowizualnych	258
Realizacja polityki audiowizualnej w instytucjonalnych ramach Rady Europy	265
Prace Stałego Komitetu ds. praw autorskich i praw pokrewnych Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO)	276
Europejskie Obserwatorium Audiowizualne	278
Przegląd modeli ciał regulujących na przykładzie wybranych państw europejskich	278

Spis map

Mapy przedstawiające przybliżone zasięgi stacji publicznej radiofonii i telewizji oraz wybranych koncesjonowanych stacji radiowych i telewizyjnych:

- Polskie Radio – Program I
 - Polskie Radio – Program II
 - Polskie Radio – Program III
 - Polskie Radio – Program IV (Radio BIS)
 - Polskie Radio – program regionalny - razem
 - Polskie Radio – Radio Białystok – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Pomorza i Kujaw – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Gdańsk – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Katowice – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Kielce – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Koszalin – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Kraków – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Lublin – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Łódź – program regionalny
-

-
- Polskie Radio – Radio Olsztyn – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Opole – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Merkury – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Rzeszów – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Szczecin – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio dla Ciebie – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Wrocław – program regionalny
 - Polskie Radio – Radio Zachód – program regionalny
 - Radio RMF FM
 - Radio ZET
 - Radio MARYJA
 - Radio WAWA
 - Radio TOK FM
 - Radiostacja
 - Spółka Ad Point Sp. z o. o.
 - Spółka AGORA S. A.
 - Spółka ZPR S. A. i Radio ESKA S. A.
 - TVP 1
 - TVP 2
 - TVP 3 - Program regionalny
 - TVN
 - POLSAT
 - TV4
 - TV PULS
-

I. TELEWIZJA I RADIOFONIA PUBLICZNA

1. BAZA TECHNICZNA PUBLICZNEJ RADIOFONII I TELEWIZJI PUBLICZNEJ

Radiofonia publiczna

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:

- częstotliwościami 198 kHz (Radio Parlament, Raszyn) i 225 kHz (Polskie Radio Program 1, Solec Kujawski) z zakresu fal długich oraz 58 częstotliwościami z zakresu 87,5 – 108 MHz nadajników rozlokowanych na terenie całego kraju (o mocy od 100 W do 120 kW, w tym 41 o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu 1;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz, funkcjonującą w oparciu o 40 stacji nadawczych (o mocy od 100 W do 120 kW, w tym 36 o mocy większej lub równej 1 kW), z których emitowany jest Program 2;
- siecią ogólnopolską w zakresie 87,5 – 108 MHz, złożoną z 41 stacji nadawczych (o mocy od 100 W do 120 kW, w tym 39 stacji o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu 3;
- siecią nadawczą w zakresie 87,5 – 108 MHz, złożoną z 42 stacji nadawczych (o mocy od 100 W do 60 kW, w tym 29 o mocy większej lub równej 1 kW) dla emisji Programu IV Radio BIS.

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

Regionalne sieci radia publicznego wykorzystują w sumie 86 stacji nadawczych (o mocy od 100 W do 120 kW), w tym 75 stacji o mocy równej lub większej od 1 kW.

W 2005 roku w celu poprawy zasięgu stacji radia publicznego Przewodniczący KRRiT wydał 29 decyzji. W przypadku 18 decyzji zmiany dotyczyły niektórych parametrów technicznych stacji.

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

Radiofonię publiczną tworzy Polskie Radio S.A., nadające programy I, II, III i IV oraz siedemnaście stacji regionalnych. Ośrodki te są wyposażone wyłącznie w urządzenia profesjonalne wysokiej klasy. Obecnie już w przeważającej większości cyfrowe. Od kilku lat trwa ciągła wymiana sprzętu analogowego na sprzęt cyfrowy. Dzięki temu ośrodki nadawcze radia publicznego są w większości przygotowane do wprowadzenia emisji cyfrowej. Do niedawna wydawało się, że będzie to emisja w formacie DAB, ale obecnie opinie na ten temat są bardziej zróżnicowane i rozważa się uruchomienie emisji w innych, nowocześniejszych formatach, takich jak DVB-T czy DVB-H. Rozpatruje się również, w odniesieniu do zakresów AM (fale krótkie, średnie i długie) cyfrowy format DRM. Od niemal 10 lat nowoczesne radio to radio dysponujące cyfrowym sprzętem oraz radio skomputeryzowane. Dlatego od wielu lat w radiu publicznym szeroko stosowana jest technika informatyczna, umożliwiająca korzystanie ze zintegrowanej i całkowicie cyfrowej bazy studyjnej, której komputerowa sieć umożliwia przechowywanie i przesyłanie wszelkiego typu informacji dźwiękowych oraz danych. Zapis na taśmach magnetycznych został w zasadzie wyeliminowany (pozostał tylko w postaci zapisu cyfrowego na taśmach DAT) i jest obecnie zastąpiony zapisem na karcie Flash (reportofony), w pamięci komputera, na serwerach dźwiękowych, na materiałach optycznych (CD-R, a nawet DVD-R) a w przypadku archiwizacji dodatkowo również w pamięciach taśmowych o pojemnościach rzędu terabajtów (10^{12} bajtów).

Zastosowanie technik informatycznych w produkcji radiowej zapewnia bowiem funkcje niemożliwe i nieistniejące w systemach analogowych – doskonałą jakość zapisu materiału, jego wszechstronną, szybką (nielinearną) i „nieniszczącą” obróbkę oraz daleko posuniętą automatyzację. Najlepszym, choć najkosztowniejszym rozwiązaniem jest zakup całego systemu – odpowiednio niezawodnego i wszechstronnego oprogramowania oraz współpracujących urządzeń. Wybierane są tu systemy różnych producentów, a każdy ośrodek postępuje tu według swoich własnych preferencji. W nowoczesnej koncepcji cyfrowego radia wszelkie urządzenia tworzące tor foniczny (mikrofony, stoły produkcyjne, konsolety emisyjne, magnetofony, procesory) są traktowane jako urządzenia peryferyjne, współpracujące ze sobą poprzez sieć. We wszystkich ośrodkach Polskiego Radia trwa proces wymiany istniejących urządzeń analogowych na ich odpowiedniki cyfrowe.

Pełna cyfryzacja radia to zachowanie cyfrowej postaci sygnału od początku (zapis) do końca (emisja). W znakomitej większości rejestracja, montaż i produkcja materiału jest obecnie wykonywana cyfrowo. Coraz częściej korzysta się również z cyfrowych łączy przesyłających sygnał ze studia emisyjnego do nadajnika. W celu obniżenia kosztów dosyłu w niektórych przypadkach stosuje się łącza satelitarne. Komunikacja satelitarna stosowana jest również często na drodze pomiędzy wozem reporterskim a studiem.

Standardowym wyposażeniem ośrodków Polskiego Radia są odtwarzacze i nagrywarki CD, magnetofony cyfrowe stereofoniczne (np. DAT) i wielośladowe (taśmowe i

komputerowe), użytkowane w studiach produkcyjnych, rejestratory reporterskie na kartach pamięciowych, procesory i urządzenia efektowe. Ambicją wielu ośrodków jest ich własna produkcja dźwiękowa - w niektórych ośrodkach wprowadza się do produkcji technikę wielokanałową (dźwięk otaczający), modernizuje i uruchamia studia muzyczne, wyposażone w specjalistyczny sprzęt do profesjonalnych nagrań muzycznych (np. cyfrowe konsolety, modne znowu urządzenia lampowe, wysokiej jakości przedwzmacniacze i przetworniki analogowo-cyfrowe, wyspecjalizowane procesory dźwięku).

Cyfryzacja ośrodków Polskiego Radia ma przebieg równoległy – nie obowiązuje jedna i narzucona z góry koncepcja obligująca do wyboru konkretnego oprogramowania i urządzeń. Poszczególne ośrodki pracują z wieloma różnymi programami do produkcji, montażu i emisji. Podobne rozwiązania są stosowane w odniesieniu do archiwizacji z tą różnicą, że zakłada się wystarczającą kompatybilność formatu przechowywanych plików umożliwiającą przesyłanie takich danych pomiędzy ośrodkami.

Urządzenia i sieci komputerowe są wykorzystywane w publicznym radio od wielu lat. Tego rodzaju sprzęt jednak dość szybko starzeje się technologicznie i wymaga częstej wymiany. Poza wymianą samego sprzętu (komputery, serwery, macierze dyskowe itp.) wymianie ulega również oprogramowanie. Oddzielną sprawą jest zapewnienie właściwej współpracy sieci dźwiękowych i sieci biurowych oraz zapewnienie bezpieczeństwa tych sieci – blokowanie i ostrzeganie przed nieuprawnionym dostępem, wirusami oraz atakami hackerów. Wizytówką nowoczesnej techniki cyfrowej jest zazwyczaj „newsroom” – stanowiska, które przy tak ogromnej ilości wymienianych informacji i konieczności ich segregacji oraz dalszej obróbki w niesamowicie krótkim czasie bez współczesnej techniki komputerowej nie mogłyby po prostu należycie funkcjonować.

Komputeryzacja ośrodków to jednocześnie dostęp do sieci internetowej i obecność stacji w Internecie. Wszystkie ośrodki Polskiego Radia są „obecne w sieci”, w której mają swoje ciekawe i aktualizowane często witryny, wiele ośrodków wprowadza również do sieci swój sygnał w formacie „real audio”.

Coraz częściej również wykorzystywane są inne nowoczesne środki łączności, jakimi są cyfrowe łącza ISDN. W pracy reporterskiej korzysta się często z łączności komórkowej za pomocą transmisji GPRS. Niektóre ośrodki próbują obniżyć koszty zastępując swoje wyeksploatowane centrale telefoniczne systemami cyfrowymi, bazującymi na protokole VoIP.

Oprócz zakupów i uruchamiania nowoczesnych technologii, ośrodki Polskiego Radia muszą się wciąż zmagać z problemami związanymi z utrzymaniem odpowiedniego stanu pomieszczeń (wiele z tych ośrodków zajmuje dużą powierzchnię, o dużych kosztach utrzymania). Corocznie duża część środków finansowych jest przeznaczona na inwestycje modernizacyjne i remontowe (budynki, modernizacje pomieszczeń, docieplanie, modernizacje sieci energetycznych, instalacje zasilania awaryjnego /UPS/ czy prace wodnokanalizacyjne).

Telewizja publiczna

Baza nadawcza

Telewizję publiczną w Polsce tworzy spółka Telewizja Polska S.A. nadająca dwa programy ogólnopolskie TVP1 i TVP2 oraz 17 oddziałów terenowych - TVP3, a także dwa

programy nadawane satelitarnie przeznaczone dla odbiorców w kraju i dla zagranicy - TV Polonia i TVP Kultura .

Do nadawania pierwszego programu TVP1 Telewizja Polska S.A. wykorzystuje 175 kanałów, w tym 40 z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW. Program TVP 1 dociera drogą naziemną do 99,6% ludności kraju.

Program TVP2 wykorzystuje 172 kanałów, w tym 46 z mocą równą lub większą od 10 kW. Program dociera do 99,39% ludności.

Programy regionalne TVP3 przy wykorzystaniu 42 kanałów, w tym 20 kanałów z mocą promieniowaną równą lub większą od 10 kW docierają do 75,42% ludności.

Zapewnia to pokrycie powierzchniowe programem TVP1 w 98,9% programem TVP2 w 98,88% i programami regionalnymi w 58,0%.

Pokrycie powierzchniowe poszczególnymi programami zostało zobrazowane na załączonych mapach Polski wykonanych przez Departament Techniki KRRiT.

W 2005 roku wzrosło pokrycie programem TVP1 i TVP2 w stosunku do 2004 roku.

W 2005 roku wydano 77 decyzji dotyczących zmiany parametrów technicznych stacji nadawczych programów telewizji publicznej. W tym pięć decyzji przydzielających nowe rezerwy dla programów 1 i 2 TVP.

Baza studyjna

Bazę studyjną telewizji publicznej, na którą składa się siedemnaście oddziałów terenowych TVP oraz ośrodek centralny w Warszawie, w większości przypadków tworzą urządzenia profesjonalne wysokiej klasy, zarówno analogowe jak i cyfrowe.

Telewizja Polska oprócz centralnego ośrodka w Warszawie posiada następujące oddziały terenowe: w Warszawie, Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Gorzowie Wielkopolskim, Katowicach, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie i Wrocławiu.

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

Telewizja Polska dysponuje nowoczesnym sprzętem w dziedzinie technologii telewizyjnej. Studia telewizyjne są wyposażone w kamery cyfrowe i analogowe, nowoczesne miksery, urządzenia i sprzęt kontrolno – pomiarowy oraz profesjonalny sprzęt oświetleniowy w tym komputerowe nastawnie oświetleniowe. Stopniowo następuje wymiana urządzeń starej generacji, pracujących w technologii analogowej, na sprzęt cyfrowy. Wprowadzana jest automatyzacja procesów technologicznych oraz budowa sieci umożliwiającej przesyłanie materiałów i danych w pakietach.

Telewizja Polska zapewnia realizację techniczną programów na najwyższym profesjonalnym poziomie, z dźwiękiem w wersji stereofonicznej, w technologii analogowej PAL i component oraz w technologii szeregowego componentu cyfrowego. Realizacja odbywa się w dwóch formatach wymiarów obrazu: standardowego 4:3 oraz szerokoekranowego 16:9.

Zapis programów realizowany jest w formatach Betacam SP, Digital Betacam, DV i zapis dyskowy.

Rozwój nowych technologii pociąga za sobą konieczność dalszej cyfryzacji sprzętu produkcyjnego i zastępowanie technologii analogowych technologiami cyfrowymi. Równolegle rozwijany jest system zintegrowanych sieci obejmujących wszystkie etapy produkcji telewizyjnej. Ma to głównie znaczenie dla nowego kierunku działania, jakim dla TVP są multimedia tzn. Internet, telewizja interaktywna oraz kanały tematyczne. Rozwój zaplecza technicznego wymaga inwestycji w serwery baz danych, narzędzia programistyczne, sieci szerokopasmowe.

2. SYTUACJA FINANSOWO – EKONOMICZNA PUBLICZNEJ RADIOFONII I TELEWIZJI

Na podstawie ustawy z dnia 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 nie zarejestrowanych odbiorników radiowych i telewizyjnych,
- obrotu prawami do audycji,
- reklam i audycji sponsorowanych,
- innych źródeł.

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

Przychody z rachunku bankowego KRRiT

Na finansowanie nadawców publicznych przekazywane były środki zgromadzone na wyodrębnionym rachunku bankowym KRRiT z tytułu:

- wpływów z opłat abonamentowych za używanie odbiorników radiowych i telewizyjnych,
- wpływów pozaabonamentowych, to jest z tytułu odsetek za zwłokę w uiszczeniu opłat abonamentowych, kar za używanie nie zarejestrowanych 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.

W poszczególnych latach okresu 1994 - 2005 stosowany był następujący klucz podziału wpływów z opłat abonamentowych pomiędzy radiofonię i telewizję publiczną:

	<u>Telewizja Polska S.A.</u>	<u>Radiofonia Publiczna</u>
1994 rok	67%	33%
lata 1995 -1996	60%	40%
1997 rok	62%	38%
lata 1998 -2005	60%	40%

Radiofonia publiczna

W latach 1994 - 2005 dla spółek radiofonii publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) przekazano środki wyodrębnione na częściowe finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych o charakterze rozwojowym, które stanowiły odpowiednio: 1994 rok - 8,9%, 1995 rok - 8,8%, 1996 rok - 16,7%, 1997 rok - 11,5%, 1998 rok - 20,4%, 1999 rok - 24,9%, 2000 rok - 7,4%, 2001 rok - 3,0%, 2002 rok - 2,8%, 2003 rok - 3,4%, 2004 rok - 2,8%, 2005 rok - 2,5% przekazanych środków ogółem spółkom radiofonii i telewizji publicznej.

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

Natomiast w latach 2001-2005 wyodrębniono z prognozowanych wpływów abonamentowych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie środki w kwocie 65,5 mln zł, z przeznaczeniem na działalność inwestycyjną związaną z cyfryzacją produkcji tekstowo-dźwiękowej.

W 2003 roku wyodrębniono również środki dla 17 spółek regionalnej radiofonii z przeznaczeniem na zadania inwestycyjne związane z realizacją cyfryzacji procesów technologicznych w łącznej wysokości 8,5 mln zł (po 0,5 mln zł dla każdej spółki regionalnej).

Ponadto zgodnie z zapisami ustawy o radiofonii i telewizji Krajowa Rada w ramach kwoty wpływów abonamentowych prognozowanych dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie na 2005 rok wyodrębniła środki na finansowanie kosztów rozpowszechniania programów dla zagranicy w wysokości około 3,5 mln zł (2002 rok - 5,8 mln zł, 2003 rok - 3,0 mln zł, 2004 rok - 3,5 mln zł).

Na podstawie uchwały KRRiT Nr 329/2004 z dnia 30 czerwca 2004 roku przekazano w 2005 roku spółkom radiofonii publicznej wpływy abonamentowe z rachunku bankowego KRRiT w łącznej wysokości 367.282 tys. zł (kwota łącznie ze środkami wyodrębnionymi na zadania specjalne dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie z przeznaczeniem na działalność inwestycyjną związaną z procesem cyfryzacji produkcji tekstowo-dźwiękowej oraz modernizację i wyposażenie siedziby Orkiestry Kameralnej Amadeus w Poznaniu). Kwota ta uwzględniając wpływy abonamentowe z tytułu zaległych z 2002 roku rozliczeń z Urzędem ds. Kombatantów i Osób Represjonowanych była o 3,5% niższa od prognozy (380.500 tys. zł).

Natomiast zgodnie z uchwałami KRRiT Nr 90/2005 z 8 marca 2005 roku oraz Nr 438/2005 z dnia 22 września 2005 roku, na konta spółek radiofonii publicznej zostały przekazane wpływy pozaabonamentowe w łącznej wysokości 5.402 tys. zł.

Telewizja publiczna

Zgodnie z uchwałą KRRiT Nr 329/2004 z dnia 30 czerwca 2004 roku, prognoza wpływów abonamentowych dla Telewizji Polskiej S.A. na 2005 rok wynosiła łącznie 544,5 mln zł, w tym środki wyodrębnione w kwocie 4,5 mln zł, na koszty związane z uruchomieniem z dniem 1 stycznia 2005 roku 4 nowych oddziałów terenowych.

Wpływy abonamentowe dla TVP na finansowanie działalności w 2005 roku przekazane zostały na konto Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie w wysokości 525,6 mln zł (łącznie z wpływami abonamentowymi z tytułu zaległych z 2002 roku rozliczeń z Urzędem

ds. Kombatantów i Osób Represjonowanych - 21,6 mln zł), stanowiącej 96,5% kwoty prognozowanej.

Rozliczenie sposobu wykorzystania przez Telewizję Polską S.A. wpływów abonamentowych przedstawia poniższe zestawienie:

(w mln zł)

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		Dynamika zmian w %	
	Prognoza wg uchwał KRRiT ^{x)}	Wykonanie bilansowe	Prognoza wg uchwał KRRiT	Wykonanie przedbilansowe ^{y)}	kol. 4:2	kol. 5:3
1	2	3	4	5	8	9
I. Abonamentowe OGÓŁEM	527,9	519,1	544,5	502,1	103,1%	96,7%
z tego:						
1. Program ogólnokrajowy TVP S.A.	337,9	329,1	350,0	306,6	103,6%	93,2%
z tego:						
1.1 Zakład Główny	245,9	236,7	290,0	224,7	117,9%	94,9%
1.2 Oddziały Terenowe	60,0	63,5	60,0	56,0	100,0%	88,2%
1.3 Program Satelitarny TV Polonia	32,0	28,9	x	25,9	x	89,6%
2. Oddziały Terenowe TVP S.A. na finansowanie programu regionalnego i w rozłączonej sieci "Dwójki"	190,0	190,0	194,5	195,5	102,4%	102,9%
a) program regionalny	140,0	139,8	x	146,3	x	104,6%
b) tzw. "pasmo wspólne"	50,0	50,2	x	49,2	x	98,0%

^{x)} bez środków na zadania specjalne w kwocie 12,4 mln zł

^{y)} podane przez TVP S.A. bez środków z tytułu zaległych rozliczeń z 2002 roku z Urzędem ds. Kombatantów i Osób Represjonowanych, które wyniosły 21,6 mln zł

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 2005 roku w wysokości 60 mln zł (w 2003 roku - 61 mln zł, w 2004 roku – 60 mln zł).

Natomiast Zarząd Spółki przeznaczył na ten cel wpływy abonamentowe w wysokości **56,0 mln zł**.

Wpływy abonamentowe określone przez Krajową Radę dla oddziałów terenowych TVP S.A. na finansowanie programów regionalnych i w rozłączonej sieci „Dwójki” na poziomie minimalnym określone zostały na 2005 rok w wysokości – 194,5 mln zł. Zarząd Spółki przeznaczył na ten cel środki w wysokości **195,5 mln zł** (w 2003 roku – 192,2 mln zł, 2004 roku – 190,0 mln zł).

Łącznie wpływy abonamentowe przeznaczone na finansowanie produkcji antenowej Oddziałów Terenowych wyniosły 251,5 mln zł.

Natomiast kwota wykorzystana na finansowanie działalności TV Polonia w wysokości 25,9 mln zł.

* * *

Środki z rachunku bankowego KRRiT przekazane łącznie spółkom radiofonii i telewizji publicznej w 2005 roku wyniosły łącznie około 898,7 mln zł, z tego: wpływy abonamentowe – 892,9 mln zł i wpływy pozaabonamentowe około 5,8 mln zł, co szczegółowo przedstawia poniższa tabela:

w tys.zł				
TREŚĆ	Wpływy abonamentowe	Wpływy pozaabonamentowe	Razem	struktura % udziału (do kol.4)
1.	2.	3.	4.	5.
1. Telewizja Polska SA w Warszawie	525 584 (58,86%)	447 (7,64%)	526 031	58,53%
2. Polskie Radio S.A. w Warszawie	204 346 (22,89%)	578 (9,88%)	204 924	22,80%
3. 17 spółek regionalnych	162 936 (18,25%)	4 824 (82,48%)	167 760	18,67%
4. RAZEM	892 866 (100,00%)	5 849 (100,00%)	898 715	100,00%

Wpływy pozaabonamentowe stanowiły około 0,6% wszystkich środków przekazanych nadawcom publicznym z rachunku bankowego KRRiT.

W 2005 roku przekazane zostało do TVP S.A. 58,53% środków z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe i pozaabonamentowe), a łącznie do wszystkich spółek radia publicznego na poziomie 41,47%.

Wykorzystanie środków publicznych 2005 roku

Zgodnie z art. 2 i 4 ustawy z dnia 2 kwietnia 2004 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2004 roku Nr 91, poz. 874 ogłoszony dnia 30 kwietnia 2004 r.) począwszy od 1 lipca 2004 r. spółki radiofonii i telewizji publicznej przedstawiają Krajowej Radzie rozliczenie środków publicznych.

Krajowa Rada Radiofonii i telewizji przyjęła w dniu 3 czerwca 2004 roku rozporządzenie w sprawie uzupełnienia opisu zasad prowadzenia dokumentacji związanej z polityką rachunkowości w spółkach radiofonii i telewizji publicznej oraz określenia sposobu sporządzenia sprawozdań kwartalnych i rocznych składanych Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji przez spółki radiofonii i telewizji publicznej, określające zakres informacji sporządzanych sprawozdań i uzupełniającej dokumentacji, pozwalających na zapewnienie zasad jawności i przejrzystości wykorzystania przez publiczną radiofonię i telewizję środków przeznaczonych na realizację misji publicznej.

Spółki przekazywały sprawozdania z poniesionych wydatków i kosztów na realizację misji publicznej w 2005 roku.

Rozlicznie środków publicznych (środki z rachunku bankowego KRRiT oraz dotacje budżetowe) przekazanych w 2005 roku spółkom radiofonii i telewizji publicznej, przedstawia się następująco:

1. Stan środków publicznych na dzień 1 stycznia 2005 roku, razem	<u>40.093,6 tys. zł</u>
z tego:	
1.1. dotacje budżetowe	159,3 tys.zł (tj.2,18%)
1.2. środki z rachunku bankowego KRRiT, razem	39.934,2 tys.zł (tj.97,82%)
z tego:	
a) wpływy abonamentowe	36.121,6 tys.zł
b) wpływy pozaabonamentowe	3.812,6 tys.zł
2. Wpływy środków publicznych w 2005 roku, razem	<u>900.086,7 tys.zł</u>
z tego:	
2.1. dotacje budżetowe	1.371,8 tys.zł (tj. 0,60%)
2.2. środki z rachunku bankowego KRRiT, razem	898.714,9 tys.zł(tj. 99,40%)
z tego:	
2.2.1. I kwartał, razem	315.741,0 tys.zł
z tego:	
a) wpływy abonamentowe	313.563,0 tys.zł
b) wpływy pozaabonamentowe	2.178,0 tys.zł
2.2.2. II kwartał, razem	202.065,3 tys.zł
z tego:	
a) wpływy abonamentowe	202.065,3 tys.zł
b) wpływy pozaabonamentowe	0,0 tys.zł
2.2.3. III kwartał, razem	200.007,2 tys.zł
z tego:	
a) wpływy abonamentowe	196.336,2 tys.zł
b) wpływy pozaabonamentowe	3.671,0 tys.zł
2.2.4. IV kwartał, razem	180.901,6 tys.zł
z tego:	
a) wpływy abonamentowe	180.901,6 tys.zł
b) wpływy pozaabonamentowe	0,0 tys.zł
3. Środki publiczne w dyspozycji spółek w 2005 roku, razem	<u>940.180,2 tys.zł</u>
z tego:	
3.1. dotacje budżetowe	1.531,1 tys.zł
3.2. środki z rachunku bankowego KRRiT, razem	938.649,1 tys.zł
4. Wydatki finansowane ze środków publicznych w 2005 roku, razem	<u>916.259,1 tys. zł</u>
z tego:	
4.1. z dotacji budżetowych	735,3 tys.zł (tj. 0,13%)
4.2. ze środków z rachunku bankowego KRRiT, razem	915.523,8 tys.zł (tj.99,87%)
z tego:	
4.2.1. w I-szym kwartale, razem	187.494,9 tys.zł

z tego z:	
a) wpływów abonamentowych	186.228,7 tys.zł
b) wpływów pozaabonamentowych	1.266,2 tys.zł
4.2.2. w II-gim kwartale, razem	265.721,3 tys.zł
z tego z:	
a) wpływów abonamentowych	264.746,4 tys.zł
b) wpływów pozaabonamentowych	974,9 tys.zł
4.2.3. w III-cim kwartale, razem	244.250,5 tys.zł
z tego z:	
a) wpływów abonamentowych	242.886,2 tys.zł
b) wpływów pozaabonamentowych	1.364,3 tys.zł
4.2.4. w IV-tym kwartale, razem	218.057,1 tys.zł
z tego z:	
a) wpływów abonamentowych	216.092,8 tys.zł
b) wpływów pozaabonamentowych	1.964,3 tys.zł

Wydatki poniesione przez spółki radiofonii i telewizji publicznej razem, na zadania zgodnie z art.21 ust.1a ustawy o rtv i finansowane ze środków publicznych (środki z rachunku bankowego KRRiT oraz dotacje budżetowe), na podstawie sprawozdań kwartalnych otrzymanych z poszczególnych spółek, przedstawiają się następująco:

w tys.zł

Spółki radiofonii regionalnej	Tworzenie i rozpowszechnianie			Programów dla odbiorców za granicą	Budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych	Prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia programów radiowych i telewizyjnych	Razem
	programów ogólnokrajowych	programów regionalnychrazem	Innych programów dla społeczności lokalnych				
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Razem spółki radiofonii i telewizji publicznej	493 504,6	360 692,1	1 953,3	33 764,5	4 393,3	21 951,3	916 259,1
z tego							
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	178 180,0	0,0	0,0	2 779,0	4 016,9	19 787,9	204 763,8
2. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	315 324,6	196 161,3	0,0	30 985,5	0,0	1 045,2	543 516,6
3. Spółki regionalnej radiofonii, razem	0,0	164 530,8	1 953,3	0,0	376,4	1 118,2	167 978,7

Natomiast wydatki poniesione przez nadawców publicznych w 2005 roku finansowane ze środków uzyskanych z rachunku bankowego KRRiT w łącznej kwocie 915 523,8 tys.zł, były przeznaczone na misję związaną z:

- 1) tworzeniem i rozpowszechnianiem programów ogólnokrajowych, razem 493.482,6 tys.zł
(tj. 53,9%)
z tego:
 - 1.1) Telewizja Polska S.A. 315.324,6 tys.zł
 - 1.2) Polskie Radio S.A. 178.158,0 tys.zł
- 2) tworzeniem i rozpowszechnianiem programów regionalnych, razem 359.978,7 tys.zł
(tj. 39,3%)
z tego:
 - 2.1) Telewizja Polska S.A. 196.161,3 tys.zł
 - 2.2) spółki regionalnej radiofonii 163.817,4 tys.zł
- 3) tworzeniem i rozpowszechnianiem innych programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach 33.764,5 tys.zł
(tj. 3,7%)
z tego:
 - 3.1) Telewizja Polska S.A. 30.985,5 tys.zł
 - 3.2) Polskie Radio S.A. 2.779,0 tys.zł
- 4) tworzeniem i rozpowszechnianiem programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych, przez 4 spółki regionalnej radiofonii, razem 1.953,3 tys.zł
(tj. 0,2%)
z tego:
 - 4.1) Radio Koszalin S.A. 606,8 tys.zł
(program miejski w Słupsku)
 - 4.2) Radio Olsztyn S.A. 216,5 tys.zł
(program dla mniejszości ukraińskiej)
 - 4.3) Radio Wrocław S.A. 680,4 tys.zł
(program miejski Wrocław)
 - 4.4) Radio Zachód S.A. w Zielonej Górze 449,7 tys.zł
(program miejski w Gorzowie Wielkopolskim)
- 5) budową i eksploatacją nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych, razem 4.393,3 tys.zł
(tj. 0,5%)
z tego:
 - 5.1) Polskie Radio S.A. 4.016,9 tys.zł
 - 5.2) spółki regionalnej radiofonii, razem 376,4 tys.zł
z tego:
 - 5.2.1) Radio Bydgoszcz S.A. 211,4 tys.zł
 - 5.2.2) Radio Opole S.A. 165,0 tys.zł
- 6) prowadzeniem prac nad nowymi technikami tworzenia programów radiowych i telewizyjnych, razem 21.951,3 tys.zł
(tj. 2,4%)
z tego:
 - 6.1) Telewizja Polska S.A. 1.045,2 tys.zł
 - 6.2) Polskie Radio S.A. 19.787,9 tys.zł
 - 6.3) spółki regionalnej radiofonii, razem 1.118,2 tys.zł
z tego:
 - 6.3.1) Radio Koszalin S.A. 998,2 tys.zł

6.3.2) Radio dla Ciebie S.A. w Warszawie 120,0 tys. zł

5. Stan środków publicznych na 31 grudnia 2005 roku, razem 24.231,2 tys. zł
z tego:

5.1 dotacje budżetowe 795,8 tys. zł (tj. 5,31%)

5.2 środki z rachunku bankowego KRRiT, razem 23.435,4 tys. zł (tj. 94,69%)

z tego:

a) wpływy abonamentowe 19.343,5 tys. zł

z tego:

a.1) Telewizja Polska S.A. 18.730,6 tys. zł

a.2) Polskie Radio S.A. 409,3 tys. zł

a.3) Spółki regionalne, razem 203,6 tys. zł

b) wpływy pozaabonamentowe 4.091,9 tys. zł

z tego:

b.1) Telewizja Polska S.A. 477,0 tys. zł

b.2) Polskie Radio S.A. 0,0 tys. zł

b.3) Spółki regionalne, razem 3.614,9 tys. zł

Należy zaznaczyć, że pozostałe na dzień 31 grudnia 2005 roku środki przekazane spółkom radiofonii i telewizji z rachunku bankowego KRRiT, przechodzą do wykorzystania w I kwartale 2006 roku.

Wpływy abonamentowe, które pozostały z wcześniej przyznanych celowo środków Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie na 31 grudnia 2005 roku wyniosły 18.730,6 tys. zł i dotyczyły następujących zadań:

1) koprodukcji programów z ARTE 465,6 tys. zł

2) zadań związanych z wdrażaniem telewizji interaktywnej 16.101,2 tys. zł

3) programu SAP R/3 286,3 tys. zł

4) pozostałej działalności misyjnej 1.877,5 tys. zł

będą wykorzystane na wydatki w I kwartale 2006 roku.

Rozdysponowanie środków z wyodrębnionego rachunku KRRiT w latach 2003-2005, na jednostki radiofonii i telewizji publicznej, prezentuje poniższe zestawienie:

(w tys. zł)

TREŚĆ	2003 rok wykonanie	2004 rok wykonanie	2005 rok wykonanie	Dynamika zmian w %		
				2004/2003	2005/2004	2005/2003
1	2	3	4	5	6	7
I. Wpływy abonamentowe razem,	905 100	898 700	892 866	99,3	99,3	98,6
<i>z tego:</i>						
<i>1. Środki wyodrębnione na zadania rozwojowe, razem:</i>	<i>44 200</i>	<i>33 529</i>	<i>24 131</i>	<i>75,9</i>	<i>72,0</i>	<i>54,6</i>
<i>z tego dla:</i>						
• 1) Telewizji Polskiej S.A.	21 200	12 389	4 343	58,4	35,0	20,5
• 2) Jednostki radiofonii publicznej, razem	23 000	21 140	19 788	91,9	93,6	86,0
• a) Polskiego Radia S.A.	14 500	21 140	19 788	145,8	93,6	136,5

• b) spółek regionalnej radiofonii	8 500	x	x	x	x	x
• 2. Pozostałe środki, razem,	860 900	865 171	868 735	100,5	100,4	100,9
z tego:						
• 1/ Telewizja Polska S.A.	516 540	519 102	521 241	100,5	100,4	100,9
2/ Jednostki radiofonii publicznej, razem	344 360	346 069	347 494	100,5	100,5	100,9
z tego:						
a/ Polskie Radio S.A.	184 578	183 634	184 558	99,5	100,5	100,0
b/ Spółki regionalnej radiofonii, razem	159 782	162 435	162 936	101,7	100,3	102,0
3. RAZEM (poz. 1+2)						
1) Telewizja Polska S.A.	537 740	531 491	525 584	98,8	98,9	97,7
2) Jednostki radiofonii publicznej, razem	367 360	367 209	367 282	100,0	100,0	100,0
a) Polskie Radio S.A.	199 078	204 774	204 346	102,9	99,8	102,6
b) spółki regionalnej radiofonii - razem	168 282	162 435	162 936	96,5	100,3	96,8
II. Wpływy poza-abonamentowe, razem	13 912	8 282	5 849	59,5	70,6	42,0
z tego:						
a) Telewizja Polska S.A.	515	1 120	447	217,5	39,9	86,8
b) Jednostki radiofonii publicznej, razem	13 397	7 162	5 402	53,5	75,4	40,3
z tego:						
a) Polskie Radio S.A.	4 467	980	578	21,9	59,0	12,9
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	8 930	6 182	4 824	69,2	78,0	54,0
III. RAZEM środki przekazane z rachunku KRRiT (I+II),	919 012	906 982	898 715	98,7	99,1	97,8
z tego:						
1. Telewizja Polska S.A.	538 255	532 611	526 031	99,0	98,8	97,7
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem	380 757	374 371	372 684	98,3	97,0	97,9
z tego:						
a) Polskie Radio S.A.	203 545	205 754	204 924	101,1	95,6	100,7
b) Spółki regionalnej radiofonii, razem	177 212	168 617	167 760	95,1	99,5	94,7

Przekazane w 2005 roku środki z rachunku bankowego KRRiT w wysokości około 899 mln zł, były niższe w porównaniu z poprzednimi latami (2003 rok – 919 mln zł, 2004 rok – 907 mln zł).

W latach 2003-2005 przekazano nadawcom publicznym środki wyodrębnione na zadania specjalne w łącznej wysokości 101.860 tys.zł, tj. **3,8%** z kwoty ogółem wpływów abonamentowych (2.696.666 tys.zł).

Środki te przekazano na finansowanie specjalnych zadań:

1) Telewizja Polska S.A, razem	37.932 tys.zł (tj. 37,2%)
2) Polskie Radio S.A. , razem	55.428 tys.zł (tj. 54,5%)
3) spółki regionalne, razem	8.500 tys.zł (tj. 8,3%)

W latach 2003-2005 odnotowano następującą dynamikę zmian wpływów abonamentowych (liczonych łącznie ze środkami wyodrębnionymi) dla spółek radiofonii i telewizji publicznej (w %):

TREŚĆ	<u>2004</u> 2003	<u>2005</u> 2004	<u>2005</u> 2003
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	- 1,2	- 1,1	- 2,3
2. Jednostki publicznej radiofonii, razem:	0,0	0,0	0,0
z tego:			
1) Polskie Radio S.A. w Warszawie	2,9	- 0,2	2,6
2) Spółki regionalnej radiofonii	- 3,5	0,3	- 3,2
3. RAZEM Spółki radiofonii i telewizji	- 0,7	- 0,7	- 1,4

Należy odnotować wzrost środków przekazanych Polskiemu Radiu S.A. z jednoczesnym spadkiem poziomu środków dla TVP S.A., na co wpłynął wyższy poziom środków wyodrębnionych na zadania specjalne dla Polskiego Radia S.A.

W latach 2003-2005 z rachunku bankowego KRRiT przekazano spółkom radiofonii i telewizji publicznej środki w łącznej wysokości: 2 724 709 tys. zł

z tego:

- wpływy abonamentowe 2 696 666 tys. zł (99,0%)
- wpływy pozaabonamentowe 28 043 tys. zł (1,0%)

Środki te otrzymały:

1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie 1 596 897 tys. zł (tj. 58,6%)
2. Jednostki radiofonii publicznej, razem 1 127 812 tys. zł (tj. 41,4%); liczone jako 100,0%
 - z tego:
 - a) Polskie Radio S.A. w Warszawie 614 223 tys. zł (tj. 22,5%) ; 54,5%
 - b) spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem 513 589 tys. zł (tj. 18,9%) ; 45,5%

Poziom udziału poszczególnych nadawców publicznych we wpływach abonamentowych przekazanych w wybranych latach okresu 2003-2005 przedstawiał się następująco:

(w tys.zł)

TREŚĆ	2003 r.	2004 r.	2005 r.
1	2	3	4
OGÓŁEM	905 100 (100,0%)	898 700 (100,0%)	892 866 (100,0%)
I. Środki wyodrębnione	44 200 (4,883%)	33 529 (3,731%)	24 131 (2,703%)
II. Środki do podziału na spółki radiofonii i telewizji	860 900 (95,117%)	865 171 (96,269%)	868 735 (97,297%)
			jako 100,0%
TELEWIZJA POLSKA S.A.	516 540 (60,000%)	519 102 (60,000%)	521 241 (60,000%)
RADIOFONIA PUBLICZNA z tego:	344 360 (40,000%)	346 069 (40,000%)	347 494 (40,000%)
1) POLSKIE RADIO S.A.	184 578 (21,440%)	183 634 (21,225%)	184 558 (21,244%)
2) SPÓŁKI REGIONALNE	159 782 (18,560%)	162 435 (18,775%)	162 936 (18,756%)
z tego:			
BIAŁYSTOK	9 650 1,121%	9 147 1,057%	9 207 1,060%
BYDGOSZCZ	8 623 1,002%	8 703 1,006%	8 905 1,025%
GDAŃSK	9 374 1,089%	9 514 1,100%	9 576 1,102%
KATOWICE	9 465 1,099%	9 688 1,120%	9 681 1,114%
KIELCE	9 526 1,107%	9 023 1,043%	8 892 1,024%
KOSZALIN	10 574 1,228%	10 234 1,183%	9 841 1,133%
KRAKÓW	10 191 1,184%	9 636 1,114%	9 575 1,102%
LUBLIN	9 346 1,086%	10 280 1,188%	10 467 1,205%
ŁÓDŹ	7 842 0,911%	8 288 0,958%	8 512 0,980%
OLSZTYN	8 783 1,020%	8 844 1,022%	8 904 1,025%
OPOLE	8 462 0,983%	9 563 1,105%	9 752 1,123%
POZNAŃ	9 502 1,104%	10 052 1,162%	10 096 1,162%
RZESZÓW	9 682 1,125%	10 048 1,161%	10 093 1,162%
SZCZECIN	8 278 0,962%	8 772 1,014%	8 742 1,018%
WARSZAWA	9 146 1,062%	10 055 1,162%	10 393 1,196%

WROCLAW	11 824 1,373%	11 240 1,299%	10 913 1,256%
ZIELONA GÓRA	9 514 1,105%	9 348 1,081%	9 287 1,069%

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

	Polskie Radio S.A. w Warszawie	Spółki regionalnej radiofonii publicznej – razem
• 2003 rok	53,6%	46,4%
• 2004 rok	53,1%	46,9%
• 2005 rok	53,1%	46,9%

Przeciętnie na 1 spółkę regionalną przypadała następująca kwota wpływów abonamentowych: 2003 rok – 9.399 tys.zł, 2004 rok – 9.555 tys.zł, 2005 rok – 9.584 tys.zł.

Należy jednak odnotować, iż wystąpiły różnicowania między poszczególnymi spółkami, co w latach 2003-2005 ukształtowało się następująco:

	<u>2003 rok</u>	<u>2004 rok</u>	<u>2005 rok</u>
• minimum	7.842 tys.zł (Radio Łódź)	8.288 tys.zł (Radio Łódź)	8.512 tys.zł (Radio Łódź)
• maksimum	11.824 tys.zł (Radio Wrocław)	11.240 tys.zł (Radio Wrocław)	10.913 tys.zł (Radio Wrocław)

Na powyższe wpływały przede wszystkim różnicowanie między spółkami regionalnymi poziom wydatków na usługi transmisyjne oraz inwestycje odtworzeniowe, a także finansowanie programów miejskich.

Dynamika wpływów abonamentowych w latach 2003-2005 w jednostkach publicznej radiofonii i telewizji przedstawiała się następująco:

TREŚĆ	w tys. zł					
	Wykonanie			Dynamika zmian		
	2003 r.	2004 r.	2005 r.	2004/2003	2005/2004	2005/2003
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
OGÓŁEM	905 100	898 700	892 866	99,3%	99,4%	98,6%
z tego:						
1) TVP S.A.	537 740	531 491	525 584	98,8%	98,9%	97,7%
2) Radiofonia publiczna	367 360	367 209	367 282	100,0%	100,0%	100,0%
z tego:						
- Polskie Radio S.A.	199 078	204 774	204 346	102,9%	99,8%	102,6%
- Spółki regionalne	168 282	162 435	162 936	96,5%	100,3%	96,8%

Wielkości zawarte w powyższej tabeli zawierają kwoty wpływów abonamentowych według wartości nominalnej. Jeśli natomiast uwzględni się wskaźnik średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych, to realna wartość wpływów abonamentowych w latach 2003-2005 wg cen 2005 roku przedstawia się następująco:

w tys.zł

TREŚĆ	Wykonanie porównywalne			Dynamika zmian w %		
	2003 r. ¹⁾	2004 r. ²⁾	2005 r. ³⁾	2004/2003	2005/2004	2005/2003
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
OGÓŁEM	956 451	917 573	892 866	95,9%	97,3%	93,4%
z tego:						
1) TVP S.A.	568 249	542 652	525 584	95,5%	96,9%	92,5%
2) Radiofonia publiczna	388 202	374 920	367 282	96,6%	98,0%	94,6%
z tego:						
- Polskie Radio S.A.	210 373	209 074	204 346	99,4%	97,7%	97,1%
- Spółki regionalne	177 829	165 846	162 936	93,3%	98,2%	91,6%

¹⁾ faktyczne wykonanie 2003 roku x 1,035x 1,021²⁾ faktyczne wykonanie 2004 roku x 1,021³⁾ faktyczne wykonanie 2005 roku

Jak wynika z informacji zawartych w zamieszczonej powyżej tabeli, **realna wartość wpływów abonamentowych ogółem** przekazanych do jednostek publicznej radiofonii i telewizji w 2005 roku w porównaniu do 2003 roku uległa obniżeniu o 5,7%, z tego:

- w Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie o 7,5%
- w spółkach radiofonii publicznej o 5,4%

z tego:

- w Polskim Radiu S.A. w Warszawie o 2,9%
- w spółkach radiofonii regionalnej o 8,4%

W trakcie 2005 roku, na podstawie 2 uchwał KRRiT przyznane zostały środki z wpływów pozaabonamentowych w łącznej kwocie 5.849 tys.zł na następujące zadania:

1) Telewizja Polska S.A., razem	447 tys.zł
z przeznaczeniem na koszty magazynu popularno-naukowego „Symulator faktu”	
2) Polskie Radio S.A., razem	578 tys.zł
z tego:	
2.1) sfinansowanie kosztów związanych z prezentacją dorobku radiofonii publicznej w dziedzinie reportażu radiowego	31 tys.zł
2.2) na sfinansowanie kosztów związanych z obsługą XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F.Chopina	547 tys.zł
3) spółki regionalne, razem	4.824 tys.zł
z tego poszczególne spółki regionalne:	
3.1) Białystok	293 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.1.1) kosztów produkcji audycji dla mniejszości narodowych	120 tys.zł

3.1.2) częściowe kosztów wymiany wyeksploatowanego sprzętu reporterskiego oraz monograficznych mikrofonów na cyfrowe rejestratory z mikrofonami stereofonicznymi	33 tys.zł
3.1.3) uruchomienia nowego nadajnika w Białowieży	60 tys.zł
3.1.4) realizacji cyklu „Prozaicy”	40 tys.zł
3.1.5) produkcji słuchowiska „Kretowisko” oraz „Kaprysy Łazarza”	20 tys.zł
3.1.6) częściowe kosztów realizacji cyklu programów teatralnych – Instytut Badania Rzeczywistości	20 tys.zł
3.2) Bydgoszcz	290 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.2.1) częściowe kosztów zakupu stacji roboczych komputerów PC	140 tys.zł
3.2.2) kosztów zakupu sprzętu oraz oprogramowania fire wall i antywirusowego	50 tys.zł
3.2.3) częściowe kosztów zakupu rekoderów cyfrowych	100 tys.zł
3.3) Gdańsk	300 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.3.1) kosztów systemu cyfryzacji i opracowania zasobów archiwalnych	160 tys.zł
3.3.2) częściowe kosztów remontu fortepianu koncertowego	60 tys.zł
3.3.3) kosztów konkursu na słuchowisko radiowe związane z 60-leciem Radia Gdańsk i 25-leciem Solidarności	80 tys.zł
3.4) Katowice	320 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.4.1) częściowe zakupu konsoli emisyjnej	130 tys.zł
3.4.2) produkcji wydawnictw fonograficznych	40 tys.zł
3.4.3) częściowe kosztów zakupu urządzeń technicznych do unowocześniania i usprawniania ciągów technologicznych oraz podniesienia parametrów technicznych rejestracji dźwięku	100 tys.zł
3.4.4) kosztów reprezentowania radiofonii polskiej w pracach Komisji dokumentalistów radiowych Europejskiej Unii Nadawców EBU	50 tys.zł
3.5) Kielce	150 tys.zł
na sfinansowanie:	

3.5.1) zakupu serwera sieci komputerowej i urządzeń sieciowych	
3.6) Koszalin	450 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.6.1) kosztów tworzenia i rozpowszechniania programu miejskiego w Słupsku	250 tys.zł
3.6.2) częściowe kosztów wielośladowej rejestra- cji dźwięku w Studiu Nagraniowo-Koncertowym Radia Koszalin	200 tys.zł
3.7) Kraków	281 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.7.1) częściowe kosztów zakupu sprzętu technicznego i modernizacji technologicznej stanowiska kontroli programu radiowego	65 tys.zł
3.7.2) 25-cio procentowego wkładu własnego Radia Kraków S.A. w realizację projektu unijnego HERMES	85 tys.zł
3.7.3) zakupu sprzętu technicznego i modernizacji technologicznej stanowiska kontroli emisji programu radiowego	41 tys.zł
3.7.4) częściowe kosztów modernizacji technologicznej studiów terenowych	55 tys.zł
3.7.5) kosztów przygotowawczych związa- nych z uruchomieniem projektu europejskiej sieci radia internetowego z programami dla mniejszości narodowych	35 tys.zł
3.8) Lublin	350 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.8.1) wymiany sprzętu komputerowego i zakup oprogramowania dla Redakcji Kultury, Publicystyki i Nauki	100 tys.zł
3.8.2) zakupu cyfrowych procesorów mikrofonowych dla studia R2 News`roomu oraz studia rezerwowego	50 tys.zł
3.8.3) częściowe remontu dużego studia muzycznego	130 tys.zł
3.8.4) cyklu reportaży i audycji „W obronie słabszego”	50 tys.zł
3.8.5) projektu „Tajemnice rodzinne”	20 tys.zł
3.9) Łódź	200 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.9.1) na częściowe kosztów systemu emisji i produkcji radiowej „dira”	150 tys.zł

3.9.2) zakupu oprogramowania honoracyjnego	50 tys.zł
3.10) Olsztyn	250 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.10.1) kosztów modernizacji komputerowego systemu przetwarzania, składowania i udostępniania danych	100 tys.zł
3.10.2) częściowe kosztów tworzenia i rozpowszechniania programu lokalnego dla mniejszości ukraińskiej	150 tys.zł
3.11) Opole	304 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.11.1) częściowe budowy sieci komputerowej wraz z serwerami i zasobami dyskowymi	133 tys.zł
3.11.2) kosztów realizacji projektu „Archiwum XX wieku ocalić od zapomnienia”	171 tys.zł
3.12) Poznań	300 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.12.1) zwiększonych kosztów emisji ze względu na uruchomienie nadajnika w Bolewicach	130 tys.zł
3.12.2) częściowe kosztów zakupu uplinku satelitarnego do wozu reporterskiego	170 tys.zł
3.13) Rzeszów	100 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.13.1) zakończenia realizacji słuchowiska „Pepek świata”	75 tys.zł
3.13.2) utrwalenia i rozpowszechnienia na płytach CD utworów polonijnych zespołów ludowych, dokumentacji Festiwalu Kultury Łemkowskiej „Watra” oraz Homilii Jana Pawła II	25 tys.zł
3.14) Szczecin	426 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.14.1) modernizacji dźwigów osobowych	81 tys.zł
3.14.2) wymiany dźwigu towarowego na windę osobową	120 tys.zł
3.14.3) częściowe kosztów modernizacji budynku administracyjnego przy Al. Wojska Polskiego	225 tys.zł
3.15) Radio dla Ciebie w Warszawie	120 tys.zł
na sfinansowanie:	
3.15.1) kosztów wymiany sieci strukturalnej systemu biurowo-księgowego	
3.16) Wrocław	250 tys.zł

z tego na sfinansowanie:	
3.16.1) kosztów tworzenia i rozpowszechniania programu miejskiego	150 tys.zł
3.16.2) wymiany zestawów komputerowych	100 tys.zł
3.17) Radio Zachód S.A. w Zielonej Górze	440 tys.zł
z tego na sfinansowanie:	
3.17.1) kosztów tworzenia programu miejskiego w Gorzowie Wielkopolskim	290 tys.zł
3.17.2) kosztów tworzenia programu miejskiego Zielona Góra	150 tys.zł

Przychody z reklamy

W latach 2003 – 2005 spółki radiofonii i telewizji publicznej uzyskały przychody ze sprzedaży czasu reklamowego (bez wpływów ze sponsoringu) w łącznej wysokości 3.035.154,3 tys. zł, z tego:

1) Telewizja Polska S.A. w Warszawie	2.842.835,7 tys.zł (tj. 93,7%)	
2) Jednostki radiofonii publicznej, razem	192.318,6 tys.zł (tj. 6,3%)	; <i>liczone jako <u>100,0%</u></i>
z tego:		
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	143.201,9 tys.zł (tj. 4,7%)	75,5%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	49.116,7 tys.zł (tj. 1,6%)	24,5%

W latach 2003-2005 udział procentowy przychodów z reklamy osiągniętych przez Polskie Radio S.A. w Warszawie oraz jednostki regionalnej radiofonii przedstawiał się następująco:

	Polskie Radio S.A. <u>w Warszawie</u>	Spółki regionalnej radiofonii <u>publicznej – razem</u>
• 2003 rok	71,7%	28,3%
• 2004 rok	75,8%	24,2%
• 2005 rok	75,4%	24,6%

Kwoty przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w wybranych latach 2003-2005, w podziale na telewizję publiczną oraz na poszczególne spółki radiofonii publicznej zawiera poniższa tabela:

w tys. zł

TREŚĆ	2003 rok	2004 rok	2005 rok	Dynamika zmian w %		
				2004/2003	2005/2004	2005/2003
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	875 643,7	938 035,0	1 029 157,0	107,1%	108,7%	117,5%
II. Jednostki radiofonii publicznej, razem	55 487,1	65 468,2	71 363,3	118,0%	109,0%	128,6%
z tego:						
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	39 764,9	49 646,5	53 790,5	124,9%	108,3%	135,3%
2. Spółki regionalnej radiofonii, razem	15 722,2	15 821,7	17 572,8	100,6%	111,1%	111,8%
z tego:						
1) Białystok	1 145,0	1 000,0	1 050,0	87,3%	105,0%	91,7%
2) Bydgoszcz	703,0	641,5	789,5	91,3%	123,1%	112,3%
3) Gdańsk	1 450,0	1 518,0	1 464,0	117,1%	96,4%	113,0%
4) Katowice	1 389,0	1 470,9	1 505,4	105,9%	102,3%	108,4%
5) Kielce	955,9	716,0	1 190,0	74,8%	166,2%	124,3%
6) Koszalin	443,9	408,0	396,2	91,9%	97,1%	89,2%
7) Kraków	648,2	585,4	772,2	90,3%	131,9%	119,1%
8) Lublin	1 303,8	1 434,5	1 260,1	103,5%	87,8%	90,9%
9) Łódź	597,1	621,0	496,0	104,0%	79,9%	83,1%
10) Olsztyn	1 353,0	1 225,0	938,0	90,5%	76,6%	69,3%
11) Opole	1 072,4	1 304,3	1 329,3	118,9%	101,9%	121,2%
12) Poznań	1 601,0	1 662,2	1 780,3	103,8%	107,1%	111,2%
13) Rzeszów	507,4	642,8	765,2	126,8%	119,0%	150,9%
14) Szczecin	691,8	642,4	685,5	92,8%	106,7%	99,1%
15) Warszawa	382,5	360,0	1 111,4	94,2%	308,7%	290,9%
16) Wrocław	785,2	713,9	1 084,7	90,9%	151,9%	138,1%
17) Zielona Góra	740,0	875,8	955,0	118,4%	109,0%	129,1%
III. RAZEM	931 130,8	1 003 503,2	1 100 520,3	107,8%	109,7%	118,2%
Struktura % udziału						
a) poz. I : poz. III	94,0%	93,5%	93,5%	x	x	x
b) poz. II : poz. III	6,0%	6,5%	6,5%	x	x	x

Porównując wartości nominalne przychodów z reklamy wszystkich nadawców publicznych osiągnięte w 2005 roku w porównaniu do 2003 roku można stwierdzić, że nastąpił wzrost o **18,2%**, z tego:

1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie wystąpił wzrost o 17,5%
2. Jednostki publicznej radiofonii, razem wystąpił wzrost o 28,6%
 - z tego:
 - a) Polskie Radio S.A. w Warszawie wzrost o 35,3%
 - b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem wzrost o 11,8%

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

- 2004 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 7,1%
- 2005 rok w porównaniu do 2004 roku - wzrost o 9,7%
- 2005 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 17,5%

Natomiast w Polskim Radiu S.A. w Warszawie w wybranych latach zaobserwowano:

- 2004 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 24,9%
- 2005 rok w porównaniu do 2004 roku - wzrost o 8,3%
- 2005 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 35,3%

W spółkach regionalnej radiofonii publicznej należy odnotować:

- 2004 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 0,6%
- 2005 rok w porównaniu do 2004 roku - wzrost o 11,1%
- 2005 rok w porównaniu do 2003 roku - wzrost o 11,8%

Jak z powyższego wynika jest widoczna poprawa w spółkach radiofonii i telewizji publicznej w zakresie przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego.

W latach 2003 – 2005 udział procentowy przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w przychodach ogółem przedstawiał się następująco:

	2003 rok	2004 rok	2005 rok
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	54,7%	56,2%	55,4%
2. Radiofonia publiczna ogółem	11,3%	13,3%	14,3%
z tego:			
1) Polskie Radio S.A. w Warszawie	14,2%	17,1%	18,4%
2) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:	7,5%	7,8%	8,5%
2.1) Białystok	8,7%	8,5%	9,0%
2.2) Bydgoszcz	6,3%	6,1%	7,1%
2.3) Gdańsk	9,9%	11,6%	10,9%
2.4) Katowice	9,3%	11,2%	11,1%
2.5) Kielce	7,8%	6,8%	10,8%
2.6) Koszalin	3,1%	3,3%	3,3%
2.7) Kraków	5,5%	4,6%	5,7%
2.8) Lublin	11,7%	11,4%	10,0%
2.9) Łódź	5,7%	5,7%	4,6%
2.10) Olsztyn	11,4%	10,8%	8,1%
2.11) Opole	9,9%	10,8%	11,0%
2.12) Poznań	12,3%	12,4%	13,6%
2.13) Rzeszów	4,2%	5,4%	6,6%
2.14) Szczecin	6,3%	6,3%	6,5%
2.15) Warszawa (RDC)	3,5%	3,0%	9,2%
2.16) Wrocław	5,3%	5,1%	8,0%
2.17) Zielona Góra	6,4%	7,7%	8,3%

Jak wynika z powyższych informacji w 2005 roku w porównaniu do 2004 roku odnotowano zmiany udziału procentowego przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w przychodach ogółem nadawców publicznych, które przedstawiały się następująco:

- Telewizja Polska S.A. – obniżenie poziomu o 0,8 pkt.proc.
- Radiofonia publiczna ogółem – wzrost o 1,0 pkt.proc.
- Polskie Radio S.A. w Warszawie – wzrost o 1,3 pkt.proc.
- spółki regionalnej radiofonii – wzrost o 0,7 pkt.proc.

Poklasyfikowanie spółek regionalnych wg następującego przedziału procentowego udziału przychodów z reklamy w przychodach ogółem za 2005 rok prezentuje poniższe zestawienie:

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

W 2005 roku, w porównaniu do 2004 roku wystąpiły następujące zmiany w zakresie udziału przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w przychodach ogółem spółek regionalnych:

Lp.	przedział udziału procentowego	2004 rok		2005 rok	
		liczba spółek	średni udział	liczba spółek	średni udział
1.	do 5,0%	3	3,6%		
2.	5,1% - 10,0%	8	6,5%	12	7,2%
3.	10,1% - 15,0%	6	11,4%	5	11,5%
4.	ŚREDNIO	17	7,8%	17	8,5%

Nastąpiło więc nieznaczne zwiększenie udziału tych przychodów w porównaniu do 2004 roku.

Po uwzględnieniu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych, poziom realnej wartości przychodów z reklamy przedstawia się jak niżej:

w tys.zł

TREŚĆ	2003 rok wykonanie porównywalne ¹⁾	2004 rok wykonanie porównywalne ²⁾	2005 rok wykonanie faktyczne ³⁾	Dynamika zmian w %		
				2004/ 2003	2005/ 2004	2005/ 2003
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
I. Ogółem (II + III)	983 958,5	1 024 576,8	1 100 520,3	104,1%	107,4%	111,8%
II. Telewizja Polska S.A.	925 323,3	957 733,7	1 029 157,0	103,5%	107,5%	111,2%
III. Radiofonia publiczna	58 635,2	66 843,0	71 363,3	114,0%	106,8%	128,0%
z tego:						
1) Polskie Radio S.A.	42 021,0	50 689,1	53 790,5	120,6%	106,1%	152,0%
2) Spółki regionalnej radiofonii, razem	16 614,2	16 154,0	17 572,8	97,2%	108,8%	105,8%

¹⁾ faktyczne wykonanie 2003 roku x 1,035 x 1,021

²⁾ faktyczne wykonanie 2004 roku x 1,021

³⁾ faktyczne wykonanie 2005 roku

W analizowanym okresie, realna wartość przychodów z reklamy uzyskanych przez spółki publicznej radiofonii i telewizji wzrosła średnio o 11,8% zmieniając się następująco:

- dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie - średnio o 11,2%, z tym, że w 2005 roku wzrosła o 7,4% w porównaniu z 2004 r.,
- dla Polskiego Radia S.A. w Warszawie - średnio o 52,0%, z tym, że w 2005 roku wzrosła o 6,1% w porównaniu z 2004 r.,
- spółek regionalnej radiofonii publicznej, razem - średnio o 5,8%, z tym, że w 2005 roku wzrosła o 8,8% w porównaniu z 2004 r.

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

w tys.zł

TREŚĆ	2003 rok wykonanie porównywalne ¹⁾	2004 rok wykonanie porównywalne ²⁾	2005 rok wykonanie faktyczne ³⁾	Wskaźnik wzrostu w %		
				2004/2003	2005/2004	2005/2003
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Spółki regionalnej radiofonii, razem	16 614,2	16 154,0	17 572,8	97,2%	108,8%	105,8%
z tego:						
1) Białystok	1 210,0	1 021,0	1 050,0	84,4%	102,8%	86,8%
2) Bydgoszcz	742,9	655,0	789,5	88,2%	120,5%	106,3%
3) Gdańsk	1 369,5	1 549,9	1 464,0	113,2%	94,5%	106,9%
4) Katowice	1 467,8	1 501,8	1 505,4	102,3%	100,2%	102,6%
5) Kielce	1 011,3	731,0	1 190,0	72,3%	162,8%	117,7%
6) Koszalin	469,2	416,6	396,2	88,8%	95,1%	84,4%
7) Kraków	685,0	597,7	772,2	87,3%	129,2%	112,7%
8) Lublin	1 464,4	1 464,6	1 260,1	100,0%	86,0%	86,0%
9) Łódź	630,9	634,0	496,0	100,5%	78,2%	78,6%
10) Olsztyn	1 429,8	1 250,7	938,0	87,5%	75,0%	65,6%
11) Opole	1 159,2	1 331,7	1 329,3	114,9%	99,8%	114,7%
12) Poznań	1 691,8	1 697,1	1 780,3	100,3%	104,9%	105,2%
13) Rzeszów	535,8	656,3	765,2	122,5%	116,6%	142,8%
14) Szczecin	731,3	655,9	685,5	89,7%	104,5%	93,7%
15) Warszawa	403,7	367,6	1 111,4	91,1%	302,4%	275,3%
16) Wrocław	829,7	728,9	1 084,7	87,8%	148,8%	130,7%
17) Zielona Góra	782,0	894,2	955,0	114,3%	106,8%	122,1%

¹⁾ faktyczne wykonanie 2003 roku x 1,035 x 1,021

²⁾ faktyczne wykonanie 2004 roku x 1,021

³⁾ faktyczne wykonanie 2005 roku

Podstawowe wskaźniki finansowo-ekonomiczne w latach 2003– 2005

W omawianym okresie dla 18 spółek radiofonii publicznej najważniejszym elementem przychodów były wpływy abonamentowe (średniorocznie 76%), natomiast dla Telewizji Polskiej S.A. w Warszawie wpływy abonamentowe (średniorocznie ponad 31%) uzupełniały przychody ze sprzedaży czasu reklamowego.

Udział środków uzyskanych przez spółki radiofonii i telewizji publicznej z rachunku bankowego KRRiT (wpływy abonamentowe + wpływy pozaabonamentowe) w przychodach bieżących ogółem, w latach 2003–2005 przedstawiał się następująco:

	<u>2003 rok</u>	<u>2004 rok</u>	<u>2005 rok</u>	<u>średniorocznie</u>
1. Telewizja Polska S.A. w Warszawie	33,6%	31,9%	28,4%	31,3%
2. Radiofonia publiczna ogółem	77,4%	75,8%	75,0%	76,1%
z tego:				
a) Polskie Radio S.A. w Warszawie	72,9%	70,9%	70,2%	71,3%
b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem, z tego:	83,3%	82,8%	81,7%	82,6%
• Białystok	81,3%	80,4%	81,1%	80,9%
• Bydgoszcz	87,1%	87,0%	81,8%	85,3%
• Gdańsk	75,7%	73,7%	72,6%	74,0%
• Katowice	71,5%	77,4%	73,5%	74,1%
• Kielce	84,0%	88,1%	84,5%	85,5%
• Koszalin	81,7%	85,4%	88,5%	85,2%
• Kraków	85,8%	77,1%	74,3%	79,1%
• Lublin	86,2%	84,0%	86,2%	85,5%
• Łódź	85,3%	81,0%	80,6%	82,3%
• Olsztyn	82,0%	81,1%	82,2%	81,8%
• Opole	80,8%	78,9%	79,2%	79,6%
• Poznań	79,1%	78,3%	79,6%	79,0%
• Rzeszów	87,0%	88,6%	87,7%	87,8%
• Szczecin	88,5%	88,6%	87,4%	88,2%
• Warszawa (RDC)	92,3%	91,6%	86,6%	90,2%
• Wrocław	86,4%	84,5%	82,5%	84,5%
• Zielona Góra	87,2%	85,8%	84,7%	85,9%

W latach 2004-2005 w przeważającej liczbie spółek nastąpił spadek poziomu udziału wpływów abonamentowych w przychodach ogółem. Wzrost odnotowano w 6-ciu spółkach regionalnej radiofonii (Białystok, Koszalin, Lublin, Olsztyn, Opole, Poznań).

Radiofonia publiczna

W 2005 roku najpoważniejszym składnikiem przychodów ogółem **18 spółek radiofonii publicznej** były wpływy abonamentowe przekazywane z rachunku bankowego KRRiT, stanowiące **75,0%**, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – **70,2%**, natomiast spółki regionalnej radiofonii publicznej razem – **81,7%**. W poszczególnych spółkach regionalnych udział wpływów abonamentowych w skorygowanych przychodach ogółem wahał się w granicach 72,6% (Gdańsk)–88,5% (Koszalin).

Przychody z reklamy miały charakter uzupełniający do wpływów abonamentowych stanowiąc w 2005 roku średnio **14,3%** dla całej radiofonii publicznej, z tego: Polskie Radio S.A. – **18,4%**, spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem – **8,5%**.

Wpływy abonamentowe i przychody z reklamy łącznie stanowiły aż **89,3%** przychodów ogółem, z tego: Polskie Radio S.A. w Warszawie – **88,6%**, a spółki regionalne, razem – **90,2%**.

Pozostałe przychody spółek radiofonii publicznej to między innymi przychody finansowe, przychody ze sprzedaży programów oraz ze sprzedaży usług produkcyjno-technicznych i stanowiły łącznie **10,7%** przychodów ogółem, z tego: Polskie Radio S.A. łącznie 11,4%, a spółki regionalne razem 9,8%.

W latach 2003-2005 struktura procentowa udziału poszczególnych przychodów, w przychodach ogółem w spółkach radiofonii publicznej, ulegała wahaniom, zmieniając się następująco:

	<u>2003 rok</u>	<u>2004 rok</u>	<u>2005 rok</u>
1. <u>RADIOFONIA</u> <u>PUBLICZNA, razem</u>			
a) wpływy abonamentowe	77,4%	75,8%	75,0%
b) przychody z reklamy	11,3%	13,3%	14,3%
c) przychody finansowe	0,8%	0,7%	0,8%
d) pozostałe przychody	10,5%	10,2%	9,9%
2. <u>POLSKIE RADIO S.A.</u> <u>w Warszawie</u>			
a) wpływy abonamentowe	72,9%	70,9%	70,2%
b) przychody z reklamy	14,2%	17,1%	18,4%
c) przychody finansowe	0,4%	0,2%	0,3%
d) pozostałe przychody	12,5%	11,8%	11,0%
3. <u>SPÓŁKI REGIONALNE</u> <u>RADIOFONII PUBLICZNEJ,</u> <u>razem</u>			
a) wpływy abonamentowe	83,3%	82,8%	81,7%
b) przychody z reklamy	7,5%	7,8%	8,5%
c) przychody finansowe	1,3%	1,3%	1,4%
d) pozostałe przychody	7,9%	8,1%	8,4%

Natomiast w latach 2003 – 2005 dynamika zmian najpoważniejszych przychodów w spółkach radiofonii publicznej przedstawiała się następująco (w procentach):

	<u>2004</u> <u>2003</u>	<u>2005</u> <u>2004</u>	<u>2005</u> <u>2003</u>
a) <u>przychody ogółem</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	101,0	100,8	101,7
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	103,9	100,5	104,5
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	97,0	101,1	98,1
b) <u>wpływy abonamentowe</u>			

- Radiofonia publiczna, razem	98,9	99,7	98,6
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	101,1	99,6	100,7
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	96,4	99,7	96,2
a) <u>przychody z reklamy</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	118,0	109,0	128,6
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	124,9	108,3	135,3
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	100,6	111,1	111,8

Najwyższy poziom przyrostu przychodów odnotowano więc w Polskim Radio S.A., a spadek został wyliczony dla wszystkich spółek regionalnych.

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

	<u>2004</u> 2003	<u>2005</u> 2004	<u>2005</u> 2003
- Radiofonia publiczna, razem	102,8	100,6	103,4
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	106,2	100,5	106,7
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	98,3	100,8	99,0

Jak wynika z powyższego, w latach 2003 – 2005 w zakresie całej radiofonii publicznej koszty rodzajowe ogółem wzrosły o **3,4%**, podczas gdy przychody ogółem o **1,7%**. Koszty rodzajowe Polskiego Radia S.A. wzrosły o **6,7%** natomiast przychody ogółem o **4,5%**. Koszty rodzajowe spółek regionalnych zmniejszyły się o **1,0%**, natomiast przychody ogółem obniżyły się o **1,9%**.

Po uwzględnieniu wpływu wskaźnika średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych, realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych radiofonii publicznej zmieniała się następująco (w procentach):

	<u>2004</u> 2003	<u>2005</u> 2004	<u>2005</u> 2003
1) <u>przychody – ogółem</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	97,5	98,7	96,3
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	100,4	98,5	98,8

- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	93,8	99,0	92,8
2) <u>koszty rodzajowe – ogółem</u>			
- Radiofonia publiczna, razem	100,2	98,6	98,7
- Polskie Radio S.A. w Warszawie	102,6	98,5	101,0
- Spółki regionalnej radiofonii publicznej, razem	96,9	98,7	95,7

W okresie 2003-2005 dla wszystkich 18 spółek radiofonii realna wartość przychodów ogółem uległa obniżeniu o 3,7% a kosztów rodzajowych o 1,3%.

W 2005 roku, na podstawie materiałów przedbilansowych, odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych spółek radiofonii publicznej w porównaniu do 2004 roku (wykonanie przedbilansowe):

1. Zatrudnienie przeciętne

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1 575,6	49,5%	1 555,5	50,0%	98,7
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1 604,4	50,5%	1 553,0	50,0%	96,8
RAZEM	3 180,0	100,0%	3 108,5	100,0%	97,7

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku przeciętne zatrudnienie uległo obniżeniu o 71,6 etatu, tj. o 2,3%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. nastąpiło zmniejszenie o 20,1 etatu tj. o 1,3%
- w spółkach regionalnych ograniczono zatrudnienie o 51,4 etatu tj. o 3,2%.

Przeciętne na 1 spółkę regionalnej radiofonii średnie zatrudnienie w 2005 roku wyniosło 91,3 etatu (2004 r. – 94,4 etatu)

2. Stan zatrudnienia na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	1 551,8	49,7%	1 563,8	50,1%	100,8%
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	1 568,8	50,3%	1 555,9	49,9%	99,2%
RAZEM	3 120,6	100,0%	3 119,7	100,0%	100,0

Stan zatrudnienia w całej radiofonii publicznej obniżył się o 0,9 etatu.

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

TREŚĆ	2004 rok	2005 rok	% kol.3:2
1.	2.	3.	4.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	4 046	4 228	104,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	3 723	3 839	103,1
RAZEM - średnio	3 885	4 034	103,8

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku przeciętne wynagrodzenie wzrosło o 149 zł, tj. o 3,8%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wystąpił wzrost o 182 zł, tj. o 4,5%
- w spółkach regionalnych wystąpił wzrost o 116 zł, tj. o 3,1%,
podczas gdy maksymalny wskaźnik średniomiesięcznego wynagrodzenia wynosił 4,5%

4. Ogólny poziom przychodów (w mln zł)

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	291,3	58,9	291,8	58,7	100,2
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	203,5	41,1	205,7	41,3	101,1
RAZEM	494,8	100,0	497,5	100,0	100,5

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku ogólny poziom przychodów wzrósł o 2,7 mln zł, tj. o 0,5%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wystąpił wzrost o 0,5 mln zł, tj. o 0,2%
- w spółkach regionalnych wzrost wyniósł 2,2 mln zł, tj. o 1,1%.

5. Ogólny poziom kosztów rodzajowych (w mln zł)

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	276,5	58,7	277,9	58,6	100,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	194,7	41,3	196,2	41,4	100,8
RAZEM	471,2	100,0	474,1	100,0	100,6

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku ogólny poziom kosztów rodzajowych wzrósł o 2,9 mln zł, tj. o 0,6%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wzrosły o 1,4 mln zł, tj. o 0,5%
- w spółkach regionalnych wzrosły o 1,5 mln zł, tj. o 0,8%.

6. Struktura kosztów rodzajowych

a) Polskie Radio S.A. w Warszawie

TREŚĆ	w %	
	2004 rok	2005 rok
1. Wynagrodzenia	34,2	34,3
2. Świadczenia na rzecz pracowników	6,2	6,4
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	40,4	40,7
4. Amortyzacja	9,5	8,8

5. Usługi obce:	27,3	28,0
w tym:		
- emisja	16,8	17,0
- dosył sygnału	1,3	1,1
- opłata za częstotliwość	0,8	0,9
6. Zużycie materiałów i energii	3,2	3,1
7. Podatki i opłaty	6,5	6,5
8. Pozostałe koszty	12,5	13,1
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	5,9	6,0

W Polskim Radio S.A. w 2005 roku odnotowano niewielki wzrost udziału wynagrodzeń ze świadczeniami na rzecz pracowników w porównaniu do 2004 roku (o 0,3 punktu procentowego). Natomiast koszty usług transmisyjnych (emisja, dosył sygnału oraz częstotliwość) poniesione przez Polskie Radio SA w 2005 roku stanowiły 19,0% kosztów rodzajowych ogółem. Udział tych kosztów był na poziomie 2004 roku.

W Polskim Radiu S.A. w Warszawie wypłacone w 2004 roku diety dla przewodniczącego i członków rad programowych wyniosły 36,0 tys. zł (2004 rok – 27,0 tys. zł).

Koszty związane z działalnością promocyjną Polskiego Radia S.A. wyniosły w 2005 roku 16,6 mln zł i zwiększyły się o aż 30,0% w porównaniu do 2004 roku o (13,5 mln zł).

b) Spółki regionalnej radiofonii publicznej razem

TREŚĆ	w %	
	2004 rok	2005 rok
1. Wynagrodzenia	41,9	41,7
2. Świadczenia na rzecz pracowników	8,1	8,0
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami na rzecz pracowników	50,0	49,7
4. Amortyzacja	9,0	8,9
5. Usługi obce:	22,9	23,8
w tym:		
- emisja	8,2	8,8
6. Zużycie materiałów i energii	4,2	4,2
7. Podatki i opłaty	5,7	5,5
8. Pozostałe koszty	8,1	7,8
w tym:		
- prawa autorskie i odtwórcze	4,9	4,9

Odnotowano spadek udziału kosztów wynagrodzeń ze świadczeniami na rzecz pracowników w kosztach rodzajowych ogółem do 49,7% (z 50,0% w 2004 roku).

Koszty usług transmisyjnych (emisja, dosył sygnału oraz częstotliwość) poniesione przez spółki regionalne radiofonii razem w 2005 roku stanowiły 11,3% kosztów rodzajowych ogółem. Udział tych kosztów wzrósł w porównaniu do 2004 roku o 0,5 punktu procentowego (2004 r. – 10,8%).

We wszystkich 17 spółkach regionalnej radiofonii publicznej w 2005 roku wypłacono diety dla rad programowych w łącznej kwocie 554,3 tys.zł, tj. o 29% więcej w porównaniu do 2004 roku (428,6 tys.zł).

Koszty związane z działalnością promocyjną spółek regionalnych wyniosły w 2005 roku 6,0 mln zł i były na poziomie kosztów z 2004 roku (liczone bez kosztów promocji Radia Kraków, które nie prowadzi odrębnej ewidencji w tym zakresie).

7. Należności krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	16,9	67,6	19,4	59,1	114,8
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	8,1	32,4	13,4	40,9	165,4
RAZEM	25,0	100,0	32,8	100,0	131,2

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku poziom należności krótkoterminowych wg stanu na 31 grudnia wzrósł o 7,8 mln zł, tj. o 31,2%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wzrosły o 2,5 mln zł, tj. aż o 14,8%
- w spółkach regionalnych wzrosły o 5,3 mln zł, tj. o 65,4%.

8. Zobowiązania krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	32,0	63,2	32,8	64,8	102,5
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	18,6	36,8	17,8	35,2	95,7
RAZEM	50,6	100,0	50,6	100,0	100,0

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku poziom zobowiązań krótkoterminowych wg stanu na 31 grudnia dla całej radiofonii nie uległ zmianie, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. nastąpił wzrost o 0,8 mln zł, tj. o 2,5%.
- w spółkach regionalnych nastąpił spadek o 0,8 mln zł, tj. o 4,3%

9. Aktywa obrotowe wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	31,5	37,5	40,6	42,4	128,9
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	52,5	62,5	55,1	57,6	105,0
RAZEM	84,0	100,0	95,7	100,0	113,9

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku poziom aktywów obrotowych wg stanu na 31 grudnia wzrósł o 11,7 mln zł, tj. o 13,9%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wystąpił wzrost o 9,1 mln zł, tj. o 28,9%
- w spółkach regionalnych wystąpił wzrost o 2,6 mln zł, tj. o 5,0%.

10. Aktywa trwałe netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	220,8	57,9	217,0	57,3	98,3
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	160,7	42,1	161,4	42,7	100,4
RAZEM	381,5	100,0	378,4	100,0	99,2

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wartość aktywów trwałych wg stanu na 31 grudnia uległa obniżeniu o 3,1 mln zł, tj. o 0,8%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wystąpił spadek o 3,8 mln zł, tj. o 1,7%
- w spółkach regionalnych wystąpił wzrost o 0,7 mln zł, tj. o 0,4%.

11. Wynik netto wg stanu na 31 grudnia

w mln zł

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol.4:2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1. Polskie Radio S.A. w Warszawie	10,0	64,1	11,8	64,5	118,0
2. Spółki regionalnej radiofonii publicznej	5,6	35,9	6,5	35,5	116,1
RAZEM	15,6	100,0	18,3	100,0	117,3

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wynik netto wg stanu na 31 grudnia wzrósł o 2,7 mln zł, tj. o 17,3%, z tym, że:

- w Polskim Radio S.A. wystąpił wzrost o 1,8 mln zł, tj. o 18,0%
- w spółkach regionalnych wystąpił wzrost o 0,9 mln zł, tj. o 16,1%.

3.2. Telewizja publiczna

Według danych przedbilansowych w 2005 roku najpoważniejszym składnikiem przychodów ogółem Telewizji Polskiej S.A. były wpływy z reklamy (łącznie ze sponsoringiem) w wysokości **1.131,2 mln zł**, co stanowiło **60,9%** przychodów ogółem (wpływy z reklamy 55,4%, a wpływy ze sponsoringu 5,5%).

Natomiast wpływy abonamentowe stanowiły **28,4%** przychodów spółki.

Przychody z reklamy (ze sponsoringiem) i wpływy abonamentowe stanowiły łącznie około **89,3%** przychodów ogółem Telewizji Polskiej S.A.

W latach 2003-2005 struktura procentowa udziału poszczególnych pozycji przychodów w przychodach ogółem, przedstawiała się następująco:

	<u>2003 rok</u>	<u>2004 rok</u>	<u>2005 rok</u>
• przychody z reklamy	54,7%	56,3%	55,4%
• sponsoring	3,6%	4,5%	5,5%
• wpływy abonamentowe	33,6%	31,9%	28,4%
• przychody finansowe	1,0%	1,5%	2,8%
• pozostałe przychody	7,2%	5,8%	7,9%

W latach 2003-2005 dynamika zmian najważniejszych przychodów Telewizji Polskiej S.A. jako wartości nominalnych przedstawiała się następująco:

	<u>2004</u> <u>2003</u>	<u>2005</u> <u>2004</u>	<u>2005</u> <u>2003</u>
• przychody ogółem	104,0%	111,4%	115,9%
• przychody z reklamy	107,1%	109,7%	117,5%
• sponsoring	130,9%	136,2%	178,3%
• wpływy abonamentowe	99,0%	99,1%	98,1%
• przychody finansowe	155,9%	201,8%	316,7%
• pozostałe przychody	83,0%	152,6%	126,7%

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

<u>2004</u> <u>2003</u>	<u>2005</u> <u>2004</u>	<u>2005</u> <u>2003</u>
100,3%	109,0%	109,3%

Jak z powyższego wynika w latach 2003-2005 nastąpił wzrost nominalnych kosztów rodzajowych (o 9,3%) oraz wzrost nominalnych przychodów ogółem (o 15,9%).

Po uwzględnieniu wskaźników średniorocznego wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych (w 2004 roku – 3,5%, w 2005 roku – 2,1%), realna wartość przychodów i kosztów rodzajowych Telewizji Polskiej S.A. w latach 2003-2005 zmieniała się następująco:

	<u>2004</u> <u>2003</u>	<u>2005</u> <u>2004</u>	<u>2005</u> <u>2003</u>
<u>przychody ogółem</u>	100,5%	109,1%	109,6%
• przychody z reklamy	103,5%	107,5%	111,2%

• sponsoring	126,5%	133,4%	168,7%
• wpływy abonamentowe	95,7%	97,0%	92,8%
• przychody finansowe	151,6%	197,7%	299,7%
• pozostałe przychody	80,2%	149,5%	119,9%
<u>koszty rodzajowe ogółem</u>	96,9%	106,8%	103,5%

W okresie 2003-2005 realna wartość przychodów wzrosła o **9,6%** natomiast kosztów rodzajowych ogółem o **3,5%**.

Realna wartość przychodów z reklamy wzrosła w tym okresie o **11,2%**, a wpływów abonamentowych uległa obniżeniu o **7,2%**.

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku, realna wartość przychodów ogółem wzrosła o **9,1%**, a kosztów rodzajowych ogółem o **6,8%**.

W 2005 roku na podstawie materiałów przedbilansowych, odnotowano następujące zmiany w zakresie podstawowych wskaźników finansowo-ekonomicznych w Telewizji Polskiej S.A. w porównaniu do 2004 roku (wykonanie bilansowe):

Średnie zatrudnienie

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	3 070,2	65,6%	3 091,9	66,1%	100,7
Oddziały terenowe	1 606,6	34,4%	1 584,8	33,9%	98,6
RAZEM	4 676,8	100,0%	4 676,7	100,0%	100,0

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku przeciętne zatrudnienie uległo obniżeniu o 0,1 etatu, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym nastąpiło zwiększenie o 21,7 etatu tj. o 0,7%
- w Oddziałach terenowych nastąpiło ograniczenie zatrudnienia o 21,8 etatu tj. o 1,4%.

W 2005 roku średnie zatrudnienie w oddziałach terenowych spółki, stanowiło 33,9% zatrudnienia ogółem TVP S.A.

Stan zatrudnienia na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	etaty	struktura % udziału	etaty	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	3 119,2	66,2%	3 086,9	66,9%	99,0%
Oddziały terenowe	1 589,2	33,8%	1 526,3	33,1%	96,0%
RAZEM	4 708,4	100,0%	4 613,2	100,0%	98,0%

Na 31 grudnia odnotowano zmniejszenie zatrudnienia w spółce o ponad 95,2 etatów tj. o 2,0%. Na powyższełożyło się:

- zmniejszenie w Zakładzie Głównym o 32,3 etatu, tj. o 1,0%,

- zmniejszenie w oddziałach terenowych o 62,9 etaty, tj. o 4,0%.

Średniomiesięczne wynagrodzenie (w złotych na 1 pracownika etatowego)

TREŚĆ	2004 rok	2005 rok	%
Zakład Główny	5 781	6 485	112,2
Oddziały terenowe	4 985	5 347	107,3
RAZEM	5 508	6 099	110,7

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku przeciętne wynagrodzenie wzrosło o 591 zł, tj. o 10,7%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wzrost wyniósł 704 zł, tj. o 12,2%
- w Oddziałach terenowych wzrost wyniósł 362 zł, tj. o 7,3%

Na tak znaczny wzrost średniego wynagrodzenia w TVP S.A. w 2005 roku miały wpływ: wypłacone rekompensaty pracownikom, którzy przeszli na emeryturę, odprawy emerytalne, odprawy i odszkodowania związane z rozwiązaniem umowy o pracę z przyczyn pracodawcy, nagrody jubileuszowe oraz ekwiwalenty za niewykorzystany urlop.

Poziom przychodów ogółem – po eliminacji obrotów wewnętrznych (w mln zł)

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol. 4 : 2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 372,4	82,4	1 583,2	84,2	115,4
Oddziały terenowe	292,5	17,6	298,0	15,8	101,9
RAZEM	1 664,9	100,0	1 881,2	100,0	113,0

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku ogólny poziom przychodów wzrósł o 216,3 mln zł, tj. o 13,0%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wystąpił wzrost o 210,8 mln zł, tj. o 15,4%
- w oddziałach terenowych wystąpił wzrost o 5,5 mln zł, tj. o 1,9%.

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

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		% kol. 4 : 2
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	1 249,7	78,7	1 389,3	79,9	111,2
Oddziały terenowe	338,9	21,3	350,5	20,1	103,4
RAZEM	1 588,6	100,0	1 739,8	100,0	109,5

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku poziom kosztów ogółem wzrósł o 151,2 mln zł, tj. o 9,5%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wystąpił wzrost o 139,6 mln zł, tj. o 11,2%

- w oddziałach terenowych wystąpił wzrost o 11,6 mln zł, tj. o 3,4%.

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

TREŚĆ	2004 rok	2005 rok
1. Wynagrodzenia	25,6	26,5
2. Świadczenia na rzecz pracowników	4,4	4,5
3. Razem wynagrodzenia ze świadczeniami	30,0	31,0
4. Amortyzacja	17,4	17,7
5. Usługi obce	22,8	23,0
w tym		
- emisja, częstotliwość, poł. kablowe	10,7	10,1
- wydatki na usługi OBOP-u	1,2	0,9
6. Zużycie materiałów i energii	11,7	15,6
7. Podatki i opłaty	2,4	1,6
8. Pozostałe koszty	15,7	11,1
w tym m.in.:		
ZAIKS-male i wielkie prawa, inne tantiemy	4,8	5,1

Koszty usług transmisyjnych (emisja, dosył sygnału oraz częstotliwość) poniesione przez Telewizję Polską S.A. w 2005 roku stanowiły 10,1% kosztów rodzajowych ogółem. Udział tych kosztów zmniejszył się w porównaniu do 2004 roku o 0,6 punktu procentowego (2004 r. – 10,7%).

W 2005 roku koszty związane z działalnością Rad Programowych w Zakładzie Głównym zwiększyły się o ok. 17,9% w porównaniu do 2004 roku. Natomiast w oddziałach terenowych TVP S.A. koszty związane z działalnością Rad Programowych w 2005 roku zwiększyły się o **28,6%** w porównaniu do 2004 roku, w tym diety o **32,4%**, co przedstawia poniższa tabela:

TREŚĆ	2004 rok	2005 rok	w tys. zł %
Zakład Główny	133,2	157,0	117,9
w tym diety	56,6	54,5	96,3
Oddziały terenowe	275,0	353,6	128,6
w tym diety	252,3	334,1	132,4
RAZEM	408,2	510,6	125,1
w tym diety	308,9	388,6	125,8

Koszty związane z działalnością promocyjną Telewizji Polskiej wyniosły w 2005 roku ponad 37,1 mln zł i zwiększyły się o aż 50,8% w porównaniu do 2004 roku o (24,6 mln zł).

Zobowiązania krótkoterminowe (wg cen bieżących – nominalnych) wg stanu na 31 grudnia 2005 r. wyniosły 270,6 mln zł i były wyższe o 33,0% w porównaniu do 2004 roku (203,5 mln zł)

Należności krótkoterminowe wg stanu na 31 grudnia 2005 r. wyniosły 134,5 mln zł i były wyższe o 28,3% w porównaniu do 2004 roku (104,8 mln zł).

Aktywa trwałe (w mln zł)
wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	527,1	71,4	521,8	72,1	99,0
Oddziały terenowe	211,2	28,6	202,3	27,9	95,8
RAZEM	738,3	100,0	724,1	100,0	98,1

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wartość aktywów trwałych wg stanu na 31 grudnia zmalała o 14,2 mln zł, tj. o 1,9%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wystąpił spadek o 5,3 mln zł, tj. o 1,0%
- w Oddziałach terenowych wystąpił spadek o 8,9 mln zł, tj. o 4,2%.

Aktywa obrotowe (w mln zł)

wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Zakład Główny	690,7	90,3	844,6	91,1	122,3
Oddziały terenowe	74,2	9,7	82,7	8,9	111,5
RAZEM	764,9	100,0	927,3	100,0	121,2

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wartość aktywów obrotowych w TVP S.A. wg stanu na 31 grudnia wzrosła o 162,4 mln zł, tj. o 21,2%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wystąpił wzrost o 153,9 mln zł, tj. o 22,3%
- w Oddziałach terenowych wystąpił wzrost o 8,9 mln zł, tj. o 11,5%.

Struktura majątku Telewizji Polskiej S.A. (w mln zł)

wg stanu na 31 grudnia

TREŚĆ	2004 rok		2005 rok		%
	kwota	struktura % udziału	kwota	struktura % udziału	
1	2	3	4	5	6
Aktywa trwałe	738,3	49,1	724,1	43,8	98,1

Aktywa obrotowe	764,9	50,9	927,3	56,2	121,2
AKTYWA RAZEM	1 503,2	100,0	1 651,4	100,0	109,9

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wartość majątku ogółem w TVP S.A. wg stanu na 31 grudnia wzrosła o 148,2 mln zł, tj. o 9,9%.

Na majątek ogółem złożyły się aktywa obrotowe i trwałe:

- Zakładu Głównego w kwocie łącznej 1.366,4 mln zł, co stanowi aż 82,7% majątku ogółem TVP,
- oraz Oddziałów Terenowych w kwocie łącznej 285,0 mln zł, tj. 17,3% majątku ogółem TVP.

W strukturze majątku ogółem w 2005 roku większy udział stanowiły aktywa obrotowe (56,2%), czyli podobnie jak w 2004 roku, kiedy aktywa obrotowe stanowiły 50,9%.

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

TREŚĆ	2004 rok	2005 rok	%
Zakład Główny	66,8	131,3	196,6%
Oddziały terenowe	9,5	10,2	107,4%
RAZEM	48,7	87,7	180,1%

W 2005 roku w porównaniu do 2004 roku wynik netto wg stanu na 31 grudnia wzrósł o 39,0 mln zł, tj. o 80,1%, z tym, że:

- w Zakładzie Głównym wystąpił wzrost o 64,5 mln zł, tj. aż o 96,6%
- w Oddziałach terenowych wystąpił spadek o 0,7 mln zł, tj. o 7,4%.

Diety dla rad programowych w publicznej radiofonii i telewizji

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

Na podstawie uchwały Krajowej Rady Nr 650/2004 z dnia 21 grudnia 2004 roku, począwszy od 1 stycznia 2005 roku wysokość diety została określona na poziomie:

- dla przewodniczącego rady programowej - 379 zł
- dla członków rady programowej - 252 zł

W latach 1996-2005 spółki radiofonii i telewizji publicznej poniosły koszty z tytułu wypłaty diet dla członków rad programowych przedstawiały się następująco:

w tys.zł

Rok	Telewizja Polska S.A. w Warszawie	Spółki radiofonii publicznej			Ogółem
		Razem	z tego:		
			<i>Polskie Radio S.A. w Warszawie</i>	<i>spółki regionalnej radiofonii, razem</i>	
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1996	12,2	129,3	11,5	117,8	141,5
1997	16,8	171,9	18,8	153,1	188,7
1998	50,0	194,4	25,9	168,5	244,4
1999	85,4	207,1	28,5	178,6	292,5
2000	274,2	383,8	32,2	351,6	658,0
2001	280,8	385,1	27,1	358,0	665,9
2002	260,4	415,4	29,3	386,1	675,8
2003	246,3	338,5	27,0	311,5	584,8
2004	308,9	455,6	27,0	428,6	764,5
2005	388,6	590,3	36,0	554,3	978,9
razem za okres 1996- 2005	1 923,6	3 271,4	263,3	3 008,1	5 195,0
Struktura %	37.0%	63.0%	5.1%	57.9%	100.0%

W latach 1996-2005 blisko 2/3 kosztów diet rad programowych poniesione zostały przez spółki radiofonii publicznej.

Wpływy z emisji reklam i audycji sponsorowanych oraz czas emisji reklam w telewizji publicznej w 2005 roku

W 2005 roku najwięcej reklam wyemitowała TVP 1, następnie TVP 2 (w 2004 roku na drugim miejscu była TVP 3) i TVP 3. Z oddziałów Telewizji Polskiej najwięcej reklam wyemitowały oddziały w Poznaniu, Warszawie, Łodzi i Katowicach; najmniej oddziały w Kielcach, Rzeszowie, Lublinie i Białymstoku.

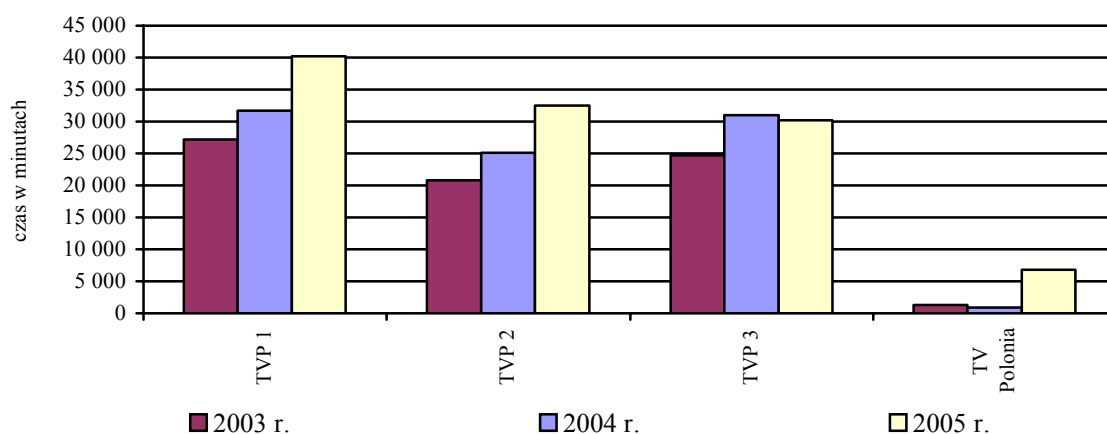
Większość oddziałów wyemitowała w 2005 roku więcej reklam niż w 2004 roku (jedynie oddziały w Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach i Rzeszowie wyemitowały mniej reklam). Największą dynamikę czasu emisji reklam zanotował oddział regionalny w Opolu (857%) i TVP Polonia (687%), która rozpoczęła w 2005 roku emisję telesprzedaży.

Czas reklam, ogłoszeń, telesprzedaży wyemitowanej w 2005 roku (w minutach)

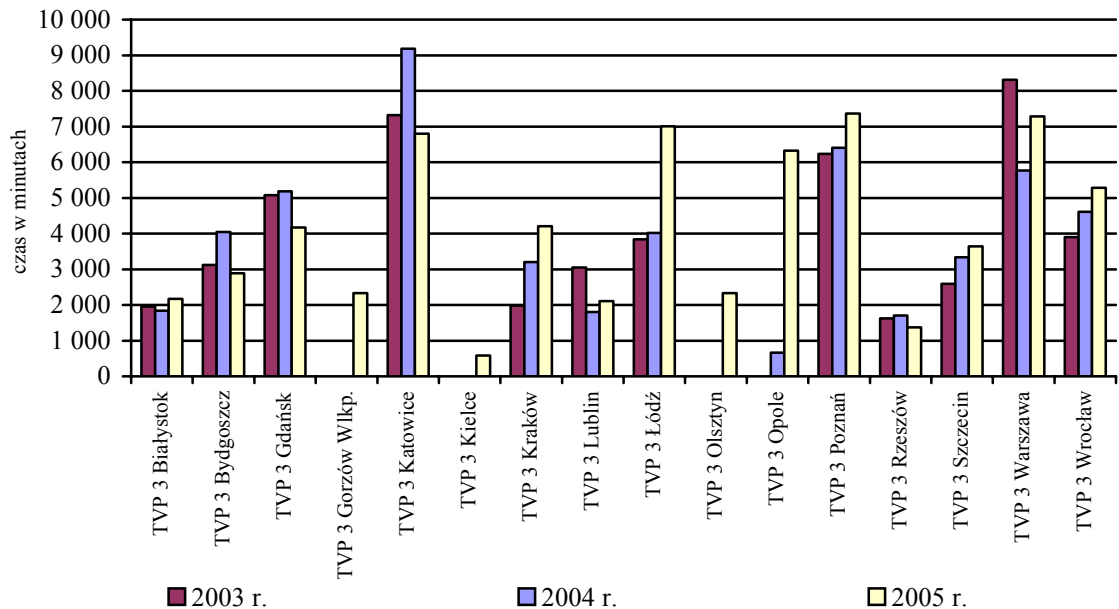
Program	reklama w paśmie regionalnym	reklama w paśmie rozłącznej „dwójki”	reklama ogółem	ogłoszenia płatne	telezakupy	czas reklam, ogłoszeń i telesprzedaży w 2005 r.	Czas reklam ogłoszeń i telesprzedaży w 2004 r.	Dynamika zmian 2005/2004
TVP 1			32 499	506	7 157	40 162	31 674	27%
TVP 2			28 188	293	3 987	32 468	25 142	29%
TVP 3			23 184	236	6 744	30 164	30 999	-3%
TV Polonia			1 020	6	5 745	6 771	860	687%
łącznie			84 891	1 041	23 633	109 565	88 675	24%

TVP 3 Białystok	1 273	693	1 966	200		2 166	1 841	18%
TVP 3 Bydgoszcz	2 733	159	2 892			2 892	4 045	-29%
TVP 3 Gdańsk	3 610	557	4 167	4		4 171	5 186	-20%
TVP 3 Gorzów wlkp.	1 200	123	1 323	1 010		2 333		
TVP 3 Katowice	5 481	1 182	6 663	132		6 795	9 186	-26%
TVP 3 Kielce			579	3		582		
TVP 3 Kraków			4 206			4 206	3 204	31%
TVP 3 Lublin	754	556	1 310	795		2 105	1 806	17%
TVP 3 Łódź	4 841	920	5 761	168	1 079	7 008	4 016	75%
TVP 3 Olsztyn	1 528	573	2 101	227		2 328		
TVP 3 Opole	4 519	1 804	6 323			6 323	661	857%
TVP 3 Poznań	6 283	605	6 888	479		7 367	6 405	15%
TVP 3 Rzeszów	528	820	1 348	20		1 368	1 705	-20%
TVP 3 Szczecin			3 639			3 639	3 336	9%
TVP 3 Warszawa	6 315	579	6 894	391		7 285	5 766	26%
TVP 3 Wrocław	4 206	776	4 982	303		5 285	4 609	15%
łącznie	43 271	9 347	61 042	3 732	1 079	65 853	51 766	27%
RAZEM	43 271	9 347	145 933	4 773	24 712	175 418	140 441	25%

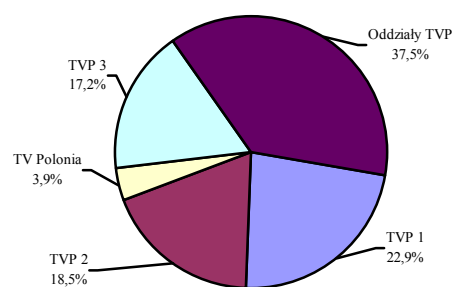
Czas reklam, ogłoszeń i telesprzedaży wyemitowanych w publicznej telewizji o zasięgu ogólnopolskim i satelitarnym w latach 2001 - 2005



**Czas reklam, ogłoszeń i telesprzedaży wyemitowanych w oddziałach
Telewizji Polskiej w latach 2003 - 2005**



Udział w czasie emisji reklam w 2005 r. poszczególnych programów telewizji publicznej



W 2005 roku telewizja publiczna w programach ogólnopolskich, w programie Polonia i Kultura oraz w oddziałach regionalnych wyemitowała o ok. 12% więcej audycji sponsorowanych niż w 2004 roku.

Najwięcej audycji sponsorowanych w telewizji regionalnej wyemitowały oddziały w Białymstoku (1 973 rocznie), Warszawie (1 707 rocznie) i Poznaniu (1 484 rocznie).

Liczba audycji sponsorowanych w latach 2003 - 2005

	2003 r.	2004 r.	2005 r.	dynamika zmian 2004/2003	dynamika zmian 2005/2004
TVP 1	2 447	5 516	5 270	125,4%	-4,5%
TVP 2	1 417	3 623	4 322	155,7%	19,3%
TVP Polonia	425	546	90	28,5%	-83,5%
TVP Kultura			119		
TVP 3	7 588	10 720	504	41,3%	-95,3%
TVP 3 oddziały	118	183	12 743	55,1%	6863,4%
Razem	11 995	20 588	23 048	71,6%	11,9%

Wpływy netto z emisji reklam, ogłoszeń, telesprzedaży i audycji sponsorowanych (bez barteru) wyniosły w telewizji publicznej 1 116,95 mln zł. Największe wpływy uzyskano w TVP 1 – 590,5 mln (52,9% wpływów ogółem) i TVP 2 – 448,2 mln (40,1% wpływów ogółem). Wpływy z TVP 3 wyniosły 32,6 mln (2,9% wpływów ogółem), z TV Polonia 1,4 mln (0,1%), a z TVP Kultura prawie 40 tys.

Z oddziałów największe wpływy z emisji reklam, ogłoszeń, sponsoringu i umów barterowych osiągnął oddział w Katowicach – 6,5 mln zł (wzrost o 3,3% w stosunku do 2004 roku), następnie oddział w Poznaniu – 5,9 mln zł (wzrost o 2%) i w Warszawie – 5,8 mln (wzrost o 14,1%). Największą dynamiką przychodów odnotował oddział telewizji w Opolu – 116,8%. Jedynie oddziały w Bydgoszczy i Lublinie odnotowały w 2005 roku mniejsze wpływy niż w 2004 roku.

Poniżej zamieszczono tabele przedstawiające wpływy z emisji reklam, ogłoszeń, telesprzedaży i umów barterowych w 2005 roku, porównanie wpływów z 2005 roku do wpływów z 2004 roku, wykres – porównanie wpływów w poszczególnych oddziałach Telewizji Polskiej S.A. oraz wykres ilustrujący udziały poszczególnych anten we wpływach z działalności reklamowej i sponsorskiej.

Wpływy netto z emisji reklam, ogłoszeń, telesprzedaży i umów barterowych w 2005 roku (w zł)						
	reklama	ogłoszenia	telezakupy	sponsoring	bartery	łącznie
TVP 1	530 705 368,94	8 057 264,87*	986 688,00	50 720 242,75	638 090,17	591 107 654,73
TVP 2	409 611 558,71		1 031 732,00	37 518 432,58	929 889,23	449 091 612,52
TVP 3	31 428 406,84	2 365,99	345 610,00	814 400,91		32 590 783,74
TV Polonia	795 750,05		388 095,00	215 070,00	2 959,02	1 401 874,07
TVP Kultura				39 900,00	32 900,00	72 800,00
łącznie	972 541 084,54	8 059 630,86	2 752 125,00	89 308 046,24	1 603 838,42	1 074 264 725,06
TVP 3 Białystok	1 826 196,32	191 205,66		793 061,73	43 374,16	2 853 837,87
TVP 3 Bydgoszcz	1 472 857,76			155 519,60	143 589,18	1 771 966,54

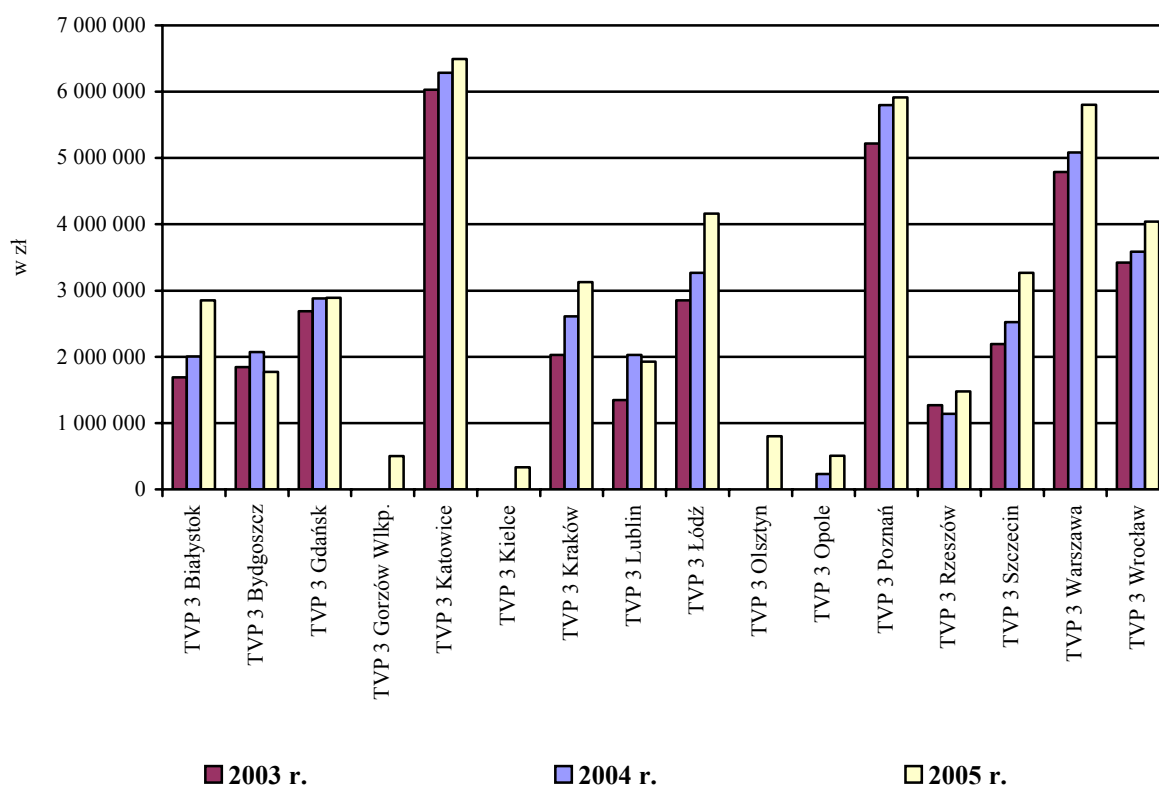
TVP 3 Gdańsk	2 413 172,14	1 100,00		447 173,51	30 401,64	2 891 847,29
TVP 3 Gorzów Wlkp.	222 020,83	222 819,68		46 190,16	12 697,25	503 727,92
TVP 3 Katowice	3 907 393,00	221 407,00		1 989 748,00	375 752,00	6 494 300,00
TVP 3 Kielce	281 245,61	1 070,73		45 792,00	5 400,00	333 508,34
TVP 3 Kraków	2 049 860,00	345 830,00		584 330,00	149 700,23	3 129 720,23
TVP 3 Lublin	697 829,28	996 856,33		225 129,76	4 912,30	1 924 727,67
TVP 3 Łódź	2 845 540,00	31 902,81		1 166 620,00	119 462,82	4 163 525,63
TVP 3 Olsztyn	554 410,48	120 758,44		119 716,00	6 484,34	801 369,26
TVP 3 Opole	432 001,83				73 627,40	505 629,23
TVP 3 Poznań	4 542 874,65	397 821,71		932 977,14	41 009,54	5 914 683,04
TVP 3 Rzeszów	1 239 270,00	24 000,00		168 230,00	47 720,00	1 479 220,00
TVP 3 Szczecin	2 143 490,56			1 088 965,92	36 541,80	3 268 998,28
TVP 3 Warszawa	4 506 608,72	387 021,40		582 372,56	326 757,25	5 802 759,93
TVP 3 Wrocław	2 188 015,02	269 816,25		1 403 944,74	177 048,74	4 038 824,75
	31 322 786,20	3 211 610,01		9 749 771,12	1 594 478,65	45 878 645,98
RAZEM	1 003 863 870,74	11 271 240,87	2 752 125,00	99 057 817,36	3 198 317,07	1 120 143 371,04

* dane dla TVP 1 i TVP 2

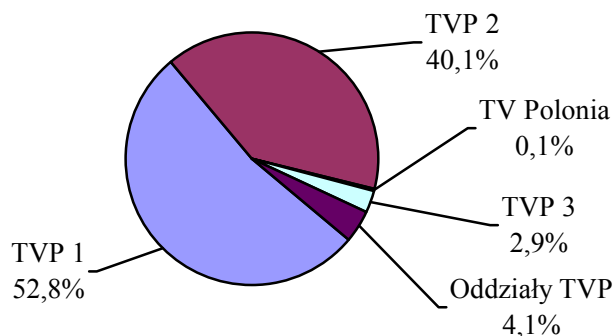
Porównanie wpływów z emisji reklam, ogłoszeń, telesprzedaży i umów barterowych w latach 2003 - 2005					
	2003 r.	2004 r.	2005 r.	dynamika 2004/2003	dynamika 2005/2004
TVP 1	539 742 932	538 743 881	591 107 655	-0,2%	9,7%
TVP 2	326 732 818	376 003 207	449 091 613	15,1%	19,4%
TVP 3	25 870 938	32 244 156	32 590 784	24,6%	1,1%
TV Polonia	1 806 831	1 336 294	1 401 874	-26,0%	4,9%
TVP Kultura			72 800		
łącznie	894 153 519	948 327 538	1 074 264 725	6,1%	13,3%
TVP 3 Białystok	1 689 335	2 001 339	2 853 838	18,5%	42,6%
TVP 3 Bydgoszcz	1 846 108	2 069 067	1 771 967	12,1%	-14,4%
TVP 3 Gdańsk	2 690 725	2 882 741	2 891 847	7,1%	0,3%
TVP 3 Gorzów Wlkp.			503 728		
TVP 3 Katowice	6 029 800	6 284 160	6 494 300	4,2%	3,3%
TVP 3 Kielce			333 508		
TVP 3 Kraków	2 027 510	2 609 564	3 129 720	28,7%	19,9%

TVP 3 Lublin	1 347 790	2 029 522	1 924 728	50,6%	-5,2%
TVP 3 Łódź	2 853 396	3 267 192	4 163 526	14,5%	27,4%
TVP 3 Olsztyn			801 369		
TVP 3 Opole		233 188	505 629		116,8%
TVP 3 Poznań	5 219 885	5 799 200	5 914 683	11,1%	2,0%
TVP 3 Rzeszów	1 271 680	1 139 080	1 479 220	-10,4%	29,9%
TVP 3 Szczecin	2 190 360	2 526 219	3 268 998	15,3%	29,4%
TVP 3 Warszawa	4 786 851	5 083 721	5 802 760	6,2%	14,1%
TVP 3 Wrocław	3 424 110	3 587 617	4 038 825	4,8%	12,6%
łącznie	35 377 550	39 512 610	45 878 646	11,7%	16,1%
RAZEM	929 531 069	987 840 148	1 120 143 371	6,3%	13,4%

**Wpływy netto z emisji reklam, ogłoszeń telesprzedaży i umów barterowych
wyemitowanych w latach 2003 - 2005 w poszczególnych oddziałach TVP S.A.**



**Udział wpływów z emisji reklam, ogłoszeń i audycji sponsorowanych
w 2005 roku we wpływach ogółem**



Do przedstawienia wpływów i czasu emisji reklam w 2005 roku wykorzystano dane udostępnione przez Biuro Reklamy Telewizji Polskiej S.A.

Wpływy z emisji reklam i audycji sponsorowanych oraz czas emisji reklam w Polskim Radiu S.A

Analizując dane przekazane przez Polskie Radio S.A. i 17 Regionalnych Rozgłośni, dotyczące czasu, jak również wpływów uzyskanych ze sprzedaży reklam, można stwierdzić, że w roku 2005 nastąpił kolejny ich wzrost.

Czas sprzedanych reklam we wszystkich programach Polskiego Radia S.A. (PR I, II, III i Radia BIS) wyniósł 470 godzin (w roku 2004 – 410 godzin) co znaczy, że nastąpił wzrost o 14,6%. Natomiast zestawienie wpływów ze sprzedanych reklam wykazuje w roku 2005 wzrost o 6,7% w stosunku do roku 2004. W roku 2004 wpływy wyniosły 49 688,2 tys. zł., a w 2005 roku 53 002,8 tys. zł.

Na podstawie przeprowadzonej kontroli działalności reklamowej i sponsorskiej w programach Rozgłośni Regionalnych stwierdzić można, że rok 2005 był kolejnym rokiem nieznacznego wzrostu wielkości wpływów ze sprzedaży czasu reklamowego.

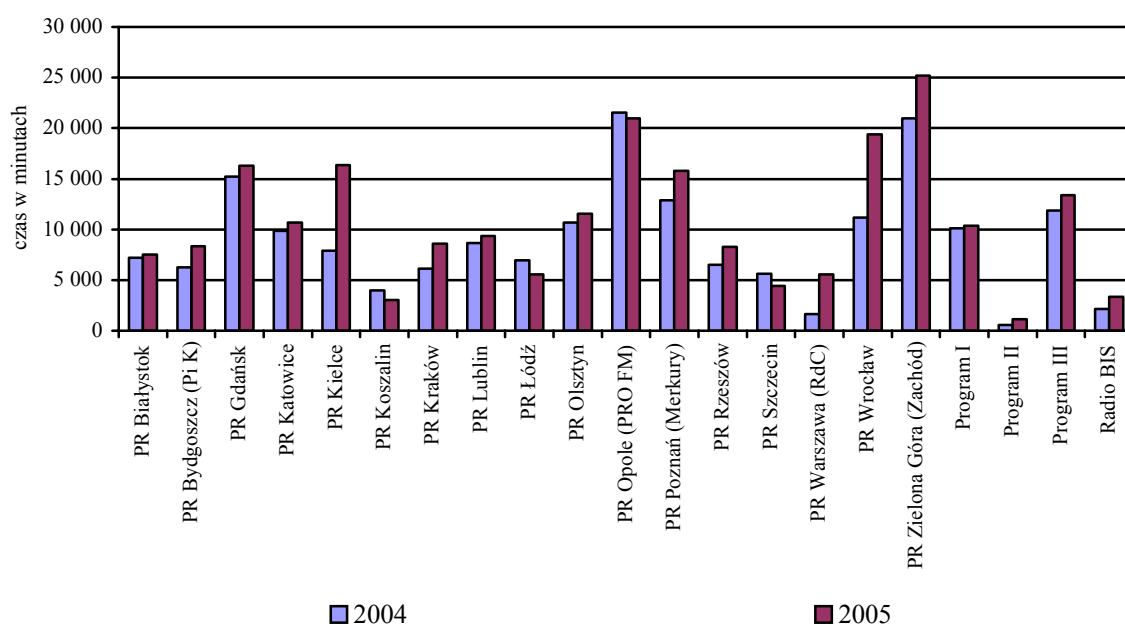
Łącznie udział reklam w rocznym czasie nadawania w 2005 roku w regionalnych rozgłoszeniach radia publicznego wzrósł i stanowi 2%, a w roku 2004 wyniósł 1,6%.

Najlepszy wynik wśród rozgłośni radia publicznego osiągnęła, kolejny raz, Rozgłoszenia Regionalna Polskiego Radia w Opolu „RADIO OPOLE” S.A. emitując 349 godzin reklam (spadek o -2,8%), a najmniej reklam, tylko 19 godzin wyemitował Program II Polskiego Radia S.A. (choć wzrost był bardzo wysoki 107,6%).

Czas wyemitowanych reklam i płatnych ogłoszeń w programach ogólnopolskich i rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2005 (w godzinach)					
Nadawca	2001 r.	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
Program I	119,9	164,0	149,7	168,4	173,0
Program II	6,5	20,0	8,3	9,2	19,1
Program III	130,4	154,0	149,7	197,4	223,0

Radio BIS	7,7	20,0	9,3	35,4	55,3
Polskie Radio S.A.	264,5	358,0	317,0	410,4	470,4
PR Białystok	207,1	162,7	135,4	120,1	125,0
PR Bydgoszcz (Pi K)	133,3	118,6	115,0	104,4	139,2
PR Gdańsk	192,6	179,3	188,1	254,1	272,0
PR Katowice	184,0	140,0	172,0	164,0	178,0
PR Kielce	133,5	121,7	149,1	131,4	272,3
PR Koszalin	89,0	62,2	63,8	66,3	51,0
PR Kraków	127,5	139,4	103,7	101,7	143,0
PR Lublin	157,0	113,4	119,4	144,4	155,4
PR Łódź	113,0	94,0	103,5	116,0	93,0
PR Olsztyn	227,0	221,0	214,0	178,0	192,5
PR Opole (PRO FM)	235,2	196,9	270,4	359,0	349,0
PR Poznań (Merkury)	331,6	292,0	222,0	215,0	263,0
PR Rzeszów	101,0	86,0	98,0	108,2	138,0
PR Szczecin	182,7	144,0	102,6	93,3	74,2
PR Warszawa (RdC)	42,0	22,5	17,0	27,0	93,0
PR Wrocław	198,4	160,0	168,6	186,0	323,0
<i>w tym miejski</i>	<i>28,0</i>	<i>28,0</i>	<i>29,8</i>	<i>21,0</i>	<i>113,7</i>
<i>regionalny</i>	<i>170,4</i>	<i>132,0</i>	<i>138,8</i>	<i>165,0</i>	<i>209,3</i>
PR Zielona Góra (Zachód)	296,3	223,9	257,2	349,9	420,0
<i>w tym miejski</i>	<i>132,6</i>	<i>101,7</i>	<i>120,1</i>	<i>134,4</i>	<i>177,0</i>
<i>regionalny</i>	<i>163,7</i>	<i>122,2</i>	<i>137,1</i>	<i>215,5</i>	<i>243,0</i>
rozgłośnie regionalne	2 951,2	2 477,6	2 499,8	2 718,8	3 281,6
RAZEM	3 215,7	2 835,6	2 816,8	3 129,2	3 752,0

Czas reklam i ogłoszeń wyemitowanych w latach 2004-2005



Dynamika zmian czasu emisji reklam i płatnych ogłoszeń w programach ogólnopolskich i rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2005					
Nadawca	Porównanie				Udział reklam w rocznym czasie nadawania w 2005 r.
	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004	
Program I	36,8%	-8,7%	12,5%	2,7%	2,0%
Program II	207,7%	-58,3%	10,4%	107,6%	0,2%
Program III	18,1%	-2,8%	31,9%	13,0%	2,5%
Radio BIS	159,7%	-53,3%	279,3%	56,2%	0,6%
Polskie Radio S.A.	35,3%	-11,5%	29,5%	14,6%	1,3%

PR Białystok	-21,4%	-16,8%	-11,3%	4,1%	1,4%
PR Bydgoszcz (Pi K)	-11,0%	-3,0%	-9,2%	33,3%	1,6%
PR Gdańsk	-6,9%	4,9%	35,1%	7,0%	3,1%
PR Katowice	-23,9%	22,9%	-4,7%	8,5%	2,0%
PR Kielce	-8,8%	22,5%	-11,9%	107,2%	3,1%
PR Koszalin	-30,1%	2,6%	3,9%	-23,1%	0,6%
PR Kraków	9,3%	-25,6%	-1,9%	40,6%	1,6%
PR Lublin	-27,8%	5,3%	20,9%	7,6%	1,8%
PR Łódź	-16,8%	10,1%	12,1%	-19,8%	1,1%
PR Olsztyn	-2,6%	-3,2%	-16,8%	8,1%	2,2%
PR Opole (PRO FM)	-16,3%	37,3%	32,8%	-2,8%	4,0%
PR Poznań (Merkury)	-11,9%	-24,0%	-3,2%	22,3%	3,0%
PR Rzeszów	-14,9%	14,0%	10,4%	27,5%	1,6%
PR Szczecin	-21,2%	-28,8%	-9,1%	-20,5%	0,8%
PR Warszawa (RdC)	-46,4%	-24,4%	58,8%	244,4%	1,1%
PR Wrocław	-19,4%	5,4%	10,3%	73,7%	1,9%
<i>w tym miejski</i>	<i>0,0%</i>	<i>6,4%</i>	<i>-29,5%</i>	<i>441,4%</i>	<i>1,3%</i>
<i>regionalny</i>	<i>-22,5%</i>	<i>5,2%</i>	<i>18,9%</i>	<i>26,8%</i>	<i>2,4%</i>
PR Zielona Góra (Zachód)	-24,4%	14,9%	36,0%	20,0%	2,4%
<i>w tym miejski</i>	<i>-23,3%</i>	<i>18,1%</i>	<i>11,9%</i>	<i>31,7%</i>	<i>2,0%</i>
<i>regionalny</i>	<i>-25,4%</i>	<i>12,2%</i>	<i>57,2%</i>	<i>12,8%</i>	<i>2,8%</i>
rozgłoszenie regionalne	-16,0%	0,9%	8,8%	20,7%	2,0%
RAZEM	-11,8%	-0,7%	11,1%	19,9%	1,9%

Wpływy z emisji reklam w programach ogólnopolskich i w rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w 2005 roku (w tys. zł)			
nadawca	bez barteru	barter	ogółem
Program I	23 354,4	2 832,5	26 186,9
Program II	42,0	162,7	204,7
Program III	23 224,4	3 005,4	26 229,8
Radio BIS	121,1	260,3	381,4
Polskie Radio S.A.	46 741,9	6 260,9	53 002,8
PR Białystok	677,7	271,2	948,9

PR Bydgoszcz (Pi K)	654,3	156,3	810,6
PR Gdańsk	1 317,0	234,0	1 551,0
PR Katowice	1 343,4	155,1	1 498,5
PR Kielce	1 063,6	112,0	1 175,6
PR Koszalin	220,5	155,1	375,6
PR Kraków	615,8	156,3	772,1
PR Lublin	803,0	304,6	1 107,6
PR Łódź	387,0	108,5	495,5
PR Olsztyn	801,7	180,5	982,2
PR Opole (PRO FM)	1 301,2	28,1	1 329,3
PR Poznań (Merkury)	1 427,3	284,7	1 712,0
PR Rzeszów	764,7	0,3	765,0
PR Szczecin	371,1	328,0	699,1
PR Warszawa (RdC)	585,7	354,3	940,0
PR Wrocław	778,4	306,2	1 084,6
<i>w tym miejski</i>	152,2	94,5	246,7
<i>regionalny</i>	626,2	211,7	837,9
PR Zielona Góra (Zachód)	872,3	82,6	954,9
<i>w tym miejski</i>	315,0	30,3	345,3
<i>regionalny</i>	557,3	52,3	609,6
rozgłoszenie regionalne	13 984,7	3 217,8	17 202,5
RAZEM	60 726,6	9 478,7	70 205,3

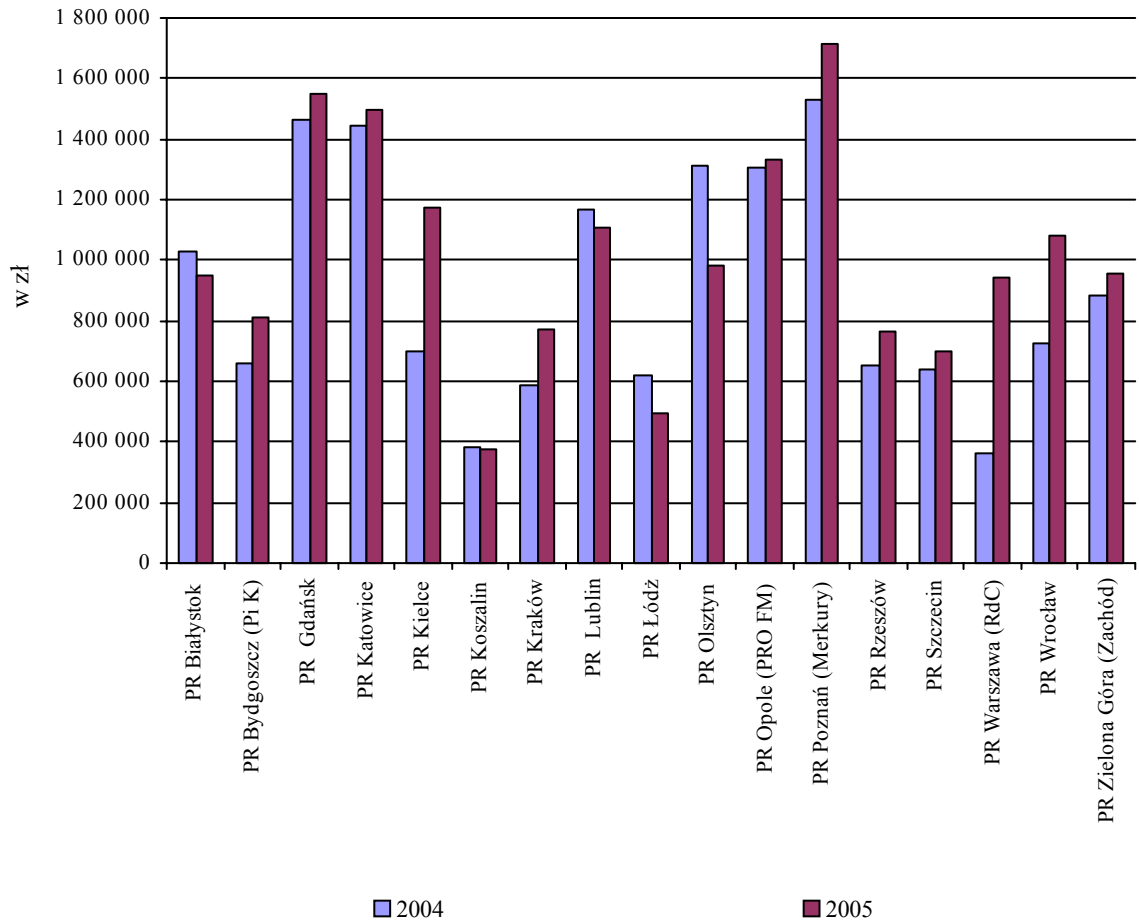
Wpływy z emisji audycji sponsorowanych w programach ogólnopolskich i w rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w 2005 roku (w tys. zł)				
nadawca	bez barteru	barter	ogółem	udział wpływów ze sponsoringu we wpływach ogółem
Program I	1 530,9	274,2	1 805,1	6,4%
Program II	585,0	0,0	585,0	74,1%
Program III	1 231,0	417,5	1 648,5	5,9%
Radio BIS	42,8	2,1	44,9	10,5%
Polskie Radio S.A.	3 389,7	693,8	4 083,5	7,2%
PR Białystok	81,0	2,6	83,6	8,1%
PR Bydgoszcz (Pi K)	95,6	2,4	98,0	10,8%
PR Gdańsk	136,0	4,5	140,5	8,3%
PR Katowice	101,0	7,0	108,0	6,7%
PR Kielce	81,7	0,0	81,7	6,5%
PR Koszalin	74,9	26,1	101,0	21,2%
PR Kraków	334,0	4,5	338,5	30,5%
PR Lublin	158,0	45,4	203,4	15,5%
PR Łódź	318,8	47,3	366,1	42,5%
PR Olsztyn	79,3	0,0	79,3	7,5%

PR Opole (PRO FM)	14,3	2,2	16,5	1,2%
PR Poznań (Merkury)	97,0	0,0	97,0	5,4%
PR Rzeszów	61,1	2,6	63,7	7,7%
PR Szczecin	42,9	30,9	73,8	9,5%
PR Warszawa (RdC)	49,7	18,8	68,5	6,8%
PR Wrocław	336,2	18,0	354,2	24,6%
<i>w tym miejski</i>	80,9	11,8	92,7	27,3%
<i>regionalny</i>	255,3	6,2	261,5	23,8%
PR Zielona Góra (Zachód)	256,9	43,6	300,5	23,9%
<i>w tym miejski</i>	142,6	0,0	142,6	29,2%
<i>regionalny</i>	114,3	43,6	157,9	20,6%
rozgłoszenie regionalne	2 318,4	255,9	2 574,3	13,0%
RAZEM	5 708,1	949,7	6 657,8	8,7%

Wpływy z emisji reklam i audycji sponsorowanych w programach ogólnopolskich i w rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w 2005 roku (w tys. zł)			
nadawca	reklama	sponsoring	łącznie
Program I	26 186,9	1 805,1	27 992,0
Program II	204,7	585,0	789,7
Program III	26 229,8	1 648,5	27 878,3
Radio BIS	381,4	44,9	426,3
Polskie Radio S.A.	53 002,8	4 083,5	57 086,3
PR Białystok	948,9	83,6	1 032,5
PR Bydgoszcz (Pi K)	810,6	98,0	908,6
PR Gdańsk	1 551,0	140,5	1 691,5
PR Katowice	1 498,5	108,0	1 606,5
PR Kielce	1 175,6	81,7	1 257,3
PR Koszalin	375,6	101,0	476,6
PR Kraków	772,1	338,5	1 110,6
PR Lublin	1 107,6	203,4	1 311,0
PR Łódź	495,5	366,1	861,6
PR Olsztyn	982,2	79,3	1 061,5
PR Opole (PRO FM)	1 329,3	16,5	1 345,8
PR Poznań (Merkury)	1 712,0	97,0	1 809,0
PR Rzeszów	765,0	63,7	828,7
PR Szczecin	699,1	73,8	772,9
PR Warszawa (RdC)	940,0	68,5	1 008,5
PR Wrocław	1 084,6	354,2	1 438,8
<i>w tym miejski</i>	246,7	92,7	339,4
<i>regionalny</i>	837,9	261,5	1 099,4
PR Zielona Góra (Zachód)	954,9	300,5	1 255,4
<i>w tym miejski</i>	345,3	142,6	487,9
<i>regionalny</i>	609,6	157,9	767,5
rozgłoszenie regionalne	17 202,5	2 574,3	19 776,8
RAZEM	70 205,3	6 657,8	76 863,1

Wpływy z emisji reklam w programach ogólnopolskich i rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2005 (w tys. zł)					
nadawca	2001 r.	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
Program I	21 614,8	16 838,8	23 051,5	27 424,3	26 186,9
Program II	168,8	239,0	86,2	57,6	204,7
Program III	17 452,0	14 059,5	16 290,3	22 141,2	26 229,8
Radio BIS	219,7	180,7	65,5	65,1	381,4
Polskie Radio S.A.	39 455,3	31 318,0	39 493,5	49 688,2	53 002,8
PR Białystok	2 603,6	1 455,6	1 145,3	1 026,1	948,9
PR Bydgoszcz (Pi K)	1 325,3	749,8	709,6	660,2	810,6
PR Gdańsk	2 395,3	1 281,1	1 205,4	1 465,8	1 551,0
PR Katowice	5 250,8	1 953,0	1 388,9	1 446,9	1 498,5
PR Kielce	1 151,0	761,6	956,6	699,3	1 175,6
PR Koszalin	644,4	401,9	433,5	384,1	375,6
PR Kraków	1 144,7	889,5	648,2	585,4	772,1
PR Lublin	1 615,8	917,0	1 304,2	1 167,8	1 107,6
PR Łódź	773,5	590,6	596,0	620,5	495,5
PR Olsztyn	2 043,0	1 538,5	1 353,1	1 313,6	982,2
PR Opole (PRO FM)	1 573,1	1 020,8	1 096,6	1 304,0	1 329,3
PR Poznań (Merkury)	5 008,9	2 247,4	1 505,4	1 530,5	1 712,0
PR Rzeszów	1 440,1	836,3	507,4	649,6	765,0
PR Szczecin	1 577,0	997,5	887,1	642,4	699,1
PR Warszawa (RdC)	598,3	316,9	382,5	360,4	940,0
PR Wrocław	1 040,6	717,7	785,2	727,7	1 084,6
<i>w tym miejski</i>	<i>141,3</i>	<i>81,9</i>	<i>67,6</i>	<i>44,0</i>	<i>246,7</i>
<i>regionalny</i>	<i>899,3</i>	<i>635,8</i>	<i>717,6</i>	<i>683,7</i>	<i>837,9</i>
PR Zielona Góra (Zachód)	1 372,1	1 367,7	744,3	884,8	954,9
<i>w tym miejski</i>	<i>413,3</i>	<i>424,0</i>	<i>286,4</i>	<i>316,0</i>	<i>345,3</i>
<i>regionalny</i>	<i>958,8</i>	<i>943,7</i>	<i>457,9</i>	<i>568,8</i>	<i>609,6</i>
rozgłoszenie regionalne	31 557,4	18 042,9	15 649,3	15 469,1	17 202,5
RAZEM	71 012,8	49 360,9	55 142,8	65 157,3	70 205,3

**Wpływy netto z emisji reklam i ogłoszeń wyemitowanych w latach 2004 - 2005
w poszczególnych rozgłośniach regionalnych Polskiego Radia**



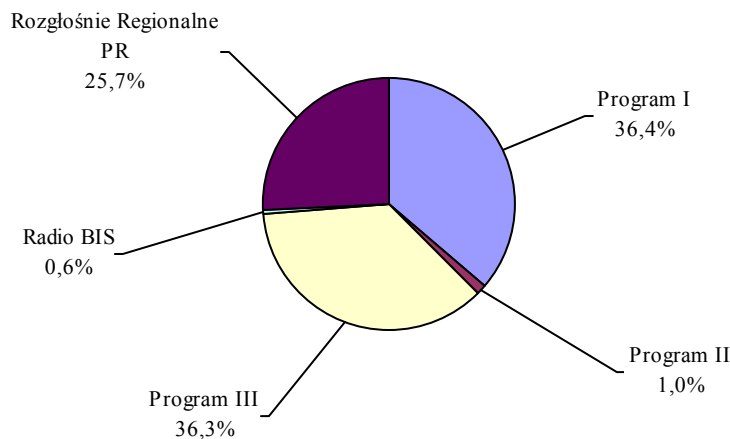
Dynamika wpływów z emisji reklam w programach ogólnopolskich i rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2005				
nadawca	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004
Program I	-22,1%	36,9%	19,0%	-4,5%
Program II	41,6%	-63,9%	-33,2%	255,4%
Program III	-19,4%	15,9%	35,9%	18,5%
Radio BIS	-17,7%	-63,8%	-0,6%	485,9%
Polskie Radio S.A.	-20,6%	26,1%	25,8%	6,7%
PR Białystok	-44,1%	-21,3%	-10,4%	-7,5%
PR Bydgoszcz (Pi K)	-43,4%	-5,4%	-7,0%	22,8%
PR Gdańsk	-46,5%	-5,9%	21,6%	5,8%
PR Katowice	-62,8%	-28,9%	4,2%	3,6%
PR Kielce	-33,8%	25,6%	-26,9%	68,1%
PR Koszalin	-37,6%	7,9%	-11,4%	-2,2%
PR Kraków	-22,3%	-27,1%	-9,7%	31,9%
PR Lublin	-43,2%	42,2%	-10,5%	-5,2%
PR Łódź	-23,6%	0,9%	4,1%	-20,1%
PR Olsztyn	-24,7%	-12,1%	-2,9%	-25,2%
PR Opole (PRO FM)	-35,1%	7,4%	18,9%	1,9%
PR Poznań (Merkury)	-55,1%	-33,0%	1,7%	11,9%
PR Rzeszów	-41,9%	-39,3%	28,0%	17,8%
PR Szczecin	-36,7%	-11,1%	-27,6%	8,8%
PR Warszawa (RdC)	-47,0%	20,7%	-5,8%	160,8%
PR Wrocław	-31,0%	9,4%	-7,3%	49,0%
<i>w tym miejski</i>	-42,1%	-17,5%	-34,9%	460,7%
<i>regionalny</i>	-29,3%	12,9%	-4,7%	22,6%
PR Zielona Góra (Zachód)	-0,3%	-45,6%	18,9%	7,9%
<i>w tym miejski</i>	2,6%	-32,5%	10,3%	9,3%
<i>regionalny</i>	-1,6%	-51,5%	24,2%	7,2%
rozgłoszenie regionalne	-42,8%	-13,3%	-1,2%	11,2%
RAZEM	-30,5%	11,7%	18,2%	7,7%

Wpływy z emisji reklam i audycji sponsorowanych w programach ogólnopolskich i w rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2005					
nadawca	2001 r.	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
Program I	26 903,3	19 997,5	25 696,6	29 587,3	27 992,0
Program II	199,3	239,0	332,1	303,5	789,7
Program III	20 591,9	15 790,0	17 893,0	23 933,6	27 878,3
Radio BIS	380,7	264,2	87,1	82,7	426,3
Polskie Radio S.A.	48 075,2	36 290,7	44 008,8	53 907,1	57 086,3
PR Białystok	2 853,3	1 592,6	1 251,2	1 067,7	1 032,5
PR Bydgoszcz (Pi K)	1 469,4	898,2	817,0	796,3	908,6
PR Gdańsk	2 566,3	1 459,1	1 481,1	1 743,6	1 691,5
PR Katowice	5 781,0	2 224,7	2 120,5	1 585,3	1 606,5
PR Kielce	1 198,3	892,2	1 158,2	783,3	1 257,3
PR Koszalin	753,3	506,8	607,3	634,0	476,6

PR Kraków	1 204,6	1 184,0	862,7	786,3	1 110,6
PR Lublin	1 817,8	981,3	1 405,4	1 310,1	1 311,0
PR Łódź	943,5	770,9	773,2	874,1	861,6
PR Olsztyn	2 178,0	1 627,2	1 414,2	1 402,4	1 061,5
PR Opole (PRO FM)	1 594,1	1 061,6	1 128,3	1 335,7	1 345,8
PR Poznań (Merkury)	5 197,6	2 365,0	1 600,8	1 662,2	1 809,0
PR Rzeszów	1 499,9	887,5	535,3	690,3	828,7
PR Szczecin	1 659,5	1 022,4	915,6	694,6	772,9
PR Warszawa (RdC)	705,8	321,4	406,8	486,4	1 008,5
PR Wrocław	1 319,2	883,4	1 187,2	1 203,1	1 438,8
<i>w tym miejski</i>	176,7	90,0	93,2	77,5	339,4
<i>regionalny</i>	1 142,5	793,4	1 094,0	1 125,6	1 099,4
PR Zielona Góra (Zachód)	1 606,1	1 712,2	1 013,4	1 115,8	1 255,4
<i>w tym miejski</i>	559,8	600,6	406,8	444,1	487,9
<i>regionalny</i>	1 046,3	1 111,6	606,6	671,7	767,5
rozgłośnie regionalne	34 347,6	20 390,5	18 678,2	18 171,2	19 776,8
RAZEM	82 422,9	56 681,2	62 687,0	72 078,3	76 863,1

Dynamika wpływów z emisji reklam i audycji sponsorowanych w programach ogólnopolskich i w rozgłoszeniach regionalnych radia publicznego w latach 2001-2004				
nadawca	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004
Program I	-25,7%	28,5%	15,1%	-5,4%
Program II	19,9%	39,0%	-8,6%	160,2%
Program III	-23,3%	13,3%	33,8%	16,5%
Radio BIS	-30,6%	-67,0%	-5,1%	415,5%
Polskie Radio S.A.	-24,5%	21,3%	22,5%	5,9%
PR Białystok	-44,2%	-21,4%	-14,7%	-3,3%
PR Bydgoszcz (Pi K)	-38,9%	-9,0%	-2,5%	14,1%
PR Gdańsk	-43,1%	1,5%	17,7%	-3,0%
PR Katowice	-61,5%	-4,7%	-25,2%	1,3%
PR Kielce	-25,5%	29,8%	-32,4%	60,5%
PR Koszalin	-32,7%	19,8%	4,4%	-24,8%
PR Kraków	-1,7%	-27,1%	-8,9%	41,2%
PR Lublin	-46,0%	43,2%	-6,8%	0,1%
PR Łódź	-18,3%	0,3%	13,0%	-1,4%
PR Olsztyn	-25,3%	-13,1%	-0,8%	-24,3%
PR Opole (PRO FM)	-33,4%	6,3%	18,4%	0,8%
PR Poznań (Merkury)	-54,5%	-32,3%	3,8%	8,8%
PR Rzeszów	-40,8%	-39,7%	29,0%	20,0%
PR Szczecin	-38,4%	-10,4%	-24,1%	11,3%
PR Warszawa (RdC)	-54,5%	26,6%	19,6%	107,3%
PR Wrocław	-33,0%	34,4%	1,3%	19,6%
<i>w tym miejski</i>	-49,1%	3,6%	-16,8%	337,9%
<i>regionalny</i>	-30,6%	37,9%	2,9%	-2,3%
PR Zielona Góra (Zachód)	6,6%	-40,8%	10,1%	12,5%
<i>w tym miejski</i>	7,3%	-32,3%	9,2%	9,9%
<i>regionalny</i>	6,2%	-45,4%	10,7%	14,3%
rozgłośnie regionalne	-40,6%	-8,4%	-2,7%	8,8%
RAZEM	-31,2%	10,6%	15,0%	6,6%

**Podział wpływów z emisji reklam, ogłoszeń i audycji sponsorowanych w 2005 roku
u radiowych nadawców publicznych**



3. OFERTA PROGRAMOWA NADAWCÓW PUBLICZNYCH I REALIZACJA ZOBOWIĄZAŃ USTAWOWYCH

A. Telewizja

Programy ogólnokrajowe Telewizji Polskiej SA

W 2005 roku Telewizja Polska SA wyemitowała 14860,6 godziny naziemnych programów ogólnokrajowych, z czego Program 1 wypełnił 7548,8 godzin, a Program 2 – 7311,8 godz. (w tym 159,6 godziny zajęło pasmo rozłączone, w którym nadawano programy 16 oddziałów terenowych, co stanowiło 2,2% tego programu).

W porównaniu z 2004 rokiem czas emisji Programu 1 wzrósł o 120,8 godz., a Programu 2 o 435,3 godz. Średni dobowy czas emisji Programu 1 wyniósł 20,7 godz., a Programu 2 – 20 godz. Roczna liczba godzin Programu 1 od trzech lat powoli rośnie, zaś Programu 2 jest zmienna: rok 2004 był spadkowy, a ubiegły wzrostowy. W Programie 1 premiery stanowiły 70,3% i ich udział był większy o 2,3 pkt proc. w stosunku do 2004 roku, a w Programie 2 udział premier wzrósł o 2,1 pkt proc. w stosunku do premier w 2004 roku i stanowił 62,1% rocznego czasu emisji.

W Programie 1 wyemitowano 435,5 godz. audycji wyprodukowanych przez oddziały terenowe, a w Programie 2 – 543,8 godz.

Strukturę programów ogólnokrajowych (naziemnych) przedstawia tabela poniżej.

Rodzaje audycji	TVP 1		TVP 2		Razem	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%
Informacja	565,9	7,5	466,1	6,5	1032,0	7,0
Publicystyka	1070,2	14,2	377,4	5,3	1447,6	9,8
Film fabularny	3038,9	40,3	3023,6	42,3	6062,5	41,2
Film dokumentalny	476,3	6,3	643,4	9,0	1119,7	7,6
Rozrywka	167,5	2,2	486,4	6,8	653,9	4,4
Edukacja	312,0	4,1	257,8	3,6	569,8	3,9
Poradnictwo	38,5	0,5	364,5	5,1	403,0	2,7
Sport	363,9	4,8	231,7	3,2	595,6	4,1
Religia	232,0	3,1	60,0	0,8	292,0	2,0
Muzyka poważna	20,3	0,3	60,7	0,8	81,0	0,6
Muzyka rozrywkowa	248,1	3,3	323,4	4,5	571,5	3,9
Widowiska teatralne	46,3	0,6	25,5	0,4	71,8	0,5
Autopromocja, zwiastuny	206,0	2,7	203,0	2,8	409,0	2,8
Płatne elementy programu	762,9	10,1	628,7	8,8	1391,6	9,5

Z powyższego zestawienia wynika, że zarówno Program 1, jak i Program 2 zachowały charakter uniwersalny, bowiem w każdym z tych programów obecne były różne rodzaje audycji.

Informacja

Nazwa programu	Dzienniki	Transmisje/re-transmisje obrad Sejmu	Ogółem
			godz.
Program 1	550,6	15,3	565,9
Program 2	466,1	0	466,1
Razem	1016,7	15,3	1032

W 2005 r. udział audycji informacyjnych wyniósł 7,5% rocznego czasu nadawania, zaś w Programie 2 – 6,5%. Audycje informacyjne w Programie 1 zwiększyły swój udział w rocznym czasie nadawania o 0,4 pkt proc. w stosunku do 2004 roku a w Programie 2 – zmniejszyły o 0,1 pkt proc.

Wiadomości, czołowy dziennik Programu 1, w dni powszednie miał cztery wydania pełne i skrócone, zaś w sobotę tylko trzy pełne, a w niedzielę dwa. Nie zmieniły się ani pora, ani czas trwania emisji głównego wydania *Wiadomości*. Kontynuowano nadawanie dziennika popołudniowego *Teleexpress. Panorama*, dziennik Programu 2, ukazywał się od poniedziałku do piątku, pięć razy w ciągu dnia, a w sobotę i niedzielę dwa razy.

Publicystyka

Nazwa programu	Społeczno-polityczna	Ekonomiczna	Kulturalna	Ogółem
				godz.
Program 1	322,6	130,1	617,5	1070,2
Program 2	182,8	19,5	175,1	377,4
Razem	505,4	149,6	792,6	1447,6

W 2005 r. udział audycji publicystycznych w Programie 1 wyniósł 14,2% rocznego czasu emisji. W porównaniu z 2004 rokiem ich udział zmniejszył się o 2,2 pkt proc. W Programie 2 udział tych audycji wyniósł 5,3% i zmniejszył się o 2 pkt proc.

W roku ubiegłym w Programie 1 największy odsetek czasu przeznaczanego na audycje publicystyczne zajęły audycje poświęcone na omawianie i komentowanie zjawisk i wydarzeń kulturalnych. W programie kontynuowano nadawanie magazynu *Wokół wielkiej sceny* poświęconego najważniejszym wydarzeniom operowym i baletowym w kraju, w którym obok fragmentów oper i baletów prezentowano rozmowy z ich twórcami i wykonawcami oraz opinie krytyków. Niestety audycję nadawano bardzo późno, w paśmie nocnym. O wydarzeniach w dziedzinie filmu, literatury, muzyki i malarstwa informowano w audycji cyklicznej *Parapet*, która adresowana była do młodzieży. W drugiej połowie roku rozpoczęto nadawanie audycji poświęconej filmowi *Kinematograf* i kulturze *Po godzinach*. W programie ukazywał się magazyn poświęcony literaturze *Tele-nowela* i adresowany do młodych odbiorców, poświęcony różnym sztukom *Pociąg do kultury*.

Audycjami, w których komentowano wydarzenia polityczne i społeczne, wypełniono ponad jedną trzecią czasu emisji audycji publicystycznych. Wydarzenia polityczne były komentowane w audycji Moniki Olejnik *Prosto w oczy* (4 wydania w tygodniu) oraz w audycji Jacka Żakowskiego *Summa zdarzeń* (jedno wydanie w tygodniu), którą od września zastąpiła audycja Krzysztofa Skowrońskiego *Wywiady i opinie*. Wydarzenia - przede wszystkim społeczne - były komentowane w ukazującym się od 2004 r. cyklu Kamila Durczoka *Debata*.

Przez cały rok ukazywały się audycje podejmujące ważne problemy społeczne: *Ktokolwiek widział ktokolwiek wie* oraz *Sprawa dla reportera*. Wznowiono nadawanie audycji *Rewizja nadzwyczajna*, w której jej autor Dariusz Baliszewski odkrywa nieznane karty polskiej historii XX w. W drugim półroczu zaprzestano emisji audycji o tematyce społecznej pt. *Raport kryminalny*.

W Programie 1 kontynuowano nadawanie obligatoryjnej audycji *Forum*, w której przedstawiciele partii politycznych, ogólnokrajowych organizacji związków zawodowych i związków pracodawców mieli możliwość przedstawiania swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych.

Tematyce ekonomicznej poświęcono najmniej czasu w programie. Była ona obecna w cyklu Tadeusza Mosza *Plus minus*.

W Programie 2 blisko połowę czasu przeznaczanego na audycje publicystyczne wypełniły audycje, w których komentowano wydarzenia społeczno-polityczne. Były to nadawane już w 2004 r. audycje: *Warto rozmawiać* Jana Pospieszalskiego i *Nakręcona noc* Sylwestra Latkowskiego. Ta ostatnia przestała się ukazywać w drugim półroczu 2005 roku. Ponadto kontynuowano nadawanie ukazujących się od wielu lat cykli: Barbary Czajkowskiej *Linia specjalna* (publicystyka polityczna), Andrzeja Turskiego *7 dni świat* (poświęcony tematyce międzynarodowej), *997* (magazyn kryminalny) oraz *Animals*.

W Programie 2 widzowie nadal mieli możliwość oglądania dobrze im znanych cykli poświęconych literaturze, filmowi, kulturze i sztuce: *Kocham kino*, *Telewizyjne wiadomości literackie*, *Ogród sztuk*, *Camerata*, *Ale jazda!*, *Cafe kultura*. Ponadto w Programie 2 ukazywały się również relacje z ważnych imprez kulturalnych takich jak np. Międzynarodowy Festiwal Autorów Zdjęć Filmowych - Camerimage, Przegląd Piosenki Aktorskiej, Festiwal Filmowy i Artystyczny w Kazimierzu – Lato Filmów, Międzynarodowy Festiwal Teatralny Malta, Nagroda Literacka Nike.

Audycje o tematyce ekonomicznej wypełniły najmniejszy odsetek czasu nadawania. Tej tematyce była poświęcona audycja *Biznes*, ukazująca się 5 razy w tygodniu.

Filmy fabularne

Nazwa programu	Film kinowy	Film telewizyjny	Animowany	Ogółem
	godz.			
Program 1	811,5	1889,4	338	3038,9
Program 2	628,2	2263,2	132,2	3023,6
Razem	1439,7	4152,6	470,2	6062,5

Filmy fabularne w ubiegłym roku, podobnie zresztą jak w latach wcześniejszych, były podstawowym tworzywem konstruującym oba programy ogólnokrajowe. Ich udział w Programie 1 wyniósł 40,3% i był niższy o 2,2 pkt proc. w stosunku do 2004 roku.

W Programie 1 oferowano widzom ukazujące się od lat polskie serie: *Moda na sukces*, *Klan* i *Plebania* oraz kontynuowano rozpoczęty w 2004 roku serial *Bulionerzy*. Nowością wśród pokazywanych seriali był 13-odcinkowy serial kryminalny *Oficer*, w reż. Macieja Dejczerza wyemitowany w pierwszym półroczu. Od listopada prezentowano serial amerykański *Zagubieni*. Jednostkowe filmy fabularne prezentowano między innymi w cyklach tematycznych: *W krainie dreszczowców*, *Okruchy życia*, *Uczta kinomana*, *Hit na sobotę* i *Zakochana Jedynka*. W programie dominowały filmy telewizyjne (jednostkowe, serie i seriale). Znacznie rzadziej nadawane były filmy kinowe i animowane.

W Programie 2 udział filmów fabularnych wyniósł 42,3% i był wyższy o 6,4 pkt proc. w stosunku do 2004 r. Podobnie jak w Programie 1 wśród prezentowanych filmów fabularnych najwięcej czasu wypełniły filmy telewizyjne. Wśród nich spory odsetek stanowiły serie i telenowe – *M jak miłość* i *Na dobre i na złe*, *Złotopolscy*. Repertuar filmowy Programu 2 był urozmaicony. Pokazywano między innymi filmy sensacyjne, obyczajowe, przygodowe, psychologiczne i filmy akcji. Również w ubiegłym roku kontynuowany był sztandarowy dla Programu 2 cykl Grażyny Torbickiej *Kocham kino*, w którym prezentowano najciekawsze produkcje filmowe z całego świata, poprzedzając je kompetentnym wprowadzeniem.

W obu programach obecne były filmy animowane, które przede wszystkim adresowano do dzieci młodzieży.

Kraje produkcji

Nazwa programu	Polska	Pozostałe kraje europejskie	USA	Kraje Azji	Inne kraje świata	Ogółem
	godz.					
Program 1	814,8	588,9	1521,6	9,2	104,4	3038,9
Program 2	1607,3	425,4	925,3	1,5	64,1	3023,6
Razem	2422,1	1014,3	2446,9	10,7	168,5	6062,5

W ubiegłym roku wśród filmów fabularnych nadawanych w Programie 1 dominowały filmy produkcji amerykańskiej, które zajęły 20,2% rocznego czasu nadawania. W stosunku do 2004 r. filmy produkcji amerykańskiej zwiększyły udział w programie o 6,5 pkt proc. Od wielu lat filmy te mają duży udział w Programie 1. W ubiegłym roku filmy fabularne produkcji polskiej zajęły 10,8% rocznego czasu nadawania, filmy pochodzące z innych krajów europejskich – 7,8%, filmy z krajów azjatyckich – 0,1%, a z innych krajów świata 1,4%. Spadek wykazały filmy produkcji europejskiej (o 2,2 pkt proc.) i filmy pochodzące z innych krajów świata (o 6,6 pkt proc.)

W ubiegłym roku w Programie 2 najwięcej czasu nadawania przeznaczono na filmy fabularne wyprodukowane w Polsce (22,5% rocznego czasu emisji). Ich udział w programie wzrósł o 3,4 pkt proc. Również wzrósł w programie udział filmów produkcji amerykańskiej (o 5,4 pkt proc.) i filmów fabularnych wyprodukowanych w innych krajach europejskich (o 2,4 pkt proc.) Spadł natomiast o 5 pkt proc. udział filmów pochodzących z innych krajów świata.

Filmy dokumentalne

Nazwa programu	Film popularnonaukowy	Telenowela dokumentalna	Reportaż	Ogółem
	godz.			
Program 1	303,4	0	172,9	476,3
Program 2	499,5	32,7	111,2	643,4
Razem	802,9	32,7	284,1	1119,7

W 2005 r. udział filmów dokumentalnych w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 6,3%, zaś w Programie 2 – 9%. Filmy dokumentalne zmniejszyły swój udział o 0,1 pkt proc. w rocznym czasie nadawania Programu 1, a w Programie 2 utrzymały udział z roku 2004. Telenowełe dokumentalne (*Kochaj mnie*) były obecne tylko w Programie 2 i zajęły 0,5% rocznego czasu emisji. Filmy popularnonaukowe zarówno w Programie 1, jak i Programie 2 wypełniły ponad połowę czasu emisji przeznaczonego na emisję filmów dokumentalnych.

W Programie 1 reportaże były prezentowane w cyklu *Polska z bocznej drogi*, *Szerokie tory*, *Zawsze po 21* (nadawany od ponad 20 lat cykl przestał się ukazywać w połowie ubiegłego roku), a filmy popularnonaukowe - w cyklu *BBC w Jedyńce*. W marcu wprowadzono do Programu 1 serial dokumentalny realizowany według zagranicznego formatu, *Miasto marzeń*, którego nadawanie przerwano w lipcu.

W Programie 2 filmy dokumentalne były prezentowane w cyklach *Czy świat oszalał?*, *Rodzinne oglądanie*, a reportaże w cyklu *Magazyn ekspresu reporterów*.

Rozrywka

Nazwa programu	Widowiska rozrywkowe	Kabaret satyra	Teleturnieje	Talk show	Ogółem
	godz.				
Program 1	92	49,8	11,3	14,4	167,5
Program 2	385	31,1	50,3	20	486,4
Razem	477	80,9	61,6	34,4	653,9

W 2005 r. nadawano w obu programach takie audycje rozrywkowe jak: kabarety, widowiska rozrywkowe, talk show, teleturnieje. W Programie 1 udział tych audycji wyniósł 2,2% w rocznym czasie nadawania i był nieco niższy (0,4 pkt proc) niż w 2004 r. W Programie 2 wypełniły one 6,8% rocznego czasu nadawania, a ich udział zmniejszył się o 2 pkt proc. w porównaniu z 2004 rokiem. W Programie 2 na audycje rozrywkowe, podobnie jak w 2004 r., przeznaczono prawie 3-krotnie więcej czasu niż w Programie 1.

W Programie 1 przez cały rok ukazywała się audycja *Kochamy polskie komedie*, kontynuowano też emisję cykli: *Śmiechu warte* i *Jak to melodia*. Przestały się ukazywać audycje obecne przez wiele lat w tym programie: *Randka w ciemno* oraz DTV Jacka

Fedorowicza, którą zastąpiła nowa audycja tego autora *Sejf – Subiektywny Ekspres Jacka Fedorowicza*.

W Programie 2 pojawiły się dwie nowe audycje rozrywkowe. We wrześniu rozpoczęto emisję 12-odcinkowego widowiska rozrywkowego *Zalóż się*, które łączyło w sobie cechy talk show i teleturnieju. Audycję realizowano na podstawie zagranicznego formatu. Również we wrześniu zaczęła się ukazywać nowa audycja Jerzego Kryszaka *Mój pierwszy raz*.

W Programie 2 większość czasu przeznaczanego na rozrywkę wypełniono audycjami ukazującymi się od lat. Były to *Familiada*, *Śpiewające fortepiany*, *Jeden z dziesięciu*, *Szansa na sukces*, *Europa da się lubić*, *Tygodnik moralnego niepokoju*, *Bezludna wyspa*, *Kabaretowa scena Dwójki*. W drugim półroczu talk show *Prokop i panny* przestał się ukazywać w programie.

Edukacja i poradnictwo

W 2005 r. udział **audycji edukacyjnych** w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 4,1%, zaś w Programie 2 – 3,6%. W Programie 1 audycje edukacyjne zwiększyły swój udział w rocznym czasie nadawania o 1,6 pkt proc., a w Programie 2 – o 1,1 pkt proc. w stosunku do 2004 r. W Programie 1 na audycje edukacyjne przeznaczono w ramówce jesiennej dwa półgodzinne pasma: 11:00 – 11:30 i 14:30 – 15:00. W piątek w drugim piśmie nadawała była audycja *Laboratorium*.

W 2005 r. udział **audycji poradniczych** w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 0,5%, zaś w Programie 2 – 5,1%. Audycje poradnicze nie zmieniły swojego udziału w rocznym czasie nadawania Programu 1, zaś w Programie 2 ich udział wzrósł o 0,7 pkt proc.

W Programie 1 porady zawierały cykliczny magazyn *Kawa czy herbata* oraz cykliczne audycje *Kiosk przy Wspólnej* (porady z zakresu ubezpieczeń), *My, wy, oni* (porady dla rodzin) *Rok w ogrodzie* (porady z zakresu ogrodnictwa), *Podaj łapę* (opieka nad zwierzętami). W drugim półroczu wprowadzono do Programu 1 pasmo pt. *Popołudnie z Jedyńką*, w którym między innymi ukazywały się poradniki.

W Programie 2 porady zawierał między innymi magazyn poranny *Pytanie na śniadanie*. W pierwszej połowie roku ukazywał się cykl *Przystanek praca* oraz kontynuowano nadawanie cyklu *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* (porady kulinarne).

Sport

Nazwa programu	Serwisy i magazyny	Transmisje	Ogółem
			godz.
Program 1	121,0	242,9	363,9
Program 2	103,7	128,0	231,7
Razem	224,7	370,9	595,6

W 2005 r. udział audycji sportowych w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 4,8%, zaś w Programie 2 – 3,2%. W Programie 1 audycje sportowe zmniejszyły swój udział w rocznym czasie nadawania o 0,8 pkt proc., a w Programie 2 – o 3,9 pkt proc. w porównaniu z 2004 rokiem. W obu programach o wydarzeniach sportowych (mecze, wyścigi, zawody lekkoatletyczne, skoki narciarskie itp.) nie tylko informowano i je omawiano, ale również je transmitowano.

W Programie 1 transmitowano między innymi: Turniej Czterech Skoczni, Puchar Świata w Skokach Narciarskich, Mistrzostwa Polski w Skokach Narciarskich, Mistrzostwa Świata w Łyżwiarstwie Figurowym na Łódzie. W obu programach pokazywano mecze piłki

nożnej. W ubiegłym roku w każdym z programów ukazywał się co najmniej jeden codzienny serwis informacyjny poświęcony wydarzeniom sportowym: w Programie 1 – *Sportowy Express* i *Sport* (po głównym wydaniu *Wiadomości*), w Programie 2 – *Sport telegram* (po głównym wydaniu *Panoramy*). W pierwszym półroczu w Programie 1 w niedzielę ukazywała się audycja *Sportowa niedziela*.

Audycje religijne

Nazwa programu	Audycje religijne (dot. religii katolickiej)	Transmisje mszy św. i uroczystości religijnych (dot. religii katolickiej)	Audycje (transmisje) dot. innych religii niż katolicka	Ogółem
	godz.			
Program 1	134,4	95,8	1,8	232
Program 2	26,0	0,9	33,1	60
Razem	160,4	96,7	34,9	292

W każdym z programów ogólnokrajowych były obecne audycje poświęcone religii. Ich udział w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 3,1%, zaś w Programie 2 – 0,8%. W Programie 1 audycje religijne zwiększyły swój odsetek w rocznym czasie nadawania o 1,4 pkt procentowego w stosunku do 2004 r., a w Programie 2 – o 0,3 pkt proc. W Programie 1 przeważająca część tych audycji dotyczyła religii rzymsko-katolickiej. W programie tym były transmitowane raz w tygodniu msze św. Kontynuowano nadawanie magazynu *Między ziemią a niebem* oraz cyklicznej audycji *Ziarno*, adresowanej do dzieci i młodzieży. Audycje poświęcone innym religiom niż rzymskokatolicka obecne były przede wszystkim w Programie 2. W programie tym kontynuowano nadawanie audycji *Słowo na niedzielę*.

Muzyka poważna

Nazwa programu	Audycje o muzyce poważnej	Prezentacje wykonań utworów muzyki poważnej	Ogółem
	godz.		
Program 1	4,9	15,4	20,3
Program 2	14,7	46,0	60,7
Razem	19,6	61,4	81,0

W 2005 r. udział audycji poświęconych muzyce poważnej w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 0,3%, zaś w Programie 2 – 0,8%. W Programie 1 muzyka poważna zwiększyła swój udział w rocznym czasie nadawania o 0,2 pkt proc., a w Programie 2 zmniejszyła – o 0,3 pkt proc. W Programie 1 zarówno audycje, w których informowano i komentowano wydarzenia muzyczne, jak i prezentacje wykonń utworów muzyki poważnej były incydentalne. W Programie 2 było nieco więcej takich audycji i prezentacji wykonń: zaprezentowano m.in. koncert Karola Szymanowskiego *Stabat Mater*, Koncert A.P. Kaczmarka, *Requiem Polskie* Krzysztofa Pendereckiego, koncert inaugurujący XV Międzynarodowy Konkurs Chopinowski oraz jeden z koncertów, który został wykonany w ramach Warszawskiej Jesieni 2005.

Muzyka rozrywkowa

Nazwa programu	Audycje o muzyce rozrywkowej	Prezentacje wykonń utworów muzyki rozrywkowej	Ogółem
			godz.
Program 1	113	135,1	248,1
Program 2	105,5	217,9	323,4
Razem	218,5	353	571,5

W 2005 r. udział audycji poświęconych muzyce rozrywkowej w rocznym czasie nadawania Programu 1 wyniósł 3,3%, zaś w Programie 2 – 4,5%. W ubiegłym roku w porównaniu z 2004 rokiem muzyka rozrywkowa w Programie 1 zwiększyła swój udział w rocznym czasie nadawania o 0,4 pkt proc., a w Programie 2 zmniejszyła – o 1,7 pkt proc. W Programie 1 transmitowano między innymi koncerty z Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu, 50. Konkurs Piosenki Eurowizji.

W Programie 2 ukazywały się cykl prezentujący wykonania utworów muzyki rozrywkowej *30 ton lista, lista przebojów* oraz nadano m.in. koncerty zespołu Myslovitz, Anny Marii Jopek, Edyty Geppert, Elżbiety Adamiak, zespołu Kroke oraz koncert finałowy Przeglądu Piosenki Aktorskiej.

Widowiska teatralne

W ubiegłym roku w porównaniu z rokiem 2004 widowiska teatralne w Programie 1 zmniejszyły swój udział w rocznym czasie nadawania o 0,1 pkt proc., a w Programie 2 – o 0,3 pkt proc. W Programie 1 przedstawienia ukazywały się w ramach poniedziałkowego *Teatru Telewizji*, który od września zmienił nazwę na *Scena Jedynki*. Zmieniła się również częstotliwość nadawania przedstawień – z trzech do jednego w miesiącu. Łącznie pokazano 37 przedstawień teatralnych. W Programie 2 kontynuowano nadawanie niedzielne *Studia Teatralnego Dwójki*. W ubiegłym roku od września zmieniono częstotliwość nadawania przedstawień teatralnych z trzech do dwóch w miesiącu. W programie prezentowano współczesną dramaturgię polską i obcą. Łącznie pokazano 21 spektakli.

Integralną częścią Programu 2 było pasmo rozłączone, w którym nadawano programy oddziałów terenowych TVP SA. Strukturę tych programów przedstawia tabela poniżej.

Rodzaje audycji	Produkcja własna OTV	Produkcja inna	Razem	
			godz.	%
Informacja	1858,1	0	1858,1	72,32%
Publicystyka	184,9	18,1	203	7,90%
Edukacja	27	0	27	1,05%
Poradnictwo	1,6	0,1	1,7	0,07%
Religia	7,5	0	7,5	0,29%
Film dokumentalny	17	0	17	0,66%
Muzyka poważna	0,6	0	0,6	0,02%
Muzyka rozrywkowa	1	0,4	1,4	0,05%

Rozrywka	2,6	0	2,6	0,10%
Sport	41	4,8	45,8	1,78%
Autopromocja, zapowiedzi, zwiastuny	142,3	1,6	143,9	5,60%
Reklama	137,7	65,1	202,8	7,89%
Inne	56,8	0,9	57,7	2,25%
Razem	2478,1	91	2569,1	100,0%

Oddziały terenowe w paśmie rozłączonym Programu 2 nadały łącznie 2569,1 godz. programu własnego (o 170 godzin więcej niż w ubiegłym roku), w tym produkcja własna zajęła 2478,1 godz., a produkcja inna 91 godzin. Każdy z oddziałów terenowych wyemitował w tym paśmie ok. 160 godz. programu o charakterze **informacyjno – publicystycznym**.

Audycje informacyjne i publicystyczne zajęły 80,2% rocznego czasu emisji programów nadawanych w tym paśmie.

Podsumowując, w 2005 roku nadawca preferował te same rodzaje audycji co w latach wcześniejszych.

Preferowane rodzaje audycji w Programie 1 i Programie 2

Program 1	Program 2
Film fabularny 40,3%	Film fabularny 42,3
Informacja i publicystyka 21,7%	Informacja i publicystyka 11,8%
Film dokumentalny 6,3%	Rozrywka i muzyka rozrywkowa 11,3%

Spośród wymienionych audycji filmy fabularne pozostały podstawowym i najważniejszym tworzywem każdego z programów, zajmując w każdym z nich najwięcej czasu. Taki ich udział utrzymuje się w obu programach od blisko 10 lat i wykazuje stałą tendencję wzrostową.

Udział informacji i publicystyki w Programie 1 był o 10 punktów procentowych większy niż w Programie 2, zaś rozrywki i muzyki rozrywkowej o 5,8 punktów procentowych mniejszy. Biorąc pod uwagę jedynie udziały wymienionych rodzajów audycji w obu programach, można było dostrzec, że oba programy starały się wzajemnie dopełniać – jeśli w Programie 2 preferowana była rozrywka, to z kolei w Programie 1 informacja i publicystyka.

Nadawca publiczny, kierując się postanowieniem zapisanym w art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, tworzył zróżnicowane programy ogólnokrajowe, w których obecna była informacja, publicystyka, kultura, rozrywka, edukacja i sport. Ze sprawozdań z działalności programowej TVP SA wyraźnie wynika, że nadawca w niewielkim stopniu wykorzystał nadawane programy do prezentacji i edukacji w zakresie dzieł kultury wysokiej, bowiem niewiele czasu przeznaczył na audycje poświęcone sztukom plastycznym, muzyce poważnej, baletowi, operze, przedstawieniom teatralnym i literaturze.

Programy regionalne Telewizji Polskiej SA

TVP 3 Regionalna

Program TVP 3 Regionalna w 2005 r. rozpowszechniany był w 16 odmianach. Każda z jego odmian składała się z programu wspólnego zestawianego centralnie w Warszawie (dosyłany satelitarnie do każdego z oddziałów terenowych) i programu regionalnego samodzielnie zestawianego przez każdy z 16 oddziałów terenowych. Program w takiej postaci istnieje od 2002 r. Początkowo było 12 odmian programu, a w ubiegłym roku przybyły 4 kolejne rozpowszechniane przez nowo utworzone oddziały terenowe w Gorzowie Wielkopolskim, Kielcach, Olsztynie i Opolu.

Każda z 16 odmian tego programu miała charakter wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny. Łączny czas nadawania 16 odmian programu TVP 3 Regionalna wyniósł 1100268,8 godz. Podobnie jak w latach ubiegłych, 82% jego rocznego czasu nadawania zajmował program wspólny, a tylko 18% program oddziałów terenowych rozpowszechniany w pasmach rozłączonych. Udział zarówno programu wspólnego, jak i pasm rozłącznych był na podobnym poziomie jak w 2004 roku.

W 2005 r. program TVP 3 Regionalna wzmocnił specjalizację informacyjno-publicystyczną, bowiem zwiększył się udział audycji realizujących specjalizację w programie wspólnym. Audycje realizujące specjalizację wypełniły 74% rocznego czasu nadawania odmian TVP 3 Regionalna, a 26% tego czasu zajęły audycje niezwiązane ze specjalizacją.

Program wspólny TVP 3 Regionalna

W roku ubiegłym łączna liczba godzin emisji programu wspólnego będącego częścią każdej z odmian TVP 3 Regionalna wyniosła 90064,9 godzin (średnio dla odmiany 5626 godz. rocznie). Na różnorodność tego programu wskazuje tabela poniżej.

**Rodzaje audycji tworzące program wspólny
dla 16 odmian programu TVP 3 Regionalna**

Rodzaje audycji	godz.	%
Informacja	32061,9	35,6
Film fabularny	12649,9	14,0
Publicystyka	12157,7	13,5
Film dokumentalny	10513,4	11,7
Płatne elementy	8129,9	9,0
Sport	3605,0	4,0
Autopromocja	3780,7	4,2
Edukacja	2344,6	2,6
Rozrywka	1644,7	1,8
Poradnictwo	1409,6	1,6
Religia	877,7	1,0
Muzyka rozrywkowa	645,6	0,7
Muzyka poważna	244,2	0,3
Razem	90064,9	100,0

W 2005 roku spośród audycji realizujących specjalizację największy udział w programie wspólnym miały audycje informacyjne i publicystyczne, które zajęły blisko 50% rocznego czasu emisji tego programu. **Audycje informacyjne** zajęły ponad jedną trzecią czasu emisji tego programu. Ich udział w stosunku do roku 2004 wzrósł o 1,8 pkt proc. Wzrost czasu przeznaczanego na nadawanie tych audycji rozpoczął się w momencie zmiany profilu tego programu z uniwersalnego na informacyjno-publicystyczny. Największy wzrost czasu emisji audycji informacyjnych nastąpił w pierwszym roku po wprowadzeniu nowego profilu (wzrost o 10,7 pkt proc.). W następnych latach tendencja wzrostowa utrzymywała się, choć nie była już tak dynamiczna. W programie wspólnym obok różnego rodzaju audycji informacyjnych obecne były również transmisje obrad Sejmu RP.

Audycje publicystyczne zajęły 13,5% rocznego czasu nadawania, zwiększając swój udział o 1,5 pkt proc. stosunku do 2004 roku. Od 2002 roku udział tych audycji sukcesywnie wzrastał, aczkolwiek o wiele wolniej (1-2 pkt proc. w skali każdego roku) niż udział audycji informacyjnych.

Kolejnym rodzajem audycji realizujących specjalizację tego programu były **filmy dokumentalne**, których udział w rocznym czasie nadawania wyniósł 11,7%. Ich udział również wzrósł o 1,5 pkt proc. Wśród emitowanych filmów znalazły się telenowełe dokumentalne (6% rocznego czasu emisji) i reportaże (5,7% rocznego czasu emisji).

Udział **audycji poradniczych** w programie wspólnym wyniósł 1,6%. W stosunku do roku 2004 nastąpił spadek udziału tych audycji o 2,9 pkt proc. **Audycje edukacyjne** zajęły w programie 2,6% czasu nadawania i w stosunku do roku 2004 zwiększyły swój udział o 2,2% pkt proc. Oba rodzaje audycji w okresie 2002 – 2005 nie miały ustabilizowanego miejsca w programie. Ich udział w programie zmieniał się z roku na rok, a w niektórych latach (w 2002 r. audycje poradnicze i 2003 r. audycje edukacyjne) nawet nie były nadawane.

W ubiegłym roku **audycje sportowe** stanowiły 4% programu wspólnego. Ich udział w programie był niższy o 1,3 pkt proc. w stosunku do 2004 r. W ciągu ostatnich 4 lat udział tych audycji w każdym roku był inny, nie spadał jednak poniżej 3%. W 2005 roku transmisje imprez sportowych wypełniły 3% rocznego programu wspólnego.

Audycje religijne w programie wspólnym wypełniły 1% rocznego czasu emisji programu. W stosunku do roku 2004 nastąpił wzrost o 0,2 pkt proc. Od początku wdrażania profilu informacyjno-publicystycznego udział audycji religijnych sukcesywnie, aczkolwiek w niewielkim wymiarze wzrastał. Od 2002 roku udział audycji religijnych wzrósł o 0,7 pkt proc.

Specjalizacji programu TVP 3 Regionalna nie realizowały **filmy fabularne**. Rok 2005 był kolejnym rokiem spadku ich udziału w programie, zapoczątkowanego przed czterema laty. Udział filmów fabularnych zmniejszył się o 2,2 pkt proc. w ubiegłym roku. Przed wdrożeniem profilu informacyjno-publicystycznego filmy fabularne były jednym z podstawowych elementów konstrukcyjnych programu. W ubiegłym roku wśród filmów fabularnych dominowały filmy telewizyjne (12,1% nadawanego programu), śladowy był natomiast udział filmu kinowego (1%) oraz filmu animowanego (0,5%).

W programie wspólnym **audycje rozrywkowe** zajęły 1,8% w rocznym czasie emisji programu. W stosunku do roku 2004 zwiększyły one swój udział o 1,7 pkt proc, choć w latach 2002 - 2004 ich udział w programie stopniowo spadał.

W programie była obecna zarówno **muzyka rozrywkowa**, jak i **poważna**, choć zajmowała ona znikomy odsetek w rocznym czasie nadawania. **Muzyka rozrywkowa** zajęła 0,7%. Jej udział w programie zmniejszył się o 2,2 pkt proc w stosunku do 2004 roku. Prawie cały czas przeznaczony na te audycje wypełniono prezentacjami wykonań utworów muzyki rozrywkowej.

W 2005 roku audycje poświęcone **muzyce poważnej** zajęły 0,3% rocznego czasu nadawania, który w przeważającej mierze wypełniano prezentacjami utworów muzyki poważnej. Udział audycji poświęconych tej muzyce nie zmienił się od 2003 roku.

Autopromocja, oprawa i zapowiedzi programu zajęły 4,2% rocznego czasu emisji. Jej udział w programie w ostatnich czterech latach pozostawał na zbliżonym poziomie.

W ubiegłym roku **płatne elementy programu** (reklama) stanowiły 9% rocznego czasu nadawania. W stosunku do roku 2004 ich udział spadł zaledwie o 0,3 pkt proc. i był to pierwszy odnotowany od 2002 r. spadek udziału tych elementów. Płatne elementy zwiększyły swój udział w programie z 3,1% w 2002 r. do 9,3% w 2004 r.

W roku 2005 program wspólny TVP 3 Regionalna zestawiano z audycji wyprodukowanych przez oddziały terenowe TVP, przez centralę TVP SA i przez producentów zewnętrznych (polskich i zagranicznych). Największy odsetek programu wypełniły audycje wyprodukowane centralnie. Zajęły one 38,7% rocznego czasu emisji programu wspólnego z wyłączeniem czasu emisji autopromocji, oprawy i płatnych elementów programu. Ich udział spadł o 2,1 pkt proc. w stosunku do roku 2004. Audycje wyprodukowane przez oddziały terenowe zajęły 27,7% rocznego czasu nadawania, zmniejszając swój udział aż o 23,5 pkt proc. Udział audycji producentów zewnętrznych wzrósł o 8,2 pkt proc. osiągając 20,4%.

Podsumowując, należy stwierdzić, że program wspólny TVP 3 Regionalna w ubiegłym roku ugruntował informacyjno-publicystyczną specjalizację. Audycje realizujące wyspecjalizowanych charakter programu zajęły 70% rocznego czasu nadawania programu wspólnego. Ich udział wzrósł w stosunku do 2004 r. o 3 pkt proc. Audycje nierealizujące specjalizacji zajęły 30% rocznego czasu nadawania programu wspólnego.

Program pasm rozłączonych TVP 3 Regionalna

W ubiegłym roku 16 oddziałów terenowych Telewizji Polskiej SA rozpowszechniło w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna 20203,9 godz. samodzielnie zestawianych programów regionalnych. W stosunku do 2004 roku czas emisji tych programów wzrósł o 6036,2 godzin, bo utworzono 4 dodatkowe oddziały terenowe. Strukturę gatunkową programów regionalnych obrazuje tabela poniżej.

Programy pasm rozłączonych w 16 odmianach TVP 3 Regionalna w 2005 roku z podziałem na rodzaje audycji

Oddziały Terenowe	Roczny czas nadawania programu własnego	Informacja		Publicystyka		Edukacja		Poradnictwo	
		godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	1247,3	294,8	23,6%	318,4	25,5%	157,5	12,6%	10,20	0,8%
OTV Bydgoszcz	1300,7	304,4	23,4%	386,8	29,7%	77,6	6,0%	4,70	0,4%
OTV Gdańsk	1238,9	378,1	30,5%	463,8	37,4%	9,6	0,8%	15,10	1,2%
OTV Gorzów Wielkopolski	1345,1	279,0	20,7%	390,5	29,0%	77,2	5,7%	136,50	10,1%
OTV Katowice	1346,1	225,6	16,8%	281,6	20,9%	96,8	7,2%	50,30	3,7%
OTV Kielce	1040,9	229,7	22,1%	98,8	9,5%	0,7	0,1%	29,10	2,8%
OTV Kraków	1306,8	289,7	22,2%	463,2	35,4%	50,6	3,9%	71,10	5,4%
OTV Lublin	1249,0	236,8	19,0%	302,6	24,3%	0,0	0,0%	0,00	0,0%
OTV Łódź	1272,2	238	18,7%	323,8	25,5%	75,6	5,9%	113,60	8,9%
OTV Olsztyn	1240,0	274,5	22,1%	518,3	41,8%	12,2	1,0%	0,00	0,0%
OTV Opole	1205,7	241,5	20,0%	368,3	30,5%	47,7	4,0%	61,50	5,1%

OTV Poznań	1344,3	355,4	26,4%	246,1	18,3%	55,6	4,1%	32,90	2,4%
OTV Rzeszów	1272,9	435,5	34,2%	358,8	28,2%	50,0	3,9%	2,70	0,2%
OTV Szczecin	1247,5	298,9	24,0%	356,0	28,5%	34,9	2,8%	51,80	4,2%
OTV Warszawa	1276,4	287,5	22,5%	252,7	19,8%	189,8	14,9%	8,10	0,6%
OTV Wrocław	1270,1	329,3	25,9%	222,3	17,5%	22,4	1,8%	46,60	3,7%

Oddziały Terenowe	Religia		Film dokumentalny		Film fabularny		Widowiska teatralne		Muzyka poważna	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	134,9	10,8%	108,5	8,7%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	9,9	0,8%
OTV Bydgoszcz	61,0	4,7%	101,5	7,8%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	10,4	0,8%
OTV Gdańsk	51,0	4,1%	49,0	4,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	6,4	0,5%
OTV Gorzów Wielkopolski	36,1	2,7%	28,3	2,1%	0,0	0,0%	0,4	0,0%	0,9	0,1%
OTV Katowice	48,2	3,6%	43,7	3,2%	3,1	0,2%	0,0	0,0%	10,8	0,8%
OTV Kielce	67,7	6,5%	381,9	36,7%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,9	0,1%
OTV Kraków	100,0	7,7%	43,5	3,3%	0,0	0,0%	3,4	0,3%	4,0	0,3%
OTV Lublin	49,5	4,0%	238,8	19,1%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,8	0,1%
OTV Łódź	44,5	3,5%	118,2	9,3%	35,7	2,8%	0,0	0,0%	1,2	0,1%
OTV Olsztyn	61,0	4,9%	85,0	6,9%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,9	0,1%
OTV Opole	30,2	2,5%	108,2	9,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	7,3	0,6%
OTV Poznań	66,1	4,9%	130,5	9,7%	0,0	0,0%	4,1	0,3%	3,9	0,3%
OTV Rzeszów	91,8	7,2%	115,4	9,1%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	22,8	1,8%
OTV Szczecin	47,3	3,8%	97,8	7,8%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	3,1	0,2%
OTV Warszawa	85,9	6,7%	140,2	11,0%	5,3	0,4%	0,0	0,0%	8,3	0,7%
OTV Wrocław	30,0	2,4%	87,8	6,9%	61,7	4,9%	0,0	0,0%	14,9	1,2%

Oddziały Terenowe	Muzyka rozrywkowa		Rozrywka		Sport		Autopromocja		Płatne elementy	
	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%	godz.	%
OTV Białystok	37,1	3,0%	3,7	0,3%	46,0	3,7%	86,9	7,0%	39,4	3,2%
OTV Bydgoszcz	54,2	4,2%	26,0	2,0%	73,4	5,6%	153,7	11,8%	47,0	3,6%
OTV Gdańsk	7,1	0,6%	12,7	1,0%	56,5	4,6%	115,0	9,3%	74,6	6,0%
OTV Gorzów Wielkopolski	79,7	5,9%	0,0	0,0%	138,7	10,3%	127,4	9,5%	50,4	3,7%
OTV Katowice	249,8	18,6%	23,5	1,7%	108,9	8,1%	90,5	6,7%	113,5	8,4%
OTV Kielce	37,6	3,6%	0,0	0,0%	64,8	6,2%	112,1	10,8%	15,9	1,5%
OTV Kraków	12,8	1,0%	40,0	3,1%	66,6	5,1%	103,6	7,9%	58,3	4,5%
OTV Lublin	13,3	1,1%	68,9	5,5%	77,9	6,2%	238,0	19,1%	22,1	1,8%
OTV Łódź	17,3	1,4%	39,3	3,1%	61,6	4,8%	104,2	8,2%	98,9	7,8%

OTV Olsztyn	10,0	0,8%	45,5	3,7%	64,1	5,2%	125,9	10,2%	42,6	3,4%
OTV Opole	134,2	11,1%	6,8	0,6%	40,3	3,3%	80,9	6,7%	79,1	6,6%
OTV Poznań	48,6	3,6%	39,6	2,9%	134,8	10,0%	103,6	7,7%	123,2	9,2%
OTV Rzeszów	24,2	1,9%	0,0	0,0%	108,1	8,5%	40,7	3,2%	22,8	1,8%
OTV Szczecin	81,3	6,5%	2,5	0,2%	90,9	7,3%	112,5	9,0%	70,1	5,6%
OTV Warszawa	35,6	2,8%	6,2	0,5%	39,2	3,1%	102,2	8,0%	115,4	9,0%
OTV Wrocław	33,6	2,6%	97,6	7,7%	144,0	11,3%	91,8	7,2%	88,1	6,9%

W 2005 roku największy udział w programach regionalnych rozpowszechnianych w pasmach rozłączonych miały audycje realizujące specjalizację, tj. informacyjne i publicystyczne, które stanowiły łącznie blisko 50% rocznego czasu nadawania. Audycje informacyjne zajęły 23,3% rocznego czasu nadawania. Ich udział spadł o 4,4 pkt proc. w stosunku do 2004 roku. Najwięcej czasu emisji na audycje informacyjne przeznaczyły w ubiegłym roku oddziały w Rzeszowie (34,2%), Gdańsku (30,5%) i Poznaniu (26,4%).

Udział **audycji publicystycznych** w ubiegłym roku był zbliżony do udziału w 2004 roku i wynosił 26,5%. Udział ten od trzech lat utrzymuje się na podobnym poziomie. W ubiegłym roku najwięcej czasu na audycje publicystyczne przeznaczył oddział w Olsztynie (41,8%) i Gdańsku (37,4%), a najmniej nowo utworzony oddział w Kielcach (9,5%). Wśród audycji publicystycznych najwięcej czasu poświęcono tematyce społecznej. Zajęła ona w tych programach prawie 16% ich rocznego czasu nadawania. Na publicystykę kulturalną przeznaczono 6,3%, na polityczną 3,1%, a na ekonomiczną 1,2% w skali roku.

Udział **filmów dokumentalnych** stanowił 9,3% rocznego czasu nadawania, co oznacza zwiększenie ich udziału o 2,5 pkt proc. w stosunku do 2004 r. Największy udział miały one w programach OTV Kielce (36,7%) i OTV Lublin (19,1%). Ofertę tę wypełniały reportaże (8% rocznego czasu emisji programów regionalnych), filmy popularnonaukowe (0,8% rocznego czasu emisji tych programów). Były one obecne - podobnie jak w 2004 r. - w programach 8 oddziałów terenowych. Filmy te miały największy udział w programach OTV Warszawa (6,1%), OTV Łódź (2,9%), OTV Gdańsk (1,1%). Telenowele dokumentalne nadawały 4 oddziały, o dwa więcej niż w roku 2004. Były to: OTV Olsztyn (4,7%), OTV Kraków (1,7%), OTV Wrocław (0,9%), OTV Opole (0,4%).

Udział **audycji religijnych** rozpowszechnianych w pasmach rozłączonych był zbliżony do lat ubiegłych i kształtował się na poziomie 5%. W programach wszystkich 16 oddziałów nadawane były audycje poświęcone religii rzymskokatolickiej. Informowano w nich o aktualnych wydarzeniach w kościele katolickim i omawiano te wydarzenia (3,1% rocznego czasu emisji), a także transmitowano msze święte (1,5% rocznego czasu emisji). W programach 7 oddziałów terenowych nadawano audycje poświęcone innym religiom niż katolicka. Zajęły one 0,4% rocznego czasu nadawania. Największy udział miały w programach OTV Białystok (3,6%) i OTV Katowice (1,3%).

Audycje sportowe zajęły 6,5% rocznego czasu nadawania, zwiększając swój udział - w stosunku do 2004 r. - o 0,9 pkt proc. W programach informowano o wydarzeniach sportowych oraz transmitowano zawody i mecze. Najwięcej czasu emisji poświęciły na transmisje oddziały terenowe: OTV Wrocław (7,5%), OTV Katowice (4,4%), OTV Gorzów Wielkopolski (4,3%), OTV Poznań (3,9%), OTV Rzeszów (3,8%). Natomiast na audycje, w których informowano o wydarzeniach sportowych i omawiano je najwięcej czasu przeznaczyły oddziały: OTV Poznań (6,1%), OTV Gorzów Wielkopolski (6,0%), OTV Kielce (4,8%) i OTV Rzeszów (4,7%).

W ubiegłym roku **audycje edukacyjne** zajęły 4,7% czasu emisji programu oddziałów terenowych. W porównaniu z 2004 rokiem oznacza to wzrost o 1,3 pkt proc. Najwięcej tych audycji nadały OTV Warszawa (14,9%) i OTV Białystok (12,6%). Nie nadawał takich audycji OTV Lublin. Udział **audycji poradniczych** w programach pasm rozłączonych zmniejszył się w stosunku do 2004 roku. o 0,5% pkt proc. i stanowił 3,1%. Najwięcej czasu emisji poświęcono tym audycjom w oddziałach terenowych w Gorzowie Wielkopolskim (10,1%), Łodzi (8,9%), Krakowie (5,4%) i Opolu (5,1%). Audycji poradniczych nie miały w swym programie oddziały terenowe w Lublinie i Olsztynie.

Udział audycji poświęconych **muzyce poważnej** utrzymał się na poziomie 2004 roku (0,5%). Najwięcej czasu na audycje poświęcone wydarzeniom muzycznym przeznaczyły oddziały terenowe w Bydgoszczy (0,6%) i Wrocławiu (0,5%), zaś na prezentację wykonań muzyki poważnej oddziały w Rzeszowie (1,6%), Białymstoku (0,8%), Warszawie i Wrocławiu (po 0,7%).

W porównaniu z 2004 rokiem wzrósł udział audycji poświęconych **muzyce rozrywkowej** - o ponad 1 pkt proc. Były one obecne w programach wszystkich oddziałów. Nadawano zarówno audycje dotyczące wydarzeń w muzyce rozrywkowej, jak i koncerty zespołów wykonujących muzykę popularną. Najwięcej czasu na audycje, w których omawiano wydarzenia związane z muzyką rozrywkową, przeznaczyły oddziały terenowe w Warszawie (2,5%), Opolu (2,4%), Białymstoku (1,6%), Katowicach (1,5%). Wykonania muzyki rozrywkowej prezentowały w swoich programach wszystkie oddziały terenowe, z wyjątkiem oddziałów w Łodzi i Olsztynie. Najwięcej czasu na ich prezentację przeznaczyły oddziały terenowe w Katowicach (17,1%) i Gorzowie Wielkopolskim (5,9%).

W ubiegłym roku udział **audycji rozrywkowych** spadł o 0,1 pkt proc. Najwięcej czasu emisji na te audycje poświęciły oddziały terenowe we Wrocławiu (7,7%), Lublinie (5,5%), Olsztynie (3,7%). W programach obecne były podobnie jak w ubiegłych latach głównie talk show, kabarety, widowiska estradowe i teleturnieje. Oddziały terenowe w Gorzowie Wielkopolskim, Kielcach i Rzeszowie nie emitowały audycji rozrywkowych.

W ubiegłym roku udział **filmu fabularnego** w programach pasm rozłączonych utrzymał się na tym samym poziomie (0,5%). Filmy fabularne były nadawane przez oddziały we Wrocławiu (4,9%), Łodzi (2,8%), Warszawie (0,4%) i Katowicach (0,2%). Oddziały terenowe nie prezentowały w swoich programach filmów kinowych oraz filmów wideo. Najwięcej wyemitowano filmów animowanych (0,4%).

W 2005 roku - tak samo jak w latach poprzednich - większość oddziałów terenowych nie nadawała **widowisk teatralnych**. Wyjątek stanowiły oddziały w Poznaniu (w ciągu roku wyemitowano około 4 godzin przedstawień teatralnych), Krakowie (przeznaczono na nie 3 godziny 15 minut) i Gorzowie Wielkopolskim (15 minut).

Oddziały terenowe w 2005 r. w programach regionalnych nadal przywiązywały dużą wagę do **autopromocji, oprawy i zapowiedzi**. Te elementy programu wypełniły 8,9% rocznego czasu nadawania. Najwięcej czasu poświęciły na nie oddziały w Lublinie (19,1%), Bydgoszczy (11,8%) i Kielcach (10,8%).

W porównaniu z 2004 rokiem udział **reklamy** zmalał o 1 pkt proc. i wynosił 5,3%. Najwięcej czasu na reklamy przeznaczyły oddziały terenowe w Poznaniu (9,2%), Warszawie (9,0%) i Katowicach (8,4%).

W ubiegłym roku w programach regionalnych 16 odmian TVP 3 Regionalna największy udział miały audycje samodzielnie wyprodukowane przez oddziały terenowe. Zajęły one 71,5% rocznego czasu emisji, z wyłączeniem czasu emisji autopromocji, oprawy i

płatnych elementów programu. Audycje wyprodukowane w centrali TVP stanowiły 8,8%, a wyprodukowane przez producentów zewnętrznych – 5,6%. W całości swój program z audycji produkcji własnej zestawiał jedynie oddział w Krakowie. Najwięcej audycji wyprodukowanych centralnie miały w swoich programach oddziały terenowe w Kielcach (50,9%), Olsztynie (28,2%), Gorzowie Wielkopolskim (28,0%), a audycji producentów zewnętrznych - oddziały w Katowicach (18,4%), Bydgoszczy (15,6%) i Warszawie (13,4%).

Podsumowując, programy regionalne zachowały w 2005 roku charakter wyspecjalizowany informacyjno-publicystyczny. Audycje realizujące specjalizację zajęły 78,5% rocznego czasu nadawania. Ich udział w programie nie zmienił się od 2004 r. Audycje nierealizujące specjalizacji stanowiły 21,5% rocznego czasu nadawania programów regionalnych.

Programy satelitarne Telewizji Polskiej SA

TV Polonia

W 2005 roku program tworzony dla Polonii i Polaków za granicą dostępny był, podobnie jak w latach wcześniejszych, w niektórych sieciach kablowych w Europie, Ameryce Północnej, Afryce i Azji. Po okresie przerwy w nadawaniu, spowodowanym bankrutem firmy TARBAS, sygnał programu satelitarnego TVP Polonia od sierpnia ubiegłego roku znów może być odbierany w niektórych sieciach kablowych na terenie Australii.

Jednym z najistotniejszych zadań, jakie postawił zarząd przed redakcją programu TV Polonia, jest podtrzymywanie polskości w kolejnych pokoleniach Polonii oraz upowszechnianie języka ojczystego i tożsamości narodowej oraz tworzenie pozytywnego wizerunku Polski i Polaków na świecie, prezentacja dorobku i wkładu Polaków w dziedzictwo kulturowe Europy i świata.

W 2005 roku Telewizja Polska SA rozpowszechniła 8731,3 godziny programu TV Polonia.

**Struktura gatunkowa programu TV Polonia
w 2005 r.**

Rodzaje audycji	TV Polonia	
	godz.	%
Informacja	745,5	8,5%
Publicystyka	1633,1	18,7%
Edukacja	402,4	4,6%
Poradnictwo	129,9	1,5%
Religia	365,9	4,2%
Film dokumentalny	950,7	10,9%
Film fabularny	2312,3	26,5%
Widowiska teatralne	146	1,7%
Muzyka poważna	230,7	2,6%
Muzyka rozrywkowa	519,8	6,0%
Rozrywka	406,8	4,7%
Sport	239,5	2,7%
Autopromocja	530,2	6,1%
Płatne elementy programu	118,5	1,4%
Ogółem	8731,3	100,0%

W roku 2005 w porównaniu z rokiem 2004 nastąpiły niewielkie zmiany w strukturze gatunkowej nadawanego programu. Wzrósł udział audycji religijnych (o 2,1 pkt proc.), edukacyjnych (o 1,8 pkt proc.), poradniczych (o 0,9 pkt proc.), muzyki poważnej (o 0,6 pkt proc.) oraz audycji rozrywkowych. Zmniejszył się natomiast udział filmu fabularnego (o 4 pkt proc.), audycji publicystycznych (o 0,3 pkt proc.), audycji informacyjnych (o 0,8 pkt proc.), widowisk teatralnych (o 0,1 pkt proc.), muzyki rozrywkowej (o 0,9 pkt proc.), audycji sportowych (o 0,7 pkt proc.). Na zbliżonym poziomie pozostał udział filmów dokumentalnych.

Największy udział w programie TV Polonia, podobnie jak w latach wcześniejszych, miały filmy fabularne (26,5% rocznego czasu nadawania). Wśród nich dominowały filmy telewizyjne, które zajęły 21,5% rocznego czasu nadawania, zaś telenowełe wypełniły 6,2% tego programu. Fabularna oferta filmowa w 91% była produkcji polskiej. Filmy wyprodukowane w innych krajach europejskich (Wielka Brytania, Francja, Niemcy, Włochy), stanowiły 5,5% całości fabularnej oferty filmowej. Zaledwie 0,1% czasu wypełniły filmy amerykańskie, a 3,1% filmy pochodzące z innych krajów świata.

Ważnym elementem konstruującym program TV Polonia były filmy dokumentalne, które wypełniły 10,9% programu. Wśród nich podobny odsetek czasu emisji zajęły reportaże (5,5%) i filmy popularnonaukowe (5%).

Wśród audycji publicystycznych największy udział w rocznym czasie nadawania – analogicznie jak w latach ubiegłych – miały audycje o tematyce kulturalnej (9,3%), następnie społecznej (5,6%), politycznej (3%). Tematyka ekonomiczna wypełniła (0,8%) rocznego czasu nadawania.

Największy udział w rocznym czasie nadawania wśród audycji rozrywkowych miały widowiska estradowe (2,8% rocznego czasu nadawania), a mniejszy kabarety i audycje satyryczne (1,5%) oraz talk show (0,3%).

W programie TV Polonia obok transmisji mszy św. (co niedzielę z innej parafii w kraju) i uroczystości religijnych, których udział wyniósł 0,3% rocznego czasu nadawania, ukazywały się audycje informacyjne i publicystyczne poświęcone religii katolickiej (2,6%) oraz audycje, w których przedstawiono inne religie (1,3%).

Muzyka poważna zajęła 2,6% rocznego czasu nadawania, w tym 2,5% stanowiły prezentacje wykonań utworów muzyki poważnej. W programie były również obecne audycje poświęcone wydarzeniom muzycznym oraz kompozytorom i wykonawcom (0,1%).

Znacznie więcej czasu od muzyki poważnej zajęła w programie muzyka rozrywkowa (6%). Prezentacje utworów muzyki rozrywkowej zajęły 5% rocznego czasu nadawania, zaś audycje poświęcone omówieniu wydarzeń muzycznych oraz prezentacja piosenkarzy i kompozytorów zajęły 1%.

Wśród audycji sportowych największy udział miały audycje informacyjne i publicystyczne, w których komentowano wydarzenia sportowe (2,4%). Transmisje imprez sportowych zajęły zaledwie 0,4% rocznego czasu emisji programu.

W programie wyemitowano 22 audycje cykliczne, w tym 9 premier, które w dużej części poświęcone były problemom Polaków zamieszkujących poza granicami kraju. W 2005 roku kontynuowano nadawanie takich audycji jak: *Wieści polonijne* (studyjny magazyn informacyjny o aktualnych wydarzeniach w środowiskach polonijnych), *Porozmawiajmy* (rozmowa o problemach emigrantów z telefonicznym udziałem telewidzów), *Mówi się* (poradnik językowy z telefonicznym udziałem widzów z kraju i zagranicy), *Skarbiec* (magazyn historyczno-kulturalny ukazujący najważniejsze wydarzenia z historii Polski oraz sylwetki znanych Polaków).

Nowością w ofercie programowej były następujące audycje: *Regionalia* (magazyn poświęcony promocji różnych regionów kraju), *Z daleka i bliska* (audycja prezentująca postawy młodych Polaków w kraju i poza granicami), *Bzik kulturalny* (przewodnik dla widzów interesujących się wydarzeniami kulturalnymi), *Made in Poland* (turniej wiedzy o Polsce), *Jesteśmy z pl* (audycja poświęcona życiu Polaków za granicą). W ofercie znalazły się także magazyny: *Zbliżenia* (zawierający oceny aktualnych wydarzeń), *Polonusi w Europie* (audycja o Polakach na emigracji) i *Blżej Europy* (audycja o najważniejszych wydarzeniach społeczno-gospodarczych w Polsce).

Poza audycjami cyklicznymi w ofercie TV Polonia znalazło się wiele reportaży oraz filmów dokumentalnych poruszających problematykę polonijną, np. *Wygnańcy* (tryptyk przedstawiający Polaków należących do tzw. emigracji postsolidarnościowej, którzy wyjechali do Stanów Zjednoczonych w latach 80.), *Lobbystka* (film o działaczach Solidarności w Szwecji), *Jak zerwaliśmy żelazną kurtynę* (o roli Polski i Polaków w przebudowywaniu porządku współczesnej Europy), *Byliśmy Pestkami* (o Polkach w Wielkiej Brytanii, które w czasie II wojny światowej służyły w Pomocniczej Służbie Kobiet w Armii Andersa). Nadal - podobnie jak w latach poprzednich - niewiele miejsca w programie zajmowały audycje omawiające problemy Polaków zamieszkujących poza granicami kraju. Tylko 13% rocznego programu stanowiły audycje zrealizowane specjalnie dla środowisk polonijnych. Największy udział w tej ofercie miały filmy dokumentalne (5,3%), audycje muzyczne (2,5%), audycje edukacyjno-poradnicze (1,6%), informacyjno-publicystyczne (1,3%), sportowe (1%), rozrywkowe (0,8%), religijne (0,6%).

W 2005 roku program TV Polonia, podobnie jak w latach wcześniejszych, w blisko 70% konstruowany był z audycji pozyskanych z Programu 1 i Programu 2 TVP. Źródła pozyskiwania audycji do tego programu obrazuje tabela poniżej.

Źródła pozyskiwania audycji programu TV Polonia w 2005 r.	2005 r.	
	godz.	%
TV Polonia	1138,8	13%
Program 1	3993,4	45,7%
Program 2	2065,9	23,7%
Oddziały terenowe	560,9	6,4%
Inne (autopromocja, reklama, materiały z archiwów TVP)	972,3	11,2%

Były to między innymi audycje informacyjne, a także wybrane wydania audycji publicystycznych, zwłaszcza dotyczących kultury, oraz audycje sportowe. Audycje pozyskane od oddziałów terenowych zajęły 6,4% rocznego programu.

W 2005 roku program TV Polonia wypełniały głównie powtórki. Premiery miały niewielki udział w ciągu roku (18%, tj. 1558,7 godzin).

TV Polonia w 2005 r. patronowała ponad 70 przedsięwzięciom kulturalnym, społecznym i gospodarczym, uczestnicząc w nich i relacjonując je w programie. Były to między innymi: 25 rocznica powstania NSZZ Solidarność, 60. rocznica zakończenia II wojny światowej, konkurs na pamiątnik emigranta, Międzynarodowy Dzień Języka Ojczystego, sezon polski w Rosji, konferencja „Spotkanie Polski z Hiszpanią”, I Festiwal Piosenki Polskiej w Ameryce, Światowe Forum Mediów Polonijnych.

TVP Kultura

Niewątpliwym wydarzeniem 2005 roku było rozpoczęcie przez Telewizję Polską SA emisji koncesjonowanego programu wyspecjalizowanego poświęconego w całości kulturze pn. TVP Kultura.

Kanał TVP Kultura, którego nadawanie rozpoczęto pod koniec kwietnia 2005 roku był pierwszym programem tematycznym telewizji publicznej. Program był źródłem wszechstronnych informacji o wydarzeniach kulturalnych w kraju i za granicą. Obok wydarzeń artystycznych prezentowano także zjawiska z dziedziny historii i nauki. Dzieła kultury pokazywano w wielu kontekstach formalnych i artystycznych, dając możliwość śledzenia drogi twórczej prezentowanych artystów. Poprzez dyskusje i prezentacje różnych nurtów i aspektów współczesnej kultury i sztuki zachęcano do uczestnictwa w sporach, a przede wszystkim w życiu kulturalnym Polski, Europy, świata. W programie pokazywano tak bardzo istotne dla życia kulturalnego wydarzenia, jak np. transmisja spektaklu teatralnego *Made In Poland* z teatru im. Heleny Modrzejewskiej w Legnicy czy transmisja wszystkich koncertów Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F. Chopina. Każdy dzień na antenie miał określony temat przewodni związany z daną dziedziną sztuki. Poniedziałek był poświęcony literaturze, wtorek – teatrowi, środa – zagadnieniom społecznym, historii i nauce, czwartek – muzyce, piątek – filmowi, sobota – źródłom kultury i jej tradycjom, niedziela – to spotkanie z wybitnym twórcą wprowadzającym widzów w świat swoich kulturowych fascynacji. W codziennie nadawanym bloku *Strefa Alternatywna* prezentowano współczesne nurty w sztuce, literaturze, muzyce i filmie. W omawianym okresie nadano 789 godzin filmów dokumentalnych (24% czasu nadawania), 615 godzin filmów fabularnych, 120 godzin filmów animowanych dla dorosłych i krótkometrażowych. W 90% były to produkcje europejskie, głównie polskie (70%). Trzynastą część całości programu (424 godziny) stanowiły koncerty muzyki poważnej oraz opera. Nadano także ponad 40 spektakli teatralnych (90 godzin) i ponad 300 godzin muzyki jazzowej i koncertów polskich formacji muzycznych, mających istotny wpływ na muzykę rozrywkową. Informacje o wydarzeniach kulturalnych oraz publicystyka kulturalna zajęły 14% programu. Gośćmi TVP Kultura byli prawie wszyscy znamienici współcześni polscy twórcy (reżyserzy, pisarze, malarze, aktorzy itp.) oraz historycy i naukowcy z różnych dziedzin. Zawartość programowa ułożona była w powtarzane o różnych godzinach bloki tematyczne. W dni powszednie program był nadawany w godzinach 13.00 – 1.00 w nocy, a w weekendy od 9.00 do 1.00. Podstawę programu stanowiły materiały archiwalne i produkcje własne na potrzeby tego programu, głównie codzienne informacje kulturalne, prowadzone w studio rozmowy, część *Strefy Alternatywnej* i oprawa graficzna. Udział premier w czasie nadawania tego programu wynosił 54%.

Program TVP Kultura zarówno realizował obowiązki wynikające z koncesji, jak i wypełniał zadania ustawowe, w szczególności w zakresie udostępniania dóbr kultury i sztuki. Dostarczał wszechstronnego przeglądu współczesnego dorobku polskiej i europejskiej kultury we wszystkich jej wymiarach, tj. malarstwa, rzeźby, kina, teatru, literatury itp. Prezentował uznanych już twórców oraz sztukę awangardową, w archiwalnych dokumentach wracano do wydarzeń kulturalnych i artystycznych, które miały wpływ na tworzenie nowych kierunków w sztuce i literaturze.

Realizacja przez Telewizję Polską SA szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego

Ze sprawozdań z działalności programowej Telewizji Polskiej w 2005 r. przedstawionych Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji wynika, że spółka realizowała misję publiczną, oferując widzom zróżnicowane programy w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu.

Telewizja Polska w rozpowszechnianych programach wypełniała zobowiązania wynikające z artykułu 21 ust. 2, tzn. służyła rozwojowi kultury, nauki i oświaty ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego (pkt 5), służyła umacnianiu rodziny (pkt 7), służyła kształtowaniu postaw prozdrowotnych (pkt 7a), służyła zwalczaniu patologii społecznych (pkt 8). Ponadto zgodnie z zadaniem zapisanym w art. 21 ust. 1a pkt 8a uwzględniała potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym oraz emitowała programy informacyjne w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym.

Programy ogólnokrajowe

Telewizja Polska SA w Programie 1 i Programie 2 na realizację czterech szczególnych powinności ustawowych poświęciła następującą liczbę godzin:

Nazwa audycji	Program 1		Program 2	
	godz.	%	godz.	%
Audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty	1496	19,8	1830	25,6
Audycje służące umacnianiu rodziny	435	5,8	743	10,4
Audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych	152	2,0	110	1,5
Audycje służące zwalczaniu patologii społecznych	115	1,5	63,5	0,9

W 2005 r. w Programie 1 na **audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty** nadawca przeznaczył prawie 20% rocznego czasu nadawania, a w Programie 2 - blisko 26%. W porównaniu z 2004 rokiem. nastąpił niewielki spadek udziału tych audycji w każdym z programów. W Programie 1 spadek wyniósł 0,1 pkt proc., zaś w Programie 2 - 1,1 pkt proc. W latach 2002 – 2004 udział tych audycji w Programie 1 i w Programie 2 systematycznie rósł o kilka punktów procentowych.

Zdecydowanie niższy odsetek w rocznym czasie nadawania Programu 1 miały **audycje służące umacnianiu rodziny**. Zająły one blisko 6%. W Programie 2 odsetek tych audycji wyniósł 10,5%. W porównaniu z 2004 rokiem w Programie 1 nastąpił wzrost czasu przeznaczanego na emisję tych audycji o 0,1 pkt proc., zaś w Programie 2 spadek o 3,2 pkt proc. W przypadku Programu 2 był to już kolejny rok spadku udziału tych audycji. Jednak największy ich spadek nastąpił w 2004 r. w Programie 1. Wówczas zmniejszył się on o ponad połowę w stosunku do 2003 r.

W 2005 r. odsetek czasu przeznaczanego na **audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych** w Programie 1 wyniósł 2%, a w Programie 2 – 1,5% rocznego czasu nadawania. W ubiegłym roku w Programie 1 udział tych audycji wzrósł o 0,1 pkt proc, zaś w Programie 2 o tyle samo spadł. Podobny był udział tego rodzaju audycji w obu programach w 2004 roku. Nadawca od czterech lat w obu programach przeznacza taki sam odsetek czasu nadawania na audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych.

W 2005 roku udział **audycji służących zwalczaniu patologii społecznych** w Programie 1 wyniósł 1,5%, a w Programie 2 – 0,9%. W porównaniu z 2004 rokiem udział tych audycji w Programie 1 spadł o 0,2 pkt proc., zaś w Programie 2 o tyle samo wzrósł. Odsetek tych audycji w obu programach od czterech lat pozostaje na stałym poziomie.

Zarówno w Programie 1 jak i w Programie 2 nie nadawano audycji realizowanych w językach narodowych, które **uwzględniałyby potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym**.

W okresie ostatnich 4 lat najmniej czasu w obu programach ogólnokrajowych przeznaczano na audycje służące kształtowaniu postaw prozdrowotnych i zwalczaniu patologii społecznych, najwięcej zaś na audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty.

W 2005 r. na bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa przez naczelne organy państwowe (Prezydenta RP, marszałków Sejmu i Senatu oraz Prezesa Rady Ministrów) nadawca przeznaczył 1,3 godziny. Do udostępniania czasu nadawania na takie wystąpienia zobowiązuje nadawcę publicznego przepis art. 22 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji.

Zgodnie z art. 23 ust. 3 tej urt. oraz z rozporządzeniem KRRiT z dnia 24 kwietnia 2003 r. (*Rozporządzenie w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych*) nadawca publiczny powinien przeznaczać czas nadawania programu na audycje umożliwiające partiom politycznym, związkom zawodowym i związkom pracodawców przedstawianie swoich stanowisk w węzłowych sprawach publicznych. W roku 2005 nadawca publiczny zgodnie z tym rozporządzeniem tworzył i emitował w Programie 1 audycję *Forum*, której roczny czas nadawania wyniósł 27 godzin i 24 minuty. Audycja ukazywała się regularnie, raz w tygodniu, w dobrym czasie antenowym.

Nadawca umożliwił prezentowanie stanowisk przedstawicielom partii politycznych, organizacji związków zawodowych i związków pracodawców w Programie 1 w nieobligatoryjnych audycjach publicystycznych: *Debata*, *Prosto w oczy*, *Summa zdarzeń*, a w okresie poprzedzającym wybory do parlamentu i na urząd prezydenta w audycjach: *Pod lupą*, *Wybory Polaków*, *Prezydent dla Polski*, oraz w audycjach informacyjnych: *Wiadomości*, *Telexpress*. W Programie 2 stanowiska prezentowano w audycjach publicystycznych *Linia specjalna* i *Warto Rozmawiać* oraz w audycji informacyjnej *Panorama*, a w okresie poprzedzającym wybory w audycjach: *W imieniu obywatela* i *Wybory Prezydenta RP*. W obu programach w okresie przedwyborczym nadawane były obligatoryjne nieodpłatne audycje komitetów wyborczych.

TVP 3 Regionalna

Audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty, umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych, zwalczaniu patologii społecznych i audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności

posługującej się językiem regionalnym emitowano również w 16 odmianach programu TVP 3 Regionalna¹. W 2005 roku udział audycji realizujących wymienione powinności ustawowe w 16 odmianach programu TVP 3 Regionalna kształtował się następująco:

Oddziały terenowe TVP SA	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	188,8	2,7%	22,1	0,3%	28,6	0,4%	14,9	0,2%	254,4	3,7%
OTV Bydgoszcz	144,2	2,1%	54,8	0,8%	55,2	0,8%	15	0,2%	269,2	3,9%
OTV Gdańsk	161,2	2,3%	15,9	0,2%	30,3	0,4%	11,1	0,2%	218,5	3,2%
OTV Gorzów Wielkopolski	117,2	1,7%	38,6	0,6%	81,1	1,2%	29,2	0,4%	266,1	3,8%
OTV Katowice	136,9	2,0%	5,8	0,1%	25,5	0,4%	35,3	0,5%	203,5	2,9%
OTV Kielce	102,9	1,5%	17,6	0,3%	32	0,5%	10,5	0,2%	163	2,4%
OTV Kraków	157,7	2,3%	2,5	0,04%	35,3	0,5%	9,2	0,1%	204,7	3,0%
OTV Lublin	132,6	1,9%	32,9	0,5%	30,5	0,4%	66,1	1,0%	262,1	3,8%
OTV Łódź	98,9	1,4%	37,3	0,5%	22,1	0,3%	16,7	0,2%	175	2,5%
OTV Olsztyn	91,1	1,3%	24,4	0,4%	12,1	0,2%	0	0,0%	127,6	1,9%
OTV Opole	54,1	0,8%	0	0,0%	19,1	0,3%	1	0,01%	74,2	1,1%
OTV Poznań	232,3	3,3%	33,6	0,5%	52,3	0,8%	2,3	0,03%	320,5	4,6%
OTV Rzeszów	105,3	1,5%	100	1,4%	12,1	0,2%	10	0,1%	227,4	3,3%
OTV Szczecin	79,8	1,2%	42,2	0,6%	14,6	0,2%	1,3	0,02%	137,9	2,0%
OTV Warszawa	343,4	5,0%	71,1	1,0%	24,2	0,4%	5,3	0,1%	444	6,4%
OTV Wrocław	91,5	1,3%	56,5	0,8%	17,9	0,3%	15,2	0,2%	181,1	2,6%

W ubiegłym roku spośród audycji realizujących powinności ustawowe, nadawanych w 16 odmianach programu TVP 3 Regionalna rozpowszechnianych przez oddziały terenowe TVP SA, najwięcej czasu emisji przeznaczono na audycje **służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty**. We wszystkich odmianach tego programu zajęły one łącznie 2237,9 godziny, co

¹ Program TVP 3 Regionalna rozpowszechniany był w 16 odmianach. Każda z jego odmian zbudowana była z programu wspólnego zestawianego centralnie w Warszawie (dosyłany satelitarne do każdego z oddziałów terenowych) i programu regionalnego samodzielnie zestawianego przez każdy z 16 oddziałów. Program TVP 3 Regionalna w takiej postaci rozpowszechniany jest od 2002 r. Na początku było 12 odmian tego programu, a w ubiegłym roku przybyły 4 kolejne.

stanowiło 2% ich rocznego czasu nadawania. W porównaniu z rokiem 2004 odsetek tych audycji zmniejszył się o 5 pkt proc. Czas przeznaczony w 2005 r. na emisję audycji służących rozwojowi kultury, nauki i oświaty był bardzo zbliżony do czasu przeznaczonego na te audycje w pierwszym i w drugim roku rozpowszechniania odmian programu TVP 3 Regionalna. Podobnie jak w poprzednich latach, najwięcej czasu poświęcono na emisję tych audycji w programie OTV Warszawa (5%). Duży był też ich udział w programie OTV Poznań (3,3%) oraz OTV Białystok (2,7%). Najmniej czasu poświęcono na ich emisję w odmianach tego programu nadawanych przez debiutujące oddziały terenowe: w Opolu (0,8%) i Olsztynie (1,3%), a także w Szczecinie (1,2%) i we Wrocławiu (1,3%).

Łączny czas emisji **audycji służących umacnianiu rodziny** we wszystkich odmianach TVP 3 Regionalna w 2005 r. wynosił 555,3 godz. co stanowiło 0,5% ich rocznego czasu emisji. W stosunku do 2004 r. udział tych audycji w programach zmniejszył się o 0,1 pkt proc. Najwięcej czasu poświęcono na ich emisję w programie OTV Rzeszów (1,5%), a także OTV Warszawa (1%) i OTV Wrocław (0,8%). Najmniej czasu przeznaczyły na ich nadawanie OTV Kraków (0,04%) oraz OTV Katowice (0,08%). Oddział terenowy w Opolu, który dopiero od roku nadaje programu, w ogóle nie miał w swojej ofercie audycji służących umacnianiu rodziny.

Mniej czasu niż na audycje służące umacnianiu rodziny poświęcono w ubiegłym roku na emisję audycji **służących kształtowaniu postaw prozdrowotnych**. Ich łączny czas emisji w 2005 r. we wszystkich odmianach TVP 3 Regionalna wynosił 492,9 godziny, co stanowiło 0,4% ich rocznego czasu emisji. W stosunku do 2004 r. udział tych audycji zmniejszył się o połowę (0,4 pkt proc.). Należy podkreślić, że na emisję omawianych audycji poświęcono najwięcej czasu w programie nadawanym przez debiutujący oddział w Gorzowie Wielkopolskim (1,2%). Wysoki był też ich udział w odmianie programu nadawanej przez OTV Bydgoszcz (0,8%) i OTV Poznań (0,8%). Najmniejszy – na poziomie 0,2% – był udział tych audycji w OTV Rzeszów, OTV Szczecin oraz w nowym OTV Olsztyn.

Na emisję audycji **służących zwalczaniu patologii społecznych** przeznaczono w 2005 r. we wszystkich 16 odmianach TVP 3 Regionalna łącznie 243,1 godziny, co stanowiło 0,2% ich rocznego czasu emisji. W stosunku do 2004 r. odsetek czasu emisji tych audycji zmniejszył się o 0,1 pkt proc. Udział omawianych audycji był największy w programach: OTV Lublin (1%), OTV Katowice (0,5%) oraz w debiutującym OTV Gorzów Wielkopolski (0,4%), najmniejszy zaś – w odmianie programu nadawanej przez OTV Opole (0,01%) oraz OTV Szczecin (0,02%). Nowo utworzony OTV Olsztyn nie emitował w ogóle audycji służących zwalczaniu patologii społecznych.

Telewizja Polska SA zarówno w programie wspólnym, jak i w programach pasm rozłączonych TVP 3 Regionalna nadawała audycje **uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym**. Zadanie to zostało wpisane do ustawy o radiofonii i telewizji na mocy ustawy o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku narodowym, która weszła w życie 1 maja 2005 r. W ustawie język mniejszości został zdefiniowany jako własny język mniejszości narodowej lub etnicznej. Za takie języki uznano języki następujących mniejszości narodowych zamieszkujących na terenie Rzeczypospolitej Polskiej: białoruskiej, czeskiej, litewskiej, niemieckiej, ormiańskiej, rosyjskiej, słowackiej, ukraińskiej oraz żydowskiej, a także mniejszości etnicznych: karaimskiej, łemkowskiej, romskiej, tatarskiej. Jako język regionalny wskazany został język kaszubski.

Liczbę godzin i udział audycji w językach nadawanych w 16 odmianach programu TVP 3 Regionalna zawiera zamieszczona poniżej tabela.

Oddziały terenowe TVP SA	Audycje w języku narodowym	
	godz.	%
OTV Białystok	45,6	0,7%
OTV Bydgoszcz	12,4	0,2%
OTV Gdańsk	12,4	0,2%
OTV Gorzów Wielkopolski	12,4	0,2%
OTV Katowice	15,9	0,2%
OTV Kielce	12,4	0,2%
OTV Kraków	12,4	0,2%
OTV Lublin	12,4	0,2%
OTV Łódź	12,4	0,2%
OTV Olsztyn	23,8	0,3%
OTV Opole	27,6	0,4%
OTV Poznań	12,4	0,2%
OTV Rzeszów	12,9	0,2%
OTV Szczecin	12,4	0,2%
OTV Warszawa	12,4	0,2%
OTV Wrocław	18,1	0,3%

W 2005 r. audycje te zajęły łącznie 267,9 godz., tj. 0,2% rocznego czasu emisji programów, z czego 198,4 godz. przeznaczono na ukazujący się w programie wspólnym magazyn *Telenowyny* poświęcony sprawom Ukraińców mieszkających w Polsce. Audycje uwzględniające potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych były także obecne w programach 6 oddziałów terenowych nadawanych w pasmach rozłączonych TVP 3 Regionalna. Łącznie ich czas emisji wynosił 69,5 godz., co stanowiło 0,06% rocznego czasu emisji programów. Omawiane audycje ukazywały się w programach następujących oddziałów TVP SA: OTV w Białymstoku (33,2 godz., co stanowi 0,5% rocznego czasu emisji tej odmiany programu TVP 3 Regionalna), OTV w Katowicach (3,5 godz., 0,05%), OTV w Olsztynie (11,4 godz., 0,2%), OTV w Opolu (15,2 godz., 0,2%), OTV w Rzeszowie (0,5 godz., 0,01%) oraz OTV we Wrocławiu (5,7 godz., 0,08%).

W programie oddziału terenowego w Białymstoku obecne były audycje adresowane do następujących mniejszości: białoruskiej (*Tydzień Białoruski* – w jęz. białoruskim), ukraińskiej (*Przegląd Ukraiński* – w jęz. ukraińskim), litewskiej (*Panorama Litewska* – w jęz. litewskim), romskiej (*My Romowie* – w jęz. romskim), rosyjskiej (*Rosyjski Głos* – w jęz. rosyjskim), tatarskiej (*Podlaski Orient* – w jęz. polskim). W programie oddziałów terenowych w Katowicach i Opolu ukazywał się cykl audycji *Schlesien Journal*, a w programie oddziału w Olsztynie – *Więści ukraińskie*. Tylko w programie oddziału terenowego w Gdańsku emitowano w 2005 r. audycję w języku regionalnym. Był to przygotowywany w języku kaszubskim magazyn *Rodno zemia*, poświęcony problemom Kaszubów zamieszkujących tereny Pomorza. Czas nadawania tej audycji wynosił w ubiegłym roku 41,6 godz. (0,6%).

W 2005 r. audycje realizujące 5 omówionych wyżej powinności ustawowych zajęły niewiele miejsca, bo zaledwie 3,4% rocznego czasu nadawania wszystkich odmian TVP 3 Regionalna. Spośród omówionych wyżej kategorii audycji realizujących cztery powinności ustawowe **największy odsetek** czasu przypadł, podobnie jak w latach 2002 – 2004, **na audycje służące rozwojowi kultury, nauki i oświaty**. Należy jednak stwierdzić, że zarówno w ubiegłym roku, jak i w latach wcześniejszych udział ten był niski. Pozostałe powinności ustawowe były realizowane w audycjach, które w każdej z odmian programu TVP 3 Regionalna stanowiły niespełna 1% w ciągu roku. Taka tendencja obserwowana jest od kilku lat. Mimo że ustawa o radiofonii i telewizji nie określa wielkości udziału tych audycji w

rocznym czasie nadawania, to jednak ze względu na społeczną wagę problemów, które powinny być omawiane w tych audycjach (patologie, problemy zdrowotne i rodzinne), ich udział w programach nadawcy publicznego powinien być zdecydowanie większy.

Realizacja przez Telewizję Polską SA przepisów art. 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji

W 2005 r. KRRiT przeprowadziła kontrolę 20 programów Telewizji Polskiej SA (2 programy ogólnokrajowe naziemne, 2 satelitarne, 16 odmian programu TVP 3 Regionalna) pod kątem realizacji w tych programach obowiązków wynikających z art. 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji. Podstawą kontroli były sprawozdania nadawców.

Ustawa o radiofonii i telewizji w artykułach 15 i 15a nakłada na nadawcę publicznego następujące obowiązki:

1. Przeznaczenia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.
2. Przeznaczenia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim.
3. Przeznaczenia ponad 50% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.
4. Przeznaczenia co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.
5. Przeznaczenia co najmniej 50% czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych na takie, które zostały wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 4 listopada 2004 r. rozporządzenie w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich. Na jego podstawie nadawcy programów telewizyjnych w pierwszym roku rozpowszechniania mogą przeznaczyć:

1. nie mniej niż 26,4% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów;
2. ponad 40% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

Rozporządzenie mówi również o tym, że w programach telewizyjnych wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich oraz w programach rozpowszechnianych wyłącznie w sposób satelitarny lub kablowy dostępnych za opłatą, z wyłączeniem opłat określonych w rozdziale 7 ustawy o radiofonii i telewizji i podstawowych opłat pobieranych przez operatorów satelitarnych lub operatorów sieci kablowych w latach następnych po pierwszym roku rozpowszechniania nadawcy przeznaczą:

1. nie mniej niż 29,7% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów,

2. ponad 45% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

**Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 oraz 15a ust. 1 w czterech kwartałach 2005 r.
w ogólnokrajowych programach naziemnych TVP SA**

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	56	55	52	56	66	67	63	64
Audycje europejskie	71	71	69	69	81	79	76	84
Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych	22	25	28	28	35	32	33	39
Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie	63	64	61	71	63	64	68	71

We wszystkich kwartałach 2005 r. w Programie 1 i Programie 2 nadawca przeznaczył na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, audycje europejskie, audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych oraz audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie większy od określonego w przepisach ustawy (art. 15 ust. 1 i 3 oraz art. 15a ust. 1) odsetek kwalifikowanego czasu nadawania².

W ubiegłym roku w Programie 1 udział **audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim** w stosunku do udziału tych audycji w 2004 roku prawie się nie zmienił, natomiast nieco spadł w Programie 2, choć nadal był znacznie wyższy od określonego w ustawie o radiofonii i telewizji.

Audycje europejskie w ogólnokrajowych programach naziemnych zajmowały odsetek czasu zbliżony do odsetka tych audycji w 2004 roku. Udział **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych** w porównaniu z rokiem 2004 nieco wzrósł w Programie 1, zaś aż trzykrotnie – w Programie 2.

W porównaniu z 2004 rokiem udział **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie** wzrósł o kilka punktów procentowych w Programie 1 i Programie 2.

² Kwalifikowany czas nadawania jest to kwartalny czas nadawania programu pomniejszony o czas trwania serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

**Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 oraz 15a ust. 1 w czterech kwartałach 2005 r.
w programach TV Polonia i TVP Kultura TVP SA**

Rodzaje audycji	TV Polonia				TVP Kultura			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim	96	96	97	98	NN	NN	93	71
Audycje europejskie	99	97	98	100	NN	NN	97	89
Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych	31	30	32	33	NN	NN	20	27
Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie	55	57	50	82	NN	NN	24	25

Nadawca w czterech kwartałach 2005 r. w TV Polonia oraz w III i IV kwartale w TVP Kultura (nadawanie tego programu rozpoczęto w kwietniu 2005 roku) przeznaczył na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, audycje europejskie, audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych większy od określonego w przepisach ustawy odsetek kwalifikowanego czasu nadawania. Udział **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie** w TVP Kultura był o połowę mniejszy od obligatoryjnego. Przyczyną takiego stanu rzeczy było to, że TVP Kultura to po pierwsze nowy program Telewizji Polskiej SA, po wtóre z założenia konstruowany w ponad 50% z audycji pochodzących z zasobów archiwalnych nadawcy.

W programie TV Polonia udział **audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich** w stosunku do udziału tych audycji w 2004 roku prawie się nie zmienił.

Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w programie TVP Polonia w czterech kwartałach miały udział trzykrotnie wyższy w porównaniu z ich udziałem w 2004 roku.

W programie TV Polonia w porównaniu z 2004 rokiem nastąpiła znaczna poprawa w zakresie udziału **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie**. W 2004 r. nie w każdym kwartale udawało się nadawcy dostosować program TV Polonia do wymagań ustawy w tym zakresie, a w roku 2005 zrealizował je bez kłopotu i nawet z dużą nadwyżką w IV kwartale.

**Realizacja art. 15 ust. 2 w czterech kwartałach 2005 r.
w programach naziemnych i satelitarnych TVP SA**

Okres emisji	Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych			
	Program 1	Program 2	TV Polonia	TVP Kultura
	%			
Kwartał I	80	81	85	NN
Kwartał II	79	84	85	NN
Kwartał III	82	82	86	87
Kwartał IV	80	80	86	92

Udział utworów **słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim** w programach telewizji publicznej był blisko 2,5 razy wyższy od wymaganego w ustawie. Najwyższy udział tych utworów był w IV kwartale w programie TVP Kultura. W ubiegłym roku udział tych utworów był bardzo podobny do ich udziału w 2004 roku.

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 w czterech kwartałach 2005 r. w 16 odmianach TVP 3 Regionalna

Oddziały terenowe rozpowszechniające odmiany programu TVP 3 Regionalna	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje europejskie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
OTV Białystok	80,7	82,5	79,4	75,0	88,2	90,1	89,5	87,2
OTV Bydgoszcz	81,0	82,0	79,0	74,0	88,0	90,0	89,0	86,0
OTV Gdańsk	79,2	82,0	78,8	74,2	87,8	89,8	89,3	86,7
OTV Gorzów Wlkp.	81,1	79,1	80,0	75,1	88,5	85,4	89,8	87,2
OTV Katowice	80,6	82,6	79,1	74,7	88,1	90,1	89,4	87,0
OTV Kielce	80,4	81,4	79,4	73,7	88,0	90,2	89,6	86,5
OTV Kraków	81,7	83,9	88,0	76,2	89,1	91,5	99,2	88,6
OTV Lublin	81,1	82,7	79,8	75,4	88,5	90,3	89,8	87,3
OTV Łódź	80,7	82,6	76,2	72,8	88,2	90,2	89,6	87,2
OTV Olsztyn	75,4	76,9	75,1	69,8	83,0	84,5	85,4	82,0
OTV Opole	77,8	80,0	78,3	74,2	86,4	82,3	89,0	86,9
OTV Poznań	80,7	82,9	80,3	74,7	88,3	90,6	90,7	87,5
OTV Rzeszów	69,5	82,4	76,4	74,1	76,1	90,0	87,0	86,6
OTV Szczecin	80,1	81,9	78,9	74,1	87,8	89,8	89,3	86,6
OTV Warszawa	80,7	82,3	79,3	74,3	88,1	90,0	89,5	86,8
OTV Wrocław	80,0	81,9	79,1	73,8	87,7	89,8	89,4	86,5

W 2005 roku w każdej z 16 odmian programu TVP 3 Regionalna udział **audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich** był o wiele wyższy od określonego w przepisach ustawy, choć w porównaniu z 2004 rokiem nieco się zmniejszył w każdej z odmian.

Realizacja art. 15 a ust. 1 w czterech kwartałach 2005 r. w 16 odmianach TVP 3 Regionalna

Oddziały terenowe rozpowszechniające odmiany programu TVP 3 Regionalna	Audycje europejskich producentów niezależnych				Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
OTV Białystok	17,5	15,8	19,2	15,8	40,4	47,0	50,5	54,0
OTV Bydgoszcz	20,0	18,0	22,0	19,0	38,0	40,0	44,0	47,0
OTV Gdańsk	18,7	17,0	20,1	16,6	41,8	48,4	52,7	53,2
OTV Gorzów Wlkp.	17,3	16,0	18,6	14,3	37,1	39,8	47,5	48,7
OTV Katowice	19,5	17,5	23,4	18,8	42,5	46,6	55,1	56,8
OTV Kielce	17,4	14,4	18,3	18,0	41,4	48,0	48,2	57,3
OTV Kraków	16,8	15,3	20,4	16,3	37,8	44,9	48,8	53,9
OTV Lublin	16,3	14,8	17,7	14,3	37,8	43,7	47,3	50,0
OTV Łódź	16,2	14,6	21,6	16,4	36,0	42,6	47,7	50,5
OTV Olsztyn	16,5	14,8	18,6	15,3	35,6	42,7	46,7	44,5
OTV Opole	20,5	19,0	18,7	17,2	33,0	38,6	50,8	51,3
OTV Poznań	18,0	16,7	19,8	16,3	38,4	42,5	48,4	53,0
OTV Rzeszów	14,0	14,4	19,9	14,7	33,5	41,2	46,4	45,4
OTV Szczecin	18,0	17,7	17,8	14,3	38,1	48,4	44,7	47,0
OTV Warszawa	18,1	16,7	21,0	16,8	37,1	44,3	49,0	49,2
OTV Wrocław	16,2	14,5	17,6	13,6	32,0	45,0	45,1	43,7

W 2005 roku w każdej z 16 odmian programu TVP 3 Regionalna udział **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych** był wyższy od udziału określonego w art. 15a ust. 1 i prawie się nie zmienił w większości odmian w porównaniu z ich udziałem w 2004 roku.

Nadawca w pierwszym półroczu nie dostosował żadnej z 16 odmian programu TVP 3 Regionalna do wymagań przepisu ustawy, w którym zobowiązano go do przeznaczenia na audycje wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie co najmniej 50% kwalifikowanego czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych. W I kwartale udział tych audycji był niższy od ustawowego minimum o 10 - 15 pkt proc., w II – nieznacznie wzrósł, choć nadal pozostawał na poziomie niższym od określonego w ustawie. W III kwartale udział tych audycji nadal rósł i w odmianach programu TVP 3 Regionalna rozpowszechnianych przez oddziały terenowe w Białymstoku, Gdańsku, Katowicach i Opolu osiągnął ustawowe minimum, zaś w IV kwartale liczba oddziałów stosujących się do przepisów prawa wzrosła do 9 (oddziały terenowe w: Białymstoku, Gdańsku, Katowicach, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Opolu i Poznaniu).

Realizacja art. 15 ust. 2 w czterech kwartałach 2005 r. w 16 odmianach TVP 3 Regionalna

Oddziały terenowe rozpowszechniające odmiany programu TVP 3 Regionalna	Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych			
	%			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
OTV Białystok	82,0	76,0	91,5	80,7
OTV Bydgoszcz	67,0	63,0	76,0	72,0
OTV Gdańsk	79,4	68,3	90,0	81,7
OTV Gorzów Wlkp.	84,4	79,4	94,2	78,9
OTV Katowice	93,9	93,2	96,3	92,4
OTV Kielce	89,9	91,2	93,7	81,0
OTV Kraków	87,5	74,4	91,9	83,1
OTV Lublin	76,7	64,6	89,1	74,2
OTV Łódź	87,3	80,2	87,1	80,3
OTV Olsztyn	87,6	83,8	89,0	74,9
OTV Opole	91,5	96,5	95,8	90,3
OTV Poznań	76,7	75,9	82,2	81,4
OTV Rzeszów	79,9	72,2	89,5	78,7
OTV Szczecin	42,5	36,3	72,6	50,2
OTV Warszawa	84,0	67,0	90,6	75,3
OTV Wrocław	82,0	64,7	81,7	86,3

Nadawca we wszystkich odmianach programu TVP 3 Regionalna realizował przepisy ustawy określone w art. 15 ust. 2. **Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim** wypełniały większość łącznego czasu nadawania utworów słowno-muzycznych w 15 odmianach tego programu. Tylko w odmianie tego programu rozpowszechnianej przez oddział terenowy w Szczecinie utwory te zajmowały od 36,3% do 72,6%. W porównaniu z rokiem 2004 udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim wzrósł we wszystkich odmianach programu TVP 3 Regionalna. Wzrost ten wahał się od 2 do 26 pkt proc.

Telewizja Polska SA w naziemnych programach ogólnokrajowych i satelitarnych dobrze wywiązała się w 2005 r. z obowiązków zapisanych w art. 15 ust. 1 – 3 i art. 15a ust. 1, z wyjątkiem nowo utworzonego programu TVP Kultura. Nadawcy nie udało się w pełni dostosować tego programu do wymagań art. 15a ust. 1 – audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem miały mniejszy udział od minimalnego udziału określonego w przepisie ustawy.

W przypadku 16 odmian programu TVP 3 Regionalna nadawca dobrze wywiązał się z obowiązków wynikających z art. 15 ust. 1 – 3 urt. zaś z obowiązków zawartych w przepisie art. 15a ust. 1 wywiązał się tylko w połowie, bowiem w I, II oraz częściowo III i IV kwartale nie zadbał o to, aby audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem zajęły w każdej z 16 odmian odsetek czasu określony w wymienionym przepisie ustawy o radiofonii i telewizji.

B. Radiofonia

Działalność programowa Polskiego Radia SA

Rok 2005 był pierwszym rokiem pełnego funkcjonowania systemu producenckiego w nowej strukturze organizacyjnej pionu programowego Polskiego Radia SA. Dzięki temu powstały warunki do lepszego definiowania celów programowych zgodnych ze „Strategią rozwoju na rok 2005”, lepszej oceny i kontroli realizacji wszystkich faz tworzenia programu.

W ramach „Strategii Programowej na 2005 rok”, która zakładała kontynuację realizacji zadań określonych w planie wieloletnim „Polskie Radio SA u progu ery multimedialnej. Strategia rozwoju w latach 2003 – 2006 i kolejnych” za szczególnie istotne uznano działania związane z przeformatowaniem Programu 3 (jako informacyjno-rozrywkowego dla ambitnych słuchaczy w wieku 20–40 lat) i Radia BIS (jako poznawczego radia najmłodszej i młodej generacji). W ramach wprowadzenia systemu producenckiego zakończono też proces strukturyzacji komórek producenckich, przeprowadzono procedurę przetargową na wybrane pasma i audycje do ramówek na 2006 rok, wykorzystano komputerowe wsparcie procesów programowych i wprowadzono pełną cyfryzację technicznej strony produkcji radiowej.

Polskie Radio SA, w ramach pięciu programów i Radia Parlamentarnego, nadało w 2005 roku łącznie 47 630 godzin programu, czyli o 299 godzin mniej niż w roku poprzednim. Dla odbiorców w kraju Polskie Radio SA nadało w ubiegłym roku 36 132 godziny programu, z tego 35 040 godzin nadano w czterech programach ogólnopolskich (Program 1, 2, 3 i Radio BIS), 993 godziny w Radiu Parlament oraz 99 godzin programu na częstotliwości 198 kHz (audycje Redakcji Programów Religijnych).

Radio Polonia, nadające program dla zagranicy, wyemitowało w ubiegłym roku 11 498 godzin programu. Audycje premierowe stanowiły 76,2% czasu emisji; pozostałą część wypełniły powtórzenia i retransmisje. Program był tworzony i nadawany w 7 językach: polskim, angielskim, rosyjskim, białoruskim, ukraińskim, niemieckim i esperanto.

Podobnie jak w latach poprzednich w ramach struktur organizacyjnych Polskiego Radia SA działały w 2005 roku wyspecjalizowane komórki programowe zajmujące się tworzeniem audycji, materiałów i nagrań dla wszystkich programów Polskiego Radia, a także dla podmiotów zewnętrznych. Liczbę godzin programu wytworzonego i nadanego w 2005 roku przez redakcje specjalistyczne PR SA obrazuje poniższa tabela.

Specjalistyczne redakcje PR SA	Program wytworzony i nadany w 2005 roku
Radio Parlament	993 godz.
Informacyjna Agencja Radiowa	2931 godz.
Teatr Polskiego Radia	584 godz.
Redakcja Aktualności	7193 godz.
Redakcja Gospodarczo-Społeczna	851 godz.
Redakcja pasm Muzyczno-Publicystycznych	6971 godz.
Redakcja Kultury	3391 godz.
Redakcja Muzyki Poważnej	5923 godz.
Redakcja Muzyki Popularnej	7734 godz.
Redakcja Popularyzacji Wiedzy i Edukacji	1422 godz.
Naczelna Redakcja Programów Katolickich	370 godz.
Redakcja Audycji Religijnych	133 godz.
Studio Reportażu i Dokumentu	145 godz.
Radiowe Centrum Kultury Ludowej	850 godz.
Orkiestry i Chór Polskiego Radia	25 godz.
Dyrekcja Handlu - Wydział Zarządzania Studiami	528 godz.

- **Radio Parlament**

Transmituje posiedzenia Sejmu i Senatu, tworzy audycje związane z tematami omawianymi w parlamencie i komisjach. Są to audycje nadawane w ramach Programu 1 Polskiego Radia na fali długiej 198 kHz w dni posiedzeń Sejmu. Redakcja Parlamentarna nadała w 2005 roku transmisje 63 posiedzeń Sejmu w godz. 9.00 – 18.00 i 15 posiedzeń Senatu w godz. 11.00 – 18.00; przygotowała relacje z 28 posiedzeń Komisji Śledczej ds. PKN Orlen, 27 posiedzeń Komisji Śledczej ds. PZU w godz. 9.00 – 18.00; nadała 55 Magazynów Radia Parlament, audycji publicystycznych emitowanych przed transmisją obrad Sejmu, Senatu w godz. 8.00 – 9.00. W minionym roku wyemitowano łącznie 993 godziny programu Radia Parlament (o 168 godzin mniej niż w 2004 roku).

- **Informacyjna Agencja Radiowa**

Tworzy tekstowe i dźwiękowe materiały informacyjne z kraju i ze świata (relacje, korespondencje itp.). Korzystają z nich wszystkie programy PR SA oraz 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego. Udostępnia także serwis na zasadach komercyjnych lokalnym stacjom radiowym, TVP SA, mediom polonijnym, portalom internetowym oraz różnym organizacjom i instytucjom. W 2005 roku IAR utworzyła własną stronę internetową, na której zamieszczane są między innymi najważniejsze informacje polityczne, społeczne, gospodarcze, sportowe i kulturalne, przeglądy najważniejszych dzienników i tygodników, a także korespondencje z zagranicy i zapisy rozmów z gośćmi audycji informacyjnych Polskiego Radia. Strona aktualizowana jest na bieżąco przez dziennikarzy IAR. Od 23 grudnia 2005 roku dziennikarze IAR (obecnie także we współpracy z dziennikarzami Redakcji Aktualności) nadają głosowe serwisy informacyjne dla komercyjnych stacji lokalnych. Serwisy są emitowane codziennie, co godzinę, od godz. 6.00 do 20.00. Agencja przygotowała w 2005 roku łącznie 123 tys. informacji, czyli o 28 tys. informacji więcej niż w 2004 roku.

- **Redakcja Aktualności**

Realizuje audycje informacyjne i informacyjno – publicystyczne dla wszystkich programów PR SA (w tym także dla Radia Parlament). Redakcję Aktualności tworzą: Dział Wydań Serwisów Informacyjnych (audycje informacyjne – *Z kraju i ze świata* – *Wiadomości Jedyńki*, *Wiadomości Programu 2*, *Serwis informacyjny Trójki*, *Informacje Polskiego Radia BIS*; audycje informacyjno – publicystyczne, m.in. *Sygnaly Dnia*, *Debata*, *Karuzela* - w Programie 1, *Zapraszamy do Trójki*, *Salon Polityczny Trójki*, *Tak się żyje* - w Programie 3), Dział Sportowy (m.in. serwisy sportowe, magazyn *Kronika Sportowa*, relacje z meczów piłkarskiej ekstraklasy – w Programie 1), Dział Motoryzacyjny (m.in. *Magazyn Radia Kierowców* – w Programie 1), Dział Wojskowy (*Radiowy Magazyn Wojskowy* – w Programie 1), Dział Publicystyki Międzynarodowej (materiały, analizy, rozmowy do audycji informacyjnych i informacyjno – publicystycznych) oraz Dział Radia Parlament. W 2005 roku Redakcja przygotowała 3163 godz. takich audycji dla Programu 1, 214 godz. dla Programu 2, 2585 godz. dla Programu 3, 238 godz. dla PR BIS oraz 993 godz. dla Radia Parlament.

- **Redakcja Gospodarczo-Społeczna**

Koordynuje tematykę gospodarczo - społeczno - rolną w programach Polskiego Radia SA. W 2005 roku kontynuowano zmiany przedstawiania zagadnień, informacji gospodarczo-ekonomicznych na antenie PR SA. W skład Redakcji wchodzi: Dział Gospodarczy, Dział Rolny i Dział Społeczny. Audycje o tematyce ekonomicznej podejmowały w minionym roku m.in. tematykę: transformacji gospodarczej po wejściu Polski do Unii Europejskiej, wzrostu konkurencyjności polskiej gospodarki, rozwoju przedsiębiorczości i tworzenie nowych

miejsce pracy. Podawano także bieżące informacje dotyczące rynku walutowego, surowcowego i żywnościowego. Audycje o tematyce społecznej dotyczyły m.in.: uregulowań organizacyjnych, instytucjonalnych i prawnych w zakresie zdrowia, opieki socjalnej czy sytuacji osób niepełnosprawnych; środowiska naturalnego, jego ochrony i powinności ludzi wobec otaczającego ich świata. W audycjach o tematyce rolnej podejmowano m.in. tematykę: dostosowania polskiej wsi do standardów Unii Europejskiej, dostępu do środków na unowocześnianie gospodarstw, poprawienia infrastruktury wiejskiej czy gminnej; bezpieczeństwa żywnościowego. W 2005 roku Redakcja wyprodukowała łącznie 851 godzin programu, z czego 556 godzin dla Jedyńki, 285 godzin dla Trójki oraz 10 godzin dla Polskiego Radia BIS.

- **Redakcja Pasm Muzyczno-Publicystycznych**

Realizuje audycje poradnicze, publicystyczne, kulturalno-informacyjne i popularyzujące wiedzę, na zlecenie wszystkich anten PR SA, w ścisłej współpracy z redakcjami: Popularyzacji Wiedzy i Edukacji, Społeczno-Gospodarczą, Kultury, Muzyki Popularnej oraz Aktualności. Redakcja realizuje audycje w stałych pasmach w każdym z Programów Polskiego Radia. W Programie 1 były to m.in. tematy związane z bieżącymi sprawami kulturalnymi i edukacją (np. cykl prezentujący klasykę literacką XIX wieku, cykl prezentujący ważne rocznice - m.in. 60. Powstania Warszawskiego i 25-lecia "Solidarności", cykl *Z Archiwum R* - historia reportażu radiowego (prezentacja bogatych zbiorów *Archiwum Polskiego Radia*), cykl *Cztery Strony Świata* prezentujący najciekawsze zakątki kuli ziemskiej z udziałem podróżników i przewodników). W Programie 3 w cyklach: *Trzecie śniadanie*, *Radiowy Dom Kultury* oraz *Orzech i reszta* prezentowano różnorodne wydarzenia, zjawiska i trendy, m.in. w świecie kultury. W Programie 4, w cyklu *Marker*, komentowano aktualne wydarzenia ze świata nauki, kultury i ekonomii, w cyklu *Zostaw wiadomość* eksperci udzielali porad w dziedzinie psychologii, psychiatrii i socjologii. W 2005 roku audycje wyprodukowane przez Redakcję Pasm Muzyczno-Publicystycznych zajęły: w Jedynce łącznie 2100 godzin, w Trójce – 1869 godzin, w PR BIS – 2839 godzin.

- **Redakcja Kultury**

Koordynuje obecność tematyki kulturalnej na wszystkich antenach. W ubiegłym roku zostały odnotowane w programach wszystkie najważniejsze wydarzenia, przygotowano różnorodną ofertę dla słuchaczy. We wszystkich programach nadawano wydzielone serwisy kulturalne, audycje publicystyczne związane z kulturą, w tym audycje literackie omawiające nowości wydawnicze i prezentujące rozmowy z autorami i krytykami oraz czytano fragmenty prozy i poezji. W 2005 roku audycje wyprodukowane przez Redakcję Kultury zajęły: w Jedynce łącznie 136 godzin, w Dwójce - 1931 godzin, w Trójce - 365 godzin, w PR BIS – 958 godzin.

- **Teatr Polskiego Radia**

Przygotowuje słuchowiska, spektakle, audycje literackie, literacko-dokumentalne i edukacyjne. Zajmuje się organizacją festiwali sztuki radiowej, konkursów słuchowisk itp. we współpracy z komórkami producenckimi. W minionym roku w Programie 1 nadano 234 słuchowiska premierowe, w tym: w cyklu *Scena Współczesna* - 32 tytuły, w cyklu *Scena Poezji i Klasyki* - 46 tytułów, w cyklu *Scena Uśmiechu* - 21 słuchowisk komediowych, w cyklu *Opowieści Niesamowite* - 21 premierowych słuchowisk dla amatorów suspense, 8 słuchowisk z repertuaru Naczelnej Redakcji Programów Katolickich. Wyprodukowano także po 53 odcinki powieści *Matysiakowie* i *W Jezioranach*. Z kolei w cyklu *Scena Wspomnień* nadano 8 powtórzeń najśłynniejszych słuchowisk w kreacji wybitnych polskich aktorów. Na antenie ukazywał się również cotygodniowy magazyn *ZSYP*. W Studiu im. W.

Lutosławskiego i Agnieszki Osieckiej odbywały się w minionym roku przedsięwzięcia artystyczne pod nazwą *Teatr Polskiego Radia na żywo w Jedyńce*. Na antenie Polskiego Radia BIS nadano 130 odcinków słuchowisk w cyklu *Radiopowieść*. W 2005 roku nagrano ok. 584 godziny tego typu audycji (o 53 godziny mniej niż w 2004 roku).

- **Redakcja Muzyki Poważnej**

Przygotowuje ofertę muzyczną stosownie do wymogów i brzmienia poszczególnych anten oraz wykonuje zamówienia dla nich, głównie dla Dwójki. W Programie 1 redakcja ta tworzyła trzy tytuły audycji prezentujących wybrane najistotniejsze wątki historii muzyki europejskiej, poświęcone wielkim postaciom polskiej i europejskiej kultury muzycznej. Z racji XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F. Chopina, nadawano bieżące komentarze tego najważniejszego muzycznego wydarzenia 2005r. W Programie 2 nadawano audycje autorskie (m.in. prezentujące muzykę jazzową) oraz transmisje z najważniejszych krajowych i zagranicznych koncertów oraz festiwalu (m.in. z Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Współczesnej – *Warszawska Jesień*, z XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. F. Chopina, z Międzynarodowego Festiwalu *Wratislavia Cantans*, z Festiwalu Wagnerowskiego w Bayreuth). W Programie 4 Redakcja tworzyła autorskie audycje poświęcone muzyce poważnej. W 2005 roku muzyce poważnej poświęcono w sumie: w Jedyńce - 81 godzin, w Dwójce – 5842 godziny.

- **Redakcja Muzyki Popularnej**

Koordynuje prace związane z bazami muzycznymi i autorskimi audycjami muzycznymi. W 2005 r. stworzono nową, komplementarną formułę muzyczną czterech programów, dokonano wyrazistego podziału anten na określone formaty muzyczne uwzględniające preferencje słuchaczy. W Jedyńce prezentowana była muzyka popularna oraz dorobek polskiej muzyki rozrywkowej. Oferta muzyczna Trójki była bardzo różnorodna – prezentowano muzykę taneczną, jazz, poezję śpiewaną, rock, pop oraz muzykę „nowego brzmienia”. Program BIS adresował ofertę muzyczną do ludzi młodych. Emitowano tu muzykę rockową i klubową, R&B, hip-hop, dancehall, muzykę elektroniczną oraz nagrania inspirowane muzyką etniczną. W 2005 roku nadano w sumie 1744 godziny muzyki popularnej w Programie 1, 3027 godzin w Programie 3 oraz 2959 godzin w Programie 4.

- **Redakcja Popularyzacji Wiedzy i Edukacji**

Koordynuje prace związane z audycjami edukacyjnymi oraz propaguje różne dziedziny wiedzy w sposób odmienny w każdym z czterech programów, zgodny z formatem każdej z anten. W minionym roku redakcja wyprodukowała: audycje upowszechniające najnowsze i największe osiągnięcia nauki i techniki, popularyzujące wiedzę z różnych dziedzin, prezentujące humanistyczny wymiar współczesnych badań przyrodniczych i objaśniające procesy społeczne, a także upowszechniające poprawną polszczyznę (omawiające zjawiska językowe zachodzące na przełomie wieków, wpływ języków obcych na język polski) i upowszechniające znajomość języków obcych, jak również popularyzujące zdrowy tryb życia i promujące bezpieczny Internet. Tak jak co roku, również w 2005 roku zorganizowano Piknik Naukowy Radia BIS, tym razem pod hasłem *Fizyka na fali*. Jest to największy happening popularnonaukowy w Europie Środkowej. Odbywa się na Rynku Nowego Miasta i na Podzamczu w Warszawie. W 2005 roku redakcja zrealizowała 83 godziny nagrań w Jedyńce, 9 godzin w Dwójce, 199 godzin w Trójce oraz 1130 godzin w PR BIS.

- **Naczelna Redakcja Programów Katolickich**

Koordynuje tematykę religijną we wszystkich programach Polskiego Radia SA oraz realizuje audycje w stałych pasmach w każdym z programów Polskiego Radia. W każdym z czterech programów redakcja realizuje stałe pozycje o tematyce religijnej oraz szereg audycji specjalnych, emitowanych w ważniejsze święta kościelne (Wielkanoc, Boże Narodzenie, Wszystkich Świętych i in.). Spośród audycji mających stałe miejsce w ramówce, w minionym roku wyemitowano w Programie 1: *Abyś dzień święty święcił* (niedzielne rozważania), *Myśli na dobry dzień* (wybrane myśli z nauczania papieskiego), *Nie tylko z ambony* (refleksje biskupa polowego L.S. Głodzia), *Z życia Kościoła* (magazyn informacyjny), *Moja i twoja nadzieja* (wieczne rozmowy, rozważania z udziałem słuchaczy), transmisje niedzielnej Mszy św. z Bazyliki św. Krzyża w Warszawie oraz słuchowisko przy współpracy z Teatrem PR. W Programie 2 nadawano: *Słowo na dzień* (codzienny felieton) oraz *Lumen - światło wiary i kultury* (magazyn kulturalny). W Programie 3 wyemitowano *Muzyczne rozmowy* (audycję na żywo, poświęconą muzyce chrześcijańskiej). W programie PR BIS nadawano audycję religijną adresowaną do dzieci (*Grasz i masz*) oraz społeczną audycję kontaktową adresowaną do młodzieży (*Zostaw wiadomość*). W 2005 roku powstało 370 godzin tego typu audycji (o 146 godzin więcej niż w 2004 roku).

- **Redakcja Audycji Religijnych**

Polskie Radio SA zawarło porozumienia z 9 kościołami i wyznaniami na nadawanie swoich audycji religijnych, w tym - z 7 kościołami należącymi do Polskiej Rady Ekumenicznej: Prawosławnym, Ewangelicko-Augsburskim, Ewangelicko-Reformowanym, Ewangelicko-Methodystycznym, Baptystów, Starokatolickim Mariawitów i Polskokatolickim (porozumienie z 14 lipca 2004 roku), z Kościołem Adwentystów Dnia Siódmego (porozumienie z 30 listopada 1998 roku) oraz ze Związkiem Gmin Wyznaniowych Żydowskich (aneks z 1981 roku). Oprócz audycji religioznawczych, religijno-historycznych, reportaży lub dokumentów, nadawanych z okazji świąt oraz transmisji nabożeństw, w poszczególnych programach nadawano w ubiegłym roku audycje religijne i ekumeniczne. W Programie 1 była to audycja *Kościół w Polsce i na świecie*, w Programie 2 - *Pięć minut nad Biblią*, w programie PR BIS niedzielny felieton lub reportaż poświęcony zagadnieniom ekumenicznym.

- **Studio Reportażu i Dokumentu**

Przygotowuje reportaże i dokumenty radiowe dla wszystkich programów Polskiego Radia. Oferta dostosowana jest do charakteru poszczególnych anten – reportaże ukazujące realia życia w rozmaitych dziedzinach oraz audycje dokumentalne – w kontekście m.in. rocznic (np. 25-lecie „Solidarności”). Komórka ta prowadzi również akcje medialne, a także organizuje konkursy w dziedzinie reportażu i dokumentu radiowego. W ubiegłym roku zorganizowano m.in. *Spotkania z reportażem* w Klubie Księgarza w Warszawie z okazji 80-lecia Polskiego Radia, Galę Reportażystów *Melhiory* w Teatrze na Woli w Warszawie, Spotkanie w Kościele Środowisk Twórczych w Warszawie pod hasłem *Radiowi Twórcy Janowi Pawłowi II*, seminarium i ogólnopolski konkurs na reportaż pod hasłem *Wspólna Europa* w Bukowym Dworze k. Łagowa. W 2005 roku Studio wyprodukowało 145 godzin reportażu i dokumentu (o 2 godziny mniej niż w 2004 roku).

- **Radiowe Centrum Kultury Ludowej**

Zajmuje się dokumentacją polskiej i światowej kultury ludowej oraz kultury ludowej mniejszości narodowych i etnicznych oraz Polaków zamieszkałych poza granicami kraju.

Tworzy audycje i nagrania dokumentalne, organizuje imprezy i koncerty oraz sprawuje mecenat nad kulturą ludową. Audycje wyprodukowane przez RCKL emitowano we wszystkich programach Polskiego Radia. Były to stałe magazyny np.: *Kiermasz pod kogutkiem* w Programie 1 (relacje z przeglądów twórczości ludowej oraz prezentacja sylwetek twórców - artystów ludowych różnych dziedzin), *Żywy świat* w Programie 2 (prezentacja polskiej kultury ludowej i jej twórców, odwołania do sztuki ludowej mniejszości narodowych i etnicznych); audycja autorska W. Ossowskiego w Programie 3, prezentująca polską muzykę folkową, audycja *Nocne mocne* w Programie 4, w której prezentowano nagrania i koncerty muzyki etnicznej Polski i świata. W 2005 roku przygotowano 850 godzin tego typu audycji (o 323 godziny więcej niż w 2004 roku).

- **Orkiestry i Chór Polskiego Radia**

Polskie Radio finansuje działalność trzech orkiestr radiowych: Narodowej Orkiestry Symfonicznej PR, Orkiestry Kameralnej PR Amadeus w Poznaniu, Polskiej Orkiestry Radiowej w Warszawie oraz Chóru Polskiego Radia w Krakowie. W omawianym okresie wzięły one udział w licznych koncertach oraz festiwalach krajowych i zagranicznych (*I Festiwal Muzyki Polskiej w Krakowie*, *60 Międzynarodowy Festiwal Chopinowski*, *Warszawska Jesień*, *Forum Lutosławskiego w Warszawie*, *Muzyka w Starym Krakowie*, *XI Międzynarodowy Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej*, *Wratlavia Cantans*, *Festiwal Wielkanocny Ludwiga van Beethovena* i *Festiwal Muzyczny Polskiego Radia*). Utwory orkiestr oraz chóru Polskiego Radia były wykorzystywane w poszczególnych programach PR SA oraz zarejestrowano je na płytach CD i DVD.

- **Wydział Zarządzania Studiami**

Koordynuje działalność koncertową i organizuje koncerty w studiach im. W. Lutosławskiego i A. Osieckiej; organizuje nagrania muzyczne w studiach nagraniowo-koncertowych, realizuje eksperymentalne formy radiowe oraz nagrania muzyki filmowej, teatralnej, realizuje nagrania orkiestr i chóru Polskiego Radia; rejestruje konkursy, festiwale i koncerty. W 2005 roku powstało 528 godzin takich nagrań (o 29 godzin mniej niż w 2004 roku), z tego 302 godziny muzyki klasycznej, 186 muzyki rozrywkowej oraz 40 godzin nagrań w Studiu Eksperymentalnym.

- **Redakcja Internetowa**

Przygotowuje i obsługuje portal Polskiego Radia SA. W 2005 roku kontynuowała prace nad dalszym rozwojem serwisu internetowego. Stworzono nowy serwis internetowy Jedyńki, Dwójki oraz BIS, serwis specjalny poświęcony pamięci Jana Pawła II, serwisy poświęcone: Konkursowi Chopinowskiemu, rocznicy powstania „Solidarności”, wyborom parlamentarnym i prezydenckim. Obsługiwano Internetowy serwis gospodarczy. Na stronach Polskiego Radia pojawił się także reportaż multimedialny *Świdnik 1980 – 2005* oraz serwisy związane z 80-leciem Polskiego Radia: historia multimedialna Polskiego Radia 1925 – 2005 i multimedialna wycieczka po Polskim Radiu.

- **Radiowa Agencja Fonograficzna**

Zajmuje się wydawaniem płyt prezentujących muzykę klasyczną i rozrywkową oraz płyt edukacyjnych. W 2005 roku wyprodukowano 58 płyt (o 1 płytę więcej niż w 2004 roku), w tym 15 pozycji misyjnych i 43 komercyjnych.

- **Centrum Historii Polskiej Radiofonii**

Zajmuje się gromadzeniem dóbr kultury i materiałów dokumentacyjnych związanych z historią i rozwojem Polskiego Radia SA i radiofonii polskiej. W ubiegłym roku w ramach działań Centrum kontynuowano tworzenie komputerowego *Katalogu Wiedzy o Radiu*, nagrywanie wywiadów z zasłużonymi radiowcami oraz współpracę z Radiem Ukraińskim. Prowadzono nadal prace badawcze i archiwistyczne związane z dziejami polskiej radiofonii w ośrodkach zagranicznych (Londyn, Heleny – Wielka Brytania, Samara, Saratów, Moskwa – Rosja) oraz zakończono prace nad nową poprawioną i uzupełnioną wersją „Kalendarium Polskiego Radia”, przygotowaną z zamiarem umieszczenia jej na stronach internetowych PR SA. Wydano „Przeminęło z radiem” - monografię Zygmunta Chamca – założyciela i pierwszego dyrektora Polskiego Radia SA autorstwa Ryszarda Miazka. Zakończono także prace redakcyjne nad tomem 2 (2005/2006) rocznika „Z dziejów polskiej radiofonii” oraz prace nad wydaniem „Leksykonu Twórców Polskiego Radia” tom 1 (100 haseł). Opracowano 50 biogramów do „Leksykonu Twórców Polskiego Radia” tom 2. Zorganizowano konferencje popularnonaukowe: „Polskie Radio – radio w Polsce” - na Uniwersytecie Warszawskim oraz „Ojcowie Założyciele radiofonii europejskich” - międzynarodowa konferencja w Polskim Radiu SA. W Muzeum Techniki w Warszawie zorganizowano wystawę „80 LAT POLSKIEGO RADIA”. Ponadto na antenie Jedynki realizowano comiesięczny cykl audycji „W RADIU – O RADIU”, prezentujący m.in. najciekawsze materiały z dziejów polskiej radiofonii.

- **Archiwum Polskiego Radia**

Zajmuje się gromadzeniem, opracowywaniem i udostępnianiem materiałów wytworzonych przez Programy Polskiego Radia. W ubiegłym roku Archiwum przygotowało i opracowało okolicznościowe katalogi tematyczne: *Polska i Solidarność „Sierpień 1980 - Grudzień 1981”*, *Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, nagrania archiwalne 1955-1975*, *II Wojna Światowa, 80 - lecie PR SA*. W 2005 roku zarchiwizowano na taśmach analogowych, płytach CD i kasetach DAT 53394 godzin nagrań (ponad osiem razy więcej niż w 2004 roku).

W 2005 roku Polskie Radio SA poświęciło w swoich programach szczególną uwagę - przygotowując specjalne audycje, transmitując i relacjonując wydarzenia i uroczystości – następującym ważnym wydarzeniom politycznym, kulturalnym, religijnym, społecznym i sportowym:

- Jubileuszowi 80-lecia Polskiego Radia,
- Kampanii wyborczej do Parlamentu,
- Kampanii wyborczej na Urząd Prezydenta RP,

- Postaci Papieża Jana Pawła II w czasie Jego choroby i śmierci - zmiana ramówek, zmiana brzmienia anten (liczne wypowiedzi, debaty, rozmowy, specjalne audycje, transmisje i relacje ze wszystkich wydarzeń oraz archiwalne nagrania Papieża),
- Roczniemu członkostwu Polski w Unii Europejskiej – informacje, audycje poradnicze, edukacyjne o funkcjonowaniu instytucji europejskich, obecności i roli Polski w UE, zachodzących zmianach w Polsce po przystąpieniu do Unii Europejskiej,
- 25-lecie „Solidarności” - bogata oferta audycji okolicznościowych - debaty, nagrania archiwalne, informacje, relacje i transmisje z wydarzeń rocznicowych,
- 60. rocznicy wyzwolenia Obozu Auschwitz – Birkenau – m.in. zorganizowanie stanowisk sprawozdawczych dla kilkudziesięciu światowych radiofonii,
- Obchodom Roku Mikołaja Reja i Roku Adama Mickiewicza – zaprezentowano na antenie dzieła wybitnych polskich poetów, audycje okolicznościowe, recenzje z wydarzeń kulturalnych, zorganizowano spektakle w Radiowym Studiu Koncertowym im. W. Lutosławskiego oraz im. A. Osieckiej,
- XV Międzynarodowemu Konkursowi Pianistycznemu im. Fryderyka Chopina – nadano transmisje i relacje z wszystkich etapów Konkursu w Programie 2, w pozostałych przygotowano audycje podsumowujące każdy dzień przesłuchań z komentarzami krytyków muzycznych i rozmowami z uczestnikami,
- Festiwalowi EBU „Muzyczne miasta: Warszawa”,
- VI Festiwalowi Muzyki Folkowej Polskiego Radia „Nowa Tradycja” 2005 – organizatorem i pomysłodawcą jest Radiowe Centrum Kultury Ludowej. Celem Festiwalu jest promocja polskiej muzyki folkowej opartej na tradycyjnych źródłach, wykorzystującej nowe opracowania. W jubileuszowym 2005 roku Festiwal odbył się w Gdańsku. Wszystkie koncerty były transmitowane przez Program 2,
- XXVI Festiwalowi Folkowemu Europejskiej Unii Radiowej w Gdańsku – transmisja 21 koncertów,
- V Krajowemu Festiwalowi Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji „Dwa Teatry” Sopot 2005 – wspólna inicjatywa Telewizji Polskiej i Polskiego Radia, łącząca walory spotkania warsztatowego środowiska z prezentacją dorobku i jego oceną przez szeroką publiczność,
- Literackim Festiwalom Twórczości Pisarzy Polskich - Henryka Odojewskiego i Sławomira Mrożka – Program 2 nadał premiery słuchowisk, audycje prezentujące twórczość pisarzy, „Zagadki literackie” i audycje publicystyczne,
- VII Festiwalowi Muzycznemu Polskiego Radia, organizowanemu pod hasłem: „80 lat na antenie”, przypominającemu dzieła kompozytorów związanych z Polskim Radiem – w Studiu im. W. Lutosławskiego odbyło się 5 koncertów,
- Polskie Radio kontynuowało działania promujące oświatę i naukę: IX Piknik Naukowy Polskiego Radia BIS pod hasłem „Fizyka na fali” z udziałem 130 instytucji naukowych, badawczych i edukacyjnych z Polski oraz 8 krajów Europejskich,
- Polskie Radio obsługiwało i relacjonowało najważniejsze wydarzenia sportowe - transmisja meczów I ligi piłki nożnej i Pucharu UEFA oraz relacje z wyścigów kolarskich.

Programy ogólnokrajowe Polskiego Radia SA

Polskie Radio SA nadało w 2005 roku w czterech programach ogólnokrajowych łącznie 35040 godzin programu.

Zgodnie z wieloletnim planem rozwoju Polskiego Radia, strategia programowa na 2005 rok zakładała kontynuację realizacji zadań rozpoczętych wcześniej. Podobnie jak w latach poprzednich poszczególne anteny były wyraźnie sprofilowane i tworzyły uzupełniającą się ofertę programową dla słuchaczy.

Głównym kanałem informacyjnym Polskiego Radia był w dalszym ciągu Program 1, w którym dominowała informacja i publicystyka. Wydarzenia z dziedziny kultury upowszechniał Program 2, o profilu muzyczno-literackim. Szczególnie istotne były w ubiegłym roku działania związane z przeformatowaniem Programu 3 - „Trójki” jako informacyjno-rozrywkowego programu dla ambitnych słuchaczy w wieku 20 - 40 lat oraz programu PR BIS - „Biski” jako „myśląco-poznawczego” radia najmłodszej i młodej generacji.

Udział różnych rodzajów audycji w poszczególnych programach i w łącznym czasie emisji programów ogólnokrajowych Polskiego Radia w 2005 roku przedstawiono w tabeli poniżej:

Rodzaje audycji	Program 1	Program 2	Program 3	Radio BIS	W czterech programach PR SA łącznie	
	dane w odsetkach rocznej liczby godzin programu				liczba godzin	%
Informacyjne	18,0%	4,1%	8,3%	3,4%	2962	8,5%
Publicystyczne	20,5%	9,2%	9,7%	10,4%	4363	12,5%
Edukacyjno-poradnicze	3,5%	2,0%	1,5%	13,2%	1772	5,1%
Religijne	3,0%	0,5%	0,3%	0,4%	375	1,1%
Literackie i formy udratyzowane	1,9%	7,6%	0,4%	0,8%	936	2,7%
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	1,4%	0,0%	3,0%	0,7%	447	1,3%
Sportowe	3,0%	0,0%	0,7%	0,8%	397	1,1%
Audycje dla dzieci i młodzieży	0,5%	0,0%	0,8%	0,0%	118	0,3%
Inne audycje słowne i słowno-muzyczne	5,4%	10,4%	5,7%	8,4%	2613	7,5%
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne (bez autopromocji i elementów płatnych)	57,2%	33,8%	30,4%	38,1%	13983	39,9%
Muzyka w programie	40,2%	64,9%	66,5%	60,2%	20306	58,0%
Autopromocja	0,6%	1,0%	0,6%	1,1%	281	0,8%
Reklama	2,0%	0,2%	2,5%	0,6%	470	1,3%
Liczba godzin nadanego programu (100%)	8760	8760	8760	8760	35040	100%

Jak wynika z powyższych danych, najwięcej czasu spośród słownych pozycji programu Polskie Radio SA przeznaczyło na publicystykę (12,5%). Podobnie jak w latach ubiegłych publicystyka dominowała w Programie 1, w którym jej udział w rocznym czasie emisji był dwukrotnie wyższy niż w pozostałych trzech programach. We wszystkich czterech programach odsetek audycji publicystycznych zwiększył się w stosunku do 2004 roku - o około 0,5% w Programie 1 i Radiu BIS, o ponad 1% w Programie 2 i o 2% w Programie 3.

Wysoką pozycję we wszystkich programach zajęła informacja - 8,5% łącznego czasu nadawania czterech programów PR SA. Zgodnie z założonym przez nadawcę profilem programu, podobnie jak w 2004 roku, najwięcej audycji informacyjnych nadano w Programie 1 (18%). Najmniej audycji informacyjnych nadano w Radiu BIS (3,4%).

W 2005 roku na trzecim miejscu, podobnie jak w latach ubiegłych, wśród słownych pozycji programów znalazły się audycje edukacyjne i poradnicze, stanowiące 5,1% łącznego czasu nadawania czterech programów. Najwięcej audycji edukacyjno-poradniczych nadawało Radio BIS (13,2%), a najmniej Program 3 (1,5%).

Audycje literackie i formy udratyzowane zajęły 2,7% łącznego czasu nadawania czterech programów. Ich udział w stosunku do roku 2004 zwiększył się o 0,3 punktu procentowego. Najwięcej nadano ich w Programie 2 (7,6%), a najmniej w Programie 3 (0,4%).

Audycje rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne) zajęły 1,3% rocznego czasu nadawania programu, czyli nieco mniej niż w 2004 roku. Najwięcej nadano ich w Programie 3 (3%), najmniej - w Radiu BIS (0,7%). W Programie 2 nie nadawano w ubiegłym roku audycji rozrywkowych.

Audycje sportowe zajęły 1,1% łącznego czasu emisji czterech programów, czyli również trochę mniej niż w roku 2004. Największy ich udział zanotowano w Programie 1 (3%). W Programie 2 nie nadawano tego rodzaju audycji.

Audycje religijne, podobnie jak w poprzednim roku, zajęły około 1% łącznego czasu nadawania czterech programów. Najwięcej audycji religijnych nadano w Programie 1 (3%), a najmniej w Radiu BiS (0,4%) i w Programie 3 (0,3%).

Audycje dla dzieci i młodzieży stanowiły 0,3% łącznego czasu nadawania czterech programów - o niemal 3% mniej niż w 2004 roku. Nadawano je w dwóch programach (Program 1 i Program 3) na poziomie 0,5-0,8%. W Programie 2, podobnie jak w latach poprzednich, nie nadawano tego rodzaju audycji. W ubiegłym roku audycji dla dzieci i młodzieży nie nadawało także Radio Bis, które w latach poprzednich nadawało ich najwięcej.

Muzyka zajęła 58% rocznego czasu emisji programu, czyli mniej niż w 2004 roku (62,7%). Jej udział zmalał w trzech programach (wzrósł o 3% tylko w Radiu Bis). Najwięcej czasu zajęła muzyka w Programie 3 (66,5%) i w Programie 2 (64,9%). Najmniej czasu muzyka zajęła w Programie 1 (40,2%).

Polskie Radio przeznaczało stosunkowo niewiele czasu antenowego na promocję i zapowiedzi własnych audycji (0,8% w czterech programach łącznie). Udział autopromocji wynosił od 0,6% rocznego czasu emisji w Programie 1 i 3 do 1,1% w programie BiS.

Analiza udziału wymienionych rodzajów audycji w czterech programach PR w ciągu ostatnich 5 lat (2001-2005) pozwala dostrzec pewne tendencje rysujące się w kształtowaniu programu. Obrazuje to poniższa tabela:

Rodzaje audycji	dane w odsetkach łącznego czasu emisji 4 programów w roku:				
	2001	2002	2003	2004	2005
Informacyjne	7,8%	9,2%	9,4%	8,6%	8,5%
Publicystyczne	20,4%	18,7%	14,3%	11,2%	12,5%
Edukacyjno-poradnicze	8,3%	9,4%	7,5%	5,1%	5,1%
Religijne	1,4%	1,5%	1,2%	1,0%	1,1%
Literackie i formy udramatyzowane	3,3%	3,4%	2,9%	2,4%	2,7%
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	2,3%	2,7%	1,2%	1,6%	1,3%
Sportowe	1,6%	1,7%	1,4%	1,5%	1,1%
Audycje dla dzieci i młodzieży	5,2%	4,0%	2,7%	3,1%	0,3%
Razem audycje słowne i słowno-muzyczne (bez autopromocji i elementów płatnych)	50,5%	50,7%	47,5%	35,5%	39,9%
Muzyka w programie	46,4%	43,7%	50,7%	62,7%	58,0%
Liczba godzin nadanego programu (=100%)	35 040	35 040	35040	35136	35 040

Z przedstawionych danych wynika, że udział słowa, który w programach PR SA w poprzednich latach systematycznie malał, wzrósł nieco w ubiegłym roku. W roku 2005 był o 4 punkty procentowe wyższy niż w 2004 roku (choć w dalszym ciągu o ponad 7 punktów niższy niż w roku 2003 i aż o ponad 10 punktów procentowych niższy niż w roku 2001).

Wysoką pozycję wśród słownych pozycji programu zajmują audycje informacyjne. Ich udział po systematycznym wzroście w poprzednich latach, zmniejszył się o niemal 1% w 2004 roku. Nieznaczna tendencja malejąca utrzymała się także w 2005 roku (o 0,1%).

W warstwie słownej wszystkich czterech programów Polskiego Radia dominowały audycje publicystyczne. Ich udział, który w poprzednich latach systematycznie malał, w roku 2005 ponownie wzrósł (o ponad 1%). Jednak w porównaniu z rokiem 2001 był on niższy o niemal 8 punktów procentowych.

Udział audycji edukacyjno-poradniczych, który również systematycznie spadał, w roku 2005 utrzymał się na tym samym poziomie co rok wcześniej (5,1%).

Na stałym poziomie (w granicach 1-1,5%) utrzymuje się w ciągu ostatnich pięciu lat udział audycji religijnych.

Udział audycji literackich i form udramatyzowanych w latach 2002-2004 systematycznie malał. Jednak w roku ubiegłym nieznacznie wzrósł (o 0,3%).

Udział audycji rozrywkowych w ubiegłym roku nieco zmalał w porównaniu z rokiem 2004. Ten wahający się (wzrost i spadek) udział audycji rozrywkowych obserwuje się od pięciu lat.

Zmniejszył się w porównaniu z rokiem 2004 udział w programie audycji dla dzieci i młodzieży (o 2,8%). Jest to tendencja obserwowana od pięciu lat.

Program 5 Polskiego Radia SA

Radio Polonia - Program 5 PR SA w 2005 roku nadał 11 498 godzin programu, z czego ponad trzy czwarte, tj. 8760 godzin (76,2%) stanowiły audycje premierowe, natomiast pozostałą część czyli 2738 godzin (tj. 23,8%) - powtórzenia i retransmisje audycji na innych częstotliwościach Polskiego Radia. Program nadal był tworzony w 7 redakcjach językowych: polskiej, angielskiej, białoruskiej, rosyjskiej, ukraińskiej, niemieckiej i esperanto.

Udział poszczególnych redakcji w wytworzonym programie kształtował się następująco: redakcja polska i redakcja angielska - po 22,2% rocznego czasu nadawania, redakcja rosyjska - 17,5%, redakcja białoruska - 12,7%, redakcja ukraińska - 9,6%, redakcja esperanto i redakcja niemiecka - po 7,9%.

W 2005 r. wymienione redakcje nadały najwięcej audycji publicystycznych - 37,4%, informacyjnych - 24,7% oraz muzyki - 15,6%. Natomiast udział w programie pozostałych audycji kształtował się następująco: audycje edukacyjne i poradnicze - 5,1%, audycje religijne - 3,9%, audycje dla dzieci i młodzieży - 2,8%, audycje rozrywkowe - 2,1%, audycje literackie i formy udratyzowane - 1,9%, audycje o tematyce sportowej - 0,7%, inne audycje słowne i słowno-muzyczne - 3,4%, autopromocja i zapowiedzi - 2,3% oraz płatne elementy programu - 0,1%.

Zawartość programu Radia Polonia w 2005 r. uległa nieznacznej zmianie w porównaniu z programem nadanym w 2004 r. - zmniejszył się udział audycji tworzonych przez redakcje: polską i ukraińską na rzecz pozostałych redakcji. Zmieniła się także struktura gatunkowa nadanego programu - w porównaniu z 2004 rokiem zwiększył się w nim udział audycji informacyjnych, publicystycznych i muzyki, natomiast zmalał - audycje edukacyjnych i poradniczych, literackich i form udratyzowanych oraz rozrywkowych.

Cele programowe realizowane przez poszczególne redakcje Radia Polonia wynikają z przedstawianej corocznie przez Ministra Spraw Zagranicznych założeń polskiej polityki zagranicznej oraz Rządowego Programu Współpracy z Polonią i Polakami za Granicą. W 2005 r. priorytetem było członkostwo Polski w Unii Europejskiej. Dlatego też na antenie Radia Polonia podejmowano tematy takie jak: globalizacja gospodarki, konkurencja ze strony sąsiadów z regionu, anonimowość polskiej gospodarki oraz aspiracje polskiego społeczeństwa. W minionym roku Radio Polonia obsługiwało najważniejsze wydarzenia polityczne, kulturalne i gospodarcze. Tematami wiodącymi na antenie w 2005 roku były:

- Śmierć Jana Pawła II - poza realizacją zadań informacyjnych dziennikarze Radia Polonia brali udział w dyskusjach i panelach organizowanych przez europejskie stacje radiowe.
- Wybory parlamentarne i prezydenckie - poza obligatoryjnymi audycjami nadawanymi przed wyborami parlamentarnymi, nadawano audycje własne: komentarze, opinie oraz informacje o przebiegu kampanii i wynikach wyborów.
- Jubileusz 80-lecia Polskiego Radia uczczono cyklami audycji poświęconych historii Polskiego Radia oraz relacjami z dwóch sesji naukowych zorganizowanych przez Polskie Radio.
- 25 rocznica powstania Solidarności - nadawano okolicznościowe audycje (kalendaria, audycje wspomnieniowe), relacje z przebiegu uroczystości rocznicowych, debaty antenowe dotyczące aspektów historycznych i znaczenia tych wydarzeń dla współczesnego kształtu Polski, Europy i świata.
- Konkurs Chopinowski - na antenie Radia Polonia przedstawiano historię Konkursu, wydarzenia, sylwetki laureatów, relacje oraz rozmowy z uczestnikami i laureatami.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

Program 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego w 2005 roku składał się z audycji, których rodzaje i udział w programie przedstawiono w poniższej tabeli.

Rozgłośnie Regionalne PR	Rodzaje audycji													
	Informacja	Publicystyka	Edukacja i poradnictwo	Religia	Literackie i formy udratunizowane	Reportaż	Rozrywka	Sport	Dla dzieci i młodzieży	Dla mniejszości narodowych i etnicznych	O mniejszościach narodowych i etnicznych	Muzyka w programie	Płatne elementy programu	Autopromocja
	odsetek rocznego czasu emisji													
Białystok	13,5	10,6	7,3	0,8	2,5	1,5	0,9	1,7	4,9	3,3	0,1	50,8	1,5	0,7
Bydgoszcz	8,7	10,5	9,2	0,4	1,5	1,6	1,2	3	2,3	0	0,1	59,3	1,6	0,5
Gdańsk	12,5	8,9	3,5	0,3	1,1	1,7	0,6	1,4	1	1,1	0,4	63,6	3,4	0,4
Katowice	10,6	12	9,6	1	1,6	0,7	1	3	0,4	0,3	0,3	55,2	2	2
Kielce	15,3	3,9	7,3	0,5	1,4	0,6	2,5	2,5	8,4	0,1	0	48,9	1,9	0,6
Koszalin	12,6	7,9	3,6	0,7	2,3	1	0,9	1,7	0,3	0,4	0,2	67	1	0,5
Kraków	10,4	13,1	4,7	0,3	2,1	1,6	0,7	6,6	0,3	0,3	0,8	56,3	1,6	1,2
Lublin	10,8	6,2	5,4	1,5	0,9	0,5	1,2	2,1	0,5	0	0,2	66,1	2,8	1,5
Łódź	9,6	6,4	6,4	0,3	0,8	1,2	1,4	1,7	1,3	0	0,1	66,5	1,1	2
Olsztyn	14,1	8	5,5	0,8	1,6	1,2	0,9	2,9	0,4	0,6	0,4	60,5	2,2	1
Opole	18,2	5,6	7	0,6	1,5	1,7	1,3	2	1,2	1,3	0,3	51,4	6,2	0,5
Poznań	12,2	6,9	4,3	0,7	0,5	0,5	1	1,9	2,4	0	0	65,7	3	1
Rzeszów	15,4	17,8	6,7	1	1,7	0,9	1,9	3,6	0,8	0,6	0	46,9	1,6	0,9
Szczecin	10,5	10,2	8,3	0,9	1,4	1,1	2	1,6	1,5	0,3	0	60,8	0,8	0,7
W-wa RDC	17,5	8,6	7,7	0,4	1	0,6	0,3	1,5	0,3	0	0	59,2	1,1	1,6
Wrocław	17,3	3,4	5,1	0,2	0,4	0,4	1,6	5,5	0	0,1	0,1	62,4	2,2	1,3
Zielona Góra	13,3	5,6	7	0,2	1,2	2,3	0,5	2,2	0,4	0	0	56,2	2,8	2,8
ŚREDNIO w siedemnastu rozgłoszeniach	13,1	8,6	6,4	0,6	1,4	1,1	1,2	2,7	1,6	0,5	0,2	58,4	2,2	1,1

Jak wynika z powyższych danych, udział warstwy słownej utrzymywał się na średnim poziomie 37,4% we wszystkich rozgłoszeniach. Najwięcej elementów słownych znalazło się w programach: rzeszowskim (50,4%) i białostockim (47,1%). Najmniejszy udział warstwy słownej (na poziomie 29%) odnotowano w rozgłoszeniach w Lublinie i Łodzi.

Najwięcej czasu spośród słownych pozycji programu rozgłośnie regionalne radia publicznego przeznaczyły na audycje informacyjne (średnio 13,1% w 17 rozgłoszeniach). Podobnie jak w roku 2004, największy udział audycji informacyjnych (17,3-18,2%) odnotowano w trzech rozgłoszeniach: w Opolu, Warszawie i Wrocławiu. Najmniej audycji informacyjnych nadano w programach rozgłośni bydgoskiej i łódzkiej.

Wysoką pozycję we wszystkich rozgłośniach zajęła publicystyka - średnio 8,6% łącznego czasu nadawania programu w 17 rozgłośniach. Największy udział publicystyki (niemal 18%) stwierdzono w programie rozgłośni w Rzeszowie, natomiast najmniejszy – w programach rozgłośni we Wrocławiu (3,4%) i w Kielcach (3,9%).

Podobnie jak w latach ubiegłych, na trzecim miejscu wśród słownych pozycji programów rozgłośni regionalnych znalazły się w 2005 roku audycje edukacyjne i poradnicze, stanowiąc średnio 6,4% programu wszystkich rozgłośni. Najwięcej audycji edukacyjno-poradniczych nadawano w programie w Katowicach (9,6%) i w Bydgoszczy (9,2%), a najmniej w Gdańsku i Koszalinie (po około 3,5%).

Audycje sportowe zajęły średnio 2,7% programu 17 rozgłośni. Najwięcej miejsca na tego typu audycje zarezerwowano na antenie rozgłośni w Krakowie (6,6%) i Wrocławiu (5,5%), najmniej: w Gdańsku, Warszawie i Szczecinie (po około 1,5%).

Audycje dla dzieci i młodzieży stanowiły średnio 1,6% łącznego czasu nadawania programu w 17 rozgłośniach. Zdecydowanie najwięcej tego typu audycji nadano w ubiegłym roku w Kielcach (8,4%). Najmniej audycji dla dzieci i młodzieży znalazło się w następujących programach: w Warszawie, Koszalinie i Krakowie (po 0,3%). Natomiast w programie wrocławskim nie nadawano w ogóle tego typu audycji.

Udział audycji literackich i form udratyzowanych kształtował się w 2005 roku na średnim poziomie 1,4% we wszystkich rozgłośniach. Najwięcej nadano ich w programach w Białymstoku (2,5%) i Koszalinie (2,3%), najmniej - we Wrocławiu (0,4%).

Audycje rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne) zajęły średnio 1,2% w 17 rozgłośniach. Najwięcej nadano ich w Radiu Kielce (3%), najmniej - w Warszawie (0,3%).

Reportaż i radiowy dokument literacki zajęły w programach 17 rozgłośni średnio 1,1%. Największy udział audycji tej kategorii pojawił się w programie rozgłośni zielonogórskiej (2,3%), a najmniejszy – w Radiu Wrocław, Kielce, Lublin i Poznań (po 0,4-0,5%).

Audycje religijne zajęły średnio 0,6% emisji programu we wszystkich rozgłośniach łącznie, z tego najwięcej audycji religijnych nadano w Lublinie (1,5%), a najmniej we Wrocławiu i Zielonej Górze (po 0,2%).

Niewiele mniej miejsca - średnio 0,5% programu wszystkich rozgłośni zajęły audycje dla mniejszości narodowych i etnicznych (w językach mniejszości). Spośród 11 rozgłośni nadających takie audycje w ubiegłym roku, najwięcej wyemitowano ich w programie Radia Białystok (3,3%), a najmniej - w Radiu Wrocław (0,1%).

Natomiast audycje o mniejszościach narodowych i etnicznych (w języku polskim) stanowiły 0,2% czasu trwania programu we wszystkich rozgłośniach. Spośród 10 rozgłośni, w których nadawano tego typu audycje, najwięcej miejsca zajęły w Radiu Kraków (0,8%), a najmniej - w programach w Białymstoku, Bydgoszczy, Łodzi i Wrocławiu (po 0,1%).

Średni udział emisji muzyki we wszystkich programach łącznie wynosił 58,4% rocznego czasu emisji tych programów. Najwięcej czasu zajęła muzyka w programach w Lublinie, Łodzi i Koszalinie (na poziomie 66-67%), a najmniej - w Kielcach (42%).

Rozgłośnie regionalne przeznaczały stosunkowo niewiele czasu antenowego na promocję i zapowiedzi własnych audycji (średnio 1,1% czasu antenowego we wszystkich programach) na promocję i zapowiedzi własnych audycji. Udział autopromocji kształtował się na poziomie od 0,8% w programie w Gdańsku do 2,8% w Zielonej Górze.

W porównaniu z rokiem 2004, w ubiegłym roku nieznacznie zmniejszył się udział warstwy słownej w większości rozgłośni. Najbardziej zmalał on w programie Radia Białystok (o 8%) i Kraków (o 7%). Natomiast największy wzrost udziału warstwy słownej odnotowano w programie Radia dla Ciebie (o 5,5%).

Spośród słownych pozycji programu w ubiegłym roku średni udział większości rodzajów audycji był niższy niż w roku 2004 (średnio o 0,1 - 0,6%). Zwiększył się jedynie udział w programie audycji dla dzieci i młodzieży (o 0,5%), sportowych (o 0,3%) i religijnych (o 0,2%).

Udział tematyki regionalnej w programie kształtował się w 2005 roku na średnim poziomie 27% czasu nadawania programu we wszystkich rozgłośniach. Najwięcej uwagi poświęcono tematyce regionalnej w programie rzeszowskim (44%), najmniej - w łódzkim (16,9%). Tematy regionalne w programach rozgłośni podejmowane były w ramach różnych rodzajów audycji słownych oraz w audycjach muzycznych. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w poniższej tabeli:

Rozgłośnie Regionalne PR	Odsetek rocznego czasu emisji tematyki regionalnej w:									Ogółem udział tematyki lokalnej w programie
	Informacji	Publicystyce	Edukacji i poradnictwie	Religii	Literackich i formach udramatyzowanych	Reportażach	Rozrywce	Sporcie	Audycjach muzycznych	
Białystok	9,9%	6,9%	7,0%	0,8%	1,9%	1,0%	0,4%	1,3%	2,7%	32,0%
Bydgoszcz	7,1%	7,6%	8,1%	0,3%	0,2%	1,1%	1,2%	2,9%	1,0%	29,4%
Gdańsk	10,0%	7,1%	2,5%	0,2%	0,4%	1,4%	0,0%	1,3%	7,3%	30,4%
Katowice	7,0%	9,8%	5,6%	0,7%	0,2%	0,5%	0,2%	2,2%	3,7%	29,9%
Kielce	8,4%	3,7%	5,0%	0,5%	0,3%	0,5%	1,0%	2,5%	2,8%	24,6%
Koszalin	9,3%	3,9%	1,4%	0,5%	0,4%	0,8%	0,3%	1,4%	1,2%	19,0%
Kraków	5,1%	9,7%	3,2%	0,3%	0,9%	1,0%	0,5%	6,2%	5,2%	32,1%
Lublin	8,6%	3,5%	2,7%	0,7%	0,1%	0,4%	0,1%	1,9%	0,6%	18,6%
Łódź	4,0%	4,5%	4,6%	0,3%	0,1%	1,2%	0,2%	1,6%	0,4%	16,9%
Olsztyn	10,0%	7,0%	5,1%	0,7%	0,8%	1,1%	0,5%	2,6%	2,7%	30,5%
Opole	9,8%	5,1%	5,2%	0,5%	0,6%	1,5%	0,7%	1,5%	3,4%	28,1%
Poznań	9,7%	4,7%	2,5%	0,2%	0,2%	0,4%	0,5%	1,3%	6,0%	25,4%
Rzeszów	11,7%	17,0%	5,2%	0,6%	0,3%	0,7%	0,8%	2,7%	5,1%	44,0%
Szczecin	4,6%	6,6%	4,1%	0,7%	0,1%	0,4%	0,1%	1,3%	0,6%	18,5%
W-wa RDC	7,6%	6,1%	4,3%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,7%	12,7%	32,0%
Wrocław	9,3%	2,0%	2,8%	0,1%	0,0%	0,2%	0,7%	3,4%	2,6%	21,1%
Zielona Góra	10,6%	3,4%	3,9%	0,0%	0,8%	2,1%	0,5%	1,7%	0,9%	23,9%
ŚREDNIO w siedemnastu rozgłośniach	8,4%	6,4%	4,3%	0,4%	0,4%	0,8%	0,5%	2,2%	3,5%	26,8%

Jak wynika z przedstawionych w tabeli danych, tematyka regionalna była podejmowana najczęściej w audycjach informacyjnych - średnio 8,4% rocznego czasu

nadawania programu stanowiły w ubiegłym roku informacje regionalne. Najwięcej informacji z regionu nadano w programie w Rzeszowie (11,7%), a najmniej - w Łodzi (4%).

W programach rozgłośni regionalnych nie zabrakło w 2005 roku publicystyki regionalnej, która zajęła średnio 6,4% programu wszystkich rozgłosniach łącznie. Największy udział audycji publicystycznych dotyczących problematyki regionalnej, niemal trzykrotnie powyżej średniej, odnotowano w programie rzeszowskim (17%). Najmniej publicystyki regionalnej nadano w programie wrocławskim (2%).

Na trzecim miejscu wśród audycji podejmujących tematy regionu zajęły audycje edukacyjno-poradnicze, stanowiące średnio 4,3% czasu nadawania we wszystkich rozgłosniach. Najczęściej wiedzę o regionie przekazywano w programie w Białymstoku (7%), a najrzadziej - w Koszalinie (1,4%).

Dość często podejmowana była tematyka regionalna w audycjach sportowych - 2,2% rocznego czasu emisji zajął regionalny sport. Trzykrotnie częściej w stosunku do średniej prezentowano sport w regionie krakowskim (6,2%). Najmniej miejsca zajęły regionalne audycje sportowe w programie warszawskim (0,7%).

Tematy regionalne podejmowano także w pozostałych rodzajach audycji słownych: religijnych, literackich i formach udratyzowanych, rozrywce i reportażach (na średnim poziomie 0,4-0,8%).

Audycje muzyczne i muzyka związana z regionem stanowiły w ubiegłym roku średnio 3,5% rocznego czasu emisji we wszystkich rozgłosniach. Najwięcej muzyki związanej z regionem nadano w programie warszawskim (12,7%), a najmniej - w lubelskim, łódzkim i szczecińskim (0,4-0,6%).

Programy miejskie radia publicznego

Programy miejskie nadawane są przez 3 rozgłosnie regionalne radia publicznego: we Wrocławiu - program Radio RAM, Zielonej Górze - program Radio Zielona Góra i program RMG 95,6 FM (Radio Miejskie Gorzowa) oraz w Koszalinie – program Radio Słupsk 95,3 FM. Rozgłosnie regionalne we Wrocławiu, Zielonej Górze i Koszalinie nadają program miejski na podstawie uchwał KRRiT:

- Radio RAM we Wrocławiu – na podstawie Uchwały nr 154/94 z dnia 4.11.1994 r., w której Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji *wyraziła zgodę na nadawanie przez Radio Wrocław SA programu miejskiego (...)*. Dla kontynuowania emisji tego programu przydzielono spółce Radio Wrocław SA częstotliwość 89,8 MHz i lokalizację nadajnika we Wrocławiu.
- Radio Słupsk w Koszalinie - na podstawie Uchwały KRRiT nr 486/99 z dnia 29.06.1999 r., w której określono, że program miejski będzie nadawany w wymiarze 2,5 godziny na dobę.
- Radio Zielona Góra - na podstawie Decyzji KRRiT nr 42/96 z dnia 12.07.1996 r., zgodnie z którą rozgłosnie regionalnej PR w Zielonej Górze - Radio Zachód przydzielona została częstotliwość 97,1 MHz na rozpowszechnianie lokalnego programu radiowego pod nazwą „Radio Zielona Góra”.
- Radio Miejskie Gorzowa (RMG 95,6 FM) - na podstawie Decyzji KRRiT nr 59/2000 z dnia 21.12.2000 r. ustalono, że na częstotliwości 95,6 MHz ze stacji nadawczej w Gorzowie Wielkopolskim będzie retransmitowany program regionalny z wydzielonymi

paszami programowymi zawierającymi audycje informacyjne i publicystyczne o tematyce lokalnej dla Gorzowa Wielkopolskiego, w wymiarze do 6 godzin na dobę. W czasie emisji lokalnego programu gorzowskiego nie mogą być nadawane reklamy, ogłoszenia i audycje sponsorowane inne niż w programie regionalnym.

Programy miejskie rozgłośni regionalnych radia publicznego nadały w 2005 roku łącznie 20608 godzin programu. Dwa programy - we Wrocławiu i w Zielonej Górze były nadawane całodobowo, w programie w Gorzowie nadano w ciągu roku niemal 2200 godzin programu, a w Słupsku – ok. 900 godzin. Struktura gatunkowa tych programów była zróżnicowana. Szczegółowe dane na temat udziału poszczególnych rodzajów audycji w programach miejskich w ubiegłym roku przedstawiono w poniższej tabeli.

Rodzaje audycji	Gorzów Wielkopolski	Słupsk	Wrocław	Zielona Góra	W czterech programach miejskich łącznie	
	dane w odsetkach rocznej liczby godzin programu				liczba godzin	%
Informacyjne	8,5%	14,5%	13,0%	6,6%	2033	9,9%
Publicystyczne	5,9%	11,0%	1,1%	1,2%	423	2,1%
Edukacyjno-poradnicze	0,9%	0,2%	0,9%	0,7%	155	0,8%
Religijne	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	7	0,03%
Literackie i formy udratyzowane	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	10	0,05%
Reportaż	0,0%	0,0%	0,01%	0,0%	0,5	0,002%
Rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne)	1,1%	0,8%	1,6%	1,9%	336	1,6%
Sportowe	0,8%	1,3%	0,3%	1,2%	166	0,8%
Audycje dla dzieci i młodzieży	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	35	0,2%
Inne audycje słowne i słowno-muzyczne	1,6%	0,0%	0,0%	3,1%	303	1,5%
Muzyka w programie	80,3%	72,0%	80,9%	78,1%	16338	79,3%
Autopromocja	0,8%	0,2%	0,8%	5,0%	527	2,6%
Reklama	0,0%	0,0%	1,1%	2,0%	276	1,3%
Liczba godzin nadanego programu (100%)	2190	898	8760	8760	20608	100%

W warstwie słownej programu, jak wynika z przedstawionych danych najwięcej czasu we wszystkich programach miejskich przeznaczono na audycje informacyjne (średnio 9,9%). Największy był udział audycji informacyjnych (14,5%) w programie w Słupsku, najmniejszy - w Zielonej Górze (6,6%).

Na drugim miejscu wśród słownych pozycji programu znalazły się audycje publicystyczne, które zajęły średnio 2,1%. Największy udział publicystyki - 11% stwierdzono w programie słupskim, natomiast najmniejszy - we Wrocławiu (1,1%).

Audycje rozrywkowe (słowne i słowno-muzyczne) zajęły średnio 1,6% we wszystkich programach. Najwięcej nadano ich w programie w Zielonej Górze (1,9%), najmniej - w Słupsku (0,8%).

Audycje edukacyjno-poradnicze oraz sportowe, zajęły średnio po 0,8% we wszystkich programach.

W dwóch programach nadawano audycje religijne (w Słupsku i Wrocławiu) oraz adresowane do dzieci i młodzieży (Wrocław i Zielona Góra).

W programie we Wrocławiu nadano także półgodzinny reportaż.

Średni udział emisji muzyki we wszystkich programach łącznie wynosił 79,3%. Najwięcej czasu zajęła muzyka w programie we Wrocławiu (81%) i w Gorzowie (80,3%).

Udział tematyki miejskiej w omawianych programach kształtował się w 2005 roku średnio na poziomie 14,3% rocznego czasu emisji czterech programów łącznie. Najwięcej uwagi poświęcono tematyce miejskiej w programie słupskim (22,8%), a najmniej - w Zielonej Górze (8,5%). Tematy miejskie podejmowane były w ramach różnych rodzajów audycji słownych oraz w audycjach muzycznych. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli poniżej.

Programy miejskie	Odsetek rocznego czasu emisji tematyki miejskiej w:									Ogółem udział tematyki miejskiej w programie
	Informacji	Publicystyce	Edukacji i poradnictwie	Religii	Literackich i formach udramatyzowanych	Reportażach	Rozrywce	Sporcie	Audycjach muzycznych	
Gorzów Wielkopolski	8,5%	5,9%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	16,2%
Słupsk	11,7%	9,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,6%	1,1%	0,0%	22,8%
Wrocław	7,5%	0,3%	0,5%	0,1%	0,0%	0,01%	0,4%	0,2%	0,7%	9,6%
Zielona Góra	5,0%	1,0%	0,4%	0,0%	0,1%	0,0%	0,8%	1,2%	0,0%	8,5%
SUMA	6,7%	1,6%	0,5%	0,03%	0,04%	0,002%	0,5%	0,7%	0,3%	10,4%

Tematyka miejska była podejmowana najczęściej w audycjach informacyjnych – średnio 6,7% rocznego czasu nadawania programu stanowiły w ubiegłym roku informacje miejskie. Najwięcej informacji miejskich nadano w programie w Słupsku (11,7%), a najmniej - w Zielonej Górze (5%). W programach miejskich nadawano także publicystykę miejską, która zajęła średnio 1,6% rocznej emisji programu. Największy udział audycji publicystycznych dotyczących problematyki miejskiej odnotowano w programie słupskim (9%), a najmniejszy - w programie wrocławskim (0,3%). Na trzecim miejscu wśród audycji podejmujących tematy miejskie znalazły się audycje sportowe, które zajęły 0,7%. Najczęściej miejski sport prezentowano w Zielonej Górze (1,2%), a najrzadziej - we Wrocławiu (0,2%). Tematyka miejska była podejmowana także w niewielkim zakresie w audycjach edukacyjno-poradniczych i rozrywkowych (na poziomie 0,5%) oraz, w znikomym stopniu, w audycjach religijnych, literackich i reportażach.

Realizacja przez Polskie Radio SA, rozgłośnie regionalne oraz programy miejskie szczególnych zobowiązań programowych nadawcy publicznego

Ustawa o radiofonii i telewizji (art. 21 ust. 2 pkt 7, 7a, 8) zobowiązuje nadawców publicznych do nadawania audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych. W 2005 roku były one obecne zarówno w programach Polskiego Radia SA, rozgłośni regionalnych, jak i w programach miejskich.

Polskie Radio SA

Analiza danych sprawozdawczych Polskiego Radia SA za 2005 rok wykazała, że podobnie jak w latach poprzednich, zadania zawarte w art. 21 ust. 2 (pkt 7, 7a, 8) ustawy realizowane były w Programie 1, 3 i Radiu BIS. W tych programach Polskiego Radia nadano łącznie 841 godzin audycji służących umacnianiu rodziny, kształtowaniu postaw prozdrowotnych oraz zwalczaniu patologii społecznych. Przeciętnie nadawano około 16 godzin tygodniowo tego typu audycji. Szczegółowe dane przedstawia poniższa tabela.

Programy PR SA	Umocnienie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologie społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	liczba godzin	%	liczba godzin	%	liczba godzin	%	liczba godzin	%	
Program 1	170	1,9%	212	2,4%	81	0,9%	463	5,3%	8,9
Program 2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0,0
Program 3	53	0,6%	79	0,9%	64	0,7%	196	2,2%	3,8
Radio BIS	69	0,8%	85	1,0%	28	0,3%	182	2,1%	3,5
Razem	292	0,8%	376	1,1%	173	0,5%	841	2,4%	16,2

Jak wynika z przedstawionych danych najwięcej czasu antenowego na emisję tych audycji przeznaczył Program 1. Zajął one średnio 8,9 godziny tygodniowego programu (463 godziny, tj. 5,3% rocznego czasu nadawania). W Programie 3 nadawano średnio 3,8 godziny tygodniowo tych audycji (196 godzin, tj. 2,2% rocznego czasu nadawania) i niewiele mniej w Radiu BIS - średnio 3,5 godziny tygodniowo (182 godziny, tj. 2,1% rocznego czasu nadawania).

Udział procentowy omawianych audycji w programach Polskiego Radia był taki sam jak w roku 2004. Ponieważ rok 2004 był rokiem przestępnym zmiana uległa ogólna liczba godzin emisji tych audycji (858 godz. w roku 2004 i 841 godz. w roku 2005). Zmieniła się także liczba tych audycji w poszczególnych programach. W 2005 roku nadano ich więcej w Programie 1 - o 4 godziny i w Radiu BIS - o 20 godzin, natomiast w Programie 3 - nadano ich o 1 godzinę mniej niż w 2004 roku.

Podobnie jak w poprzednich latach najwięcej czasu Polskie Radio SA przeznaczyło na audycje kształtujące postawy prozdrowotne (376 godziny, tj. 1,1% łącznego czasu emisji czterech programów), najmniej - na audycje ukazujące problemy patologii społecznych (173 godziny, tj. 0,5% rocznego czasu emisji).

Omawiane zagadnienia podejmowano zarówno w audycjach edukacyjno-poradniczych, jak i publicystycznych, reportażach lub magazynach. Często audycje te miały charakter kontaktowy, rozmawiano w nich ze słuchaczami i ekspertami.

W Programie 1, w audycjach służących umacnianiu rodziny, mówiono między innymi o konfliktach i problemach w rodzinie oraz sposobach ich rozwiązywania, sposobach spędzania wolnego czasu, współpracy szkoły z rodzicami. Prezentowano działania instytucji zajmujących się rodziną oraz prorodzinnych organizacji rządowych i pozarządowych. Prowadzone były akcje antenowe: *Cała Polska czyta dzieciom*, *Choinki Jedyńki*. Audycje kształtujące postawy prozdrowotne poświęcone były głównie problematyce zdrowia psychicznego i fizycznego oraz funkcjonowania służby zdrowia po reformie. Prezentowano porady dotyczące metod leczenia, leków, zdrowego stylu życia, zdrowej żywności i niekonwencjonalnych metod leczenia. W audycjach dotyczących zwalczania patologii społecznych podejmowano problemy dotyczące przemocy w rodzinie, uzależnień, agresji, przestępczości nieletnich, bezrobocia i korupcji. Okazjonalnie prowadzono akcje antenowe - *Po pierwsze nie krzywdzić*, *Jesteśmy przeciw*.

Na antenie Programu 3 w audycjach służących umacnianiu rodziny nadawano relacje z imprez w ramach akcji *Pocztówka do Świętego Mikołaja*, podczas której zbierano fundusze na budowę rodzinnych domów dziecka. Podejmowano też tematy związane z relacjami w związkach i współczesną obyczajowością. W ramach kształtowania postaw prozdrowotnych prowadzone były akcje sportowo-turystyczne (*Wakacje na dwóch kółkach*), nadawano relacje z imprez promujących zdrowy styl życia, podejmowano tematy ubezpieczeń i ochrony zdrowia. Zwalczaniu patologii społecznej miały służyć reportaże społeczne oraz telefoniczne dyżury ekspertów.

W Radiu BIS w audycjach służących umacnianiu rodziny prowadzono dyskusje z udziałem słuchaczy i ekspertów o budowaniu dobrych relacji w rodzinie i prowadzono poradnictwo związane z problemami rodzinnymi. W ramach kształtowania postaw prozdrowotnych prowadzone były akcje antenowe: *Rzuć palenie razem z nami*, *Moda na niebranie*. Nadawano także audycje służące zwalczaniu patologii społecznej na temat uzależnień oraz przemocy w szkole i rodzinie.

Rozgłoszenie regionalne radia publicznego

Audycje określone w art. 21 ust. 2 pkt 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji w 2005r. nadawane były we wszystkich programach rozgłośni regionalnych. W 17 rozgłoszeniach przeznaczono na realizację tych zadań łącznie 4892 godzin, co stanowi 3,3% rocznego czasu emisji programu wszystkich rozgłoszeń. Przeciętnie nadawano około 6 godzin tygodniowo tego typu audycji (średnio o 1 godzinę więcej niż w 2004 roku). Najwięcej audycji poświęconych tym problemom nadawano w rozgłoszni białostockiej, najmniej czasu antenowego zajęły one w programach rozgłoszni koszalińskiej i kieleckiej. Szczegółowe dane dotyczące tego typu audycji przedstawia poniższa tabela.

Rozgłoszenie regionalne	Umocnienie rodziny		Postawy prozdrowotne		Patologia społeczna		Ogółem		Przeciętna liczba godzin w tygodniu
	liczba godz.	%	liczba godz.	%	liczba godz.	%	liczba godz.	%	
Białystok	418	4,8%	280	3,2%	190	2,2%	888	10,1%	17,1
Bydgoszcz	71	0,8%	116	1,3%	14	0,2%	201	2,3%	3,9
Gdańsk	80	0,9%	375	4,3%	30	0,3%	485	5,5%	9,3
Katowice	148	1,7%	94,6	1,1%	94,6	1,1%	337,2	3,8%	6,5

Kielce	8,2	0,1%	53,6	0,6%	17,9	0,2%	79,7	0,9%	1,5
Koszalin	10,8	0,1%	17,4	0,2%	8,9	0,1%	37,1	0,4%	0,7
Kraków	132	1,5%	25	0,3%	39	0,4%	196	2,2%	3,8
Lublin	17	0,2%	49	0,6%	72	0,8%	138	1,6%	2,7
Łódź	68	0,8%	51	0,6%	64	0,7%	183	2,1%	3,5
Olsztyn	120	1,4%	126	1,4%	64	0,7%	310	3,5%	6,0
Opole	102,4	1,2%	131,3	1,5%	150	1,7%	383,7	4,4%	7,4
Poznań	50	0,6%	55	0,6%	40	0,5%	145	1,7%	2,8
Rzeszów	228	2,6%	174	2,0%	125	1,4%	527	6,0%	10,1
Szczecin	84	1,0%	103	1,2%	95	1,1%	282	3,2%	5,4
W-wa RDC	32	0,4%	67	0,8%	44	0,5%	143	1,6%	2,8
Wrocław	152	1,7%	30	0,3%	25	0,3%	207	2,4%	4,0
Zielona Góra	87,3	1,0%	111,9	1,3%	150,4	1,7%	349,6	4,0%	6,7
Suma	1809	1,2%	1860	1,3%	1224	0,8%	4892	3,3%	94

Jak wynika z powyższych danych, podobnie jak w latach poprzednich, najwięcej czasu rozgłoszenie regionalne radia publicznego przeznaczyły na audycje kształtujące postawy prozdrowotne (1860 godzin, tj. 1,3% łącznego czasu emisji programu w 17 rozgłoszeniach), najmniej - na audycje ukazujące problemy patologii społecznych (1224 godziny, tj. 0,8% rocznego czasu emisji).

Audycje służące umacnianiu rodziny zajęły średnio, podobnie jak w poprzednim roku, 1,2% rocznej emisji programu 17 rozgłoszeń łącznie. Czterokrotnie przekroczyła tę średnią, podobnie jak w 2004 roku, rozgłoszenia w Białymstoku i ponad dwukrotnie (również podobnie jak w zeszłym roku) rozgłoszenia w Rzeszowie. Bardzo niewiele audycji o tej tematyce nadawano w ubiegłym roku w programach rozgłoszeń w Koszalinie, Kielcach i Lublinie (0,1-0,2%).

Audycje kształtujące postawy prozdrowotne zajęły w minionym roku również nieco więcej czasu niż w roku 2004 - średnio 1,3% emisji rocznej. Najczęściej były one nadawane, podobnie jak w latach poprzednich, w programach rozgłoszeń gdańskiej, białostockiej i rzeszowskiej (2-4,3%). Najmniej czasu poświęciły tej tematyce rozgłoszenia koszalińska, krakowska i wrocławska (0,2-0,3%).

Zagadnienia dotyczące zwalczania patologii społecznych zajęły średnio 0,8% rocznego czasu emisji, a więc ich udział kształtował się na podobnym poziomie jak w roku 2004. Najwięcej tego typu audycji nadano w programach rozgłoszeń białostockiej, opolskiej i zielonogórskiej (1,7-2,2%). Najmniej czasu problematyce tej poświęcono w programach rozgłoszeń koszalińskiej, kieleckiej i bydgoskiej (0,1-0,2%).

Problematyka związana z umacnianiem rodziny, zwalczaniem patologii oraz propagowaniem postaw prozdrowotnych obecna była najczęściej w audycjach publicystycznych, edukacyjno-poradniczych oraz reportażach. Realizowano ją również w formie rozmów słuchaczy z zaproszonymi do studia ekspertami.

Programy miejskie rozgłośni regionalnych radia publicznego

W 2005 r. we wszystkich programach miejskich nadawane były audycje określone w art. 21 ust. 2 pkt 7, 7a, 8 ustawy o radiofonii i telewizji. W 4 programach przeznaczono na realizację tych zadań łącznie 128 godzin, co oznacza że przeciętnie nadawano około 2 godzin tygodniowo tego typu audycji. Najwięcej godzin audycji poświęconych każdemu z wymienionych w ustawie problemów (służących umacnianiu rodziny, kształtujących postawy prozdrowotne, służących zwalczaniu patologii społecznych) nadano w programie we Wrocławiu, a najmniej - w programie słupskim. Szczegółowe dane dotyczące tego typu audycji przedstawia poniższa tabela.

Programy miejskie	Umacnianie rodziny	Postawy prozdrowotne	Patologia społeczna	Ogółem	Przeciętna liczba godzin w tygodniu
Gorzów Wielkopolski	2,5	3,5	3,7	9,7	0,2
Słupsk	1,1	3,7	3,4	8,2	0,2
Wrocław	57	13	25	95	1,8
Zielona Góra	7,8	7,6	0	15,4	0,3
Suma	68	28	32	128	2

Jak wynika z powyższych danych, najwięcej czasu w programach miejskich przeznaczono na audycje służące umacnianiu rodziny (68 godzin), a najmniej - na audycje kształtujące postawy prozdrowotne (28 godzin). Z wyjątkiem radia zielonogórskiego, w którym nie nadawano audycji służących zwalczaniu patologii społecznych, w pozostałych programach nadawano wszystkie rodzaje wymienionych wyżej audycji.

Problematyka związana z umacnianiem rodziny, zwalczaniem patologii oraz propagowaniem postaw prozdrowotnych obecna była w audycjach publicystycznych oraz edukacyjno-poradniczych.

Kolejnym ustawowym obowiązkiem nadawców publicznych jest zapewnienie obecności w programach **audycji dla mniejszości narodowych i grup etnicznych**. W związku z wejściem w życie *Ustawy o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym* (Dz. Ust. z dn. 31.01.2005), została znowelizowana również ustawa o radiofonii i telewizji w tym zakresie. Zgodnie z dokonaną zmianą, w art. 21 ust. 2 dodano punkt 8a, na podstawie którego programy publicznej radiofonii i telewizji zobowiązane są do: uwzględniania potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowania programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym. Jednocześnie został uchylony dotychczasowy zapis w art. 21 ust. 2 pkt 9.

W 2005 roku, podobnie jak w latach poprzednich, Polskie Radio SA nie nadawało audycji adresowanych do mniejszości narodowych i etnicznych. Nie nadawano ich także w programach miejskich. Audycje tego typu były natomiast obecne w programach większości rozgłośni regionalnych.

W 2005 roku rozgłoszenie regionalne wyemitowały ogółem 985 godzin audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych, co stanowiło 0,7% rocznego czasu nadawania. Większość audycji nadawano w językach narodowych tych społeczności (726 godz. tj. 0,5%). Pozostałe audycje poświęcone mniejszościom (259 godz.,

tj. 0,2%) były nadawane w języku polskim. Szczegółowe dane dotyczące poszczególnych rozgłośni przedstawia poniższa tabela.

Rozgłośnie regionalne	Audycje dla mniejszości narodowych w językach tych mniejszości		Audycje o mniejszościach narodowych w języku polskim		Ogółem	
	Godz.	%	Godz.	%	Godz.	%
Białystok	286	3,3%	9	0,1%	295	3,4%
Bydgoszcz	0	0,0%	10	0,1%	10	0,1%
Gdańsk	92	1,1%	32	0,4%	124	1,4%
Katowice	24	0,3%	23	0,3%	46	0,5%
Kielce	13	0,1%	0	0,0%	13	0,1%
Koszalin	34	0,4%	13	0,2%	47	0,5%
Kraków	23	0,3%	67	0,8%	90	1,0%
Lublin	0	0,0%	17	0,2%	17	0,2%
Łódź	0	0,0%	10	0,1%	10	0,1%
Olsztyn	50	0,6%	39	0,4%	89	1,0%
Opole	115	1,3%	26	0,3%	141	1,6%
Poznań	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Rzeszów	54	0,6%	0	0,0%	54	0,6%
Szczecin	26	0,3%	0	0,0%	26	0,3%
W-wa RDC	0	0,0%	1	0,0%	1	0,0%
Wrocław	10	0,1%	10	0,1%	20	0,2%
Zielona Góra	0	0,0%	2	0,0%	2	0,0%
SUMA	726	0,5%	259	0,2%	985	0,7%

Jak wynika z powyższych danych, audycje w językach narodowych mniejszości narodowych i etnicznych nadawane były w 11 rozgłośniach. W minionym roku najwięcej audycji w językach narodowych mniejszości adresowanych do mniejszości narodowych i grup etnicznych wyemitowała, tak jak w latach poprzednich, rozgłośnia w Białymstoku (286 godz.), w której nadawano audycje w językach białoruskim, ukraińskim i litewskim. Najmniej audycji w językach narodowych nadano w programie Radia Wrocław (10 godz. w językach ukraińskim i łemkowskim). Język ukraiński obecny był także na antenach rozgłośni w Rzeszowie, Olsztynie, Krakowie i Koszalinie. Audycje w języku niemieckim nadawane były w rozgłośniach opolskiej, katowickiej i olsztyńskiej. Podobnie jak w latach poprzednich, w programach rozgłośni regionalnych obecne były również audycje w językach grup etnicznych. Radio Gdańsk i Radio Koszalin emitowały audycje w języku kaszubskim, natomiast w Opolu, nadawane były audycje w gwarze śląskiej.

Audycje o mniejszościach narodowych i etnicznych tworzone wyłącznie w języku polskim nadawano w rozgłośniach: w Zielonej Górze, Warszawie, Łodzi, Lublinie i Bydgoszczy.

Podobnie jak w latach poprzednich duży wysiłek programowy dotyczący emisji audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i etnicznych podjęła rozgłośnia w Olsztynie - prawie trzy razy więcej tego rodzaju audycji niż w programie regionalnym (50 godzin rocznie) zawierał program emitowany przez dodatkowy nadajnik w Miłkach (135 godzin rocznie).

Nadawcy publiczni mają również obowiązek tworzenia i rozpowszechniania **audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych** (art. 25 ust. 2).

Polskie Radio SA

W 2005 roku zgodnie z porozumieniem zawartym z Ministerstwem Edukacji Narodowej w sprawie sposobu realizacji treści oświatowych (edukacyjnych) przez Polskie Radio SA, były one nadawane we wszystkich programach Polskiego Radia.

W ubiegłym roku nadano 1772 godziny audycji oświatowych, co stanowiło 3,3% łącznego czasu emisji czterech programów. Przeciętnie nadawano około 34 godziny tygodniowo tego typu audycji. Szczegółowe dane dotyczące audycji oświatowych przedstawia poniższa tabela.

Programy PR SA	Audycje oświatowe	
	liczba godzin	%
Program 1	310	3,5%
Program 2	175	2,0%
Program 3	131	1,5%
Radio BIS	1156	13,2%
Razem	1772	3,3%
Przeciętna liczba godzin w tygodniu:	34,1	

Najwięcej czasu antenowego na emisję tych audycji przeznaczyło Radio BIS - około 13% rocznego czasu nadawania. Najmniej audycji oświatowych nadano w ubiegłym roku w Programie 3 (1,5%).

W porównaniu z 2004 rokiem liczba audycji oświatowych zwiększyła się ponad trzykrotnie (nadano o 1365 godzin audycji oświatowych więcej). Tendencja wzrostowa dotyczyła każdego z czterech programów. Największy wzrost udziału tych audycji zanotowano w Radiu BIS, gdzie nadano ich osiem razy więcej niż w roku 2004.

W audycjach oświatowych nadawanych w czterech Programach Polskiego Radia obecna była różnorodna tematyka. Poruszano w nich zagadnienia związane z prawem, kulturą oraz problematyką Unii Europejskiej. W Programie 1, w cyklu *Europa - kultura i prawo*, prezentowano europejski dorobek kulturowy i cywilizacyjny - różnorodność europejskiej kultury, możliwości realizacji kulturowej misji Europy, sposoby, jakimi instytucje europejskie wspierają różnorodne wydarzenia i nurty na Starym Kontynencie. W Programie 3, w cyklu *Poradnik prawny*, prezentowano istotne praktyczne zagadnienia prawne ze szczególnym uwzględnieniem kwestii dostosowywania polskiego prawa do prawa Unii Europejskiej. W cyklu: *Europejczyk - obywatel świata*, nadawanym w programie Bis, omawiano możliwości, prawa i obowiązki wynikające z posiadania statusu obywatela UE. Poruszano także problem ochrony praw młodzieży, kwestie z zakresu systemu prawnego w Polsce i Unii Europejskiej. Na antenie PR BIS emitowano także naukę języka angielskiego dla dzieci (*Zygzak z kredką*).

W programie PR BIS audycje oświatowe poruszały również tematykę informatyczną i medialną. Nadano cykl *Edukacja medialna przez Internet*, skierowany do absolwentów szkół wyższych rozpoczynających pracę w zawodzie, studentów oraz nauczycieli.

Ostatnią, poruszaną w audycjach oświatowych nadawanych na antenach Polskiego Radia, grupą tematów była edukacja przyrodnicza i techniczna. Audycje te skierowane były do nauczycieli, uczniów szkół ponadgimnazjalnych i studentów. W Jedyńce był to m.in. cykl: *Wiadomości naukowe* - w którym prezentowano współczesne zastosowanie osiągnięć naukowych w podstawowych dziedzinach gospodarki oraz w medycynie. W Dwójce: *Wieczór ważnych pytań* - cykl debat prezentujących humanistyczny wymiar współczesnych badań przyrodniczych. W programie PR BIS nadawano m.in. cykl *Hity naukowe*, poświęcony zagadnieniu najnowszych odkryć w różnych dziedzinach wiedzy i nauki.

Formy realizacji audycji oświatowych były uzależnione od wieku adresatów oraz od podejmowanych tematów. Nadawano: magazyny edukacyjno-publicystyczne, konkursy z udziałem słuchaczy, wykłady i dyskusje z udziałem ekspertów, audycje poradnicze.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

Spośród 17 rozgłośni regionalnych radia publicznego audycje oświatowe emitowało 10 rozgłośni (w roku 2004 - 9 rozgłośni). W ubiegłym roku nadano łącznie 1209 godzin audycji oświatowych, co stanowiło 0,8% łącznego czasu emisji programu we wszystkich rozgłośniach. Przeciętnie nadawano około 23 godzin tygodniowo tego typu audycji. Szczegółowy wykaz przedstawia tabela poniżej.

Programy PR SA	Audycje oświatowe	
	liczba godzin	%
Białystok	400	4,6%
Bydgoszcz	11	0,1%
Gdańsk	0	0,0%
Katowice	0	0,0%
Kielce	6	0,1%
Koszalin	0	0,0%
Kraków	8	0,1%
Lublin	0	0,0%
Łódź	148	1,7%
Olsztyn	0	0,0%
Opole	302	3,5%
Poznań	80	0,9%
Rzeszów	0	0,0%
Szczecin	115	1,3%
W-wa RDC	0	0,0%
Wrocław	75	0,9%
Zielona Góra	65	0,7%
Razem	1209	0,8%
Przeciętna liczba godzin w tygodniu:	23,3	

Największy udział audycje te miały w programach Radia Białystok (4,6%) i Radia Opole (3,5%). W porównaniu z 2004 rokiem zwiększył się udział tych audycji w programie rozgłośni opolskiej (o 1%) i zielonogórskiej (o 0,6%), zmniejszył się natomiast w programie rozgłośni łódzkiej (o 0,8%). W roku poprzednim nie nadawano tych audycji w rozgłośni wrocławskiej.

W audycjach oświatowych podejmowano różnorodną tematykę adresowaną przede wszystkim do dzieci i młodzieży. Popularyzowano wiedzę o regionie i Unii Europejskiej. Nadawano także poradniki dotyczące m.in. poprawnej polszczyzny oraz lekcje języków obcych. Ponadto popularyzowano różne dziedziny wiedzy, nauki i techniki (m.in. historii, historii regionu, ekologii, geografii). Wśród audycji oświatowych znalazły się także audycje adresowane do dorosłych słuchaczy poświęcone m. in. profilaktyce i promocji zdrowia.

Powyższe audycje realizowane były poprzez różne formy radiowe (np.: wykłady, magazyny i reportaże).

Programy miejskie rozgłośni regionalnych radia publicznego

Spośród 4 programów miejskich audycje oświatowe emitowano tylko w radiu wrocławskim. W ubiegłym roku nadano łącznie 25 godzin audycji oświatowych, czyli przeciętnie około 0,5 godziny tygodniowo. Były to magazyny kulturalne, lekcje języków obcych (m. in. czeskiego i japońskiego), audycje dotyczące historii Polski i miasta, magazyn ekonomiczny z udziałem ekspertów.

Realizacja przez Polskie Radio SA i rozgłoszenie regionalne przepisów art. 15 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji

Zgodnie z zapisami znowelizowanej ustawy o radiofonii i telewizji nadawcy radiowi są zobowiązani do nadawania minimum 33% utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych w programie.

Polskie Radio SA

Analiza danych nadesłanych przez Polskie Radio SA wykazała, że w 2005 roku nadawca tylko częściowo wywiązał się z obowiązku określonego w art. 15 ust. 2 ustawy. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli poniżej:

Programy PR SA	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
Program 1	43%	64%	48%	56%
Program 2	23%	27%	21%	29%
Program 3	28%	35%	36%	36%
Radio BIS	32%	33%	36%	37%
Radio Polonia	98%	99%	99%	99%

Jak wynika z powyższych danych, ustawowy obowiązek przez cały ubiegły rok był realizowany tylko w Programie 1 oraz Radiu Polonia. Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w Programie 1 był dużo wyższy niż ustawowe minimum i

wynosił od 43% do 64%. Natomiast w Radiu Polonia nadawano niemal wyłącznie utwory słowno-muzyczne w języku polskim (na poziomie 98-99%).

W Programie 3 oraz Radiu BIS udział tych utworów nie osiągnął ustawowego minimum w pierwszym kwartale (Program 3: 28% i Radio BIS: 32%). Jednak w pozostałych trzech kwartałach ubiegłego roku w obydwu programach udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim kształtował się na poziomie 33-37%, a więc ustawowy obowiązek był realizowany.

W Programie 2 kwota utworów słowno-muzycznych w języku polskim ani razu nie osiągnęła określonego przez ustawę poziomu. Ich udział kształtował się na poziomie 23-29% we wszystkich kwartałach ubiegłego roku.

Rozgłośnie regionalne radia publicznego

W 2005 roku wszystkie rozgłośnie regionalne realizowały obowiązki wynikające z art. 15 ust. 2 ustawy. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli poniżej.

Rozgłośnie regionalne	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
Białystok	55%	56%	60%	59%
Bydgoszcz	36%	35%	34%	35%
Gdańsk	41%	43%	44%	43%
Katowice	35%	36%	36%	33%
Kielce	43%	41%	34%	41%
Koszalin	34%	33%	33%	34%
Kraków	33%	34%	36%	34%
Lublin	34%	35%	34%	35%
Łódź	36%	37%	34%	33%
Olsztyn	38%	37%	37%	37%
Opole	35%	38%	35%	36%
Poznań	47%	45%	48%	45%
Rzeszów	43%	43%	43%	46%
Szczecin	33%	33%	34%	33%
W-wa RDC	33%	33%	33%	34%
Wrocław	44%	46%	35%	40%
Zielona Góra	34%	34%	37%	35%

Udział utworów słowno muzycznych w języku polskim kształtował się w ubiegłym roku w programach rozgłośni regionalnych na poziomie od 33% do 60%. Minimalny wymagany wymiar (33-34% we wszystkich kwartałach) utwory te osiągnęły w programach w Koszalinie, Szczecinie i Warszawie. W trzech rozgłosniach - gdańskiej, poznańskiej i wrocławskiej - udział tych utworów utrzymywał się na wysokim poziomie (powyżej 40% we wszystkich kwartałach). Najwięcej utworów słowno-muzycznych w języku polskim nadawano w Radiu Białystok (na poziomie 55-60%).

Programy miejskie rozgłośni regionalnych radia publicznego

W 2005 roku programy miejskie tylko częściowo realizowały obowiązki wynikające z art. 15 ust. 2 ustawy. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli poniżej.

Programy miejskie	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
Gorzów Wielkopolski	21%	25%	35%	37%
Słupsk	41%	41%	39%	39%
Wrocław	33%	33%	22%	33%
Zielona Góra	9%	13%	37%	33%

Ustawowy obowiązek, jak przedstawiono w tabeli, przez cały ubiegły rok był realizowany tylko w programie słupskim. Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim utrzymywał się w tym programie na poziomie 39-41%.

W programie wrocławskim udział tych utworów nie osiągnął ustawowego minimum w III kwartale (22%). W pozostałych trzech kwartałach ubiegłego roku udział utworów słowno-muzycznych wynosił 33%, a więc ustawowy obowiązek był realizowany.

W programach gorzowskim i zielonogórskim kwota utworów słowno-muzycznych w języku polskim osiągnęła określony przez ustawę poziom (33-37%) w dwóch kwartałach.

II. TELEWIZJA I RADIOFONIA KONCESJONOWANA

1. Koncesjonowanie jako element ład medialnego – obowiązki nadawców

Najwyższa Izba Kontroli dokonała oceny działalności Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w zakresie dotyczącym prowadzonych w latach 2001 – 2003 postępowań koncesyjnych w sprawach rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych i przedstawiła do realizacji wnioski pokontrolne. Dotyczyły one głównej mierze treści ustalanych przez KRRiT w koncesjach obowiązków nadawców w sferze programowej i regulacji stosunków właścicielskich w spółkach koncesjonariuszy oraz obowiązków informacyjnych związanych z przekształceniami w tych spółkach.

Zgodnie z zaleceniami NIK Krajowa Rada dokonała analizy podstaw prawnych do określania w koncesjach sposobu realizacji programu oraz podsumowała wyniki monitoringu programów radiowych, dokonując oceny oferty programowej dostępnej odbiorcy. Posiadając wiedzę w zakresie faktycznego sposobu rozumienia przez nadawców nałożonych nań obowiązków programowych w koncesjach oraz biorąc pod uwagę możliwości organizacyjne i ekonomiczne stacji radiowych działających na różnych rynkach reklamowych, KRRiT przystąpiła do opracowania nowych propozycji w tym zakresie. Wynikiem tych prac było przygotowanie projektu zapisów koncesyjnych dotyczących sposobu realizacji przez nadawców deklarowanego we wniosku o udzielenie koncesji charakteru programu oraz przedstawionych tamże w formie opisu audycji oraz tygodniowego układu ramowego zamiarów, które zostały ocenione w postępowaniu administracyjnym przez organ koncesyjny jako spełniające kryteria ustawy o radiofonii i telewizji a w szczególności art. 36 ust. 1 pkt 1.

Projekty, uwzględniające różnorodność programów pod względem ich charakteru i obszaru nadawania, zostały przedstawione do konsultacji publicznych w lipcu/sierpniu 2005 roku. Projekty nowych zapisów programowych, po uwzględnieniu dotychczasowych wyników konsultacji, zostały ponownie poddane opinii zainteresowanych jako część składowa konsultowanego w grudniu dokumentu programowego KRRiT „Obrona lokalności i demokracji lokalnej – strategia działania KRRiT na rzecz ochrony lokalnego charakteru i pluralizmu oferty programowej w lokalnych mediach elektronicznych”

Do końca ubiegłego roku Krajowa Rada nie zakończyła prac nad przyjęciem stanowiska w sprawie zapisów programowych w koncesjach, należy jednak odnotować fakt, że niektórzy nadawcy (grupa AGORA S.A) przyjęli propozycje KRRiT, czego świadectwem jest złożenie wniosków o zmiany w koncesjach polegające na dostosowaniu ich treści do założonych standardów.

Niektóre wnioski i zalecenia pokontrolne NIK w kwestii zapisów programowych, w związku z nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji w wyniku wejścia w życie ustawy o swobodzie działalności gospodarczej częściowo stały się nieaktualne. W szczególności dotyczy to wszystkich postępowań zapoczątkowanych ogłoszeniem Przewodniczącego KRRiT, w którego treści zostały doprecyzowane warunki przyszłej koncesji w sferze programu – tak jak wymaga tego obecnie art. 34 ust. 1a ustawy o radiofonii i telewizji. Każdy wnioskodawca ubiegający się o udzielenie koncesji, składając wniosek może podjąć decyzję czy zamierza rozpowszechniać program na warunkach określonych w Ogłoszeniu. W tej sytuacji bezzasadne jest kwestionowanie treści zapisów wydanej koncesji w zakresie programowym.

Realizując zalecenia NIK Krajowa Rada dokonała także prawnej analizy zapisów koncesyjnych dotyczących regulacji stosunków właścicielskich w spółkach koncesjonariuszy oraz obowiązków informacyjnych związanych z przekształceniami w tych spółkach. Krajowa Rada przyjęła stanowisko w sprawie zmiany dotychczasowej praktyki, rezygnując z niektórych zapisów i precyzując definicję pojęcia utraty kontroli nad wykonywaniem koncesji, opartą na przepisach Kodeksu Spółek Handlowych. Stanowisko KRRiT zostało podane do publicznej wiadomości, do nadawców skierowana została informacja o możliwości zmiany koncesji poprzez dostosowanie jej treści do obecnie stosowanych standardów. Wielu nadawców skorzystało już z tej możliwości, a kolejni składają wnioski o dokonanie takiej zmiany. Nowy wzór zapisów własnościowych, właściwie umocowany w przepisach prawa zyskał akceptację większości spółek wykonujących koncesję.

2. Kształt koncesjonowanego rynku audiowizualnego

Rynek radiowy

Podobnie jak rynek telewizyjny, radiofonia koncesjonowana w Polsce strukturalnie nie ulega istotnym przeobrażeniom. Największe zmiany następują w sektorze lokalnym, który od 1999 roku podlega procesom koncentracji z udziałem dużych grup kapitałowych.

Działający od 1993 roku nadawcy ogólnokrajowi RMF FM i Radio ZET oraz nadawca społeczny Radio Maryja obejmują swoim zasięgiem ponad 80 % ludności kraju.

Nadawcy ponadregionalni, mimo stopniowego pozyskiwania nowych stacji nadawczych, ze względu na brak wolnych częstotliwości, nadal nie osiągnęli planowanego stopnia rozwoju, który zakłada dotarcie do mieszkańców wszystkich większych miast w Polsce. WaWa dysponuje obecnie 17 stacjami nadawczymi, TOK FM – 10, Radiostacja – 11. Programy RMF Classic – 5, Radio Jazz – 2, ze względu na ograniczone możliwości doboru nowych częstotliwości w dużych miastach, docierają do bardzo niewielkiej grupy odbiorców.

Obecnie na lokalnych rynkach radiowych działa 201 nadawców. Większość z nich (159) funkcjonuje w ramach powiązań własnościowych, programowych i reklamowych tworzonych przez silne grupy medialne.

Obecnie ze spółką ESKA S.A. powiązanych jest 37 koncesjonariuszy, a ze spółką AGORA S.A. – 28. W niektórych miastach (Warszawa, Poznań, Katowice, Kraków, Wrocław, Łódź, Opole,) grupy te dysponują więcej niż jedną stacją nadawczą.

Z projektem spółki Ad.point, należącej do brokera reklamy radiowej CR Media powiązanych jest obecnie 14 stacji, z czego tylko 5 stacji (Kraków, Warszawa, Katowice x 2,

Kielce) działa na dużych rynkach. Programy tworzone przez grupę Ad.point obecne są szczególnie w aglomeracji śląskiej (2 stacje: PLANETA i AntyRadio). Grupa rozpoczęła również realizację programu wyspecjalizowanego z muzyką jazzową w Katowicach (NRJ) oraz programu dla środowiska akademickiego w Kielcach (PLANETA)

Swoją działalność na rynku radiofonii lokalnej zakończyła grupa związana ze spółką Y-Radio. Udziały należące do Y-Radio, w 3 spółkach wykonujących koncesje na nadawanie programów lokalnych, kupiły Multimedia związane z RMF FM tworząc między innymi na tej bazie nową grupę RMF MAXXX. Program pod tą nazwą obecny jest w 8 miastach.

Archidiecezje i diecezje Kościoła Katolickiego, zakony i parafie dysponują 44 koncesjami. Działają one samodzielnie (24 stacje) lub w powiązaniu z dwoma spółkami producenckimi tworzącymi sieci: PLUS (12 stacji) i VOX (8 stacji).

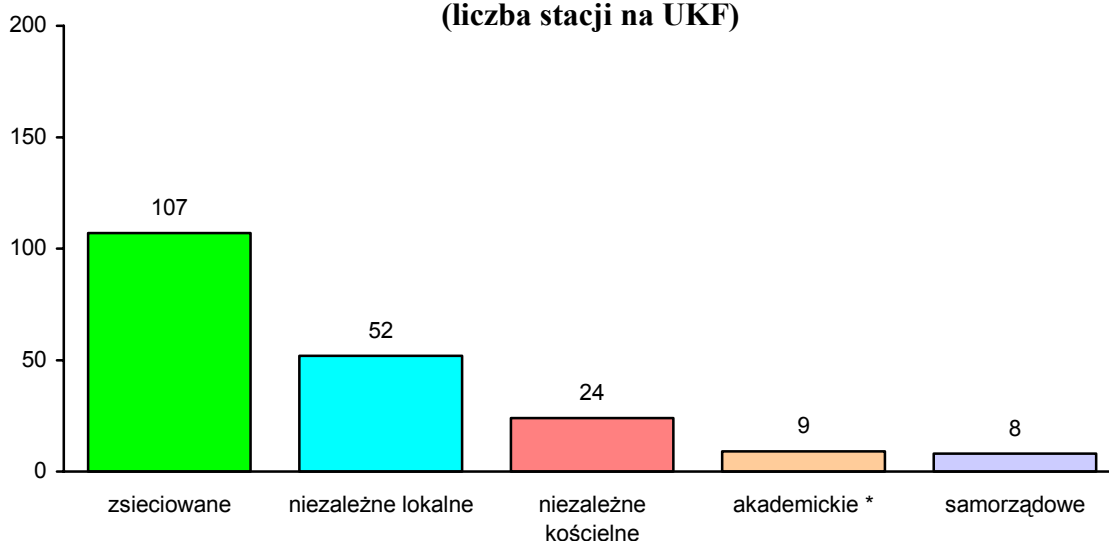
Do odbiorów innych wyznań swoją ofertę kierują 3 rozgłośnie: Fundacja Wzajemnej Pomocy Chrześcijańskiej „Radio Mazury” (stacja międzywyznaniowa – wyznania katolickie, protestanckie i prawosławne), Radio CCM na Śląsku i Śląsku Cieszyńskim (do środowisk ewangelickich) oraz Radio Ortodoxia z Białegostoku (do wyznawców religii prawosławnej).

Odrębną grupą wśród nadawców lokalnych są stacje akademickie. Program skierowany do środowisk akademickich tworzony jest w 10 miastach (Białystok, Lublin, Rzeszów, Kraków, Poznań, Zielona Góra, Łódź, Olsztyn, Kielce, Warszawa). Większość z nich tworzą i rozpowszechniają zespoły redakcyjne powołane przez szkoły wyższe pod bezpośrednim nadzorem rektora.

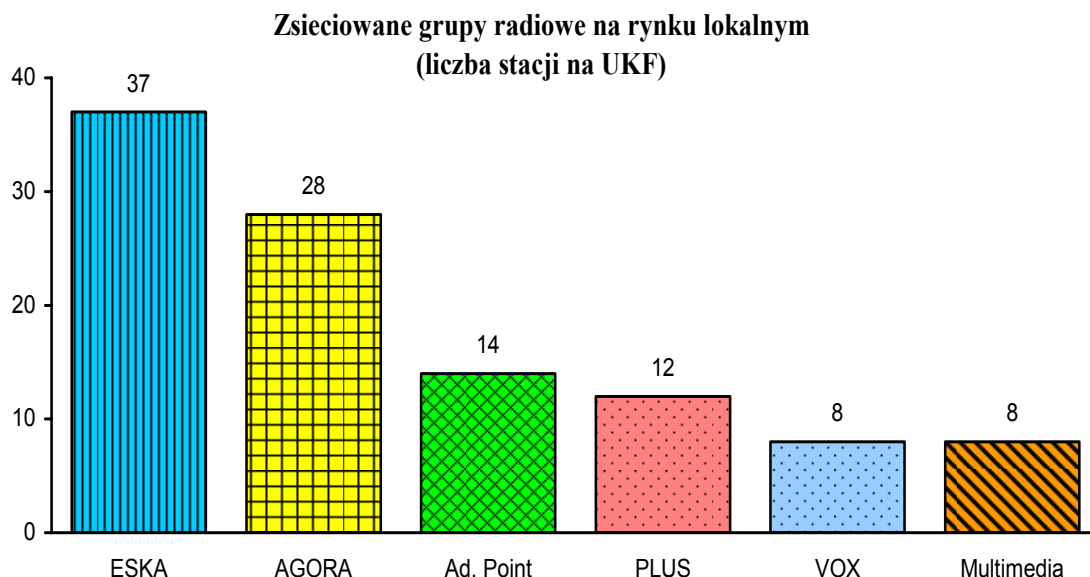
W tworzenie programów lokalnych w 8 miastach zaangażowane są samorządy terytorialne. Koncesje te realizowane są przez spółki gminne, związki gmin lub ośrodki i domy kultury w ich zarządzie.

Pozostali samodzielni nadawcy lokalni tworzą grupę 52 stacji. Zdecydowana większość z nich rozpowszechnia programy na mniejszych rynkach. Tylko 15 samodzielnych stacji radiowych o zasięgu lokalnym nadaje program w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców (w tym dwie w Warszawie i dwie w Łodzi).

**Obecność grup radiowych na rynku lokalnym
(liczba stacji na UKF)**



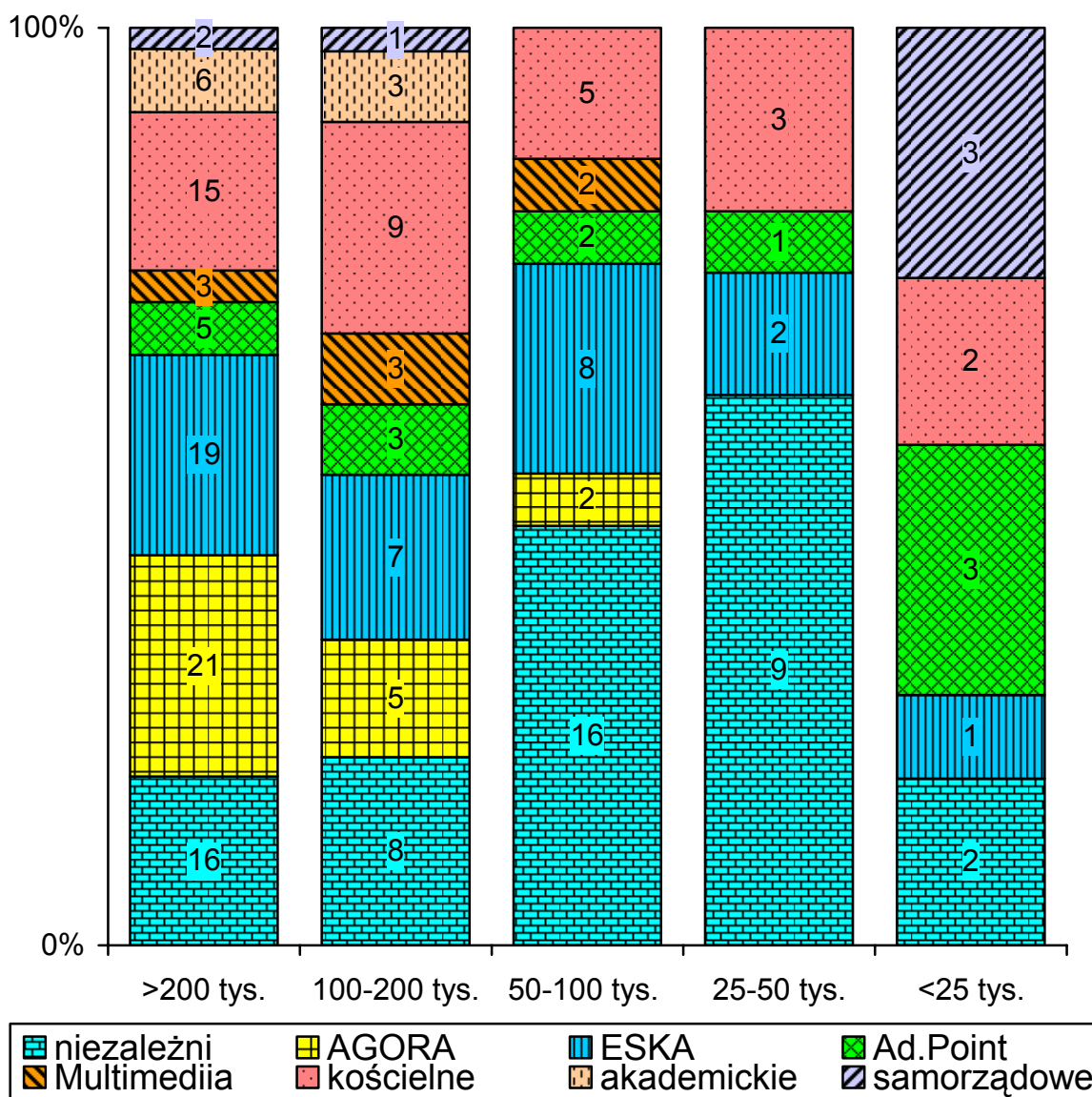
* Na wykresie podano liczbę 9 stacji akademickich ze względu na fakt, że jedna stacja nadająca program o tym charakterze należy do grupy Ad.point.



Niezależni nadawcy lokalni próbują racjonalizować wydatki związane z tworzeniem wysokonakładowego programu z udziałem tematyki lokalnej oraz zwiększyć udział przychodów z reklam ogólnokrajowych poprzez włączanie się do pakietów programowo-reklamowych lub tylko reklamowych tworzonych przez RRM – dom sprzedaży Eurozetu – właściciela Radia ZET. Nieliczne próby współpracy na poziomie lokalnym i regionalnym (np. Radio Gra – pod tą nazwą działają 4 stacje – w Bydgoszczy, Toruniu, Inowrocławiu i Włocławku; Radio Bielsko i Mega FM nadające na obszarze aglomeracji śląskiej i Beskidu Śląskiego; Radio Maks w Tarnowie i Bochni, Radio Jard i Jard II w Białymstoku adresowane do różnych grup wiekowych) mają charakter incydentalny w porównaniu z ekspansją sieci. Współpraca i proces własnej konsolidacji nadawców lokalnych poza sieciami rozpoczął się zbyt późno.

Chcąc porównać warunki konkurencji sieci stacji lokalnych z samodzielnymi nadawcami lokalnymi należy przyjrzeć się jak wygląda reprezentacja poszczególnych grup na rynkach o różnym stopniu głębokości.

**Obecność grup nadawców na rynkach reklamy lokalnej
o różnej głębokości (liczby pokazują ilość stacji na UKF)**



Sytuację na rynku radiofonii lokalnej KRRiT przedstawiła szczegółowo w dokumencie „Obrona lokalności i demokracji lokalnej – strategia działania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na rzecz ochrony lokalnego charakteru i pluralizmu oferty programowej w lokalnych, mediach elektronicznych” umieszczonej na stronie internetowej o adresie www.krrit.gov.pl.

Zasięgi techniczne grup radiowych oraz ich rozmieszczenie przedstawione są na mapach.

Rynek telewizyjny

Rynek telewizyjny nie może się już rozwijać poprzez uruchamianie nowych programów nadawanych drogą naziemną w sposób analogowy. Jego rozwój został wstrzymany ze względu na brak wolnych kanałów telewizyjnych do wykorzystania w tym systemie. W zasadzie nie jest także możliwe zwiększenie obszaru nadawania programów istniejących poprzez uruchamianie nowych analogowych nadajników naziemnych.

Istotne zmiany w ofercie programowej dostępnej widzom drogą naziemną nastąpią prawdopodobnie dopiero w chwili uruchomienia cyfrowego nadawania naziemnego.

Obecny kształt rynku telewizyjnego w 2005 roku nie uległ istotnym przeobrażeniom, nadal jedyną ogólnokrajową siecią obejmującą powyżej 85 % ludności kraju pozostaje Telewizja POLSAT.

TVN i TV 4 - ponadregionalne programy uniwersalne, drogą naziemną, nie docierają nawet do połowy Polaków. Sieć naziemnych stacji nadawczych TVN pozwala na dotarcie do około 42,5 % Polaków, zaś warunki techniczne koncesji TV 4 umożliwiają odbiór około 18,8 % mieszkańców. Zasięg programu TV 4 zwiększają, o 6,4 % mieszkańców Polski, koncesje wydane spółce Telewizja ODRA Sp. z o.o (poza 2 godzinny programem lokalnym) we Wrocławiu, Świdnicy, Opolu, Gorzowie Wielkopolskim, Zielonej Górze, Jeleniej Górze, Głogowie, Legnicy, Lubinie. Podobnie obszar nadawania programu TVN uzupełnia, o 0,6 % mieszkańców Polski, koncesja wydana spółce NTL-TED Sp. z o.o. z Radomska, w czasie gdy nie są tam emitowane programy lokalne.

TVN S.A. systematycznie buduje swoją pozycję wśród widzów, podejmując bezpośrednio konkurencję w nadawcą ogólnokrajowym mimo znacznie gorszych możliwości technicznych swojej sieci. TV 4 związany współpracą programową i sprzedażą czasu reklamowego z Telewizją POLSAT stanowi jedynie uzupełnienie jej oferty programowej.

Telewizja PULS Sp. z o.o. dysponuje zasięgiem około 15,9 % mieszkańców, program o charakterze wyspecjalizowanym społeczno-religijnym na zlecenie nadawcy i pod jego kontrolą realizuje na podstawie umowy producenckiej spółka Antena 1, także powiązana z Telewizją POLSAT.

Programy wymienionych wyżej nadawców dostępne są także dla abonentów satelitarnych „platform cyfrowych” (CYFRA+ i POLSAT CYFROWY) oraz znajdują się w ofercie podstawowej większości sieci telewizji kablowej, co znacznie zwiększa możliwości dotarcia tych programów do odbiorców.

Satelitarne „platformy cyfrowe” działające w Polsce od 8 lat systematycznie rozwijają zarówno pakiet oferowanych widzom programów jak również sieć swoich abonentów. Zgodnie z danymi przedstawianymi przez operatorów tych platform, na koniec 2005 roku, liczba abonentów wynosiła w przypadku CYFRA+ około 700.000, a w przypadku POLSATU CYFROWEGO 500.000 – czyli łącznie około 1.200.000 abonentów.

Na obu platformach dostępne są także programy telewizji publicznej łącznie z nowym koncesjonowanym kanałem TVP KULTURA, trwa jednak spór pomiędzy operatorami a Telewizją Polską S.A. w sprawie ewentualnych opłat z tego tytułu ponoszonych przez operatora. W związku z długością i złożonością tego sporu, wydaje się, że sprawy dostępności programów telewizji publicznej, również na platformie satelitarnej, powinny być uregulowane ustawowo (po wzięciu pod uwagę argumentacji obu stron, interesu odbiorcy oraz rozwiązań stosowanych w innych krajach europejskich).

Obydwu operatorom „platform” udało się poprawić wyniki finansowe i obie spółki podały informacje, że zanotowały zysk na koniec 2005 roku.

Nowe polskie programy satelitarne tworzone są głównie z myślą o rozprowadzaniu na „platformach cyfrowych” oraz sieciach telewizji kablowej. Część z nich nadawanych jest przez właścicieli platform - CANAL+Cyfrowy Sp. z o.o. posiada 7 koncesji na nadawanie programów satelitarnych, Telewizja POLSAT S.A. (mająca tego samego głównego udziałowca co spółka CYFROWY POLSAT S.A.) posiada 5 koncesji (w tym 2 nowe).

Dużą grupę koncesjonowanych programów satelitarnych rozprowadzanych na „platformach cyfrowych” i w sieciach kablowych stanowią programy tworzone przez spółki grupy TVN (TVN Sp. z o.o., TVN - 24 Sp. z o.o., TVN TURBO Sp. z o.o.). Spółki te posiadają koncesje na rozpowszechnianie 8 programów satelitarnych (w tym 2 nowe). Są to programy TVN 24, TVN GRA, TVN MED, TVN METEO, TVN SIEDEM, TVN STYLE, TVN TURBO oraz program dla zagranicy TVN INTERNATIONAL. 5 z tych programów obecnych jest na obydwu satelitarnych „platformach cyfrowych”.

Oferta polskich programów, dostępnych dla odbiorców posiadających indywidualne zestawy satelitarne lub będących abonentami satelitarnych „platformach cyfrowych” bądź sieci telewizji kablowej, systematycznie rośnie. Wzrost liczby programów nie był w 2005 jednak gwałtowny, a powstawaniu nowych programów towarzyszy również zaprzestanie nadawania przez niektórych nadawców (głównie z powodu kłopotów finansowych). Do KRRiT wpłynęło 7 nowych wniosków o udzielenie koncesji na satelitarne rozpowszechnianie programów (w tym 2 złożone przez Telewizję Polską S.A. oraz 3 przez nowy podmiot nie nadający jeszcze programów – spółkę C.K.TV. Agencja Reklamowa Sp. z o.o.).

Oprócz polskich programów satelitarnych odbiorcy mają również dostęp do programów zagranicznych nadawanych w języku polskim.

Wśród 37 koncesjonowanych przez KRRiT, programów satelitarnych aż 28 programów znajduje się przynajmniej na jednej z satelitarnych platform cyfrowych.

Wśród wymienionych 28 programów obecnych na satelitarnych platformach cyfrowych 24 znajduje się na platformie CYFRA+, 15 na platformie POLSAT CYFROWY. Większość programów nadawców satelitarnych nie związanych z właścicielami platform obecnych jest na obu platformach (10 programów).

Wśród 37 programów satelitarnych koncesjonowanych przez KRRiT zdecydowaną większość stanowią programy wyspecjalizowane – 32 (z czego obecnie nadawanych jest 27 programów). Wśród 5 koncesji na rozpowszechnianie programów o charakterze uniwersalnym 2 koncesje satelitarne dotyczą programów nadawanych naziemnie na podstawie odrębnych koncesji („TV 4” i „TVN”).

Najwięcej grupę programów wyspecjalizowanych tworzą programy filmowe i rozrywkowe (5 rozrywkowych, 5 filmowych, 1 rozrywkowo-filmowy) oraz sportowe – 4.

Specjalizacja programów jest bądź tematyczna - programy poświęcone motoryzacji, pogodzie, informacji i publicystyce, kulturze i sztuce, medycynie i zdrowiu, edukacji i poradnictwu, ekonomii, filmom dokumentalnym, bądź ze względu na odbiorcę – programy dla dzieci, programy dla kobiet, programy dla mężczyzn. Jeden program poświęcony jest wyłącznie telesprzedaży.

Rynek telewizji kablowych

Obecnie zarejestrowanych, tj. wpisanych do rejestru Przewodniczącego KRRiT, obejmującego programy rozprowadzane w sieciach telewizji kablowej, jest ponad 600 operatorów. Operatorzy ci zarządzają ok. 4,5 mln gniazd abonenckich, a ich możliwości szacuje się na ok. 7 mln. Liczba gospodarstw domowych w Polsce wynosi ok. 13 mln, z czego prawie 2,5 mln korzysta z indywidualnych zestawów do odbioru telewizji satelitarnej. Łącznie dostęp do programów satelitarnych ma więc prawie 50 % ludności naszego kraju.

Oprócz rozprowadzania programów, wytworzonych przez innych nadawców, operatorzy kablowi nadają też często, na podstawie uzyskanej koncesji, własny program. Dotychczas Przewodniczący KRRiT wydał 330 koncesji na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej, w tym 7 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,
- 12 – w 2001 roku,
- 19 – w 2002 roku,
- 30 – w 2003 roku,
- 35 – w 2004 roku,
- 36 – w 2005 roku.

Przewodniczący KRRiT wydał też 79 decyzji o rozszerzeniu koncesji na rozpowszechnianie programów (w tym 4 w 2005 roku), zwiększając ich zasięg o kolejne sieci telewizji kablowej.

Polska jest trzecim, co do wielkości rynkiem telewizji kablowych w Europie i bez wątpienia najbardziej dynamicznym. Z usług około 15 firm telewizji kablowej w Polsce korzysta ponad 3,5 mln abonentów.

Oferta programowa operatorów sieci telewizji kablowej

W okresie sprawozdawczym Przewodniczący KRRiT wydał 327 postanowień o wpisie do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej. Natomiast od początku prowadzenia rejestru Przewodniczący KRRiT wydał 5437 postanowień o wpisie do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach telewizji kablowej.

Nadal powiększa się oferta programowa dostępna w sieciach telewizji kablowej. Obecnie można uzyskać wpis na ponad 400 programów dostępnych drogą satelitarną lub w sieciach telewizji kablowych, z czego ponad 50 emitowanych jest w języku polskim. W 2005 roku w zgłoszeniach o rejestrację pojawiły się nowe programy dostępne drogą

satelitarną, koncesjonowane przez KRRiT: TVP Kultura, TVN Gra, Polsat Sport, Playboy Polska oraz Edusat Bis i Edusat Bis2 a także TVN MED.

Powiększenie oferty programowej, dostępnej w sieciach telewizji kablowej, umożliwia operatorom naturalne pozyskiwanie środków na rozwój sieci (podnoszenie opłat). Jednocześnie jednak wzrost abonamentu wywołuje protesty ze strony odbiorców, zwłaszcza w momencie likwidowania przez spółdzielnie mieszkaniowe możliwości korzystania z anten zbiorczych (w takim przypadku następuje przymus korzystania z usług operatora sieci telewizji kablowej). Problem ten potwierdzają liczne skargi napływające do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Nie ma przepisów chroniących obywateli przed działalnością administracji domów mieszkalnych, które podpisują umowy z operatorami telewizji kablowych. Ustawa o radiofonii i telewizji nie daje kompetencji KRRiT w zakresie obowiązku dostarczania przez operatorów telewizji kablowych darmowych pakietów, złożonych z programów rozpowszechnianych drogą naziemną – naziemną, które byłyby dostępne za pomocą tradycyjnych anten.

Obecne nasycenie rynku wysokiej jakości programami nie daje gwarancji, że po pojawieniu się na rynku nowego programu będzie on automatycznie wprowadzany do oferty operatorów sieci kablowych. Dodatkowo wzrasta liczba decyzji o pozostawieniu zgłoszenia bez rozpoznania ze względu na nieuzupełnienie braków w zgłoszeniach. W okresie sprawozdawczym wydano 108 decyzji o pozostawieniu zgłoszenia bez rozpoznania, podczas gdy w okresie od kwietnia 2004 roku do marca 2005 roku – 57 takich decyzji. Z tego powodu bardzo trudno przewidzieć wpływy z tytułu opłat za wpisy do rejestru programów rozprowadzanych w sieciach kablowych. Jest to przyczyna znaczącego spadku wpływów budżetowych z tego tytułu.

Lokalne programy w sieciach telewizji kablowej

Operatorzy telewizji kablowych, poza rozprowadzaniem programów wytworzonych przez innych nadawców, coraz chętniej rozpowszechniają własne programy koncesjonowane. W świetle doświadczeń KRRiT, koncesje takie są udzielane na programy emitowane od 30 minut w tygodniu, do kilku godzin dziennie – rzeczywisty czas emisji jest najczęściej dłuższy od minimalnego czasu wpisanego w koncesję. W przypadku programów radiowych rozpowszechnianych w sieciach kablowych jest to emisja nawet 24 godzinna.

Własne programy koncesjonowane są głównie poświęcone tematyce lokalnej. Wypełniają tym samym niszę, której nie są w stanie wypełnić naziemni nadawcy ogólnopolscy oraz regionalne programy rozpowszechniane przez Telewizję Polską SA.

We wnioskach o udzielenie koncesji coraz częściej wnioskodawcy ubiegają się o możliwość rozpowszechniania programu wyspecjalizowanego o charakterze informacyjnym i informacyjno-publicystycznym. Wyspecjalizowany charakter tego typu programów ułatwia nadawcy zrealizowanie zamierzeń dotyczących lokalności nadawanych audycji. KRRiT dostrzega również zjawisko wymiany programowej pomiędzy nadawcami, znacznie obniżającymi koszty programów i wzbogacającymi oferowane treści.

O wysokiej jakości oraz różnorodności form telewizyjnych oferowanych przez lokalnych nadawców kablowych świadczą programy zgłoszone do drugiej edycji konkursu Telewizji Lokalnych „To nas dotyczy 2005”, który odbył się podczas XXVII Konferencji i Wystawy Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej (dawniej Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Komunikacji Kablowej) 18 listopada 2005 roku w Krakowie. Warto podkreślić, że na konkurs przesłano 182 materiałów zrealizowanych przez 26 telewizji lokalnych. Produkcje telewizji lokalnych ubiegały się o nagrody w 4 kategoriach. Program informacyjny,

krótka forma telewizyjna – reportaż, wywiad, program planszowy (fotoreportaż, videotekst reklamowy lub informacyjny). Najwięcej materiałów filmowych nadesłano do kategorii – krótka forma telewizyjna. W kategorii reportaż nadesłano 129 materiałów, program informacyjny – 17 materiałów, 23 do kategorii – wywiad, 4 do kategorii program planszowy.

Usługi oferowane w sieciach komunikacji szerokopasmowej

Rynek telewizji kablowych w Polsce ulega przemianom, głównie ze względów technologicznych i poszerzającej się oferty, nie tylko programów telewizyjnych, ale coraz częściej i innych usług. Standardem staje się łączenie przez operatorów w swoich sieciach teletransmisyjnych trzech rodzajów usług: telewizji, szerokopasmowego dostępu do sieci Internet oraz telefonu.

Tendencja ta nazywana „Triple play” lub konwergencją nie dotyczy jedynie operatorów sieci telewizji kablowych, ale również telekomów, operatorów satelitarnych platform cyfrowych a w przyszłości, jak wskazują znawcy tematu również operatorów naziemnej telewizji cyfrowej. W 2005 roku o usługę telefonii cyfrowej rozszerzyła swoją ofertę największa sieć telewizji kablowej w Polsce UPC Polska oraz spółka VECTRA SA i TOYA Sp. z o.o.

Wypowiedzi przedstawicieli polskich operatorów sieci kablowych jak i operatorów platform satelitarnych oraz telekomów świadczą, iż dysponują oni infrastrukturą techniczną umożliwiającą wprowadzenie pełnej konwergencji oraz możliwości dodatkowego rozszerzenia oferty programowej o dodatkowo płatne usługi np. Video On-Demand (video na żądanie) czy Pay-per-view (płać i oglądaj). Oznacza to rewolucję na rynku usług telewizyjnych polegającą na odejściu od liniowości oferowanego przekazu i odbieranych treści na rzecz samodzielnego kształtowania oferty przez odbiorców.

Operatorzy Aster City Cable Holding i Multimedia jako pierwsi w Polsce przedstawili odbiorcom ofertę telewizji cyfrowej w sieci telewizji kablowej. Wprowadzenie takiej usługi planuje natomiast w 2006 roku TOYA Sp. z o.o.

Wprowadzanie nowych usług wymaga od operatorów wysokich nakładów finansowych, jak wskazują obserwatorzy tego rynku, dostosowanie sieci kablowej do potrzeb świadczenia usługi dostarczania szerokopasmowego Internetu to ok. 150 USD na jedno gniazdo abonenckie. Dostosowanie sieci do świadczenia pełnego zakresu usług w ramach „Triple play” może kosztować dodatkowo 200 USD od jednego gniazda. Analizy ekonomiczne wskazują, że koszty tych inwestycji mogą się zwrócić po ok. 3 latach.

W publikowanych analizach rynku specjaliści do spraw mediów wskazują, że główna walka konkurencyjna dotycząca zintegrowanych usług, rozegra się pomiędzy telekomami a operatorami sieci kablowych. W Polsce zaostrza się walki konkurencyjna pomiędzy operatorami sieci kablowej a największym operatorem telefonicznym, TP S.A. Telekomunikacja Polska SA mająca ok. 10 mln abonentów, już nie tylko prowadzi ostrą kampanię w celu pozyskania klientów na usługę dostępu do szerokopasmowego łącza internetowego – NEOSTRADA, ale również zapowiedziała uruchomienie w swoich sieciach transmisyjnych usługi dostępu do telewizji – tym samym firma ta uzyska pełną konwergencję i będzie oferować usługę telefonii stacjonarnej, telefonii komórkowej, dostępu do sieci Internet oraz dostęp do telewizji cyfrowej. Telekomunikacja Polska SA 25 listopada 2005 roku złożyła do KRRiT wnioski o wydanie zgody (zgodnie z art. 43 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji) na czasowe wprowadzenie programów do sieci w innej kolejności niż ta, którą określa art. 43 ust. 1 ustawy.

Do wejścia na rynek operatorów telewizyjnych szykują się również i inne firmy kojarzone do tej pory z usługami telefonicznymi. Telefonia Dialog zakończyła testy konsumenckie związane z uruchomieniem telewizji interaktywnej (usługi Video On-Demand - telewizji na żądanie). Dostęp do ok. 150 tytułów filmowych gwarantuje operatorowi umowa podpisana z Grupą ATM.

Natomiast w grudniu 2005 roku spółka ATM SA poinformowała o zamiarze uruchomienia nowej działalności polegającej na zapewnieniu dostępu do platformy gier interaktywnych za pośrednictwem sieci telewizji kablowych.

Według doniesień prasowych również spółka NETIA planuje uruchomienie nowych usług poprzez sieć wykorzystywaną do tej pory dla usług telefonii stacjonarnej.

W 2005 roku grupa ASTER jako pierwszy operator telewizji kablowej w Polsce uruchomiła dostęp do programu telewizyjnego przez sieć Internet. Jak na razie operator nie oferuje odbiorcom przystawek STB umożliwiających na pobieranie strumienia cyfrowego bezpośrednio z sieci Internet i oglądanie programu na odbiornikach telewizyjnych. Tym samym odbiorca jest zmuszony do oglądania oferowanego programu na monitorze komputera.

Na rynku medialnym daje się zauważyć tendencja do zacierania różnic pomiędzy telekomami a operatorami telewizji kablowej. Firmy posiadające infrastrukturę telekomunikacyjną będą mogły świadczyć te same usługi dostępu do telewizji, telefonu i Internetu. Obok tego pakietu coraz istotniejsze będą usługi dodatkowe.

Podstawowe problemy działalności komunikacji kablowej na polskim rynku mediów elektronicznych

Sprawa rozprowadzania programów telewizji publicznej, a w szczególności programu TVP KULTURA w sieciach kablowych i na platformach satelitarnych była w 2005 roku przedmiotem ostrego sporu pomiędzy TVP S.A. a operatorami sieci kablowych oraz operatorami platform satelitarnych.

TVP S.A. domagała się zakwalifikowania programu TVP Kultura do grupy innej niż określona w art. 43 ust. 1 pkt 4 ustawy o radiofonii i telewizji oraz wnoszenia opłat za retransmisję programów TVP S.A. i kontrolowanie wnoszenia opłat abonamentowych przez klientów sieci kablowych i platform cyfrowych.

5 lipca 2005 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zajęła stanowisko w sprawie współpracy TVP S.A. z operatorami sieci kablowych i platform cyfrowych.

W stanowisku KRRiT stwierdziła, że w art. 43 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji określono zasadę *must carry* jako obowiązek dla operatora sieci kablowych. Jednakże obowiązek ten, należy rozciągnąć także na operatorów platform satelitarnych, co wynika z art. 31 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej o usłudze powszechnej (2002/22/EC). Dyrektywa ma na celu ujednolicenie zasad nakładania na operatorów obowiązku rozprowadzania programów radiowych i telewizyjnych, ponieważ takie rozwiązanie służy interesowi ogółu odbiorców. KRRiT stwierdziła, że w tym zakresie należy rozumieć, że operatorzy sieci kablowych i platform satelitarnych mają równe prawa i równe obowiązki. Art. 43 ustawy o radiofonii i telewizji nie rozstrzyga kwestii opłat w stosunkach pomiędzy telewizją publiczną, a operatorami. W tym zakresie ustawa o radiofonii i telewizji zachowuje neutralność. KRRiT zwróciła jednak uwagę, że operatorzy powinni uwzględniać, iż istotą misji publicznej TVP S.A. jest rozpowszechnianie programów do jak najszerszego kręgu odbiorców. Jednocześnie odbiorca (abonent) nie powinien być obciążany opłatą

dotatkową gwarantującą dostęp do pakietu programów, obejmujących jedynie programy telewizji publicznej, w wysokości przekraczającej koszty utrzymania i konserwacji sieci. Odbiorcy programów telewizji publicznej płacą bowiem abonament radiowo-telewizyjny i z tego powodu dostęp do programów telewizji publicznej winien być nieograniczony. Krajowa Rada poinformowała, że należy odróżnić abonament radiowo – telewizyjny pobierany na podstawie ustawy od opłat technicznych za korzystanie z usług dostępu do sieci, bądź platformy satelitarnej. Abonament radiowo-telewizyjny jest obowiązkiem ustawowym każdego posiadacza odbiornika telewizyjnego lub radiowego i powinien być płacony bez względu na sposób dystrybucji programu.

KRRiT zwróciła również uwagę, że rozprowadzanie programu telewizyjnego jest dodatkowym polem eksploatacji, ustalonym na gruncie art. 97 pkt 4 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Z tego wynika konieczność zgody telewizji publicznej na rozprowadzanie jej programów, a z drugiej strony konieczność uregulowania warunków takiej eksploatacji, w tym także o charakterze ekonomicznym. W „Strategii państwa polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005-2020” KRRiT postuluje uregulowanie zasady must carry w połączeniu z zasadą must offer dla programów telewizji i radiofonii publicznej rozprowadzanych w sieciach bądź na platformach lub w inny sposób techniczny, przez co zostałyby usankcjonowana zasada neutralności ekonomicznej w stosunkach między telewizją publiczną a operatorami. Ponadto, proponowane przez Zarząd TVP S.A. obciążenie operatorów obowiązkami kontrolnymi, dotyczącymi ściegłości abonamentu jest nielegalne. Prawo takie - na podstawie ustawy - posiadają wyłącznie kontrolerzy Poczty Polskiej (art. 7 ustawy z 21 kwietnia 2005 roku o opłatach abonamentowych).

KRRiT w stanowisku z 5 lipca 2005 roku poinformowała, że propozycje objęcia umowami programów tematycznych, które w przyszłości zamierza emitować TVP S.A., przed uzyskaniem koncesji, mogą być rozpatrywane w kategoriach wykorzystania pozycji dominującej na rynku, w kontekście obowiązku zasady must carry, spoczywającej na operatorach i narzucenia im uciążliwych warunków umów. Z tych powodów zagadnieniem tym powinien zająć się właściwy w tej sprawie organ, jakim jest Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Wychodząc naprzeciw propozycjom TVP S.A. oraz uwzględniając poprawę ściegłości abonamentu radiowo-telewizyjnego KRRiT zwróciła się do operatorów by mieli na uwadze, że poważnym źródłem przychodu telewizji publicznej jest abonament radiowo – telewizyjny i z tego powodu ważne jest popieranie akcji informacyjnych, mających na celu wzrost ściegłości abonamentu radiowo – telewizyjnego.

KRRiT uznała, że operatorzy telekomunikacyjni świadczący zintegrowane usługi dostępu do Internetu, telewizji oraz usług głosowych będą podlegać rejestracji na mocy rozporządzenia KRRiT z 17 sierpnia 2004 roku w sprawie szczegółowego sposobu i trybu prowadzenia rejestru programów w sieciach kablowych oraz wzoru rejestru i wzoru zgłoszenia o wpis do rejestru.

W znowelizowanej w 2004 roku ustawie o radiofonii i telewizji ustawodawca pominął wpływ ustawy z 16 lipca 2004 roku prawo telekomunikacyjne na jej kształt. W świetle znowelizowanej ustawy Prezes URTiP nie wydaje już zezwoleń na używanie urządzeń nadawczych i sieci telekomunikacyjnych niezbędnych do rozprowadzania programu a dokonuje wpisu do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych. To niedopatrzenie wymaga pilnego znowelizowania. Niestety nowelizacja z grudnia 2005 roku również pominęła tę kwestię.

Na tle konfliktu pomiędzy TVP S.A. a operatorami sieci kablowych oraz platform satelitarnych dostrzega się konieczność implementacji definicji i zapisów wynikających z

ustawy prawo telekomunikacyjne do ustawy o radiofonii i telewizji. Za konieczne należy uznać również zmiany ustawy wynikające z prawa wspólnotowego, a szczególnie kwestię budzącą od lat wśród operatorów sieci kablowych wiele kontrowersji - obowiązek must carry. W unijnym porządku prawnym, kwestię tę, reguluje Dyrektywa 2002/22/EC z 7 marca 2002 roku – Usługa Powszechna. W państwach UE, w których występuje obowiązek must carry programy wchodzące najczęściej w zakres tego uregulowania to: programy ogólnokrajowe i regionalne nadawców publicznych, a także bardzo często, kanały poświęcone szerzeniu kultury danego kraju, rozpowszechniane drogą satelitarną. W nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji należy uwzględnić jasne i przejrzyste przepisy zasady must carry. Zgodnie z dyrektywą Unii Europejskiej programy objęte tym tą zasadą powinny być wymienione z nazwy w ustawie. Zasadą tą muszą być objęte misyjne programy telewizji i radiofonii publicznej. Programy te są i powinny być zwolnione z wymogu rejestracji przez operatora.

Nie można zapomnieć, że Unia Europejska kładzie silny nacisk na kwestię konwergencji mediów, czyli możliwość świadczenia tych samych usług za pośrednictwem różnego rodzaju sieci transmisyjnych. W związku z tym ustawodawca, tworząc prawo powinien pamiętać, by podmioty działające na tym samym polu usług miały te same prawa i obowiązki (np. operatorzy sieci kablowych i operatorzy platform satelitarnych). Dlatego też uregulowania zasady must carry z uwzględnieniem, bądź nie, zasady must offer powinny dotyczyć również operatorów telekomów, operatorów satelitarnych platform cyfrowych oraz w przyszłości operatorów naziemnych multipleksów.

Należy tak tworzyć prawo medialne, aby podmioty działające na tym samym polu usług miały te same prawa i obowiązki. Niestety, ani w obecnej ustawie o radiofonii i telewizji, ani w ustawie o prawie autorskim operatorzy satelitarnych platform cyfrowych nie mają obowiązków takich jak operatorzy sieci telewizji kablowej, choć działają na tym samym polu usług.

Obowiązkowi zgłoszenia o wpis do rejestru rozprowadzanych programów powinni podlegać nie tylko operatorzy telewizji kablowej, ale także operatorzy platform cyfrowych. W obecnie obowiązujących przepisach mamy do czynienia z nierównym traktowaniem podmiotów działających na tym samym polu usług. Warto zaznaczyć fakt, iż ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych nakłada przymus pośrednictwa organizacji zbiorowego zarządu w przypadku reemisji jakichkolwiek utworów w sieciach kablowych, nie nakładając takiego obowiązku na operatorów platform cyfrowych.

Obecne przepisy prawa autorskiego są niedoskonałe i wymagają nowelizacji przekraczającej zakres dostosowania do wymogów Unii Europejskiej. Powinny w jednakowy i bezstronny sposób traktować wszystkie zainteresowane strony tj. nadawców, operatorów i organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.

W obowiązujących przepisach ustawy prawo autorskie brakuje przede wszystkim:

- pewności nabycia wszystkich praw do reemisji kablowej;
- pewności co do maksymalnej wysokości wynagrodzeń autorskich oraz racjonalnych i przejrzystych podstaw ich określania;
- pewności, że spory z organizacjami zbiorowego zarządzania rozstrzygane będą przez bezstronny organ.

Wielokrotnie KRRiT wskazywała, że ustawa powinna wyważyć interesy użytkowników i uprawnionych oraz tak uregulować procedury, aby umożliwić kompromis wsparty autorytetem państwa.

Na tle zaostrażającej się konkurencji pomiędzy telekomami a operatorami sieci telewizji kablowej należy zastanowić się nad uregulowaniem kwestii dzierżawy infrastruktury technicznej kontrolowanej przez Telekomunikację Polską S.A.. Kwestia ta dotyczy szczególnie narzucania cen i terminów obowiązywania umów na dzierżawę kanałów kontrolowanych przez TP S.A. – będącą rzeczywistym monopolistą w tym zakresie.

Warto przypomnieć również, że art. 45 znowelizowanej w grudniu 2005 roku ustawy o radiofonii i telewizji, okazał się niedostosowany do warunków, w których przyszło KRRiT funkcjonować. Z jednej strony Art. 18. 1. ustawy o radiofonii i telewizji stwierdza wyraźnie, że audycje lub inne przekazy nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym, w szczególności nie mogą zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć lub narodowość. Ustęp 4. zabrania także rozpowszechniania audycji lub innych przekazów zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, w szczególności zawierających treści pornograficzne lub w sposób nieuzasadniony eksponujących przemoc. Z drugiej strony art. 45 ustawy daje możliwość rejestracji programów np. o charakterze pornograficznym w sieciach operatorów kablowych. W znowelizowanym w 2004 roku art. 45. ustawodawca stwierdza wyraźnie, iż Przewodniczący KRRiT, jako organ rejestracyjny, może odmówić wpisu do rejestru programu, jeżeli w rozpowszechnianym programie, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści naruszające przepisy art. 18. ustawy o radiofonii i telewizji.

Zakazać rozprowadzania programu można natomiast, jeżeli w rozprowadzanym programie, w okresie ostatnich 12 miesięcy, co najmniej dwukrotnie zamieszczone zostały treści podżegające do nienawiści ze względu na rasę, płeć, narodowość lub religię lub naruszające przepisy art. 18 ust. 4 i 5.

Tym samym nowelizacja z 2004 roku odebrała Przewodniczącemu KRRiT możliwość odmowy rejestracji programu tylko ze względu na jego charakter. Ustawodawca nie przewidział, że KRRiT nie może ukarać podmiotu rozpowszechniającego program na podstawie koncesji wydanej przez regulator innego państwa. Tym samym ustawodawca umożliwił rejestrowanie programów prezentujących treści sprzeczne z polskim prawem.

Kwestia ta jest szczególnie istotna ze względu na sygnalizowanie przez niektórych operatorów telewizji kablowej chęci rejestrowania programów o charakterze pornograficznym posiadających koncesje austriackie, holenderskie i francuskie. Do tej pory nie doszło do rejestracji takich programów lub odmowy ich rejestracji ze względu na błędy formalne jakie znalazły się we zgłoszeniach rejestracji programów, jak np. EURO TIC TV rozpowszechniany na podstawie koncesji wydanej przez regulatora austriackiego Kommunikationsbehörde Austria.

Rynek telewizji kablowych w Polsce ulega przemianom, głównie z powodów technologicznych i poszerzającej się oferty programowej. Możliwość korzystania z usług dodanych tj. Internetu, telefonu, usług bankowych, a w niedalekiej przyszłości odejściu od liniowości oferowanego przekazu i odbieranych treści na rzecz samodzielnego kształtowania oferty przez odbiorców z pewnością podnosi atrakcyjność telewizji kablowych.

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

W polski rynek telewizji kablowej jest zaangażowany kapitał zagraniczny. Coraz częściej na tym rynku inwestują banki i fundusze inwestycyjne. A o atrakcyjności polskiego rynku telewizji kablowej może świadczyć sprzedaż sieci kablowej w 2005 roku ASTER CITY CABLE przez Hicks, Muse, Tate & Furt funduszowi Mid Europa Partners za 1,6 mld zł.

Usługi świadczone przez operatorów sieci telewizji kablowej, operatorów satelitarnych platform cyfrowych oraz telekomunikacji mają i będą miały coraz większy wpływ i są istotnym elementem społeczeństwa informacyjnego.

Branża telewizji kablowej wykorzystuje coraz bardziej skomplikowane technologie i prowadzi wielkie inwestycje. W związku z powyższym operatorzy muszą przygotować się do wprowadzenia szerokopasmowych usług dostępowych w sieciach kablowych. Usługi szerokopasmowego dostępu do internetu są obecnie motorem rozwoju sieci i wzrostu liczby abonentów.

3. Sytuacja ekonomiczno–rynkowa nadawców koncesjonowanych

Na koniec 2004 roku obowiązywało 259 koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych oraz telewizyjnych drogą rozsiewczą naziemną lub satelitarną.

Wyszczególnienie	Koncesje radiowe	Koncesje telewizyjne	Razem
Spółki prawa handlowego	141	39	180
Instytucje kościelne	45	1	46
Osoby fizyczne	13	0	13
Uczelnie Wyższe	7	1	8
Inne podmioty *)	9	3	12
RAZEM	215	44	259

*) inne podmioty to: ośrodki kultury, stowarzyszenia, fundacje.

W tej liczbie znajdują się koncesje wykonywane przez koncesjonariuszy posiadających więcej niż jedną koncesję na nadawanie programów radiowych lub telewizyjnych.

Lp.	Koncesjonariusz	Liczba posiadanych koncesji	
		radiowych	telewizyjnych
1	Lokalne Rozgłosnie Radiowe Sp. z o.o.	2	-
2	Polskie Fale Średnie S.A.	11	-
3	Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe HITT Sp. z o.o.	3	-
4	Radio ELKA Sp. z o.o.	2	-
5	Radio ESKA S.A.	18	-
6	Radio KŁAKSON Sp. z o.o.	3	-
7	Radio Północ Sp. z o.o.	2	-
8	Radio Warmia-Mazury WA-MA S.A.	3	-
9	Radio WARTA Sp. z o.o.	2	-
10	Twoje Radio Sp. z o.o.	2	-
11	WIBOR Sp. z o.o.	2	-
12	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	3	-

13	Diecezja Płocka	2	-
14	Prowincja Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych	1	1
15	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	3	-
16	Piotr Bajer	2	-
17	Jarosław Dziemian	2	-
18	Jerzy Kalisz	2	-
19	CANAL + Cyfrowy Sp. z o.o.	-	8
20	Fundacja INNOWACJA	-	2
21	Polskie Media S.A.	-	2
22	TVN S.A.	-	5
23	TVN-24 Sp. z o.o.	-	2
24	Telewizja POLSAT S.A.	-	4
	RAZEM	65	24

Z tego powodu, że 24 koncesjonariuszy wykonywało więcej niż jedną koncesję, a wymienieni poniżej koncesjonariusze z różnych powodów nie przedstawili sprawozdań finansowych, zaś czterech nadawców dołączyło sprawozdania finansowe do złożonych wniosków o ponowne udzielenie koncesji, ilość złożonych sprawozdań za 2004 rok jest mniejsza niż liczba obowiązujących koncesji na koniec roku.

Koncesja Nr 0091/95-T przyznana VIGOR- Telewizja Gorzów Sp. z o.o.	-	przestała obowiązywać 5 lutego 2005 roku, a koncesjonariusz nie składał wniosku o udzielenie nowej koncesji.
Koncesja Nr 0112/95-T przyznana Telewizji Zielona Góra Sp. z o.o.	-	przestała obowiązywać 8 stycznia 2005 roku, a koncesjonariusz nie składał wniosku o udzielenie nowej koncesji.
Koncesja Nr 276/2001-T przyznana Ponadregionalnej Telewizji PULS Sp. z o.o.	-	została cofnięta decyzją KRRiT w sierpniu 2005 roku (koncesjonariusz nie wykonywał jej w 2004 roku)
Koncesja Nr 281/2001-T przyznana Grupie MULTIMEDIA Sp. z o.o.	-	została cofnięta decyzją KRRiT w lipcu 2005 roku (koncesjonariusz trwale zaprzestał nadawania programu)
Koncesja Nr 268/2001-T przyznana prowincji Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych	-	została uchylona decyzją KRRiT we wrześniu 2005 roku na wniosek Koncesjonariusza
Koncesja Nr 305/2004-R	-	została przyznana spółce INDIGO Sp. z o.o. pod koniec września 2004 roku
Koncesja Nr 306/2004-T	-	została przyznana spółce MEDIA BIZNES Sp. z o.o. w październiku 2004 roku
Koncesja Nr 309/2007-T	-	została przyznana spółce MEDIA EXPERT Sp. z o.o. w grudniu 2004 roku
Koncesje Nr 311/2004-T i Nr 312/2004-T	-	zostały przyznane Fundacji INNOWACJA w grudniu 2004 roku

Podmioty, których koncesje wygasły w 2004 roku, a wnioski o powtórne przyznanie koncesji były w trakcie rozpatrywania:

- Telewizja Lubań-Bolesławiec Sp. z o.o. (poprzednio Stowarzyszenie Telewizyjne LUBAŃ) na program telewizyjny,
- NTL-TED Sp. z o.o. (poprzednio Tadeusz Dąbrowski) na program telewizyjny,
- AIDA S.A. na program radiowy,

– Rozgłośnia Radiowa OKO S.A. na program radiowy, przedstawiły sprawozdania finansowe za 2004 rok.

W procesie rekoncesji koncesje zostały przyznane ponownie w 2005 roku.

Zgodnie z art. 37a ustawy o radiofonii i telewizji obowiązkiem złożenia sprawozdań finansowych za 2004 rok było objętych 190 nadawców radiowych i telewizyjnych.

Wyszczególnienie	Nadawcy radiowi	Nadawcy telewizyjni	Razem
Spółki prawa handlowego	103	18	121
Instytucje kościelne	40	0	40
Osoby fizyczne	10	0	10
Uczelnie Wyższe	7	1	8
Inne podmioty	9	2	11
RAZEM	169	21	190

Sprawozdania finansowe, w zależności od formy prawnej, w ramach której nadawcy wykonywali koncesję miały różnorodną formę, od pełnych lub uproszczonych sporządzanych przez podmioty prawne, poprzez roczne rozliczenia podatkowe osób fizycznych wykonujących koncesję oraz „Księgi przychodów i rozchodów” (ostatnie strony) działalności gospodarczej, w wielu przypadkach dużo szerszej niż tylko działalność radiowa lub telewizyjna, po sprawozdania finansowe podmiotów prawnych wykonujących koncesję, dotyczące całości prowadzonej działalności (wyższe uczelnie, stowarzyszenia, fundacje, centra kultury i sztuki, miejskie i gminne domy kultury) oraz zestawienia wpłat i wydatków stacji radiowych sporządzane przez niektóre rozgłośnie radiowe działające w ramach instytucji kościelnych, według zasad określonych przez wewnętrzne przepisy kościelne.

Duża różnorodność form składanych sprawozdań finansowych powoduje, że nie zawsze jest możliwe uzyskanie pełnej wiedzy o sytuacji ekonomiczno-finansowej nadawców.

W związku z tym, analiza porównawcza sytuacji ekonomiczno-finansowej poszczególnych nadawców oraz osiągniętych wyników dotyczących tylko działalności medialnej w wielu przypadkach okazuje się bardzo trudna lub wręcz niemożliwa.

Sytuację ekonomiczno-finansową koncesjonowanych Nadawców przedstawiono w rozbiciu na poszczególne grupy koncesjonariuszy, uwzględniając formę prawną, w ramach której nadawcy prowadzili działalność na podstawie posiadanej koncesji oraz usytuowanie rozgłośni radiowej lub stacji telewizyjnej w strukturach organizacyjnych koncesjonariusza.

Sytuacja ekonomiczno-finansowa koncesjonowanych nadawców radiowych (na podstawie sprawozdań nadawców za 2004 rok)

Według stanu na 31 grudnia 2004 roku Krajowa Rada przyznała łącznie 215 koncesji na nadawanie programów radiowych, w tym 180 koncesji przyznano w ramach procesu ponownego udzielania koncesji.

Trwał proces koncesyjny o ponowne udzielenie dwóch koncesji, których czas obowiązywania minął w 2004 roku. Koncesje zostały przyznane ponownie w 2005 roku.

Podmioty, które je otrzymały również zobowiązane były do przedstawienia sprawozdań finansowych za 2004 rok.

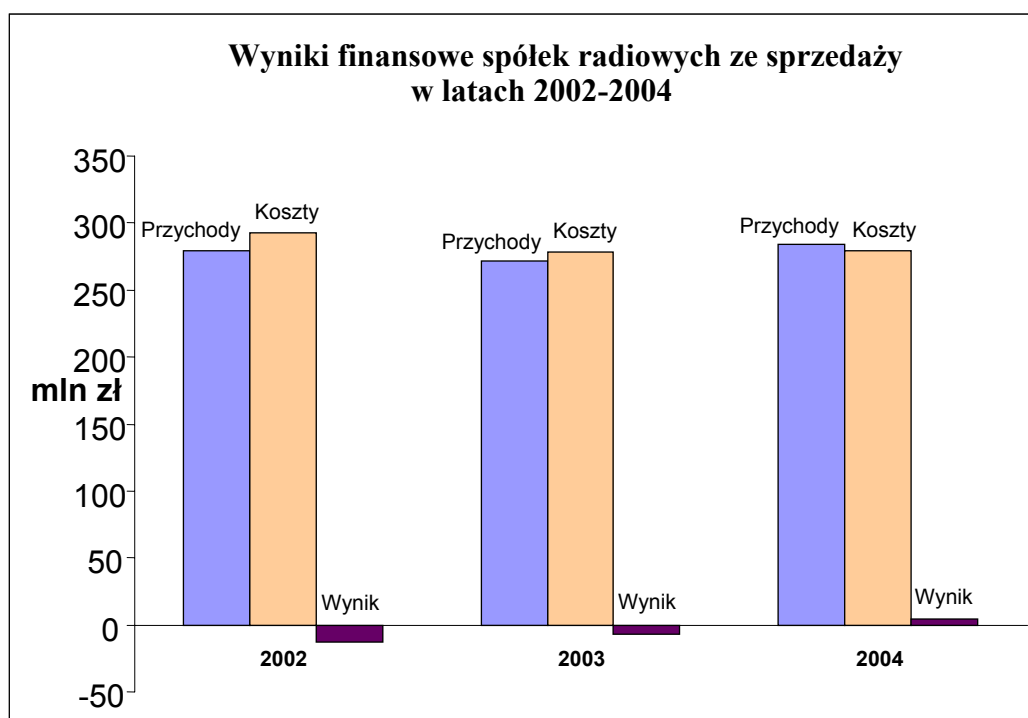
Łącznie 217 (215 obowiązujących plus 2 w trakcie rekoncesjonowania) koncesji na nadawanie programów radiowych było wykonywanych przez 169 podmiotów prawnych i fizycznych, wśród których 17, posiadających więcej niż jedną koncesję na nadawanie programów radiowych, wykonywało 64 koncesji.

Nadawcy radiowi prowadzący działalność w formie spółek prawa handlowego

Ponad 60 % koncesjonowanych nadawców radiowych w 2004 roku prowadziło działalność w formie spółek prawa handlowego. Podmioty te przedstawiły sprawozdania finansowe za 2004 rok zawierające bilans i rachunek zysków i strat, w nielicznych przypadkach wraz z opinią i raportem biegłego rewidenta.

Sprawozdania finansowe za 2004 rok przekazały wszystkie spółki radiowe nadające program.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że przychody z działalności gospodarczej w 2004 roku, liczone jako suma: przychodów ze sprzedaży produktów i materiałów (z podstawowej działalności), pozostałych przychodów operacyjnych i przychodów finansowych, były o prawie 7 % wyższe w porównaniu z 2003 rokiem, w tym przychody ze sprzedaży zwiększyły się o prawie 5 %.



Zysk z rocznej działalności gospodarczej odnotowało w 2004 roku około 45 % nadawców. Ze względu na bardzo duże różnice w wielkości poniesionych kosztów i przychodów osiągniętych przez poszczególne stacje radiowe (zależne od zasięgu stacji,

wykorzystywanego czasu reklamy, charakteru programu, itp.). Osiągnięty zysk na działalności gospodarczej poszczególnych nadawców porównano do osiąganych przez nich przychodów z działalności. W 2004 roku zysk na działalności gospodarczej poszczególnych nadawców stanowił od 0,1 % do 46,2 % przychodów z działalności. W większości spółek, wypracowany zysk nie przekraczał 10 % przychodów z działalności, ale w jednym przypadku stanowił nawet 61,2 %.

Należy zauważyć, że grupa nadawców radiowych prowadząca działalność w formie spółek prawa handlowego, po raz pierwszy od trzech lat, w 2004 roku osiągnęła ogółem dodatni wynik na sprzedaży.

Ponad 55 % analizowanych nadawców odnotowało w 2004 roku stratę na sprzedaży produktów i materiałów (na podstawowej działalności) czyli o 16 p.p. mniej niż w roku poprzednim. Pozostała działalność operacyjna i działalność finansowa nadawców miała niewielki wpływ na poprawę wyników i poziom całej straty na działalności gospodarczej, którą odnotowało ponad 54 % nadawców. Porównawczo w 2003 roku stratę na sprzedaży odnotowało ponad 70 % nadawców, a stratę na działalności gospodarczej ponad 66 % nadawców.

Dla około 48 % koncesjonowanych nadawców radiowych, prowadzących działalność w ramach spółek prawa handlowego, rok 2004 był kolejnym rokiem, który zakończyli ze stratą. Równocześnie prawie 1/3 spółek, które w 2003 roku odnotowały stratę, w 2004 roku wypracowały zysk.

Na koniec 2004 roku, tak jak i na koniec 2003 roku, 85 % spółek wykazało ujemne wyniki z lat ubiegłych (skumulowana strata). Ponad 40 % tych spółek na koniec 2004 roku odnotowało zysk.

Ujemne wyniki finansowe za 2004 rok i za lata poprzednie znacznej grupy nadawców, przy nielicznych przypadkach dopłat do kapitału podstawowego spółek bądź kapitału zapasowego spowodowały, że na koniec 2004 roku nadal ponad połowa spółek wykazała wartość ujemną kapitałów własnych jednak mniej o prawie 4 p.p. niż na koniec 2003 roku. Wśród tych spółek prawie 50 % miało ujemną wartość kapitałów własnych drugi rok z rzędu (o ponad 5 p.p. więcej niż w 2003 roku).

Na koniec 2004 roku w 69 % analizowanych spółek strata przewyższała sumę kapitałów zapasowego i rezerwowego oraz jedną drugą (dla spółek z ograniczoną odpowiedzialnością) czy jedną trzecią (dla spółek akcyjnych) kapitału zakładowego (dla porównania na koniec 2003 roku w 67% spółek). Taki poziom wyników obciąża wspólników do podjęcia uchwały co do dalszego istnienia spółki.

W 60 % analizowanych spółek nie została zachowana „złota reguła finansowania” (dla porównania w 2003 roku w 71% spółek), która mówi, że wszystkie aktywa trwałe firmy powinny być finansowane kapitałami o charakterze trwałym, do których zaliczamy kapitały własne, rezerwy oraz długoterminowe zobowiązania (kredyty i pożyczki). Pomimo poprawy, świadczy to nadal o zwiększonym niebezpieczeństwie utraty przez te spółki płynności finansowej.

Podobnie jak w 2003 roku, 11 analizowanych spółek nie wykazało w bilansie na koniec 2004 roku żadnego rzeczowego majątku trwałego.

W 2004 roku zwiększyła się w porównaniu do 2003 roku liczba spółek korzystających z kredytów i pożyczek. W 2004 roku ponad 70 % spółek korzystało z kredytów i pożyczek (w 2003 roku niecałe 50 % spółek), w tym 37 % spółek korzystało z kredytów i pożyczek

długoterminowych oraz 47 % spółek z kredytów i pożyczek krótkoterminowych. Były to przede wszystkim pożyczki od udziałowców.

W 2004 roku zmniejszyła się w porównaniu do 2003 roku liczba spółek, których zobowiązania krótkoterminowe przewyższały wartość należności krótkoterminowych (65 % spółek, dla porównania w 2003 roku ponad 77 % spółek). W 57 % spółek w 2004 roku zobowiązania krótkoterminowe były wyższe niż cały majątek obrotowy, dla porównania w 2003 roku w 68 % spółek. Wynika z tego, że ich działalność finansowana była, w mniejszym stopniu niż w roku ubiegłym, częściowo nieuregulowanymi zobowiązaniami krótkoterminowymi.

Nadawcy dysponujący tzw. sieciami o zasięgu ogólnopolskim odnotowali w 2004 roku prawie 4,5 % wzrost łącznych przychodów z działalności gospodarczej w porównaniu do przychodów osiągniętych w 2003 roku, w tym łączne przychody ze sprzedaży wzrosły o ponad 4 %. Rok 2004, podobnie jak poprzedni, spółki te zakończyły dodatnim wynikiem. Kapitały własne tych spółek na koniec roku wykazywały wartość dodatnią, podobnie jak na koniec 2003 roku.

Nadawcy radiowi ponadregionalni (Radio WAWA, RADIOSTACJA i Radio TOK FM) odnotowali w 2004 roku prawie 20 % wzrost łącznych przychodów z działalności gospodarczej w porównaniu do przychodów w 2003 roku, w tym łączne przychody ze sprzedaży zmniejszyły się o ponad 6 %. Tak znaczny wzrost łącznych przychodów z działalności gospodarczej spowodowany został bardzo znacznym wzrostem przychodów z pozostałej działalności operacyjnej i działalności finansowej. Tylko jeden z nadawców ponadregionalnych zakończył 2004 roku symbolicznym zyskiem (w 2003 roku wszyscy odnotowali stratę). Kapitały własne spółek nadających programy ponadregionalne na koniec 2004 roku, tak jak i na koniec 2003 roku, wykazywały wartość ujemną.

Największa grupa nadawców posiadających koncesje na nadawanie programów radiowych o charakterze lokalnym prowadziła w 2004 roku działalność w ramach grup radiowych lub samodzielnie. W 2004 roku odnotowali oni ogółem przychody z działalności gospodarczej o ponad 8 % wyższe niż w 2003 roku (przychody ze sprzedaży były w 2004 roku wyższe o 6 % w porównaniu z 2003 rokiem).

Przychody z działalności gospodarczej niezależnych nadawców radiowych działających lokalnie wzrosły w 2004 roku o niecały 1 % w porównaniu do 2003 roku, a w przypadku nadawców radiowych działających w ramach grup radiowych były o 13 % wyższe niż w 2003 roku.

W przypadku niezależnych stacji radiowych o ponad 13 p.p. zmniejszył się w porównaniu z 2003 roku udział spółek, które odnotowało stratę na działalności gospodarczej, a w przypadku stacji działających w ramach grup radiowych o ponad 10 p.p.

Wartość aktywów trwałych ogółem spółek emitujących programy radiowe o zasięgu lokalnym zwiększyła się w 2004 roku o ponad 65 % w porównaniu do 2003 roku. Jednak niezależne stacje radiowe odnotowały spadek wartości aktywów trwałych o prawie 15 %, natomiast stacje działające w ramach grup radiowych odnotowały dwukrotny wzrost wartości aktywów trwałych.

Wzrost wartości aktywów trwałych spółek działających w ramach grup radiowych spowodowany został ponad czterokrotnym wzrostem wartości należności i inwestycji długoterminowych (w przypadku spółek działających w ramach grupy AGORA S.A. ich wartość wzrosła ponad 50-krotnie w wyniku nabycia udziałów w jednostkach powiązanych, w spółkach działających w ramach grupy ZPR S.A. ich wartość wzrosła o ponad 60 %, natomiast w spółkach działających w ramach grupy Ad.Point Sp. z o.o. ich wartość nie uległa

zmianie, a w spółkach działających w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. nastąpił spadek wartości należności i inwestycji długoterminowych). Ponieważ spółki niewiele inwestowały w aktywa niefinansowe, oznacza to znaczny wzrost wartości udzielonych spółkom pożyczek długoterminowych oraz bardzo wysoki wzrost kwoty udziałów nabytych w innych jednostkach.

Wartość majątku obrotowego ogółem wszystkich spółek emitujących programy radiowe o charakterze lokalnym nie zmieniła się i pozostała na poziomie z 2003 roku, a kwota należności była wyższa o prawie 5 % w stosunku do 2003 roku.

W stosunku do tej sytuacji w niezależnych stacjach radiowych wartość majątku obrotowego ogółem zwiększyła się o ponad 8 %, a wartość należności ogółem wzrosła o niecały 1 %.

W spółkach działających w ramach grup radiowych obniżyła się ogólna wartość majątku obrotowego o prawie 4 %, natomiast sama wartość należności wzrosła o 7 %.

Ogólny stan zobowiązań długoterminowych wszystkich spółek emitujących programy radiowe o zasięgu lokalnym był na koniec 2004 roku o 8 % niższy, a stan zobowiązań krótkoterminowych o 17 % wyższy niż na koniec 2003 roku.

W przypadku niezależnych stacji radiowych poziom zobowiązań długoterminowych zmniejszył się o 60 %, a krótkoterminowych zmniejszył się o 4 %. Potwierdza to fakt, że uzyskanie kredytów przez niezależnych nadawców, a są to najczęściej małe i średnie firmy, jest wręcz niemożliwe.

Spółki działające w ramach grup radiowych odnotowały ogółem w 2004 roku ponad 10 % wzrost wartości zobowiązań długoterminowych w porównaniu do stanu z końca 2003 roku.

W 2004 roku tylko w przypadku spółek działających w ramach grupy AGORA S.A. nastąpił ponad 17 % wzrost zobowiązań długoterminowych. W przypadku spółek działających w ramach pozostałych grup nastąpił znaczny spadek wartości zobowiązań długoterminowych: w spółkach z grupy ZPR S.A. o prawie 60 %, w spółkach grupy Ad.Point Sp. z o.o. o ponad 35 %. Były to w większości pożyczki od udziałowców. Spółki grupy Y-Radio Sp. z o.o. nie wykazały żadnych zobowiązań długoterminowych.

Stan zobowiązań krótkoterminowych ogółem wzrósł w spółkach działających w ramach grup o ponad 35 % w porównaniu ze stanem na koniec 2003 roku. W spółkach działających w ramach grup AGORA S.A. i ZPR S.A. wzrósł o około 20 %, w ramach grupy Ad.Point Sp. z o.o. o ponad 50 %, natomiast w spółkach działających w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. stan zobowiązań krótkoterminowych był o prawie połowę niższy niż na koniec roku poprzedniego.

W obu porównywanych okresach ogólna wartość zobowiązań krótkoterminowych wszystkich nadawców lokalnych przewyższała wartość należności i relacja ta na koniec 2004 roku była gorsza niż na koniec 2003 roku. Oznacza to, że działalność spółek finansowana była w coraz większym stopniu nieuregulowanymi zobowiązaniami.

W przypadku spółek prowadzących niezależną działalność nadawczą relacja ta uległa niewielkiej poprawie. Łączna wartość zobowiązań krótkoterminowych tych spółek na koniec 2004 roku przekraczała o 112 % wartość należności, kiedy na koniec 2003 roku przekraczała o 123 %. Jednak nadal relacja była bardzo niekorzystna.

W spółkach działających w ramach grup radiowych omawiana relacja uległa pogorszeniu. Zobowiązania krótkoterminowe na koniec 2004 roku przekroczyły o 107 % łączną wartość należności, kiedy na koniec roku poprzedniego przekroczyły o 64 %.

Bardzo niekorzystną relację wykazały wyniki spółek działających w ramach grup Ad.Point Sp. z o.o. i RMF CLASSIC Sp. z o.o.

W niezależnych stacjach radiowych oraz zsięciowanych nadających programy radiowe o charakterze lokalnym, w obu porównywanych okresach, ogólna wartość zobowiązań krótkoterminowych przewyższała wartość całego majątku obrotowego. Relacja ta na koniec 2004 roku była gorsza niż na koniec 2003 roku.

Ogólna wartość kapitałów własnych wszystkich spółek nadających program radiowy o zasięgu lokalnym w analizowanym okresie miała wartość ujemną, jednak na koniec 2004 roku dziesięciokrotnie mniejszą niż na koniec 2003 roku.

W spółkach działających jako niezależne stacje radiowe ujemna wartość kapitałów własnych łącznie zmniejszyła się na koniec 2004 roku pięciokrotnie.

W spółkach działających w ramach grup radiowych jedynie spółki działające w ramach grupy ZPR S.A. posiadały łącznie dodatnie kapitały własne w dwóch poprzednich latach i na koniec 2004 roku i były one wyższe o 11 % niż na koniec 2003 roku. W spółkach działających w ramach grup AGORA S.A. i Y-Radio Sp. z o.o. kapitał własny łącznie na koniec 2004 roku wykazywał wartość ujemną, ale była ona kilkakrotnie niższa niż na koniec 2003 roku (w spółkach działających w ramach grupy AGORA S.A. dziesięciokrotnie, a w przypadku spółek działających w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. 21-krotnie). W spółkach działających w ramach grupy Ad.Point Sp. z o.o. na koniec 2004 roku o ponad 31 % nastąpiło obniżenie wartości kapitałów własnych łącznie.

Należy zaznaczyć, że z analizy przedstawionych sprawozdań za lata 2002-2004 wynika, że 18 spółek działających w ramach grup radiowych w trzech kolejnych latach odnotowało stratę netto i miało ujemną wartość kapitałów własnych. W ramach grupy AGORA S.A. działało 11 spółek, 2 w ramach grup ZPR S.A. i RMF Classic Sp. z o.o. oraz 3 w ramach grupy Ad.Point Sp. o.o.

W analizowanym okresie wzrosła wartość kapitału podstawowego ogółem w spółkach nadających program radiowy o zasięgu lokalnym o ponad 14 %.

W spółkach działających jako niezależne stacje radiowe łączna wartość kapitału podstawowego wzrosła o ponad 5 %, natomiast w spółkach działających w ramach grup wzrosła o ponad 20 %. Największy wzrost kapitału podstawowego nastąpił w spółkach działających w ramach grupy AGORA S.A. (o ponad 17 %) i w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. (o ponad 24 %).

Łączne przychody ze sprzedaży wszystkich spółek nadających program charakterze lokalnym w 2004 roku zwiększyły się o ponad 6 % w porównaniu do 2003 roku. W przypadku łącznych przychodów spółek działających jako niezależne stacje radiowe nastąpił spadek przychodów o prawie 5 %, a w przypadku łącznych przychodów spółek działających w ramach grup radiowych wzrost o ponad 13 %.

Największy wzrost przychodów ze sprzedaży odnotowały spółki działające w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. (o ponad 40 %). Spółki działające w ramach grup AGORA S.A. i Ad.Point Sp. z o.o. odnotowały wzrost łącznych przychodów ze sprzedaży o ponad 15 %, natomiast spółki działające w ramach grupy ZPR S.A. odnotowały niewielki spadek łącznych przychodów ze sprzedaży.

Łączne koszty działalności operacyjnej omawianych spółek spadły w 2004 roku o ponad 3 % w porównaniu do 2003 roku.

Spółki działające jako niezależne stacje radiowe odnotowały spadek łącznych kosztów działalności operacyjnej o prawie 8 %.

Spółki działające w ramach grup radiowych odnotowały w 2004 roku łączne koszty działalności operacyjnej na poziomie prawie identycznym jak w 2003 roku. Spółki działające w ramach grupy Y-Radio Sp. z o.o. odnotowały ponad 20 % wzrost łącznych kosztów działalności operacyjnej. W spółkach działających w ramach grup AGORA S.A. i ZPR S.A. nastąpił niewielki spadek łącznych kosztów działalności operacyjnej. W przypadku spółek działających w ramach grupy Ad.Point Sp. z o.o. nastąpił znaczny spadek łącznych kosztów działalności operacyjnej o prawie 20 %.

Szczegółowo sytuację finansową w 2004 roku koncesjonowanych nadawców radiowych działających jako niezależne stacje radiowe lub w ramach grup radiowych przedstawia poniższe zestawienie:

	Nadawcy radiowi działający jako:	
	niezależne stacje radiowe	stacje radiowe tzw. sieciowane
Liczba sprawozdań uwzględnionych w analizie	52	46
% nadawców, którzy odnotowali w 2004 roku stratę na sprzedaży	44,2%	67,4%
% nadawców, którzy w 2004 roku odnotowali stratę netto	42,3%	69,6%
% nadawców, dla których 2004 rok był kolejnym rokiem w którym odnotowali stratę netto	38,5%	58,7%
% nadawców, których kapitały własne na koniec 2004 roku wykazywały wartość ujemną	38,5%	65,2%
% nadawców, u których nie jest zachowana „złota reguła ...”	57,7%	60,9%
% nadawców, którzy korzystali z kredytów i pożyczek długoterminowych	32,7%	39,1%
% nadawców, którzy korzystali z kredytów i pożyczek krótkoterminowych	40,4%	52,2%
% nadawców, których zobowiązania krótkoterminowe przewyższały kwotę należności	65,4%	65,2%
% nadawców, których zobowiązania krótkoterminowe przewyższały wartość majątku obrotowego	57,7%	56,5%
% nadawców, których strata przewyższała sumę kapitałów zapasowego i rezerwowego oraz jedną trzecią lub jedną drugą kapitału zakładowego	59,6%	80,4%

Szczegółowo sytuację finansową w 2004 roku koncesjonowanych nadawców radiowych działających w ramach wybranych grup przedstawia poniższe zestawienie:

	Nadawcy radiowi działający w ramach grup				
	AGORA S.A.	ZPR S.A.	Ad.Point Sp. z o.o.	Y-Radio Sp. z o.o.	RMF Classic Sp. z o.o.
Liczba sprawozdań uwzględnionych w analizie	21	9	8	5	3
% nadawców, którzy odnotowali w 2004 roku stratę na sprzedaży	71,4%	33,3%	87,5%	80,0%	66,7%
% nadawców, którzy w 2004 roku odnotowali stratę netto	66,7%	44,9%	87,5%	80,0%	100,0%

% nadawców, dla których 2004 rok był kolejnym rokiem, w którym odnotowali stratę netto	65,0%	33,3%	85,7%	40,0%	100,0%
% nadawców, których kapitały własne na koniec 2004 roku wykazywały wartość ujemną	71,4%	44,4%	87,5%	20,0%	100,0%
% nadawców, u których nie jest zachowana „złota reguła ...”	38,1%	66,7%	87,5%	80,0%	100,0%
% nadawców, którzy korzystali z kredytów i pożyczek długoterminowych	71,4%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
% nadawców, którzy korzystali z kredytów i pożyczek krótkoterminowych	23,8%	55,6%	87,5%	80,0%	100,0%
% nadawców, których zobowiązania krótkoterminowe przewyższały kwotę należności	42,9%	66,7%	87,5%	100,0%	100,0%
% nadawców, których zobowiązania krótkoterminowe przewyższały wartość majątku obrotowego	23,8%	66,7%	87,5%	100,0%	100,0%
% nadawców, których strata przewyższała sumę kapitałów zapasowego i rezerwowego oraz jedną trzecią lub jedną drugą kapitału zakładowego	85,7%	44,4%	87,5%	100,0%	100,0%

Analiza wyników osiągniętych w 2004 roku przez spółki prowadzące koncesjonowaną działalność radiową wskazuje, że sytuacja finansowa tej grupy nadawców uległa poprawie. Na uwagę zasługuje wzrost przychodów z działalności gospodarczej, w tym szczególnie z podstawowej działalności. Zmniejszeniu uległ udział procentowy spółek, które odnotowały stratę na sprzedaży (podstawowej działalności) oraz udział procentowy spółek, które miały ujemną wartość kapitałów własnych oraz tych, w których wartość zobowiązań krótkoterminowych przewyższała wartość całego majątku obrotowego.

Nadawcy radiowi prowadzący działalność w ramach instytucji kościelnych

Na koniec 2004 roku 45 koncesji na nadawanie programów radiowych było przyznanych instytucjom kościelnym – archidiecezjom, diecezjom, zgromadzeniom zakonnym i parafiom. Z uwagi na fakt, że 3 nadawców kościelnych posiadało więcej niż jedną koncesję i wykonywało łącznie 8 koncesji na nadawanie programów radiowych, obowiązek przekazania sprawozdań finansowych dotyczył 40 koncesjonariuszy.

2004 rok był drugim rokiem, za który wszystkie działające kościelne rozgłośnie radiowe przekazały roczne sprawozdania finansowe.

Jeden z koncesjonariuszy wykonujących więcej niż jedną koncesję przekazał do KRRiT dwa sprawozdania finansowe z zakresu wyodrębnionej działalności dotyczącej poszczególnych stacji radiowych działających na podstawie przyznanych koncesji. Sprawozdania te zostały uwzględnione w analizie sytuacji finansowej kościelnych nadawców radiowych.

Przedstawione sprawozdania finansowe nadawców radiowych, prowadzących działalność w ramach instytucji kościelnych dotyczą tylko wyodrębnionej działalności

rozgłośni radiowych działających w strukturach kościelnych (archidiecezji, diecezji, zgromadzeń). W przypadku parafii wykonujących koncesję sprawozdania finansowe zawierały tylko informacje o wpływach i wydatkach radia działającego na terenie parafii.

Wśród 41 sprawozdań finansowych przekazanych przez nadawców kościelnych 7 zawierało tylko dane dotyczące kosztów funkcjonowania radia i informację, że zostały one pokryte w całości darowiznami wiernych lub dotacjami Diecezji oraz 3 ograniczyły się tylko do rachunku zysków i strat (lub wpływów i wydatków radia).

Różnorodność form składanych przez nadawców kościelnych sprawozdań wynika z faktu, że sprawozdania zostały sporządzone zgodnie wewnętrznymi przepisami kościelnymi. Na uwagę zasługuje fakt, że ponad 75 % nadawców kościelnych przedstawiło za 2004 roku pełną sprawozdawczość finansową.

Spośród 34 nadawców (31 którzy za 2004 roku przedstawili pełną sprawozdawczość finansową i 3 którzy przedstawili tylko dane dotyczące rachunku zysków i strat), 32 % odnotowało stratę (stratę w 2003 roku odnotowało 57 % nadawców). Równocześnie 40 % nadawców, którzy w 2003 roku odnotowali stratę, w 2004 roku osiągnęło zysk.

Wśród nadawców kościelnych 16 % nie wykazało w bilansie na koniec 2004 roku żadnego majątku trwałego, podobnie jak w 2003 roku (17 %).

Udział nadawców, którzy korzystali z pożyczek długoterminowych w 2004 roku zmniejszył się z 23 % w roku poprzednim do ponad 13 % (kwota pożyczek i kredytów długoterminowych zmniejszyła się o prawie 70 %). Wzrósł natomiast udział nadawców korzystających z pożyczek krótkoterminowych z 7 % w 2003 roku do ponad 19 % w następnym roku (kwota pożyczek i kredytów krótkoterminowych wzrosła prawie trzykrotnie).

U ponad 74 % nadawców zobowiązania krótkoterminowe na koniec roku przewyższały wartość należności krótkoterminowych (wzrost o 11 pp). W przypadku ponad 54 % nadawców wartość zobowiązań krótkoterminowych była wyższa niż wartość całego majątku obrotowego (wzrost o prawie 8 pp.), z czego wynika, że ich działalność finansowana była częściowo nieuregulowanymi zobowiązaniami, w znacznie większym stopniu niż w 2003 roku.

Podstawowymi gwarantami finansowania działalności kościelnych rozgłośni radiowych są podmioty prawne, którym koncesje zostały przyznane, a więc diecezje, archidiecezje, parafie i zakony. Finansowanie działalności stacji radiowych następuje w całości lub w części z przekazywanych im dotacji na sfinansowanie bieżącej działalności radia.

2004 rok 11 nadawców zakończyło stratą (2003 rok aż 20 nadawców), co świadczy o tym, że dotacje nadal nie pokrywają wszystkich kosztów działalności stacji radiowych. Sześciu nadawców odnotowało stratę na koniec 2003 roku i 2004 roku. Oznacza to, że już drugi rok dotowani byli w niewystarczającym stopniu. Pokrycie strat w następnym roku obrachunkowym spowoduje zmniejszenie przychodów w danym roku i może być przyczyną wystąpienia trudności w wykonywaniu koncesji.

Wg danych pod koniec 2004 roku 20 stacji diecezjalnych współpracowało ze sobą w ramach porozumienia programowego PLUS, w ramach którego również prowadziły wspólną sprzedaż czasu reklamowego, co miało wpływ na przychody poszczególnych nadawców. Ze sprawozdań finansowych, które przekazały stacje współpracujące w ramach porozumienia programowego PLUS wynika, że przychody tych stacji w 2004 roku wzrosły prawie o 40 %, i podobnie jak w 2003 roku połowa z nich odnotowała zysk na działalności.

Analiza wyników osiągniętych na koniec 2004 roku wskazuje na nieznaczną poprawę sytuacji finansowej koncesjonowanych nadawców prowadzących działalność w ramach instytucji kościelnych.

Nadawcy radiowi prowadzący działalność jako osoby fizyczne

Na koniec 2004 roku 13 koncesji na nadawanie programów radiowych było wykonywane przez osoby fizyczne.

Łącznie 13 koncesji na nadawanie programów radiowych zostało udzielonych 10 nadawcom, z których trzech posiadało po dwie koncesje na nadawanie programów radiowych.

Do KRRiT przekazano 9 sprawozdań. Sprawozdania finansowe tak jak i w poprzednich latach nie przedstawił Koncesjonariusz posiadający koncesję na nadawanie programu lokalnego ze stacji zlokalizowanej na terenie Ursynowa w Warszawie, który informuje, że wszystkie opłaty związane z techniczną obsługą radia ponosi z dochodów osobistych.

Sprawozdania finansowe osób fizycznych prowadzących działalność radiową przedstawione zostały w postaci: wydruku z ostatniej strony „Książki przychodów i rozchodów”, zeznania podatkowego PIT-B lub PIT-36.

Analiza 6 sprawozdań złożonych przez osoby fizyczne, dotyczących tylko wyników finansowych prowadzonej działalności radiowej, wskazuje, że przychody ze sprzedaży utrzymały się na poziomie roku poprzedniego, chociaż w przypadku 3 nadawców były one wyższe niż w 2003 roku. W tej grupie nadawców trzech odnotowało w 2004 roku zysk (w 2003 roku dwóch). Z przedstawionych przez nich dodatkowo zeznań podatkowych PIT-36 wynika, że dla 2 nadawców przychody z działalności radiowej były ich jedynym źródłem dochodu. W przypadku pozostałych 4 koncesjonariuszy stacje radiowe funkcjonowały obok różnorodnej działalności prowadzonej przez osoby fizyczne i ich finansowanie było zapewnione.

Liczba sprawozdań finansowych dotyczących wyłącznie działalności radiowej koncesjonariuszy nie pozwala na formułowanie ogólnych wniosków na temat sytuacji ekonomiczno-finansowej tej grupy nadawców. Co do pozostałych nadawców można przyjąć na podstawie przedstawionych rozliczeń podatkowych, że stacje radiowe funkcjonujące w ramach różnorodnej działalności prowadzonej przez osoby fizyczne miały zabezpieczenie finansowania.

Nadawcy radiowi prowadzący działalność w ramach wyższych uczelni i innych form prawnych

Obowiązek przedstawienia sprawozdań finansowych za 2004 rok dotyczył 16 podmiotów prowadzących działalność radiową w ramach innych form prawnych. Do tej grupy koncesjonariuszy zaliczono wyższe uczelnie oraz stowarzyszenia, fundacje, centra kultury i sztuki i miejskie domu kultury.

Wszyscy nadawcy przekazali do KRRiT sprawozdania dotyczące całości działalności prowadzonej przez te podmioty prawne bez wyodrębnionej działalności radiowej.

Uczelnie Wyższe będące koncesjonariuszami przedstawiły swoje sprawozdania finansowe. Radia akademickie działają w ramach struktur organizacyjnych uczelni. Jedynie w przypadku Radia eX FM, koncesjonariuszem jest Fundacja Krakowskiego Radia ŻAK.

Gwarantem finansowania działalności stacji akademickich są uczelnie. Działalność stacji finansowana jest dotacjami wyższych uczelni i ewentualnymi wpływami z reklam. Przedstawione sprawozdania finansowe wyższych uczelni wskazują, że posiadały one wystarczające środki finansowe na zabezpieczenie bieżącej działalności stacji.

Działalność stacji radiowych, których Koncesjonariuszami są Centra Kultury i Sztuki, Ośrodki Kultury i Miejskie Domu Kultury finansowana jest dotacjami instytucji samorządowych i wpływami z reklam. Jednak sprawozdania finansowe przekazane przez wymienione powyżej podmioty dotyczą całości prowadzonej działalności, bez wyodrębnienia działalności radiowej. Gwarantami funkcjonowania tych lokalnych stacji są instytucje samorządowe, które finansują lub dofinansowują działalność statutową koncesjonariuszy.

Z wymienionych wyżej przyczyn nie było możliwe przeanalizowanie sytuacji finansowej stacji radiowych prowadzonych przez koncesjonariuszy zakwalifikowanych do tej grupy nadawców radiowych. Możliwe jest tylko stwierdzenie, że funkcjonowanie tej grupy nadawców radiowych było w 2004 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, należycie zabezpieczone od strony finansowej.

Sytuacja ekonomiczno-finansowa koncesjonowanych nadawców telewizyjnych (na podstawie sprawozdań nadawców za 2004 rok)

Na koniec 2004 roku obowiązywało łącznie 44 koncesje na nadawanie programów telewizyjnych.

Uwzględniając fakt, że sześć podmiotów wykonywało 23 koncesje na nadawanie programów telewizyjnych oraz trwający proces ponownego przyznawania koncesji, jak również wydane przez KRRiT decyzje o cofnięciu lub uchyleniu koncesji, a także fakt, że koncesjonariusze, którym przyznano koncesje pod koniec III i IV kwartału 2004 roku nie przedstawiali sprawozdań finansowych za ten rok, obowiązkiem złożenia sprawozdań finansowych za 2004 roku objętych było 21 nadawców telewizyjnych.

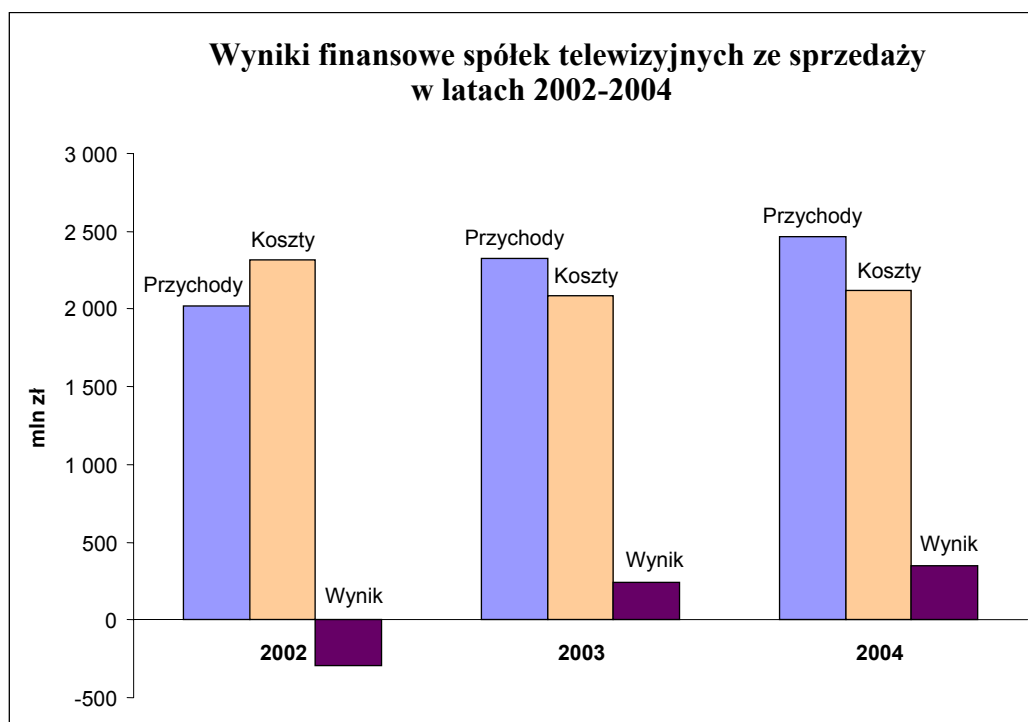
Przekazano łącznie 20 sprawozdań finansowych za 2004 roku ponieważ, koncesja przyznana spółce ANTENA Sp. z o.o. nie jest wykonywana od 2 kwietnia 2005 roku koncesjonariusz nie przyjmuje żadnej korespondencji. KRRiT postanowiła wszcząć postępowanie w sprawie cofnięcia koncesji.

Wszystkie przekazane do KRRiT sprawozdania finansowe zawierały bilans i rachunek zysków i strat.

Do oceny sytuacji finansowej nadawców telewizyjnych nie uwzględniono sprawozdania finansowego Wyższej Szkoły Ekonomiczno-Społecznej, które dotyczy całości działalności Koncesjonariusza.

Z przeprowadzonej analizy przedstawionych przez nadawców sprawozdań finansowych za 2004 rok wynika, że stacje telewizyjne osiągnęły w 2004 roku łączne przychody z działalności gospodarczej, liczone jako suma: przychodów ze sprzedaży produktów i materiałów (z podstawowej działalności), pozostałych przychodów operacyjnych i przychodów finansowych, o ponad 26 % wyższe w porównaniu z 2003 rokiem (w tym przychody finansowe w 2004 roku stanowiły dziewięciokrotną wartość przychodów

finansowych z 2003 roku). Przychody ze sprzedaży w 2004 roku wzrosły o ponad 5 % w porównaniu z 2003 rokiem.



Wśród stacji telewizyjnych, zysk na działalności gospodarczej w 2004 roku odnotowało ponad 52,3 % nadawców (dla porównania w 2003 roku 52 % nadawców). Ze względu na bardzo duże różnice w wysokości poniesionych kosztów i przychodów osiągniętych przez poszczególne stacje telewizyjne, zysk na działalności gospodarczej poszczególnych nadawców porównano do osiąganych przez nich łącznie przychodów. W 2004 roku zysk na działalności gospodarczej poszczególnych nadawców wynosił od 0,5 % do 32,4 % przychodów z działalności. Sześciu nadawców wypracowało zysk przekraczający 10 % przychodów z działalności.

Stratę na podstawowej działalności odnotowało 63 % analizowanych nadawców. Pozostała działalność operacyjna i działalność finansowa nadawców powodowała poprawę wyników, co przyczyniło się do tego, że stratę na działalności gospodarczej odnotowała mniejsza grupa nadawców (47 %). Porównawczo, stratę w 2003 roku odnotowało 48 % nadawców.

Dla 20 % nadawców 2004 rok był kolejnym rokiem, w którym prowadzona działalność przyniosła straty. Równocześnie połowa nadawców, którzy w 2003 roku odnotowali stratę, w 2004 roku osiągnęła zysk.

Na koniec 2004 roku prawie 80 % nadawców telewizyjnych wykazało ujemne wyniki z lat ubiegłych (skumulowana strata). Wśród tych spółek 40 % na koniec 2004 roku odnotowało zysk.

Ujemne wyniki finansowe odnotowane w 2004 roku i w latach poprzednich przez tak znaczną grupę nadawców spowodowały, że ponad 52 % spośród nich na koniec 2004 roku wykazało ujemną wartość kapitałów własnych. W porównaniu z rokiem poprzednim nastąpiła poprawa o 8 p.p.

Podobnie jak w roku poprzednim, w 68 % analizowanych spółek nie została zachowana „złota reguła finansowania”, która mówi, że wszystkie aktywa trwałe firmy powinny być finansowane kapitałami o charakterze trwałym, do których zaliczamy kapitały własne, rezerwy oraz długoterminowe zobowiązania (kredyty i pożyczki). Świadczy to o nadal utrzymującym się niebezpieczeństwie utraty przez te podmioty płynności finansowej.

Ponad połowa nadawców korzystała z kredytów i pożyczek długoterminowych i ponad 47 % z kredytów i pożyczek krótkoterminowych.

W większości analizowanych podmiotów (84 %), podobnie jak w 2003 roku, wartość zobowiązań długo i krótkoterminowych przewyższała kwotę należności.

Zobowiązania krótkoterminowe u 73 % nadawców przewyższały wartość należności krótkoterminowych, a w 53 % były wyższe niż cały majątek obrotowy - z czego wynika, że działalność częściowo finansowana była nieuregulowanymi zobowiązaniami. Nastąpiła niewielka poprawa w stosunku do 2003 roku, w którym zobowiązania krótkoterminowe w przypadku 76 % nadawców przewyższały wartość należności krótkoterminowych, a w przypadku 64 % były wyższe niż cały majątek obrotowy.

Na koniec 2004 roku u 58 % koncesjonowanych nadawców telewizyjnych prowadzących działalność jako spółki prawa handlowego (dla porównania w 2003 roku w 67 %), strata przewyższała sumę kapitałów zapasowego i rezerwowego oraz jedną drugą (dla spółek z ograniczoną odpowiedzialnością) czy jedną trzecią (dla spółek akcyjnych) kapitału zakładowego, co wymagało uchwały Walnego Zgromadzenia Wspólników, co do dalszego istnienia spółki. W omawianym zakresie nastąpiła niewielka pozytywna zmiana.

Kapitał własny podmiotów emitujących koncesjonowane programy telewizyjne miał na koniec 2004 roku bardzo wysoką wartość ujemną, jednak niższą o prawie 27 % w porównaniu do 2003 roku. Działalność finansowana była nadal w wysokim stopniu z kapitałów obcych, w tym z kredytów i pożyczek, a także z nieuregulowanych zobowiązań krótkoterminowych. Na obraz tego wysokokapitałowego sektora działalności bardzo duży wpływ mają nie tylko wyniki podmiotów rozpowszechniających własne programy telewizyjne, lecz także posiadających platformy cyfrowe.

Nadawcy telewizyjni są bardzo zróżnicowani pod względem ilości wykonywanych koncesji, charakteru emitowanych programów, zasięgu, systemu przekazywania sygnału, ilości odbiorców, potencjału programowego, organizacyjnego i finansowego, wykorzystywanego czasu reklamy, itp., co znalazło odzwierciedlenie w bardzo dużej rozpiętości osiągniętych wyników finansowych.

Nadawcy prowadzący działalność telewizyjną w 2004 roku w ramach grup medialnych i wykonujący w tym okresie więcej niż jedną koncesję:

- POLSAT – koncesję o zasięgu ogólnopolskim na program telewizyjny rozpowszechniany ze stacji naziemnych, 3 koncesje na programy rozpowszechniane satelitarnie oraz koncesję na bezprzewodowe satelitarne rozprowadzanie programów telewizyjnych i radiowych;
- TVN – koncesję o zasięgu ponadregionalnym na program telewizyjny rozpowszechniany ze stacji naziemnych oraz 5 koncesji na programy rozpowszechniane satelitarnie;
- CANAL+ – koncesję na bezprzewodowe satelitarne rozprowadzanie programów telewizyjnych i radiowych oraz 7 koncesji na programy rozpowszechniane satelitarnie

wypracowali ogółem prawie 96 % przychodów rocznych osiągniętych przez wszystkich koncesjonowanych nadawców telewizyjnych, w tym 91 % przychodów ze sprzedaży, przy poniesionych kosztach stanowiących 94 % łącznych kosztów poniesionych przez wszystkich nadawców telewizyjnych prowadzących koncesjonowaną działalność.

Wymieniona grupa nadawców odnotowała w 2004 roku 29 % wzrost łącznych przychodów z działalności gospodarczej, w porównaniu do przychodów osiągniętych w 2003 roku.

Na tle łącznych przychodów ze sprzedaży wszystkich nadawców rozpowszechniających programy telewizyjne w 2004 roku, które zwiększyły się o ponad 5 % w porównaniu do 2003 roku, największy wzrost przychodów ze sprzedaży odnotowali nadawcy działający w ramach grupy POLSAT (o ponad 10 %). Nadawcy działający w ramach grup TVN i CANAL+ odnotowali wzrost przychodów ze sprzedaży o 5-6 %.

Łączne koszty działalności operacyjnej nadawców w 2004 roku były na poziomie prawie identycznym jak w 2003 roku. Nadawcy działający w ramach grup TVN i CANAL+ odnotowali kilkuprocentowy spadek łącznych kosztów działalności operacyjnej. W przypadku nadawców działających w ramach grupy POLSAT łączne koszty działalności operacyjnej wzrosły w 2004 roku o ponad 20 %.

Rok 2004 nadawcy działający w ramach grup medialnych zakończyli dodatnim wynikiem finansowym, na co wpływ miał nie tylko wzrost przychodów z podstawowej działalności, lecz również wysoki wzrost przychodów finansowych. Na uwagę zasługuje dodatni wynik osiągnięty po raz pierwszy przez CANAL+. Kapitały własne nadawców grupy POLSATU i TVN posiadały na koniec 2004 roku wartość dodatnią, podobnie jak na koniec 2003 roku, natomiast w przypadku CANAL+ kapitał własny wykazywał bardzo wysoką wartość ujemną, czego powodem były wysokie straty ponoszone na rocznej działalności w latach poprzednich. Jednak ujemna wartość kapitału własnego była o 13 % niższa niż na koniec 2003 roku.

Ogólny stan zobowiązań długoterminowych wszystkich nadawców emitujących programy telewizyjne był na koniec 2004 roku o 18 % niższy, a stan zobowiązań krótkoterminowych o 30 % wyższy niż na koniec 2003 roku.

W przypadku nadawców grupy POLSAT nastąpił w porównaniu z 2003 roku ponad 190 % wzrost zobowiązań długoterminowych (w tym kwota kredytów i pożyczek długoterminowych wzrosła o prawie 120 %) i ponad 180 % wzrost zobowiązań krótkoterminowych.

W grupie nadawców TVN nastąpił w porównaniu z 2003 roku spadek poziomu zobowiązań długoterminowych o prawie 20 % (kwota kredytów i pożyczek długoterminowych obniżyła się również prawie 20 %) i 5 % wzrost zobowiązań krótkoterminowych.

CANAL+ odnotowała w 2004 roku spadek wartości zobowiązań długoterminowych (o ponad 20 %) i zobowiązań krótkoterminowych (o ponad 25 %) w porównaniu do stanu na koniec 2003 roku.

Wartość majątku obrotowego ogółem wszystkich nadawców emitujących programy telewizyjne zmniejszyła się prawie o 10 % w porównaniu z 2003 roku, lecz kwota należności krótkoterminowych była wyższa o 24 % w stosunku do 2003 roku. W grupie POLSAT wartość majątku obrotowego wzrosła odpowiednio o ponad 88 %, w tym wartość należności wzrosła o około 24 %. W grupie TVN wartość majątku obrotowego zmniejszyła się o 15 % w porównaniu z 2003 roku, natomiast wartość należności wzrosła o ponad 50 %, a w grupie

CYFRA+ wartość majątku obrotowego zmniejszyła się o 55 % w porównaniu z 2003 roku, natomiast wartość należności wzrosła o około 63 %.

W obu porównywanych okresach 2003-2004 ogólna wartość zobowiązań krótkoterminowych wszystkich nadawców telewizyjnych przewyższała wartość należności. Relacja ta na koniec 2004 roku była podobna, jak na koniec 2003 roku. Oznacza to, że działalność spółek finansowana była nadal nieuregulowanymi zobowiązaniami.

W grupie nadawców POLSAT omawiana relacja uległa znacznemu pogorszeniu. Wartość łączna zobowiązań krótkoterminowych na koniec 2004 roku przekroczyła o ponad 20 % łączną wartość należności krótkoterminowych, kiedy na koniec poprzedniego roku stanowiła tylko 50 % łącznej wartości należności.

W przypadku nadawców działających w ramach grupy TVN relacja ta uległa znacznej poprawie. Łączna wartość zobowiązań krótkoterminowych na koniec 2004 roku była o 14 % niższa niż łączna wartość należności krótkoterminowych, porównawczo na koniec 2003 roku przekraczała o 23 % łączną wartość należności.

Niekorzystną relację wartości zobowiązań krótkoterminowych do należności krótkoterminowych wykazały wyniki spółki Cyfra+. Wartość zobowiązań krótkoterminowych na koniec 2004 roku, podobnie jak w roku poprzednim, stanowiła ponad dwukrotność wartości należności krótkoterminowych.

W wyniku procesu ponownego udzielania koncesji zmniejszyła się znacznie w 2004 roku liczba koncesjonariuszy posiadających koncesje na rozpowszechnianie programów telewizyjnych z nadajników naziemnych (6 koncesji wykonywanych w 2003 roku przez 6 różnych podmiotów obecnie wykonuje 1 podmiot). Fakt ten oraz wysokie zróżnicowanie wykonywanych koncesji nie pozwala na przedstawienie porównawczej analizy sytuacji finansowej oraz dynamiki zmian tej grupy nadawców telewizyjnych.

Osobną grupę nadawców stanowią podmioty działające niezależnie od grup medialnych, wykonujące w 2004 roku koncesje na satelitarne rozpowszechnianie programów telewizyjnych.

Wymieniona grupa nadawców wypracowała ogółem 2 % przychodów rocznych osiągniętych przez wszystkich koncesjonowanych nadawców telewizyjnych, w tym 1,8 % przychodów ze sprzedaży, przy kosztach stanowiących 3 % łącznych rocznych kosztów poniesionych przez wszystkich nadawców telewizyjnych prowadzących koncesjonowaną działalność.

Omawiana grupa nadawców telewizyjnych odnotowała 3 % wzrost łącznych przychodów ze sprzedaży oraz 2 % wzrost łącznych kosztów działalności operacyjnej.

Ogólna wartość kapitałów własnych wszystkich nadawców rozpowszechniających programy telewizyjne w analizowanym okresie miała wartość ujemną, jednak na koniec 2004 roku o ponad 25 % mniejszą niż na koniec 2003 roku. Jednak w przypadku podmiotów posiadających koncesje na satelitarne rozpowszechnianie programów telewizyjnych, na koniec 2004 roku o ponad 90 % pogłębiła się ujemna łączna wartość kapitałów własnych, na co wpłynęły ujemne wyniki finansowe, którymi większość tej grupy nadawców zakończyła rok.

W 2004 roku nastąpił wzrost wartości zobowiązań długoterminowych o ponad 20 %.

Wartość majątku obrotowego ogółem omawianej grupy nadawców zwiększyła się o 11 % w porównaniu z 2003 roku, w tym kwota należności krótkoterminowych była wyższa o około 24 %.

W analizowanym okresie nastąpił wzrost wartości zobowiązań krótkoterminowych o prawie 40 % w porównaniu z 2003 roku.

W tej grupie podmiotów uległa pogłębieniu bardzo niekorzystna relacja wartości zobowiązań krótkoterminowych do należności.

W obu porównywalnych okresach 2003-2004, ogólna wartość zobowiązań krótkoterminowych przewyższała wartość całego majątku obrotowego. Relacja ta na koniec 2004 roku była gorsza niż na koniec 2003 roku.

Przedstawione wyniki osiągnięte przez koncesjonowanych nadawców telewizyjnych, pomimo, że ukazują zarysowującą się coraz wyraźniej tendencję poprawy sytuacji finansowej, drugi rok z rzędu, to jednak potwierdzają nadal trudną sytuację tego sektora.

Jak wynika z przeprowadzonej oceny, sektor gospodarki tworzony przez koncesjonowaną działalność radiową i telewizyjną, pomimo symptomów poprawy, nadal wymaga dopływu kapitału.

4. Wpływy z emisji reklam i czas emisji reklam w programach koncesjonowanych nadawców telewizyjnych

Wpływy z emisji reklam i czas emisji reklam w programach koncesjonowanych nadawców telewizyjnych rozpowszechniających program drogą naziemną i satelitarną

Czas emisji reklam był w 2005 roku dłuższy niż w 2004 roku. Największy przyrost zanotowały stacje tematyczne, jest to związane z trwającym już od pewnego czasu nasyceniem reklam w ogólnopolskich programach telewizji naziemnych, które wykorzystują prawie w pełni przewidziane ustawą limity emisji reklam w godzinie programu.

Czas emisji reklam w minutach

	2003 r.	2004 r.	2005 r.	Dynamika zmian 2004/2003	Dynamika zmian 2005/2004
Polsat	60 660	75 164	76 814	24%	2%
TVN	84 347	84 030	88 183	0%	5%
TVN24	13 932	18 128	22 823	30%	26%
TV4	42 764	70 273	73 268	64%	4%
TVN Siedem	85 580	114 366	117 544	34%	3%
Ale Kino	3 418	2 883	14 026	-16%	387%
Canal+	2 824	2 226	9 237	-21%	315%
Canal+ Sport	1 518	2 434	9 411	60%	287%
Tele 5	66 359	102 450	103 679	54%	1%
TVN Turbo		71 460	86 096		20%
TVN Style		1 335	8 556		541%

Na podstawie TNS OBOP

W telewizji pojawia się coraz więcej reklam i nadawcy osiągają maksymalny dopuszczalny limit 12 minut reklam w godzinie emisji programu. Coraz częściej oprócz reklam nadawcy nadają bloki poświęcone wyłącznie telesprzedaży (maksymalny dobowy czas nadawania takich bloków wynosi 3 godziny). Udział przekazów reklamowych i telesprzedaży w programie rośnie.

Tabele poniżej ilustrują udział reklam, ogłoszeń płatnych i telesprzedaży w programie w latach 2002-2005, jak również dynamikę zmian. Uwaga: dla porównania podano również dane dla Programu 1 i 2 telewizji publicznej.

Udział reklam w programie (w %)

	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.	Dynamika 2003/2002	Dynamika 2004/2003	Dynamika 2005/2004
TVP 1	5,82	6,11	6,37	7,60	5,00%	4,30%	19,31%
TVP 2	4,97	5,05	5,64	7,00	1,60%	11,70%	24,11%
POLSAT	9,07	11,87	14,26	14,52	30,90%	20,10%	1,82%
TVN	9,68	11,06	12,06	12,52	14,30%	9,00%	3,81%
TVN 7	6,64	11,52	13,22	14,54	73,50%	14,80%	9,98%

Udział reklam, ogłoszeń płatnych i telesprzedaży w programie (w %)

	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.	Dynamika 2003/2002	Dynamika 2004/2003	Dynamika 2005/2004
TVP 1	8,41	6,46	7,14	9,83	-23,20%	10,50%	37,68%
TVP 2	5,22	5,52	6,59	8,75	5,70%	19,40%	32,78%
POLSAT	9,08	12,68	15,6	16,48	39,60%	23,00%	5,64%
TVN	16,65	18,46	16,45	17,79	10,90%	-10,90%	8,15%
TVN 7	16,27	21,47	25,36	26,16	32,00%	18,10%	3,15%

Na podstawie AGB Nielsen Media Research

Wpływy z działalności reklamowej przedstawione w poniższej tabeli wynikają z cenników nadawców, nie uwzględniają stosowanych upustów i rabatów, które mogą sięgać nawet 60-70%.

Według cenników największe wpływy z emisji reklam zanotowała telewizja Polsat.

Z emisji reklam mniejsze wpływy odnotowała również telewizja TVN, jednak zmiana ta nie jest tak duża, mając na uwadze, że coraz większe wpływy z emisji reklam przynoszą pozostałe kanały TVN: TVN Siedem, TVN Turbo czy TVN Style.

Wpływy z emisji reklam w zł

	2003 r.	2004 r.	2005 r.	Dynamika zmian 2004/2003	Dynamika zmian 2005/2004
Polsat	1 588 793 918	1 436 659 077	1 617 752 302	-10%	13%
TVN	1 523 411 260	1 324 232 888	1 301 711 146	-13%	-2%
TVN24	27 024 768	41 688 741	55 106 408	54%	32%
TV4	198 349 353	232 279 632	184 752 411	17%	-20%
TVN Siedem	149 246 258	153 951 263	133 049 914	3%	-14%
Ale Kino	3 117 674	3 930 380	17 969 395	26%	357%
Canal+	5 151 270	4 761 590	21 334 598	-8%	348%
Canal+ Sport	581 599	1 498 961	6 595 874	158%	340%
Tele 5	47 161 271	97 519 479	120 348 917	107%	23%
TVN Turbo		29 941 557	36 288 410		21%
TVN Style		1 670 564	10 746 487		543%

Na podstawie TNS OBOP

Wpływy z emisji reklam i czas emisji reklam w programach ogólnopolskich koncesjonowanych nadawców radiowych

Na podstawie badań firmy EXPERT MONITOR opublikowanych przez *Presserwis*, dotyczące wpływów z reklam emitowanych przez ogólnopolskich koncesjonowanych nadawców radiowych w roku 2005 wynika, że Radio RMF FM to nadawca o najwyższych wpływach reklamowych.

RMF FM zarobiło brutto, wg cenników reklamowych bez uwzględnienia rabatów i upustów, w 2005 roku 357,8 mln zł (wzrost o 7,6% w porównaniu z rokiem 2004), a wpływy RADIA ZET wyniosły 301,6 mln zł (wzrost o 16,1%).

Poniższa tabela przedstawia porównanie sprzedanego, przez kontrolowane stacje, czasu reklamowego (w minutach), jak również procentowy udział reklamy w rocznym czasie nadawania programu w latach 2003 – 2004.

Czas wyemitowanych reklam przez ogólnopolskich koncesjonowanych nadawców radiowych w latach 2003-2005

Nazwa radia	Roczny czas reklam (w minutach)			Udział reklamy w programie (w %)		
	2003 r.	2004 r.	2005 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
RMF FM	22 013	23 964	23 693	4,19	4,56	4,51
ZET	19 905	20 740	22 728	3,79	3,95	4,32

Na podstawie informacji od nadawców

Dzienny czas wyemitowanych reklam przez ogólnopolskich koncesjonowanych nadawców radiowych w kontrolowanych dniach w latach 2003-2005

Nazwa radia	Dzienny czas emisji reklam w kontrolowanym dniu (w minutach)			Udział reklamy w programie w kontrolowanym dniu (w%)		
	2003 r.	2004 r.	2005 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
RMF FM	121	99	114	8,40	6,80	7,90
ZET	87	77	108	6,01	5,34	7,50

Na podstawie informacji od nadawców

Daty kontroli: 16 maja 2003, 17 czerwca 2004 i 3 czerwca 2005 r.

Czas emisji reklam u lokalnych koncesjonowanych nadawców radiowych

W 2004 roku koncesjonowani nadawcy radiowi wyemitowali więcej reklam niż w 2003 roku, jednak średnio jeden nadawca wyemitował o 39 minut reklam mniej.

Poniżej tabela ilustrująca czas emisji reklam w latach 2003-2004 i dynamikę zmian.

Czas emisji reklam wyemitowanych przez lokalnych koncesjonowanych nadawców radiowych (w minutach)

	2003 r.	2004 r.	Dynamika zmian 2004/2003
Suma czasu emisji reklam wyemitowanych przez lokalnych nadawców radiowych	2 270 269	2 314 925	2,0%
Liczba lokalnych nadawców	176	180	
Średni roczny czas	12 899	12 861	-0,3%

Na podstawie informacji nadesłanej przez nadawców.

Informacją o czasie emisji reklam wyemitowanych w 2005 roku przez lokalnych nadawców radiowych KRRiT będzie dysponowała po zakończeniu kontroli nadawców.

5. Oferta programowa nadawców koncesjonowanych oraz realizacja przepisów ustawy i warunków koncesji

A. TELEWIZJA

Programy o zasięgu ogólnokrajowym lub ponadregionalnym

Oferta globalna

Oferta programowa naziemnych nadawców programów telewizyjnych o zasięgu ogólnokrajowym lub ponadregionalnym: TVN, Polsat, TV4 przedstawia się następująco:

W 2005 roku nadano łącznie:

25 186 godzin programu

Informacje	700	2.8%
Publicystyka	1807	7.2%
Film fabularny	8896	35.3%
Film dokumentalny	157	0.6%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	4663	18.5%
Poradnictwo i elementy edukacji	784	3.1%
Sport	785	3.1%
Religia	105	0.4%
Muzyka poważna	5	0%
Muzyka rozrywkowa	1754	7.0%
Widowiska teatralne i inne formy udratyzowane	0	0
Autopromocja	1489	6.0%
Reklama i inne płatne elementy programu	4041	16%

Trzech naziemnych koncesjonowanych nadawców programów telewizyjnych o charakterze uniwersalnym wyemitowało w 2005 roku łącznie 25 186 godzin programu. Było to o 213 godzin więcej niż w 2004 r. Najbardziej, bo o 189 godzin, został wydłużony czas emisji programu TV 4. Średni dobowy czas emisji programu Polsat wynosił 23 godziny, TV4 – 22 godziny, a nadawca programu TVN złożył deklarację, że program ten jest nadawany przez całą dobę.

Udział audycji premierowych w rocznym czasie nadawania pozostawał na poziomie 2004 roku i wynosił 42% w programie Polsat, 39% w TVN oraz 37% (o 1% mniej niż w poprzednim roku) w TV4. Oznaczałoby to, po wyraźnej tendencji zmniejszania się pokazów premierowych zaobserwowanej w ciągu ostatnich trzech lat (od 15% do 2%), zahamowanie tego procesu.

Oferta programowa poszczególnych nadawców

	POLSAT		TVN		TV4	
Roczny czas nadawania	8 387	100%	8 760	100%	8 039	100%
Informacje	394	4.7%	234	2.7%	72	0.9%
Publicystyka	280	3.3%	461	5.2%	1 066	13.3%
Film fabularny	3 713	44.3%	2 404	27.4	2 779	34.6%
Film dokumentalny	88	1.0%	15	0.2%	54	0.7%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	663	7.9%	3 040	34.7%	960	11.9%

Poradnictwo i elementy edukacji	113	1.3%	418	4.8%	253	3.1%
Sport	330	3.9%	165	1.9%	290	3.6%
Religia	23	0.3%	14	0.2%	68	0.8%
Muzyka poważna	5	0.1%	0	0%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	898	10.7%	76	0.8%	780	9.7%
Widowiska teatralne	0	0%	0	0%	0	0%
Autopromocja, zwiastuny	635	7.6%	401	4.6%	453	5.7%
Reklama i inne płatne elementy	1 245	14.9%	1532	17.5%	1 264	15.7%

Preferowane rodzaje audycji w wybranych programach telewizyjnych

Podobnie jak w latach poprzednich, podstawową część oferty programowej stanowiły dwa gatunki telewizyjne: film fabularny i rozrywka (słowne i słowno-muzyczne audycje rozrywkowe oraz muzyka rozrywkowa). Wypełniły one 60% czasu nadawania wszystkich programów łącznie.

POLSAT	TVN	TV4
Film fabularny 44.3%	Film fabularny 27.4%	Film fabularny 34.6%
Rozrywka (audycje słowne i muzyka) 18.6%	Rozrywka (audycje słowne i muzyka) 35.5%	Rozrywka (audycje słowne i muzyka) 21.6%
Informacja i publicystyka 8.0%	Informacja i publicystyka 7.9%	Informacja i publicystyka 14.2%

W 2005 roku zmieniała się także struktura gatunkowa omawianych programów. Przede wszystkim więcej czasu emisji wypełniły filmy fabularne (o 583 godziny więcej niż w 2004 r.), audycje publicystyczne (o 453 godziny) oraz audycje religijne (o 69 godzin). Mniej niż w roku poprzednim nadano audycje rozrywkowych (o 318 godzin), głównie muzyki rozrywkowej, filmów dokumentalnych (o 328 godz.), audycji poradniczych i edukacyjnych (o 204 godz.). Niewielkie wahania dotyczyły udziału audycji sportowych.

Wskazane tendencje odnosiły się globalnie do trzech programów. W odniesieniu do poszczególnych programów były jednak zmienne. W programie Polsat odnotowano wyraźne zwiększenie udziału filmów fabularnych (o 922 godz.) oraz filmów dokumentalnych (o 74 godz.), a zmniejszenie godzin emisji audycji rozrywkowych (o 494 godz.), muzyki rozrywkowej (o 260 godz.) i audycji publicystycznych (o 43 godz.). W TVN wzrosła przede wszystkim liczba godzin audycji publicystycznych (o 120 godz.), filmów fabularnych (o 60 godz.), zmalał zaś udział audycji poradniczych i edukacyjnych (o 195 godz.) i filmu dokumentalnego (o 116 godz.). Z kolei w TV4 zmiany dotyczyły większości rodzajów audycji. Zwiększyła się tu liczba godzin audycji rozrywkowych (o 425 godz.), audycji publicystycznych (o 376 godz.), audycji sportowych (o 50 godz.), a zmniejszył się udział filmu fabularnego (o 399 godz.) i filmu dokumentalnego (o 286 godz.). Po raz pierwszy we wszystkich programach nadawano w 2005 r. audycje religijne.

Informacja i publicystyka

Po istotnych zmianach w sposobie prezentacji informacji, jakie dokonały się w 2004 roku, w omawianym okresie sprawozdawczym doskonalono wypracowane wówczas standardy. Najważniejszym testem dla dziennikarzy i wydawców były relacje z Watykanu (choroba, śmierć i uroczystości pogrzebowe Ojca Świętego).

	audycje informacyjne	audycje publicystyczne	razem	procentowy udział w programie
POLSAT	394	280	674	8%
TVN	234	461	695	8%
TV4	72	1066	1 138	14%
Razem	700	1 807	2 507	10%
%	3%	7%	10%	

Jak wynika z danych przekazanych przez nadawców, w 2005 roku w porównaniu z rokiem poprzednim nadano o 0,2% mniej audycji informacyjnych i o prawie 2% więcej audycji publicystycznych. W sumie, w omawianym roku, nadano tych audycji o 360 godzin więcej niż w roku poprzednim.

Publicystyka – zakresy tematyczne

	społeczna, polityczna i ekonomiczna	kulturalna	inna	Ogółem
POLSAT	276	4	0	280
TVN	318	2	141	461
TV4	197	832	37	1 066
Razem	791	838	178	1 807
%	43.8%	46.4%	9.8%	100%

W 2005 r. z publicystyką, rozumianą jako publiczne informowanie o ważnych społecznie wydarzeniach, połączone z ich interpretacją i wyjaśnieniem, koegzystowały jej nowe rodzaje, tzw. polityczny lub społeczny talk show, bądź audycje z pogranicza inforozrywki (np. *Co za tydzień*, *Najszub pyta* w TVN). O ile w programie Polsat udział audycji publicystycznych nieco zmalał, to w TV4 odnotowano prawie ich dwukrotny wzrost, a w TVN o ponad 100 godzin.

W przeciwieństwie do lat poprzednich, kiedy większość audycji publicystycznych odnosiła się do tematyki społeczno-politycznej i ekonomicznej, w omawianym roku dominowała problematyka kulturalna. W audycjach prezentujących współczesne problemy, częściej niż w latach poprzednich, posługiwano się formami reporterskimi i tzw. dziennikarstwem interwencyjnym. Do *Uwagi*, *Pod napięciem* (TVN), *Interwencji* i *Raportu specjalnego* (Polsat) dołączył *Detektor – magazyn reporterów* w programie TV 4.

Film fabularny

	jednostkowy kinowy	telewizyjny: jednostkowy, seriale i serie	animowany	Ogółem
POLSAT	458	3 078	177	3 713
TVN	340	2 054	10	2 404
TV4	235	2 395	149	2 779
Razem	1 033	7 527	336	8 896
%	11.6%	84.6%	3.8%	100%

Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli oferta filmowa zbudowana była głównie z seriali i jednostkowych filmów telewizyjnych, które w przypadku programu TV4 stanowiły 86% całej oferty filmowej (o 29% więcej niż w 2004 r.), w Polsacie 83% (więcej o 21%) i jedynie w TVN pozostawały na poziomie ubiegłego roku. Fabularne filmy kinowe to 8% propozycji filmowych w TV 4 (przy 40% w 2004 r.), w Polsacie – 12% (32% w 2004 r.) i 14% w programie TVN (4% więcej niż w 2004 r.).

Kraje produkcji

	Polska	pozostałe kraje europejskie	USA	południowo amerykań- ska	inna	Ogółem
POLSAT	1 305	117	1 704	303	284	3 713
TVN	616	157	1 310	167	154	2 404
TV4	495	333	1 632	92	227	2 779
Razem	2 416	607	4 646	562	665	8 896
%	27.2%	6.8%	52.2%	6.3%	7.5%	100%

Podobnie, jak w roku ubiegłym omawiani nadawcy, coraz częściej, w większym wymiarze i w lepszym czasie antenowym emitowali filmy polskie. Polskie seriale, rzadziej polski film kinowy, wypełniły 35% oferty filmowej Polsatu (wzrost o 327 godzin), 26% w programie TVN (wzrost o 157 godzin) i po raz pierwszy pozycje te miały znaczący udział w TV4 (18% oferty filmowej, wzrost o 400 godzin). Wzrósł także o 191 godzin czas emisji filmów pozostałej produkcji europejskiej. Wszyscy nadawcy najczęściej prezentowali filmy brytyjskie, następnie w kolejności: francuskie, niemieckie i włoskie. Generalnie przeważały filmy produkcji amerykańskiej (nadano ich jednak o 246 godzin mniej niż w roku poprzednim), choć ich procentowy udział kształtował się różnie: od 59% (spadek o 9%) w TV 4, przez 54% w TVN (spadek o 5%) do 46% w Polsacie (zmniejszenie o 3%).

Film dokumentalny

W omawianych programach film lub serial dokumentalny najczęściej gościł w Polsacie (88 godzin, wzrost o 74 godziny). Były to głównie systematycznie emitowane seriale dokumentalne (3 tytuły), w tym jeden – popularnonaukowy. W TV4 nadawano pięć tytułów seriali dokumentalnych oraz 15 tytułów filmów dokumentalnych. W serialach tych pokazywano, między innymi, królewski szpital księcia Alfreda w Sydney, Watykan z jego infrastrukturą kulturalną i przemysłową, współczesnego człowieka i granice jego poznania oraz świat zwierząt. W programie TVN emitowano przede wszystkim reportaże z planów filmowych.

Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)

	Widowiska, talk show rozrywkowe	kabarety satyra	teleturnieje	reality show	inne	Ogółem
POLSAT	174	62	193	96	138	663
TVN	968	107	718	72	1 175	3 040
TV4	231	8	339	142	240	960
Razem	1 373	177	1 250	310	1 553	4 663
%	29.4%	3.8%	26.8%	6.6%	33.4%	100%

W 2005 roku oferta rozrywkowa w analizowanych programach łącznie zmniejszyła się o 48 godzin. Widoczne są tu jednak istotne różnice między poszczególnymi programami. Nadawca Polsatu wskazał jej zmniejszenie prawie o połowę w stosunku do 2004 roku (z 1 157 godzin do 663), zaś w TV4 prawie dwukrotny wzrost (535 godz. do 960). Obok klasycznych gatunków rozrywkowych (np. teleturnieje, kabarety itp.) proponowano audycje rozrywkowe zbudowane z kilku różnych elementów: reality show i teleturnieju, ukrytej kamery i talk show, widowiska i konkursu, rywalizacji i show tanecznego. W porównaniu z rokiem poprzednim generalnie prawie dwukrotnie mniej nadano reality show, choć znalazło się ono (kilka zagranicznych formatów) po raz pierwszy w programie TV4. W propozycjach rozrywkowych znaczącą pozycję utrzymywały teleturnieje, których udział we wszystkich trzech programach wzrósł o 75 godzin i stanowiły one prawie 27% nadanych audycji rozrywkowych. Audycje rozrywkowe, i to nie tylko teleturnieje, często miały charakter interaktywny.

Muzyka rozrywkowa

W trzech omawianych programach w 2005 roku zaproponowano 1754 godziny muzyki rozrywkowej (o 270 godzin mniej niż w 2004 roku), z czego 51% znalazło się w Polsacie (898 godzin - 11% rocznego czasu) i 44% w TV4 (780 godzin - 10% programu). Były to głównie nadawane codziennie w Polsacie magazyny muzyczne, jak np. *Mopman*, *Muzyczne listy*, *Piosenka na życzenie*, prezentujący kulturę hip-hopu *Reebok hip-hop*, czy też *Muzyczne listy*, *Strefa P* i koncerty światowych gwiazd muzyki rozrywkowej w programie TV4. W programie TVN muzyka rozrywkowa stanowiła margines, wypełniając niecały procent rocznego czasu nadawania programu.

Audycje poradnicze

W omawianym roku zmniejszyła się o 204 godziny oferta poradniczo-edukacyjna. Pomniejszenie to dotyczy wszystkich trzech programów. Najwięcej audycji poradniczych nadano w programie TVN (418 godzin), następnie w TV4 (253 godz.) i 113 godzin w Polsacie. W tej dziedzinie działalności telewizyjnej preferowano głównie porady kulinarne, motoryzacyjne, zdrowotne, ekonomiczne i ekologiczne.

Sport

	serwisy i magazyny	transmisje	inne	Ogółem
POLSAT	85	245	0	330
TVN	20	59	86	165
TV4	133	153	4	290
Razem	238	457	90	785
%	30.3%	58.2%	11.5%	

W 2005 r. nieco wzrosła liczba godzin audycji sportowych, głównie za sprawą programu TV4 (z 240 godzin w 2004 r. do 290 godzin w 2005 r.). Zwiększył się czas przeznaczony zarówno na serwisy i magazyny sportowe, jak i bezpośrednie transmisje rozgrywek sportowych. W Polsacie (330 godzin audycji sportowych) obok magazynów sportowych, nadawano transmisje i retransmisje meczów siatkówki (między innymi Polska Liga Siatkówki), koszykówki, piłki nożnej, zawodów ekstraklasy żużlowej, tenisa ziemnego i gale boksu zawodowego. Sport w TVN, to głównie gale boksu zawodowego i magazyn ligi polskiej. Natomiast w TV 4 transmitowano przede wszystkim Rajdowe Mistrzostwa Świata, Grand Prix Formuły 1, mecze piłki nożnej (między innymi Puchar Polski), polskiej ligi siatkówki mężczyzn, koszykówki mężczyzn, ekstraklasy żużlowej i wyścigi kolarskie.

Audycje dla dzieci i młodzieży

Audycje adresowane do dzieci i młodzieży wypełniły średnio 24% rocznego czasu nadawania we wszystkich omawianych programach, co stanowi o 7% więcej niż w 2004 r. Nadawca programu Polsat podał, że 25% wyemitowanych audycji było adresowanych do tych grup wiekowych, zaś w TV4 – 47% (3 772 godziny). Natomiast nadawca programu TVN określił, że do dzieci i młodzieży adresował 88 godzin (1% rocznego czasu nadawania). Filarem propozycji skierowanych do dzieci i młodzieży była głównie muzyka rozrywkowa, a następnie filmy animowane i seriale, rzadziej - nadawane w niedzielne przedpołudnia - filmy pełnometrażowe. W programach Polsatu i TV 4 proponowano także teleturnieje oraz inne gry i zabawy.

Profile programowe nadawców: podobieństwa i różnice

Generalnie rok 2005 był okresem stabilizacji programowej i budowania „ramówek” na sprawdzonych formatach. Wskazuje to na to, że podjęte w 2004 roku zabiegi uatrakcyjnienia zawartości i oprawy audycji informacyjnych, wprowadzenia nowych formatów audycji rozrywkowych, zwiększenia sportu i wyeksponowania polskich seriali, przyniosły oczekiwane przez nadawców efekty. I tak Polsat wzbogacał o nowe tytuły swoją ofertę polskich seriali, reality show, talk show i teleturniejów, z kolei TVN koncentrował się na

rozszerzaniu oferty o nowe serie fabularno – dokumentalne, a także polskie serie o współczesnej tematyce, audycje z pogranicza inforozrywki, zaś TV 4 rozbudowywała swoje propozycje o nowe reality show, teleturnieje, talk show oraz magazyny (reporterski i wnetrzarski). W Polsacie i TVN zawartość tzw. prime time (godz. 17.00 – 23.00) w dni powszednie była podobna. Czas ten wypełniały głównie pełnometrażowe filmy fabularne i serie, informacje i reportaże o aktualnych społecznych sprawach oraz audycje rozrywkowe. Były to w głównej części audycje wytworzone przez nadawców lub nabyte na ich zamówienie. Kiedy w TVN emitowano talk show, w Polsacie nadawano teleturniej, odpowiednikiem fabularyzowanego dokumentu kryminalnego lub serialu fabularno-dokumentalnego w TVN był polski serial obyczajowy w Polsacie, o 15 minut różniły się początki emisji audycji informacyjnych (dzienników), po których w TVN nadawano magazyn reporterów, następnie teleturniej lub (w piątki) film, zaś w Polsacie kolejny polski serial własnej produkcji i magazyny reporterów (w poniedziałki i wtorki) lub film fabularny. Podczas gdy około godz. 21.00 w TVN wyświetlano polski serial, a później film fabularny, w Polsacie proponowano audycje rozrywkowe bądź również filmy. Natomiast w TV 4 prime time budowano wyłącznie z filmów i seriali oraz audycji rozrywkowych (talk show, teleturnieje).

W Polsacie i TVN obok kolejnych serii seriali nadawanych w poprzednim roku rozpoczęto emisję pięciu nowych polskich tytułów: *Klinika samotnych serc*, *Tango z aniołem* i *Zakręcone* w Polsacie oraz *Magda M.* i *Niania* w TVN. Ponadto, nadawca programu TVN zachęcony sukcesem innych swoich seriali fabularno – dokumentalnych zaproponował widzom nowy kryminalny serial dokumentalny pt. *Detektywi*.

Do nowych reality show szczególną wagę przywiązywano w TV 4 i Polsacie. W tym pierwszym programie wprowadzono w ciągu roku cztery tytuły tego rodzaju widowisk. Były to: amerykańskie *Łabędziem być* i *Od kuchni*, holenderskie *Chcę być piękna* i szósta edycja, nadawanego dotychczas w Polsacie *Baru*. Natomiast w Polsacie, obok nadawanych już od 2004 r. *Nieustraszonych*, wprowadzono 2 nowe tytuły: amerykański reality *Za wszelką cenę*, w którym o prawo walki w Las Vegas i nagrodę w wysokości miliona dolarów rywalizuje 16 bokserów oraz polski pomysł o sportach ekstremalnych *Granice strachu*.

Kolejną grupą audycji, którą szczególnie wyróżniali omawiani nadawcy były teleturnieje. Do programu Polsatu w 2005 r. wprowadzono dodatkowo: teleturniej muzyczny *Szafa gra*, teleturniej, w którym rywalizowały ze sobą teściowe i zięciowie *Na zawsze razem*, teleturniej z udziałem 250 uczestników *Grasz czy nie grasz* oraz teleturniej dla dzieci *Eureka – ja to wiem*. Z kolei TVN proponował teleturniej taneczny *Taniec z gwiazdami*, a TV 4 – *Taxi* (kontynuacja teleturnieju *Daję słowo*) i interaktywny quiz *Kasa na bank*.

W każdym z trzech omawianych programów wprowadzono także nowe tytuły i formuły talk show. W Polsacie był to interaktywny talk Krzysztofa Ibisza *Kto ma rację*, w którym widzowie decydowali o losach bohaterów, w TVN nadawany na żywo talk show Tomasza Sekielskiego i Andrzeja Mrozowskiego *Teraz my*, a w TV 4 talk Małgorzaty Kościelniak *TiVi Sekcja*. Również w TVN rozpoczęto emisję nowej audycji satyrycznej *Szymon Majewski Show*, w której autor dokonywał przeglądu najważniejszych wydarzeń, opatrując je satyrycznym komentarzem.

Sukcesywnie (od trzech lat) poszerzano także ofertę sportową, zarówno o transmisje i retransmisje rozgrywek w przypadku POLSAT i TV 4, jak i nowe magazyny sportowe. Ten segment szczególnie dynamicznie rozwijała TV 4, wprowadzając 3 nowe magazyny: *Ekstraliga żużlowa*, *Football Mundial*, *Magazyn jeździecki*, ale i w pozostałych programach znalazły się też nowe pozycje, jak magazyn motoryzacyjny *Pasjonaci* w Polsacie, czy magazyn poświęcony polskiej lidze piłki nożnej *Orange Ekstra Klasa* w TVN.

W Polsce jako uzupełnienie do ukazującej się od 2003 r. *Interwencji* wprowadzono magazyn podejmujący współczesne kontrowersyjne tematy *Interwencja Ekstra*, w TV 4 o podobnej formule magazyn reporterski *Detektor – magazyn Czwórki*. Natomiast w TVN zaczął ukazywać się magazyn informacyjno-poradniczy Magdy Molek i Oliviera Janiaka *Dzień dobry TVN*, poświęcony rozrywce, kulturze, sportom, podróżom itp.

W 2005 roku najbardziej widoczne zmiany programowe zaobserwować można było w TV 4, gdzie nacisk położono na tzw. produkcje własne (ledwo widoczne w poprzednich latach). Z nowych polskich produkcji wprowadzono do tego programu: reality show, teleturniej, talk show oraz magazyn reporterów i poradniczy.

Program Puls

PULS jest jedynym programem telewizyjnym o charakterze wyspecjalizowanym (społeczno-religijnym) nadawanym drogą naziemną. Omawiany rok był dla tego programu okresem rozszerzania oferty programowej, zwłaszcza w zakresie specjalizacji programu. Zwiększył się także średni czas emisji programu do 19 godzin na dobę (z 16 w 2004 r.) oraz udział premier z 17% rocznego czasu nadawania w 2004 r. do 22%. W porównaniu z ubiegłym rokiem zmalał procentowy udział filmu fabularnego i audycji publicystycznych na rzecz wzrostu audycji religijnych, sportowych, poradniczych i informacyjnych.

Struktura gatunkowa programu przedstawiała się następująco:

Roczny czas nadawania	7 049	100%
Informacje	75	1%
Publicystyka	1 036	14.7%
Film fabularny	1 973	28%
Film dokumentalny	858	12.2%
Rozrywka (audycje słowne i słowno-muzyczne)	0	0%
Poradnictwo i elementy edukacji	296	4.2%
Sport	224	3.2%
Religia	801	11.4%
Muzyka poważna	130	1.8%
Muzyka rozrywkowa	69	0.1%
Widowiska teatralne	0	0%
Autopromocja, zwiastuny	234	3.3%
Reklama i inne płatne elementy	1 353	19.4%

Jak wynika z przedstawionych danych, społeczno-religijny charakter programu (tzn. programu, który kierując się społeczną nauką Kościoła, ma umacniać wartości chrześcijańskie: religii, kultury i rodziny, edukować w zakresie problemów społeczno-religijnych, cywilizacyjnych i kulturowych, uwrażliwiać na kwestie społeczne, obywatelskie i rolę rodziny, ukazywać szeroki zakres wiadomości, komentarzy i opinii prezentujących w

różnych aspektach problemy współczesnego człowieka, przedstawiać problemy ekumeniczne) realizowany był przez wiele rodzajów audycji. W programie tym, podobnie jak w innych programach uniwersalnych, obecne były prawie wszystkie gatunki telewizyjne. Podobna była też konstrukcja programu: pasma emisyjne, tygodniowy układ ramowy. Jednakże w stosunku do innych programów koncesjonowanych o charakterze uniwersalnym, ten program odróżniał się przede wszystkim widoczną obecnością audycji religijnych, publicystycznych, edukacyjnych i filmu dokumentalnego, a mniejszą niż w innych programach ofertą typowo rozrywkową. I właśnie poprzez te elementy program Puls można traktować jako wartość alternatywną w odniesieniu do pozostałych programów koncesjonowanych.

Audycje realizujące wyspecjalizowany charakter programu wypełniły 71% czasu emisji w godzinach 6.00-23.00. Były to filmy fabularne oraz seriale charakterze rodzinnym (kino familijne), klasyka kina światowego i polskiego, filmy dokumentalne o tematyce historycznej, religijnej, biograficznej, przyrodniczej, audycje publicystyczne odnoszące się do problematyki społeczno-politycznej, ekonomicznej i kulturalnej oraz religijnej, transmisje mszy świętych, papieskich audiencji generalnych, Godziny Miłosierdzia z Łagiewnik, serwisy wiadomości Watykańskich Octava Dies, transmisje z Festiwalu Gospel, a także audycje poradnicze i edukacyjno-poradnicze.

W 2005 r. wprowadzono nowe audycje publicystyczne oraz cztery cykle filmów dokumentalnych. Codziennie, od poniedziałku do piątku nadawano, będący podsumowaniem bieżących wydarzeń *Puls wieczoru*, po którym emitowano rozmowę w *Gościu Pulsu*, w soboty premierowe wydanie *Wolności słowa*, a w niedziele audycję publicystyczną *Wildstein Wprost*. Formułę zmieniło *Żebro Adama* (do audycji zaczęto zapraszać również tytułowego Adama), zaś audycja *Anioł przychodzi wieczorem* zaczęła być realizowana w plenerze. Pod koniec roku w ramówce pokazały się 4 cykle dokumentalne: kulturalny, przyrodniczy, podróżniczy i polityczny. W ramach cyklu kulturalnego można było zobaczyć serial *Impresjoniści* (m.inn. Vincent van Goch, Claude Monet), cykl przyrodniczy prezentował *Perły Toskanii*, zaś przyrodniczy *Przygody zwierząt*. W cyklu politycznym pokazano 6-odcinkowy serial *Giganci XX wieku*, poświęcony wybitnym politykom ubiegłego wieku (m.in. Margaret Thatcher, Nelson Mandela, Lech Wałęsa).

Telewizyjne programy lokalne

W 2005 roku zmienił się obraz programów telewizyjnych o zasięgu lokalnym. W miejsce dziewięciu lokalnych nadawców, z których tylko czterech nadawało audycje o tematyce lokalnej, uruchomiono nowe programy uniwersalne o tematyce lokalnej. Dwaj nadawcy (Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko i Telewizja Lubań – Bolesławiec) kontynuowali dotychczasową działalność. W miejsce Telewizji Dolnośląskiej, Telewizji Regionalnej Zagłębia Miedziowego i pozostałych czterech nadawców (Telewizja Awał, Telewizja Bryza, Telewizja Zielona Góra i Telewizja Vigor) powstała spółka pn. Telewizja ODRA, skupiająca organizacyjnie i finansowo programy o tematyce lokalnej z pięciu regionów.

Struktura gatunkowa programów o tematyce lokalnej

	Telewizja Gryf		NTL Radomsko		Studio Lubań	
Roczny czas nadawania	5441 godz.	100%	862 godz.	100%	730 godz.	100%

Informacje	460	8%	315	37%	262	36%
Publicystyka	1556	29%	204	24%	0	0%
Audycje poradnicze	474	9%	111	13%	0	0%
Sport	530	10%	36	4%	0	0%
Audycje rozrywkowe	513	9%	94	11%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	1508	28%	0	0%	395	54%
Religia	14	0,3%	39	4%	0	0%
Film dokument./reportaż	236	4%	0	0	0	0
Autopromocja i płatne elementy programu	150	2,7%	63	7%	73	10%

Program lokalny Niezależnej Telewizji Lokalnej z Radomska **NTL Radomsko** był nadawany średnio dwie i pół godziny na dobę. Składał się on w 61% z audycji informacyjnych i publicystycznych, a w pozostałej części z poradniczych, rozrywkowych, religijnych i sportowych. Trzykrotnie w ciągu dnia nadawano lokalne kilkunastominutowe wiadomości pt. *Kurier* lub *Flesz*. Problematyka lokalna (społeczna, kulturalna, gospodarcza) była podstawowym tematem wszystkich nadawanych systematycznie audycji publicystycznych. Podejmowano w nich problemy żywo interesujące mieszkańców regionu, takie jak np. bezrobocie, przestępczość, bieda, ale też i wskazywano na możliwości poprawy losu. W programie nadawano transmisje z ważnych dla regionu imprez kulturalnych, sportowych, uroczystości religijnych. W niedziele nadawano transmisję mszy św. W pozostałym czasie dobowej emisji był rozprowadzany program TV 4.

Program **Studio Lubań** Telewizji Lubań - Bolesławiec był nadawany średnio 2 godziny na dobę (o pół godziny więcej niż w 2004 r.). W większości składał się on z przekazów planszowych (autopromocja, teksty informacyjne, ogłoszenia płatne), cyklicznej (dwa razy w tygodniu) audycji informacyjno-publicystycznej będącej przeglądem najważniejszych wydarzeń w Lubaniu i okolicach oraz z muzyki rozrywkowej. W pozostałym czasie emitowany był program radiowy pn. *TOK FM*.

Szczeciński program **Telewizji GRYF** był bogaty zarówno jeśli chodzi o rodzaje audycji, jak i różnorodność podejmowanej w nim tematyki lokalnej. Codziennie, z wyjątkiem dni weekendowych, nadawano w nim, realizowaną „na żywo” audycję *Poranek z Gryfem*, w której zaproszeni goście rozmawiali o sprawach lokalnych (np. inicjatywy społeczne, wydarzenia kulturalne regionu). Od 9.00 do 16.00, zawsze o pełnej godzinie emitowano dwuminutowe lokalne serwisy informacyjne (*Gryf Serwis*), o godz. 20.00 podawano rozszerzone informacje z regionu (12-minutowy *Obiektyw*), a raz w tygodniu prawie półgodzinny przegląd najważniejszych wydarzeń tygodnia. W audycjach publicystycznych, z udziałem dziennikarzy, ekspertów, radnych, parlamentarzystów, przedstawicieli ugrupowań politycznych, dyskutowano o najważniejszych wydarzeniach dnia w regionie (*Nasz gość*), o istotnych dla miasta i regionu zagadnieniach i problemach (*Szczecińskie Forum*), o pomysłach na rozwój miasta i inicjatywach wpływających na ożywienie Szczecina (*Nasze miasto*) i satyrycznie o wydarzeniach i decyzjach urzędniczych (*Naturalnie Szczecin*). W innych, cyklicznie nadawanych audycjach pokazywano najciekawsze miejsca w Szczecinie, relacjonowano wydarzenia kulturalne (także artystów – amatorów), sportowe, wydarzenia w środowisku akademickim, a w magazynie katolickim – omawiano sprawy dotyczące lokalnego kościoła. Nadawano także audycje dla dzieci (w tym lekcje języka angielskiego), relacje z odbywających się w Szczecinie koncertów, audycje poradnicze (głównie motoryzacyjne i kulinarne), talk show i listy przebojów.

	ODRA-Wrocław, Opole, Świdnica		ODRA-Głogów, Legnica, Lubin		ODRA-Gorzów Wielkopolski	
Roczny czas nadawania	508 godz.	100%	541 godz.	100%	504 godz.	100%
Informacje	191	38%	159	29%	148	29%
Publicystyka	247	49%	235	43%	266	53%
Audycje poradnicze	18	4%	32	6%	0	0%
Sport	0	0%	77	14%	45	9%
Audycje rozrywkowe	0	0%	0	0%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	32	6%	26	5%	38	8%
Religia	0	0%	0	0%	0	0%
Autopromocja i płatne elementy programu	13	3%	12	2%	7	1%

	ODRA-Jelenia Góra		ODRA-Zielona Góra	
Roczny czas nadawania	524 godz.	100%	511 godz.	100%
Informacje	142	27%	143	28%
Publicystyka	284	54%	285	56%
Audycje poradnicze	11	2%	0	0%
Sport	46	9%	45	9%
Audycje rozrywkowe	0	0%	0	0%
Muzyka rozrywkowa	38	7%	38	7%
Religia	0	0%	0	0%
Autopromocja i płatne elementy programu	3	1%	0	0%

W ramach tzw. „sieci ODRA” funkcjonowało od 15 kwietnia 2005 r. pięć programów o charakterze uniwersalnym poświęconym tematyce lokalnej. Koordynatorem finansowym, organizacyjnym i merytorycznym dla tych programów była Telewizja ODRA Spółka z o.o. Audycje o tematyce lokalnej były przygotowywane przez zespoły reporterów – korespondentów, odrębne dla każdego z miast. W każdym z programów nadawany był codziennie lokalny dziennik (*Flesz*), lokalne użyteczne informatory, magazyny reporterów (*itd.*) oraz audycje publicystyczne (np. *Czas dla...*, *Temat dnia*). Dostarczały one bieżących informacji, prezentowały w nich działania lokalnych instytucji i samorządów, wyjaśniano lokalne problemy społeczno-gospodarcze, popularyzowano wiedzę z zakresu historii regionu, promowano regionalną twórczość artystyczną. We wszystkich programach trzon oferty stanowiły audycje informacyjne i publicystyka (od 87% tzw. „programu własnego” w ODRA – Wrocław, Opole, Świdnica do 72% w ODRA – Głogów, Legnica, Lubin). W większości programów nadawane były audycje poradnicze (z wyjątkiem ODRA – Gorzów Wielkopolski i Zielona Góra), magazyny i transmisje z lokalnych imprez sportowych (oprócz ODRA – Wrocław, Opole, Świdnica). Średni dobowy czas emisji każdego z programów o tematyce lokalnej wynosił około 2 godzin. Audycje o tej tematyce nadawane były codziennie w czterech pasmach czasowych o czasie trwania od 10 do 50 minut. W pozostałym czasie

rozpowszechniano program, zestawiając tzw. program własny z programem TV 4, który nie jest dostępny drogą naziemną na obszarze objętym zasięgiem stacji nadawczej poszczególnych koncesjonariuszy. Audycje premierowe stanowiły ponad połowę nadanego programu. Wyjątkiem był program ODRA – Wrocław, Opole, Świdnica, gdzie wyniosły 48% całości programu.

Wybrane programy satelitarne

W 2005 r. mniej dynamicznie niż rok wcześniej uruchamiano nowe telewizyjne programy satelitarne. Do istniejących kanałów tematycznych dołączyły w tym roku: *TVP Kultura* i *TVN Gra* oraz *Polsat Sport Extra* i edukacyjno-poradnicza *Moja Telewizja*. Dotychczasowi potentaci programów tematycznych: *CANAL+ Cyfrowy*, *POLSAT* i *TVN* ostrożnie inwestowali w nowe programy, skupiając się na doskonaleniu już istniejących. Grupa TVN nadawała w 2005 r. 7 programów satelitarnych: 1 uniwersalny (*TVN International*), 1 filmowo-rozrywkowy (*TVN Siedem*), 1 informacyjno-publicystyczny (*TVN 24*), 1 rozrywkowy (*TVN Gra*), 1 poświęcony informacjom meteorologicznym (*TVN Meteo*), 1 motoryzacyjny (*TVN Turbo*) i 1 adresowany do kobiet (*TVN Style*). Stan posiadania *CANAL+ Cyfrowy* nie zmienił się i składał się z trzech programów o charakterze filmowym (*CANAL+ Polska* i *CANAL+ Żółty*, *Ale Kino*), 1 sportowego (*CANAL+ Niebieski Sport*), dwóch adresowanych do dzieci i młodzieży (*MiniMini* i *ZigZap*) oraz jednego o charakterze dokumentalnym (*Planete*). W ofercie *POLSATU* znajdowały się dwa programy sportowe (*POLSAT Sport* i uruchomiony pod koniec roku *POLSAT Sport Extra*), 1 uniwersalny (*POLSAT 2*) i 1 o charakterze medycznym (*POLSAT Zdrowie i Uroda*). W sumie, te trzy grupy medialne dysponowały ponad połową wszystkich polskich programów satelitarnych.

Bogata i zróżnicowana **oferta filmowa** była domeną głównie grupy *CANAL+ Cyfrowy*, która proponowała trzy takie programy: *CANAL+ Polska*, *CANAL+ Polska Żółty*, *ALE KINO*. Oprócz tego jeden program pn. *TVN Siedem* (filmowo-rozrywkowy) był w ofercie kanałów tematycznych grupy TVN. Kolejnym programem filmowym był, specjalizujący się w kinie polskim, program pn. *Kino Polska*. Udział pokazów premierowych (w rocznym czasie nadawania) w omawianych programach wahał się od 47% w *TVN Siedem* poprzez 14% w obu programach *CANAL+* i 10% w *KINO POLSKA* do 11% w *ALE KINO*. Głównym tworzywem wszystkich omawianych programów był film fabularny (od 86% w *ALE KINO* i *CANAL+ ŻÓŁTY*, 80% w *CANAL+ Polska*, 58% w *KINO POLSKA* do 50% rocznego czasu nadawania w *TVN Siedem*). Na ofertę filmową składały się w ponad 80% filmy kinowe, co w sposób istotny wpływało na jej jakość. Wyjątek stanowił program *TVN Siedem*, gdzie stanowiły one 4% nadanych filmów fabularnych. Istotnymi elementami różnicującymi te programy był udział innych gatunków telewizyjnych. W programach *CANAL+ Polska* i *CANAL+ Żółty* ofertę filmową, na którą składały się filmy fabularne, seriale, filmy krótkometrażowe i animowane (w tym animacje dla dorosłych) uzupełniał dokument, publicystyka kulturalna, głównie dotycząca filmu i w niewielkim stopniu – sport oraz rozrywka. Program *ALE KINO* prezentował wyłącznie filmy fabularne i dokumentalne, a *KINO POLSKA* obok filmów fabularnych obszerną (27% rocznego czasu nadawania) ofertę filmu dokumentalnego oraz publicystykę kulturalną, głównie dotyczącą historii kina i jego twórców. Szerszą gamę gatunkową proponował *TVN Siedem*, w którym oprócz rozrywki i sportu znajdowały się również audycje publicystyczne.

Jeśli chodzi o kraje produkcji nadanych filmów, to w przypadku *KINO POLSKA* były to wyłącznie filmy polskie, zaś w pozostałych programach udział produkcji polskiej kształtował się od 0,4% w *TVN Siedem* do 13% w *ALE KINO*, *CANAL+ Polska* oraz *CANAL+ Żółty*. Pozostała produkcja europejska stanowiła 37% nadanych filmów w *ALE KINO*, około 28% w obu programach *CANAL+ Polska* do 8% w *TVN Siedem*.

W przypadku dwóch programów: *KINO POLSKA* i *ALE KINO* prezentacje filmów uporządkowano według tematycznych, gatunkowych lub autorskich cykli. Ten sposób przekazu był szczególnie charakterystyczny dla programu *KINO POLSKA*. Wszystkie prezentowane tu filmy, zarówno fabularne, jak i dokumentalne oraz kroniki filmowe zostały umieszczone w systematycznie powtarzających się w ciągu dnia i tygodnia cyklach filmowych. W tej mozaice znajdowały się różne gatunki filmowe podporządkowane naczelnym założeniom cyklu, np. *Czasy i obyczaje* (obyczajowe filmy fabularne, dokumentalne i kroniki filmowe), *W iluzjonie* (filmy wyprodukowane przed 1939 r.), *Historia z dystansu* (filmy socrealistyczne, kroniki i filmy dokumentalne), *Mistrzowie dokumentu* (filmy dokumentalne i wypowiedzi ich twórców), *Rodzina do kina* (tzw. filmy rodzinne), *Poranek rysowanek* (bajki animowane), *Kino-off-teka* (polskie kino niezależne), *Z przymrużeniem kamery* (komedie lub filmy sensacyjne). Inne cykle poświęcone były wybitnym Polakom (*Portrety*), kreacjom aktorskim, jak np. *Pan na ekranie*, *Gwiazda na horyzoncie*, bądź archiwalnym radiowym nagraniem list muzycznych (*Seans radiowy*). Każda prezentacja dokonywana była w szerszym kontekście: historycznym, kulturowym, obyczajowym itp. Pogłębieniu wiedzy o nadanych utworach służyły krytyczne omówienia, wypowiedzi twórców, krytyków filmowych, historyków.

Zbudowany z filmów fabularnych, dokumentalnych i filmów krótkometrażowych program *ALE KINO* prezentował dorobek filmowy z całego świata, w tym także produkcje niezależne. Program oferował filmy należące do klasyki kina (filmy z lat 50. i 60.) oraz awangardowe odkrycia z różnych krajów – np. z Ameryki Łacińskiej, Dalekiego Wschodu czy Australii. W dużej części filmy grupowano w stałych cyklach tematycznych: *klasyczne ale!* (klasyka filmowa), *ale hit!* (popularne produkcje i gwiazdy), *mocne ale!* (filmy akcji, kryminały i thrillery), *ale świat!* (światowa awangarda filmowa). Niezależnie od tych cykli prezentowano wydarzenia specjalne, jak np. przeglądy poświęcone wybitnym reżyserom, kinematografiom różnych krajów, gatunkom filmowym i tematom.

Grupę **programów informacyjnych** tworzyły w 2005 r. trzy programy o różnych zakresach tematycznych: od bieżącej informacji i publicystyki (*TVN 24*) poprzez informacje o pogodzie (*TVN Meteo*), po informacje ekonomiczne (*TV Biznes*). Całodobowy program *TVN 24* był zbudowany w 60% z audycji informacyjnych, w 31% z audycji publicystycznych i w pozostałej części - z reportaży. W porównaniu z rokiem poprzednim w programie tym zwiększono roczny czas emisji audycji informacyjnych (plus 245 godzin), publicystycznych (o 225 godz. więcej). W ostatnim roku dokonywano także kolejnych zmian w układzie ramowym i wprowadzono nowe pozycje programowe. Kluczowymi wydarzeniami dla redakcji tego programu były rozbudowane relacje z Watykanu (choroba, śmierć i pogrzeb Ojca Świętego) oraz wybory parlamentarne i prezydenckie. Już pod koniec sierpnia uruchomiono codzienne pasmo *Wybory 2005*, które było realizowane wspólnie z dziennikarzami mediów prasowych. Jesienią zwiększono z dwóch do trzech liczbę serwisów informacyjnych w każdej godzinie. Początek emisji pasma porannego *Poranek TVN 24* przesunięto z godz. 6.30 na godz. 6.00. Zmieniła się także jego formuła i oprawa graficzna. Obok nadawanych co kwadrans serwisów informacyjnych, prognozy pogody i przeglądu prasy, znalazło się w nim miejsce na rozwinięcie najważniejszych tematów, sondy uliczne itp. Pojawiły się także nowe audycje publicystyczne, jak np. *Skaner polityczny* czy *Szkło kontaktowe*. Sukcesywnie rozszerzano propozycje z zakresu publicystyki ekonomicznej i

kulturalnej oraz nowych technologii. Udział audycji premierowych w rocznym czasie nadawania programu wynosił 71% (przy 66% w 2004 r.).

Nadawcą programu *TVN Meteo* była spółka *TVN 24*. Informacje o pogodzie aktualizowane były w tym programie przez całą dobę. Codziennie w półgodzinnych blokach informowano o pogodzie w Polsce, w Europie i na świecie. Prognozy i zjawiska meteorologiczne były przekazywane przez prowadzącego bądź za pomocą plansz i wykresów. Informacyjne bloki pogodowe budowane były z omówienia ogólnych zjawisk meteorologicznych, prognozy dla konkretnych regionów, temperatury o różnych porach dnia (z trzydniowym wyprzedzeniem), wykresów termodynamicznych, graficznych wykresów temperatur, przewidywanych opadów i prognoz biometeorologicznych. Poza regularnymi prognozami pogody, nadawano różnorodne serwisy, np. dla kierowców, dla alergików (informujący o nasileniu pylenia roślin), specjalistyczne prognozy pogody, jak np. dla kurortów świata, dla żeglarzy, narciarzy, rowerzystów itp. W programie zamieszczano także audycje poradnicze (*Maja w ogrodzie*) i inne dotyczące ciekawostek pogodowych. *TVN Meteo* składał się głównie z przekazów informacyjnych (67% rocznego czasu nadawania) i w pozostałym czasie z audycji poradniczych. Według danych przedstawionych przez nadawcę, udział audycji premierowych stanowił 1% czasu nadawania programu w ciągu roku.

Ekonomiczno-informacyjny program *TV Biznes* został uruchomiony we wrześniu 2004 r. W 2005 r. budowany był z biznesowych informacji i publicystyki, uzupełnianych tematycznymi filmami dokumentalnymi. Codziennie, w wydaniach co pół godziny, nadawano 10-minutową audycję pt. *Biznes dzisiaj*, która składała się z wyboru najważniejszych informacji ekonomiczno-politycznych dnia i w której przekazywano istotne dla polskiej gospodarki wydarzenia, kursy i tendencje giełdowe. W godzinach popołudniowych emitowano *Studio Biznes*, gdzie obok felietonów problemowych i bieżących informacji z „parkietu” (kursy, notowania, prognozy) znajdowały się rozmowy z analitykami gospodarki, ekonomistami i politykami. W weekendy nadawano audycję publicystyczną pt. *Bugaj kontra Ziemięwicz*, w której ci znani publicyści spierali się o takie zagadnienia, jak: podatki, gospodarka, prawo i ekonomia itp. W magazynie *Biznes tydzień* dokonywano przeglądu najważniejszych wydarzeń z kraju i ze świata, wraz z zaproszonymi do studia gośćmi omawiano i komentowano najważniejsze wydarzenia ekonomiczno-polityczne. Zagadnienia biznesowe przedstawiano też i w lżejszej formie. W audycji poświęconej psychologii biznesu i kreowaniu wizerunku nowoczesnego biznesmena pt. *Style i biznes* przedstawiano techniki negocjacji, wskazywano metody skutecznego relaksu itp. W 2005 r. program został wzbogacony o nowe tematyczne magazyny, jak np. *Indeks 7* (notowania giełdowe), *Giełda – źródło kapitału*, *E-biznes*, *Polskie mleko*, *Klub Polska 2015*, *Auto Zwiad* (magazyn motoryzacyjny), *W 600 sekund dookoła świata*. Prawie ¼ nadanego programu stanowiły audycje premierowe.

Obok polskojęzycznego programu *Eurosport* nadawano dwa **polskie programy sportowe**: ***POLSAT Sport*** i ***CANAL+ Polska Niebieski Sport***, a pod koniec roku uruchomiono trzeci program sportowy ***POLSAT Sport Extra***, będący uzupełnieniem Polsatu Sport. Mimo, że te dwa główne programy specjalizowały się w tematyce sportowej, to widoczne były między nimi różnice, zarówno w zakresie struktury gatunkowej, jak i liczbie i rodzajach prezentowanych dyscyplin sportowych. Prawie całodobowy program *CANAL+ Polska Niebieski Sport* zbudowany był w 66% z audycji sportowych (głównie transmisje, retransmisje, a także magazyny, interaktywne gry sportowe), które były uzupełniane filmami fabularnymi i dokumentalnymi (25% rocznego czasu nadawania), muzyką i audycjami rozrywkowymi. Program ten specjalizował się w transmisjach i retransmisjach meczów piłki nożnej lig: polskiej, hiszpańskiej, włoskiej, angielskiej i francuskiej oraz drużynowych gier (NBA, WNBA i Euroliga mężczyzn), koszykówki i futbolu amerykańskiego (SuperBowl,

NFL). Mniej systematycznie nadawano zawody Grand Prix i o Puchar Świata w żużlu oraz sporadycznie – gale boksu zawodowego i piłkę nożną plażową. Poszczególne dyscypliny sportowe, najciekawsze gole, najlepsze mecze omawiane były w nadawanych codziennie magazynach, takich jak: *Za ciosem*, *Klub kibica*, *Złap sport extra*, czy też w magazynie odslaniającym kulisy amerykańskiej futbolowej ligi świata *NFL – Game Day*. W programie tym pokazy premierowe stanowiły 28% rocznego czasu nadawania, czyli o 14% więcej niż w poprzednim roku kalendarzowym.

Z kolei program *POLSAT Sport* w całości był zbudowany z transmisji/retransmisji sportowych oraz magazynów o tematyce sportowej, przy czym przeważały transmisje sportowe (82% rocznego czasu nadawania programu). Znacznie bogatsza niż w *CANAL+ Niebieski Sport* była też gama prezentowanych dyscyplin sportowych. W programie dostępne były transmisje i retransmisje rozgrywek, między innymi Bundesligi, ligi holenderskiej, włoskiej, angielskiej, szkockiej, piłkarskiego Pucharu Polski, Mistrzostw Świata w hokeju na lodzie, Ligi Mistrzów oraz Pucharu UEFA, Ekstraligi Żużlowej, zawodów ATP Masters Series, Wimbledonu, boksu zawodowego i wielu innych wydarzeń. Transmisjom tym towarzyszyły analizy dokonywane w emitowanych magazynach poświęconych między innymi Lidze Mistrzów, lidze holenderskiej, boksowi itp. Audycje premierowe wypełniły 55% rocznego czasu nadawania programu.

Grupę programów o **charakterze uniwersalnym** tworzyły: *TVN International*, *POLSAT 2* i *Trochę Młodsza Telewizja*. Całodobowy program *TVN International* powstał w 2004 roku i był w całości nadawany dla Polonii mieszkającej w USA i w Niemczech (odbiór tego programu nie jest możliwy w Polsce). Bazował on na audycjach nadawanych w podstawowym programie TVN i w programach wyspecjalizowanych grupy TVN. W porównaniu jednak z programem podstawowym nadawano w nim znacznie mniej (o 637 godzin) filmów fabularnych (były głównie seriale produkcji polskiej w mniejszej części polski film kinowy) i audycji poradniczych (o 383 godziny). Natomiast znacznie bogatsza była oferta informacyjno-publicystyczna, rozrywkowa i sportowa. Prawie połowę programu wypełniały różnorodne audycje rozrywkowe, 20% film fabularny, 10% - informacje i publicystyka. Audycje premierowe stanowiły 29% rocznego czasu nadawania programu. W 2005 r. zaczęto nadawać nową audycję na żywo *Polski żywioł*, do której zapraszane były osoby mieszkające za granicą i eksperci, np. od prawa emigracyjnego. Udział premier w rocznym czasie nadawania wynosił 29%.

Natomiast *POLSAT 2*, adresowany także do Polonii, był dostępny również na terytorium kraju. Podobnie jak w wyżej opisanym przypadku, również w skład oferty Polsatu 2 wchodziły głównie pozycje przejęte z programu podstawowego POLSAT i audycje pozyskane od innych nadawców, głównie z programu TV 4. Zasadniczymi elementami odróżniającymi ten program od podstawowego było jego większe nasycenie audycjami informacyjnymi i publicystycznymi (o ponad 1000 godzin w skali roku), a także rozrywkowymi (o 742 godz.), sportowymi (o 450 godz.), poradniczymi (o 230 godzin) i filmem dokumentalnym (o 260 godzin). Oferta filmowa (31% całości programu) sprowadzała się do polskich, emitowanych już w Polsce, seriali. Udział premier w rocznym czasie nadawania wynosił 39%.

Program pn. *Trochę Młodsza Telewizja* adresowany był głównie do młodego widza. Składał w 30% z filmu fabularnego (przede wszystkim animowanego), muzyki rozrywkowej (13%), audycji poradniczych i rozrywkowych (24%), filmu dokumentalnego (9%) i audycji publicystycznych (9%). W programie zamieszczano cyklicznie praktyczne porady dotyczące różnych sfer życia, audycje o różnych stylach i gatunkach muzycznych, znane polskie bajki, popularno-naukowe filmy dokumentalne i w niewielkim wymiarze pełnometrażowy film

fabularny. W 2005 r. wprowadzono nowe specjalne pasmo pn. *Animacja polska*, w którym co tydzień pokazywano autorskie filmy polskich twórców. Tygodniowy układ ramowy zbudowany był z pięciu pasm programowych. W paśmie dla dzieci zatytułowanym *TMT w krainie bajki* codziennie nadawano głównie polskie bajki animowane, w paśmie filmowym (godziny wieczorne) adresowanym raczej do dorosłej widowni – amerykańskie filmy fabularne, a w paśmie filmów dokumentalnych – pojedyncze filmy i serie dokumentalne ukazujące kraje, ich historię, rozwój i kulturę (np. serie *Dzisiejsza Wielka Brytania*, *Szwecja*, *Ciekawostki z Japonii*). W obszernym paśmie muzycznym (13% rocznego czasu nadawania programu) prezentowano nowości polskich i zagranicznych wykonawców muzyki rozrywkowej, często nadając tej prezentacji formę magazynów muzycznych. W pasmach tzw. magazynowych emitowano audycje o tematyce motoryzacyjnej, sportowej i poradnikowe. Udział audycji premierowych w rocznym czasie nadawania tego programu wynosił, jak podaje nadawca - 4%.

Dużą różnorodnością charakteryzowały się programy o **charakterze rozrywkowym**: **TELE 5**, **iTV**, **4 fun.tv**. i **TVN Gra** (uruchomiony w październiku 2005 r.). Z wyjątkiem programu *Tele 5*, pozostałe miały właściwości interaktywne.

Program *Tele 5* w 2005 r. ewoluował w kierunku programu o charakterze uniwersalnym. Poszerzono w nim ofertę publicystyczną (z 202 na 414 godzin w ciągu roku), sport (z 37 do 289 godzin) i film dokumentalny (z 445 na 648 godzin). Typowe audycje rozrywkowe zajmowały 12% rocznego czasu nadawania programu i były to w dużej części, nadawane późną nocą audycje erotyczne. Do programu wprowadzono nowe audycje publicystyczne, takie jak np. z udziałem znanych dziennikarzy codzienny wieczorny komentarz do bieżących wydarzeń pt. *10 minut*, *Rozmowa w Tele* lub *Gość Tele 5*. Dla kibiców sportowych transmitowano mecze polskiej ekstraklasy w hokeju, mecze piłkarskie II, III i IV ligi, eliminacje do mistrzostw świata piłki nożnej kobiet oraz nadawano nowe magazyny sportowe poświęcone żużlowi, karate, motorowym sportom ekstremalnym, a także kulturystyce i fitnessowi. Trzon oferty programowej stanowiły filmy fabularne (45%) i audycje rozrywkowe (12%). Audycje premierowe wypełniły 11% rocznego czasu nadawania.

Program *iTV* w 2005 roku zwiększał i rozszerzał możliwości aktywnego uczestnictwa widzów w programie, wprowadzając nowe technologie i nowe środki komunikacji z widzami. Obok tradycyjnych już dla tej stacji sms-ów i mms-ów, uruchomiono tzw. tablicę samokopiującą panaboard. Urządzenie to zapisuje program, a następnie przekazuje w wersji elektronicznej do komputerów widzów, którzy są zainteresowani daną pozycją programową. Odbiorcy w ten sposób mogli dodatkowo otrzymać autograf prezentera lub występującej w programie gwiazdy, a także ewentualną dedykację. Program budowany był głównie z audycji rozrywkowych, takich jak interaktywne teleturnieje i gry sportowe, interaktywne audycje muzyczne, audycje ezoteryczne i horoskopy oraz również interaktywne talk show. W trakcie trwania programu widzowie mogli głosować na wybrane ulubione teledyski lub prezentowane utwory słowno-muzyczne, zamawiać klipy, wyrażać opinie o programie, czatować z innymi widzami, składać zamówienia na specjalne serwisy SMS. Prezentowano także nowe technologie i audycje adresowane bezpośrednio do młodych widzów. Program w ponad połowie rocznego czasu emisji składał się z audycji premierowych.

Kolejnym programem interaktywnym, adresowanym do młodych widzów był *4fun.tv*. Ramówka tego programu w głównej mierze opierała się na interakcji z widzami, zabawie z nimi i tworzeniu na żywo play list. Program proponował rozbudowaną warstwę interaktywną mającą istotny wpływ na zawartość programową. Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych technologii, łączących funkcje telewizora, telefonu i Internetu widzowie przez całą dobę mogli za pomocą SMSów, MMSów współtworzyć i recenzować nadawany program, a także

za pomocą wyświetlanych na ekranie czatów – prowadzić rozmowy ze swoimi idolami (np. Czat z gwiazdą) i innymi widzami. Mogli też dokonywać wyboru proponowanych utworów słowno-muzycznych (muzyka hip-hop, play lista, 4fun hits) w ramach specjalnie tworzonych pasm i odczytać wspólny dla dobranej pary horoskop. Przy tak pomyślanym programie, kluczowym był stworzony w 2005 r. specjalny system emisyjny z rozbudowanym interfejsem graficznym, umożliwiającym wprowadzanie nowych animacji, zabaw i gier emitowanych na żywo. W programie dominowała muzyka rozrywkowa (84%), głównie teledyski, a w uzupełnieniu - amatorskie filmy animowane, audycje rozrywkowe, sportowe i elementy informacji. W omawianym roku sprawozdawczym wprowadzono do programu kilka nowych pozycji. Były to, między innymi: trwająca 7 min. audycja informacyjna *Wiadomo* zawierająca plotki o gwiazdach, informacje o trasach koncertowych i nowych płytach, relacje z imprez, koncertów i premier filmowych, zapowiedzi z wydarzeń kulturalnych i muzycznych oraz dwa tytuły audycji rozrywkowo-poradniczych: *Ubieraj się* (dot. zmiany wizerunku widzów, którzy zgłoszą się do audycji, poprzez wymianę ich ubrań w szafie) i *Top tygodnia* (prezentacja 10 teledysków najczęściej zamawianych przez widzów w minionym tygodniu). O ile program był tworzony prawie w całości „na żywo”, to zasób audycji premierowych wynosił tylko 5% nadanego czasu programu.

W październiku 2005 r. rozpoczęła się emisja kolejnego programu o charakterze rozrywkowym i zarazem kolejnego programu grupy TVN pn. *TVN Gra*. Program ten skierowany był do widzów lubiących gry, quizy i szarady. Wszystkie audycje były interaktywne – widzowie mogli dzwonić do studia (audiotele), wysyłać wiadomości drogą elektroniczną lub za pomocą sms. W części audycji mogli mieć także wpływ na rozwój ich akcji. Proponowane teleturnieje i inne gry miały sprawdzać znajomość wiedzy między innymi z zakresu filmu, fotografii, nowoczesnych technologii, umiejętności kojarzenia, refleksu itp. W mającej charakter animacji porannej audycji *Diablo & Angelo* widzowie mogli czynnie włączać się do dialogu prowadzonego przez głównych bohaterów, wysyłając sms wiadomości, które następnie były przez bohaterów odczytywane na głos. Audycje premierowe wypełniły 60% czasu emisji.

Kolejną grupę tworzyły programy **wyspecjalizowane ze względu na odbiorcę**. W 2005 r. były to: ***ZigZap*** i ***MiniMini*** dla dzieci i młodzieży (grupa CANAL+ Cyfrowy), ***TVN Style*** dla kobiet i ***Edusat*** oraz ***Edusat Bis*** (edukacyjny dla studentów Wyższej Szkoły Społeczno-Ekonomicznej w Warszawie).

Adresowany do starszych dzieci i młodzieży (10 – 15 lat), program *ZigZap* był zbudowany w 63% z filmów animowanych i seriali, a w pozostałej części z magazynów, audycji rozrywkowych i muzycznych. W godzinach 21.00 – 1.00 w nocy na antenie *ZigZapa* nadawany był *Hyper* – blok programowy poświęcony grom komputerowym, animacji oraz najnowszym technikom multimedialnym. Głównym kryterium doboru filmów do emisji była ich tematyka oscylująca wokół zainteresowań adresatów programu. Obok filmów, proponowano także konkursy dla dzieci i młodzieży, magazyn dla dziewcząt (*Przymierzalnia*), magazyn o zwierzętach (*Krewni i znajomi królika*), sportowy (*Trans Sport*), magazyn muzyczny, prezentujący teledyski, wywiady z muzykami (*Wielka płyta*) i o podobnej tematyce audycję połączoną z czatem na stronie internetowej programu (*Zap Room*) oraz magazyn zawierający informacje kulturalne, recenzje książek, filmów, wystaw itp. (*Maqlatura*). Audycje premierowe wypełniły 7% rocznego czasu nadawania programu.

Program *MiniMini* jest unikalnym polskim programem, adresowanym do dzieci poniżej 7 roku życia. Również dzieci były prezydentami tego programu. Składał się prawie w całości z seriali animowanych (89%) i w niewielkim wymiarze (niepełna 1% rocznego czasu nadawania) z gier i zabaw dla dzieci (głównie konkursów plastycznych i aktorskich) oraz

teledysków. Najmłodszym widzom proponowano filmy i seriale zróżnicowane pod względem treści i formy (animacja tradycyjna, komputerowa, lalkowa), w dużej części produkcji polskiej (21% czasu nadawania) oraz pozostałej europejskiej (24%), a z innych krajów, przede wszystkim - kanadyjskie. Podstawowym kryterium doboru filmów był całkowity brak w nich jakichkolwiek elementów przemocy, brutalności i agresji. Filmy były dobierane również pod kątem ich wartości edukacyjnych, np. nauki języka angielskiego, czy podstaw matematyki oraz poznawczych dla młodego widza. Wszystkie pozycje programowe były ułożone w tematycznych pasmach, z których każde miało pobudzać różne zainteresowania. *Kolorowanka* zachęcała go gier, zabaw i oglądania bajek, *Mruczanka* do tańca, śpiewu i zabawy, *Wyliczanka* miała edukować, pobudzać ciekawość, zachęcać do obserwacji, *Przytulanka* przybliżała przyrodę i zwierzęta. Premiery stanowiły 4% rocznego czasu nadawania programu.

Program *TVN Style* był adresowany do aktywnych zawodowo kobiet, łączących pracę z wychowaniem dzieci. Składał się głównie z magazynów poradnikowych oraz filmów o charakterze poradniczym. Obok sztandarowej pozycji tego programu (*Miasto kobiet*) cyklicznie nadawano magazyny poświęcone urządzaniu tarasów i przydomowych ogrodów (*Miejski ogrodnik*), pielęgnacji roślin i projektowaniu ogrodów (*Maja w ogrodzie*), modzie (*Fashion File*, *101 przestępstw przeciwko modzie*, *Musisz to mieć*), sztuce makijażu (*No to pięknie*), sztuce kulinarnej (*Pascal, po prostu gotuj*), gimnastyce rekreacyjnej (*Gimnastyka malucha*), pielęgnacji dzieci (*Klub młodej mamy*) i motoryzacji (*Autostrada*). Prezentowano nowości kinowe (*Multikino*), wydarzenia światowego showbiznesu (*Skandaliści showbiznesu*). W 2005 r. program wzbogacono o nowe pozycje. Stałym elementem *Miasta kobiet* stał się *Męski punkt widzenia*, zaproponowano magazyn kulturalny o młodych twórcach (*Pałac kultury*), dwa magazyny kulinarne (*Polska od kuchni* i *Nigella gryzie*), magazyn poradnikowy dla kobiet w ciąży (*A mama też lekarz*), poranny aerobik (w-f), magazyn informacyjny ze świata show-biznesu (*Przeglądarka*), magazyn poświęcony urządzaniu tarasów i przydomowych ogrodów (*Miejski ogrodnik*) oraz urządzaniu wewnątrz (*Pokój z widokiem*). Kolejną nowością w *TVN Style* była autorska audycja Joanny Brodzik pokazująca techniki samodoskonalenia się (*Ona i ja*). Udział premier w rocznym czasie nadawania wynosił 7%.

Program *Edusat* miał charakter edukacyjny i był adresowany do studentów warszawskiej Wyższej Szkoły Społeczno-Ekonomicznej. Miał on wspierać kształcenie „na odległość” widzów studiujących w systemie eksternistycznym na kierunkach pedagogicznym i ekonomicznym. Program w 81% składał się ze specjalistycznych wykładów, a w pozostałej części, z audycji publicystycznych, poświęconych takim zagadnieniom, jak przedsiębiorczość, kulturalne drogi Europy, nowoczesne techniki w służbie edukacji itp. Wykłady prezentowano dla I, II i III roku studiów w ramach zimowego i wakacyjnego repetytorium. Były to między innymi zajęcia z podstaw ekonomii, teorii rozwoju gospodarczego, finansów, marketingu, rachunkowości, z filozofii, pedagogiki, socjologii i nauka języka angielskiego. Czas emisji audycji premierowych w skali roku wynosił 30% całości nadanego programu.

Podobnie jak program wyżej omówiony, *Edusat Bis* wspierał proces dydaktyczny Wyższej Szkoły Społeczno-Ekonomicznej w Warszawie w zakresie kształcenia na poziomie licencjackim pedagogów i ekonomistów. Podstawą oferty programowej były wykłady (84% czasu nadawania). W programie tym w 2005 r. podjęto kilka nowych inicjatyw programowych. Należały do nich, między innymi, cotygodniowa audycja dotycząca nowoczesnego zarządzania *Przedsiębiorstwo przyszłości – laboratorium*, relacje z konferencji prasowych GUS, znaczących konferencji naukowych, a także cykl audycji *Zawód przyszłości*.

Za pośrednictwem tej stacji przeprowadzono także zimową i letnią sesję egzaminacyjną (egzaminy testowe).

W 2005 roku dostępne były także inne telewizyjne programy satelitarne, sformatowane wyraźnie pod kątem zainteresowań ich odbiorców.

Uruchomiony w marcu 2005 roku program *Moja Telewizja* jest pierwszym edukacyjno-poradniczym programem wśród polskich kanałów tematycznych. Program adresowany był do widzów aktywnych zawodowo, a także do widzów mniej aktywnych ale mających aspiracje i do osób niepełnosprawnych. Głównym celem tego programu było doradzanie i pobudzanie aktywności odbiorców w różnych sferach ich życia. W programie szczególną wagę przykładano do edukacji społecznej, m.in. w następujących dziedzinach: zdrowego trybu życia i odżywiania (np. audycje *Do gara, Rusz się*), relacji rodzinnych (*U-Rodziny*), wychowania dzieci (*Mamy dziecko*), praw konsumenckich (*Klient nasz pan*), kształtowania swojego wizerunku i pobudzania aktywności życiowej (*Korektor*), racjonalnego gospodarowania pieniędzmi (*Czysty zysk*), korzystania z komputera lub innych nowości technologicznych (*Dodaj do ulubionych*). Doradzano także jak spędzić kulturalnie wolny czas (*Maksymalnie kulturalnie, Do kina czy na film*), jak wybrać przy zakupie najlepszy produkt (*Test the Best*), jak opiekować się zwierzętami (*Spółka z o.o.*). Program *Moja Telewizja* nie zawierał ani filmów, ani audycji rozrywkowych. Całość programu składała się wyłącznie z audycji (magazyny, dyskusje, wywiady) o charakterze poradniczym. Audycje premierowe wypełniły 10% czasu nadawania programu. Pod koniec 2005 roku zawieszono emisję programu.

Wyspecjalizowany – medyczny program *POLSAT: Zdrowie i uroda* został uruchomiony w sierpniu 2004 r. Był pierwszym i jak dotychczas jedynym tematycznym programem na polskim rynku telewizyjnym, poruszającym kwestie zdrowia i jego profilaktyki, urody i jej pielęgnacji oraz aktywnego stylu życia. Oferta programowa opierała się na czterech filarach tematycznych. Podstawę stanowiło szeroko rozumiane pojęcie zdrowia, a pozostały czas poświęcony był pielęgnacji i urodzie, relaksowi i stylom życia. Program składał się głównie z audycji poradniczych (46% czasu nadawania), filmu fabularnego (seriale i animacja) o tematyce medycznej (19%), dokumentalnego (6%) i w pozostałym czasie z audycji muzycznych oraz teledysków. W swojej głównej warstwie program był budowany z informacji i magazynów o tematyce medycznej, magazynów poradniczych, rekreacyjnych oraz rozrywkowych. Oferta programowa obejmowała między innymi przygotowany w formule informacji opartych na światowych serwisach medycznych autorski cykl prof. Pawła Januszewicza pt. *Doniesienia*, magazyny medyczne, takie jak: *Diagnoza* (medyczne nowinki, najnowsze metody leczenia i diagnozowania chorób, nowe terapie alternatywne), *Dziś i jutro medycyny*, znane z programu Polsat – *Twój lekarz* i *Wystarczy chcieć* oraz magazyn *Prosto do Europy* i *Zdrowe normy* (ma na celu przynosić pomoc w odczytywaniu wyników badań laboratoryjnych). Typowymi magazynami poradniczymi były m.in., poświęcony urodzie, modzie, zdrowemu stylowi życia *Uroda to nie wszystko*, czy porady znanych postaci środowiska lekarskiego na temat zdrowia i urody w magazynie *Wywiady/Porady*, bądź dyskusje specjalistów na temat szeroko rozumianej medycyny i urody w cyklu *Rezonans*. Zajmowano się także metodami relaksacyjnymi (*Relaks z tai-chi, Odkrywając chi, Strefa zen, Między Wschodem a Zachodem*). Tematyka medyczna i zdrowotna była także popularyzowana za pomocą filmów i seriali dokumentalnych oraz animowanych (np. *Było sobie życie, Przeznaczenie, Przypadkowe odkrycia, Wojna z rakiem, Mikrozabójcy, Rośliny i ludzie*). Audycje premierowe stanowiły 43% rocznego czasu nadawania programu.

Wyspecjalizowany, prawie całodobowy, program motoryzacyjny **TVN Turbo** składał się w połowie z audycji poradniczych i filmów dokumentalnych poświęconych motoryzacji, a w pozostałej części z audycji sportowych i rozrywkowych. Proponowano audycje poświęcone nowościom motoryzacyjnym na rynku polskim i europejskim (*Motorynek*, *Auto Mundial*, *Automaniak*, *De Lux*), motocyklom (*Jednośląd*), samochodom ciężarowym (*Waga ciężka*), a także prezentowano w polskiej wersji językowej najbardziej znane europejskie magazyny poświęcone motoryzacji, jak: produkowany przez BBC *Top Gear*, angielski *5TH Gear*, niemiecki magazyn motoryzacyjny *Motorwizja*. Obszerna była również propozycja dla miłośników nowoczesnej techniki i technologii zawarta w magazynach: *E – Auto*, *Specjalista* i *Czas tuningu*. W audycji *Garaz* przekazywano porady dotyczące eksploatacji samochodu, a w *Szkoła Auto* uczono bezpiecznej jazdy. Stare, atrakcyjne samochody prezentowano w *Motorwizji Classic* i w *Legendach motoryzacji*. Tragiczne wypadki pokazywano w *Dramatycznych zdarzeniach* i *Policyjnych taśmach*, niebezpieczne style jazdy kierowców motocykli w *Ulicznych szaleńcach*. W 2005 r. program został wzbogacony o polską odmianę brytyjskiego *Top Gear*, zatytułowaną *Testosteron*, o audycję dla miłośników rowerów (*Rower*) i o sportach ekstremalnych. Program TVN Turbo budowany był w 94% z audycji powtórkowych.

Kolejny program wyspecjalizowany pn. **Hipika**, poświęcony był sportom konnym. Jego zawartość była budowana głównie z bezpośrednich transmisji wyścigów konnych na Służewcu w Warszawie. Odbierany był przede wszystkim w punktach TOTTO Totalizatora Wyścigów w całym kraju. Zbudowany był z tzw. mitingów wyścigowych (jednego lub dwóch), na które składało się od 7 do 11 gonitw koni, typu: galop płaski, galop przez płoty, galop przez przeszkody, kłus dosiadany, kłus z wózkiem. Relacje z każdej gonitwy składały się z pokazania wprowadzenia koni na padok, omówienia pochodzenia koni i przedstawienia dżokejów, pokazania próbnego galopu, przygotowań do startu i samej gonitwy oraz powtórek ostatnich 200 metrów przed metą i całej gonitwy a na koniec rozmowy z hodowcą, trenerem lub dżokejem zwycięskiego konia. Na godzinę przed gonitwą miało miejsce omówienie dziennego programu wyścigowego i przedstawienie faworytów, a po każdej gonitwie – podsumowanie dnia i zapowiedź gonitw w następnym dniu. Podczas sezonu gonitw polskich (od końca kwietnia do końca listopada) nadawano wywiady z polskimi hodowcami, trenerami i dżokejami. Program nie zawierał audycji powtórkowych.

Program o charakterze dokumentalnym **Planete** składał się w całości z filmów dokumentalnych i reportaży poświęconych między innymi tematyce społecznej, politycznej, etnograficznej, historycznej, kulturalnej, przyrodniczej i krajoznawczej, etnograficznej, popularno-naukowej, dotyczącej nauki i techniki. W ciągu tygodnia proponowano w nim ponad 20 nowych tytułów filmów dokumentalnych. Były one pogrupowane w stałych pasmach tematycznych: *Współczesny świat* (serie dokumentalne o różnych aspektach życia codziennego, dokumenty przedstawiające grupy wiekowe, zawodowe i społeczne oraz ludzi połączonych wspólną pasją), *Przyroda i podróże* (filmy przyrodnicze i krajoznawcze, np. serie *Świat dzikiej przyrody*, o morskich głębinach *Thalassa*, o relacjach ludzi z przyrodą *Ludzie i zwierzęta*), *Filmowe dochodzenia* (dokumenty o bulwersujących wydarzeniach i problemach, które inspirują filmowców dokumentalnych do prowadzenia własnego śledztwa (np. *Misja w Iraku*), *Nasza planeta* (dokumenty etnograficzne o wszystkich zakątkach świata), *Spółczeństwo* (dokumenty i reportaże o współczesnym społeczeństwie, aktualnych problemach i zjawiskach, relacjach jednostki z otaczającym światem), *Historia* (dokumenty o wielkich momentach historii, przełomowych wydarzeniach w dziejach narodu, np. o wojnie, o totalitaryzmach), *Portrety* (filmy dokumentalne i reportaże o znanych postaciach świata show-biznesu, kultury, sportu i polityki), *Lotnictwo* (historia lotnictwa, modele samolotów, wyprawy w kosmos), *Seans Planete* (filmy dokumentalne o dużych walorach artystycznych

oraz filmy podejmujące trudne, kontrowersyjne tematy). W 2005 r. wprowadzono nowe pasmo dokumentalne, zawierające filmy dokumentalne dla dzieci pn. *Mała planeta*. Udział premier wynosił 15% rocznego czasu nadawania, a w pozostałej części powtarzano emisję pokazów premierowych o różnych porach w ciągu kolejnych dni tygodnia.

Edukacyjno-poradniczy i religijny program **TRWAM** ma służyć pełnemu i autentycznemu rozwojowi człowieka poprzez uwrażliwienie go w duchu wartości chrześcijańskich na rolę państwa i rodziny oraz kwestie społeczno-ekonomiczne i obywatelskie. Ponadto program ma edukować w zakresie historii i współczesności chrześcijaństwa, wspierać kształtowanie współczesnej świadomości chrześcijańskiej w duchu nauczania Stolicy Apostolskiej i jedności z Episkopatem Polski, promować postawy ekumeniczne i działania w duchu dialogu międzyreligijnego, ukazywać dorobek kultury i sztuki sakralnej oraz świeckiej, przekazywać pełne, aktualne informacje z życia Kościoła w Polsce i na świecie. Program *TRWAM* nadawany był przez całą dobę. Składał się w znaczącej części z audycji religijnych i edukacyjnych które zajęły 30% rocznego czasu nadawania, filmu dokumentalnego o tematyce religijnej (18%), następnie audycji publicystycznych w wymiarze 12%, muzyki rozrywkowej (13%), audycji informacyjnych (11%) i w niewielkim wymiarze – z filmu fabularnego, audycji sportowych (łącznie (4%). Wyspecjalizowany charakter programu był realizowany poprzez emisję modlitw (*Anioł Pański, modlitwy dzieci, różaniec, Apel Jasnogórski*), transmisje mszy św. i uroczystości religijnych, koncerty ewangelizacyjne, transmisje z pielgrzymek, informacje z życia Kościoła w Polsce, rozważania o duchowości (*Wpłyn na głębie, Kościół żyje*), filmy fabularne i animowane o tematyce religijnej, pokazywanie działalności placówek misyjnych na świecie, ukazywanie wartości chrześcijańskich i wzorców osobowych w wychowaniu dzieci i młodzieży oraz podnoszenie kwestii społeczno-ekonomicznych, społeczno-politycznych i obywatelskich (*Rozmowy niedokończone, Kalejdoskop młodych*), pożyteczne porady i reportaże ukazujące sprawy społeczne i kondycję współczesnego człowieka. W 2005 r. do ramówki programu wprowadzono kilka nowych audycji, głównie religijnych i dla dzieci. Były to rozważania o Biblii (*Plan naszego Ojca*), seria dokumentalna *Życie monastyczne*, audycje *Rozmowy o Jezusie z Matką Angeliką* i *Jak sobie radzić z cierpieniem*, cykl reportaży *Świadkowie*, watykańska kronika wydarzeń *Kościół żyje*, fragmenty pielgrzymek Ojca świętego do ojczyzny *Ojciec św. Jan Paweł II do rodaków*, dla dzieci filmy animowane *Super księga* i *Latający dom* oraz audycja *Kropelka radości* i audycje o tematyce kulturalnej *Sól ziemi, Rozmowy w plenerze*. Udział premier w rocznym czasie nadawania programu wynosił 32%.

Realizacja przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych zadań wynikających z ustawy o radiofonii i telewizji

Scharakteryzowane wyżej programy uniwersalne, jak i tematyczne realizowały w 2005 roku wiele zadań określonych w artykule 1 ust.1 ustawy o radiofonii i telewizji.

Prawie we wszystkich omówionych wyżej programach obecna była informacja, choć w różnym wymiarze czasowym, o różnej, często specjalistycznej tematyce. W programach uniwersalnych, emitowanych zarówno drogą naziemną lub satelitarnie główne miejsce zajmowały audycje, których celem było dostarczanie bieżących informacji oraz komentowanie istotnych wydarzeń. W trzech programach o zasięgu ogólnokrajowym lub ponadregionalnym informacja zajmowała w 2005 roku 10% całości tych programów. Prawie w całości (ponad 90%) z audycji informacyjnych i publicystycznych budowany był

wyspecjalizowany program *TVN 24*. Funkcjonowały także programy, które nadawały wyłącznie specjalistyczne informacje, jak np. *TV Biznes*, czy *TVN Meteo*. Istotną, wartą szczególnego podkreślenia, rolę w dostarczaniu informacji spełniało 8 programów uniwersalnych o tematyce lokalnej. W programach tych przedstawiano bowiem problemy dotyczące lokalnych odbiorców, a także upowszechniano edukację obywatelską.

Wiele nadawanych programów dostarczało widzom rozrywki. Audycje rozrywkowe oraz muzyka rozrywkowa stanowiły znaczną część oferty programowej nadawców ogólnokrajowych (programów uniwersalnych), większości programów satelitarnych i, oczywiście, programów o charakterze rozrywkowym, jak np. *TVN Gra*, *iTV*, *4 fun.tv*. W programach proponowano m.in. liczne teleturnieje, reality show, rozrywkowe talk show i inne widowiska (np. show taneczne). W wielu przypadkach audycje rozrywkowe miały charakter interaktywny.

Wśród nadawanych programów były i takie, które ułatwiały korzystanie z oświaty i dorobku nauki. Taką rolę pełniły programy edukacyjne i edukacyjno-poradnicze: *Edusat*, *Edusat Bis* oraz *Moja Telewizja*. Składające się z wykładów programy *Edusatu* miały wspierać kształcenie na odległość widzów studiujących w systemie eksternistycznym na kierunkach pedagogicznym i ekonomicznym Wyższej Szkoły Społeczno – Ekonomicznej w Warszawie. Z kolei program *Moja Telewizja* był tak konstruowany, aby doradzać i pobudzać aktywność odbiorców w różnych sferach ich życia (zawodowego, rodzinnego czy relacji międzyludzkich itp.).

Jak wynika z danych przedstawionych przez nadawców programów tematycznych, większość z nich realizowała ustawę o radiofonii i telewizji w zakresie wyspecjalizowanego charakteru programu. Audycje i inne przekazy realizujące specjalizację zajmowały w większości programów nie mniej niż 70% nadawania programu w ciągu miesiąca, w godzinach 6.00-23.00.

Realizacja przez telewizje koncesjonowane przepisów art.15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji

W 2005 r. KRRiT przeprowadziła kontrolę 38 koncesjonowanych programów telewizyjnych (naziemnych i satelitarnych) pod kątem ich zgodności z obowiązkami wynikającymi z art. 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji. Podstawą kontroli były sprawozdania sporządzone przez nadawców.

Na mocy artykułów 15 i 15a ustawy o radiofonii i telewizji na nadawców koncesjonowanych programów telewizyjnych nałożone zostały następujące obowiązki:

1. przeznaczenia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów;
2. przeznaczenia co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania w programie utworów słowno-muzycznych na utwory, które są wykonywane w języku polskim;
3. przeznaczenia ponad 50% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów;
4. przeznaczenia co najmniej 10% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów;

5. przeznaczenia co najmniej 50% czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych na takie, które zostały wytworzone w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 4 listopada 2004 r. rozporządzenie w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich. Na jego podstawie nadawcy programów telewizyjnych w pierwszym roku rozpowszechniania mogą przeznaczyć:

1. nie mniej niż 26,4 kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów;
2. ponad 40% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

Rozporządzenie mówi również o tym, że w programach telewizyjnych wyspecjalizowanych, dla których brak jest wystarczającej liczby audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich, oraz w programach rozpowszechnianych wyłącznie w sposób satelitarny lub kablowy dostępnych za opłatą, z wyłączeniem opłat określonych w rozdziale 7 ustawy o radiofonii i telewizji i podstawowych opłat pobieranych przez operatorów satelitarnych lub operatorów sieci kablowych, w latach następnych po pierwszym roku rozpowszechniania nadawcy przeznaczają:

1. nie mniej niż 29,7 kwartalnego czasu nadawania programu na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów,
2. ponad 45% kwartalnego czasu nadawania programu na audycje europejskie, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 urt. w czterech kwartałach 2005 r. w ogólnokrajowych i ponadregionalnych programach koncesjonowanych rozpowszechnianych w sposób naziemny

Każdy z czterech nadawców koncesjonowanych programów naziemnych (Polsat, TVN, TV4, TV Puls) w 2005 r. na audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim, audycje europejskie oraz audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych i audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem przeznaczył wyższy od określonego w ustawie odsetek kwalifikowanego czasu nadawania¹.

a) Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim oraz audycje europejskie

¹ Kwalifikowany czas nadawania jest to kwartalny czas nadawania programu pomniejszony o czas trwania serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów.

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Nazwa programu	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje europejskie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Polsat	47,6	52,6	46,0	45,7	60,4	66,5	68,4	66,5
TVN	60,7	64,4	60,7	67,1	69,7	70,8	74,6	73,2
TV4	57,6	61,1	55,0	49,1	57,9	63,2	67,1	57,6
Puls	57,4	55,2	43,6	53,6	73,4	67,6	66,3	73,1

Wszyscy nadawcy wypełniali obowiązki ustawowe w tym zakresie. Największy odsetek czasu na **audycje pierwotnie wytworzone w języku polskim** przeznaczył nadawca programu TVN. W programie tym udział omawianych audycji prawie dwukrotnie przekraczał ustawowe minimum. W III kwartale w programach Polsat i TV4 nastąpił kilkuprocentowy wzrost udziału tych audycji, a w programach TVN i Puls ich udział się zmniejszył. Natomiast w IV kwartale w porównaniu z analogicznym okresem roku 2004 zmniejszył się udział tych audycji w programach wszystkich nadawców.

Jeśli chodzi o audycje europejskie, podobnie jak w przypadku audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim, omawiani nadawcy przekraczali limit określony w ustawie. Audycje te najwięcej czasu zajęły w programie TVN, a najmniej w programie TV4. W programach Polsat, TVN i TV4 udział tych audycji był najwyższy w III kwartale ubiegłego roku, a w programie Puls – w I kwartale. W stosunku do III kwartału roku 2004 w analogicznym okresie 2005 r. udział tych audycji wzrósł w programach Polsat, TVN i TV4, spadł w programie Puls. Natomiast w IV kwartale udział tych audycji wzrósł jedynie w Polsacie, a w pozostałych programach spadł.

b) Audycje europejskich producentów niezależnych oraz audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie

Realizacja art. 15a ust. 1 urt. w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Nazwa programu	Audycje europejskich producentów niezależnych				Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Polsat	40,6	42,3	42,9	35,6	76,1	79,8	74,6	73,3
TVN	19,4	14,4	19,5	18,8	80,7	90,7	75,7	86,8
TV4	36,8	39,1	36,0	38,4	95,5	95,6	86,1	80,1
Puls	59,5	59,6	47,1	58,3	72	67	66,5	72,4

W programach Polsat, TV4 i Puls duży udział miały **audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych**. Podobnie jak w 2004 r. najwięcej nadano ich w programie TV Puls, a najmniej, choć w wymiarze zgodnym z ustawą, w programie TVN. W porównaniu z III kwartałem roku 2004 w analogicznym okresie 2005 r. udział tych

audycji wzrósł w programach Polsat, TVN i TV4, spadł zaś w programie Puls. W IV kwartale 2005 r. tendencja wzrostowa utrzymała się w programach Polsat i TVN. Spadek zaobserwowano w programach TV4 i Puls.

W programie TV 4 zdecydowaną większość wyemitowanych audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych zrealizowano w okresie ostatnich 5 lat. Udział tych audycji był wysoki również w programach TVN, Polsat i Puls. We wszystkich programach, z wyjątkiem programu Puls, udział omawianych audycji był najwyższy w II kwartale 2005 r. W porównaniu z III kwartałem 2004 roku udział tych audycji w analogicznym okresie 2005 r. wzrósł w programie Puls, spadł zaś w programach Polsat, TVN i TV4. Tendencja ta utrzymała się w IV kwartale 2005 r.

c) Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim

Realizacja art. 15 ust. 2 urt. w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Okres emisji	Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych			
	Polsat	TVN ¹	TV4	Puls
	%			
Kwartał I	44,3	0	57,3	80,8
Kwartał II	46,1	0	59,8	74,0
Kwartał III	44,4	0	49,0	56,4
Kwartał IV	42,9	0	48,0	79,9

¹ TVN w swoim sprawozdaniu deklarował, że w rozumieniu prawa autorskiego nie nadawał wcale utworów słowno- muzycznych.

W czterech kwartałach 2005 r. **udział utworów słowno-muzycznych** wykonywanych w języku polskim w programie Polsat, TV4 i Puls był wyższy od określonego w ustawie. W programie Puls był on ponaddwukrotnie wyższy od ustawowego. W stosunku do roku 2004 udział tych utworów wzrósł w programach Polsat, TV4 i Puls.

Podobnie jak w latach poprzednich, TVN SA poinformował w sprawozdaniu za 2005 r., że nie nadawał w swoim programie takich utworów.

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 urt. w czterech kwartałach 2005 r. w programach koncesjonowanych rozpowszechnianych w sposób satelitarny

a) Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim oraz audycje europejskie

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 urt. w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Nazwa programu	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje europejskie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Ale Kino! (filmowy)	14,2	14,7	15,9	14,3	45,8	55,6	51,6	47,5
Canal + Polska (filmowy)	19,4	22,7	19,5	17,8	35,9	43,7	46,3	51,4
Canal +Niebieski (sportowy)	39,9	55,9	40,2	63,8	52,0	64,7	57,6	73,3
Canal +Żółty (filmowy)	18,5	19,5	16,2	16,3	36,2	44,7	47,1	51,1
EDUSAT (edukacyjny)	100	100	100	100	100	100	100	100
EDUSAT BIS (edukacyjny)	100	100	100	100	100	100	100	100
4fun.tv (rozrywkowy)	41,3	43,3	44,3	48,3	69	66	83,1	81,3

Hipika TV (sportowy)	36,9	38,8	bd	bd	100	100	bd	bd
iTV (rozrywkowy)	88,7	96,9	99,9	100	99	99,9	100	100
Kino Polska (filmowy)	100	100	100	100	100	100	100	100
MiniMini (dla dzieci)	31,4	28,4	30,0	29,5	53,5	41,6	46,3	56,4
Planete (dokumentalny)	29,3	20	18,7	17,4	96,1	95,5	75,0	64,0
Polsat 2 (uniwersalny)	74,7	73,8	74,3	74,9	99,7	95,7	97,4	98,1
Polsat Sport (sportowy)	14,4	15,2	12,8	39,3	97,5	97,3	91,8	78,0
Polsat Zdrowie i Uroda (medyczny)	40,6	40,3	34,3	40,8	54,3	51,3	51,4	85,3
Tele 5 (rozrywkowy)	26,4	31	28,5	30,6	45	49	43,8	33,9
TMT (uniwersalny)	46,8	40,1	bd	bd	51	46,8	bd	bd
Trwam (edukacyjno-poradniczy)	86,7	83,1	88,4	75,0	94,5	95,2	94,2	92,3
TV Biznes (ekonomiczno-)	90	92	100	100	90	92	100	100
TVN Siedem (filmowo-)	9,7	17,3	12,7	14,7	19,6	30	19,1	24,4
TVN 24 (informacyjno-)	100	100	100	100	100	100	100	100
TVN International (uniwersalny)	91,2	95,4	91,8	78,2	98,7	100	98,6	92,9
TVN Meteo (informacje o)	100	100	100	100	100	100	100	100
TVN Style (adresowany do)	71,8	61,1	73,1	68,6	82,6	76,6	80,2	71,5
TVN Turbo (motoryzacyjny)	50,3	50,4	51,0	58,0	88,3	85,3	93,0	98,0
ZigZap (adresowany do dzieci)	34,2	31	31,2	34,0	50,3	52,4	56,8	58,7

bd – brak danych

Nadawcy 17 programów satelitarnych, spośród 26 objętych kontrolą, na **audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim** przeznaczili odsetek czasu zgodny z określonym w ustawie albo wyższy. W programach MiniMini (w 4 kwartałach) i ZigZap (w II i III kwartale) był on zgodny z przepisami rozporządzenia KRRiT (Rozporządzenie KRRiT z 4 listopada 2004 r. w sprawie niższego udziału w programie telewizyjnym audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim i audycji europejskich). Program ZigZap w I i IV kwartale 2005 r. był zgodny z wymaganiami ustawy. W programie Planete w I kwartale odsetek audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim był zgodny z rozporządzeniem, natomiast w pozostałych kwartałach był niższy od określonego w przepisie rozporządzenia. Udział omawianych audycji w programie Tele 5 był zgodny z rozporządzeniem w II i IV kwartale. W I i III kwartale kształtował się poniżej wartości określonych w rozporządzeniu.

W programie Polsat Sport udziały tych audycji w poszczególnych kwartałach były niższe od określonych w przepisach rozporządzenia, z wyjątkiem IV kwartału. Limitu audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w żadnym z kwartałów nie udało się osiągnąć w programach: Ale Kino!, Canal+ Polska, Canal+ Żółty oraz programie TVN Siedem. Również w 2004 r. w tych programach udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim nie osiągał limitu określonego w ustawie. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest profil tych programów. Programy Canal+ Polska, Canal+ Żółty, Ale Kino! oraz Planete są w całości zestawiane z filmów. Problem w tym, że na polskim rynku jest niedostateczna liczba wyprodukowanych filmów, które spełniają ustawowe kryteria audycji wytworzonej pierwotnie w języku polskim. Nadawcy mają więc trudność z wypełnieniem w 33% swoich programów tego typu produkcjami. Należałoby zatem rozważyć nowelizację art. 15 ust. 4 urt. w taki

sposób, by stworzyć ulgę dla nadawców rozpowszechniających programy o specjalizacji filmowej.

W pięciu programach satelitarnych: EduSat, EduSat BIS, Kino Polska, TVN24 i TVN Meteo audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim stanowiły 100% kwalifikowanego czasu nadawania programu.

W przypadku audycji europejskich w 19 programach telewizyjnych – spośród 26 objętych kontrolą – ich udział w kwalifikowanym czasie nadawania był zgodny z określonym w ustawie albo wyższy. W programie TVN Siedem w stosunku do ubiegłego roku nastąpiła poprawa, lecz nadal nadawca miał problemy z realizacją wymagań w tym zakresie. W programie Ale kino! udział audycji europejskich we wszystkich kwartałach był zgodny z kwotami określonymi w ustawie i rozporządzeniu KRRiT. W programach Canal+ Polska i Canal+ Żółty w I półroczu nadawca nie wypełniał wymogów ustawowych ani sformułowanych w rozporządzeniu, ale w kolejnych okresach udział omawianych audycji stopniowo wzrastał. W III kwartale był już zgodny z rozporządzeniem. W ostatnich trzech miesiącach 2005 r. osiągnął wartość wyższą od określonej w ustawie. W stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku nastąpiła poprawa. W programie Tele 5 udział tych audycji w I półroczu był zgodny z warunkami rozporządzenia, a w II połowie roku spadł poniżej limitu określonego w rozporządzeniu. W stosunku do analogicznego okresu roku 2004 widoczna jest więc tendencja do skracania czasu przeznaczanego na emisję audycji europejskich. W programie TMT odsetek audycji europejskich był zgodny z wymaganiami ustawy w tym zakresie (I kwartał) i rozporządzeniem (II kwartał).

Udział audycji europejskich w pięciu programach satelitarnych: EduSat, EduSat BIS, Kino Polska, TVN 24 i TVN Meteo w ciągu całego roku miał wartość najwyższą, wynosił on bowiem 100% kwalifikowanego czasu nadawania.

b) Audycje europejskich producentów niezależnych oraz audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie

Realizacja art. 15a ust. 1 w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Nazwa programu (specjalizacja)	Audycje europejskich producentów niezależnych				Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Ale Kino! (filmowy)	42,6	52	46,3	41,4	5,8	8,1	25,7	26,4
Canal + Polska (filmowy)	26,1	39,3	34,3	39,2	68,7	74	80,3	87,6
Canal +Niebieski (sportowy)	15,9	11,7	21,0	11,2	81,3	81,9	80,8	90,6
Canal +Żółty (filmowy)	27,8	39,3	38,1	42,0	70,8	67	80,8	86,7
EDUSAT (edukacyjny)	0	0	11,5	8,5	0	0	50,0	50,0
EDUSAT BIS (edukacyjny)	0	0	11,0	9,0	0	0	50,0	50,0
4fun.tv (rozrywkowy)	69	66	45,4	45,3	66,7	72,7	82,0	88,1
Hipika TV (sportowy)	17	15,1	bd	bd	100	100	bd	bd
iTV (rozrywkowy)	8,9	3,1	0,2	5,6	100	100	100	100
Kino Polska (filmowy)	80,6	81,4	86,8	83,5	7,6	4,6	3,8	6,0

MiniMini (dla dzieci)	44,8	33,4	37,4	47,6	33,4	31,8	14,9	28,7
Planete (dokumentalny)	51,6	50,2	58,0	48,0	27,3	25,9	44,4	51,0
Polsat 2 (uniwersalny)	54,2	53,4	54,1	52,2	92,8	72	84,6	72,9
Polsat Sport (sportowy)	90	90,3	79,1	60,7	96,5	96,3	97,6	98,0
Polsat Zdrowie i Uroda (medyczny)	39,2	38,4	33,1	63,2	100	100	95,8	89,3
Tele 5 (rozrywkowy)	26	27	2,8	5,3	59,8	54,7	13,3	9,8
TMT (uniwersalny)	0	0	bd	bd	0	0	bd	bd
Trwam (edukacyjno-poradniczy i religijny)	13	20,6	11,9	17,7	86,7	68,5	100	100
TV Biznes (ekonomiczno-informacyjne)	2	2,2	85,0	13,0	15,8	15,1	89,0	44,0
TVN 7 (filmowo-rozrywkowy)	8,3	12,2	7,8	10,3	55	40,8	69,0	62,0
TVN 24 (informacyjno-publicystyczny)	0	0	0	0,3	0	0	0	0
TVN International (uniwersalny)	11,2	11,3	25,4	31,5	87,4	92,7	75,6	74,8
TVN Meteo (informacje o pogodzie)	0	0	5,9	4,0	0	0	0	0
TVN Style (adresowany do kobiet)	10,7	14,4	10,7	13,8	69,8	55,1	63,3	54,7
TVN Turbo (motoryzacyjny)	63,5	58,3	69,0	64,0	63,5	58,3	100	100
ZigZap (adresowany do dzieci)	34,2	38,9	45,3	27,4	37,3	55,1	54,0	85,0

bd – brak danych

W przypadku **audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych** w 12 programach telewizyjnych ich udział w kwalifikowanym czasie nadawania był kilkakrotnie wyższy od określonego w ustawie. W 5 programach (Canal+ Niebieski, Hipika TV, Trwam, TVN Style) ich odsetek był zgodny z limitem określonym w ustawie bądź nieco wyższy. W 4 programach obowiązek ten nie był wypełniany (TVN24, TVN Meteo, iTV oraz TMT). W programach EDUSAT, EDUSAT BIS udział tych audycji był na ustawowym poziomie jedynie w III kwartale.

W stosunku do II półrocza 2004 r. udział omawianych audycji w ubiegłym roku w programie iTV kilkakrotnie się zmniejszył, a w programie Tele 5 utrzymała się tendencja do niskiego udziału audycji europejskich producentów niezależnych. W porównaniu z ubiegłym rokiem najbardziej znacząca zmiana dotyczy programu TMT - w 2004 r. udział omawianych audycji był kilkakrotnie wyższy od wymaganego minimum, a w roku ubiegłym zniknęły one z programu.

W 11 programach (Canal+ Polska, Canal+ Niebieski, Canal+ Żółty, 4fun.tv, Polsat 2, Polsat Sport, Polsat Zdrowie i Uroda, Trwam, TV International, TVN Style, TVN Turbo) audycje europejskie producentów niezależnych **wytworzone w okresie 5 lat przed ich rozpowszechnieniem w programie** wypełniły odsetek czasu określony w ustawie.

W programach Hipika TV i Polsat Zdrowie i Uroda (w I i II kwartale) oraz w programach Trwam i TVN Turbo (w III i IV kwartale) w czasie kwalifikowanym były nadawane wyłącznie najnowsze audycje europejskich producentów niezależnych.

W programie iTV (program interaktywny), choć wszystkie audycje europejskie producentów niezależnych pochodziły z ostatnich 5 lat, to jednak nadawca nie zrealizował ustawowego minimum, ponieważ udział audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w kwalifikowanym czasie nadawania nie osiągnął ustawowego poziomu (10%). Audycji wytworzonych w okresie ostatnich 5 lat nie emitowano w programach TVN 24 i TVN Meteo. Natomiast w programach EDUSAT, EDUSAT BIS i TMT nie były nadawane w I półroczu. W ciągu całego roku w programach Ale Kino!, Kino Polska, MiniMini udział tych audycji był mniejszy od określonego w ustawie. Podobnie było w przypadku Planete, z wyjątkiem IV kwartału. W programie TVN Siedem odsetek audycji wytworzonych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem nie był zgodny z limitem określonym w ustawie tylko w II kwartale, w TV Biznes – w III kwartałach, a w Tele 5 – w II półroczu.

Brak w programie TVN 24 i TVN Meteo audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych oraz audycji wytworzonych w okresie ostatnich 5 lat wynika stąd, że większość audycji nadawca produkował samodzielnie.

W programie Ale kino! audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych zajęły kilkakrotnie większy od wymaganego odsetek czasu. Udział audycji wyprodukowanych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem wahał się w granicach 5,8-26,4%. Obowiązkiem nadawcy było przeznaczyć na te audycje połowę czasu nadawania audycji europejskich wytworzonych przez producentów europejskich. Niewysoki udział najnowszej produkcji niezależnej wynikał ze specyfiki tego programu.

Nadawca adresowanego do dzieci programu MiniMini, przy stosunkowo wysokim udziale (ok. 40%) audycji europejskich producentów niezależnych (seriale animowane) nie był w stanie wypełnić go w połowie najnowszymi produkcjami.

Kino Polska z założenia jest programem filmowym, konstruowanym w głównej mierze z polskich filmów archiwalnych. Z tego powodu odnotowano w nim znikomy udział produkcji z ostatnich 5 lat.

Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna jest nadawcą dwóch programów edukacyjnych: EDUSAT i EDUSAT BIS. Rozpowszechniane programy w I półroczu zbudowane były prawie wyłącznie z wykładów dla studentów WSSE. Nadawcy nie udało się pozyskać na rynku audiowizualnym audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych, które realizowałyby program nauczania obowiązujący w tej szkole. Jednak w II półroczu połowę kwalifikowanego czasu wypełniły najnowsze audycje europejskie producentów niezależnych.

W 2005 roku (w I półroczu) nadawcy programu Hipika TV udało się w przeciwieństwie do 2004 r. dostosować go omawianego przepisu ustawy, tzn. udział audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w okresie ostatnich 5 lat przekroczył ustawowy próg.

c) Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim

Realizacja art. 15 ust. 2 w czterech kwartałach 2005 r. przez telewizyjnych nadawców koncesjonowanych

Nazwa programu (specjalizacja)	Utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania utworów słowno-muzycznych			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%			
Ale Kino! (filmowy)	0	18,2	-	-
Canal + Polska (filmowy)	39,0	47,9	38,2	41,3
Canal +Niebieski (sportowy)	0,8	7,3	1,5	4,1
Canal +Żółty (filmowy)	37,1	49,4	40,9	65,7
EDUSAT (edukacyjny)	-	-	-	-
EDUSAT BIS (edukacyjny)	-	-	-	-
4fun.tv (rozrywkowy)	34,2	38,3	43,2	40,6
Hipika TV (sportowy)	-	-	bd	bd
iTV (rozrywkowy)	44,0	42,3	38	34,8
Kino Polska (filmowy)	-	-	100	100
MiniMini (dla dzieci)	0	0	0	44,1
Planete (dokumentalny)	-	-	-	-
Polsat 2 (uniwersalny)	88,2	87,7	96,6	98,6
Polsat Sport (sportowy)	-	-	-	-
Polsat Zdrowie i Uroda (medyczny)	80,6	78,5	46,5	58,7
Tele 5 (rozrywkowy)	100	-	-	-
TMT (uniwersalny)	35,5	38,6	bd	bd
Trwam (edukacyjno-poradniczy i religijny)	84,2	86,5	72,9	76,8
TV Biznes (ekonomiczno-informacyjne)	-	-	-	-
TVN 7 (filmowo-rozrywkowy)	x	x	x	x
TVN 24 (informacyjno-publicystyczny)	x	x	x	x
TVN International (uniwersalny)	x	x	x	x
TVN Meteo (informacje o pogodzie)	x	x	x	x
TVN Style (adresowany do kobiet)	x	x	x	x
TVN Turbo (motoryzacyjny)	x	x	x	x
ZigZap (adresowany do dzieci)	13,0	9,1	19,2	20,0

¹ TVN 7, TVN 24, TVN International, TVN Meteo, TVN Style i TVN Turbo w swoich sprawozdaniach deklarowali, że w rozumieniu prawa autorskiego nie nadawali wcale utworów słowno-muzycznych

bd – brak danych

- brak utworów słowno-muzycznych w programie

Nadawcy następujących programów: Canal+ Niebieski, MiniMini (z wyjątkiem IV kwartału) i ZigZap nie wywiązali się z obowiązku przeznaczania na utwory wykonywane w języku polskim 33% czasu emisji utworów słowno-muzycznych. W programach: Kino Polska (w II półroczu) i Tele 5 (w I kwartale) wszystkie emitowane utwory słowno-muzyczne były wykonywane w języku polskim. W pozostałych programach nadawcy przeznaczali na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim więcej czasu niż minimum określone w ustawie.

Omawianych utworów nie nadawano w programach: EDUSAT, EDUSAT BIS, Hipika TV, Kino Polska (w I półroczu), Polsat Sport, Planete, TV Biznes, Tele 5 (z wyjątkiem I kwartału). W programie Ale kino! były nadawane w II kwartale, ale ich udział był niższy od określonego w ustawie.

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 urt. w czterech kwartałach 2005 r. w lokalnych programach koncesjonowanych rozpowszechnianych w sposób naziemny

Realizacja art. 15 ust. 1 i 3 w czterech kwartałach 2005 r. przez lokalnych, naziemnych nadawców telewizyjnych

Nazwa programu	Audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim				Audycje europejskie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko	55,5	61,5	100	100	55,5	61,5	100	100
Odra – Gorzów Wielkopolski	NN	NN	47,2	41,9	NN	NN	57,6	49,3
Odra – Głogów, Legnica, Lubin	NN	NN	55,9	49,8	NN	NN	68,1	58,4
Odra – Świdnica, Wrocław, Opole	NN	NN	55,5	49,3	NN	NN	67,8	58,0
Odra – Zielona Góra	NN	NN	48,3	42,9	NN	NN	59,0	50,5
Odra – Jelenia Góra	NN	NN	52,2	46,4	NN	NN	63,7	54,5
TV Lubań – Bolesławiec	46	47	100	100	46	47	100	100
Telewizja GRYF	100	100	100	100	100	100	100	100

NN – program nie był rozpowszechniany w I i II kwartale 2005 r.

Wszyscy nadawcy lokalnych programów naziemnych realizowali ustawę w zakresie audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim. W programach Niezależnej Telewizji Lokalnej Radomsko i TV Lubań-Bolesławiec (w II półroczu) oraz Telewizji GRYF (w czterech kwartałach) audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim zajęły 100% kwalifikowanego czasu nadawania.

Nadawcy programów Odra – Gorzów Wielkopolski (w IV kwartale) i TV Lubań-Bolesławiec (w I i II kwartale) nie realizowali ustawy w zakresie audycji europejskich. W programach Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko (III i IV kwartał), TV Lubań - Bolesławiec (III i IV kwartał) oraz Telewizja GRYF (w czterech kwartałach) audycje te wypełniły 100% kwalifikowanego czasu nadawania. W pozostałych programach udział audycji europejskich był od kilku do kilkunastu punktów procentowych wyższy od limitu określonego w ustawie.

Realizacja art. 15a ust. 1 w czterech kwartałach 2005 r. przez lokalnych, naziemnych nadawców telewizyjnych

Nazwa programu	Audycje europejskich producentów niezależnych				Audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych w okresie 5 lat przed rozpowszechnieniem w programie			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
	%							
Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko	0	0	0	0	0	0	0	0
Odra – Gorzów Wielkopolski	NN	NN	26,5	28,4	NN	NN	83,6	76,7
Odra – Głogów, Legnica, Lubin	NN	NN	27,5	29,8	NN	NN	81,4	73,9
Odra – Świdnica, Wrocław, Opole	NN	NN	31,1	33,4	NN	NN	83,6	76,7
Odra – Zielona Góra	NN	NN	27,1	29,1	NN	NN	82,6	75,8
Odra - Jelenia Góra	NN	NN	29,3	31,4	NN	NN	75,6	71,8
Studio Lubań – Bolesławiec	32,0	34,0	100,0	100,0	8,7	9,0	100,0	100,0
Telewizja GRYF	11,3	13,1	11,0	10,0	100,0	100,0	100,0	100,0

NN – program nie był rozpowszechniany w I i II kwartale 2005 r.

W 2005 r. nadawca programu Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko nie nadawał audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych.

Telewizja Odra sp. z o.o. w rozpowszechnianych programach przeznaczyła na te audycje wyższy od ustawowego o 16 – 23 pkt proc. odsetek kwalifikowanego czasu nadawania. W programie Telewizja Gryf audycje europejskie wytworzone przez producentów niezależnych miały udział zgodny z ustawą.

Telewizja Odra sp. z o.o. w rozpowszechnianych programach przeznaczyła znacznie większy od określonego w ustawie odsetek kwalifikowanego czasu nadawania. W programie Telewizja GRYF wszystkie audycje europejskie producentów niezależnych były wytworzone w okresie ostatnich 5 lat. W programie TV Lubań-Bolesławiec w I i II kwartale udział tych audycji był niższy od określonego ustawie, a w dwóch pozostałych wszystkie te audycje były wyprodukowane w okresie ostatnich 5 lat.

Realizacja art. 15 ust. 2 urt. w czterech kwartałach 2005 r. przez lokalnych, naziemnych nadawców telewizyjnych

Nazwa programu (naziemne)	Udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim w kwartalnym czasie emisji utworów słowno-muzycznych (%)			
	kw. I	kw. II	kw. III	kw. IV
Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko	-	-	33,2	36,5
Odra – Gorzów Wielkopolski	NN	NN	47,9	47,4
Odra – Głogów, Legnica, Lubin	NN	NN	49,8	49,3
Odra – Świdnica, Wrocław, Opole	NN	NN	47,9	47,4
Odra – Zielona Góra	NN	NN	49,0	46,3
Odra - Jelenia Góra	NN	NN	48,4	46,5
Studio Lubań - Bolesławiec	52,0	52,0	100,0	100,0
Telewizja GRYF	33,3	33,3	33,3	33,3

NN – program nie był rozpowszechniany w I i II kwartale 2005 r.

-- brak utworów słowno-muzycznych w programie

Nadawcy wszystkich omawianych programów lokalnych wywiązali się z obowiązku przeznaczania na utwory wykonywane w języku polskim 33% czasu nadawania utworów

słowno-muzycznych. Nadawcy programów Niezależna Telewizja Lokalna Radomsko i Telewizja Gryf na utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim przeznaczili odsetek czasu zgodny z określonym w ustawie. W programach pozostałych nadawców udział tych utworów był o kilkanaście punktów procentowych wyższy.

B. RADIOFONIA

Nadawcy lokalni – realizacja warunków koncesji

Krajowa Rada kontynuowała w 2005 roku kontrolę programów radiowych nadawanych na podstawie koncesji przyznanych w latach 2001-2004. Zbadano łącznie programy **41 stacji radiowych o zasięgu lokalnym i regionalnym**. Programy te są przedmiotem przedstawionej niżej analizy.

Podstawowym kryterium doboru stacji do monitoringu było ich **położenie terytorialne**. Monitoring przeprowadzany w układzie regionalnym, obok kontroli realizacji koncesji przez poszczególnych nadawców, ma na celu również charakterystykę lokalnych i regionalnych rynków radiowych z punktu widzenia zróżnicowania nadawanych tam programów i rzeczywistej oferty programowej przedstawianej odbiorcom.

Monitoring w układzie terytorialnym został zapoczątkowany przez KRRiT w 2003 roku. Zbadano wówczas ofertę programową stacji lokalnych działających na terenie Warszawy.

W 2005 roku badano programy radiowe nadawane w następujących województwach: **podlaskim, podkarpackim, lubelskim, świętokrzyskim i mazowieckim**. Monitoring jednego programu: Radia NRJ (Nowe Radio Jazz) z Katowic, o charakterze wyspecjalizowanym-muzycznym z muzyką jazzową – był monitoringiem pozaplanowym, podjętym w wyniku interwencji.

Monitoring obejmował w każdym przypadku pełny tydzień emisji programu. Terminy monitoringu były wybierane przez KRRiT losowo (przypadkowo) i nieznane wcześniej nadawcom, co zapewniało rzetelność badanej próby programu. Nagrań poemisyjnych do monitoringu dostarczali nadawcy, udostępniając KRRiT nagrania archiwalne, które są ustawowo zobowiązani przechowywać przez 28 dni od daty emisji.

Podobnie jak w latach ubiegłych, wyniki monitoringu zrealizowanego w 2005 roku zostały przedstawione kolejno dla poszczególnych punktów koncesji.

Koncesje stacji radiowych określają nazwę nadawanego programu i dobowy czas jego emisji oraz założony charakter programu i ewentualnie jego format muzyczny, jeśli stanowi on element definicji charakteru programu. Warunki te zostają ustalone w koncesji zgodnie z wnioskiem złożonym przez nadawcę. W koncesji zostaje także określony rodzaj i udział audycji i innych przekazów służących realizacji założonego charakteru programu oraz – w odniesieniu do nadawców o zasięgu lokalnym - wymagany udział tematyki lokalnej. Koncesja wskazuje też, jaki jest dopuszczalny udział w programie audycji pochodzących z programów innych nadawców *lub z innych programów koncesjonariusza, rozpowszechnianych na podstawie odrębnych koncesji. Warunek ten ma na celu przeciwdziałanie przejęciu programu koncesjonariusza przez innego nadawcę.*

Przyznając koncesje radiowe w nowym procesie rozpoczętym w 2001 roku, KRRiT przyjęła kilka podstawowych założeń dotyczących obowiązków w zakresie programu. Uznała

po pierwsze, że **nadawcy programów o zasięgu lokalnym powinni realizować szczególne zadania wobec lokalnych społeczności zamieszkujących teren nadawania programu.** W programach tych nadawców powinny się znaleźć treści ważne dla tych społeczności, odnoszące się do istotnych dla niej spraw, problemów i wydarzeń. Poprzez te zadania nadawcy jednocześnie realizują postanowienia art. 1 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

Zgodnie z tym założeniem, w koncesjach nadawców o zasięgu lokalnym wprowadzono postanowienia zobowiązujące ich do przedstawiania w programie tematyki lokalnej. KRRiT zróżnicowała wymiar (wielkość) tej tematyki w zależności od charakteru programu i wielkości miasta (miejscowości), w którym program jest rozpowszechniany. W programach wyspecjalizowanych obowiązki w koncesji dotyczące tematyki lokalnej zostały ustalone w wysokości o połowę mniejszej niż w programach o charakterze uniwersalnym, ze względu na to, że nadawcy programów wyspecjalizowanych mają obowiązki dwojakie - związane z realizacją tematyki lokalnej oraz z realizacją wyspecjalizowanego charakteru programu. W porozumieniu z nadawcami KRRiT ustaliła też, że nadawców działających w małych miastach obowiązywać będzie niższy wymiar tematyki lokalnej w programie niż nadawców w miastach większych (jako granicę przyjęto liczbę 200 tys. mieszkańców). Rozróżnienie to jest związane z różnicą w wielkości rynku reklamowego w miastach większych i mniejszych i wynikającymi stąd potencjalnymi dochodami nadawcy.

Z obowiązku nadawania tematyki lokalnej w programie zostali wyłączeni jedynie nadawcy programów wyspecjalizowanych – muzycznych poświęconych muzyce innej niż rozrywkowa, tj. muzyce tzw. poważnej i jazzowej, oraz nadawcy wyspecjalizowanych programów słownych – tematycznych. Programy takie z założenia nie są związane ze specyfiką lokalnej społeczności, lecz są adresowane do wszystkich zainteresowanych danym rodzajem treści i przekazu. Są też kosztowne w produkcji, a zarazem mają na ogół mniejszy krąg potencjalnych odbiorców, a więc trudniejszy rynek działania, niż popularne programy z muzyką rozrywkową. Z tego względu nakładanie na nadawców tych programów, poza specjalizacją, dodatkowych obowiązków lokalnych nie znajdowałoby uzasadnienia.

KRRiT nie nakłada też obowiązków lokalnych na nadawców programów wyspecjalizowanych – środowiskowych, adresowanych do określonego kręgu odbiorców innego niż społeczność lokalna jakiejś miejscowości. Programami takimi są np. programy wyspecjalizowane – akademickie lub programy adresowane do dzieci i młodzieży. Nie mają obowiązków lokalnych także nadawcy programów wyspecjalizowanych – społeczno-religijnych, zarówno ze względu na specyfikę charakteru programu, jak i dlatego, że większość z tych programów ma zasięg ponadlokalny (regionalny).

Drugim założeniem polityki koncesyjnej KRRiT była **konieczność ochrony wybranej przez nadawcę i wpisanej do koncesji specjalizacji programu.** W tym celu KRRiT wprowadziła zapisy wskazujące, poprzez jakie elementy programu i w jakim wymiarze charakter ten ma być realizowany. Zapisy te mają na celu zapewnienie, by program określony w koncesji jako wyspecjalizowany rzeczywiście realizował daną specjalizację.

Należy przypomnieć, że przepis określający, jakie warunki musi spełniać program o charakterze wyspecjalizowanym, został wprowadzony do ustawy o radiofonii i telewizji dopiero w 2004 roku. Wcześniej warunki takie określone były jedynie w koncesjach. Stąd ich wielkie znaczenie w procesie realizacji koncesji.

Trzecim założeniem, ściśle związanym z dwoma wcześniejszymi, była **ochrona słowa** w nadawanych programach. Systematyczne zmniejszanie się udziału słowa i emisja niemal wyłącznie muzyki jest obecnie obserwowane bardzo często w programach radiowych nadawców koncesjonowanych. Na konieczność przeciwdziałania temu zjawisku zwracała uwagę w specjalnych uchwałach m.in. Senacka Komisja Kultury. KRRiT nie wpisywała

bezpośrednio do koncesji obowiązkowego udziału słowa w programie, udział ten zapewniała natomiast pośrednio, poprzez zapisy dotyczące wymaganych kwot audycji słownych poświęconych tematyce lokalnej oraz wyspecjalizowanemu charakterowi programu.

Realizacja warunków koncesji w badanych stacjach radiowych

Dobowy czas emisji programu

Wszystkie monitorowane stacje wypełniają ten punkt koncesji. Ponad połowa (26) stacji powinna nadawać programy w wymiarze 24 godzin na dobę i takie programy nadaje. Pozostałe (15) zobowiązane są emitować program w wymiarze czasowym nie krótszym niż kilkanaście (16-18) godzin na dobę. Dotyczy to stacji akademickich, większości badanych stacji diecezjalnych i kilku lokalnych. Stacje te jednak także, z wyjątkiem jednej (Katolickiego Radia Zamość) nadają programy całodobowe.

Oznaczanie programu na antenie nazwą zapisaną w koncesji

KRRiT w udzielanych obecnie koncesjach radiowych wprowadza obowiązek oznaczania programu na antenie nazwą wpisaną do koncesji. Zapis ten ma na celu jednoznaczną identyfikację stacji przez słuchacza oraz przeciwdziałanie nadawaniu w jej programie programu innego nadawcy, a zwłaszcza tzw. sieciowaniu programów. Jest to zabezpieczenie istotne zwłaszcza w przypadku nadawców używających nazwy wspólnej dla jakiejś grupy, jak np. Radio *ESKA*, Radio *Złote Przeboje*, Radio *PLUS*, *ROXY FM*, Radio *VOX* itp. Brak na antenie elementów indywidualizujących nazwę – tj. nazwy własnej programu (np. Radio *Złote Przeboje Puls*), nazwy miasta, w którym program jest rozpowszechniany (np. Radio *ESKA Lublin*, Radio *PLUS Kielce*) lub częstotliwości, na której program jest nadawany w danym mieście (np. *103,7 ROXY FM*) itp., może oznaczać, że nadawca, zamiast programu tworzego na podstawie przyznanej mu koncesji, nadaje program tworzony przez innego nadawcę, wspólny dla grupy programów o tej nazwie.

Wśród monitorowanych 41 stacji ponad połowa - **26** stacji - ma wpisaną do koncesji unikalną (jednostkową) nazwę własną programu. Indywidualne nazwy programu mają:

- wszystkie monitorowane stacje lokalne działające samodzielnie (14), czyli nie należące do żadnej sieci programowej ani grupy kapitałowej, nadające w większości programy o charakterze uniwersalnym, tj.: Radio Alfa z Krakowa, Radio BAB z Łomży, Radio Bieszczady z Sanoka, Radio Bogoria z Grodziska pod Warszawą, Radio Bon Ton z Chełma, Radio ELKA z Głogowa, Radio FAMA z Kielc, Radio FAMA Sochaczew (zbieżność nazw przypadkowa), Radio Jard i Radio Jard II z Białegostoku, Radio Leliwa z Tarnobrzegu, Radio PULS FM z Mielca, Radio Rekord z Radomia, Radio 5 Suwałki. Indywidualną nazwą własną ma też należące do grupy Ad Point „Nowe Radio Jazz” (NRJ) z Katowic;
- większość spośród monitorowanych stacji diecezjalnych (7): Katolickie Radio Ciechanów i Katolickie Radio Płock z diecezji płockiej, Radio FARA z archidiecezji przemyskiej, Radio Nadzieja z diecezji łomżyńskiej, Katolickie Radio VIA z diecezji rzeszowskiej, Radio Victoria z diecezji łowickiej i Katolickie Radio Zamość z diecezji zamojsko-lubaczowskiej;

- oraz cztery monitorowane stacje akademickie: Akademickie Radio Centrum z Lublina, Akademickie Radio Centrum z Rzeszowa (zbieżność nazw jest tu przypadkowa), Radio Akadera z Białegostoku i Radio eX FM z Krakowa.

Pozostałe monitorowane stacje, w liczbie 15, używały nazw zawierających człon wspólny dla grupy stacji. Były to następujące stacje:

- 10 stacji grupy ESKA: Radio ESKA Białystok, Radio ESKA Kielce, Radio ESKA Lublin, Radio ESKA Łomża (poprzednio Radio Łomża), Radio ESKA Płock (poprzednio Płockie Radio PULS), Radio ESKA Przemyśl (poprzednio HOT Radio), Radio ESKA Radom (poprzednio Radio Radom), Radio ESKA Rzeszów (poprzednio Radio FAN FM), Radio ESKA Starachowice (poprzednio Radio MTM FM), Radio ESKA Zamość (poprzednio Radio FAN FM Zamość),
- 4 stacje Porozumienia Programowego PLUS: Radio PLUS Białystok, Radio PLUS Kielce, Radio PLUS Lublin, Radio PLUS Radom,
- 1 stacja grupy AGORA, nadająca program w formacie muzycznym „Złote Przeboje”: Radio Złote Przeboje PULS 95,6 FM.

Monitoring wykazał, że **wszystkie stacje o nazwach indywidualnych oznaczały program na antenie prawidłowo, tzn. zgodnie z nazwą własną zapisaną w koncesji.**

Stacje grupy ESKA, a także Radio Złote Przeboje Puls 95,6 FM, oznaczały program na antenie dwójako, wymiennie: albo prawidłowo, tzn. z użyciem elementu indywidualizującego nazwę (np. Radio ESKA *Lublin*, Radio ESKA *Płock*, Złote Przeboje *Puls 95,6 FM*), albo, w odniesieniu do części programu, nieprawidłowo, tzn. skracając nazwę tylko do członu wspólnego (Radio ESKA; Złote Przeboje).

Cztery badane stacje Porozumienia PLUS używały na antenach wyłącznie nazwy wspólnej: „Radio PLUS” lub „Radio PLUS Łagodne Przeboje”.

Wymienione stacje naruszały więc omawiany zapis koncesji.

Należy zauważyć, że używanie na antenie nazwy wspólnej dla całej grupy może wskazywać, że nadawany program nie pochodzi od danego nadawcy, lecz jest programem wspólnym dla grupy, nadawanym „z sieci”.

Charakter nadawanego programu

Wpisany do koncesji charakter programu jest podstawową kategorią opisu stacji, wynikają z niego bowiem szczegółowe obowiązki koncesjonariusza dotyczące zawartości nadawanego programu.

Wśród monitorowanych w 2005 roku 41 stacji o zasięgu lokalnym oraz regionalnym (stacje diecezjalne) połowa - 20 stacji - nadaje programy określone w koncesji jako mające charakter uniwersalny, 11 stacji nadaje programy określone jako wyspecjalizowane – społeczno-religijne (stacje diecezjalne), 4 stacje - programy wyspecjalizowane-muzyczne z muzyką pop, 1 stacja – program o charakterze wyspecjalizowanym-muzycznym z muzyką jazzową (NRJ), 4 stacje – programy wyspecjalizowane - akademickie, 1 stacja – program o charakterze wyspecjalizowanym adresowany do dzieci i młodzieży (Radio JARD II).

Przewaga liczbowa programów o charakterze uniwersalnym związana jest ze specyfiką stacji o zasięgu lokalnym: większość z nich nadaje programy nie nastawione na żadną specjalizację tematyczną, skupiając się jedynie na sprawach lokalnych. Takie

uksztaltowanie założonego charakteru programów lokalnych jest też zgodne z przedstawioną wyżej polityką koncesyjną KRRiT w tym zakresie.

Programy o charakterze uniwersalnym (20 monitorowanych stacji)

Program o charakterze uniwersalnym został określony w koncesjach jako „zawierający różne rodzaje i formy radiowe oraz różnorodną problematykę”. Program taki powinien zawierać przynajmniej podstawowe rodzaje audycji radiowych, a także poruszać, choćby w ograniczonym wymiarze czasowym, różne ważne i interesujące z punktu widzenia słuchacza sfery zagadnień.

Dodatkowym kryterium przy ocenie różnorodności programu jest wielkość udziału w nim części słownej (bez reklamy, autopromocji i zapowiedzi programowych). Z udziału tego wynika bowiem, ile faktycznie miejsca w programie nadawca poświęca nadawanym w nim różnym rodzajom audycji i różnorodnym zagadnieniom.

W koncesji jednej ze stacji (Radio PULS FM w Mielcu, koncesja z 2000 r.) uniwersalny charakter programu został zdefiniowany odmiennie niż opisano wyżej – poprzez wymagany udział kilku rodzajów audycji.

Spośród stacji monitorowanych w 2005 roku program o charakterze uniwersalnym zobowiązane są nadawać następujące:

1. Radio Alfa w Krakowie,
2. Radio BAB w Łomży,
3. Radio Bieszczady w Sanoku,
4. Radio Bogoria w Grodzisku Mazowieckim,
5. Radio BON TON w Chełmie,
6. Radio ELKA Głogów,
7. Radio FAMA w Kielcach,
8. Radio FAMA Sochaczew,
9. Radio JARD w Białymstoku,
10. Radio Leliwa w Tarnobrzegu,
11. Radio PULS FM w Mielcu,
12. Radio Rekord w Radomiu,
13. Radio 5 Suwałki,
14. Radio Złote Przeboje Puls 95,6 FM w Lublinie,
15. Radio ESKA Łomża,
16. Radio ESKA Płock,
17. Radio ESKA Przemyśl,
18. Radio ESKA Rzeszów,
19. Radio ESKA Starachowice,
20. Radio ESKA Zamość.

A. Stacje działające samodzielnie (13 programów)

Monitoring wykazał, że większość spośród wymienionych stacji działających samodzielnie nadawała program spełniający kryteria programu o charakterze uniwersalnym.

W stosunkowo najwyższym stopniu realizowały uniwersalny charakter programu **cztery** stacje: Radio **Bogoria** - w programie tym udział słowa (z wyłączeniem reklamy, autopromocji i zapowiedzi programu) wynosił **20%** tygodniowego czasu emisji w porze dziennej (tj. w godzinach 6.00-22.00), czyli średnio **3,2 godziny dziennie**, i nadawane w nim

były niemal wszystkie (łącznie 8) rodzaje audycji: informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, literackie, religijne, sportowe, rozrywkowe i dla dzieci, oraz Radio **Rekord**, Radio **Bieszczady** i Radio **FAMA Sochaczew**, w programach których słowo zajmowało **18%** (średnio 2 godziny 54 minuty dziennie) i nadawanych było po 7 rodzajów audycji (informacyjne, publicystyczne, edukacyjne, sportowe, rozrywkowe i dla dzieci, ponadto religijne lub literackie).

Podobny udział słowa (19%-20%) jak w czterech wymienionych stacjach charakteryzował także programy Radia JARD i Radia 5 Suwałki, a blisko dwukrotnie wyższy (**37%**) odnotowano w programie Radia **ELKA Głogów**. Programy tych stacji były jednak mniej różnorodne gatunkowo, zawierały bowiem jedynie 4-5 różnych rodzajów audycji (informację, publicystykę, audycje edukacyjne, rozrywkowe, w Radiu Suwałki ponadto poradnicze, w Radiu JARD - sportowe). W programie Radia ELKA Głogów wysoki udział słowa na antenie był tworzony przede wszystkim przez audycje informacyjne oraz rozrywkowe audycje kontaktowe z udziałem słuchaczy.

W kolejnych czterech stacjach: w Radiu FAMA w Kielcach, Radiu Leliwa, Radiu BON TON i Radiu BAB, część słowna programu stanowiła od 8% do 15% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, czyli średnio od 1,3 do 2,4 godziny dziennie. Przy tym stosunkowo niewielkim udziale słowa programy te zachowywały jednak różnorodność tematyczną i gatunkową. Nadawano w nich bowiem, choć w niewielkim wymiarze czasowym, 5-6 różnych rodzajów audycji: informacyjne, publicystyczne, edukacyjno-poradnicze, rozrywkowe i sportowe, a także (z wyjątkiem Radia FAMA) religijne.

Uniwersalnego charakteru programu nie realizowały jedynie dwie stacje spośród działających samodzielnie: Radio Alfa z Krakowa i Radio PULS FM z Mielca. Udział słowa wynosił w tych programach jedynie 5% -7% czasu emisji w porze dziennej (czyli około 50 – 70 minut dziennie). Formalnie biorąc, w programach tych stacji, oprócz muzyki, nadawano kilka rodzajów audycji: informacyjne, edukacyjno-poradnicze, rozrywkowe, sportowe, a w programie Radia Alfa także publicystyczne, zajmowały one jednak bardzo niewiele czasu w programie (kilkanaście minut na tydzień) i nie wpływały na ukształtowanie charakteru programu. Programy tych dwóch stacji określić należy jako muzyczno-informacyjne, a nie uniwersalne. Należy dodać, że Radio PULS FM nie realizowało także szczegółowych zapisów dotyczących udziału w programie poszczególnych rodzajów audycji. Wymagany udział w programie audycji informacyjnych wynosi nie mniej niż 10% tygodniowego czasu emisji, publicystycznych – nie mniej niż 5%, poradniczych – nie mniej niż 3%, sportowych - 2,5%, religijnych - 0,5%. Monitoring wykazał, że w programie nie nadawano w ogóle publicystyki ani audycji religijnych, zaś udział pozostałych audycji był znacznie niższy niż określono w koncesji (0,3%-4%).

B. Stacje grupy ESKA (6 programów)

Programy grupy ESKA z wpisanym w koncesjach charakterem uniwersalnym (Radio ESKA Łomża, ESKA Płock, ESKA Przemyśl, ESKA Rzeszów, ESKA Starachowice, ESKA Zamość) cechował stosunkowo duży udział słowa w programie – od 15% (ESKA Zamość) do 20% (ESKA Łomża) tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, czyli średnio od 2,4 do 3,2 godziny dziennie. Programy te były jednocześnie niezbyt różnorodne gatunkowo – nadawane w nich były, oprócz muzyki, cztery rodzaje audycji: informacja – lokalna i krajowa, publicystyka dotycząca spraw lokalnych, w niewielkim wymiarze informacje sportowe i audycje rozrywkowe (konkursy) oraz w znacznym wymiarze informacje odnoszące się do nadawanej muzyki rozrywkowej. Różnorodność tematyczną zapewniały wyłącznie poruszane

na antenie sprawy lokalne – poza tym obszarem zagadnień program był skoncentrowany jedynie na muzyce.

Omawiane programy są zbudowane na wzór muzycznych programów stacji ESKA – nadawane były w nich te same bloki muzyczne i te same audycje, zwłaszcza dotyczące muzyki. Różnica między tymi dwiema grupami programów polega głównie na tym, że w omawianych programach o charakterze uniwersalnym nie był nadawany przeglądowy magazyn muzyczny, obecny w stacjach muzycznych ESKA, a w to miejsce emitowany był informacyjno-publicystyczny magazyn lokalny. Stacje te zachowywały też pewien margines swobody, jeśli idzie o udział słowa (głównie - na tematy lokalne) w programie. Udział ten, jak wykazał monitoring, był większy lub mniejszy w zarezerwowanych w układzie ramowym granicach. W programach tych nie było jednak (obecnych w programach stacji działających samodzielnie) audycji edukacyjnych nie związanych z muzyką, audycji poradniczych, lokalnych audycji kontaktowych, audycji dla dzieci, religijnych itp. Ze względu na obecność w programach stacji grupy ESKA jedynie wymienionych rodzajów audycji, a także ze względu na dużą uwagę poświęcaną na antenie nadawanej muzyce (jest ona zapowiadana i komentowana z takim samym natężeniem jak w programach muzycznych stacji ESKA), omawiane programy należy uznać za informacyjno-publicystyczno-muzyczne, a nie za uniwersalne.

C. Program w formacie „Złote Przeboje” (1 stacja, grupa Agora)

Udział warstwy słownej w programie Radia Złote Przeboje PULS 95,6 FM (Lublin) wynosił 10%. Program zachowywał różnorodność gatunkową i tematyczną: były w nim nadawane audycje informacyjne, publicystyka, audycje edukacyjne i poradnicze na różne tematy, audycje rozrywkowe (konkursy i audycje kontaktowe dla słuchaczy) oraz audycje łączące cechy rozrywki i edukacji na temat spraw lokalnych (prezentacja na antenie lubelskich firm). Ze względu na wskazane cechy, program spełniał kryteria programu o charakterze uniwersalnym.

Programy o charakterze wyspecjalizowanym – muzycznym, z muzyką rozrywkową (4 monitorowane stacje)

Program o tym charakterze został określony w koncesji jako „prezentujący na antenie muzykę i wiedzę o muzyce”. Zgodnie z koncesją, charakter programu realizowany jest poprzez określony format muzyczny, który powinien stanowić nie mniej niż 75% całości muzyki nadawanej w programie, oraz poprzez audycje i inne przekazy słowne i słowno-muzyczne dotyczące nadawanej muzyki: informacyjne, publicystyczne, edukacyjno-popularyzatorskie, poświęcone krytyce muzycznej, historii muzyki, kierunkom i prądom muzycznym itp.

Program wyspecjalizowany – muzyczny z muzyką rozrywkową nadawały spośród monitorowanych w 2005 roku cztery stacje grupy ESKA: Radio ESKA Białystok, Radio ESKA Kielce, Radio ESKA Lublin i Radio ESKA Radom. Format muzyczny został w tych koncesjach określony jako „muzyka pop - współczesne przeboje polskie i zagraniczne powstałe po 1980 roku”. Wymagany udział audycji słownych (i części słownej audycji słowno-muzycznych) dotyczących nadawanej muzyki określono jako nie mniej niż 6% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej, tj. w godzinach 6.00-22.00.

Monitoring wykazał, że cztery badane stacje grupy ESKA realizowały w pełni wyspecjalizowany charakter programu – zarówno w zakresie formatu muzycznego (muzyka w założonym formacie stanowiła 100% muzyki nadawanej w programie), jak i w zakresie udziału audycji słownych o muzyce. Audycje informacyjne o muzyce, omówienia nowości

płytowych itp. zajmowały w badanych programach 6,5% tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej.

Program o charakterze wyspecjalizowanym–muzycznym, poświęcony muzyce jazzowej: „NRJ (Nowe Radio Jazz)” z Katowic

Charakter programu Radia NRJ został określony w koncesji następująco: „Program wyspecjalizowany – muzyczny, poświęcony różnym gatunkom muzyki jazzowej i muzyki inspirowanej jazzem, tzn. prezentujący na antenie te gatunki muzyki i wiedzę o nich”.

Wyspecjalizowany charakter programu stacji powinien być realizowany poprzez format muzyczny, zgodnie z którym różne gatunki muzyki jazzowej powinny stanowić nie mniej niż 50% muzyki nadawanej w programie w ciągu tygodnia w godzinach 6.00-24.00, a pozostały czas nadawania muzyki mają wypełnić różne gatunki muzyki inspirowanej jazzem, oraz poprzez audycje słowne i słowno-muzyczne (informacyjne, publicystyczne, edukacyjno-popularyzatorskie, poświęcone krytyce muzycznej itd.) dotyczące muzyki jazzowej i inspirowanej jazzem, tj. utworów i wykonawców, kierunków i prądów muzycznych, historii muzyki, aktualnych wydarzeń muzycznych w Polsce i na świecie itd., realizowane poprzez różne formy dziennikarskie. Część słowna tych audycji powinna stanowić nie mniej niż 10% tygodniowego czasu nadawania programu w godzinach 6.00-24.00. Koncesja stanowi też, że nadawane w programie utwory muzyczne będą opatrywane informacją (zapowiedziami) zawierającą co najmniej tytuł utworu, nazwisko wykonawcy i ewentualnie kompozytora. Audycje nierealizujące wyspecjalizowanego charakteru programu nie mogą zajmować więcej niż 10% dobowego czasu emisji.

Monitoring wykazał, że stacja realizuje określony w koncesji format muzyczny programu. Utwory jazzowe zajmowały w badanym tygodniu 65% całości nadanej muzyki (wobec wymaganych nie mniej niż 50%), utwory inspirowane jazzem – 34%. Muzyka nie związana z jazzem stanowiła nieznaczny margines (1%).

Gorzej przedstawia się realizacja koncesji w odniesieniu do słownych pozycji programu. W programie była wprowadzanie nadawana audycja dotycząca muzyki jazzowej, o charakterze edukacyjnym, przedstawiająca sylwetki twórcze wybitnych muzyków jazzowych, omawiająca ich utwory, styl gry itp. („Alfabet jazzowy”), była to jednak tylko jedna audycja i zajęła jedynie 2,1% tygodniowego czasu emisji w godzinach 6.00-24.00, wobec wymaganego udziału audycji słownych o muzyce w wysokości 10%. Nadawca nie realizował więc koncesji w tym zakresie. Wbrew postanowieniom koncesji w programie nie nadawano też żadnych informacji (zapowiedzi) o nadawanych utworach.

Programy o charakterze wyspecjalizowanym - społeczno-religijnym 11 monitorowanych stacji diecezjalnych)

Programy o takim charakterze nadawały wśród monitorowanych w 2005 roku następujące stacje:

- 7 stacji nadających program samodzielnie: Katolickie Radio Ciechanów, Katolickie Radio Płock, Radio FARA – Rozgłośnia Archidiecezji przemyskiej, Radio Nadzieja, VIA - Katolickie Radio Rzeszów, Radio Victoria i Katolickie Radio Zamość,

- oraz 4 stacje nadające program w ramach Porozumienia Programowego PLUS: Radio PLUS Białystok, Radio PLUS Kielce, Radio PLUS Lublin, Radio PLUS Radom.

Społeczno-religijny charakter programów został w koncesjach stacji diecezjalnych określony następująco: „Koncesjonariusz realizuje program o charakterze społeczno-religijnym, którego głównym celem jest wspieranie lokalnego Kościoła w jego misji

ewangelizacyjnej. To założenie Koncesjonariusz spełnia przedstawiając odbiorcom ofertę programową, która ma pomagać w integralnym rozwoju człowieka pojmowanego jako istota religijna żyjąca w wolnym i demokratycznym społeczeństwie”.

W koncesjach przyjęto, że społeczno-religijny charakter programu będzie realizowany poprzez różne rodzaje audycji i formy radiowe, w tym przez audycje słowne, które zajmą nie mniej niż 12 % tygodniowego czasu nadawania programu. Udział ten liczy się w stosunku do całodobowego czasu emisji, a nie – jak w programach lokalnych – w stosunku do tzw. pory dziennej.

Jedna stacja spośród monitorowanych - Radio FARA Archidiecezji Przemyskiej - ma status nadawcy społecznego.

Monitoring wykazał, że wszystkie stacje diecezjalne nadające program samodzielnie, tj. poza Porozumieniem Programowym Plus, realizowały założony charakter programu. Charakter ten realizowały także dwie stacje Radia PLUS: Radio PLUS Lublin i Radio PLUS Radom.

Najwięcej audycji religijnych (modlitwy, msze, nabożeństwa, katechezy) i społeczno-religijnych (informacje dotyczące życia Kościoła – powszechnego i lokalnego, informacje i publicystyka dotycząca problemów społecznych, ekonomicznych, spraw kultury itp. w diecezji i w Polsce) nadawało Radio Fara z archidiecezji przemyskiej oraz Radio VIA z diecezji rzeszowskiej. Audycje realizujące wyspecjalizowany charakter programu stanowiły w programach tych stacji blisko połowę – **44%** - tygodniowego czasu emisji programu, czyli średnio **10,5 godziny** na dobę.

Zbliżony udział wymaganych audycji (40%) odnotowano w programie Katolickiego Radia Zamość.

W dwóch stacjach: w Radiu Nadzieja z diecezji łomżyńskiej i w Katolickim Radiu Płock audycje realizujące wyspecjalizowany charakter programu zajmowały 19% - 20% tygodniowego czasu emisji, czyli średnio 4,6 – 4,8 godziny na dobę. W pozostałych stacjach działających samodzielnie (Katolickie Radio Ciechanów w diecezji płockiej i Radio Victoria w diecezji łowickiej) oraz w dwóch spośród stacji PLUS (Radio PLUS Lublin i Radio PLUS Radom) udział tych audycji był zgodny z kwotą wymaganą w koncesji (12%) lub nieco wyższy (13-14%).

Dwie spośród monitorowanych stacji, nadające program w ramach porozumienia Plus: Radio Plus Białystok i Radio Plus Kielce nie realizowały w pełni założonego charakteru programu, nie nadawały bowiem w wymaganym wymiarze audycji dotyczących specjalizacji. Udział tych audycji stanowił w ich programach 8,5% - 9% tygodniowego czasu emisji programu.

Programy o charakterze wyspecjalizowanym - akademickim (4 monitorowane stacje)

W 2005 roku monitorowano programy następujących stacji akademickich: Radia Akadera z Politechniki Białostockiej, Akademickiego Radia Centrum z UMCS w Lublinie, Akademickiego Radia Centrum z Politechniki Rzeszowskiej i Radia eX FM w Krakowie, będącego wspólną stacją wyższych uczelni w Krakowie.

Charakter programów akademickich został w koncesjach określony jako „wyspecjalizowany ze względu na poruszaną problematykę i odbiorcę, tj. koncentrujący się na problemach i działalności środowiska akademickiego”.

Charakter ten ma być realizowany poprzez następujące rodzaje audycji:

- audycje słowne dotyczące problemów i działalności: naukowej, kulturalnej, sportowej środowiska akademickiego (danej uczelni i środowiska jako całości), które mają stanowić nie mniej niż 10% tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej, określonej w przypadku tych programów jako godziny 8.00-24.00,
- audycje słowne i słowno-muzyczne prezentujące twórczość artystyczną środowiska akademickiego w danym mieście, jak też innych środowisk akademickich w Polsce (kabarety studenckie, przeglądy piosenek studenckich itd.), które mają stanowić nie mniej niż 5% tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej,
- własne audycje informacyjne nadawcy, dotyczące problemów i działalności uczelni, które znajdują się na obszarze objętym zasięgiem nadawania.

Monitoring wykazał, że spośród monitorowanych stacji jedynie Radio eX FM z Krakowa realizowało wyspecjalizowany charakter programu zgodnie z wymaganiami koncesji.

Udział audycji słownych poświęconych problemom i działalności środowiska akademickiego wyniósł w jego programie 12,3% tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej, a udział audycji prezentujących twórczość artystyczną środowiska akademickiego – 4,5%, czyli był bliski wymaganego. Stacja nadawała też własne audycje informacyjne (serwisy) dotyczące spraw akademickich. Audycje te cechowało zróżnicowanie gatunków – w ramach audycji poświęconych problemom środowiska akademickiego stacja nadawała audycje informacyjne, publicystyczne, rozrywkowe, edukacyjne i literackie.

W programach trzech pozostałych stacji udział audycji realizujących wyspecjalizowany charakter programu był niższy od wymaganego. Audycje dotyczące problemów i działalności środowiska akademickiego stanowiły niespełna jeden procent czasu nadawania w programie ARC w Rzeszowie, 2,2% w Radiu Akadera i 5% w ARC w Lublinie. W dwóch pierwszych stacjach różnorodność gatunkowa tych audycji była niewielka – nadawały one w tym zakresie tylko audycje informacyjne i publicystyczne. Radio ARC w Lublinie emitowało ponadto audycje edukacyjno-poradnicze dotyczące specjalizacji oraz audycje sportowe.

Jeszcze trudniejszy do spełnienia okazał się wymóg prezentacji twórczości artystycznej środowiska akademickiego. Poza Radiem eX FM z Krakowa, o którym była mowa wyżej, badane stacje nie nadawały takich audycji. W miejsce tych audycji badane stacje starały się tworzyć i nadawać audycje muzyczne z muzyką rozrywkową, ale inną niż w popularnych stacjach komercyjnych – nie muzyką w formacie pop, ale mniej popularną, „niszową”, nazywaną przez nich w programie „muzyką studencką”, jak np. różne odmiany rocka lub piosenki literackiej i poezji śpiewanej. Prezentowano na antenie zarówno muzyczne zespoły studenckie grające muzykę tego rodzaju, jak i uznanych wykonawców „dorosłych” śpiewających piosenki literackie (np. Grzegorz Turnau). Ten sposób realizacji punktu koncesji, o którym mowa, nie jest zgodny z intencją, która przyświecała sformułowaniu go jako warunku programowego, i w obecnym stanie rzeczy nie może być uznany za realizację tego warunku. Niemniej warto odnotować starania koncesjonariuszy, by nadawany przez nich program różnił się w warstwie muzycznej od stacji komercyjnych i trafiał w zainteresowania studentów.

Należy też dodać, że obok mniej lub bardziej rozbudowanych treści dotyczących środowiska akademickiego w programach omawianych stacji obecne były także audycje informacyjne kierowane do całej społeczności lokalnej – np. prognoza pogody czy traffiki, a także informacje o lokalnych wydarzeniach.

Tematyka lokalna w programie

Zgodnie z tym co powiedziano na wstępie, audycje dotyczące tematyki lokalnej zobowiązane są nadawać w programie wszystkie stacje nadające programy o zasięgu lokalnym. Wyłączone z tego zobowiązanie są jedynie stacje „środowiskowe”, tj. akademickie, stacje o zasięgu regionalnym nadające programy o charakterze wyspecjalizowanym – akademickim, oraz omówiona wyżej stacja NRJ nadająca program wyspecjalizowany - muzyczny z muzyką jazzową. Obowiązku nadawania audycji tematyki lokalnej nie wpisano także w koncesji Radia PULS FM w Mielcu (koncesja z 2000 roku, czyli sprzed nowego procesu koncesyjnego).

W programach lokalnych o charakterze uniwersalnym udział tematyki lokalnej powinien stanowić nie mniej niż 10% lub 12% (zależnie od wielkości miejscowości) tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej, tj. w godzinach 6.00-22.00. Dodatkowo w programach tych powinny być nadawane własne lokalne audycje informacyjne nadawcy i publicystyka na tematy lokalne, zajmujące nie mniej niż połowę ogólnego obligatoryjnego czasu emisji tematyki lokalnej w programie. W programach wyspecjalizowanych – muzycznych z muzyką rozrywkową tematyka lokalna powinna wynosić nie mniej niż 5% lub 6% tygodniowego czasu nadawania programu w porze dziennej - tj. połowę kwoty przewidzianej dla programów o charakterze uniwersalnym. Stacje te nie mają ponadto obowiązku nadawania własnych lokalnych audycji informacyjnych i publicystyki lokalnej.

Programy o charakterze uniwersalnym (19 monitorowanych stacji mających wpisane w koncesjach obowiązki lokalne)

A. Stacje działające samodzielnie (12 programów)

Monitoring wykazał, że spośród monitorowanych stacjach nadających programy o charakterze uniwersalnym i działających samodzielnie warunki koncesji dotyczące udziału tematyki lokalnej realizowało 5 stacji:

- Radio ELKA Głogów: tematyka lokalna - **16%** tygodniowego czasu emisji w godz. 6.00-22.00, udział obligatoryjnych audycji lokalnych, tj. własnych serwisów lokalnych nadawcy i publicystyki lokalnej - **7%**,
- Radio JARD w Białymstoku: tematyka lokalna - **12%**, audycje obligatoryjne - **9%**,
- Radio 5 Suwałki: tematyka lokalna – **10,3%**, audycje obligatoryjne – **8,5%**
- Radio FAMA Sochaczew: tematyka lokalna - **10%**, audycje obligatoryjne - **8%**,
- Radio Bogoria w Grodzisku Mazowieckim: tematyka lokalna - **10%**, audycje obligatoryjne - **6%**.

Jak widać z tego zestawienia, udział tematyki lokalnej w programach wymienionych pięciu stacji był zgodny z wymaganiami koncesji (10%-12%) lub nieznacznie je przekraczał. Stacje te nadawały natomiast w stosunkowo wysokim wymiarze - wyższym niż minimalny wymagany - lokalne dzienniki i lokalną publicystykę, czyli tzw. obligatoryjne audycje lokalne. Audycje tych dwóch rodzajów stanowią w większości programów podstawową formę przekazu dla przedstawiania treści lokalnych. Oprócz nich nadawane były też w omawianych stacjach lokalne użyteczne informatory (prognoza pogody, traffiki, informacje kulturalne, giełda pracy, audycje pomocowe itd.), niekiedy – audycje edukacyjne, ponadto także kontaktowe audycje rozrywkowe dla słuchaczy o tematyce lokalnej.

Pozostałe stacje (7) nie realizowały wymagań koncesji w zakresie tematyki lokalnej. Całkowity udział tej tematyki wynosił ok. **3%** (wobec wymaganych 10 lub 12%) tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej w programie Radia Alfa w Krakowie i Radia Bon Ton w Łomży, i **5%-7%** tego czasu w programie Radia BAB w Łomży, Radia Leliwa w Tarnobrzegu, Radia Bieszczady w Sanoku, Radia FAMA w Kielcach i Radia Rekord w Radomiu. Obligatoryjne audycje lokalne stanowiły w programach tych stacji tylko 1% - 3% tygodniowego czasu emisji programu (wobec wymaganych 5%-6%), a Radio Alfa i Radio Bieszczady nie nadawały takich audycji wcale. Jedynie w programie Radia Leliwa udział audycji obligatoryjnych, tj. lokalnych dzienników i publicystyki na temat problemów lokalnych, był zbliżony do wymaganego (4%).

B. Stacje grupy ESKA (6 programów)

Spśród stacji tej grupy w dwóch udział tematyki lokalnej w programie był zgodny z warunkami koncesji, a w odniesieniu do udziału audycji obligatoryjnych nawet wyższy od tych wymagań - były to Radio ESKA Łomża (tematyka lokalna – **10%**, audycje obligatoryjne - **9%**) i ESKA Płock (tematyka lokalna - **10%**, audycje obligatoryjne – **7,3%**). W pozostałych ogólny udział tematyki lokalnej w programie był nieco niższy od wymaganego, wynosił bowiem 8%-9% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej. Jedynie w Radiu ESKA Zamość ogólny udział tematyki lokalnej był wyraźnie niższy niż pozostałych stacjach ESKA (6,2%). Należy natomiast podkreślić, że udział obligatoryjnych elementów programu dotyczących tematyki lokalnej był we wszystkich badanych stacjach zgodny z wymaganiami koncesji (ESKA Zamość) lub je przewyższał, stanowiąc od 6% do 9% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej.

Tematyka lokalna w stacjach tej grupy realizowana była poprzez audycje informacyjne – dzienniki i użyteczne codzienne informatory, oraz poprzez publicystykę o tematyce lokalnej. Nie nadawano lokalnych audycji kontaktowych.

C. Program w formacie „Złote Przeboje” (1 stacja, grupa Agora)

Stacja nie realizuje warunków koncesji w zakresie tematyki lokalnej. Łączny udział tej tematyki wyniósł tylko 4,3% tygodniowego czasu emisji w porze dziennej, udział elementów obligatoryjnych – niespełna 3%.

Programy o charakterze wyspecjalizowanym – muzycznym, z muzyką rozrywkową (4 stacje grupy ESKA)

Udział tematyki lokalnej w badanych stacjach grupy ESKA nadających programy wyspecjalizowane - muzyczne (Radio ESKA Białystok, ESKA Kielce, ESKA Lublin, ESKA Radom) stanowił 6%-6,3% tygodniowego czasu emisji programu w porze dziennej. **Stacje te realizowały więc wymagania koncesji w tym zakresie.** Podobnie jak w programach grupy ESKA o charakterze uniwersalnym, tematyka lokalna realizowana była wyłącznie poprzez audycje informacyjne: dzienniki i użyteczne informatory, oraz poprzez publicystykę.

Podsumowując wyniki przeprowadzonego monitoringu należy podkreślić, że w 2005 roku obserwowano podobne, jak w latach ubiegłych, tendencje w zakresie realizacji koncesji przez stacje lokalne. Po pierwsze, ogólnie biorąc stacje działające samodzielnie w większym stopniu realizują wymagania koncesji w zakresie tematyki lokalnej niż stacje działające w ramach grup kapitałowych. Po wtóre, należy odnotować pozytywny fakt poprawy realizacji koncesji w zakresie udziału tematyki lokalnej w programie w stacjach działających w grupie ESKA. Niemniej, część z tych stacji, nadających programy o charakterze określonym w koncesjach jako uniwersalny, nadal realizuje obowiązki lokalne na poziomie niższym od wymaganego.

Realizacja przez radiowych nadawców koncesjonowanych przepisów art. 15 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji

W 2005 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przeprowadziła kontrolę 216 nadawców radiowych pod kątem realizacji w nadawanych przez nich programach obowiązków wynikających z art. 15 ust. 2 ustawy. Podstawą kontroli były, jak co roku, sprawozdania nadesłane przez nadawców.

Zgodnie z ustawą, **udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim ma stanowić co najmniej 33% kwartalnego czasu nadawania ogółu utworów słowno-muzycznych w programie.**

Programy radiowe o zasięgu ogólnopolskim

W 2005 roku wszyscy nadawcy ogólnopolskich koncesjonowanych programów radiowych wywiązali się z obowiązku nadawania utworów słowno-muzycznych w języku polskim w wymiarze określonym w art. 15 ust. 2. Szczegółowe dane na ten temat zostały zamieszczone w tabeli poniżej:

Lp.	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	Charakter programu
1	001/P/2001-R	RMF FM	33	35	34	34	uniwersalny
2	002/P/2001-R	RADIO ZET	34	35	34	34	uniwersalny
3	003/P/2001-R	RADIO MARYJA	81	82	80	81	wyspec. społ.-rel.

W RMF FM i Radiu ZET, podobnie jak w roku 2004, udział utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim utrzymywał się na poziomie nieco wyższym (średnio 33-35%) niż wymagane ustawowe minimum. Natomiast w Radiu Maryja udział tego typu utworów przez cały rok 2005 był niemal dwuipółkrotnie wyższy niż wymagany w ustawie (średnio 81%) i nieco niższy niż w roku poprzednim (średnio 92%).

Programy radiowe o zasięgu ponadregionalnym

Nadawcy koncesjonowanych programów radiowych o zasięgu ponadregionalnym przez cały 2005 rok w pełni realizowali ustawowy udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim. Szczegółowe dane na ten temat zostały zamieszczone w tabeli poniżej:

Lp.	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	Charakter programu
1	046/P/2001-R	RADIOSTACJA	36	33	33	33	uniwersalny

2	085/P/2001-R	RADIO WAWA	100	99	100	100	uniwersalny
3	155/P/2003-R	TOK FM - PIERWSZE RADIO INFORMACYJNE	33	33	33	33	wyspec. informacyjno- public.

Należy podkreślić, że w programie Radia WAWA udział tych utworów utrzymywał się na średnim poziomie trzykrotnie wyższym od wymaganego (100%) i był trzykrotnie wyższy od poziomu emisji tych utworów w roku 2004.

Programy radiowe o zasięgu regionalnym, tj. programy podmiotów kościelnych – diecezjalne, zakonne, parafialne (katolickie i prawosławne)

Krajowa Rada sprawdzała realizację art. 15 ust. 2 ustawy także w programach 21 stacji działających w ramach dawnego „Porozumienia programowego PLUS” oraz 24 stacji diecezjalnych, zakonnych i parafialnych działających samodzielnie. Wszystkie one nadają program o charakterze społeczno-religijnym. Wyniki tej kontroli przedstawiono poniżej.

Porozumienie programowe PLUS (charakter programu – społeczno-religijny)

Lp	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1	004/P/2001-R	RADIO PLUS BIAŁYSTOK	32	34	34	37
2	005/P/2001-R	RADIO PLUS GNIEZNO	33	32	35	34
3	007/P/2001-R	RADIO PLUS LUBLIN	35	34	34	34
4	013/P/2001-R	RADIO PLUS KOSZALIN	33	35	34	34
5	016/P/2001-R	RADIO PLUS OPOLE	32	34	31	33
6	017/P/2001-R	RADIO PLUS RADOM	33	32	34	33
7	026/P/2001-R	RADIO PLUS GŁOGÓW	36	35	35	33
8	027/P/2001-R	RADIO PLUS GORZÓW	36	35	35	33
9	028/P/2001-R	RADIO PLUS ZIELONA GÓRA	36	35	35	33
10	029/P/2001-R	RADIO PLUS BYDGOSZCZ	33	32	35	33
11	053/P/2001-R	RADIO PLUS KRAKÓW	34	34	34	33
12	064/P/2001-R	RADIO PLUS (Gdańsk)	33	32	34	33
13	065/P/2001-R	RADIO PLUS ŁÓDŹ	33	35	34	35
14	066/P/2001-R	RADIO PLUS SZCZECIN	33	34	36	38
15	068/P/2001-R	RADIO PLUS LIPIANY	33	34	36	38

16	071/P/2001-R	RADIO PLUS GRYFICE	33	34	36	38
17	101/P/2002-R	RADIO PLUS GLIWICE	34	34	33	33
18	113/P/2002-R	RADIO PLUS LEGNICA	33	32	37	33
19	115/P/2002-R	RADIO PLUS KIELCE	34	34	34	33
21	280/2002-R	RADIO PLUS WARSZAWA	33	34	b.d.	36

Jak wskazuje tabela większość - 13 programów działających w Porozumieniu Programowym PLUS, przez cały rok realizowało udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim na poziomie określonym w ustawie lub nieco powyżej. W kilku przypadkach - w programach stacji Radia PLUS w Białymstoku, Gnieźnie, Opolu, Radomiu, Bydgoszczy, Krakowie, Gdańsku i Legnicy, w I i III kwartale poziom emisji tych utworów kształtował się nieco poniżej wymaganego minimum. Jednak w III i IV kwartale wszyscy omawiani nadawcy realizowali wymogi ustawy w tym względzie, a program Radia PLUS w Szczecinie, Lipianach, Gryficach i Legnicy zawierał ich o parę punktów procentowych więcej od ustawowego minimum.

Szczegółowe dane na temat realizacji art. 15 ust. 2 w programach **23 rozgłośni diecezjalnych** przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

LP	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1	006/P/2001-R	RADIO EM	33	33	34	44
2	008/P/2001-R	RADIO FARA - ROZGŁOŚNIA ARCHIDIECEZJI PRZEMYSKIEJ	87	88	83	79
3	009/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO PLUS ŚW. JÓZEF ARCHIDIECEZJA WARSZAWSKA	34	35	37	35
4	010/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO RODZINA	32	33	32	34
5	012/P/2001-R	RADIO KATOLICKIE DIECEZJI KALISKIEJ	94	92	93	91
6	014/P/2001-R	DIECEZJALNE RADIO NADZIEJA	42	46	48	45
7	015/P/2001-R	RADIO VICTORIA MIĘDZY ŁÓDZIĄ A WARSZAWĄ	41	38	37	40
8	018/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO PODLASIE	40	45	45	45
9	019/P/2001-R	RADIO WARSZAWA PRAGA	35	35	34	36
10	020/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO ZAMOŚĆ	51	44	40	51
11	021/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO QUO VADIS	42	40	42	38
12	022/P/2001-R	RADIO KATOLICKIE ZBROSZA DUŻA	100	100	100	100
13	023/P/2001-R	VIA - KATOLICKIE RADIO RZESZÓW	39	45	45	49

14	024/P/2001-R	ANIOŁ BESKIDÓW - BESKIDZKIE RADIO KATOLICKIE	90	90	89	90
15	025/P/2001-R	KATOLICKA ROZGŁOŚNIA DIECEZJI PELPLIŃSKIEJ - RADIO GŁOS	69	69	69	69
16	054/P/2001-R	RADIO NIEPOKALANÓW	58	64	62	67
17	062/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO CIECHANÓW	36	38	38	39
18	063/P/2001-R	KATOLICKIE RADIO PŁOCK	35	36	42	44
19	067/P/2001-R	PROGRAM RADIA JASNA GÓRA	63	60	83	90
20	069/P/2001-R	EMAUS - KATOLICKIE RADIO POZNAŃ	40	45	47	43
21	070/P/2001-R	RDN MAŁOPOLSKA	36	38	38	40
22	261/2001-R	RADIO ORTODOXIA	39	35	39	41
23	289/2003-R	AIN KARIM RADIO SKOMIELNA CZARNA	86	88	88	88

W 2005 roku we wszystkich wymienionych w tabeli programach realizowano określony w ustawie udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim. Jedynie w Katolickim Radiu Rodzina (Wrocław), w I i III kwartale poziom tych audycji był o 1 punkt procentowy niższy od wymaganego. Natomiast w większości stacji udział tych utworów przez cały rok znacznie przekraczał wymagane minimum, a w katolickim Radiu Zbrosza Duża sięgał 100%.

Z przedstawionych powyżej zestawień wynika, że stacje diecezjalne działające samodzielnie w większym stopniu zapewniły udział w swoich programach utworów słowno-muzycznych w języku polskim niż stacje działające w 2005 roku w Porozumieniu Programowym Plus.

Programy radiowe o zasięgu lokalnym

Realizację art. 15 ust. 2. przez nadawców rozpowszechniających programy o zasięgu lokalnym przedstawiono w podziale na stacje działające w ramach grup kapitałowych i porozumień nadawców (tj. ZPR SA i ESKA SA - 33 stacje), AGORA (26 stacji), Ad Point (12 stacji), Multimedia i Y-Radio (po 5 stacji) oraz stacji działających samodzielnie (w 2005 r. było 86 takich stacji).

ZPR SA i ESKA SA

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp.	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	charakter programu
1	038/P/2001-R	RADIO ESKA BYDGOSZCZ	33	34	33	33	wyspec. muzyczny
2	044/P/2001-R	RADIO TORUŃ 96,7 GOLD FM	35	34	35	36	uniwersalny
3	045/P/2001-R	HIT FM	34	33	33	33	wyspec. muzyczny

4	056/P/2001-R	RADIO ESKA PŁOCK	40	43	33	33	uniwersalny
5	058/P/2001-R	RADIO ESKA RADOM	34	34	34	33	wyspec. muzyczny
6	074/P/2001-R	RADIO ESKA ŁÓDŹ	34	34	33	33	wyspec. muzyczny
7	083/P/2001-R	RADIO ESKA SZCZECINEK	34	34	33	33	uniwersalny
8	096/P/2002-R	RADIO ESKA TORUŃ	33	34	34	33	wyspec. muzyczny
9	097/P/2002-R	RADIO ESKA WARSZAWA	34	33	34	34	wyspec. muzyczny
10	098/P/2002-R	RADIO ESKA BIAŁYSTOK	34	33	33	33	wyspec. muzyczny
11	099/P/2002-R	RADIO ESKA KIELCE	33	33	34	33	wyspec. muzyczny
12	100/P/2002-R	RADIO ESKA OLSZTYN	34	34	34	33	wyspec. muzyczny
13	102/P/2002-R	RADIO ESKA ZIELONA GÓRA	33	33	34	33	wyspec. muzyczny
14	103/P/2002-R	RADIO ESKA LESZNO	34	34	34	33	wyspec. muzyczny
15	104/P/2002-R	RADIO ESKA POZNAŃ	34	34	33	33	wyspec. muzyczny
16	105/P/2002-R	RADIO ESKA PIŁA	33	33	34	33	wyspec. muzyczny
17	106/P/2002-R	RADIO ESKA GORZÓW	34	33	34	33	wyspec. muzyczny
18	110/P/2002-R	RADIO IŁAWA	33	33	34	33	uniwersalny
19	111/P/2002-R	RADIO ESKA 99,1 FM (Sosnowiec)	35	35	34	34	uniwersalny
20	112/P/2002-R	RADIO ESKA WROCŁAW	34	34	34	33	wyspec. muzyczny
21	121/P/2002-R	RADIO ESKA OPOLE	33	33	33	33	wyspec. muzyczny
22	129/P/2002-R	107,4 RADIO ESKA ROCK (Poznań)	34	34	33	34	wyspec. muzyczny
23	141/P/2002-R	RADIO ESKA BEŁCHATÓW	34	34	33	33	wyspec. muzyczny
24	142/P/2002-R	RADIO ESKA LUBLIN	33	34	33	33	wyspec. muzyczny
25	143/P/2002-R	RADIO ESKA PRZEMYŚL	34	34	34	33	uniwersalny
26	156/P/2003-R	RADIO ESKA STARACHOWICE	33	33	33	33	uniwersalny
27	165/P/2004-R	RADIO ESKA GRUDZIĄDZ	34	34	34	33	uniwersalny
28	167/P/2004-R	RADIO ESKA ZAMOŚĆ	34	33	34	33	uniwersalny
29	168/P/2004-R	RADIO ESKA RZESZÓW	34	34	34	33	uniwersalny
30	169/P/2004-R	RADIO ESKA ŁOMŻA	34	34	34	33	uniwersalny
31	185/P/2004-R	RADIO ESKA KRAKÓW	34	34	33	33	wyspec. muzyczny
32	249/2000-R	97,90 GOLD FM (Łódź)	35	34	34	33	wyspec. muzyczny
33	256/2000-R	RADIO ESKA OSTRÓW - KALISZ	34	34	34	33	uniwersalny

W roku 2005 we wszystkich wymienionych programach udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim był zgodny z ustawą: w 32 stacjach wynosił w omawianych

kwartałach od 33-35%. Podobnie jak w roku 2004 w jednej stacji (Radio Eska Płock) udział tych utworów w I i II kwartale był wyższy i kształtował się na poziomie 40-43%.

AGORA SA

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	charakter programu
1	030/P/2001-R	ZŁOTE PRZEBOJE PULS 95,6 FM (Lublin)	36	36	37	37	uniwersalny
2	031/P/2001-R	RADIO BLUE 103,5 FM (Bydgoszcz) zmiana nazwy w IV kwart. na 103,5 ROXY FM	33	33	33	36	wyspec. muzycz.-kult.
3	043/P/2001-R	ZŁOTE PRZEBOJE C 96,6 FM (Częstochowa)	37	37	36	37	wyspec. muzyczny
4	061/P/2001-R	RADIO BLUE 94,5 FM (Katowice)	33	33	33	36	wyspec. muzycz.-kult.
5	080/P/2001-R	RADIO BLUE 106,1 FM (Wrocław) zmiana nazwy w IV kwart. na 106,1 ROXY FM	33	34	33	36	wyspec. muzycz.-kult.
6	081/P/2001-R	RADIO BLUE 101,7 FM (Zielona Góra)	33	34	14.09 - 31.10 wstrzy	33	uniwersalny
7	082/P/2001-R	RADIO BLUE 106,6 FM (Opole)	33	34	j.w	33	wyspec. motoryzacyjny
8	093/P/2002-R	ZŁOTE PRZEBOJE KOLOR 90,4 FM (Wrocław)	34	33	35	34	wyspec. muzyczny
9	094/P/2002-R	ZŁOTE PRZEBOJE WANDA 92,5 FM (Kraków)	34	34	34	34	wyspec. muzyczny
10	116/P/2002-R	ROCK RADIO MAZOWSZE 95,8 FM (Łomianki)	34	34	34	34	uniwersalny
11	118/P/2002-R	ZŁOTE PRZEBOJE ECHO (Nowy Sącz)	34	34	35	34	uniwersalny
12	119/P/2002-R	RADIO BLUE 103,8 FM (Nowy Sącz) zmiana nazwy w IV kwart. na 103,8 ROXY FM	33	33	33	36	wyspec. muzycz.-kult
13	140/P/2002-R	ZŁOTE PRZEBOJE NA FALI 89,8 FM (Szczecin)	34	33	37	33	wyspec. muzyczny
14	148/P/2003-R	ZŁOTE PRZEBOJE 106,2 FM (Wałbrzych)	34	34	34	37	uniwersalny
15	154/P/2003-R	RADIO 88,4 FM ZŁOTE PRZEBOJE (Poznań)	34	34	34	34	wyspec. muzyczny
16	159/P/2003-R	RADIO POGODA 100,1 FM ZŁOTE PRZEBOJE (Warszawa)	33	33	33	33	wyspec. muzyczny

17	160/P/2003-R	RADIO KLASYKA 103,7 FM NAJPIĘKNIEJSZE MELODIE (Warszawa) zmiana nazwy w IV kwart. na 103,7 ROXY FM	57	57	57	36	wyspec. muzycz.-kult
18	170/P/2004-R	RADIO TREFL 103 i 99,2 ZŁOTE PRZEBOJE (Gdańsk)	33	34	37	35	wyspec. muzyczny
19	176/P/2004-R	ZŁOTE PRZEBOJE ELITA 92,1 FM (Bydgoszcz)	32	33	34	34	wyspec. muzyczny
20	181/P/2004-R	TWOJE RADIO ZŁOTE PRZEBOJE (Wałbrzych)	34	34	34	37	wyspec. muzyczny
21	196/P/2005-R	ZŁOTE PRZEBOJE KAROLINA 91,2 FM (Katowice)	37	38	36	35	wyspec. muzyczny
22	195/P/2005-R	ZŁOTE PRZEBOJE O!LE 92,8 FM (Opole)	34	34	34	41	wyspec. muzyczny
23	197/P/2005-R	RADIO BLUE 103,4 FM (Poznań)	33	34	33	41	uniwersalny
24	250/2000-R	ZŁOTE PRZEBOJE RES 95,7 FM (Rzeszów)	37	37	41	41	wyspec. muzyczny
25	259/2000-R	ROCK RADIO WIELKOPOLSKA zmiana nazwy w IV kwart. na 105,4 ROXY FM	36	38	37	36	wyspec. muzycz.-kult
26	293/2003-R	RADIO PABIANICE zmiana nazwy w IV kwart. na ZŁOTE PRZEBOJE 101,3 FM	33	34	34	46	uniwersalny

W 2005 roku we wszystkich kontrolowanych programach nadawców działających w ramach grupy kapitałowej Agora SA realizowano określony w ustawie udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim. W większości z nich, tj. w 22 stacjach udział tych utworów wynosił w omawianych miesiącach 33-38%. Natomiast w programach 4 stacji udział utworów słowno-muzycznych przekroczył w dwóch ostatnich kwartałach 40%. Są to Złote Przeboje O!le 92,8 FM (Opole), Radio Blue 103,4 FM (Poznań), Złote Przeboje 95,7 FM (Rzeszów) - 41% i Złote Przeboje 101,3 FM (Pabianice) - 46%. W Radiu Klasyka 103,7 FM udział ten osiągnął 57% w I, II i III kwartałach.

AD POINT

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp.	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	charakter programu
1	034/P/2001-R	ANTYRADIO 106,4 (Katowice)	34	35	34	34	uniwersalny
2	035/P/2001-R	PLANETA 106,2 FM (Opole)	34	34	34	34	uniwersalny
3	036/P/2001-R	RADIO BRAWO (Raciążek)	34	34	34	34	uniwersalny

4	047/P/2001-R	RADIO Wa-Ma IŁAWA	34	34	34	34	uniwersalny
5	048/P/2001-R	RADIO Wa-Ma MRĄGOWO	34	34	34	34	uniwersalny
6	049/P/2001-R	RADIO Wa-Ma (Olsztyn)	34	34	34	34	uniwersalny
7	050/P/2001-R	PLANETA 87,9 FM (Bielsko-Biała)	34	34	34	34	uniwersalny
8	131/P/2002-R	PLANETA (Bytom)	34	34	34	34	uniwersalny
9	173/P/2004-R	RADIO FLASH 102,9 FM (Poznań)	36	36	36	35	uniwersalny
10	174/P/2004-R	RADIO FLASH 99,6 FM (Konin)	36	36	36	35	uniwersalny
11	180/P/2004-R	NRJ FM (Katowice)	34	35	34	34	wyspec. muz.
12	279/2002-R	ANTYRADIO 94 FM (Warszawa)	34	35	34	34	wyspec. motoryzacyjny

W roku 2005 w programach wszystkich nadawców działających w ramach omawianej grupy realizowano określone ustawą kwoty utworów słowno-muzycznych w języku polskim. W 10 stacjach udział tych utworów wynosił średnio 34-35%, natomiast w programach 2 stacji Radio Flash 102,9 FM (Poznań) i Radio Flash 99,6 FM (Konin) udział tych utworów był nieco wyższy i wynosił w 35- 36% .

MULTIMEDIA

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp.	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	Charakter programu
1	057/P/2001-R	RADIO 90 FM (Wodzisław Śl.)	34	34	33	34	uniwersalny
2	060/P/2001-R	ALEX (Zakopane)	75	71	75	76	uniwersalny
3	117/P/2002-R	RMF MAXXX (Kraków)	34	34	34	34	uniwersalny
4	122/P/2002-R	RMF CLASSIC - SZCZECIN	33	34	34	34	wyspec. muzyczny
5	267/2001-R	RMF CLASSIC-WARSZAWA	33	34	34	34	wyspec. muzycz.- kult

W minionym roku w programach 4 stacji udział utworów słowno-muzycznych w języku polskim stanowił 33-34% kwartalnej emisji programu. Podobnie jak w roku 2004

znacznie wyższy od wymaganego udział tych utworów zanotowano w programie Radia Alex - 71-76%.

Y-RADIO

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp .	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	charakter programu
1	125/P/2002-R	RADIO FON (Częstochowa)	30	30	33	33	uniwersalny
2	128/P/2002-R	RMF MAXXX (Szczecin)	34	34	34	34	uniwersalny
3	138/P/2002-R	RADIO BRW (Wałbrzych)	33	33	36	34	uniwersalny
4	161/P/2003-R	RADIO JAZZ (Warszawa)	35	34	39	35	wyspec. muzyczny
5	166/P/2004-R	RADIO BAB (Łomża)	50	50	35	34	uniwersalny

W 2005 roku w trzech programach grupy kapitałowej Y-Radio Sp. z o.o. realizowano kwotę utworów słowno-muzycznych w języku polskim na poziomie nieco wyższym niż określony w ustawie, tj. 33-39%. Jedynie w programie Radia FON w I i II kwartale zaobserwowano udział tych utworów nieco niższy niż wymagany - 30%. Natomiast w Radiu BAB w tym samym czasie udział tych utworów w kwartalnym czasie emisji programu sięgał 50%.

Stacje radiowe działające samodzielnie

Szczegółowe dane dotyczące realizacji art. 15 ust. 2 w tych programach przedstawia zamieszczona poniżej tabela:

Lp .	nr koncesji	nazwa programu	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał	charakter programu
1	032/P/2001-R	RADIO GRA INOWROCLAW	30	33	35	34	uniwersalny
2	033/P/2001-R	RADIO PARK (Kędzierzyn-Koźle)	35	37	32	33	uniwersalny
3	037/P/2001-R	RADIO VANESSA (Racibórz)	34	34	34	34	uniwersalny
4	039/P/2001-R	RADIO AKADERA (Białystok)	36	35	36	36	wyspec. akademicki
5	040/P/2001-R	RADIO W (Wrocław)	44	43	39	39	uniwersalny
6	042/P/2001-R	MEGA FM (Bielsko-Biała)	33	34	33	33	uniwersalny
7	051/P/2001-R	RADIO ZIEMI WIELUŃSKIEJ	40	40	40	40	uniwersalny
8	052/P/2001-R	AKADEMICKIE RADIO CENTRUM (Lublin)	34	36	35	35	wyspec. akademicki

9	055/P/2001-R	RADIO REKORD FM (Radom)	33	33	31	31	uniwersalny
10	059/P/2001-R	RADIO SUDETY (Dzierżoniów)	34	35	35	35	uniwersalny
11	073/P/2001-R	RADIO KOŁOBRZEG	39	38	35	34	uniwersalny
12	075/P/2001-R	KOLOR 103 FM (Warszawa)	34	34	44	34	uniwersalny
13	076/P/2001-R	AKADEMICKIE RADIO CENTRUM (Rzeszów)	40	41	41	41	wyspec. akademicki
14	077/P/2001-R	RADIO LELIWA (Tarnobrzeg)	39	39	39	40	uniwersalny
15	078/P/2001-R	RADIO PLAMA (Szczecin)	33	35	33	33	uniwersalny
16	079/P/2001-R	RADIO BIELSKO	33	33	33	33	uniwersalny
17	084/P/2001-R	RADIO GRA (Toruń)	30	33	31	34	uniwersalny
18	086/P/2002-R	RADIO MAKS (Tarnów)	35	36	34	36	uniwersalny
19	087/P/2002-R	RADIO MAKS (Bochnia)	35	36	34	36	uniwersalny
20	088/P/2002-R	RADIO WEEKEND (Chojnice)	33	34	34	36	uniwersalny
21	089/P/2002-R	RADIO CENTRUM (Kalisz)	40	46	52	46	uniwersalny
22	090/P/2002-R	RADIO OPATÓW	93	93	73	71	uniwersalny
23	091/P/2002-R	POGODA 89,6 FM POGODNE PRZEBOJE (Łódź)	33	33	33	33	uniwersalny
24	092/P/2002-R	RADIO KISS 93,5 FM (Poznań)	33	34	33	33	uniwersalny
25	095/P/2002-R	RADIO ALFA (Kraków)	38	32	36	34	uniwersalny
26	107/P/2002-R	RADIO FAMA (Kielce)	35	35	34	34	uniwersalny
27	108/P/2002-R	VIGOR FM RADIO (Słupsk)	35	35	35	33	uniwersalny
28	109/P/2002-R	eX FM (Kraków)	38	37	40	40	wyspec. akademicki
29	120/P/2002-R	Radio EL - Elbląg	34	34	34	34	uniwersalny
30	123/P/2002-R	RADIO 5 SUWAŁKI	31	37	31	35	uniwersalny
31	124/P/2002-R	RADIO 5 ELK	34	34	34	34	uniwersalny
32	126/P/2002-R	MUZYCZNE RADIO (Jelenia Góra)	32	32	35	34	wyspec. muzyczny
33	127/P/2002-R	RADIO PÓLNOC (Koszalin)	33	33	33	33	uniwersalny
34	130/P/2002-R	Radio FAMA Sochaczew 94,9 FM	38	39	39	38	uniwersalny
35	132/P/2002-R	RADIO SUD (Kępno)	42	39	45	39	uniwersalny
36	133/P/2002-R	RMI FM (Poznań)	35	35	38	34	uniwersalny
37	134/P/2002-R	RADIO AFERA (Poznań)	34	34	34	34	wyspec. akademicki
38	135/P/2002-R	PLANETA 101,3 FM (Skawina)	34	34	34	34	uniwersalny
39	136/P/2002-R	RADIO ELKA (Leszno)	40	39	36	37	uniwersalny
40	137/P/2002-R	RADIO PÓLNOC (Goleniów)	33	33	33	33	uniwersalny
41	144/P/2002-R	RADIO 100 (Piła)	36	38	38	36	uniwersalny
42	145/P/2002-R	RADIO PARADA (Łódź)	35	35	35	35	uniwersalny
43	146/P/2003-R	RADIO PIOTRKÓW	35	35	35	35	uniwersalny
44	149/P/2003-R	NASZE RADIO (Sieradz)	39	45	52	52	uniwersalny
45	150/P/2003-R	AKADEMICKIE RADIO INDEX	34	34	35	35	wyspec. akademicki
46	151/P/2003-R	RADIO GNIEZNO	44	45	45	45	uniwersalny
47	152/P/2003-R	RADIO HIT (Włocławek)	47	49	51	49	uniwersalny
48	153/P/2003-R	RADIO FAN (Knurów)	36	36	37	35	uniwersalny

49	157/P/2003-R	RADIO MAZURY(Ostróda)	34	35	34		uniwersalny
50	158/P/2003-R	STUDENCKIE RADIO ŻAK POLITECHNIKI ŁÓDZKIEJ	39	40	35	33	wyspec. akademicki
51	162/P/2003-R	RADIO PIEKARY	38	38	39	42	uniwersalny
52	163/P/2003-R	BON TON RADIO (Chełm)	39	39	39	39	uniwersalny
53	164/P/2003-R	RADIO BIESZCZADY (Sanok)	35	34	36	40	uniwersalny
54	172/P/2004-R	RADIO NAKŁO	34	34	34	34	uniwersalny
55	177/P/2004-R	RADIO JARD (Białystok)	50	50	50	50	uniwersalny
56	178/P/2004-R	RADIO BOGORIA (Grodzisk Mazowiecki)	45	43	40	37	uniwersalny
57	179/P/2004-R	RADIO AS (Inowrocław)	34	35	35	35	uniwersalny
58	182/P/2004-R	RADIO RSC (Skierniewice)	38	39	38	40	uniwersalny
59	183/P/2004-R	RADIO BARTOSZYCE	48	46	45	47	uniwersalny
60	184/P/2004-R	RADIO ESKA NORD (Gdańsk, Gdynia)	37	36	35	35	uniwersalny
61	186/P/2004-R	RADIO CCM (Gliwice)	34	34	33	35	uniwersalny
62	189/P/2005-R	RADIO APLAUZ (Wrocław)	33	34	35	34	uniwersalny
63	229/P/98-R	Radio TAK (Kielc)	33	33	33	33	uniwersalny
64	255/2000-R	RADIO JARD II (Białystok)	50	50	50	50	wyspec. adresowany do dzieci
65	257/2000-R	RADIO PULS FM (Mielec)	39	38	35	36	uniwersalny
66	258/2000-R	RADIO UWM FM (Olsztyn)	33	33	34	33	wyspec. muzyczno- publicystyczny
67	260/2001-R	TWOJE RADIO (Lipko)	34	34	34	34	uniwersalny
68	262/2001-R	TWOJE RADIO (Biłgoraj)	34	34	34	34	uniwersalny
69	263/2001-R	TWOJE RADIO (Kluczbork)	34	34	34	34	uniwersalny
70	264/2001-R	TWOJE RADIO (Iłża)	34	34	34	34	uniwersalny
71	265/2001-R	TWOJE RADIO (Puławy)	34	34	34	34	uniwersalny
72	266/2001-R	TWOJE RADIO (Włodawa)	34	34	34	34	uniwersalny
73	269/2001-R	RADIO JUTRZENKA	100%	100%	b.d.	b.d.	wyspec. społeczno- kulturalny
74	271/2001-R	TWOJE RADIO (Bolesławiec)	34	34	34	34	uniwersalny
75	272/2002-R	TWOJE RADIO (Ustka)	34	34	34	34	uniwersalny
76	275/2002-R	TWOJE RADIO (Cmolas)	34	34	34	34	uniwersalny
77	278/2002-R	PiN 102 FM - Pieniądz i Nowoczesność (Warszawa)	36	37	36	39	wyspec. biznesowo- finansowy
78	291/2003-R	104,4 ESKA ROCK (Warszawa)	nie nadawał programu		33	33	wyspec. muzycz.-kult
79	295/2003-R	RADIO ELKA GŁOGÓW	35	38	35	35	uniwersalny
80	305/2004-R	RADIO GRA BYDGOSZCZ	30	33	33	33	uniwersalny
81	307/2004-R	TWOJE RADIO (Bielsko- Biała)	34	34	34	34	uniwersalny
82	308/2004-R	TWOJE RADIO (Radomsko)	34	34	34	34	uniwersalny
83	316/2005-R	AKADEMICKIE RADIO KAMPUS	koncesja - luty 2005			27	wyspec. akademicki
84	317/2005-R	RADIO KASZEBE	koncesja-czerwiec 2005			41	uniwersalny
85	318/2005-R	RADIO OKO	koncesja-czerwiec 2005			51	uniwersalny

Wśród 85 programów nadawanych w 2005 roku przez radiowych nadawców lokalnych, działających samodzielnie, jedynie 7 okresowo nie realizowało określonego w ustawie udziału utworów słowno-muzycznych w języku polskim tj. osiągnęły w poszczególnych kwartałach jedynie 27-32%. W pozostałych przypadkach kształtował się on na poziomie od wymaganych 33 do 100% w poszczególnych kwartałach. Podobnie jak w 2004 roku, w większości programów utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim stanowiły od 33 do 36% kwartalnej emisji. Natomiast w 9 stacjach - Radio W, Radio Ziemi Wieluńskiej, Akademickie Radio Centrum, Radio Centrum (Kalisz), Radio SUD, Nasze Radio, Radio Gniezno, Radio Hit; Radio Piekary - udział tych utworów w kwartalnym czasie nadawani programu był znacznie wyższy - średnio 41-47%, a w Radiu Jar i Radiu Jar II utwory te stanowiły połowę utworów słowno-muzycznych nadawanych w programie. Najwyższy udział tych utworów zanotowano w programie Radia Opatów - 71-93% w zależności od kwartału i Radia Jutrzenka - 100% w I i II kwartale.

Przytoczone powyżej dane pokazują, że wśród 81 nadawców działających w ramach omawianych grup kapitałowych 6 realizowało wymagane kwoty emisji utworów słowno-muzycznych w języku polskim na poziomie przekraczającym 40%. Natomiast spośród 85 działających samodzielnie nadawców lokalnych 13 (ponad 2 razy więcej) nadawało w swoich programach powyżej 40% tych utworów, z czego 1 (Radio Jutrzenka) w I i II kwartale 2005 roku nadawał ich 100%.

Analiza sprawozdań wszystkich koncesjonowanych nadawców radiowych w zakresie realizacji art. 15 ust.2 ustawy o radiofonii i telewizji w roku 2005 pokazała, że znacznie poprawił się udział (w porównaniu z rokiem poprzednim) w ich programach utworów słowno-muzycznych wykonywanych w języku polskim. Wszyscy oni nadawali w swoich programach wymagany udział tych utworów (jedynie w kilku przypadkach zdarzyły się odstępstwa w poszczególnych kwartałach), podczas gdy w III i IV kwartale 2004 roku obowiązku tego nie wypełniało aż 37 spośród nich. Należy dodać, że w 2005 roku 40 z nich (19% wszystkich nadawców koncesjonowanych) znacznie przekraczało wymagany próg emisji tych utworów, a niektórzy – Radio WAWA, Radio Jutrzenka, Radio Katolickie Zbrosza Duża nadawali tylko utwory słowno-muzyczne wykonywane w języku polskim, podczas gdy w roku 2004 jedynie Katolickie Radio Zbrosza Duża nadawało utwory słowno-muzyczne w języku polskim na poziomie 100%.

III. ANALIZY PROBLEMOWE DOTYCZĄCE PROGRAMÓW RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH

1. Realizacja przez nadawców radiowych i telewizyjnych przepisów art. 18 ust. 4-6 ustawy o radiofonii i telewizji oraz rozporządzenia KRRiT z 23 czerwca 2005 r. w świetle przeprowadzonego monitoringu.

Cel i metoda przeprowadzenia monitoringu

We wrześniu 2005 roku KRRiT przeprowadziła tygodniowy całodobowy monitoring dwóch programów radiowych (Program 1 PR i Radio Bis) i czterech telewizyjnych (TVP 1, TVP 2, POLSAT, TVN) pod kątem realizacji przez nadawców przepisów wprowadzonych przez nowelizację w dniu 2 kwietnia 2005 r. ustawy o radiofonii i telewizji (art. 18 ust. 4-6) i rozporządzenie KRRiT z 23 czerwca 2005 r. Wprowadzenie w życie nowych przepisów pociągało za sobą dla nadawców szereg praktycznych konsekwencji organizacyjnych (przede wszystkim konieczność powołania kompetentnych komisji kwalifikacyjnych z udziałem specjalistów) oraz technicznych (oznakowanie nowymi symbolami większości przygotowywanych do emisji materiałów). Konieczna więc stała się kontrola procesu wdrażania nowych przepisów, zarówno od strony formalnej, jak i merytorycznej, już we wstępnym okresie ich obowiązywania. Analizie poddano programy nadane we wrześniu 2005 roku aby uzyskać odpowiedź na pytanie: jak nadawcy realizują nowe obowiązki w zakresie ochrony małoletnich widzów po upływie miesiąca od wejścia w życie rozporządzenia KRRiT (rozporządzenie zaczęło obowiązywać od 1 sierpnia 2005 r.)

W monitorowanych programach zbadano następujące elementy:

- w programach radiowych: obecność zapowiedzi słownych poprzedzających emisję audycji lub innych przekazów.
- w programach telewizyjnych: obecność symboli graficznych w czasie całego trwania audycji lub innych przekazów, prawidłowość ich umieszczenia na ekranie oraz wymiaru, zgodność godzin emisji z określoną dla danej audycji kategorią wiekową, korelację godzin emisji zwiastunów audycji z dozwolonym czasem rozpowszechniania tych audycji, obecność symboli graficznych w informacjach prasowych na temat bieżącego programu (tygodniowe ramówki) i ich zgodność z oznakowaniem wyemitowanych audycji. Ponadto oceniono - posługując się zamieszczonym w załączniku nr 3 do rozporządzenia KRRiT z 23 czerwca 2005 roku katalogiem cech oraz szczegółowych warunków kwalifikowania audycji lub innych przekazów - czy nadawcy właściwie dokonywali kwalifikacji dla poszczególnych kategorii wiekowych.

Na użytek tego badania zmonitorowano pod kątem stosowania przewidzianych w rozporządzeniu zapowiedzi słownych całodobowe tygodniowe próby programów radiowych, w sumie ok. 300 godzin oraz pod kątem stosowania symboli graficznych całodobowe tygodniowe próby programów telewizyjnych, w sumie 458 godzin 30 minut. Z badania wyłączono audycje zwolnione z obowiązku stosowania oznaczeń na podstawie art. 18 ust. 5b ustawy o radiofonii i telewizji (to jest serwisy informacyjne, reklamy, telesprzedaż, transmisje sportowe i przekazy tekstowe).

Stan realizacji rozporządzenia KRRiT w monitorowanych programach radiowych

W monitorowanej próbie dwóch programów radiowych (Program 1 PR i Radio Bis) stwierdzono, że żadna audycja lub inny przekaz, niezależnie od godzin ich emisji, nie były poprzedzane zapowiedziami słownymi przewidzianymi w rozporządzeniu KRRiT (§ 3 pkt 1, § 4 pkt 1 oraz § 5 pkt 1).

Obraz statystyczny stanu realizacji rozporządzenia KRRiT w monitorowanych programach telewizyjnych

Zamieszczona poniżej tabela ukazuje czasowy i procentowy udział audycji przeznaczonych dla danej grupy wiekowej w całości emisji audycji oznakowanych łącznie w czterech monitorowanych programach telewizyjnych (TVP 1, TVP 2, POLSAT, TVN):

Tabela 1

Kategoria wiekowa	Łączny czas trwania audycji oznakowanych (godziny i minuty)	Procentowy udział poszczególnych kategorii wiekowych w całości oznakowanych audycji
Kategoria I – dla wszystkich	109 godz. i 36 min.	25%
Kategoria II – dla małoletnich od lat 7	52 godz. i 58 min.	12%
Kategoria III – dla małoletnich od lat 12	211 godz. i 55 min.	48%
Kategoria IV – dla małoletnich od lat 16	49 godz. i 23 min.	11%
Kategoria – dla widzów od lat 18	18 godz. i 1 min.	4%
Razem	441 godz. i 53 min.	100%

Jak widzimy w zamieszczonej tabeli prawie połowę czasu łącznej emisji wszystkich programów stanowiły audycje zakwalifikowane do kategorii III (48%), a więc przeznaczone dla widzów od lat 12, a jedną czwartą (25%) zakwalifikowano do kategorii I, jako przeznaczone dla wszystkich bez ograniczeń wiekowych. Rzadko używana jest kategoria II „od lat 7” (12%), a jeszcze rzadziej kategoria IV „od lat 16” (11%). Obraz statystyczny odczytywany na podstawie nadanych audycjom przez nadawców klasyfikacji wiekowych wskazywałby więc, że 85% audycji nadawanych łącznie przez wszystkich 4 nadawców (TVP 1, TVP 2, POLSAT, TVN) nadaje się do oglądania przez dzieci począwszy od lat 12, co wydaje się pozostawać w sprzeczności z powszechnie panującym przekonaniem o wysokim stopniu nasycenia telewizji w Polsce treściami i scenami mogącymi mieć negatywny wpływ na prawidłowy rozwój małoletnich. Zwraca też uwagę bardzo niska liczba audycji sklasyfikowanych przez nadawców jako przeznaczone tylko „dla widzów od lat 18” (zaledwie 4%).

Procentowe udziały audycji zakwalifikowanych do poszczególnych kategorii wiekowych różnią się wyraźnie przy porównaniu programów telewizji publicznej i programów nadawców koncesjonowanych. Różnice te pokazuje zamieszczona poniżej tabela:

Tabela 2

	TVP 1		TVP 2		POLSAT		TVN	
Kategoria wiekowa	Czas trwania (w godz. i min.)	Udział w %	Czas trwania (w godz. i min.)	Udział w %	Czas trwania (w godz. i min.)	Udział w %	Czas trwania (w godz. i min.)	Udział w %
Kategoria I dla wszystkich	36 g. i 10'	36,1	47 g. i 42'	46,3	24 g. i 20'	19,9	1 g. i 24' min.	1,2
Kategoria II od 7 lat	8 g i 37'	8,8	11 g i 35'	11,2	12 g. i :35'	10,4	20 g i 11'	17,3
Kategoria III od 12 lat	30 g i :48'	30,8	28 g. i 3'	27,2	65 g. i 5'	53,1	87 g. i 59'	75,4
Kategoria IV od 16 lat	21 g i 21'	21,4	9 g. 35'	9,3	11 g. i 20'	9,2	7 g. i 7'	6,1
Kategoria od 18 lat	2 g 51'	2,9	6 g. i 5'	6	9 g. i 5'	7,4	0	0
Razem	99 g. i 47'	100%	103 g.	100%	122 g. i 25'	100%	116 g. i 41'	100%

Jeśli chodzi o procentowe udziały audycji zakwalifikowanych do poszczególnych kategorii wiekowych to różnice między programami telewizji publicznej i programami nadawców koncesjonowanych wykazują pewną prawidłowość. Telewizja publiczna nadaje zdecydowanie więcej audycji oznakowanych jako przeznaczone dla wszystkich widzów (TVP 1 - 36,1 %, TVP II - 46,3 %), podczas gdy dla POLSATU procent ten wynosi 19,9%, a dla TVN zaledwie 1,2 %. Kategoria III (od lat 12) jest często stosowana przy kwalifikowaniu audycji zarówno w programach telewizji publicznej, jak i w programach nadawców koncesjonowanych, jednakże i tu różnice są wyraźne: audycje oznakowane symbolem „od lat 12” stanowią w TVP 1 - 30,08 %, w TVP 2 - 27,2 %, natomiast w POLSACIE - 53,1 %, a w TVN aż - 75,4 %. Wydaje się to wskazywać, że nadawcy koncesjonowani traktują kategorię III jako kategorię niejako uniwersalną, w której mieści się większość emitowanych przez nich audycji (uprzednio oznaczanych znakiem żółtym „za zgodą rodziców”). W zamieszczonej powyżej tabeli zwraca też uwagę niezwykle oszczędne używanie przez wszystkich nadawców klasyfikacji „od 18 lat” (oznakowanie czerwonym kółkiem), które w skrajnym przypadku - TVN - wynosi 0 %. Wynikałoby z tego, że nadawca ten w okresie poddanym badaniu uznał, że nie nadaje w ogóle audycji zawierających sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy fizyczny, psychiczny lub moralny rozwój małoletnich, lub też świadomie unika takiej klasyfikacji, która wykluczałaby emisję w tzw. „czasie chronionym” (od godz. 6 do 23).

Ocena realizacji obowiązku wprowadzenia oznakowań audycji telewizyjnych

Zdecydowana większość audycji i innych przekazów w okresie podlegającym badaniu (poza wyłączeniami określonymi w art. 18 ust. 5b ustawy o radiofonii i telewizji) była

oznaczona symbolami graficznymi wprowadzonymi rozporządzeniem KRRiT zgodnie z załącznikami nr 1 i 2 do tego rozporządzenia. We wszystkich monitorowanych programach symbole graficzne widoczne były w górnym lewym rogu ekranu w czasie trwania emisji całej audycji lub innego przekazu, a ich wymiar był zgodny z wymogami określonymi w rozporządzeniu. Wyjątki od tej zasady były nieliczne.

Analiza zgodności godzin nadawania audycji z ich oznakowaniem potwierdza, iż godziny emisji audycji zakwalifikowanych do poszczególnych kategorii wiekowych były zgodne z wymogami określonymi w ustawie i w rozporządzeniu KRRiT. Audycje zakwalifikowane do kategorii I-III emitowane były przez całą dobę, ze szczególnym nasileniem w godzinach 6 - 20. Audycje zakwalifikowane do kategorii IV nadawane były zgodnie z rozporządzeniem po godz. 20. Audycje zakwalifikowane do kategorii „od lat 18” były emitowane po godz. 23 z właściwym oznaczeniem (czerwone koło).

Poddano analizie korelację godzin nadawania zapowiedzi audycji i innych przekazów połączonych z prezentacją ich treści (tzw. zwiastunów) z kwalifikacją zapowiadanych audycji do określonej kategorii wiekowej, a co zatem idzie do określonego pasma czasowego emisji. Stwierdzono, iż w monitorowanym okresie zwiastuny audycji lub innych przekazów zakwalifikowanych do kategorii „od lat 18” były zgodnie z rozporządzeniem nadawane wyłącznie w godzinach 23.00 – 6.00. Zwiastuny programów zakwalifikowanych do kategorii IV („od lat 16”) również były przez większość nadawców emitowane zgodnie z rozporządzeniem, to jest po godzinie 20. Wyjątek stanowi tu program TVN, w którym wyemitowano czterokrotnie przed godz. 20 zapowiedzi zakwalifikowanego do kategorii IV filmu *Chłopaki nie płaczą*.

Szczególny przypadek stanowi praktyka zastosowana przez telewizję POLSAT. W programie tym zwiastuny takich filmów, jak *Zdrada*, *Światło w mroku*, *Przekręt*, *Sekcja 8*, *Purpurowe rzeki*, *Lot skazańców*, *Zapach kobiety* nadawane w godzinach od 6.00 do 20.00 oznaczano symbolem „od lat 12” (kategoria III), a zwiastuny tych samych audycji nadawane po godzinie 20.00 oznaczano (zgodnie z rzeczywistą kwalifikacją filmu) symbolem „od lat 16” (kategoria IV). Mamy tu więc do czynienia z łamaniem przepisów rozporządzenia (§7) i świadomym wprowadzaniem odbiorcy w błąd.

Osobną kwestię stanowi realizacja obowiązku oznaczania każdej pozycji programowej symbolami graficznymi wskazującymi kategorie wiekowe w przekazywanych do środków masowego przekazu informacjach o programie. W monitorowanym okresie w prasie telewizyjnej symbole takie ukazywały się sporadycznie (np. *Gazeta Telewizyjna*), lub nie ukazywały się w ogóle (np. *To i Owo*). W *Tele Rzeczpospolitej* symbole graficzne regularnie zamieszczano, ale tylko przy tytułach filmowych, pozostawiając bez oznaczeń m.in. takie audycje jak: magazyn kryminalny TVP 1 *Ktokolwiek widział, ktokolwiek wie*, magazyn reporterów *Interwencja Ekstra* w POLSACIE, czy niektóre audycje z cyklu *Rozmowy w toku* w TVN. Ponadto, symbole graficzne umieszczone przy tytułach audycji w prasie nie zawsze odpowiadały symbolom emisyjnym. I tak na przykład wszystkie wydania *Magazynu Ekspresu reporterów* i *Pogotowia Ekspresu reporterów* zostały wyemitowane w TVP 2 z oznaczeniem „od lat 12”, a w prasie miały oznaczenia „od lat 16”, analogicznie jak film *Gliniarz z Beverly Hills* w programie TVN. Być może część tych uchybień wynikała z faktu, iż w pierwszym okresie stosowania nowych oznaczeń prasa wdrażała dopiero stronę techniczną opatrywania informacji o programie telewizyjnym symbolami graficznymi, lub też nadawcy nie przekazywali w tym czasie prawidłowo wymaganych informacji.

Ocena prawidłowości stosowania przez nadawców telewizyjnych nowego systemu kwalifikacji audycji

Załącznik nr 3 do rozporządzenia KRRiT z 23 czerwca 2005 roku daje nadawcom podstawowe praktyczne instrumenty pozwalające dokonywać kwalifikowania audycji do poszczególnych kategorii wiekowych. Kwalifikujący audycję może znaleźć w tym załączniku charakterystykę poszczególnych kategorii wiekowych oraz kryteria doboru audycji lub innych przekazów dla danej grupy wiekowej z punktu widzenia czterech ważnych dla rozwoju małoletnich elementów: 1) prezentowanej wizji świata, 2) ocen moralnych, 3) wywoływanych emocji i 4) wzorów zachowań. Wynik monitoringu pokazuje jednakże, że o ile strona techniczna wprowadzenia systemu oznakowań została wykonana prawidłowo, to praktyka kwalifikowania przez nadawców poszczególnych audycji do określonych kategorii wiekowych budzi szereg zastrzeżeń.

W monitorowanych programach zastrzeżenia odnoszą się głównie do zaniżania przy kwalifikacji kategorii wiekowych dla jakich, zgodnie z zasadami zawartymi w załączniku nr 3 do rozporządzenia KRRiT, dana audycja może być przeznaczona. Praktyka taka stosowana jest najczęściej w przypadku pełnometrażowych filmów fabularnych, seriali, ale dotyczy również magazynów reporterów, audycji talk show i audycji satyrycznych (np. kabaretów). W ciągu monitorowanego tygodnia nadano trzy filmy zakwalifikowane dla widzów od lat 16. Były to: w TVP 1 horror *Blade – wieczny łowca* (emisja 10 września, sobota o godz. 22.45), w TVP 2 thriller psychologiczny *Nędzne psy* (emisja 13 września, wtorek o godz. 22.45) i w POLSACIE – thriller *8 mm* (emisja 5 września, niedziela o godz. 21.05). Otóż wszystkie trzy filmy w dystrybucji kinowej były dopuszczone do wyświetlania dla widzów od lat 18. Zważywszy na fakt, że filmy *Blade – wieczny łowca* i *Nędzne psy* są szczególnie mocno nasycone scenami przemocy, a film *8 mm* dodatkowo pokazuje półświatek nielegalnej pornografii, niewątpliwie to kwalifikacja kinowa była w tym przypadku prawidłowa.

Dwa inne przypadki zaniżania grupy wiekowej przy kwalifikacji audycji to nadanie w TVP 2 dla widzów „od lat 7” (18 września, niedziela o godz. 12.05) komedii *Napad na bank* (zawily sposób kreślenia intrygi wykluczał adresowanie tego filmu do 7-latków) oraz wyemitowanie w TVN dla kategorii „od lat 12” (15 września, czwartek o godz. 21.30) dramatu sensacyjnego *Zabójczy sekret* prezentującego sceny, które mogły budzić przerażenie (np. mała dziewczynka nadeptuje na zakopaną w błocie ludzką czaszkę).

Inny błąd często spotykany w badanym materiale to praktyka przypisania na stałe symbolu graficznego do tytułu serialu, bez względu na zawartość poszczególnych odcinków serialu. Przykładowo: w TVP 1 nadawano serial sensacyjny *Nieustraszeni* - oznakowany symbolem „od lat 7” podczas gdy w odcinku nadanym 5 września o godz. 10.05 (bezpośrednio po bloku audycji dla dzieci) były liczne sceny mogące budzić u dzieci strach i przerażenie (walka z zamachowcami, udawana śmierć, egzekucja). Z kolei w nadanych w tym samym programie w sobotę i niedzielę (10, 11 września) o godz. 17.20 odcinkach serialu *Malibu Road 2000m* zakwalifikowanego przez nadawcę do kategorii „od lat 12” bohaterką była luksusowa prostytutka, a akcja obfitowała w takie sceny jak: próba zabójstwa, stosowanie magii, martwe zwierzęta. Jak można sądzić w obu przypadkach mechanicznie przeniesiono symbol graficzny z poprzednich odcinków.

Analogiczne zastrzeżenia z punktu widzenia prawidłowości kwalifikacji do odpowiedniej grupy wiekowej budzą w badanym materiale niektóre wydania magazynów emitowanych w programach TVP 2 i TVN. Zarówno nadawany raz w tygodniu *Magazyn Ekspresu Reporterów* w TVP 2, jak nadawany codziennie w TVN magazyn *Uwaga* są znakowane jako pozycje przeznaczone dla grupy wiekowej „od lat 12”. Tymczasem obie audycje pokazują często trudne sprawy społeczne, stąd każde wydanie powinno być oceniane odrębnie i kwalifikowane w zależności od zawartości treści i pokazywanych w nim scen. W nadanej 15 września o godz. 17.00 *Uwadze* pokazano w zbliżeniu odkopane kości

zamordowanych kilka lat temu przez matkę dwóch noworodków, a także zdjęcia z wizji lokalnej na miejscu zbrodni dwóch 18-latków, którzy zabili swojego kolegę, a ciało spalili w ognisku. Z kolei w *Magazynie Ekspresu Reporterów* (13 września o godz. 21.15) zaprezentowano wyraźną wizję świata wrogiego i zagrażającego małoletnim, poprzez wyeksponowanie różnych patologii społecznych.

Inna grupa audycji, która budzi zastrzeżenia z punktu widzenia prawidłowości kwalifikacji do kategorii wiekowej, to audycje typu talk show, które w monitorowanej próbie były zazwyczaj kwalifikowane do kategorii „od lat 12” (np. *Rozmowy w toku* w TVN) lub „od lat 16” (gros emisji *Kuba Wojewódzki talk show* w POLSACIE). Z zasady kontrowersyjny ze względu na język, zachowania i tematykę rozmów talk show Kuby Wojewódzkiego otrzymał różne kategorie wiekowe. Raz, kiedy była to rozmowa z Mandaryną, w dużej części poświęcona tematowi powiększenia piersi, (7 września o godz. 0.50) program był oznaczony symbolem „od lat 7” a za drugim razem, kiedy rozmawiano z Rafałem i Marcinem Mroczkami bohaterami serialu *M - jak miłość*, symbolem „od lat 16” (18 września o godz. 22.25). Kryteria takiej klasyfikacji są zupełnie niezrozumiałe.

Odnotowując nieprawidłowości we właściwym kwalifikowaniu audycji dla danych grup wiekowych należy podkreślić, że nie zawsze rodzice mogą też mieć pełne zaufanie do stosowanego przez nadawców zielonego znaku, oznaczającego, że audycję mogą oglądać wszyscy, w tym również małe dzieci (kategoria I). Kryteria te rzeczywiście spełniają audycje adresowane bezpośrednio do dzieci, zwłaszcza w obu programach telewizji publicznej, w tym przede wszystkim nadane w ramach tzw. bloków dla dzieci. W pozostałej grupie audycji adresowanych do wszystkich znacząca część może wręcz wprowadzać rodziców w błąd. Przykłady można znaleźć we wszystkich monitorowanych programach telewizyjnych. I tak np. w programie POLSATU kategorię tę przypisano wszystkim nadanym magazynom muzycznym (*Aquaz music zone*, *Piosenka na życzenie*, *Reebok hip-hop*). Istotną część tych audycji stanowiły wideoklipy, często w wizualizacji o podtekście erotycznym, w treści lansujące negatywne wzory zachowań. Podobnie w TVP 2, gdzie do kategorii „dla wszystkich” zakwalifikowano liczne występy kabaretów (*Kabaretowa scena Dwójki*, *Tygodnik Moralnego Niepokoju*, *L-jak Laskowik*, *T-jak Tey*, *Siódma Mazurska noc kabaretowa*), które - z racji na specyficzny humor i właściwy utworom satyrycznym niedosłowny sposób przedstawienia rzeczywistości - prezentowane monologi i skecze były niezrozumiałe dla dzieci, a w niektórych przypadkach mogły zachęcać do naśladowania negatywnych wychowawczo wzorów zachowań. Wątpliwości budzi także zakwalifikowanie do I kategorii „dla wszystkich” niektórych pozycji nadanych w TVP 1, jak serial *Klan*, (wprawdzie z rodzinnym przesłaniem, ale często nasycony negatywnymi emocjami, jak zdrada, nieprzychylność dla innych itp.) czy talk show o trudnej tematyce społecznej *Warto rozmawiać*.

Przeprowadzony monitoring programów radiowych (Program 1 PR i Radio Bis) wykazał, iż Polskie Radio S.A. w badanym okresie nie zastosowało się do rozporządzenia KRRiT i nie wprowadziło w swoich programach ani zapowiedzi słownych informujących o zakwalifikowaniu audycji i innych przekazów jako zawierających sceny lub treści mogące mieć negatywny wpływ na prawidłowy rozwój małoletnich zgodnie z załącznikiem nr 1 do rozporządzenia (§ 3 ust. 1), ani zapowiedzi słownych wskazujących na przeznaczenie dla danej kategorii wiekowej małoletnich według wzoru określonego w załączniku nr 2 do rozporządzenia (§ 5, ust 1). Jak można przypuszczać był to przejaw wątpliwości przedstawianych przez Zarząd Stowarzyszenia Nadawców Radia Publicznego w piśmie do KRRiT, w którym Zarząd, powołując się na niejasności w znowelizowanym tekście ustawy o radiofonii i telewizji, sugerował, iż przepis dotyczący opatrywania audycji informacją o zakwalifikowaniu do określonej kategorii wiekowej nie odnosi się do audycji radiowych.

KRRiT przekazała Stowarzyszeniu Nadawców Radia Publicznego przyjętą przez Krajową Radę wykładnię tego przepisu, zgodnie z którą radiofonia jest zobowiązana poprzedzać audycje i inne przekazy odpowiednimi zapowiedziami słownymi zgodnie z rozporządzeniem KRRiT z 23 czerwca 2005 r.

W odniesieniu do czterech monitorowanych programów telewizyjnych (TVP 1 TVP 2, POLSAT, TVN) można stwierdzić, iż rozporządzenie KRRiT w miesiąc po jego wejściu w życie zostało przez nadawców wdrożone w sposób formalny. Składają się na to: poprawny od strony technicznej i widoczny w czasie całej emisji system oznakowań audycji lub innych przekazów, przestrzegana dyscyplina w zakresie godzin nadawania audycji zakwalifikowanych do poszczególnych kategorii wiekowych, a także (z odnotowanymi wyżej wyjątkami) oznaczanie odpowiednimi symbolami graficznymi zwiastunów programów oraz ograniczenie czasu ich emisji do godzin, w których dozwolone jest rozpowszechnianie zapowiadanych audycji.

Poważne zastrzeżenia budzi natomiast prawidłowość kwalifikacji przez nadawców audycji do określonych kategorii wiekowych, dokonywana często niezgodnie z kryteriami kwalifikacji zawartymi w załączniku nr 3 do rozporządzenia KRRiT. Tendencją generalną jest tu praktyka zaniżania wieku odbiorców dla których przeznaczona jest dana audycja oraz ograniczanie do minimum kwalifikacji do kategorii „od lat 18”, a więc takiej, która łączy się z zakazem emisji w tzw. „czasie chronionym” (między godz. 6.00 a 23.00). Rozbudowany system kategorii wiekowych ulega w praktyce pewnemu spłaszczeniu. Przy porównaniu ze stosowaniem przez nadawców systemu oznakowań obowiązującego uprzednio na podstawie porozumienia „Przyjazne media” można stwierdzić, że audycje kwalifikowane dotychczas do grupy „za zgodą rodziców” obecnie są kwalifikowane głównie do kategorii wiekowej od lat 12 (zapewne, aby można je emitować przed godz. 20.00), zaś audycje lub inne przekazy kwalifikowane dawniej jako „tylko dla dorosłych” teraz otrzymują w najlepszym przypadku kategorię „od lat 16” (a więc można je emitować przed godz. 23.00). Zważywszy, że wskazane obniżanie kategorii wiekowych dotyczy głównie pozycji komercyjnie atrakcyjnych, których nadanie w czasie tzw. największej oglądalności leży w interesie finansowym nadawcy, powód stosowania takich praktyk wydaje się być oczywisty. Jest to tendencja niebezpieczna, bowiem zmierza w kierunku odwrotnym do intencji ustawodawcy, by przez rozbudowanie i ukonkretnienie kwalifikacji lepiej chronić młodocianego odbiorcę.

Wnioskiem pośrednio wynikającym z monitoringu jest obserwacja, iż po wprowadzeniu ustawowego obowiązku znakowania audycji i innych przekazów z uwzględnieniem podziału na kategorie wiekowe jego skuteczność zależeć będzie w dużym stopniu od wzmożenia nadzoru i merytorycznej kontroli oraz zdecydowanej reakcji ze strony Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na próby omijania przepisów przez nadawców. Ujawnione w badaniu przejawy manipulowania systemem kwalifikacji, gdyby się upowszechniły, mogłyby bowiem zniwelować pozytywne skutki wprowadzenia nowego systemu ostrzegawczego.

2. Ocena audycji „Rozmowy niedokończone” dotyczącej lustracji i sytuacji politycznej w Polsce, nadanej w Radiu Maryja w dniu 12 lutego 2005 r.

Audycję nadano w dwóch częściach: w godzinach 18.12-19.30 i w godz. 21.40-01.45 (z dwudziestominutową przerwą w godz. 23.40-24.00 na modlitwę). Pierwsza część audycji była nadawana na żywo ze studia Telewizji TRWAM.

Audycję prowadził jeden z księży z Radia Maryja, - o. Jan Król. Temat audycji został przez prowadzącego sformułowany następująco: „**Czym jest lustracja dla życia publicznego w Trzeciej Rzeczypospolitej?**”.

Formuła monitorowanej audycji była taka sama jak innych wydań „Rozmów niedokończonych”. Podstawowym jej elementem była prelekcja zaproszonego gościa, któremu później słuchacze zadawali pytania. Część pierwsza, nadana po południu, miała niemal wyłącznie charakter wykładu. W części drugiej, wyemitowanej wieczorem, zostały rozwinięte podstawowe tezy wcześniejszego wykładu gościa audycji, a następnie zabierali głos radiosłuchacze, zadając pytania i komentując. W trakcie pierwszej części nadano również zarejestrowaną wcześniej sondę, przeprowadzoną wśród mieszkańców Tarnowa i Rzeszowa, którzy odpowiadali na pytania: *Czym jest lustracja?*, *Czy lustracja jest potrzebna w naszym kraju?*, *Czy lustracja może coś zmienić w życiu politycznym?*.

Gościem audycji był Krzysztof Wyszkowski. Przedstawiając się słuchaczom na prośbę prowadzącego, podał następujące fakty ze swego życiorysu: w latach 70. był działaczem opozycyjnych nielegalnych Wolnych Związków Zawodowych na Wybrzeżu (razem m.in. z Lechem Wałęsą, Anną Walentynowicz, Andrzejem Gwiazdą), potem uczestnikiem strajku w 1980 roku w Gdańsku, następnie sekretarzem redakcji pierwszej edycji (w 1980 roku) „Tygodnika *Solidarność*”; w czasie stanu wojennego internowany i aresztowany. W 1989 roku jako operator agencji telewizyjnej pn. „Studio Video” obserwował z bliska, jak stwierdził, całość obrad „Okrągłego Stołu”. W reaktywowanym „Tygodniku *Solidarność*”, kiedy redaktorem naczelnym został Jarosław Kaczyński, był kierownikiem działu politycznego. Potem był krótko doradcą premiera Bieleckiego, a następnie doradcą premiera Jana Olszewskiego w sprawach medialnych. Obecnie jest niezależnym publicystą.

Zaproszony do studia gość w czasie rozmowy z prowadzącymi i słuchaczami, prezentował swoje opinie i poglądy na temat potrzeby lustracji w Polsce. Problem ten omawiał w kontekście wydarzeń z najnowszej historii kraju, swojej wizji i oceny tych wydarzeń. K. Wyszkowski negatywnie ocenił porozumienia „Okrągłego Stołu” nazywając je zdradą narodową i spiskiem przeciwko społeczeństwu. Jego zdaniem, w Polsce nie przeprowadzono dotąd prawdziwej lustracji, co skutkuje wieloma bardzo negatywnymi zjawiskami w życiu politycznym, społecznym i gospodarczym kraju.

Stwierdził, że lustracja jest w Polsce celowo spowalniana przez „spisek antylustracyjny”, czyli rozmaite siły polityczne tak z lewej, jak i z prawej strony sceny politycznej, aby uchronić uczestników tego spisku przed odpowiedzialnością karną. Dowodzi tego, jego zdaniem, fakt, że przez ponad rok nie udało się obsadzić stanowiska prezesa IPN, jak też np. brak skomputeryzowania zasobów archiwalnych Instytutu, przez co wyszukiwanie jakichkolwiek danych w tych zasobach trwa niezwykle długo. K. Wyszkowski negatywnie ocenił ustawę lustracyjną, jako zapewniającą bezkarność byłym agentom, a także działalność Instytutu Pamięci Narodowej i jego prezesa, prof. Leona Kieresa, jako zbyt zachowawczą i mało skuteczną.

Zdaniem Wyszkowskiego, wszystkie negatywne zjawiska w życiu gospodarczym i społecznym w Polsce: ogromne bezrobocie, bieda, nieprawidłowości prywatyzacji itp. są skutkiem działalności agentury, która jest obecna wszędzie (w strukturach rządowych, prezydenckich, mediach, uczelniach itd.) i działa na szkodę Polski, chroniąc władzę i interesy ekonomiczne dawnego układu rządzącego. Wizja Polski, którą prezentuje Wyszkowski, to wizja kraju niesuwerennego, infiltrowanego przez agenturę, zdradzonego przez Zachód, rządzonego przez dawnych agentów Służby Bezpieczeństwa na zasadzie ścisłych niejawnych powiązań agentury i polityki.

Opisując proces lustracji i wydarzenia polityczne w Polsce K. Wyszkowski przedstawiał przy tej okazji ocenę znanych osób życia publicznego, uczestniczących w tych wydarzeniach. W większości była to negatywna ocena osób uczestniczących - jak to nazywał prelegent - w „zmowie Okrągłego Stołu” i oskarżenia ich o działalność agenturalną. **Oskarżenia te nie były poparte żadnymi dowodami.** Dotknęły one zarówno działaczy dawnej opozycji (Lech Wałęsa, Tadeusz Mazowiecki, Zbigniew Bujak, Bronisław Geremek, Adam Michnik, Jan Maria Rokita, Władysław Frasyniuk), jak i przedstawicieli ówczesnie rządzących (Wojciech Jaruzelski, Tadeusz Kiszcak, Leszek Miller, Aleksander Kwaśniewski i in.).

Poglądy przedstawiane przez Krzysztofa Wyszkowskiego nie były równoważone w audycji prezentacją innego punktu widzenia na te same wydarzenia, ani przez prowadzącego audycję, ani przez słuchaczy. Do studia dzwoniły wyłącznie osoby podzielające poglądy gościa, niekiedy wyrażając je jeszcze bardziej radykalnie. Odnotowano jeden głos, który być może miał być głosem sprzeciwu (nie wiadomo tego na pewno, ponieważ słuchacz nie zdażył zaprezentować swojego zdania), ale został przez prowadzącego wyłączony – formalnie z tego powodu, że nie chciał podać na antenie swojego imienia, co jest w Radiu Maryja zwyczajem.

Prowadzący audycję - poprzez zadawane pytania i dopowiedzenia - zajmował pozycję uczestnika rozmowy, nie zaś bezstronnego dziennikarza, który stara się dowiedzieć od gościa audycji, na jakich faktach i dowodach opiera on swoje oskarżenia i radykalne diagnozy sytuacji politycznej w Polsce. Prowadzący był z góry przekonany o racji wszystkiego, co przedstawia i o czym mówi zaproszony gość, traktując go jako znawcę wydarzeń, o których mowa, i autorytet w tych sprawach. Prowadzący nie reagował też na personalne oskarżenia formułowane przez prelegenta.

Oceniając monitorowane wydanie „Rozmów niedokończonych” Krajowa Rada uznała, że przedmiotem oceny nie powinny być poglądy przedstawiane w audycji przez zaproszonego do niej gościa, lecz działania nadawcy, reprezentowanego w tym przypadku przez prowadzącego audycję. W ocenie KRRiT nie dochował on standardów dziennikarskiej rzetelności i obiektywizmu. Nie tylko bowiem pozwolił na to, że w audycji bez przedstawienia dowodów rzucano poważne oskarżenia pod adresem wielu osób, ale nie podejmował nawet prób uzyskania od prelegenta dowodów prawdziwości tych oskarżeń. Taki sposób działania nadawcy jest poważnym naruszeniem zasad etyki dziennikarskiej.

Uznając prawo nadawcy do krytyki osób życia publicznego i do przedstawiania najcięższych nawet zarzutów, należy pamiętać, że każdy postawiony zarzut musi być rzetelnie udokumentowany. Jeśli nadawca nie może udokumentować stawianych zarzutów i oskarżeń, nie powinien dopuścić, by pojawiły się one na antenie. Tak więc nadawca naruszył w audycji zasady etyki dziennikarskiej poprzez dopuszczenie do formułowania w audycji nieudokumentowanych oskarżeń pod adresem różnych osób.

Oceniając monitorowaną audycję z punktu widzenia jej roli edukacyjnej w zakresie najnowszej historii Polski, KRRiT stwierdziła, że – niezależnie od radykalizmu prezentowanych w niej ocen – audycja przedstawia fakty jednostronnie, bez przeprowadzenia analizy historycznej tych faktów i bez uwzględnienia historycznych uwarunkowań działań osób uczestniczących w wydarzeniach. Oskarżanym osobom przypisuje się jeden tylko motyw i jeden powód ich negatywnej, jak ją ocenia gość audycji, roli we współczesnej historii Polski – zaangażowanie agenturalne. Zarzuty te nie zostały udokumentowane zarówno w stosunku do konkretnych osób jak i wydarzeń. Z tego powodu - w ocenie KRRiT - należy je uznać za całkowicie nieuprawnione. Efektem zastosowania do wytłumaczenia wszystkich złożonych zjawisk obserwowanych we współczesnej Polsce jednego klucza – wytrycha (przenikająca wszystko agentura) ogromnie uproszczono w audycji obraz rzeczywistości

politycznej i społecznej w Polsce. Należy zauważyć, że przy omawianiu tak ważnych i trudnych problemów nadawca powinien zadbać, by słuchacz otrzymał rzetelną analizę faktów historycznych, zamiast publicystycznej, uproszczonej i jednostronnej oceny.

3. Przestrzeganie zasady równowagi w audycjach informacyjnych i publicystycznych nadanych przez TVP SA (na podstawie monitoringu 15 - dniowej próby programów)

KRRiT przeprowadziła monitoring audycji informacyjnych i publicystycznych, którego celem było sprawdzenie czy nadawca prezentując w nich partie i ugrupowania polityczne (również ich przedstawicieli) przestrzegał **zasadę równowagi**. Zasada ta nakłada na nadawcę obowiązek stworzenia równych warunków wszystkim przedstawicielom partii i ugrupowań politycznych występujących w audycji. W **audycjach informacyjnych** równe warunki oznaczają jednakową:

- ✓ liczbę i czas trwania wypowiedzi („setek”) przedstawicieli poszczególnych partii politycznych,
- ✓ liczbę oraz czas trwania przekazów dotyczących partii i ugrupowań politycznych,

W **audycjach publicystycznych** równe warunki oznaczają udział przedstawicieli różnych partii politycznych (nie dotyczy to pojedynczych wydań audycji, w których z założenia występuje jeden polityk) oraz jednakową liczbę i czas trwania ich wypowiedzi.

Badaniu poddano 15 głównych wydań *Wiadomości* (Programu 1) i *Panoramy* (Programu 2) oraz audycje publicystyczne, w których komentowane były najważniejsze wydarzenia dnia (6 wydań *Prosto w oczy*), audycje, które były miejscem wymiany poglądów o aktualnych wydarzeniach politycznych i społecznych (2 wydania *Debaty*, 1 wydanie *Warto rozmawiać*), audycję prezentującą sylwetki polityków, pierwszoplanowych uczestników wydarzeń politycznych (2 wydania *Linii specjalnej*) oraz audycję, której celem było ujawnianie nieprawidłowości w funkcjonowaniu państwa i władzy od szczebla lokalnego po państwowy (1 wydanie *Misja specjalna*). Analizowane audycje ukazały się w Programie 1 i Programie 2 w okresie między 1 a 15 maja 2005 r.

I. Audycje informacyjne

Wiadomości – audycja informacyjna Programu 1

Z 15 wydań *Wiadomości* wyselekcjonowano 41 przekazów, w których wypowiadali się przedstawiciele partii i ugrupowań politycznych, parlamentu, rządu i kancelarii prezydenta, a następnie poddano je analizie ilościowej. W analizowanych przekazach *Wiadomości* znalazły się 72 „setki” należące do przedstawicieli 9 partii bądź ugrupowań politycznych (SLD, SDPL, PSL, PO, PiS, PD, LPR, RKN i Samoobrona). Ich łączny czas trwania wyniósł 10 minut i 8 sek. Najwięcej czasu mieli na wypowiedzi przedstawiciele partii tworzących trzy największe kluby parlamentarne: PiS – 2 min 29 sek, PO – 2 min 12 sek i SLD – 2 min 11 sek. Czas trwania setek żadnej z pozostałych partii nie przekroczył 1 minuty. „Setki” przedstawicieli PSL, czwartej partii, co do liczby posiadanych w sejmie posłów trwały 30 sek. Ich czas był krótszy od czasu, jaki miał LPR i UP, które miały w sejmie mniej posłów. Setki przedstawicieli PD Demokraci.pl, powstałej 7 maja br. z przekształcenia Unii Wolności zajęły 47 sek. To dużo, gdy weźmie się pod uwagę Samoobronę, szóstą co do liczby posłów w sejmie partię (31 posłów), której przedstawiciele w 15 wydaniach *Wiadomości* mieli tylko jedną „setkę” trwającą zaledwie 7 sek.

Wydarzeniom związanym z działalnością partii politycznych poświęcono trzy przekazy. Ich czas trwania wyniósł 6 min i 42 sek. Przekaz, w którym relacjonowano konwencję wyborczą Platformy Obywatelskiej trwał 2 min 55 sek, nieco krócej (o 8 sek) trwał przekaz poświęcony kongresowi założycielskiemu PD Demokraci.pl, a najkrócej poświęcony Unii Pracy (1 min). Równowagę zachowano pod względem liczby przekazów – każda z partii otrzymała po jednym przekazie – lecz nie udało się jej utrzymać na poziomie czasu trwania poszczególnych przekazów.

Podsumowując przedstawiciele partii i ugrupowań parlamentarnych lewicowych mieli 28 setek, które zajęły 3 min i 17 sek., prawicowych mieli 37 o łącznym czasie trwania 6 minut i 4 sek. PD Demokraci.pl, którzy określili się jako partia centrowa, mieli 7 setek, które trwały 47 sek. Łączny czas trwania setek przedstawicieli ugrupowań prawicowych w *Wiadomościach* był prawie dwukrotnie dłuższy od czasu przedstawicieli partii lewicowych. Również przedstawiciele partii prawicowych mieli 9 setek więcej niż partii lewicowych.

Analizując poszczególne przekazy *Wiadomości* stwierdzono, że w żadnym z nich nie nadano zarówno jednakowej liczby setek przedstawicieli poszczególnych partii politycznych jak i jednakowego czasu ich trwania. W 20 przekazach wypowiadał się albo polityk partii prawicowej albo lewicowej, a w pozostałych 5, choć wypowiadający się przedstawiciele obu opcji politycznych mieli jednakową liczbę setek, to nie było równowagi w długości trwania wypowiedzi - czas trwania setek przedstawicieli partii prawicowych był dłuższy niż lewicowych.

Analiza wykazała, że premier i inni przedstawiciele rządu wypowiadali się w *Wiadomościach* w 16 przekazach. Zawierały one 23 wypowiedzi o łącznym czasie trwania 3 minuty i 45 sekund. Premier Marek Belka wypowiadał się 10 razy. Jego wypowiedzi trwały 1 minutę i 42 sek. W okresie objętym monitoringiem miały miejsce wydarzenia ważne dla Polski z punktu widzenia polityki zagranicznej, więc najwięcej setek po premierze, spośród wszystkich przedstawicieli rządu, miał minister spraw zagranicznych, Adam Rotfeld - 6 setek o łącznym czasie trwania 1 min i 7 sek. Ryszard Kalisz, minister MSWiA miał 2 wystąpienia, które trwały 21 sek. Premier Marek Belka i inni przedstawiciele rządu albo wypowiadali się o relacjonowanych wydarzeniach z racji pełnionych w rządzie funkcji albo jako główni uczestnicy tych wydarzeń.

Analiza ilościowa wykazała, że prezydent wypowiadał się w 9 przekazach *Wiadomości*. Zawierały one 11 wypowiedzi o łącznym czasie trwania 2 minuty i 25 sek. Setki prezydenta były albo fragmentami przemówień wygłoszonych podczas ważnych uroczystości rocznicowych wypadających w pierwszej połowie maja albo były komentarzami do aktualnych wydarzeń, a zwłaszcza do jego wyjazdu na uroczystości w Moskwie z okazji 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej.

Panorama – audycja informacyjna Programu 2

Z 15 wydań *Panoramy* wyselekcjonowano 36 przekazów, w których wypowiadali się przedstawiciele partii i ugrupowań politycznych, parlamentu, rządu i kancelarii prezydenta, które następnie poddano analizie ilościowej. W analizowanych przekazach *Panoramy* znalazło się 65 „setek” należących do przedstawicieli 11 partii bądź ugrupowań politycznych (SLD, SDPL, UP, PO, PiS, LPR, PSL, PD, RKN, PP, Nowa Lewica). Łączny czas trwania „setek” wyniósł 12 minut i 38 sek. Najwięcej czasu mieli na wypowiedzi przedstawiciele Unii Pracy (2 min 13 sek.), partii, która w Sejmie miała zaledwie 11 posłów i w pierwszej połowie maja 2005 roku nie odgrywała ważnej roli, która tłumaczyłoby ten najdłuższy czas wypowiedzi jej członków. Przedstawiciele SLD, którego klub parlamentarny liczył najwięcej

posłów wypowiadali się przez 2 min 11 sek. Wypowiedzi przedstawicieli PO trwały o 21 sek krócej niż UP, a PiS – o 33 sek. PSL, czwarta co do liczebności partia w Sejmie, miała na wypowiedzi 20 sekund. Politycy nowej partii pozaparlamentarnej Demokraci.pl, która powstała 7 maja wypowiadali się przez 1 min 32 sek., prawie tyle samo co politycy takich partii parlamentarnych jak PiS czy LPR.

Biorąc pod uwagę liczbę setek, należy stwierdzić, że wśród partii najwięcej ich miała UP (12 setek). SLD, PO, PiS, PD miały po 9 setek, zaś LPR o jedną setkę mniej. Zdumiewające jest, że nowopowstała partia Demokraci.pl dostała aż tak dużą liczbę setek w przekazach *Panoramy*.

W monitorowanych *Panoramach* 5 przekazów poświęcono w całości wydarzeniom związanym z działalnością partii politycznych. 2 maja odbyła się konwencja wyborcza PO, podczas której Donald Tusk ogłosił, że będzie kandydował na urząd prezydenta. Przekaz poświęcony temu wydarzeniu trwał 2 min 28 sek. W przekazie znalazły się 2 „setki” D. Tuska i po jednej Z. Gilowskiej i J.M. Rokity. 7 i 8 maja odbył się kongres założycielski nowej partii PD Demokraci.pl. Przekazy, w których relacjonowano dwudniowy kongres, trwały: 2 min 15 sek i 3 min 36 sek. W pierwszym przekazie znalazły się fragmenty przemówienia T. Mazowieckiego, W. Frasyniuka i J. Hausnera, a w drugim premiera, M. Belki oraz W. Frasyniuka i J. Hausnera. 7 maja 2005 roku powstała kolejna nowa partia polityczna - Unii Lewicy. Przekaz poświęcony temu wydarzeniu trwał 1 min 2 sek i nie zawierał setek. Wyborowi nowego przewodniczącego Unii Pracy poświęcono jeden przekaz trwający 1 min 38 sek. Zawierał on dwie „setki” należące do M. Pola i A. Spychalskiego. Na przedstawienie kongresu założycielskiego PD przeznaczono 2 przekazy, zaś po jednym przekazie na przedstawienie wydarzeń związanych z PO, UP i Unią Lewicy. Braku równowagi w liczbie przekazów nie wyrównano dłuższym czasem ich trwania – PD otrzymała najwięcej czasu (5 min 51 sek), ponad dwa razy mniej otrzymała PO, 3,5 razy mniej UP, a aż 5,5 razy mniej także nowotworzona partia Unia Lewicy. Zarówno na poziomie liczby przekazów jak i czasu ich trwania widać wyraźną nierównowagę między partią Demokraci.pl a PO, UP i Unią Lewicy.

W analizowanych przekazach *Panoramy* przedstawiciele lewicowych partii parlamentarnych mieli łącznie 26 setek, które zajęły 5 min i 40 sek, a prawicowych - 30 setek, które trwały 5 minut i 26 sek, ponadto w monitorowanych przekazach *Panoramy* znalazło się 9 wypowiedzi przedstawicieli pozaparlamentarnej partii centrowej, PD Demokraci.pl. Trwały one 1 minuta 32 sek. Można powiedzieć, że w 15 wydaniach *Panoramy* łączny czas trwania wypowiedzi przedstawicieli szeroko rozumianej prawicy i lewicy (różnica 14 sek) oraz ich liczba (różnica 4 setek) były bardzo do siebie zbliżone, co może uznać za dążenie do zachowania równowagi.

Znacznie gorzej wyglądała równowaga w poszczególnych przekazach. W żadnym z przekazów *Panoramy* nie zachowano równowagi, gdyż w żadnym z nich nie stwierdzono zarówno jednakowej liczby setek przedstawicieli poszczególnych partii politycznych jak i jednakowego czasu ich trwania. W 15 przekazach wypowiadał się albo polityk partii prawicowej albo lewicowej, a w pozostałych 6, choć wypowiadający się przedstawiciele obu opcji politycznych mieli jednakową liczbę setek, to nie było równowagi w długości trwania wypowiedzi. Podczas analizy zaobserwowano pewną prawidłowość, że wypowiedzi polityków partii lewicowych były zazwyczaj dłuższe od – prawicowych.

Podobnie, jak w *Wiadomościach*, w poszczególnych przekazach *Panoramy* charakter relacjonowanych wydarzeń nie decydował o równowadze lub jej braku.

Analiza wykazała, że premier i inni przedstawiciele rządu wypowiadali się w 14 przekazach. Zawierały one 16 wypowiedzi o łącznym czasie trwania 3 minuty i 32 sekund.

Spośród przedstawicieli rządu Premier Marek Belka wypowiadał się najczęściej. Miał 10 „setek” o łącznym czasie trwania 2 min 7 sek. Ponadto cały jeden przekaz w *Panoramie* (6 maja br.), trwający 2 minuty 14 sek. został poświęcony premierowi. W przekazie tym przedstawiono dotychczasową karierę polityczną Marka Belki. Mówiąc na marginesie, trudno znaleźć merytoryczne uzasadnienie dla wyemitowania takiego materiału, ponieważ dymisja rządu nie została przyjęta. Nie było więc potrzeby podsumowywania dotychczasowych dokonań premiera.

Premier Marek Belka i inni przedstawiciele rządu albo wypowiadali się o relacjonowanych wydarzeniach z racji pełnionych w rządzie funkcji albo jako główni uczestnicy tych wydarzeń. Wiele wypowiedzi zarówno M. Belki, jak i A. Rotfelda i J. Szmajdzińskiego wiązało się z obchodami 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej.

W monitorowanych wydaniach *Panoramy* wypowiadał się głównie prezydent, Aleksander Kwaśniewski. Miał 11 „setek” o łącznym czasie trwania 2 min 57 sek. Po jednej „setce” mieli przedstawiciele jego kancelarii Jolanta Szymanek-Deresz oraz doradca ds. międzynarodowych Stanisław Ciosek. Analiza ilościowa wykazała, że prezydent i przedstawiciele jego kancelarii wypowiadali się w 10 przekazach. Zawierały one 13 wypowiedzi o łącznym czasie trwania 3 minuty i 31 sek.

W *Panoramie* podobnie, jak w *Wiadomościach* setki prezydenta były albo fragmentami przemówień wygłoszonych w związku z uroczystościami wypadającymi w pierwszej połowie maja albo były komentarzami do aktualnych wydarzeń, a zwłaszcza do jego wyjazdu na uroczystości w Moskwie z okazji 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej.

Podsumowanie monitoringu audycji informacyjnych

Zestawienie czasu trwania wypowiedzi przedstawicieli partii i ugrupowań politycznych *Wiadomościach* i *Panoramie*.

Nazwa partii i ugrupowania politycznego	Wiadomości	<i>Panorama</i>	Razem
SLD	0:02:11	0:02:11	0:04:22
UP	0:00:32	0:02:13	0:02:45
SDPL	0:00:27	0:01:06	0:01:33
LPR	0:00:41	0:01:12	0:01:53
PiS	0:02:29	0:01:40	0:04:09
PO	0:02:12	0:01:52	0:04:04
PSL	0:00:30	0:00:20	0:00:50
PD	0:00:47	0:01:32	0:02:19
RKN	0:00:12	0:00:15	0:00:27
Samoobrona	0:00:07	0:00:00	0:00:07
PP	0:00:00	0:00:07	0:00:07
Nowa Lewica	0:00:00	0:00:10	0:00:10
Razem	0:10:08	0:12:38	0:22:46

Zestawienie czasu trwania wypowiedzi premiera, przedstawicieli rządu oraz prezydenta i jego kancelarii

Premier, rząd, prezydent i kancelaria prezydenta	<i>Wiadomości</i>	<i>Panorama</i>	Razem
Premier i rząd	0:03:54	0:03:44	0:07:38
Prezydent i kancelaria	0:02:25	0:03:31	0:05:56
Razem	0:06:19	0:07:15	0:13:34

W wyniku monitoringu wydań *Wiadomości* i *Panoramy*, które się ukazały programach TVP SA w okresie od 1 do 15 maja 2005 r. stwierdzono że:

1. W *Wiadomościach* nie zachowano równowagi zarówno pod względem czasu trwania „setek”, jak i ich liczby, bowiem przedstawiciele partii prawicowych mieli prawie dwukrotnie więcej czasu na wypowiedzi i o 9 „setek” więcej niż przedstawiciele partii lewicowych, w *Panoramie* natomiast dążono do zachowania równowagi między prawą a lewą stroną sceny politycznej zarówno pod względem czasu trwania „setek” jak, i ich liczby.
2. W obu audycjach informacyjnych brak było wypowiedzi Samoobrony, a PSL należało do partii, której przedstawiciele najrzadziej wypowiadali się i czas trwania tych wypowiedzi należał do jednych z najkrótszych.
3. Wypowiedzi polityków w przekazach *Wiadomości* i *Panoramy* dotyczyły przede wszystkim ważnych wydarzeń politycznych z pierwszej połowy maja. Wydarzeniem, o którym politycy często się wypowiadali, był kontrowersyjny wyjazd Prezydenta RP do Moskwy na uroczystości z okazji 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej i kolejne przesłuchania oraz dyskusje w sejmowych komisjach śledczych.
4. *Panorama* relacjonując te same wydarzenia co *Wiadomości* przeznaczyła o 2,5 minuty więcej czasu na wypowiedzi przedstawicieli partii politycznych i o 1 minutę i 6 sek. więcej czasu na wypowiedzi Prezydenta RP i przedstawicieli jego kancelarii. Czas wypowiedzi przedstawicieli rządu w obu audycjach informacyjnych był bardzo podobny.

Audycje publicystyczne

Spśród nadanych audycji publicystycznych do analizy wyselekcjonowano te audycje, w których wypowiadali się przedstawiciele partii politycznych. Były to cztery wydania audycji *Prosto w oczy*, dwa - *Debaty*, i po jednym - *Linii specjalnej*, *Misji specjalnej* i *Warto rozmawiać*. Łączny czas trwania tych audycji wyniósł 5 godz. 19 minut.

Prosto w oczy

W Programie 1 TVP SA od poniedziałku do czwartku ukazywał się cykl audycji pod tytułem *Prosto w oczy*. W okresie objętym monitoringiem ukazało się 6 wydań, z czego analizie poddano 4, ponieważ pozostałe dwa nie spełniały założonego w monitoringu kryterium – w rozmowach nie brali udziału politycy. Analizowane wydania audycji *Prosto w oczy* ukazały się: 4, 5, 9 i 11 maja 2005 roku.

W 4 omawianych wydaniach *Prosto w oczy* gościło siedmiu polityków z czterech ugrupowań politycznych: czterech przedstawicieli PiS (Jarosław Kaczyński, Lech Kaczyński, Ludwik Dorn i Zbigniew Wassermann) i po jednym z SLD (Marek Dyduch), SDPL (Marek Borowski), LPR (Roman Giertych). Łącznie wypowiedzi polityków (zarówno obecnych w studiu jak i odtwarzanych z taśmy) zajęły 45 minut 59 sek. Zdecydowanie najwięcej czasu zajęły wypowiedzi przedstawicieli PiS – 20 min. 21 sek. Czas wypowiedzi przedstawicieli pozostałych partii był dużo krótszy – politycy SDPL wypowiadali się 6 min 44 sek., SLD – 3 min 21 sek., LPR – 3 min 27 sek., PO – 9 sek. (nie była to wypowiedź na żywo, lecz z taśmy). W dwóch wydaniach wypowiadał się również przedstawiciel rządu (6 min. 20 sek.) i kancelarii prezydenta (5 min 37 sek.). W dwóch wydaniach wykorzystano nagrane wcześniej krótkie wypowiedzi następujących polityków, będące fragmentami przemówień: Jarosława

Kaczyńskiego z PiS (wydanie z dnia 4 maja) i Donalda Tuska z PO, Joanny Senyszyn z SLD, Romana Giertycha z LPR i Krzysztofa Janika z SLD (wydanie z 5 maja).

W monitorowanych 4 wydaniach audycji *Prosto w oczy* została naruszona zasada równowagi, bowiem politycy PiS mieli nie tylko najdłuższy łączny czas wypowiedzi, ale również najczęściej się wypowiadali. W każdym z 4 analizowanych wydań audycji występował jeden polityk PiS, zaś w ani jednym nie wystąpili politycy PO, PSL czy Samoobrony. Trudno znaleźć uzasadnienie dla obecności polityka PiS w wydaniu audycji, która ukazała się 5 maja, gdyż politycy PiS nie byli jedynymi autorami uchwały w sprawie skrócenia kadencji Sejmu RP. Takie uchwały przedstawiła również Liga Polskich Rodzin i Platforma Obywatelska. Również obecności polityka PiS w wydaniu poświęconym 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej i finansowaniu fundacji Jolanty Kwaśniewskiej nie wynikała bezpośrednio z omawianego tematu.

Warto Rozmawiać

W okresie objętym monitoringiem ukazało się jedno wydanie audycji *Warto rozmawiać*. W audycji najdłużej wypowiadał się Marek Jurek i Dariusz Szymczycha, po około 11 minut. O połowę krócej trwały wypowiedzi posła Tadeusza Samborskiego (5 minut), jeszcze krócej wypowiadał się Mariusz Kamiński – 3 minuty. Łączny czas wypowiedzi polityków, historyków, ekspertów i reprezentantów publiczności wyniósł 1 godzinę 15 minut 34 sekundy.

Prowadzący audycję dał szansę wypowiedzenia się wszystkim zaproszonym gościom. W pierwszej części audycji wpływ prowadzącego na dyskusję był znaczący – zadawał gościom pytania, nadawał dyskusji zaplanowany kierunek, zaś w drugiej – był mało aktywny, reagował, dopiero gdy dyskusja zbyt się zaostrzała albo wtedy kiedy musiał zapowiedzieć film lub poprosić o komentarz przebywającego w studiu w Krakowie prof. Jerzego Pomianowskiego.

W audycji *Warto rozmawiać* z 9 maja br nierzetelnie przedstawiono w filmie epizod wojenny w karierze wojskowej Wojciecha Jaruzelskiego. Autorzy filmu zestawili ze sobą dwa fakty: wstąpienie generała Wojciecha Jaruzelskiego do powstającego w ZSRR wojska polskiego i odkrycie grobów polskich oficerów zamordowanych w Katyniu. W wyniku tej manipulacji, widzowie mogli zrozumieć, że generał Jaruzelski, mimo że wiedział o zbrodni w Katyniu, to jednak wstąpił do oddziałów wojska polskiego tworzonych za zgodą władz ZSRR. Na tę nierzetelność zwrócił uwagę Dariusz Szymczycha. Wyjaśnił on osobom zgromadzonym w studiu i widzom, że generał Jaruzelski nie mógł wiedzieć o zbrodni w Katyniu. Autor audycji nie utrudniał sprostowania tego nadużycia.

W monitorowanym wydaniu audycji nie została zachowana równowaga, ponieważ nie uczestniczyli w niej politycy z różnych stron sceny politycznej. W dyskusji uczestniczyło 3 polityków partii prawicowych – PiS (2 przedstawicieli) i PSL, zabrakło natomiast przedstawiciela partii lewicowej. Jedynym reprezentantem tej strony sceny politycznej był minister Dariusz Szymczycha, którego sympatie i poglądy były po stronie lewicy, choć oficjalnie nie jest członkiem żadnej partii lewicowej. W audycji występował ponadto Piotr Naimski, który, co prawda nie był członkiem jakiejś partii, ale utożsamiany jest z prawicą i reprezentował poglądy prawicowe. W audycji była przewaga przedstawicieli prawicy nie tylko pod względem liczby występujących polityków, lecz również pod względem czasu trwania ich wypowiedzi. Politycy prawicy mieli czas o 8 minut dłuższy od polityków lewicy.

Zaletą monitorowanego wydania *Warto rozmawiać* było poruszenie tematu, wokół którego w pierwszej połowie maja 2005 roku rozgorzała gwałtowna debata społeczna.

Wiadomość o planowanym udziale prezydenta Kwaśniewskiego w uroczystościach w Moskwie z okazji zakończenia II wojny światowej wyzwoiliła ogromną ilość emocji i stała się tematem debaty społecznej. W omawianej audycji cenne było również to, że przedstawiono w niej nie tylko opinie historyków i polityków ale także świadków i bezpośrednich uczestników II wojny światowej. Ponadto w tej audycji uroczystości w Moskwie były komentowane jako wydarzenie, które już przeszło do historii.

Linia specjalna

W okresie objętym monitoringiem ukazało się tylko jedno wydanie audycji publicystycznej ***Linia specjalna***. Barbara Czajkowska rozmawiała z przewodniczącym SDPL Markiem Borowskim

Wypowiedzi Marka Borowskiego w audycji trwały w sumie 16 min. i 18 sek, a Michała Ujazdowskiego 25 sek. Formuła audycji dała Markowi Borowski możliwość szerokiego zaprezentowania poglądów politycznych na bieżące wydarzenia w kraju i na kwestie związane z polityką zagraniczną Polski.

Na podstawie jednego wydania *Linii Specjalnej* nie można stwierdzić, czy dziennikarka przestrzega zasadę równowagi, tzn. czy udostępnienia czas w swojej audycji politykom z różnych partii politycznych czy też którąś z nich faworyzuje. Aby się o tym stwierdzić należałoby skontrolować wydania pochodzące w dłuższego niż 2 tygodnie okresu czasu.

Debata

W wydaniu *Debaty*, które ukazało się 5 maja 2005 roku, najwięcej czasu zajęły wypowiedzi doradcy prezydenta RP, Stanisława Cioska (12 minut). Niewiele krótszy czas miał polityk Platformy Obywatelskiej Jan M. Rokita (11 minut). Łączny czas wypowiedzi Władysława Frasyniuka, w tamtym czasie polityka Unii Wolności wyniósł 8 minut. W dyskusji najrzadziej i najkrócej wypowiadał się historyk, prof. Wojciech Roszkowski (3 minuty). W audycji Jan M. Rokita i prof. Wojciech Roszkowski byli wyrazicielami opinii tej części społeczeństwa, która uważała, że prezydent nie powinien pojechać na uroczystości do Moskwy, a Stanisław Ciosek i Władysław Frasyniuk tej części, która opowiadała się za tym wyjazdem.

Należy stwierdzić, że prowadzący audycję zachował bezstronność i nie angażował się po stronie któregoś z rozmówców, stawiał dociekliwe pytania i wielokrotnie domagał się od swoich rozmówców konkretnej i jednoznacznej odpowiedzi, dbał o spokojny i zgodny z zapowiadzianym tematem przebiegiem dyskusji.

W wydaniu audycji, które ukazało się 12 maja 2005 roku, dyskutowano o wizerunku kobiety w reklamach telewizyjnych. W debacie najwięcej czasu zajęły wypowiedzi minister Magdaleny Środy (10 minut). Zbliżony czas wypowiedzi miał publicysta *Newseek Polska*, Rafał Ziemkiewicz (8 minut) oraz poseł PiS, Tadeusz Cymański (7 minut). Najkrócej wypowiadała się publicystka *Krytyki Politycznej*, Kinga Dunin (5 minut). Dyskusja w *Debatie* która ukazała się 12 maja 2005 roku, nie budzi żadnych zastrzeżeń. Omawiany temat przedstawiono wieloaspektowo. Nie stwierdzono, aby prowadzący w jakiś sposób naruszył zasadę równowagi.

Misja specjalna

W audycji Programu w *Misja specjalna* przedstawiano patologie życia społeczno-politycznego takie jak: korupcja i inne nieprawidłowości na różnych szczeblach władzy. W okresie objętym monitoringiem ukazało się tylko jedno wydanie *Misji Specjalnej*. Audycja była skonstruowana z dwóch reportaży. Tematem pierwszego reportażu było zadłużenie finansowe posłów, a drugiego – mechanizmy, za pomocą których międzynarodowe firmy działające w Polsce wyprowadzały nieopodatkowane zyski za granicę. Na podstawie jednego wydania *Misji specjalnej* nie można stwierdzić, czy omawiane wydarzenia są relacjonowane i przedstawiane z zachowaniem zasady równowagi i bezstronności.

Podsumowując, należy stwierdzić, że w audycjach publicystycznych, które ukazywały się w okresie od 1 do 15 maja 2005 r., czas trwania wypowiedzi polityków partii prawicowych (58 minut) był ponad dwukrotnie dłuższy od wypowiedzi polityków partii lewicowych (27minut 29 sek.). Wśród polityków partii prawicowych najdłuższy czas wypowiedzi mieli przedstawiciele PiS (39 min). Łączny czas wypowiedzi przedstawicieli PO wyniósł 11 min, PSL 5 min, a LPR 3 min. Partią prawie nieobecną w monitorowanych audycjach publicystycznych była Samoobrona. Jej polityk wypowiadał się zaledwie przez 29 sek. W analizowanych audycjach przez 16 min. wypowiadali się członkowie rządu, a przedstawiciele Kancelarii Prezydenta przez 11 min. Wypowiedzi przedstawicieli rządu i kancelarii prezydenta dotyczyły przede wszystkim wydarzeń w Moskwie i toczącej się w ich kontekście debaty publicznej.

Monitoring wykazał także, że autorzy audycji publicystycznych *Prosto w oczy*, *Debata*, *Warto rozmawiać* i *Linia specjalna* szybko reagowali na aktualne wydarzenia polityczne. W każdej z tych audycji zajęto się skomentowaniem udziału prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego w uroczystościach w Moskwie z okazji 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej.

4. Wybory'2005 do Parlamentu i na Urząd Prezydenta RP - przebieg i odbiór społeczny kampanii wyborczej w programach telewizyjnych

Ordynacja wyborcza każe przeznaczyć w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej i TV Polonia 15 godzin na emisję nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych w kampanii do Sejmu i Senatu, a w kampanii prezydenckiej – 25 godzin w I turze i 6 godzin w ewentualnej II turze. Oznacza to codzienną emisję w programach ogólnokrajowych TVP bloków audycji wyborczych do parlamentu trwających od 40 do 90 minut, a w kampanii prezydenckiej - bloków audycji zajmujących w tych programach w I turze 1 godzinę dziennie, w II – 25 minut dziennie. Audycje te, zgodnie z ustaleniami KRRiT podjętymi w wyniku uzgodnień z nadawcami, nadawane były w kampanii '2005 w pierwszej części dnia: z rana i przed południem (TVP 2: godz. 9.00-10.30; 10.30-12.00) lub wczesnym popołudniem (TVP 1: godz. 15-16 i 16-17; TVP 2: godz. 14.30-15, godz. 15 – 16).

Oprócz tych audycji, w okresie kampanii parlamentarnej, czyli do 23 września 2005 roku, nadawano w ogólnokrajowych programach telewizji publicznej następujące pozycje publicystyki wyborczej, przygotowanej przez nadawcę:

w **TVP 1** :

- audycję **„Pod lupą”** (12 wydań), mającą postać felietonów, w których analizowano propozycje komitetów wyborczych i działania polityków biorących udział w kampanii, trwającą ok. 15 minut, emitowaną od 5 września codziennie od poniedziałku do czwartku ok. godz. 17.20 do końca kampanii parlamentarnej, tj. do 22 września,

- audycję **„Wybory Polaków”** (7 wydań), trwającą ok. godziny, realizowaną na „sesjach wyjazdowych” w różnych miastach Polski, z licznym udziałem miejscowej społeczności; w audycji programy komitetów i partii, przedstawiane przez ich liderów, konfrontowano na żywo z opiniami przedstawicieli społeczeństwa, szczególnie zainteresowanych omawianym zagadnieniem - np. bezrobotnych, pracowników służby zdrowia, nauczycieli, drobnych przedsiębiorców itd. „Wybory Polaków” nadawano od 7 września do końca kampanii dwa razy w tygodniu (w środy i czwartki) wieczorem po prime time’ie, tj. o godzinie 22-ej. Jedynie ostatnie wydanie, 23 września, wyemitowano w najlepszej porze antenowej, tj. o godz. 20.20,

- stałą codzienną audycję **„Prosto w oczy”**, emitowaną późnym wieczorem (ok. godz. 23.00) i trwającą ok. 15 minut, która na okres kampanii wyborczej (12 wydań) została przekształcona w audycję komentującą bieżące wydarzenia kampanii i programy poszczególnych partii,

- audycję **„Misja specjalna”** (2 wydania), nadaną w trakcie kampanii dwa razy, w poniedziałki wieczorem (o godz. 21.50) i trwającą ok. 45 minut, poświęconą tzw. kulisom kampanii wyborczej;

w TVP 2:

- audycję **„W imieniu obywatela”** (4 wydania), podobnie jak „Wybory Polaków” poświęconą weryfikacji przed telewidzami programów poszczególnych partii, realizowaną w studio z udziałem publiczności, emitowaną przez dwa tygodnie kampanii w niedziele i poniedziałki wieczorem (ok. godz. 22.45) i trwającą ok. godziny.

Z kolei **w ramach kampanii prezydenckiej** nadano w TVP SA następujące audycje publicystyczne:

w TVP 1:

- cykl godzinnych debat pn. **„Prezydent dla Polski”** (łącznie 8 wydań), w których omawiano główne elementy programów wyborczych kandydatów i ich stanowiska w węzłowych sprawach publicznych. W I turze w debatach nadawanych codziennie od 29 września do 7 października w godzinach wieczornych (początkowo o godz. 22-ej, następnie w prime time’ie, tj. o godz. 20.20) zaprezentowano wszystkich trzynastu kandydatów, zapraszanych po 2-3 osoby, w konfiguracjach zależnych od osiąganego w sondażach poparcia społecznego. W II turze przeprowadzono debatę końcową z udziałem obu kandydatów, a oprócz tego oddzielnie wywiad z każdym z nich.

w TVP 2:

- audycję **„Wybory Prezydenta”**, nadaną w I turze wyborów prezydenckich (2 wydania w godzinach późnowieczornych, tj. ok. godz. 23-24), trwającą ok. 60 minut; w audycji toczono debaty na temat ważnych kwestii politycznych i społecznych (np.: Europa a islam – zagrożenia; polityka Polski w tym zakresie), stawianych przed kandydatami przez redakcję i zmuszających ich do wyjścia poza krąg zagadnień, na których chcieliby się koncentrować z własnej inicjatywy. Zaprezentowano stanowiska 10 kandydatów na prezydenta (pozostali, w tym dwaj liderzy sondaży przedwyborczych: Donald Tusk i Lech Kaczyński, odmówili

udziału w audycji, tłumacząc to niemożnością zaprezentowania programu przy dużej liczbie uczestników).

Łącznie, jak wynika z materiałów nadawcy, telewizja publiczna poświęciła na emisję własnych publicystycznych audycji wyborczych 116, 5 godzin emisji: w TVP 1 – 42 godz., w TVP 2 – 6 godz. (oraz w TVP 3 – 12,5 godziny, w TV Polonia – blisko 58 godz.), w tym na kampanię parlamentarną – 61 godzin (w TVP 1: 19,5 godziny, w TVP 2: 4 godziny), na kampanię prezydencką – 55,5 godziny (w TVP 1: 20 godzin, w TVP 2: 2 godziny). Czas ten jest blisko trzykrotnie większy niż czas przeznaczony – zgodnie z ordynacjami wyborczymi – na emisję nieodpłatnych (obligatoryjnych) audycji wyborczych przygotowywanych przez komitety wyborcze. Licząc zaś razem z czasem nadawania audycji obligatoryjnych, kampania wyborcza zajęła w telewizji publicznej, blisko 164 godziny, w tym 61 godzin w TVP 1 i 25 godzin w TVP 2. Kondensacja problematyki wyborczej była więc w obu programach ogólnokrajowych telewizji w okresie kampanii bardzo duża.

Powstaje pytanie, do jak szerokiego grona odbiorców udało się dotrzeć telewizji publicznej z kampanią wyborczą? Celem podjętego przez nadawcę wysiłku, zarówno w zakresie nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych, jak i audycji własnych, powinno być zapoznanie możliwie szerokiego kręgu widzów – potencjalnych wyborców, z programami partii, ugrupowań i kandydatów na Prezydenta RP, umożliwienie im wyrobienia sobie własnej oceny tych programów.

Jak wynika z danych telemetrycznych (AGB Polska), nadane w obu kampaniach nieodpłatne obligatoryjne audycje komitetów wyborczych miały bardzo niewielką widownię.

Poszczególne bloki audycji komitetów wyborczych oglądało średnio w kampanii parlamentarnej w TVP 1 ok. 820 tys. widzów, czyli ok. 2,3% ogółu populacji Polaków, i nieco tylko więcej – 884 tysiące, tj. 2,5% - w kampanii prezydenckiej. W TVP 2 audycje te miały jeszcze mniejszą widownię: średnio 600 tys., tj. 1,7% Polaków w kampanii parlamentarnej, i 530 tys., tj. 1,5% populacji, w kampanii prezydenckiej. Liczby te i odsetki okazują się niewielkie nie tylko w zestawieniu z liczbą około 29 mln Polaków powyżej 18 roku życia uprawnionych do głosowania, do których audycje te powinny dotrzeć – ale także w porównaniu z widownią innych audycji o charakterze (o tematyce) społeczno-politycznej – np. dzienników, nadanych w tym samym okresie i w porównywalnej porze, tj. przed południem i wczesnym popołudniem. I tak np. widownia „Wiadomości” nadanych w TVP 1 w pierwszej części dnia w tym samym okresie, kiedy emitowano obligatoryjne audycje wyborcze, wynosiła średnio 1,3 mln osób, tj. 3,7% ogółu Polaków - czyli ok. półtora raza więcej niż uzyskiwały średnio audycje komitetów wyborczych w tym programie. Także w TVP 2 widownia dzienników nadawanych w porównywalnej porze była większa niż audycji wyborczych - wynosiła ok. 900 tys. osób, tj. 2,5% populacji.

Wielkość widowni audycji poszczególnych komitetów wyborczych, nadawanych w ramach bloków wyborczych, była podobna. Wynosiła ona (średnio w obu programach TVP) od 1,9% do 2,1% społeczeństwa. Wynika stąd, że widzowie traktowali bloki obligatoryjnych audycji jako jedną całość i nie wykazywali szczególnych preferencji dla konkretnych komitetów czy kandydatów. Zacieraniu różnic między programami i wizerunkiem poszczególnych komitetów sprzyja zapewne (wymagane przez ordynację wyborczą dla zachowania równowagi) zestawianie tych audycji w blokach.

Mała widownia audycji komitetów wyborczych związana jest niewątpliwie z niekorzystną porą ich emisji, przypadającą na godziny, kiedy większość dorosłych Polaków

jest zajętych poza domem, pracą zawodową lub nauką i nie może oglądać telewizji. Pora ta była przyczyną, że audycje komitetów wyborczych trafiły przede wszystkim do osób starszych (w wieku powyżej 60 lat), nie pracujących już zawodowo.

Audycje własne dotyczące wyborów, przygotowane przez TVP, miały w obu kampaniach znacznie większą widownię niż obligatoryjne audycje komitetów wyborczych. Związane to było zarówno z lepszą porą emisji audycji własnych, jak i zapewne z atrakcyjniejszą dla widzów ich formułą.

Największą średnią widownię spośród wyemitowanych audycji własnych poświęconych tematyce wyborów parlamentarnych zgromadziła audycja „Pod lupą”. Oglądało ją średnio 2,4 mln osób.

Kolejną pod względem wielkości widowni był cykl audycji „Wybory Polaków”, tj., jak wskazywano wcześniej, debaty tematyczne dotyczące najważniejszych problemów społecznych, takich jak bezpieczeństwo, ochrona zdrowia, edukacja, bezrobocie itp. Audycje tego cyklu oglądało średnio 2,2 mln Polaków. Największą widownię miała ostatnia przedwyborcza debata poświęcona naprawie państwa (23.09), którą nadano w czasie najlepszej oglądalności (godz. 20.20; pozostałe debaty po godz. 22-ej). Obejrzało ją prawie 4 mln widzów. Drugą w kolejności pod względem wielkości widowni była debata na temat bezrobocia (15.09), którą obejrzało 2, 4 mln widzów. Pozostałe audycje cyklu zgromadziły widownię poniżej 2 mln. Szczegółowe dane przedstawiono w załączonym wykresie.

Cykl „W imieniu obywatela”, nadawany w TVP 2, oglądało średnio 1,2 miliona widzów. Największą widownię (1,5 mln widzów) zgromadziło ostatnie wydanie przed wyborami (19 września), z udziałem liderów Samoobrony oraz PSL. Nieco mniej widzów (1,3 mln) zgromadziła audycja z udziałem polityków SLD oraz PiS. Najmniejszą widownię miały wydania z udziałem polityków SDPL i PO oraz LPR i PD (wykres w załączeniu).

Taką samą widownię zgromadził cykl „Misja specjalna”, poświęcony kulisom prowadzenia kampanii przez największe sztaby wyborcze oraz przebiegowi i wynikom prawyborów. Oglądało go średnio 1,2 miliona widzów.

Wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” w TVP 1 oglądało średnio 1,1 mln widzów. Największą widownię zgromadziły 3 wydania: z udziałem Donalda Tuska - 1,8 mln widzów; Marka Borowskiego, Marka Siwca i Kazimierza Kutza – 1,5 mln oraz z udziałem Lecha Kaczyńskiego - 1,3 mln. Pozostałe wydania audycji miały widownię w przedziałach ok. 700 tys.- 1,1 mln.

Audycje własne TVP nadane w ramach I i II tury kampanii prezydenckiej zgromadziły większą widownię niż audycje poświęcone wyborom parlamentarnym.

Audycja „Pod lupą”, kontynuowana w trakcie kampanii prezydenckiej, miała średnio 2,7 mln widzów. Wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” oglądało w kampanii prezydenckiej średnio 1,5 mln widzów.

Największą widownię w całej kampanii zgromadziły prezydenckie debaty wyborcze. Cykl „Prezydent dla Polski” w TVP 1 oglądało średnio 3,2 mln widzów, przy czym ostatnie wydania tej audycji przed głosowaniem w I jak i II turze (6,7 i 21 października 2005 roku) zgromadziły od 4 do 5 mln osób.

Cykl „Wybory prezydenta” w TVP 2 oglądało średnio 1,3 mln osób.

Analiza widowni audycji własnych TVP poświęconych wyborom pokazała, że zainteresowanie kampanią - zarówno parlamentarną jak i prezydencką - mierzone liczbą

widzów, było wyraźnie zróżnicowane w zależności od wieku i wykształcenia widzów, a także - choć w mniejszym stopniu - zróżnicowana ze względu na płeć.

Audycje te były oglądane najczęściej przez widzów w wieku dojrzałym (powyżej 40 roku życia) i starszych. Cezurę stanowił wiek 40 lat. Wśród młodzieży (16 - 20 lat) oraz ludzi młodych (20- i 30- latków) zainteresowanie kampanią było znacznie mniejsze. Osoby te oglądały audycje wyborcze mało licznie i były generalnie niedoreprezentowane wśród widzów.

Zainteresowanie kampanią wzrastało także wraz z wykształceniem widzów. Osoby z wykształceniem średnim i wyższym oglądały audycje wyborcze zdecydowanie częściej niż niższe wykształcenia.

Bardziej zainteresowane kampanią były także - jak wynika z analizy wielkości widowni - kobiety niż mężczyźni. Oglądały one stosunkowo liczniej niż mężczyźni wszystkie audycje wyborcze. Jedynie wyborcze wydania audycji „Prosto w oczy” były oglądane stosunkowo częściej przez mężczyzn niż przez kobiety.

Zróżnicowanie widowni zależało także od miejsca od zamieszkania. Mieszkańcy wsi oglądali audycje wyborcze zdecydowanie mniej licznie niż mieszkańcy miast. Natomiast wielkość miasta nie różnicowała widowni. Zarówno w miastach mniejszych (do 100 tys.) jak i większych (powyżej 100 tys.) średnia wielkość widowni była podobna.

Obok telewizji publicznej, także nadawcy koncesjonowani nadawali - w ramach istniejących wcześniej stałych cykli publicystycznych - audycje poświęcone wyborom. Zyskały one także znaczną widownię, choć, należy dodać, na ogół mniejszą niż audycje nadawane w porównywalnej porze w TVP.

Audycję „**Co z tą Polską**” w **TV Polsat** oglądało w okresie kampanii parlamentarnej średnio 2 mln widzów, w czasie kampanii prezydenckiej - nieco więcej, tj. średnio 2,2 mln osób. Największą widownię w czasie trwania kampanii parlamentarnej zgromadziły audycje z udziałem Donalda Tuska i Włodzimierza Cimoszewicza (8 września) oraz z udziałem Lecha Kaczyńskiego (22 września) - każdą z nich obejrzało 2,4 mln widzów. W czasie trwania kampanii prezydenckiej najwięcej widzów zyskały nadane dwukrotnie (26 września i 13 października) audycje z udziałem dwóch prowadzących w sondażach kandydatów na prezydenta: Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego - 2,5 mln i 2,9 mln widzów.

W programie **TVN** problematyka wyborcza przedstawiana była w stałym cyklu pn. „**Teraz my**”. W okresie kampanii parlamentarnej wyemitowano dwa czterdziestominutowe wydania tej audycji, z udziałem Jana Rokity i Jarosława Kaczyńskiego oraz Andrzeja Leppera i Wojciecha Olejniczaka. Widownia obu wydań była podobnej wielkości - wyniosła 1,4 - 1,5 mln osób. W trakcie kampanii prezydenckiej widownia tej audycji wzrosła - oglądało ją średnio 1,7 mln widzów.

Wyborom poświęcone były także, w okresie kampanii prezydenckiej, dwie debaty z udziałem kandydatów: Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego. Zgromadziły one stosunkowo najwięcej widzów - 3,6 mln osób.

Podobnie jak audycje wyborcze nadawane w telewizji publicznej, także i w telewizjach komercyjnych audycje poświęcone wyborom oglądali przede wszystkim, tj. znacznie częściej niż inni, widzowie z wykształceniem średnim i wyższym oraz widzowie

powyżej 40 roku życia. W tym ostatnim przypadku wyjątek stanowi audycja TVN „Teraz my”, która przyciągnęła nieco młodszą widownię niż inne audycje, tj. także trzydziestolatków.

Podsumowując, analiza wielkości widowni obu kampanii wyborczych w telewizji publicznej pokazuje, że większym zainteresowaniem widzów cieszyły się audycje poświęcone kampanii prezydenckiej. Z przedstawionej analizy wynika też kilka ważnych wniosków:

1. Obligatoryjne audycje komitetów wyborczych trafiają do bardzo niewielkiej tylko części potencjalnej widowni telewizyjnej. Zasięg ich odbioru jest ograniczony. Wydaje się, że główną przyczyną tego stanu rzeczy jest niekorzystna pora ich emisji. Nadawane były generalnie w pierwszej części dnia. Ta pora emisji nie pozwalała na obejrzenie tych audycji przez osoby aktywne zawodowo i uczące się. Miały one małe szanse aby zapoznać się z bezpośrednią prezentacją programów przez komitety wyborcze. Drugą przyczyną małej widowni audycji komitetów wyborczych może być także formuła tych audycji, niezbyt, jak można sądzić, atrakcyjna dla odbiorców. Audycje te, o krótkim czasie trwania, a więc nie dające szansy na szersze przedstawienie programu, budowane były często statycznie i niejednokrotnie niewiele się różniły od płatnych ogłoszeń wyborczych.
2. Niezwykle ważna jest obserwacja, że audycje poświęcone wyborom generalnie w małym stopniu dotarły do młodszej części społeczeństwa, tj. do osób poniżej 40 roku życia. Wyniki analiz widowni powinny być sygnałem dla nadawców, że wśród tworzonych przez nich audycji wyborczych powinny się znaleźć także audycje adresowane specjalnie do osób młodych, przedstawiające problematykę wyborczą z ich perspektywy i uwzględniającą ich doświadczenia i potrzeby.

5. Wybory’2005 do Parlamentu i na Urząd Prezydenta RP - emisja nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych oraz czas wystąpień polityków w audycjach własnych publicznego radia i telewizji

Krajowa Rada sprawdzała na podstawie sprawozdań TVP SA i PR SA czy nadawcy publiczni wywiązali się z obowiązku emisji nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych w kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu RP, a także na urząd Prezydenta RP. Prześledzono także nadesłane przez tych nadawców wykazy i zestawienia czasu wypowiedzi polityków w audycjach własnych – informacyjnych i publicystycznych - nadanych w trakcie trwania kampanii wyborczej.

W telewizyjnych i radiowych audycjach informacyjnych do czasu wystąpień polityków nadawcy zaliczyli wyłącznie wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów (tzw. setki), oraz cytowane ich wypowiedzi przez dziennikarzy. Natomiast w audycjach publicystycznych czas wystąpień polityków obliczano po odjęciu czasu nadania własnych materiałów redakcyjnych nadawców. W audycjach z udziałem kilku osób za czas wystąpień polityków nadawcy przyjęli czas trwania audycji dzielony przez liczbę uczestników.

TELEWIZJA POLSKA S A

KAMPANIA PARLAMENTARNA

W obu programach telewizji publicznej (TVP 1 i TVP 2) na **nieodpłatne audycje** przygotowane przez 13 komitetów wyborczych w ramach kampanii do Sejmu i Senatu przeznaczono: dla 9 partii biorących udział w kampanii wyborczej do obu Izb - po 1 godzinie 22 minuty czasu antenowego, a dla 4 uczestniczących tylko w kampanii wyborczej do Sejmu (Ruchu Patriotycznego, Platformy Jana Korwina Mikke, Polskiej Partii Pracy i Ogólnopolskiej Koalicji Obywatelskiej) nieco powyżej 55 minut.

Większość komitetów wyborczych czas ten w pełni wykorzystała. Wyjątkiem były komitety Ogólnopolskiej Koalicji Obywatelskiej (nie wykorzystał 70% przyznanego mu czasu antenowego), Polskiej Partii Narodowej (nie wykorzystał 4 minut) oraz Ruchu Patriotycznego i Sojuszu Lewicy Demokratycznej (nie wykorzystali po kilka sekund).

We własnych audycjach informacyjnych i publicystycznych związanych z kampanią parlamentarną najwięcej czasu poświęcono dwóm głównym ugrupowaniom politycznym w tych wyborach parlamentarnych PO oraz PiS.

W audycjach informacyjnych przedstawiciele PO oraz PiS wypowiadali się po ok. 40 minut, co łącznie stanowiło ponad połowę (54%) wypowiedzi reprezentantów wszystkich prezentowanych partii. Daleko za nimi znalazły się inne ugrupowania polityczne: Samoobrona (14 min.), SDPL (niespełna 14 min.), LPR (11 min.), SLD (ok. 10 min.), PD - demokraci.pl (7 min.), PSL (6 min.) i Ruch Patriotyczny (2 min.). Obecność przedstawicieli pozostałych ugrupowań i partii w audycjach informacyjnych była właściwie niewidoczna.

Podobnie było w audycjach publicystycznych. Przedstawiciele PO oraz PiS mogli najszerzej i najdłużej prezentować swoje programy również w audycjach publicystycznych. Wypowiedzi przedstawicieli PO zajęły 1 godzinę i 50 minut, a PiS o pół godziny mniej. Po 1 godzinie przypadło SDPL i SLD. Krócej wypowiadali się przedstawiciele LPR, Samoobrony, PSL i PD - demokratów.pl (po około pół godziny) Najmniej było wypowiedzi przedstawicieli Ruchu Patriotycznego, PPN, Platformy JKM - zajęły one od kilku minut do kilkunastu sekund. W audycjach tych nie występował w ogóle Komitet Wyborczy OKO.

Łącznie w audycjach informacyjnych i publicystycznych najwięcej czasu zajęli politycy partii wiodących w sondażach przedwyborczych, a więc PO (2 godz. 30 min.) i PiS (2 godz. 26 min.). W następnej kolejności byli przedstawiciele partii lewicowych: SLD (1 godz. 52 min), SDPL (1 godz. 17 min.). Wypowiedzi reprezentantów kolejnych partii nie przekraczały 1 godziny: LPR (52 min.) i Samoobrony (50 min.). Reprezentantom PSL udostępniono w tych audycjach 40 min. czasu, a PD - demokraci.pl – 35 min. Pozostałe partie i ugrupowania startujące w wyborach parlamentarnych miały kilkuminutowe sekwencje (Platforma JKM, PPN) lub w ogóle nie były obecne.

Jeśli wziąć pod uwagę tylko dwie partie prowadzące w sondażach przedwyborczych, oba programy telewizji polskiej zachowały równe proporcje czasu w audycjach informacyjnych, natomiast w audycjach publicystycznych wypowiedzi przedstawicieli komitetu PO zajęły więcej czasu (o 30 min.) niż PiS.

KAMPANIA PREZYDENCKA

W kampanii wyborczej na urząd Prezydenta RP w dwóch ogólnopolskich programach - TVP 1 i TVP 2 - na każdego z trzynastu kandydatów w **I turze wyborów** przypadało po 90 minut. W II turze natomiast czas ten był dłuższy, po 2 godziny 30 minut dla każdego z kandydatów (po połowie w każdym z tych programów).

W pierwszej turze przyznanego bezpłatnego czasu antenowego nie wykorzystał w pełni żaden komitet wyborczy. Najskromniejszą telewizyjną kampanię wyborczą prowadził sztab Henryki Bochniarz, wykorzystując zaledwie 40% przyznanego czasu. Nie w pełni zagospodarowały swój czas sztaby: Macieja Giertycha, który w trakcie kampanii wycofał swoją kandydaturę (pozostało 12 minut), Leszka Bubla (8 minut), Marka Borowskiego i Jarosława Kalinowskiego (po około 5 minut) oraz Adama Słomki i Stanisława Tymińskiego (po ok. 4 minuty). Swojego czasu nie wykorzystały w pełni również sztaby Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska (po około 3 minuty).

Natomiast w drugiej turze wyborów Lech Kaczyński nie wykorzystał 20 minut bezpłatnego czasu antenowego przysługującego mu w ogólnopolskich programach (10 min. w TVP 1 i 10 min. w TVP 2). Drugi z kandydatów Donald Tusk wykorzystał przyznany mu czas w całości.

Podobnie jak w wyborach parlamentarnych, telewizja publiczna i w tej kampanii nadawała wypowiedzi kandydatów i przedstawicieli komitetów wyborczych we własnych audycjach informacyjnych i publicystycznych.

W czasie pierwszej tury wyborów zarówno audycje informacyjne jak i publicystyczne zdominowane były przez wypowiedzi dwóch kandydatów Donalda Tuska i Lecha Kaczyńskiego oraz przedstawicieli ich sztabów. W obu programach telewizji publicznej wypowiedzi pierwszego z kandydatów zajęły 2 godziny 50 minut, a drugiego – 2 godziny 75 minut. Czasy wystąpień pozostałych kandydatów i ich komitetów były znacznie krótsze: Marek Borowski (52 minuty), Andrzej Lepper (37 minut), pozostali występowali po kilkanaście minut.

W drugiej turze wyborów więcej czasu zajęły wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego sztabu, mniej natomiast drugiego z kandydatów - Lecha Kaczyńskiego (audycje publicystyczne - 4 minuty więcej, audycje informacyjne - 13 minut). Ponadto, o ile w audycjach publicystycznych znaleźli się przedstawiciele wszystkich komitetów wyborczych, ale w audycjach informacyjnych nie było wystąpień przedstawicieli komitetów Stanisława Tymińskiego i Janusza Korwina-Mikke.

POLSKIE RADIO SA

KAMPANIA PARLAMENTARNA

W programach Polskiego Radia SA – w pierwszym, drugim i trzecim oraz w Radio Bis każdy z trzynastu komitetów wyborczych otrzymał po 1 godzinie 55 minut bezpłatnego czasu antenowego w wyborach do Sejmu i po 53 minuty do Senatu. **Wszystkie komitety wykorzystały przyznany im czas w całości.**

Politycy i przedstawiciele komitetów wyborczych wypowiadali się także we własnych audycjach informacyjnych oraz w audycjach publicystycznych.

W audycjach informacyjnych Polskiego Radia czas udostępniony przedstawicielom partii i ugrupowań startujących w wyborach wyniósł 1 godzinę i 25 minut - najwięcej w

programie trzecim (ponad 40 min) i w programie pierwszym (pół godziny). W programach 1, 2 i 3 najdłużej wypowiadali się przedstawiciele PO (21 min.), wyprzedzając o 5 minut polityków PiS.

Program 3 PR skupiał się głównie na trzech partiach – wspomnianych już PO (12 min.) i PiS (prawie 10 min.) oraz na SDPL (6 min.). Następne w kolejności były LPR i SLD (po 4 min.), Ruch Patriotyczny (3 min.) Wypowiedzi przedstawicieli pozostałych partii i ugrupowań w tym programie miały charakter bardzo krótkich sekwencji.

Inaczej rozłożyły się tzw. czasy polityków w programie pierwszym. Tu ten sam wymiar czasowy, po 5 minut, miały trzy ugrupowania: PO, SLD i PSL, a tuż za nimi, z nieco ponad 4 minutami – PiS. Po 2 minuty przypadły reprezentantom LPR, Samoobrony, Ruchu Patriotycznego, a 1 minuta – PD – demokraci.pl. O pozostałych partiach i ugrupowaniach nie informowano.

Odmienne wyglądał udział przedstawicieli komitetów wyborczych i polityków w audycjach publicystycznych, w których mogli się oni wypowiadać w trzech programach (oprócz Programu 2, w którym nie podnoszono tematyki wyborczej) przez 6 godzin 35 minut. Łącznie w tych trzech programach najwięcej czasu, bo po 45 minut, uzyskały 3 komitety wyborcze: SLD, LPR i Samoobrona. Po około pół godziny przypadło przedstawicielom: PO, PiS-u, PSL, PD - demokraci.pl, Platformie JKM oraz SDPL. W programach tych były prezentowane wypowiedzi wszystkich ugrupowań. Idealnie równy czas był zachowany w Radiu Bis, gdzie przedstawiciele wszystkich ugrupowań zajęli po 6 minut czasu antenowego (oprócz PO, którego reprezentant nie przybył na spotkanie). W programie trzecim czas wystąpień poszczególnych reprezentantów wynosił: 15 minut - PO, SLD, LPR, Ruch Patriotyczny, Samoobrona, OKO i platforma JKM; 10 minut - PiS, PD - demokraci.pl i PPN oraz 5 minut - SDPL, PSL i PPPracy.

Najbardziej zróżnicowane były czasy wystąpień polityków w programie 1, w którym najwięcej czasu (po 24 minuty) zajęli przedstawiciele 3 partii: SLD, LPR i Samoobrona oraz PSL (21 minut). Czas wystąpień pozostałych ugrupowań był krótszy i wahał się od 16 minut (SDPL, demokraci.pl) poprzez 14 minut (PO, PiS) do poniżej 10 minut (Platforma JKM, PPN, OKO, PPPracy). Nie występowali natomiast przedstawiciele Ruchu Patriotycznego.

Łącznie w audycjach informacyjnych i publicystycznych Polskiego Radia najwięcej czasu zajęły wypowiedzi polityków: SLD (56 min.), LPR (53 min), PO (49 min.) i PiS (48 min.). W następnej kolejności były: PSL (39 min.), PD – demokraci.pl (36 min.) i SDPL (35 min.). Wypowiedzi kolejnych ugrupowań startujących w wyborach wyniosły: Platformy JKM (31 min.), Ruchu Patriotycznego (25 min.), PPN (23 min.), OKO (22 min.) i PPPracy (14 min.).

KAMPANIA PREZYDENCKA

W ogólnopolskich programach radiowych (1, 2, 3, Radio Bis) każdemu z kandydatów w pierwszej turze przyznano po 2 godziny 9 minut bezpłatnych audycji wyborczych. Czas ten został w całości wykorzystany przez wszystkie sztaby wyborcze.

Natomiast w drugiej turze na wypowiedzi dwóch kandydatów lub ich przedstawicieli przeznaczono po 3 godziny 16 minut. Nadano ich jednak mniej, bowiem każdy z kandydatów nie wykorzystał po 10 minut przysługującego czasu.

W programie 1, 2 i 3 Polskiego Radia nadawano wypowiedzi polityków i przedstawicieli komitetów wyborczych w ramach audycji informacyjnych. Zajęły one w sumie 1 godzinę 30 minut, z czego połowę wyemitowano w programie trzecim. We

wszystkich trzech programach najczęściej emitowano głównie wypowiedzi Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska (90% wszystkich wypowiedzi). W ogóle nie byli prezentowani: Leszek Bubel, Iłasz Liwiusz, Jan Pyszko, Adam Słomka.

W wyborczych audycjach publicystycznych nadawanych w programie trzecim i pierwszym występowali wszyscy kandydaci lub ich komitety (z wyjątkiem Stanisława Tymińskiego w programie 3). Wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego sztabu zajęły najwięcej czasu: 2 godziny 7 minut, to jest o 17 minut więcej niż Lecha Kaczyńskiego. Znacząco również zaistniał sztab Andrzeja Leppera, który znalazł się jako trzeci jeśli chodzi o czas antenowy (1 godzina 23 minuty). W audycjach publicystycznych prezentowane były programy wyborcze i wypowiedzi polityków nieobecnych w audycjach informatycznych: Adama Słomki, Jana Pyszka, Liwiusza Iłasza, bądź tych którzy ledwo tam zaistnieli, jak: Henryka Bochniarz lub Janusz Korwin-Mikke.

W pierwszej turze wyborów dwaj najważniejsi kandydaci na urząd prezydenta mieli do dyspozycji prawie ten sam czas w audycjach informacyjnych. Natomiast w audycjach publicystycznych większe preferencje zyskiwał Donald Tusk.

Podczas drugiej tury wyborów więcej czasu zarówno w audycjach informacyjnych jak i publicystycznych zajęły wypowiedzi Donalda Tuska i przedstawicieli jego komitetu wyborczego. Na łączny czas 5 godzin 49 minut wypowiedzi, 55% przypadło właśnie kandydatowi Platformy Obywatelskiej.

6. Sposoby prezentacji dzieł kultury i sztuki oraz ich twórców w programie TVP KULTURA (na podstawie monitoringu dziesięciu dni programu)

W 2005 roku. KRRiT analizowała zawartość uruchomionego w kwietniu 2005 roku programu *TVP Kultura*. Badania te przeprowadzono pod kątem realizacji przez nadawcę zapisów koncesyjnych w zakresie programu. Analizowano sposoby popularyzacji i upowszechniania różnych dziedzin kultury i sztuki, sposoby edukowania w zakresie znajomości dzieł kultury i umiejętności ich odbioru oraz prezentację polskiego dorobku kulturalnego i europejskiej różnorodności kulturowej. Monitoringiem objęto dziesięciodniową próbę programu wyemitowanego w maju 2005 r.

Dobowy czas nadawania *TVP Kultura* był zgodny z zapisami koncesyjnymi, bowiem program był nadawany codziennie, w dni powszednie przez 12 godzin na dobę (od godz. 13.00 do 01.00), a w soboty i niedziele – 16 godzin (od godz. 09.00 do 01.00).

Wszystkie wyemitowane audycje realizowały wyspecjalizowany charakter programu. Program budowany był z codziennie zmieniających się pasm tematycznych. W poniedziałek – była to literatura, we wtorek – teatr, w środę – cywilizacja lub nauka lub sztuki piękne, w czwartki – muzyka, w piątki – film. Sobota to szeroko pojęte „korzenie kultury”, a niedziela to spotkanie z wybitnym twórcą. W literacki poniedziałek przypomniano sylwetki i twórczość Andrzeja Kuśniewicza i Stanisława Jerzego Leca. W teatralny wtorek prezentowano wszechstronną działalność reżysera teatralnego Krystiana Lupy. Realizując temat cywilizacja, podjęto próbę rozliczenia się z cenzurą PRL. Czwartkową muzykę zapełniły wokalistki jazzowe. Gościem piątkowego filmu był mieszkający w Polsce, wenezuelski reżyser młodego pokolenia Franco de Pena. Sięgając do korzeni kultury, pokazano tzw. „pokolenie nic” oraz Warszawę jako melanz różnych kultur i obyczajów. Dwie niedziele zarezerwowano dla: reżysera Andrzeja Kondratiuka i poetki Julii Hartwig.

Popularyzacji współczesnych trendów w polskiej literaturze i sztuce oraz europejskich sztukach medialnych, a także edukacji w zakresie znajomości dzieł kultury i sztuki oraz umiejętności ich odbioru służył nadawany codziennie dwugodzinny blok programowy, zwany *Strefa Alternatywna*. W bloku tym prezentowano kulturę niszową, alternatywną, twórczość współczesnych pisarzy i poetów oraz podejmowano trudne kwestie społeczne. Stałymi pozycjami tego bloku były: cykl poetyckich impresji *Wierszem*, w którym młodzi poeci (Aneta Kamińska, Piotr Macierzyński, Marta Eloy Cichocka, Anna Agata Tomaszewska, Marcin Cecko, Katarzyna Hagmajer, Maria Cyranowicz, Jaś Kapela) recytowali swoje wiersze oraz *Głośnie czytanie* – autorska prezentacja fragmentów prozy czytanej przez autorów w domowym zaciszu (Michał Witkowski, Mariusz Sieniewicz, Marek Soból) i telewizyjna adaptacja polskiego komiksu (Dennis Wojda *Tabula rasa*, Jacek Fraś *Glinno*) pt. *Komix*. Były to propozycje programowe, których nie ma w żadnym programie telewizyjnym. Szczególnie interesująco wyglądała prezentacja komiksów (po 7 odcinków z każdego tytułu), gdzie wypreparowanym kadrom rysunkowych fantazji zamiast tradycyjnego „dymka” towarzyszył podłożony głos aktorów i elektroniczna muzyka. W alternatywnej strefie prezentowano sztukę video i nowych mediów (relacja z 11 Międzynarodowego Biennale Sztuki Mediów WRO 2005), twórczość holenderskiego artysty z grupy Park 4 TV – Alberto de Michele oraz nadano nagrany przez *TVP Kultura* koncert Zespołu *Orange the Juice* i będące połączeniem teatru absurdu z jazz rockiem widowisko *Dada Cowboy* w wykonaniu związanej z wrocławskim undergroundem muzycznym, plastycznym i teatralnym grupy *Karbido*.

Jak widać w omawianej dekadzie penetrowano dość szeroko obszary współczesnej kultury i sztuki, w tym też i awangardowej. Tym samym osiągnęto zapisany w koncesji jeden z głównych celów, a mianowicie popularyzowanie i upowszechnianie różnych dziedzin kultury i sztuki.

W programie przekazywano codziennie bieżące informacje o krajowych i zagranicznych wydarzeniach kulturalnych. Było to 15-minutowe nadawane o godz. 20.00 i powtarzane następnego dnia na początek programu *Studio Kultura – Informacje*. Audycja miała charakter wielotematyczny i nie ograniczała się tylko do omówienia wydarzeń z Warszawy. Obok informacji o wydarzeniach kulturalnych dużej rangi, dostrzegano w nich i mniejsze, jak np. kongres poświęcony twórczości St. Lema w Krakowie, eksperymentalny spektakl wystawiony we wrocławskiej synagodze *Rytuał trzeci – zagłada i nowoczesność*, powstanie grupy obrony wolności artystycznej. Mocnym punktem *Studia Kultura – Informacje* był *Afisz* – informacje o wartych obejrzenia premierach filmowych i teatralnych, wystawach lub polecanych książkach.

Drugą sztandarową audycją programu były związane z tematem dnia 40-minutowe debaty, nadawane codziennie tuż po serwisie informacyjnym *Studio Kultura – Rozmowy*. Uczestniczyli w nich, pochodzący z różnych miast, rozmówcy (od czterech do sześciu osób) o różnych doświadczeniach zawodowych i poglądach estetycznych. Ich dobór podporządkowany był tematowi dnia. I tak, kiedy tematem były *Kobiety jazzu*, oprócz krytyków muzycznych (Tomasz Szachowski, Bartek Chaciński) dyskutowały znane polskie wokalistki jazzowe: Krystyna Prońko i Grażyna Auguścik. O *pokoleniu nic* mówili reżyserzy opisujący kamerą to pokolenie (Maria Zmarz-Koczanowicz, Piotr Szczepański, Leszek Dawid) i główny przedstawiciel tego pokolenia, współautor tekstów zespołu *Cool Kids of Death* – Krzysztof Ostrowski. Szczególnie trafny był dobór, co czyniło dyskusję wartką i interesującą, do tematu *Cenzura*. Uczestniczyły bowiem w niej osoby, które miały do czynienia z cenzurą (Anda Rottenberg i Manuela Gretkowska) oraz reżyserzy filmowi, których filmy były mocno ocenzone przez urząd cenzorski PRL – Ryszard Bugajski, Krzysztof Magowski, a także Marek Nowakowski, pisarz szczególnie nie lubiany przez

urzędników cenzury. W *Studio Kultura* byli także goście zagraniczni, jak: ukraiński poeta Serhij Żadan, pochodzący z Wenezueli reżyser Franco de Pena, czy pochodzący z Kamerunu pisarz i poeta Simon Mol. W sumie, w 12 wydaniach *Rozmów* gościło prawie 50 krytyków, naukowców, pisarzy, reżyserów.

Nadany (a mający się ukazywać dwa razy w miesiącu) magazyn literacki *Lepsze książki* jest kontynuacją emitowanej do 2004 r. w nowej formule w TVP1 audycji *Dobre książki*. Ta nowa formuła polegała na tym, że czwórka krytyków spotyka się z dwójką pisarzy, których książki właśnie ukazały się na rynku i w ich obecności dokonują analizy dzieł i prowadzą z autorami dyskusję. W oglądanym magazynie krytykami byli: Kinga Dunin, Katarzyna Zimmerer, Sławomir Sierakowski, a autorkami: Maria Janion oraz Dorota Masłowska.

W niedzielne popołudnia nadawano półgodzinny *Tygodnik Kulturalny*, zawierający informacje, prezentacje i komentarze do najważniejszych wydarzeń kulturalnych w kraju i na świecie. Prezentowane w nim tematy można pogrupować na: sztuki piękne, film, teatr, literatura i muzyka.

Publicystykę kulturalną uzupełniały: krótkie rozmowy prowadzących z bohaterami tematów dnia, archiwalne *Rozmowy na koniec wieku*, omówienia 11 Międzynarodowego Biennale Sztuki Mediów oraz magazyny *Video Art* i *Komix*.

Obok bloków głównych, takich jak dni tematyczne oraz omówione wyżej *Strefa Alternatywna*, informacje i publicystyka kulturalna, nadawane były, choć niesystematycznie (tzn. nie w każdy dzień) dwa inne cykle tematyczne: *Sztuka współczesna* i *Po piętnastu latach*. Budowano je z filmów dokumentalnych, najczęściej biograficznych. W ramach prezentacji współczesnej sztuki polskiej, w prawie godzinny filmie dokumentalnym Heleny Włodarczyk, przybliżono osobowość i twórczość Leona Tarasewicza. Pokazano także trzyczęściowy dokument Stanisława Kubiaka poświęcony życiu i twórczości Jerzego Nowosielskiego.

Cykl *Po piętnastu latach* był dokumentem polskiej rzeczywistości lat 90. – z naciskiem na politykę i zagadnienia społeczne. W omawianym okresie pokazano dwa filmy opisujące współczesną historię Polski. Jednym z nich był film specjalizujący się w tematyce społecznej dokumentalistki Ewy Borzęckiej zatytułowany *Arizona*, a drugim „rozmowa – rzeka” Teresy Torańskiej z Karolem Modzelewskim.

Istotne miejsce w programie TVP Kultura zajmowała muzyka poważna, jazz i muzyka alternatywna. Muzyka poważna i jazzowa prezentowana była poprzez zarejestrowane wcześniej koncerty, zaś alternatywna emitowana była często z twórczego przez realizatorów specjalnego studia (poza studiem telewizyjnym lub salą koncertową). W sposób interesujący popularyzowano muzykę klasyczną, poprzez emisję cyklu *Współczesne inspiracje*, w ramach którego nadano: utrwalony w 1990 r. w Filharmonii Wiedeńskiej pod batutą Leonarda Bernsteina V koncert fortepianowy es-dur Ludwiga van Beethovena w wykonaniu Krystiana Zimmermana, oraz inny koncert tego samego artysty - nagrany w studio telewizyjnym w 1988 roku cztery ballady Fryderyka Chopina. Zaprezentowano także zarejestrowane na III Festiwalu Muzycznym Polskiego Radia (1999 roku) improwizacje jazzowe na tematy chopinowskie w wykonaniu Leszka Możdżera. Ponadto wyemitowano zarejestrowany w 1997 roku koncert fortepianowy Wojciecha Kilara w ramach występu Wielkiej Orkiestry Polskiego Radia oraz pochodzący z 1985 roku koncert Orkiestry Barokowej „Concerto Avenna”, która wykonała utwory XVII-wiecznego kompozytora Andrzeja Jarzębskiego.

Także w przypadku muzyki jazzowej pokazano znanych i uznanych wykonawców i wokalistki jazzowe. Nadano więc pochodzący z 1995 roku koncert zespołu czerpiącego

inspiracje jazzowe z muzyki klasycznej *Modern Jazz Quartet*, zarejestrowany podczas V Letniego Festiwalu Jazzowego w Krakowie w 2000 roku, zawierający ciekawe interpretacje jazzowe polskich piosenek jazzowych, koncert Urszuli Dudziak i Grażyny Auguścik, zarejestrowany podczas Jazz Jamboree w 1997 roku koncert Ewy Bem poświęcony pamięci Elli Fitzgerald i utrwalony w 1994 roku koncert poświęcony pamięci Antoniego Carlosa Jobima z udziałem światowej sławy wokalistów jazzowych.

Muzyka undergroundowa i niszowa prezentowana była głównie w *Strefie Alternatywnej* w ramach cyklu *Poza kontrolą*. Były to: nagrany dla TVP Kultura w 2005 roku koncert zespołu *Orange the Juice* (muzyka alternatywna), występ grającego rock, hard core i muzykę alternatywną warszawskiego zespołu *Tlen*, zarejestrowany dla TVP Kultura koncert związanego z wrocławskim undergroundem muzycznym, plastycznym, teatralnym zespołu *Karbido* oraz także w ich wykonaniu widowisko *Dada cowboy*. Przypomniano również koncert katowickiego zespołu hip-hopowego *Kaliber 44* oraz nagrany przed ośmiu laty w krakowskim studio telewizyjnym koncert Kazika Staszewskiego.

W warstwie filmowej podstawę stanowiły filmy dokumentalne nadawane w ramach tzw. „dni tematycznych”, w cyklach *Po piętnastu latach*, *Sztuka Współczesna* oraz *Kino krótkich filmów*. W ciągu omawianych 10 dni zaprezentowano 40 tytułów dokumentalnych. Były to filmy podejmujące głównie problematykę społeczną, polityczną oraz dotyczące kultury i sztuki. W licznej grupie filmów poświęconych współczesnej rzeczywistości społecznej, socjalnej i kulturalnej, znalazły się, między innymi: *I nie opuszczę cię aż do śmierci*, *Dezterter*, *nie ma zagrożenia*, *Dziennik.pl*, *Młoda Polska*, *Generacja C.K.O.D*, *Tren na śmierć cenzora*, *Wielka ucieczka cenzora*, *Oczami cenzora*, *Arizona*, *Żołnierze bez imperium*, *Kresy*, *Ikar w spódnicy*, *Może to grzech, że się modlę*, *Moja Warszawa* i *Warszawa – spojrzenie ze Wschodu*, Karol Modzelewski.

Bogata była również oferta filmów poświęconych ludziom kultury i sztuki, jak np.: *Jerzy Nowosielski*, *Jan Lebenstein – dziennik samotnika*, *I jeszcze coś – Leon Tarasewicz*, *Pomnażanie życia – Andrzej Kuśniewicz*, *Moje książki – Andrzej Kuśniewicz*, *Stanisław Jerzy Lec*, *Labirynt Krystiana Lupy*, *Prorok w teatrze* (o Krystianie Lupie), *Fantom Hermeticum* (o jednej z najważniejszych instalacji artystycznej w Gdańsku), *Here to Life* (o Shirley Horn), *Porządek rzeczy* (o Julii Hartwig), *Scena Berlin* (o nowej muzyce elektronicznej w Berlinie).

Emitowano także filmy wyróżniające się odmienną formą (zbudowane według reguł dokumentu, a faktycznie opowieści poetyckie). Były to przede wszystkim: *Przyszłość złudzeń* i *Szepty wiatru* Franco de Pena, *Wszystko się może przytrafić* Marcela Łozińskiego, *Ogród barbarzyńcy: u Dorów* Piotra Załuskiego, *Pinokio – historia drewnianej lalki* Folco Quillici.

Większość z tych filmów otrzymywała nagrody na krajowych i zagranicznych festiwalach filmów krótkometrażowych. Ich reżyserami byli tak znani polscy dokumentaliści, jak: Maria Zmarz-Koczanowicz, Krzysztof Magowski, Marcel Łoziński, Piotr Załuski, Franco de Pena, Ewa Borzęcka i znani także z innej działalności realizatorzy filmów dokumentalnych, jak: Paweł Konnak - gdański scenarzysta i reżyser, poeta, barwna postać współczesnej kultury, Jerzy Kalina - jeden z pierwszych performerów w Polsce, Yach Paszkiewicz – „ojciec” polskiego wideoklipu, twórca Festiwalu wideoklipów *Yach Film*.

Jedną z najciekawszych propozycji programu *TVP Kultura* był film animowany. Ten gatunek filmowy, kojarzony najczęściej z filmami dla dzieci, w tym programie zyskał rangę ważnej dziedziny sztuki. Pokazane animacje ukazywały ten gatunek od klasyki po awangardę. Przypomniano zrealizowany w 1958 roku przez Jana Lenicę i Waleriana Borowczyka ich ostatni, zainspirowany francuską awangardą filmową, a zarazem stanowiący przełom w polskiej animacji, wspólny film animowany zatytułowany *Dom*. Pokazano także dwa wielokrotnie nagradzane filmy, kojarzącego się z największymi sukcesami animacji - Daniela

Szczechury: *Hobby* (1997 rok) i oparty na charakterystycznych rysunkach Stasysa Eidrigeviciusa film pt. *Dobranocka* (1968 rok). Filmom Daniela Szczechury towarzyszyły dwie animacje jego ucznia – Marka Serafińskiego, który jako jeden z nielicznych twórców animacji porusza problematykę społeczno-polityczną, nadając jej surrealistyczno-groteskową formę. W kręgu kameralnych opowieści połączonych z doskonałą techniką mieściły się zaprezentowane na motywach twórczości Fiodora Dostojewskiego filmy animowane Piotra Dumały: *Zbrodnia i kara* oraz *Łagodna*. Inny twórca, autor nadanego filmu animacyjnego o charakterze edukacyjnym *Zasłony*, Andrzej Barański w filmie w sposób oryginalny wykorzystał środki ikonograficzne, łącząc zdjęcia, rysunki i elementy właściwe plakatowi i komputerowej animacji. Podobnie postąpił inny reżyser i scenarzysta – Józef Piwkowski, który w prezentowanym filmie *Pierwszy film* pokazał jak w sposób udany artystycznie można połączyć film i fotografię, wydruki komputerowe z elektroniką najnowszej generacji. Pokazano także film jednego z czołowych przedstawicieli nurtu eksperymentalnego w polskim kinie animowanym – *Zdarzenie* Hieronima Neumanna, będące połączeniem filmu dokumentalnego z animacją oraz *Film animowany* uznanego scenarzysty i reżysera – Aleksandra Sroczyńskiego. Z kolei wyprodukowanemu w 1976 roku filmowi znanej reżyserki filmów animowanych dla dzieci (m.in. *Koziołka Matołka*) Zofii Oraczewskiej pt. *Z życia owadów, czyli lot trzmiela*, szczególnego uroku dodawała wspaniała muzyka Waldemara Kozaneckiego.

W mniejszym zakresie, ale za to o wysokich wartościach poznawczych i artystycznych były nadane filmy animowane dla dzieci: krótkie bajki Krzysztofa Kokoryna w cyklu *Fabryka bajek* oraz serial animowany *14 bajek z królestwa Lailonii*, zrealizowanych przez Marka Luzara według opowiadań Leszka Kołakowskiego *13 bajek z królestwa Lailonii dla dużych i małych dzieci oraz inne bajki*.

W omawianym okresie wyemitowano 10 tytułów pełnometrażowych filmów fabularnych. Ich dobór zależał od konkretnego tematu dnia.

Ciekawą propozycją były filmy młodych niezależnych twórców, nakręcone w 2003 roku: *Dotknij mnie* Anny Jadowskiej i Ewy Stankiewicz oraz *Miłość w miejskiej dżungli* Franco de Pena. Łączył je nowoczesny sposób opowiadania i drapieżność w ukazywaniu rzeczywistości. Film *Dotknij mnie* zdobył liczne nagrody na festiwalach w 2003 i 2004 roku w: Gdyni, Wrocławiu, Poznaniu i Złotą Kaczkę przyznaną przez miesięcznik *Film*. Z kolei pierwszy pełnometrażowy film mieszkającego w Polsce wenezuelskiego reżysera Franco de Pena, nie był wyświetlany w polskich kinach, znano go natomiast za granicą, gdzie otrzymał liczne nagrody, m.in. na festiwalach filmowych w Las Palmas, Huelva, na festiwalu Mar de Plata.

Twórcami pozostałych nadanych filmów byli wybitni polscy reżyserzy: Andrzej Wajda, Krzysztof Zanussi, Andrzej Kondratiuk, Janusz Majewski, Wojciech Marczewski, Mariusz Trelński. Przypomniano więc wielokrotnie już nadawane uprzednio w telewizji takie tytuły, jak: *Struktura kryształu* K. Zanussiego (refleksyjny dyskurs moralny o wyborze postaw życiowych), *Kronika wypadków miłosnych* A. Wajdy (ekranizacja powieści Tadeusza Konwickiego o tym samym tytule), *Łagodna* M. Trelńskiego (ekranizacja powieści Fiodora Dostojewskiego), *Wrzeczono czasu* A. Kondratiuka (swoisty pamiętnik autora „pisany kamerą”), *Lekcja martwego języka* J. Majewskiego (na motywach powieści Andrzeja Kuśniewicza pod tym samym tytułem), *Ucieczka z kina Wolność* W. Marczewskiego (wydarzenie artystyczne na FPFF w Gdyni w 1990 roku). Pokazany w ramach dnia tematycznego *Korzenie kultury* film Dariusza Gajewskiego *Warszawa*, był jego debiutem jako reżysera filmów fabularnych, i na tyle udany, że zdobył na FPFF w Gdyni w 2003 roku główną nagrodę Złote Lwy dla najlepszego filmu.

Z wyboru Andrzeja Kondratiuka nadano wpisaną do klasyki kina, czeską komedię *Kapryśne lato* Jiri Menzela.

Do prezentacji współczesnego polskiego teatru wybrano dwa przedstawienia, zajmujące szczególne miejsce w historii współczesnego teatru polskiego i europejskiego: zarejestrowane kilkadziesiąt lat temu przedstawienie *Umarła klasa* Tadeusza Kantora z 1976 roku i pochodzący z 1991 roku spektakl *Marzyciele* Krystiana Lupy. Zarejestrowana przez Andrzeja Wajdę *Umarła klasa* to najsłynniejszy spektakl Teatru Cricot 2, uważany za sztandarową pozycję późnego nurtu twórczości Kantora, tzw. „teatru śmierci”. Z kolei sztuka *Marzyciele* była ważnym etapem w twórczości Krystiana Lupy, udowadniającym, że z uważanego za niesceniczny dramat Roberta Musila można zrobić poruszającą umysły i serca sztukę o czworgu nieszczęśliwych, zawiedzionych przez los ludzi. Za wydarzenie można uznać nagranie w English National Opera w 1995 roku przedstawienia *Fairy Queen (Królowa Elfów)* Henry Purcella, w reżyserii Davida Pountney’a.

Ambitnym pozycjom programowym towarzyszyła oryginalna oprawa graficzna, opierająca się na zabawnych i sympatycznych animacjach z kotem, myszą i psem w rolach głównych, ilustrowana chwytliwym motywem muzycznym. Do tych nowatorskich sposobów promocji programu, polegających na zupełnie innym myśleniu o obrazie, nawiązuje także nadawany na zakończenie programu *Relaks*, kiedy to na ekranie ukazuje się nieruchomy obraz (np. konstrukcja warszawskiego mostu lub odbicie nieba w lustrze wody), a w tle słychać uspokajającą muzykę. Autorami oprawy programu byli m.in.: Mariusz Wilczyński, Piotr Młodożeniec, Witold Giersz, Daniel Szczechura i Jacek Fraś.

Podsumowując, można stwierdzić, że program *TVP Kultura* w pierwszym miesiącu jego nadawania przedstawiał się interesująco. Był to program adresowany do tzw. wymagającego widza, sprawnie poruszającego się w obszarze współczesnej kultury i cywilizacji. W badanym okresie przez studio przewinęła się elita polskiej kultury. W nadawanych codziennie debatach pokazano, że o kulturze można mówić w sposób interesujący i inspirujący widza. Ukazano sylwetki wybitnych polskich malarzy, pisarzy, reżyserów teatralnych. Nadano współczesne inspiracje utworów Fryderyka Chopina i Beethovena, a także koncerty słynnych polskich wokalistek jazzowych. Przybliżono także najnowsze trendy współczesnej sztuki intermedialnej. Ewenementem, niespotykanym w innych programach telewizyjnych, była niewątpliwie *Strefa Alternatywna*, w której ukazywano najnowsze nurty w literaturze, poezji, muzyce i sztukach medialnych.

Obok filmów dokumentujących wydarzenia kulturalne, pokazywano (w dyskusjach, wywiadach i informacjach kulturalnych) żywą stronę życia kulturalnego. Dawało to obraz wielokierunkowości prezentacji kultury i sztuki, ich korzeni i współczesnych nurtów, ich twórców i odtwórców oraz krytycznego spojrzenia na te zjawiska.

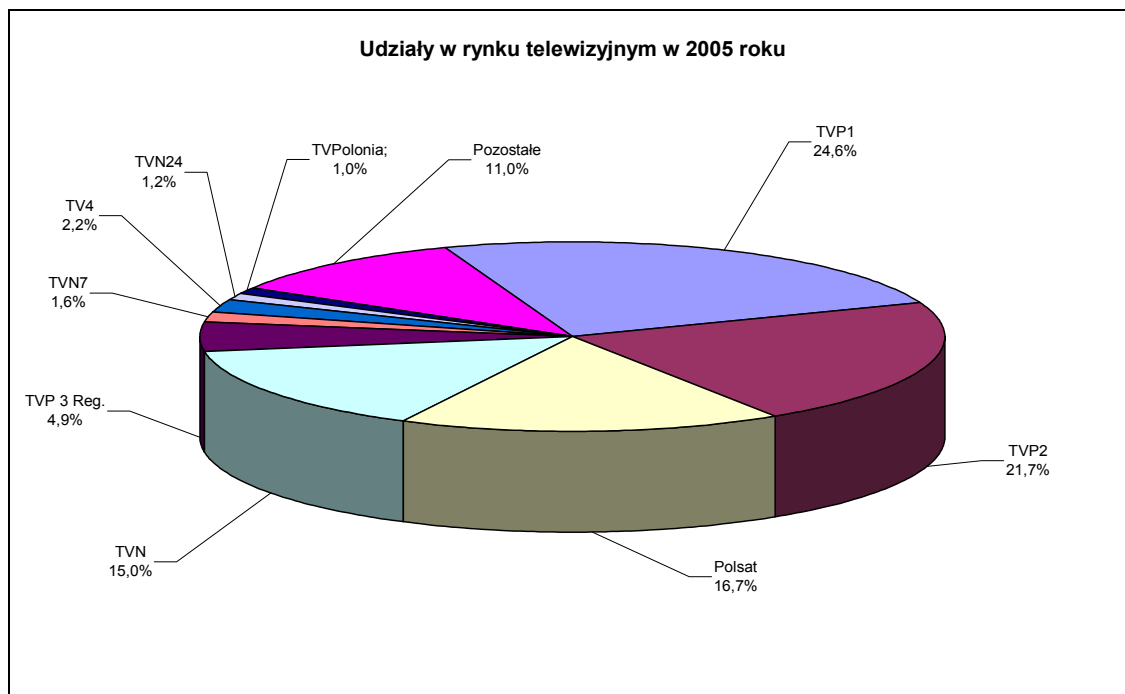
IV. WIDOWNIA TELEWIZYJNA I AUDYTORIUM RADIA

1. WIDOWNIA TELEWIZYJNA¹

W 2005 roku statystyczny Polak oglądał telewizję 4 godziny 1 minutę dziennie czyli o 5 minut dłużej niż przed rokiem.

Najchętniej oglądanym programem telewizyjnym w 2005 roku był nadal Program 1 TVP SA mimo nieco mniejszego udziału w widowni niż przed rokiem. Na drugim miejscu znalazł się Program 2 TVP SA, któremu widownia wzrosła w stosunku do roku 2004. Następne w kolejności były Polsat i TVN. Ich udziały również minimalnie wzrosły w stosunku do roku ubiegłego.

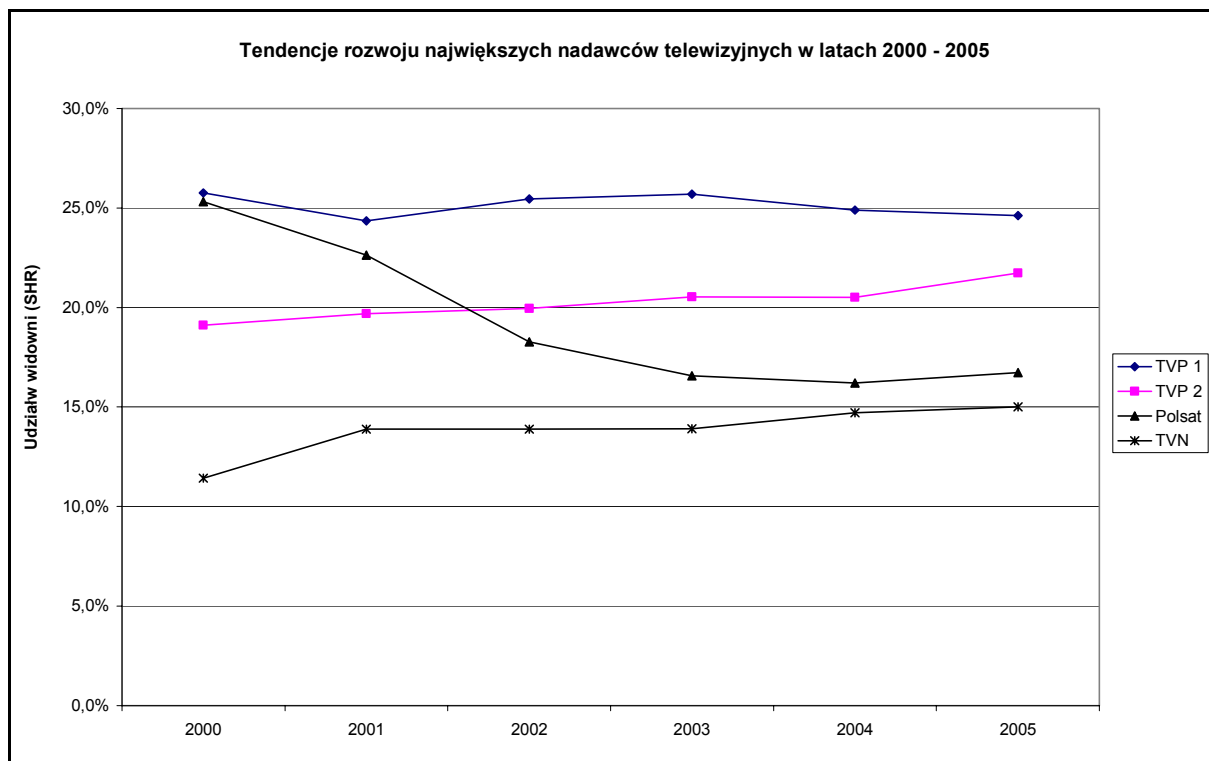
Pozostałe stacje osiągały, podobnie jak w latach ubiegłych, zdecydowanie mniejsze udziały. Szczegółowe dane przedstawia wykres poniżej.



* W kategorii pozostałe mieszczą się telewizyjne stacje satelitarne, kablowe oraz stacje lokalne rozpowszechniające programy drogą naziemną których udział w widowni nie przekroczył 1%.

¹ Na podstawie badania AGB Nielsen Media Research na reprezentatywnej próbie ludności Polski pow. 4 roku życia

W łącznym czasie przeznaczonym na oglądanie programu telewizyjnego śledzenie oferty czterech największych stacji telewizyjnych (TVP 1, TVP 2, TV Polsat i TVN) zajmowało widzom 78 %. Na resztę stacji przypadło w sumie ok. 22 %. W stosunku do roku ubiegłego nie nastąpiły zmiany w rankingu największych nadawców pod względem wielkości widowni. Rynek jest ustabilizowany i podobnie jak w latach ubiegłych 4 stacje naziemne o dużym zasięgu odgrywają na nim kluczową rolę. Na wykresie poniżej przedstawiono ich udziały w widowni w ostatnich 5 latach.



Jak wynika z przeprowadzonych w ciągu ostatnich kilku lat analiz udziałów w rynku nie zmienia się zasadniczo sytuacja TVP 1 i TVP 2, choć można mówić o niewielkim ale systematycznym zyskiwaniu widowni przez TVP 2 i ciągłej walce TVP 1 o zachowanie widzów i posiadaną pozycję. Wskazuje na to niewielki ale systematyczny spadek udziału w ostatnich dwóch latach. Sytuacja dwóch największych stacji komercyjnych również od 2 lat jest w zasadzie stabilna, choć można mówić o niewielkim ale stałym pozyskiwaniu widowni przez TVN oraz ustabilizowaniu się na stałym poziomie widowni TV Polsat (po okresie dużych strat widowni w latach 2000 – 2003).

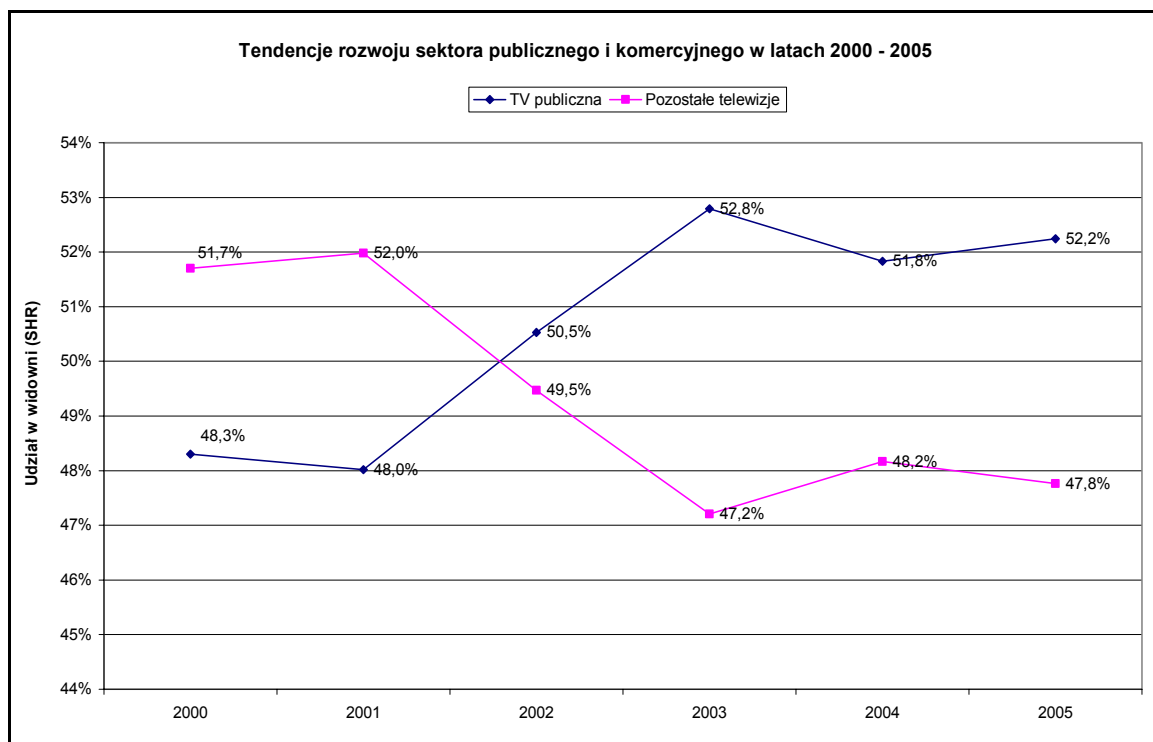
I. Telewizja publiczna

Telewizja publiczna ogółem

Do sektora publicznego w 2005 roku łącznie (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP 3 Regionalna) należała ponad połowa rynku. Udział telewizji publicznej w widowni telewizyjnej², czyli w łącznym czasie oglądania telewizji, wyniósł 52,2 %. Potwierdza to jego

² SHR % (ang. Share) - udział w widowni telewizji ogółem, odsetek czasu spędzonego na oglądaniu stacji w stosunku do całkowitego czasu spędzonego na oglądaniu telewizji

silną pozycję w minionym roku. Telewizja publiczna ogółem powiększyła w minionym roku udział w widowni w stosunku do roku 2004 w niewielkim stopniu bo o 0,3 punktu procentowego ale oznacza to dalsze umacnianie zajmowanej pozycji, które obserwujemy od 2001 roku. Tendencje w zakresie udziału w widowni telewizji publicznej i w stosunku do sektora komercyjnego (wszystkich pozostałych stacji) w latach 2000 - 2005 przedstawiono na wykresie.



W 2005 roku spośród czterech programów publicznych przyrost udziałów odnotował ogólnopolski program telewizji publicznej - TVP 2, spadły natomiast udziały w widowni trzech pozostałych publicznych stacji - TVP 1, TVP 3 Regionalna i TV Polonia. Należy podkreślić, że nie były to duże spadki bo wahały się od 0,2 – 0,4 punktu procentowego w zależności od programu.

Program 1 TVP SA

Udział Programu 1 TVP SA w 2005 roku w widowni telewizyjnej wyniósł 24,6%. Zmniejszył się minimalnie w stosunku do roku ubiegłego o 0,3 punktu procentowego. Średnio Program 1 TVP oglądało prawie 61,5 % Polaków³ (w 2004 roku 62,5%), poświęcając mu 1 godzinę 36 min. dziennie⁴ (przed rokiem 1 godzinę 33 min.). Mimo mniejszego udziału oraz wielkości widowni Program 1 TVP SA utrzymał pierwszą pozycję na rynku .

³ RCH%- odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

⁴ ATS- średni czas oglądania przez widza tej stacji wyrażony w godzinach i minutach

W strukturze widowni Programu 1 TVP ponad połowę - około 60%⁵ - stanowią osoby po 45 r. ż. Widzowie młodszy, tj. między 25-35 lat stanowili jedną czwartą osób oglądających program, a widzowie najmłodszy (między 4 a 16 rokiem życia) - 10%. Najmniej liczną grupą wiekową, niespełna 7%, była młodzież - w wieku 16-24 lata.

Wśród widzów Programu 1 TVP ponad połowę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym, blisko jedną trzecią z wykształceniem średnim, zaś widzowie z wykształceniem wyższym stanowili około jedną dziesiątą widzów Jedynki.

Program 2 TVP SA

Rok 2005 okazał się pomyślny dla TVP 2, której udział w widowni był wyższy o 1, 2 punktu procentowego w stosunku do roku 2004. Wyniósł 21,7%, podczas gdy w 2004 - 20,5%. TVP 2 zanotowała w 2005 roku najwyższy wzrost udziału spośród wszystkich programów telewizyjnych.

W 2005 roku zwiększyła się grupa widzów tego programu – każdego dnia oglądało go średnio 58,2% Polaków (w 2004 roku - 57,8%). Widzowie poświęcali również więcej czasu na jego oglądanie. Średnio dziennie oglądali go 1 godzinę 29 minut czyli o 6 minut dłużej niż przed rokiem. W związku ze znacznym przyrostem udziału w widowni zmniejszyła się dzielący TVP 2 i TVP 1.

Podobnie jak w Programie 1 TVP przeważającą część widowni tego programu stanowiły osoby starsze i w średnim wieku: prawie 60% to osoby, które ukończyły 45 r. ż. Co trzeci widz to osoba powyżej 60 r. ż. Grupa wiekowa 25-44 lat stanowiła jedną czwartą oglądających ten program. W strukturze widowni mniej liczne grupy to młodzi odbiorcy. Po około 7% widowni stanowiły dzieci poniżej 16 roku życia oraz młodzież (16-24 lata) – również 7 %.

Struktura widowni tego programu pod względem wykształcenia kształtowała się następująco: wykształcenie średnie 31%, podstawowe 51 %, a wyższe około 10%.

TVP 3 Regionalna

W 2005 roku udział TVP 3 Regionalna w rynku wyniósł 4,9 %, czyli o 0,2 mniej niż w 2004 roku. Widownia tego programu zmniejszyła się minimalnie. W analizowanym okresie TVP 3 Regionalną oglądało 32,9% Polaków, podczas gdy w 2004 roku było ich więcej - 33,9%. Na tym samym poziomie pozostał natomiast czas jaki poświęcili widzowie na oglądanie tego programu – tj. ok. 36 minut dziennie.

TVP 3 Regionalna oglądana była przede wszystkim przez osoby starsze i w średnim wieku. Ponad jedną trzecią stanowiły osoby powyżej 60 r. ż.. tyle samo - widzowie między 45 a 60 rokiem życia, grupa 25-44 lata to jedna piąta widzów. Osoby poniżej 24 roku życia to ok. 9 % widzów TVP 3, z czego połowę stanowiły dzieci między 4 a 15 rokiem życia (ok. 4 %).

⁵ ADH% - to % wybranej grupy docelowej w stosunku do całkowitej widowni danego programu

Z analizy struktury wykształcenia widzów TVP 3 Regionalnej wynika, że najliczniejszą grupą widzów były osoby z wykształceniem podstawowym (53%), następnie średnim (33%) i wyższym (11%).

TV Polonia

Udział TV Polonia w widowni telewizyjnej w 2005 roku był niewielki i wyniósł 1%. W stosunku do roku 2004 zmniejszył się o 0,4 punktu procentowego – wówczas 1,4%. Zmniejszyła się wielkość widowni TV Polonia z 14,1% w 2004 roku do 10,7% w 2005. Krótszy był również o 1 minutę czas jaki poświęcał widz temu programowi - 21 minut w ciągu doby.

Struktura widowni TV Polonia pod względem wieku przedstawiała się podobnie jak Programu 1 i 2 TVP. TV Polonię oglądali głównie osoby powyżej 45 roku życia, stanowiły one prawie dwie trzecie widowni: 36% odbiorców byli to widzowie między 45 a 60; mniej bo 29% powyżej 60 roku życia. Młodsza widownia (między 25 a 34 r. ż.) – stanowiła ok. 10%. Najmniejszą grupą widzów TV Polonia była młodzież (grupa 16-24 lata) - 6% i dzieci (grupa 4-15 lat) - 5%.

Wśród widzów TV Polonia 44% posiadało wykształcenie podstawowe. Nieco mniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem średnim (36%). Wykształcenie wyższe miało 15% oglądających.

Naziemne programy koncesjonowane o największym udziale w rynku telewizyjnym

Polsat

W 2005 roku udział w rynku programu Polsat wyniósł 16,7%, czyli o pół punktu procentowego więcej niż w 2004 roku.

Średnio w ciągu roku program ten oglądało 50% populacji co oznacza zmniejszenie widowni w stosunku do 2004 roku o około 1,5 punktu procentowego. Natomiast znacznie zwiększył się (o 6 min.) czas oglądania programu przypadający na widza i wyniósł 1 godzinę 20 minut w ciągu doby.

Widzami Polsatu były przede wszystkim osoby młode i w średnim wieku. Prawie 27% to osoby, które nie ukończyły 24 roku życia, w tym 13% to dzieci (grupa 4-15 lat). Natomiast ok. jedna trzecia oglądających to osoby w średnim wieku (grupa 25-44 lata). Osoby starsze (powyżej 60 roku życia) stanowiły jedną szóstą widzów Polsatu.

Ponad połowa osób oglądających tę telewizję (54%) legitymowała się wykształceniem podstawowym. Osoby z wykształceniem średnim stanowiły około jedną czwartą widzów tego programu. Znacznie mniej, bo ok. 7% wśród oglądających ten program stanowiły to osoby z wykształceniem wyższym.

TVN

W 2005 roku TVN uzyskał 15 % udziału w rynku. Stacja ta zyskała w stosunku do 2004 roku niewiele bo ok. 0,3 punktu procentowego. Zmniejszyła się widownia tego programu w stosunku do roku 2004 (z 42,1 % do 40,5%), natomiast wzrósł o 7 minut czas oglądania przypadający na widza. Średnio w 2005 roku widz poświęcał na oglądanie TVN około 1 godzinę 29 minut w ciągu doby.

Wśród osób oglądających TVN wykształcenie podstawowe posiadała połowa widzów, mniej było widzów z wykształceniem średnim - około jedna trzecia. Wykształcenie wyższe posiadało ponad 9% oglądających ten program.

Struktura widowni TVN pod względem wieku była zróżnicowana. Osoby, które ukończyły 60 lat stanowiły 20% widzów; w grupach wiekowych 45-60 lata i 25-44 lata było po 30% oglądających. Młodszy, tj. poniżej 24 roku życia oraz dzieci stanowili 20% widzów tego programu.

TV 4

W 2005 roku TV 4 przypadło 2,2% udziału w rynku, czyli o 0,6 punktu procentowego mniej niż w 2004 roku (2,8%). W analizowanym okresie program ten oglądało 18,3% populacji, w roku 2004 prawie o 3 punkty procentowe więcej - 21,4 %. Średnio widz TV 4 poświęcał na oglądanie tego programu 29 minut w ciągu doby, tj. o 1 minutę mniej niż w 2004 roku.

Z analizy struktury wieku widzów TV 4 wynika, że najliczniejszą grupą widzów były osoby w wieku 35-44 i 45-55 lat. Stanowiły one łącznie około 40% wszystkich oglądających TV4. Osoby młode (między 25-34 r. ż.) stanowiły 14% widowni, a najmłodsi (którzy nie ukończyli 24 r. ż.) to około jedna piąta widzów tego programu. Około jedną piątą widzów stanowiły również osoby po 60 r. ż.

Wśród widzów TV 4 najliczniejszą grupę reprezentowały osoby posiadające wykształcenie podstawowe - 50%. Nieco mniejszą grupą były osoby z wykształceniem średnim - około 31%. Około 10% osób oglądających ten program posiadało wykształcenie wyższe.

Poniżej zamieszczono tabelę zawierającą porównanie wielkości udziału w rynku stacji telewizyjnych (naziemnych, satelitarnych, kablowych) wg dwóch badań AGB Nielsen Media Research i TNS OBOP. Wykaz zawiera wszystkie programy posiadające polskie koncesje, których udział w rynku wyniósł co najmniej 0,1 %, w jednym bądź drugim badaniu w kolejności alfabetycznej.

Udziały w rynku programów telewizyjnych za 2005 rok wg AGB Nielsen Media Research oraz TNS OBOP – dane w %			
lp	Program	AGB	OBOP
1.	4fun TV	0,1%	0,1
2.	Ale Kino	0,2%	0,3
3.	Canal+	0,2%	0,1
4.	Canal+ Film	0,1%	0,1
5.	Canal+ Sport	0,1%	0,1
6.	Mini Mini	0,4%	0,4
7.	Planete	0,1%	0,2
8.	Polsat	16,7%	16,9
9.	Polsat Sport	0,3%	0,3
10.	Polsat2-Info	0,4%	0,4
11.	TV Puls	0,4%	0,5
12.	Tele 5	0,3%	0,5
13.	TV4	2,2%	2,6
14.	TVN	15,0%	14,7
15.	TVN Meteo	0,1%	0,1
16.	TVN Siedem	1,6%	1,5
17.	TVN Style	0,1%	0,2
18.	TVN Turbo	0,3%	0,3
19.	TVN24	1,2%	1,4
20.	TVP Polonia	1,0%	1,0
21.	TVP1	24,6%	24,0
23.	TVP2	21,7%	21,4
24.	TVP3 Białystok	0,2%	0,2
25.	TVP3 Bydgoszcz	0,4%	0,4
26.	TVP3 Gdańsk	0,4%	0,4
27.	TVP3 Katowice	1,0%	0,6
28.	TVP3 Kraków	0,4%	0,6
29.	TVP3 Lublin	0,3%	0,2
30.	TVP3 Łódź	0,4%	0,4
31.	TVP3 Poznań	0,6%	0,4
32.	TVP3 Rzeszów	0,1%	0,1
33.	TVP3 Szczecin	0,2%	0,2
34.	TVP3 Warszawa	0,6%	0,5
35.	TVP3 Wrocław	0,6%	0,7
36.	ZigZap/MiniMax do 15-10-2004	0,4%	0,3
37.	TV TRWAM	–	0,2
38.	Kino Polska	–	0,2
39.	Zdrowie i uroda	–	0,1

(-) oznacza to, że udział w rynku tej stacji w badaniu był niższy niż 0,1%

Audycje o największej widowni w 2005 roku (na podstawie badania TNS OBOP)

Do najpopularniejszych audycji minionego roku należały przede wszystkim audycje nadawane przez telewizję publiczną - TVP 1 i TVP 2.

W ścisłej czołówce znalazły się głównie transmisje z ważnych wydarzeń, transmisje sportowe, telenowele produkcji polskiej oraz audycje rozrywkowe. Na pierwszym miejscu pod względem widowni tradycyjnie już uplasował się jeden z odcinków serialu *M jak miłość* (TVP 2), który obejrzało ponad 11,5 mln widzów.

Uroczystości pożegnalne papieża Polaka Jana Pawła II transmitowane przez TVP 1 z Watykanu obejrzało - ponad 11 mln Polaków. Widownia uroczystości żałobnych nadanych w TVP 2 liczyła - 3,8 mln, w TVN - 3,1 w Telewizji Polsat - 2,4 mln widzów. W czterech wymienionych stacjach łącznie pogrzeb papieża Polaka zgromadził wielomilionową widownię. Biorąc pod uwagę wszystkich widzów zasiadających w tym czasie przed telewizorami - prawie 90% oglądało pożegnanie Jana Pawła II.

Liczną widownię gromadziły w 2005 roku, podobnie jak w latach ubiegłych, mistrzostwa świata w skokach narciarskich z udziałem polskiej reprezentacji oraz eliminacje do mistrzostw świata w piłce nożnej. Dużo widzów skupiały również audycje rozrywkowe: wydanie specjalne audycji *Szansa na sukces* (TVP 1) oraz formy rozrywkowe związane z serialem *M jak miłość*, emitowane także przez TVP 2.

Wśród audycji o największej widowni znalazły się ponadto audycje informacyjne TVP 1: *Wiadomości* i *Teleexpress* oraz *Fakty* (TVN).

W rankingu najpopularniejszych audycji znalazł się tylko jeden film fabularny. Był to film o Janie Pawle II pt. *Karol – człowiek, który został papieżem*, wyemitowany przez TVN. Obejrzało go 7,5 miliona widzów.

Audycje o największej widowni w w 2005 roku						
Lp	Data emisji	Godz. Emisji	Audycja	Typologia	Rat% ⁶	Rat w tys.
1	05-01-10	20 : 09	M JAK MIŁOŚĆ	Serial / dramat(literat,melodr,obycz-ps / polskie	TVP2	11586
2	05-04-08	09 : 45	POŻEGNANIE Ś.P.JANA PAWŁA II...	Religia / transmisje/msze / polskie	TVP1	11240
3	05-01-29	17 : 32	SS SKOKI NAR. PŚ ZAKOPANE	Sport / live / narciarstwo	TVP1	10156
5	05-02-14	20 : 02	SZANSA NA SUKCES-WYDANIE SPECJALNE	Rozrywka / inne rozrywk (listy przebojów) / polskie	TVP2	9080
6	05-03-13	16 : 04	NA DOBRE I NA ZŁE	Serial / dramat(literat,melodr,obycz-ps / polskie	TVP2	8759
7	05-01-29	17 : 19	SS SKOKI NAR. PŚ STUDIO	Oprawa / studio - oprawa / -	TVP1	8591
8	05-04-20	20 : 11	M JAK MIŁOŚĆ-POZNAJMY SIĘ	Rozrywka / talk show / polskie	TVP2	8524

⁶ RAT (ang. Audience average rate, rating) – wskaźnik oznaczający średnią widownię minutową, wyrażony w procentach w stosunku do liczby osób w populacji bądź w tys. osób

9	05-01-24	20:03	TELEKAMERY 2005 – WIECZÓR GALOWY	Rozrywka / festiw,konc,charyt,event w roz / polskie	TVP2	7876
10	05-10-12	21:45	SS PN ELIM.MŚ ANGLIA- POLSKA	Sport / live / pilka nożna	TVP2	7837
11	05-10-20	20:09	KAROL - CZŁOWIEK, KTÓRY ZOSTAŁ PAPIEŻEM	Film / dramat(literat,melodr,obycz-ps / inne	TVN	7571
12	05-01-09	17:41	SS SKOKI NAR. PŚ WILLINGEN	Sport / live / narciarstwo	TVP1	7471
13	05-02-25	18:24	SS SKOKI NAR. PŚ OBERSTDORF	Sport / live / narciarstwo	TVP1	7433
14	05-02-07	20:00	VIVA NAJPIĘKNIEJSI 2004	Rozrywka / festiw,konc,charyt,event w roz / polskie	TVP2	7376
15	05-01-06	17:39	SS SKOKI NAR. PŚ BISCHOFSHOFEN	Sport / live / narciarstwo	TVP1	7365
16	05-01-16	14:54	SS SKOKI NAR.PŚ KULM	Sport / live / inne zimowe	TVP1	7342
17	05-01-17	20:59	KULISY SERIALU M JAK MIŁOŚĆ	Kultura-sztuka / reportaż, dokument, biografie / polskie	TVP2	7324
18	05-02-14	21:01	EUROPA DA SIĘ LUBIĆ	Rozrywka / talk show / polskie	TVP2	7142
19	05-01-23	15:04	SS SKOKI NAR. PŚ TITISEE- NEUSTADT	Sport / live / narciarstwo	TVP1	7129
20	05-04-08	12:57	FAKTY TVN 24	Informacja / dzienniki / -	TVN	6899
21	05-02-27	19:54	SPORT TVP1	Sport / program / polskie	TVP1	6792
22	05-04-19	18:40	OGŁOSZENIE ŚWIATU NOWEGO PAPIEŻA	Informacja / transmisje z ważnych wydarzeń / -	TVP1	6781
23	05-03-01	20:58	KONKURS M JAK MIŁOŚĆ	Oprawa / studio - oprawa / -	TVP2	6752
24	05-03-30	21:03	SS PN ELIM.MŚ POLSKA- IRLANDIA PLN.	Sport / live / pilka nożna	TVP2	6724
25	05-04-03	19:30	WIADOMOŚCI 19:30	Informacja / dzienniki / -	TVP1	6662
26	05-01-03	17:00	TELEEXPRESS	Informacja / dzienniki / -	TVP1	6616
27	05-01-31	17:36	KLAN	Serial / telenowele / polskie	TVP1	6585
28	05-09-07	21:31	SS PN ELIM.MŚ POLSKA- WALIA	Sport / live / pilka nożna	TVP2	6576
29	05-01-23	20:00	POGODA TVP1	Informacja / pogoda / -	TVP1	6572
30	05-02-12	16:43	SS SKOKI NAR. PŚ TURYN	Sport / live / narciarstwo	TVP1	6503

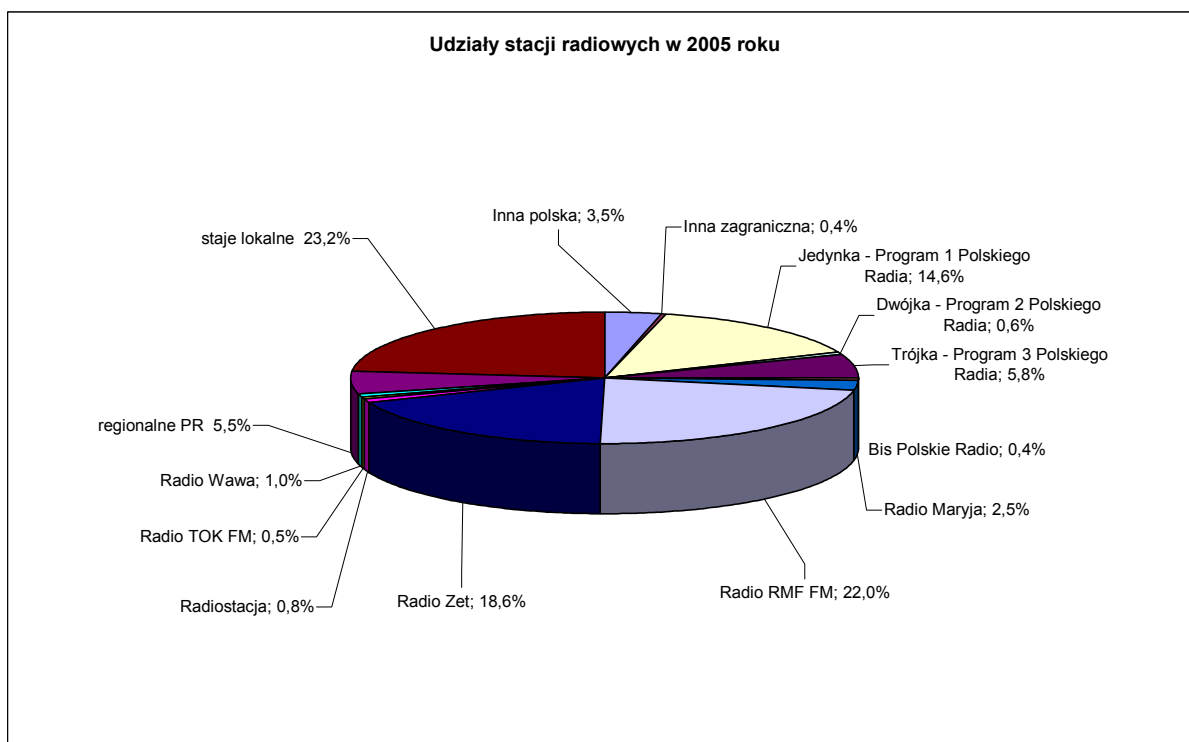
Podsumowując, należy stwierdzić, że wśród analizowanych programów telewizyjnych w 2005 r. powiększył udział w rynku program TVP 2 a także, choć w mniejszym stopniu, dwie stacje koncesjonowane - TV Polsat i TVN. Udziały pozostałych programów spadły (Program 1 TVP SA, TV 3 Regionalna, TV 4). Spośród stacji o mniejszym udziale w rynku należy podkreślić wzrost udziału TVN 24.

Analiza struktury widowni pod względem wieku potwierdza dotychczasowy podział widowni: programy koncesjonowane oglądane są głównie przez osoby młode lub w średnim wieku, natomiast programy telewizji publicznej - przez osoby starsze. Z analizy struktury wykształcenia osób oglądających omawiane programy wynika, że wśród widzów telewizji publicznej wyższy był wskaźnik osób z wyższym wykształceniem niż w programach koncesjonowanych.

2. WIELKOŚĆ AUDYTORIUM RADIOWEGO

W 2005 roku udział w rynku stacji publicznych wyniósł 26,9%, a stacji koncesjonowanych 68,6%.⁷ Spośród programów ogólnopolskich największy udział w rynku przypadł RMF FM, na drugiej pozycji znalazło się Radio Zet. Następne w kolejności były programy Polskiego Radia SA: Program 1, Program 3 oraz Radio Maryja. Najniższe udziały w rynku przypadły Programowi 2 i Bis PR SA.

Spośród stacji o zasięgu ponadregionalnym największą popularnością cieszyło się Radio Wawa, nieco mniejszą Radiostacja. Na trzeciej pozycji znalazło się TOK FM.



* kategorie „inna” oznacza, że ankietowany deklarował fakt słuchania radia, ale nie potrafił wskazać której stacji słuchał

⁷ na podstawie danych SMG/KRC

Wielkość i struktura demograficzna audytorium programów publicznych (wykształcenie i wiek).

A. Rolskie Radio SA

Program 1 PR SA

W 2005 roku Programowi 1 przypadło 14,6% udziału w rynku, czyli mniej niż przed rokiem (15,6%). Zmniejszyło się również audytorium stacji. W 2004 roku Programu 1 słuchało średnio 17,2 % Polaków, w analizowanym okresie 15,7%.

Nieznacznie również skrócił się czas jaki spędzają na słuchaniu publicznej Jedynki jej słuchacze. W 2005 roku średnio dziennie słuchacz Programu 1 poświęcał na jego słuchanie 3 godz. 30 minut w ciągu dnia (rok wcześniej czas ten wynosił 3 godz. 35 minut).

Podobnie jak w latach poprzednich największą popularnością Program 1 cieszył się wśród osób z wykształceniem wyższym⁸ (prawie co piąta osoba deklaruje, że słucha radiowej Jedynki) i średnim (prawie 17%), mniejszym wśród osób z wykształceniem zawodowym (15%) i podstawowym (12%). Odbiorcami Programu 1 były głównie osoby starsze⁹. W grupie wiekowej 60-75 lat słuchacze stanowili około 40%. Znacznie rzadziej słuchaczami tego programu były osoby w średnim wieku. W grupie wiekowej 40-49 lat stanowili oni niespełna 15%. W grupie wiekowej 30-39 lat radiowej Jedynki słuchało tylko 8%. Najmniej, bo tylko niespełna 3% deklarujących, że słucha tego programu było w najmłodszej grupie tj. między 15 a 19 rokiem życia. Widoczna jest więc prawidłowość, że im młodsza grupa badanych tym odsetek słuchaczy był mniejszy.

Program 2 PR SA

W 2005 roku Programowi 2 przypadło 0,6% udziału w rynku czyli prawie dokładnie tyle co przed rokiem. Nie zmieniła się też wielkość jego audytorium. Średni zasięg dzienny Dwójki w latach 2004-2005 wyniósł 1,2%.

Średni czas jaki przeznaczali słuchacze na słuchanie swojego programu w 2005 roku był również zbliżony do roku ubiegłego i wynosił 2 godz., 3 min. (w 2004 roku było to 1 godz. 59 min.)

Podobnie jak w latach ubiegłych najchętniej Programu 2 słuchały w 2005 roku osoby z wykształceniem wyższym (nieco ponad 2%) i średnim (1,1%). Rzadziej słuchały Programu 2 osoby z wykształceniem zawodowym i podstawowym - tylko niespełna co setny. Biorąc pod uwagę wiek, największą popularnością Program 2 cieszył się wśród najstarszych Polaków. Odsetek słuchaczy w grupie wiekowej 70-75 lat wynosił 2,8%, a w grupie 60-69 lat -2,1%. Najmniejszą popularnością cieszył się Program 2 wśród najmłodszych Polaków. W grupie wiekowej 30-39 lat wskaźnik zainteresowania wynosił 0,6%. Najmłodsi słuchają publicznej Dwójki sporadycznie, tylko 0,2% zaliczyło się do grona jej słuchaczy.

⁸ Średni zasięg dzienny w tej grupie badanych. Poziom wykształcenia czterech kategoriach: podstawowe, zasadnicze zawodowe, średnie, wyższe.

⁹ Analizowane grupy wiekowe: 15-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60-69, 70-75 lat.

Program 3 PR SA

W 2005 roku udział w rynku Programu 3 wyniósł 5,8%, czyli wzrósł w stosunku rok do roku o około 0,4%. Średnio dziennie radiowej Trójki słuchało 6,8% Polaków (prawie dokładnie tyle co w 2004 roku). Nie zmienił się też czas jaki średnio dziennie słuchacz Programu 3 poświęcał na jego słuchanie. Podobnie jak w roku ubiegłym wynosił on około 3 godz. 15 min.

Program 3 zdecydowanie największym zainteresowaniem cieszył się wśród osób z wykształceniem wyższym (17%) Wśród osób legitymujących się wykształceniem średnim 7% deklarowało, że słucha tego programu. Sporadycznie słuchały Trójki osoby z wykształceniem zawodowym i podstawowym (ponad 2%). Program 3 najchętniej słuchany był przez osoby w średnim wieku. Najwyższy odsetek słuchaczy występował w grupie wiekowych 30-39 lat - 8,8%. Natomiast najmniejszym zainteresowaniem cieszył się wśród najmłodszych i najstarszych Polaków. W grupie 15-19 lat i 70-75 lat osoby słuchające go to niespełna 4%, a wśród osób między 60-69 rokiem życia prawie 5%. W pozostałych grupach wiekowych odsetek słuchaczy tego programu wynosił około 7%.

Polskie Radio Bis

Udział w rynku programu Bis wyniósł w 2005 roku 0,4% czyli prawie dwukrotnie więcej niż rok wcześniej (0,2%). Zwiększyło się również grono odbiorców tego programu. W 2004 roku osoby deklarujące słuchanie *Biski* stanowiły 0,6% Polaków, w 2005 roku - 0,8%.

Znacznie wydłużył się również czas słuchania tego programu. W analizowanym okresie średnio dziennie słuchacz poświęcał na słuchanie *Biski* 2 godz. 9 minut. Rok wcześniej czas ten był znacznie krótszy i wynosił 1 godz. 40 minut.

W 2005 roku relatywnie najczęściej deklarowały, że słuchają programu Bis osoby z wykształceniem podstawowym i wyższym (1% i 0,9%), nieco rzadziej ze średnim (0,8%). Znacznie mniej zainteresowane były tym programem osoby z wykształceniem zawodowym (0,4%).

Odbiorcami programu Bis były przede wszystkim osoby młode. Odsetek słuchaczy w najmłodszych grupach wiekowych był najwyższy. Wśród osób między 15 a 19 r.ż. – 1,8%, a wśród osób między 20 a 29 rokiem życia - 1,6%. Jak więc widać wraz z wiekiem zainteresowanie tym programem malało. Najmniej zainteresowani programem Bis byli najstarsi Polacy. Wśród osób między 60 a 69 rokiem życia tylko 0,2 % słuchało go a wśród osób, które ukończyły 70 lat - tylko 0,1%.

B. Rozgłoszenie regionalne radia publicznego

W 2005 roku w sumie rozgłoszonom regionalnym przypadło 5,5% udziału w rynku ogólnopolskim, czyli więcej niż w roku ubiegłym o 0,6%. Zwiększyło się również nieznacznie grono odbiorców tych programów. Średnio dziennie rozgłoszni regionalnych w analizowanym okresie słuchało 7,9% mieszkańców Polski, rok temu 7,6%.

W 2005 roku wydłużył się również czas jaki poświęcali słuchacze rozgłoszni regionalnych swym programom. Średnio dziennie w analizowanym okresie było to 2 godz. 36 min. (rok wcześniej 2 godz. 30 min.).

Największą popularnością publiczne programy regionalne cieszyły się wśród Polaków z wykształceniem zawodowym (9% tej grupy to ich słuchacze), mniejszą wśród osób z wykształceniem wyższym i średnim (około 8 %). Najmniej zainteresowane były osoby z wykształceniem podstawowym (tylko 6%).

Biorąc pod uwagę wiek, programy nadawane przez rozgłośnie regionalne radia publicznego najchętniej słuchane były przez Polaków w wieku 50-59 lat (12%) oraz przez osoby w wieku 40 - 49 lat i w wieku 60-75 lat (co dziesiąty). Osoby przed 30 r. ż. słuchały programów sporadycznie (odsetek słuchających programów rozgłośni regionalnych w grupach wiekowych 15-19 i 20-29 lat nie przekroczył 5%).

Wielkość i struktura demograficzna audytorium programów koncesjonowanych (wykształcenie i wiek).

A. Ogólnopolskie programy koncesjonowane

RMF FM

W 2005 roku RMF FM przypadło 22% udziału w rynku. W porównaniu z rokiem poprzednim był on mniejszy o około 1,8%. Zmalało również audytorium stacji. Średni zasięg dzienny RMF FM w 2005 roku wyniósł 27 % (czyli mniej w stosunku rok do roku o 2%). Średnio dziennie słuchacz tej stacji poświęcał jej 3 godz. 4 min. W 2004 roku czas ten był dłuższy o około 10 min. Mimo utraty w udziale w rynku i wielkości audytorium RMF FM był nadal jednak najchętniej słuchanym przez Polaków programem o zasięgu ogólnopolskim.

W 2005 roku RMF FM chętniej słuchały osoby z wykształceniem wyższym i średnim (odsetek słuchaczy w tych grupach wynosił ponad 30%), niż z wykształceniem zawodowym (co czwarta osoba). Najmniej słuchaczy, bo około 22% miał wśród osób z wykształceniem podstawowym. Największą popularnością RMF FM cieszył się wśród osób młodych i średnim wieku. Mimo obserwowanego spadku popularności stacji właśnie w tej grupie to nadal ponad jedna trzecia deklarowała, że słucha tej stacji. Najwyższy odsetek słuchaczy miał RMF FM w grupie wiekowej 20-29 lat -ponad 37%., nieco niższy wśród osób w wieku 15-19 lat i 30-39 lat - około 34%. Wśród osób między 40 i 49 r.ż. słuchacze stanowili 30%. Najmniejszą popularnością RMF FM cieszył się wśród najstarszych Polaków - wśród osób między 60 a 69 r. ż.- tylko 8%, w wśród osób w wieku 70-75 lat nieco ponad 3%.

Radio Zet

W 2005 roku w stosunku do roku ubiegłego Radio Zet odnotowało spadek udziału w rynku. W 2005 roku Radiu Zet przypadło 18,6% udziału w rynku, w 2004 roku wynosił on 20,9%. Zmniejszyło się również grono osób słuchających programu tej stacji. W 2005 roku Radia Zet słuchało 23,3% Polaków, rok wcześniej było ich 26,2%.

Krótszy był również - w porównaniu do 2004 roku - czas jaki poświęcał słuchacz Radia Zet na jego słuchanie. Średnio dziennie poświęcał temu programowi 3 godz. (w 2004 roku o 9 min. więcej).

W 2004 roku *Zetki* najchętniej słuchały osoby z wykształceniem wyższym (27%) i średnim (25%). W pozostałych grupach tj. wśród osób z wykształceniem zawodowym i podstawowym odsetek słuchaczy był niższy. Wśród osób z wykształceniem zawodowym

programu Radia Zet słuchało 22%, a wśród osób z wykształceniem podstawowym co piąty Polak.

Słuchacze Radia Zet to przede wszystkim ludzie młodzi i w średnim wieku. Największą popularnością stacja cieszyła się wśród osób między 20 i 29 oraz 30 i 39 r. ż. w grupach tych słuchacze stanowili ponad 30%. Wśród osób między 40 a 49 r. ż. słuchał tej stacji co czwarty. Znacznie rzadziej słuchaczami byli najstarsi Polacy. W grupie wiekowej 70-75 lat tylko 5%.

Radio Maryja

W 2005 roku Radiu Maryja przypadło 2,5% udziału w rynku ogólnopolskim, czyli prawie dokładnie tyle co przed rokiem (w 2004 roku wynosił on 2,4%). Nie uległa też zmianie wielkość audytorium stacji. Radia Maryja podobnie jak przed rokiem słuchało 3,9% Polaków.

Średnio dziennie słuchacz poświęcał na słuchanie tej stacji 2 godz. 26 min. czyli prawie dokładnie tyle samo co w 2004 roku.

W 2005 roku Radio Maryja największą popularnością cieszyło się wśród osób z wykształceniem podstawowym. W tej grupie prawie 5% deklaruje, że słucha tego programu. Osoby z wykształceniem zawodowym słuchały go rzadziej (4%). Wśród osób z wykształceniem wyższym słuchacze Radia Maryja stanowili nieco ponad 3%.

Program Radia Maryja największym zainteresowaniem cieszył się wśród najstarszych Polaków. Stacji tej w analizowanym okresie słuchało 10% osób, powyżej 60 r. ż. Najmniejszym zainteresowaniem cieszyło się natomiast wśród osób młodych. Odsetek słuchaczy w grupie wiekowej 20-29 lat wynosił 1,1%, a wśród osób między 15 -19 r.ż. około 0,7%.

B. Ponadregionalne programy koncesjonowane

Radiostacja

W 2005 roku udział w rynku ogólnopolskim Radiostacji wyniósł 0,8%, czyli tyle samo co rok wcześniej. Nie zmieniła się też wielkość jego audytorium. Średni zasięg dzienny Radiostacji w analizowanym okresie wyniósł 1,4% (rok wcześniej wynosił on 1,3%).

Skrócił się natomiast czas jaki dziennie słuchacze poświęcali na słuchanie temu programowi. W 2004 roku słuchacz Radiostacji spędzał na jej słuchaniu 2 godz. 25 minut, w 2005 roku czas ten był krótszy i wynosił do 2 godz. 5 minut.

W analizowanym okresie największym zainteresowaniem program Radiostacji cieszył się wśród osób z wykształceniem podstawowym i średnim (odsetek słuchaczy w tych grupach stanowił około 1,9% i 1,6%), mniejszym wśród osób z wykształceniem wyższym (1,3%), a najmniejszym wśród osób z wykształceniem zawodowym (0,4% tej grupy). Analizując popularność Radiostacji w poszczególnych grupach wiekowych wyraźnie widać, że słuchali - jej podobnie jak przed rokiem - przede wszystkim ludzie młodzi. Najwyższy odsetek odbiorców stacja miała wśród osób, które nie ukończyły 30 r. ż. (w grupach wiekowej 15-19 lat i 20-29 lat - ponad 3 %). Osoby starsze słuchają Radiostacji sporadycznie.

TOK FM

Radiu Tok FM w 2005 roku przypadło 0,5% udziału w rynku. Oznacza to, że stacja nieznacznie zwiększyła swój udział w stosunku do 2004 roku (0,3%).

Nieznacznie również wzrosło audytorium stacji. W analizowanym okresie TOK FM słuchało 0,8% Polaków (rok wcześniej było ich 0,6%).

Wydłużył się również czas jaki spędzali słuchacze przy programie TOK FM. Dziennie słuchacze tego programu przeznaczali na jego słuchanie 2 godz. 30 minut (w 2004 roku było to 2 godz. 8 min).

Największą popularnością TOK FM cieszył się wśród osób z wykształceniem wyższym (2,5 % tej grupy) i średnim (0,8%). Znacznie mniej słuchaczy to osoby z wykształceniem zawodowym i podstawowym. Osoby z tej grupy sporadycznie zaliczają się do słuchaczy tej stacji (około 0,2%). Znacznie częściej słuchały tego programu osoby po 50 r. ż (co setny w tej grupie). Osoby młodsze słuchały tej stacji znacznie rzadziej (w grupie wiekowej 30-39 i 20-29 lat to 0,5-0,6%), a najmłodsi (tj. poniżej 20 r. ż.) sporadycznie - 0,1%.

Radio Wawa

W 2005 roku zarówno udział w rynku jak i zasięg dzienny Radiu Wawa był wyższy niż rok wcześniej. Radiu Wawa przypadło 1 % udziału w rynku ogólnopolskim (w 2004 roku wynosił on 0,7%). Nieznacznie wzrosła też wielkość jego audytorium. Średnio dziennie stacji słuchało w analizowanym okresie 1,4% Polaków (rok wcześniej 1,2%).

Zwiększył się również czas jaki poświęcano dziennie na słuchanie tego programu. W analizowanym okresie wyniósł on 2 godz. 42 min. (w 2004 roku był krótszy o 18 min.).

Słuchaczami Radia Wawa w 2005 roku były przede wszystkim osoby z wykształceniem wyższym i średnim. Odsetek słuchaczy w tych grupach wynosił odpowiednio 2% i 1,7%. Polacy z wykształceniem zawodowym i podstawowym słuchali tego programu znacznie rzadziej. Odsetek w obu grupach wyniósł 0,9 i 0,7%.

Biorąc pod uwagę popularność stacji w poszczególnych grupach wiekowych wyraźnie widać, że programem tej stacji najbardziej zainteresowani byli ludzie młodzi i w średnim wieku. Największym zainteresowaniem cieszył się w grupach wiekowych 20-29 lat i 30-39 lat (ponad 2%). Znacznie mniejszym wśród osób w wieku średnim i starszych. W grupie wiekowej 50-59 słuchacze stanowili 0,8%, a w grupie 60-69 lat - 0,3%, wśród najstarszych tj. po 70 r. ż. tylko niespełna 0,2%.

C. Programy koncesjonowane o zasięgu lokalnym

Udział w rynku jaki przypadł łącznie lokalnym stacjom koncesjonowanym w 2005 roku wyniósł 23,2%. W stosunku do 2004 roku segment ten zwiększył udział o około 2%. Zwiększyło się również grono odbiorców programów o tym zasięgu. W 2004 roku stacji o zasięgu lokalnym słuchała jedna czwarta Polaków, a w 2005 roku 26,2%. Nieznacznie również wydłużył się czas jaki poświęcali słuchacze na słuchanie tych stacji.

W 2005 roku średnio osoby słuchające lokalnych stacji koncesjonowanych deklarowały, że poświęcają tym programom około 3 godz. 20 min. dziennie, w 2004 roku czas ten był 3 min. krótszy.

Największą popularnością stacje lokalne, podobnie jak w 2004 roku, cieszyły się wśród osób z wykształceniem podstawowym. Prawie 29% deklarowało że słucha tych programów. Wśród osób z wykształceniem zawodowym i średnim była to co czwarta osoba. Relatywnie najmniejszy odsetek słuchaczy stacje o zasięgu lokalnym mają w grupie osób legitymujących się wykształceniem wyższym – 23%. Analizując popularność stacji lokalnych w poszczególnych grupach wiekowych wyraźnie widać, że największą popularnością programy te cieszyły się wśród młodych Polaków: w grupie wiekowej 15-19 lat - 43%, wśród osób między 20 a 29 r. ż. – około 37%, wśród osób w wieku 30-49 lat - 27%. Najmniej zainteresowani programami stacji lokalnych byli najstarsi Polacy - do tego grona należał co dziesiąty słuchacz tej kategorii wiekowej.

Podsumowując, w 2005 roku wśród stacji publicznych przyrost udziałów w rynku odnotowały Program 3 i Radio Bis, poprawiły też na rynku swą pozycję rozgłośnie regionalne radia publicznego. Pozycję sprzed roku zachował Program 2. Dla Programu 1, był to kolejny rok utraty udziału w rynku i zmniejszenia wielkości audytorium.

Wśród koncesjonowanych stacji ogólnopolskich RMF i Radio Zet w porównaniu z ubiegłym rokiem miały mniejsze udziały w rynku, a także średni zasięg dzienny. Trzecia spośród ogólnopolskich stacji koncesjonowanych Radio Maryja zachowało pozycję sprzed roku. Podobnie różnie radziły sobie na rynku stacje o zasięgu ponadregionalnym. Swoją pozycję umocniły Tok FM i Radio Wawa. Obu stacjom przypadły większe udziały w rynku, zyskały też nowych słuchaczy. Radiostacja zachowała swoją pozycję sprzed roku.

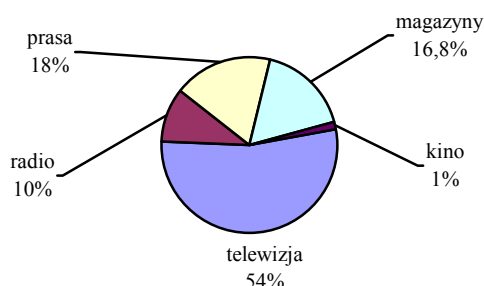
W 2005 roku programy o zasięgu lokalnym zwiększyły zarówno udział w rynku, jak i powiększyły grono swoich słuchaczy.

V. ANALIZY I PERSPEKTYWY ROZWOJU RYNKU REKLAMOWEGO W POLSCE

Wartość rynku reklamowego w Polsce w 2005 r. wyniosła 11,903 mld, co oznacza wzrost o 2% wobec 2004 r. (dane *Expert Monitor*). Najwięcej cennikowo uzyskały telewizje 6,346 mld złotych (spadek o 7,5%). W radiu, wpływy z emisji reklam wyniosły 1,197 mld zł (wzrost o 14,77%). W dziennikach wpływy z reklam wyniosły 2,185 mld zł (o 14,6% więcej), a w magazynach 2,001 mld zł (wzrost o 15%). Największy wzrost zanotowały kina (o 34,1%) uzyskując z emisji reklam 172 mln zł (wszystkie dane cennikowo).

	Wpływy reklamowe w 2005 r. (brutto w mln zł)
Telewizja	6 346
Radio	1 197
Prasa	2 185
magazyny	2 001
Kino	172

Udział poszczególnych mediów
w wydatkach na reklamę w 2005 r.



Telewizja – zmiany i tendencje

Dla reklamy telewizyjnej rok 2005 był rokiem silnych różnicowań. Z jednej strony mieliśmy do czynienia z dynamicznie wzrastającym popytem na emisję reklam, z drugiej z ograniczoną podażą zasobów stacji telewizyjnych w wybranych miesiącach. Duży wpływ na to miały jednorazowe wydarzenia – kwietniowa żałoba po śmierci Jana Pawła II, podczas której nadawcy wstrzymali emisję reklam oraz skumulowane wybory parlamentarne i prezydenckie.

W 2005 roku widzowie mogli obejrzeć w programach telewizyjnych 1,4 mln reklam (w 2004 r. 1,1 mln). Czas wszystkich reklam wyemitowanych w 2005 r. wyniósł 9 447 godzin (w 2004 r. 7 246 godzin). Średni czas jednej reklamy wyniósł 25 sekund. Średnio jeden nadawca emitował dziennie około 250 reklam (185 reklam w 2004 r.). Możliwości emisji reklam w paśmie największej oglądalności (18⁰⁰-23⁰⁰) zostały wyczerpane już w 2004 r., a zatem więcej reklam pojawiło się w pasmach porannych i nocnych.

Telewizja publiczna uzyskała z emisji reklam i sponsoringu 1,13 mld zł (netto), o prawie 12% więcej niż rok wcześniej i sporo więcej niż planował zarząd TVP (981,3 mln zł). Ostrożne plany wynikały z prognoz oglądalności publicznych stacji, którą przewidywano na podobnym poziomie. Ujemna dynamika wpływów brutto (bez uwzględnienia rabatów i upustów) z emisji reklam dla telewizji publicznej wynika z nieuwzględnienia urealnienia cenników, które miało miejsce w 2005 r. Telewizja publiczna obniżyła stawki brutto i zmniejszyła rabaty, co w konsekwencji pozwoliło jej podnieść ceny emisji reklam.

Podobnie, jak w 2004 r. dynamikę powyżej średniej uzyskały stacje określone jako uzupełnienie do stacji ogólnopolskich (stacje tematyczne, kablowo-satelitarne). Prawdopodobnie ta wynika z wysokiej atrakcyjności kosztowej stacji uzupełniających. Część reklamodawców i domów mediowych postanowiła wykorzystać je jako sposób na zmniejszenie negatywnych efektów podwyżki cen reklam w stacjach ogólnopolskich. Wśród telewizji ogólnopolskich, wyjątek stanowi telewizja Polsat, która jako jedyna uzyskała dodatnią dynamikę wpływów. Wg. Prezesa Polsatu przychody grupy POLSAT przyniosły 750 mln zł (prawie o jedną piątą więcej niż rok wcześniej), a zysk netto wyniósł 200-220 mln zł.

Poniżej przedstawiono wpływy z emisji reklam w latach 2004-2005 oraz dynamikę zmian. Prezentowane wpływy wynikają z cenników nadawców, nie uwzględniają stosowanych upustów i rabatów, które mogą sięgać nawet 70% wartości cennikowej.

Wpływy z emisji reklam brutto w zł

	2004 r.	2005 r.	Dynamika zmian 2005/2004
telewizja publiczna ¹	2 796 991 260	1 919 525 950	-31%
POLSAT	1 422 993 149	1 629 254 915	14%
TVN ²	1 458 787 243	1 435 130 225	-2%
Canal + ³	23 289 277	85 313 816	266%
pozostałe programy z polską koncesją ⁴	323 989 261	349 587 136	8%
programy polskojęzyczne bez polskiej koncesji	100 398 339	387 150 081	286%
Łącznie	6 355 730 624	5 991 085 248	-6%

na podstawie AGB Nielsen Media Research

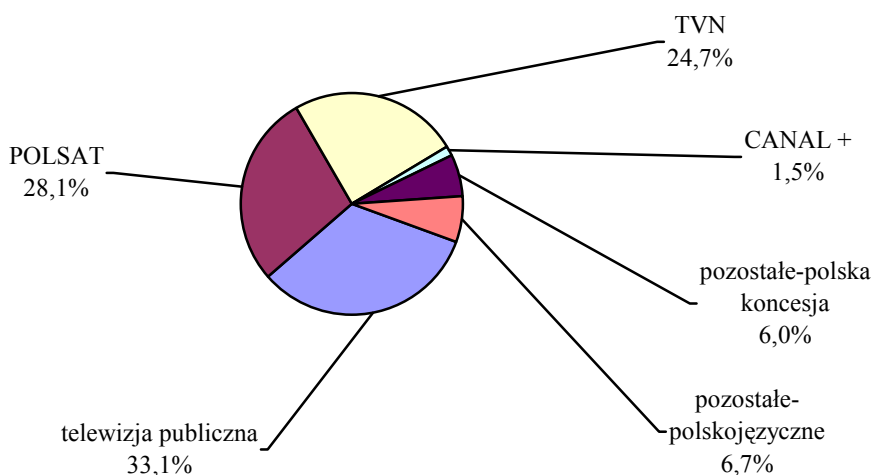
¹ TVP 1, TVP 2, TVP 3,

² TVN, TVN Siedem,

³ CANAL +, CANAL + SPORT, Ale Kino, ZigZap/Hyper/MiniMax, MiniMini

⁴ TV 4, TV PULS, TELE 5, Kino Polska

**Udział poszczególnych telewizji w wydatkach na reklamę brutto
w 2005 roku**



na podstawie AGB Nielsen Media Research

Zwiększyła się liczba audycji sponsorowanych i liczba wyemitowanych ogłoszeń płatnych. Reklamodawcy coraz częściej chcieli się wyróżnić i wybierali tę formę informowania widzów o swojej działalności.

Liczba audycji sponsorowanych w 2004 i 2005 r.

	2004 r.	2005 r.	Dynamika zmian 2005/2004
TVP1	6 674	7 627	14%
TVP2	5 599	7 247	29%
Polsat	8 768	11 397	30%
TVP3	878	969	10%
Canal Plus	462	785	70%
TVN7	1 738	1 615	-7%
TVN	13 765	14 772	7%
TV4	4 551	6 311	39%
TV PULS	500	4 204	741%
Tele5	2 658	8 510	220%

na podstawie AGB Nielsen Media Research

W 2005 r. prognozuje się, że przy kilkunastoprocentowej podwyżce stawek w największych stacjach telewizyjnych, wpływy reklamowe będą o 10,5 % większe niż rok wcześniej, przewyższając tempo wzrostu całego rynku.

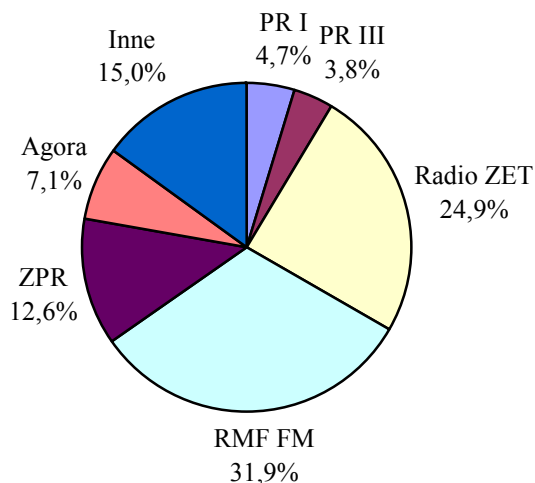
Radio – zmiany i tendencje

Wzrost wydatków reklamowych, jaki miał miejsce w 2005 r. dotyczy również rynku reklamy radiowej.

Wpływy brutto z emisji reklam niektórych nadawców radiowych w 2005 r.

	Wpływy brutto w mln zł	Dynamika w porównaniu z 2004 r.
RMF FM	357,8	7,6
Radio ZET	301,6	16,1
Program III PR	47,1	18,3
Program I PR	45,5	-6,4
Radio BIS	1,2	64,6
Program II PR	0,3	91,6
Radio WaWa	17,2	33,5
Radiostacja	9,3	9,7
Tok FM	3,6	69,3
Eska Warszawa	33,0	52,1
Eska Wrocław	25,9	20
Radio Pogoda	21,7	4,2
Eska Poznań	20,8	32,2
Muzyczne Radio	13,4	54,2
HIT FM (trójmiasto)	12,9	171,3
Złote Przeboje Karolina	12,8	13
Eska Łódź	12,2	-20,5
Parada	11,5	6,9
RMI FM	11,4	16,2

Udziały we wpływach brutto reklamy w radio w 2005 r.

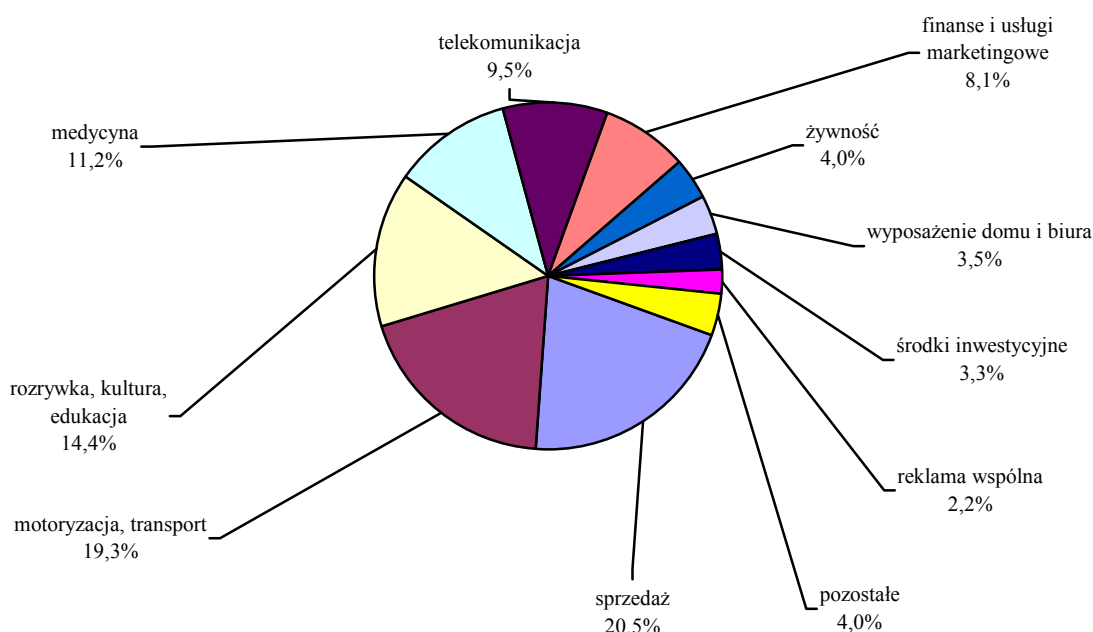


Najlepsze miesiące dla stacji radiowych to maj i czerwiec, niewielki spadek nastąpił w kwietniu, co oczywiście wiąże się z tygodniem bez reklam, który nastąpił po śmierci Papieża Jana Pawła II. Na wielkość rynku reklamowego nie miały większego wpływu kampanie polityczne. Radio jest rzadziej wykorzystywanym medium do celów kampanii wyborczych, niż np. telewizja czy reklama zewnętrzna. Szacowana wartość kampanii wyborczych w radiu to około 2 mln złotych.

Największy udział w wydatkach na reklamę radiową miał sektor sprzedaży. Firmy z tego sektora wydały ponad 56 mln zł, a tak wysoki, 58% wzrost jest spowodowany pojawieniem się w reklamie radiowej nowych podmiotów – Lidl Polska, Euro RTV AGD i Saturn Polska.

Sektorem, który poprawił wyniki reklamy radiowej była również medycyna. Na reklamę środków farmaceutycznych przeznaczono w radiu ponad 25 mln zł (11% udziału w rynku). W porównaniu do 2004 r. jest to wzrost około 40%.

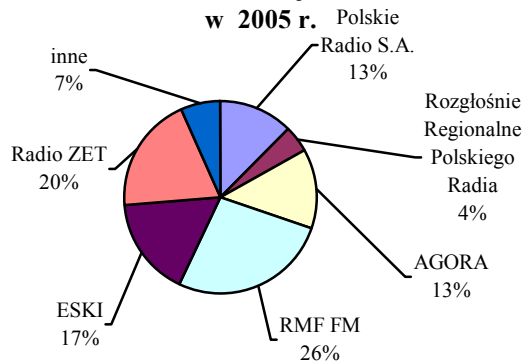
Udział sektorów w reklamie radiowej w 2005 r.



Wartość netto wpływów z emisji reklam szacowana jest na poziomie 453 mln zł.

	Szacowane wpływy netto w mln zł
Polskie Radio S.A.	57,1
Rozgłoszenie Regionalne Polskiego Radia	19,8
AGORA	60,1
RMF FM	121,0
ESKI	75,0
Radio ZET	90,0
Inne	30,0
	453,0

Udziały we wpływach netto na reklamę w 2005 r.



Wśród stacji ogólnopolskich największe wpływy z reklam uzyskało Radio RMF FM (cennikowo 357,8 mln zł, wzrost o 7,6% w porównaniu z 2004 r.). Najwięcej wpływów z emisji reklam, na rynku rozgłośni ponadregionalnych, uzyskało Radio WaWa (cennikowo 17,2 mln zł, wzrost o 33,5%), a wśród lokalnych nadawców Radio Eska Warszawa (cennikowo 33 mln zł, wzrost o 52,1%).

Przeważająca część budżetów reklamowych lokowana jest w stacjach ogólnopolskich. W czterech głównych stacjach, czyli w RMF FM, Radiu ZET, Programie 1 i 3 Polskiego Radia zainwestowano 60% wartości radiowego rynku reklam, czyli prawie 270 mln zł. Pozostałe 40%, czyli około 185 mln wydano w sieciach radiowych i stacjach lokalnych.

Obserwując dynamikę wzrostu w 2005 r. oraz wzrost we wpływach z reklam z pozostałych mediów, należy sądzić, że 2006 r. będzie kolejnym rokiem wzrostowym. Rynekowi reklamy radiowej daleko jest do osiągania maksymalnych limitów emisji reklam w godzinie programu, można więc spodziewać się większej liczby reklam. Duża część wpływów z reklam w 2006 r. przypadnie zapewne RMF FM i Radiu ZET, jednak coraz większą część udziałów we wpływach będą mieć sieci radiowe. Zwiastunem tego jest systematyczny wzrost udziałów w rynku sieci ESKA oraz rozbudowa sieci za pomocą Eski Rock. O nowego słuchacza będzie walczyć również Agora, która jest w trakcie budowy nowej sieci Roxy FM.

Prasa

2005 r. był kolejnym rokiem systematycznego wzrostu znaczenia prasy w całkowitych wydatkach reklamowych. Wzrost wydatków na reklamę w prasie w 2005 r. szacowany jest na poziomie 17,5 %.

Udział wydatków reklamy prasowej w wydatkach na reklamę ogółem wyniósł w 2005 r. nieco poniżej 33%. Rozpatrując sytuację całej prasy w podziale na dzienniki i magazyny, można zauważyć różnice w dynamice poszczególnych mediów. Kategoria „dzienniki” uzyskała 15,1% wzrost, zaś kategoria „magazyny” 9,3% wzrost.

Sektorami najważniejszymi dla prasy są: motoryzacja i transport (176,4 mln zł), sprzedaż (119 mln zł), higiena i pielęgnacja ciała (110 mln zł) oraz rozrywka, kultura, edukacja (106,7 mln zł).

Udział we wpływach z rynku reklamy zamieszczanej w dziennikach przedstawia się następująco: 35% Agora, 37% inne dzienniki ogólnopolskie, 28% dzienniki lokalne. W porównaniu z 2004 r. *Gazeta Wyborcza* straciła na rzecz *Faktu* i *Rzeczpospolitej*. Odnotowano również bardzo duży spadek przychodów z dzienników lokalnych z ponad 40 % w 2004 r. do 28% w 2005 r.

Prym we wpływach z reklam w tygodnikach wiodą tygodniki opinii – *Wprost*, *Polityka*, *Newsweek Polska*, wśród miesięczników prasa kobieca – *Claudia*, *Twój Styl* (mniejsze wpływy niż w 2004 r.), *Elle*, *Glamour*, *Olivia*.

20 największych reklamodawców zostawiło w prasie 880 mld złotych, co daje 30% wzrost wydatków. Główny powód to intensywność reklam Euro RTV AGD, Lidl Polska i Saturn Polska.

Nie rosną wydatki na promocję własnych tytułów. W 2005 r. wydano 658 mln złotych na wspieranie własnych tytułów. Najsilniej wspierane tytuły to *Gazeta Wyborcza*, *Nowy*

Dzień (ostatni numer tego dziennika ukazał się 23 lutego 2006 r.) i *Fakt*. Do promocji tytułów wykorzystywane są telewizja, reklama zewnętrzna oraz radio.

Internet

W Polsce mamy ponad 11 mln internautów (7 miejsce w Europie). Coraz więcej z nich korzysta z Internetu w domu (67,3%). Dynamika wzrostu użytkowników Internetu w pracy pozostaje na stałym poziomie od lat (22,3%). Coraz częściej domowi użytkownicy korzystają z szerokopasmowego, szybkiego dostępu (57,3%), rezygnując z łączenia się przez modem.

Wydarzeniami w 2005 r. było pojawienie się na rynku polskim dwóch międzynarodowych graczy – Google Polska i eBay Polska i przyjęcie pierwszego powszechnego standardu pomiaru Internetu.

Najczęściej odwiedzane strony to Onet.pl, Google, Wirtualna Polska. Przy oglądaniu tych stron internauci spędzają najwięcej czasu.

Wydatki na reklamę w Internecie w 2005 r. wzrosły w porównaniu z 2004 r. o 45-50% tj. do 140 mln zł. Ten poziom wpływów zapewnia Internetowi 2,3% udział w wydatkach na reklamę ogółem. Tym samym reklama internetowa stanowi większy udział niż kino, powoli zbliża się do wydatków reklamy zewnętrznej.

Największy wzrost wpływów z reklam prognozuje się w wydatkach na reklamę w wyszukiwarkach. Otwarcie polskiego biura firmy Google może być dowodem na to, że polski rynek ma w sobie potencjał, który warto obudzić.

Poprawa jakości połączenia z Internetem pozwala wydawcom na rozwój usług multimedialnych oferowanych użytkownikom w oparciu o materiały TV – iTVP, Lemontv.pl (o2.pl), Polsat (Interia.pl., Wirtualna Polska.), wiadomości TVN (Onet.pl).

Ciekawostką roku było wprowadzenie przez portal Gazeta.pl oferty reklamowej, w której dobór treści reklamy emitowanej użytkownikowi dokonywany jest w oparciu o analizę jego zachowań i poprzednich odwiedzin portalu.

Reklama zewnętrzna

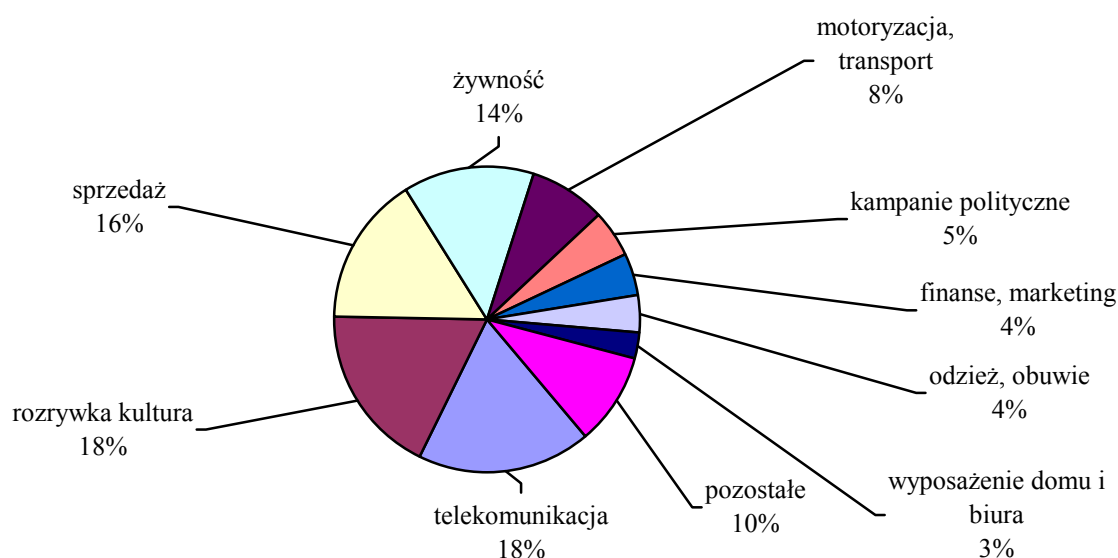
Firmy reklamy zewnętrznej w Polsce w 2005 roku zwiększyły swoje przychody do ponad 474 mln zł (to o 26% więcej niż rok wcześniej). Do przyczyn takiego wzrostu należy zaliczyć: wybory parlamentarne i prezydenckie, wzrost jakości sprzedaży, podwyższenie jakości nośników.

Wpływy z reklam wyborczych przyniosły 24 mln zł. W sierpniu i we wrześniu plakaty wyborcze zdominowały rynek i osiągnęły w nim blisko 14% udział (najwyższy w kategorii „reklamowanych produktów” w tym okresie).

Wydatki poszczególnych branż na reklamę zewnętrzną w 2004 roku (w zł)

telekomunikacja	86 769 558
rozrywka kultura	85 890 786
sprzedaż	75 691 537
żywność	65 084 751
motoryzacja, transport	38 300 762
kampanie polityczne	24 382 641
finanse, marketing	20 847 564
odzież, obuwie	17 950 486
wyposażenie domu i biura	12 688 852
środki osobistej pielęgnacji ciała	9 287 368
usługi	9 134 887
budownictwo	8 829 029
nieokreślony sektor	5 938 447
produkty zdrowotne leki	5 671 685
bezpłatne i autopromocja	2 784 744
domowe środki czystości	2 279 861
produkty dla zwierząt	1 650 665
przemysł	965 720
rolnictwo i ogrodnictwo	177 795
produkty dla dzieci	23 170

Udziały poszczególnych branż na reklamę zewnętrzną w 2004 r.



Na podstawie Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej

Podsumowanie

Z raportu Domu Mediowego Starlink wynika, że w 2006 r. polski rynek reklamowy wzrośnie o ponad 10 % i przekroczy wartość 5,5 mld zł. Nadal najszybciej będzie rozwijała się reklama w Internecie (ponad 52%), w radiu (11,3%), oraz reklama telewizyjna (10,5%). Siłą napędową rynku mają być między innymi sektor żywności, telekomunikacja, finanse i medycyna (parafarmaceutyki).

Prognozy dotyczące wpływów z rynku reklam w 2006 r. wskazują, że rynek ten nadal będzie wykazywał tendencję wzrostową. Przyczyni się do tego wciąż rosnąca koniunktura gospodarcza kraju, jak również szybki wzrost konsumpcji indywidualnej. Wydarzeniami, które mogą spowodować zwiększenie wpływów z reklamy, są wydarzenia sportowe – igrzyska zimowe w Turynie i mistrzostwa świata w piłce nożnej w Niemczech.

VI. MIĘDZYNARODOWY KONTEKST DZIAŁALNOŚCI KRAJOWEJ RADY RADIOFONII I TELEWIZJI

Zmiany w prawie wspólnotowym odnoszące się do sfery regulacji usług audiowizualnych

Zmiany przewidziane w projekcie nowelizacji dyrektywy „O telewizji bez granic”

Od ostatniej zmiany dyrektywy „O telewizji bez granic” w 1997 roku rynek audiowizualny przeszedł ogromne zmiany, wynikające przede wszystkim z upowszechnienia nowych technologii. Dotychczasowe ramy prawne przestają odpowiadać na wyzwania technologiczne, rynkowe i społeczne.

Przedstawiony 13 grudnia 2005 roku przez Komisję Europejską projekt zmiany dyrektywy „O telewizji bez granic” jest zwieńczeniem prowadzonego od dłuższego czasu procesu przeglądu obowiązującej dyrektywy. Proces ten rozpoczął się formalnie w 2003 roku wraz z przeprowadzeniem przez Komisję publicznych konsultacji w sprawie nowelizacji dyrektywy.

Przedstawiony przez Komisję Europejską projekt dyrektywy zmieniającej dyrektywę „O telewizji bez granic” przewiduje pewne zasadnicze zmiany w odniesieniu do dotychczas obowiązujących reguł. Wyrazem nowego podejścia zaprezentowanego przez Komisję jest wprowadzenie nowego tytułu dyrektywy - „O audiowizualnych usługach medialnych”.

Najbardziej istotne zmiany dotyczą znacznego rozszerzenia przedmiotowego zakresu dyrektywy z rozpowszechniania telewizyjnego na audiowizualne usługi medialne (zarówno linearne, jak i nielinearne tzn. na żądanie), a także zasad ustalania właściwości jurysdykcyjnej, wprowadzenia dwustopniowej regulacji zakładającej ustanowienie pewnych minimalnych reguł dla wszystkich medialnych usług audiowizualnych. Natomiast na drugim poziomie regulacji proponuje się - oprócz tych reguł ogólnych - sformułowanie bardziej szczegółowych reguł mających zastosowanie tylko do linearnych usług audiowizualnych.

Proponuje się także uwzględnić rozwiązania mające przeciwdziałać delokalizacji nadawców, wprowadzić prawo do krótkich relacji, dokonać istotnej liberalizacji reguł reklamowych, dopuścić stosowanie *product placement* oraz potwierdzić zasadę niezależności regulatorów audiowizualnych. Poniżej przybliżone zostaną informacje o głównych kierunkach zmian zawartych w projekcie dyrektywy.

- Zakres projektowanej dyrektywy

Komisja Europejska proponuje rozszerzenie zakresu usług objętych dyrektywą i objęcie jej zakresem kategorii usług określanych jako „audiowizualne usługi medialne”.

Projekt rozszerzając zakres dotychczasowej dyrektywy „O telewizji bez granic”, przewiduje zmianę jej tytułu; jej nowa skrócona nazwa to - dyrektywa „O audiowizualnych usługach medialnych”.

Zgodnie z definicją zamieszczoną w projekcie dyrektywy, audiowizualną usługą medialną jest usługa określona w art. 49 i 50 Traktatu WE, której głównym celem jest przekazywanie ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez dźwięku, w celu informowania, dostarczania rozrywki lub edukowania szerokiej publiczności za pośrednictwem sieci komunikacji elektronicznej w rozumieniu art. 2 (a) dyrektywy 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (dyrektywa w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej tzw. dyrektywa ramowa).

W preambule projektu wskazano m.in. że definicja audiowizualnych usług medialnych wprowadzona w projekcie dyrektywy obejmuje wszystkie usługi audiowizualnych mediów masowych, zarówno linearnych, opartych o zaplanowany układ programu, jak i nielinearnych, dostępnych na życzenie użytkownika. Definicja ta nie obejmuje usług nieprzeznaczonych do przekazywania treści audiowizualnych, w których treści audiowizualne pojawiają się czysto incydentalnie w ramach tej usługi i nie są jej głównym celem. Przykładem takiej usługi jest strona internetowa zawierająca pewne elementy audiowizualne mające charakter pomocniczy. Definicja ta nie obejmuje elektronicznych redakcji dzienników i czasopism. Nie obejmuje także radia i transmisji dźwiękowych.

Na sposób odczytywania definicji audiowizualnej usługi medialnej ma także wpływ definicja świadczącego ją usługodawcy. Zgodnie z projektowaną dyrektywą jest nim osoba fizyczna lub prawna ponosząca odpowiedzialność redakcyjną za wybór treści audiowizualnych do audiowizualnej usługi medialnej i określająca sposób jej organizacji.

- Wprowadzenie dwustopniowej regulacji

Projekt bierze pod uwagę istotne różnice pomiędzy usługami linearnymi, w tym tradycyjną telewizją a usługami nielinearnymi, dostępnymi na życzenie. Konsekwencją tego jest zróżnicowanie obowiązków regulacyjnych nakładanych na obie kategorie usług.

Wszystkie audiowizualne usługi medialne objęte byłyby obowiązkami o charakterze minimalnym z zakresu:

- podstawowych wymagań dotyczących identyfikacji usługodawcy,
- ochrony małoletnich i godności ludzkiej,
- rozwiązań z zakresu promocji europejskich dzieł audiowizualnych,
- identyfikacji treści o charakterze handlowym i obowiązków o charakterze jakościowym wobec tych przekazów (jak np. zakaz reklamy określonych produktów i usług, obowiązki odnoszące się do reklamy kierowanej do małoletnich), ogólne wymagania dotyczące sponsoringu i *product placement*.

Usługi linearne natomiast podlegać będą bardziej szczegółowej regulacji, z uwagi na mniejszy stopień sfery wyboru i kontroli wykonywanej przez użytkownika, a także z uwagi na większy wpływ na opinię publiczną.

Proponowana dyrektywa w dalszym ciągu posługuje się pojęciem „telewizyjnego rozpowszechniania”, nadając mu jednak nowe, znacznie pojemniejsze znaczenie. Jego zakresem, w sposób wyraźny, objęto wszystkie linearne audiowizualne usługi medialne, których harmonogram określa usługodawca decydując o czasie transmisji danej audycji.

Do tak zdefiniowanego rozpowszechniania telewizyjnego znajdowałyby zastosowanie dodatkowe wymogi w zakresie m.in. promocji audiowizualnej twórczości europejskiej, prawa do odpowiedzi czy też ilościowych ograniczeń reklamy.

Należy wskazać, iż nowego znaczenia nabierze także termin „nadawca”, który zgodnie z projektem odnosiłby się do usługodawcy oferującego linearną medialną usługę audiowizualną.

Należy także podkreślić, iż projekt nie łączy objęcia audiowizualnych usług medialnych zakresem dyrektywy z koniecznością wprowadzania zezwoleń administracyjnych na świadczenie takich usług.

- **Jurysdykcja**

Projektowana dyrektywa pozostawia w mocy system określania jurysdykcji oparty na szeregu, kaskadowo stosowanych kombinacji kryteriów.

Jednocześnie projekt wprowadza pewne zmiany w regułach określania właściwości jurysdykcyjnej.

Warto odnotować, że w związku z proponowaną zmianą zakresu obowiązującej dyrektywy „O telewizji bez granic”, proponuje się, aby reguły określania właściwości jurysdykcyjnej były stosowane do szerszej kategorii podmiotów niż ma to miejsca obecnie, a mianowicie do usługodawców (dostarczycieli) szeroko pojmowanych audiowizualnych usług medialnych.

Tak więc, w proponowanym ujęciu zasady jurysdykcyjne będą stosowane zarówno do usługodawców usług linearnych, jak i usług na życzenie.

Podstawowe kryteria jurysdykcyjne nie ulegną zasadniczym zmianom, zostaną jedynie dostosowane do nowej koncepcji zakresu dyrektywy. Podstawowe kryteria to:

- miejsce siedziby usługodawcy (dostarczyciela) audiowizualnej usługi medialnej,
- miejsce gdzie podejmowane są decyzje redakcyjne o audiowizualnej usłudze medialnej,
- miejsce, w którym działa znaczna część pracowników zaangażowanych w prowadzenie działalności związanej z audiowizualną usługą medialną,
- miejsce, w którym usługodawca po raz pierwszy rozpoczął działalność zgodnie z przepisami prawa danego państwa członkowskiego.

Ponadto, w celu uproszczenia zasad określania właściwości jurysdykcyjnej zmieniono kolejność uzupełniających kryteriów zawartych w dotychczasowym art. 2 ust. 4 dyrektywy.

Warto, zaznaczyć, że również zasada swobody i retransmisji, określona w art. 2a dyrektywy zostaje rozszerzona na wszystkie audiowizualne usługi medialne, zarówno te linearne, jak i te dostępne na życzenie.

- **Procedury przeciwdziałania delokalizacji**

W pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że delokalizacją określa się zjawisko polegające na wyborze przez tradycyjnie pojmowanego nadawcę jurysdykcji określonego państwa w celu ominięcia prawa państwa, do którego widowni w całości lub w większości kieruje swój program.

Komisja w pewnym stopniu uwzględniła w projekcie dyrektywy rozwiązania mające służyć przeciwdziałaniu przez nadawców nadużywaniu praw wynikających z ustanowionej w dyrektywie swobody odbioru i retransmisji. Zgodnie z projektowanymi zapisami, państwo członkowskie może, w celu zapobiegania nadużyciu lub nieuczciwemu postępowaniu, podjąć

środki przeciwko usługodawcy audiowizualnej usługi medialnej ustanowionym w innym państwie członkowskim, jeśli kieruje on całość lub większość swojej działalności na terytorium tego pierwszego państwa.

Wprowadzone zmiany określają kilkustopniową procedurę, która znajduje zastosowanie przy wprowadzaniu takich środków; aby państwo członkowskie mogło je wprowadzić muszą być spełnione następujące warunki:

- państwo, w którego jurysdykcji pozostaje usługodawca świadczący daną medialną usługę audiowizualną pomimo prośby państwa odbierającego nie podjęło stosownych środków wobec danego usługodawcy;
- państwo odbierające notyfikowało Komisji Europejskiej i temu państwu członkowskiemu intencję wprowadzenia stosownych środków,
- Komisja Europejska uznała, iż te środki są zgodne z prawem wspólnotowym.

Należy podkreślić, iż opisana procedura dotyczy wszystkich audiowizualnych usług medialnych, a więc zarówno linearnych, jak i nielinearnych.

- Wspólne reguły dla wszystkich audiowizualnych usług medialnych

Projekt proponuje dwupoziomą regulację medialnych usług audiowizualnych. Pierwszy poziom regulacji dotyczyłby wszystkich audiowizualnych usług medialnych i stanowi katalog standardów minimalnych, ukierunkowanych na zagwarantowanie ochrony konsumenta, ochrony małoletnich i poszanowania godności ludzkiej, a także na realizację celów polityki kulturalnej Wspólnoty poprzez promocję europejskiej produkcji audiowizualnej.

Część przepisów rozdziału II „Postanowienia ogólne” w redakcji proponowanej w projekcie nowelizacji rozszerza na wszystkie usługi audiowizualne usługi medialne już istniejące zasady, część natomiast stanowi nowe rozwiązania. Reguły zawierające minimalne wymogi jakościowe odnoszące się do wszystkich usług objętych dyrektywą zawarte zostały we wprowadzonych projektem dyrektywy artykułach 3c – 3h.

Audiowizualne usługi medialne objęte byłyby obowiązkami o charakterze minimalnym z zakresu:

- podstawowych wymagań dotyczących identyfikacji usługodawcy,
 - ochrony małoletnich i godności ludzkiej,
 - promocji europejskich dzieł audiowizualnych,
 - identyfikacji treści o charakterze handlowym,
 - obowiązków o charakterze jakościowym wobec treści o charakterze handlowym, a także ogólnych wymagań dotyczących sponsorowania i *product placement*.
- Liberalizacja przepisów dotyczących reklamy

Oprócz wskazanych powyżej wymogów identyfikacyjnych i minimalnych wymagań jakościowych wobec audiowizualnych przekazów handlowych i sponsoringu – mających zastosowanie wobec wszystkich audiowizualnych usług medialnych, projekt obejmuje linearne usługi uzupełniającą regulacją – w zakresie tzw. wymogów ilościowych, odnoszących się do takich kwestii jak limity czasu nadawania reklamy i telesprzedaży, czy zasady przerywania audycji reklamami.

W porównaniu do dotychczasowych regulacji zawartych w dyrektywie „O telewizji bez granic” projektowana dyrektywa proponuje daleko idące zmiany w przepisach dotyczących reklamy w usługach linearnych.

Do projektu nie przeniesiono przyjętej na gruncie obecnie obowiązującej dyrektywy generalnej zasady, iż spoty reklamowe powinny być umieszczane pomiędzy audycjami (por. art. 11 projektowanej i obowiązującej dyrektywy).

Liberalizacji ulega również ogólna zasada nadawania reklam w blokach, wskazująca, że nadawanie pojedynczych spotów reklamowych stanowić może jedynie wyjątek. Proponuje się, aby pojedyncze spoty reklamowe mogły być nadawane bez tego ograniczenia w audycjach sportowych (por. art. 10 ust. 2 projektowanej i obowiązującej dyrektywy).

Liberalizując zasady przerywania audycji reklamami projekt przewiduje zniesienie obecnie obowiązującej zasady, iż pomiędzy przerwami reklamowymi powinno być co najmniej 20 minut przerwy.

Projektowana dyrektywa w istotny sposób zmienia również funkcjonujące szczególne wymogi dotyczące przerywania reklamami filmów telewizyjnych lub kinematograficznych, programów dla dzieci oraz programów informacyjnych.

Projekt przewiduje, że filmy telewizyjne (z wyjątkiem serii, seriali, lekkich programów rozrywkowych i audycji dokumentalnych), filmy kinematograficzne, programy dla dzieci oraz programy informacyjne - zgodnie z brzmieniem art. 11 w kształcie ustalonym projektowaną dyrektywą - będą mogły być przerywane reklamami lub telesprzedażą raz w każdym okresie 35 minut.

Projekt utrzymuje zasadę, zakazującą przerywania reklamami transmisji z uroczystości religijnych. Jednakże nie zachowano ograniczenia przerwami reklamowymi innych audycji religijnych. Obecnie takie audycje mogą być przerywane reklamą tylko jeżeli ich planowany czas trwania wynosi co najmniej 30 minut. Zasada ta nie została przeniesiona do projektowanej dyrektywy.

Inne rodzaje audycji będą mogły być przerywane reklamą bez dodatkowych ograniczeń, poza tymi wynikającymi z godzinowego limitu czasu, jaki może być przeznaczony na reklamę i telesprzedaż oraz z ogólnej zasady poszanowania integralności audycji i praw podmiotów uprawnionych.

Zgodnie ze zmianami projektowanymi w art. 11, znosi się również zasadę, iż w audycjach złożonych z niezależnych, autonomicznych części, a także w audycjach sportowych lub innych audycjach o podobnej strukturze zawierających przerwy, reklamy i telesprzedaż mogą być nadawane wyłącznie między poszczególnymi częściami takich audycji lub w przerwach.

W odniesieniu do limitów czasu nadawania reklamy i telesprzedaży, projektowana dyrektywa przewiduje zniesienie dziennego limitu czasu nadawania reklamy i telesprzedaży, przy utrzymaniu godzinowego limitu – reklama i telesprzedaż mogą stanowić nie więcej niż 20% czasu nadawania w danej godzinie zegarowej (art. 18 projektowanej dyrektywy).

Ograniczenie godzinowego czasu nadawania reklamy i telesprzedaży nie będzie odnosiło się do komunikatów rozpowszechnianych przez danego nadawcę telewizyjnego dotyczących jego audycji i produktów dodatkowych, związanych bezpośrednio z tymi audycjami ani do ogłoszeń sponsorskich (*sponsorship announcements*), ani do *product placement*.

- Prawo do krótkich relacji z wydarzeń budzących społeczne zainteresowanie

W celu ochrony interesów widzów w zakresie prawa do informacji, jak również dla promowania pluralizmu źródeł informacji, w projektowanej dyrektywie wprowadzono prawo do krótkich relacji z wydarzeń budzących duże społeczne zainteresowanie. W związku z proponowaną szeroką definicją nadawcy, rozwiązanie to będzie miało zastosowanie do linearnych usług audiowizualnych.

Państwa członkowskie miałyby zapewnić dla celów przygotowywania krótkich relacji do serwisów informacyjnych (*short news reports*), iż nadawcy pozostający w jurysdykcji innych państw członkowskich nie będą pozbawieni dostępu, na godziwych, uzasadnionych i niedyskryminacyjnych warunkach, do wydarzeń o dużym znaczeniu dla społeczeństwa, transmitowanych przez nadawców pozostających pod ich jurysdykcją.

Krótkie relacje przeznaczone do serwisów informacyjnych (*short news reports*) będą mogły być realizowane przez nadawców w oparciu o transmitowany sygnał, co najmniej z zachowaniem wskazania źródła informacji.

Z zapisów preambuły wynika, że ograniczenie w interesie publicznym praw wyłącznych nie może być rozumiane zbyt szeroko; krótkie relacje mogą być realizowane dla celów serwisów informacyjnych, na słusznym, rozsądnym i niedyskryminacyjnym warunkach, przy poszanowaniu praw wyłącznych. Warunki te powinny być ogłoszone z odpowiednim wyprzedzeniem przed danym wydarzeniem. Zasadniczo czas takich krótkich relacji nie powinien przekraczać 90 sekund.

- Niezależność regulatora

W projekcie dyrektywy dostrzegając rolę niezależnych organów regulujących w zakresie właściwej implementacji zasad określonych w dyrektywie, a w szczególności monitorowania odpowiedniego wykonywania wynikających z niej obowiązków, zaakcentowano znaczenie niezależności takich organów, zarówno od rządu danego państwa członkowskiego, jak również od uczestników rynku medialnego (recital 47 preambuły).

Projekt dyrektywy w art. 23b nakłada na państwa członkowskie obowiązek zapewnienia niezależności krajowych organów regulacyjnych oraz zapewnienia tego, by wykonywały one swoje kompetencje w sposób bezstronny i przejrzysty. Przepis ten odnosi się również do wymiany informacji koniecznych dla stosowania zapisów dyrektywy pomiędzy tymi organami a Komisją Europejską.

- Uwagi końcowe

Prace nad wspomnianym projektem będą prowadzone według tzw. procedury współdecydowania, co oznacza, że będą toczyły się w Radzie Unii Europejskiej i Parlamencie Europejskim. Trudno obecnie przewidzieć termin zakończenia tej złożonej procedury legislacyjnej, a przedstawiona propozycja nie zawiera harmonogramu prac i nie precyzuje daty transpozycji przez państwa członkowskie, wskazując jedynie, iż w dyrektywie przewidziany będzie okres przejściowy. Biorąc pod uwagę złożoność przedmiotowej materii można jednak przyjąć, iż będzie to proces rozłożony w dłuższym okresie czasu.

Dyrektywa o usługach na Rynku Wewnętrznym

Projekt dyrektywy o usługach na Rynku Wewnętrznym [2004/0001 (COD)], przedstawiony przez Komisję Europejską w marcu 2004 roku, jest mającą horyzontalny charakter inicjatywą, której celem jest ułatwienie swobodnego przepływu usług w ramach

wspólnego rynku. Ponieważ projekt ten obejmuje również usługi audiowizualne ma on istotne znaczenie dla sfery usług radiowo-telewizyjnych.

Projekt dyrektywy dotyczy dwóch zasadniczych swobód wspólnotowych: swobody świadczenia usług oraz swobody zakładania przedsiębiorstw. W zakresie swobody świadczenia usług wprowadza on, podobnie jak dyrektywa „O telewizji bez granic”, zasadę państwa pochodzenia co oznacza w uproszczeniu, iż dany usługodawca polega jedynie przepisom państwa członkowskiego, w którym został ustanowiony. Natomiast przepisy dotyczące swobody zakładania przedsiębiorstw mają na celu głównie eliminację barier wynikających ze skomplikowanych procedur administracyjnych i systemów zezwoleń.

Rozwiązania przyjęte w projekcie będą miały wpływ na regulację usług audiowizualnych m.in. w następującym zakresie: zasad stosowanych do systemów zezwoleń, stosunku projektowanej dyrektywy do zapisów dyrektywy „O telewizji bez granic”, uproszczenia procedur administracyjnych.

Proponowana inicjatywa wzbudziła wśród państw członkowskich szereg wątpliwości związanych z objęciem nią usług audiowizualnych. Pierwotny projekt przedstawiony przez Komisję nie określał w sposób dostatecznie jasny kwestii wzajemnego stosunku projektowanej dyrektywy i dyrektywy „O telewizji bez granic”, która stanowi wspólnotową regulację sektorową dla usług rozpowszechniania telewizyjnego.

W szczególności wątpliwości te dotyczyły różnic w podejściu do zasady państwa pochodzenia w obu tych aktach prawnych, w tym możliwości dalszego stosowania zasad określania państwa pochodzenia nadawcy wprowadzonych w dyrektywie „O telewizji bez granic”, jak również wpływu przyjęcia projektowanej dyrektywy na proces rewizji dyrektywy „O telewizji bez granic”. Niejasności te zostały wyjaśnione dopiero na etapie prac w Grupie Roboczej ds. Konkurencyjności i Wzrostu, działającej w strukturze Rady Unii Europejskiej.

Natomiast zapisy projektowanej dyrektywy w zakresie reguł dotyczących udzielania zezwoleń dotyczą tak istotnego elementu prowadzenia krajowej polityki audiowizualnej jak polityka koncesyjna. Wymogi dotyczące zezwoleń zawarte w projekcie, dotyczące m.in. czasu trwania zezwoleń czy rekoncesjonowania, mogłyby prowadzić do ograniczenia swobody państw członkowskich w określaniu zasad udzielania zezwoleń w dziedzinie usług audiowizualnych.

Projektowana dyrektywa wprowadza również wymagania w zakresie kryteriów udzielania zezwoleń, które powinny być niedyskryminacyjne, obiektywnie uzasadnione nadrzędnym interesem publicznym, proporcjonalne do powyższego celu związanego z interesem publicznym, jasne, obiektywne i podane z wyprzedzeniem do publicznej wiadomości. Ograniczenia dotyczące zezwoleń nie pozwalają na preferencje dla koncesjonariuszy w ramach procedury rekoncesjonowania.

Projekt zobowiązuje państwa członkowskie do przedstawienia uzasadnienia istniejących systemów zezwoleń występujących w ich prawodawstwie w dziedzinach objętych zakresem dyrektywy i poddania ich przeglądowi.

Dążąc do likwidacji nadmiernych barier w przepływie usług, projekt zawiera również celowe rozwiązania w zakresie uproszczenia procedur administracyjnych, w tym ustanowienia pojedynczych punktów kontaktowych oraz wprowadzenia procedur elektronicznych.

Przedstawiony jako rezultat prac Grupy Roboczej ds. Konkurencyjności i Wzrostu, zmodyfikowany tekst projektu dyrektywy pod koniec maja 2005 roku, eliminuje część wątpliwości związanych z objęciem tym aktem prawnym usług audiowizualnych m.in. poprzez dokładniejsze wyjaśnienie stosunku projektowanej dyrektywy do dyrektywy „O

telewizji bez granic”. Zgodnie z nowym brzmieniem jego zapisów projektowana dyrektywa o usługach na rynku wewnętrznym wskazuje, iż dyrektywa o usługach będzie miała jedynie charakter uzupełniający w stosunku do innych aktów prawa wspólnotowego. Potwierdza on również, iż pełne zastosowanie znajdą zasady określania jurysdykcji nad nadawcami ustanowione w dyrektywie „O telewizji bez granic”, a przyjęcie projektu nie będzie naruszało możliwości przyszłych zmian dyrektywy „O telewizji bez granic”. Nowy skonsolidowany tekst, wskazuje również, iż cele krajowej polityki kulturalnej, w tym audiowizualnej mogą uzasadniać istnienie krajowych systemów zezwoleń. Kierunek ten kontynuuje skonsolidowany projekt uwzględniający prace prowadzone pod kierownictwem Prezydencji Brytyjskiej.

Prace nad wymienionym projektem toczą się na forum wspólnotowym w ramach tzw. procedury współdecydowania równoległe w Parlamencie Europejskim i w Radzie Unii Europejskiej.

Prace w Radzie UE, były prowadzone głównie w ramach Grupy Roboczej ds. Konkurencyjności i Wzrostu, gdzie przedstawiciele państw członkowskich prowadzili dyskusję nad poszczególnymi zapisami. Pod koniec maja 2005 roku zaprezentowano nowy tekst dyrektywy uwzględniający propozycje zmian zaproponowane podczas Prezydencji Luksemburskiej, a w grudniu 2005 roku przedstawiono tekst podsumowujący prace Prezydencji Brytyjskiej.

Natomiast podsumowaniem prac Parlamentu Europejskiego było przyjęcie w dniu 22 listopada 2005 roku przez Komisję ds. rynku wewnętrznego i ochrony konsumentów Parlamentu Europejskiego raportu dotyczącego projektu dyrektywy o usługach na Rynku Wewnętrznym, zawierającego szereg kluczowych zmian względem propozycji Komisji. Raport ten zawiera m.in. postulat wyłączenia usług audiowizualnych z zakresu projektowanej dyrektywy.

W toku prac nad projektem przedstawiciele szeregu państw członkowskich wskazując na szczególny charakter usług audiowizualnych i wątpliwości związane z objęciem ich projektem dyrektywy wskazywali, iż powinny one być wyłączone z zakresu projektowanej regulacji. Te przedstawione stanowiska i specyfika usług audiowizualnych mogą stworzyć grunt dla uwzględnienia, w ramach prac na forum wspólnotowym, postulatu wyłączenia usług audiowizualnych z zakresu projektowanej regulacji. Przemawia za tym również trwający proces nowelizacji dyrektywy „O telewizji bez granic”, który będzie prowadził prawdopodobnie do rozszerzenia zakresu usług objętych sektorową regulacją wspólnotową.

Realizacja polityki audiowizualnej w instytucjonalnych ramach Rady Europy

Komitet Zarządzający ds. mediów i nowych usług komunikacyjnych (CDMC)

Komitet działał dotychczas pod nazwą Komitetu Zarządzającego ds. Środków Masowego Przekazu (CDMM). Zmiana nazwy nastąpiła wskutek decyzji VII Konferencji Ministerialnej nt. polityki w dziedzinie mediów masowych (Kijów, marzec 2005 roku), celem rozszerzenia zakresu działania komitetu i objęcia nim także nowych technologii.

Komitet, w którego pracach uczestniczą przedstawiciele wszystkich krajów członkowskich RE, dąży do rozwoju współpracy między krajami członkowskimi w dziedzinie polityki medialnej służącej wolności słowa i mediów oraz prawom człowieka. Komitet powołuje ciała podległe (komitety ekspertów, grupy specjalistów, panele doradcze itp.) w celu realizowania konkretnych przedsięwzięć lub analizy tematów uznanych za ważne dla

realizacji celów organizacji i nadzoruje ich działalność. Komitet zatwierdza wszystkie dokumenty (projekty rekomendacji, deklaracji, konwencji itp.) przygotowywane przez te ciała i przedkłada Komitetowi Ministrów RE.

W 2005 roku Komitet odbył dwa posiedzenia. Pracami Komitetu kieruje Biuro w składzie określonym przez wybory odbyte podczas drugiego posiedzenia w 2005 roku: Karol Jakubowicz (Polska) – przewodniczący; Matthias Traimer (Austria) – wiceprzewodniczący; Delia Mucica (Rumunia); Bissera Zankowa (Bułgaria); Eric Franssen (Belgia); Pernile Rabek (Dania); Vesna Poposka (Macedonia).

Pod auspicjami Komitetu działały w 2005 roku cztery grupy specjalistów: ds. praw człowieka w społeczeństwie informacyjnym; ds. swobody wypowiedzi i informacji w czasach kryzysu; ds. różnorodności mediów; ds. publicznej radiofonii i telewizji w społeczeństwie informacyjnym. Zadaniem grup specjalistów jest przygotowywanie projektów dokumentów, które następnie Komitet przedstawia do zatwierdzenia przez Komitet Ministrów RE.

Mandat, kierunki i metody pracy CDMC

Mandat CDMC wygasł z końcem 2005 roku. W związku z tym, Komitet przyjął projekt nowego mandatu i przekazał go do Komitetu Ministrów RE do zatwierdzenia.

Zgodnie z projektem, zadania Komitetu to m.in.:

- Rozwijać współpracę paneuropejską w dziedzinie mediów i nowych usług komunikacyjnych w celu ochrony, promocji i ułatwiania realizacji praw człowieka i podstawowych swobód, w tym zwłaszcza swobody wypowiedzi i informacji w pluralistycznym społeczeństwie demokratycznym, a także swobodny przepływ informacji i idei przez granice, a także w celu promowania rozwoju różnorodnych niezależnych środków publicznego komunikowania, odzwierciedlających szeroki wachlarz opinii i kultur;
- W tym celu, wypracowywać na szczeblu paneuropejskim skoordynowaną politykę i regulacje prawne, zwłaszcza w odniesieniu do roli mediów w czasie kryzysu, pluralizmu mediów i różnorodności kulturowej, spójności społecznej, zwalczania wykluczenia cyfrowego i szerzenia propedeutyki mediów, w tym również mediów publicznych, a także podejmować sprawy związane z funkcjonowaniem środków publicznego komunikowania w Społeczeństwie Informacyjnym oraz ich wpływ na prawa człowieka i wartości demokratyczne;
- W pracach tych, Komitet ma uwzględniać zmiany w zakresie technologii, prawa, polityki i gospodarki w odniesieniu do środków publicznego komunikowania, ich funkcjonowania i systemów zarządzania w kontekście globalizacji i ewolucji usług komunikacyjnych w Społeczeństwie Informacyjnym;
- Monitorować realizację przez państwa członkowskie deklaracji i rekomendacji przygotowanych przez sam Komitet w celu, jeżeli istnieje taka potrzeba, proponowania dalszych działań;
- Wykorzystywać wyniki monitoringu Komitetu Ministrów w zakresie swobody wypowiedzi i informacji, na podstawie decyzji Komitetu Ministrów;
- Zwracać uwagę Komitetu Ministrów i Sekretarza Generalnego na przypadki gwałcenia swobody wypowiedzi i informacji;
- Przygotowywać Europejskie Konferencje Ministerialne nt. mediów i nowych usług komunikacyjnych.

CDMC działa w ramach własnego mandatu, ale również na podstawie dokumentów przyjętych przez ciała określające politykę Rady Europy, w tym przez VII Konferencję Ministerialną nt. polityki w dziedzinie mediów masowych (marzec 2005 roku) oraz przez III spotkanie szefów państw i rządów Rady Europy (Warszawa, 16 - 17 maja 2005).

Komitet dokonał przeglądu dokumentów przyjętych przez te ciała i wziął je pod uwagę przy planowaniu swych prac, stwierdzając, że mieszczą się one w głównym nurcie działalności RE. W tym kontekście omówiono też współpracę z OBWE, której dotyczy wspólna deklaracja obu organizacji przyjęta podczas szczytu w Warszawie. Przedstawiciel OBWE zadeklarował wolę rozwoju istniejącej już współpracy, wskazując na wspólne zainteresowania i cele obu organizacji (np. sprawa zniesławienia czy wolności wypowiedzi w nowych technologiach).

Komitet zapoznał się też z działalnością multidyscyplinarnej grupy ekspertów ad hoc ds. społeczeństwa informacyjnego, która stworzyła projekt Deklaracji Komitetu Ministrów nt. praw człowieka i rządów prawa w społeczeństwie informacyjnym. Deklaracja ta, po przyjęciu przez Komitet Ministrów, została przedstawiona podczas konferencji szefów państw i rządów RE w Warszawie a także podczas drugiej fazy Światowego Szczytu nt. Społeczeństwa Informacyjnego w Tunisie (listopad 2005 roku). Deklaracja ta wyznacza również kierunki pracy Komitetu.

Komitet wyraził wolę podjęcia stałej i intensywnej współpracy z organizacjami pozarządowymi i podkreślił jej znaczenie. Organizacje pozarządowe mogą zarówno przenosić informację o pracach i standardach wypracowywanych przez Radę Europy, jak i naciskać na rządy, które ich nie przestrzegają. CDMC wystąpi do Komitetu Ministrów o przyznanie Konferencji Organizacji Pozarządowych statusu uczestnika jego prac; organizacje te wezmą udział w pracach grup specjalistów.

Omawiając metody pracy CDMC, przyjęto ogólną zasadę, że jakkolwiek podstawowym celem pozostaje uzyskiwanie jednogłośniego poparcia dla podejmowanych decyzji czy przyjmowanych tekstów, w sytuacji, gdy sprzeciw zgłasza zdecydowana mniejszość krajów dopuszczalne będzie podejmowanie decyzji w drodze głosowania.

W celu zapewnienia maksymalnej przejrzystości pracy Komitetu, przyjęto zasady klasyfikacji i publikacji jego dokumentów. Natychmiastowej publikacji na stronach internetowych RE podlegają porządki obrad i sprawozdania z posiedzeń Komitetu i jego Biura, jak również mandaty i plany pracy Komitetu i ciał mu podległych oraz raporty i opracowania konsultantów przygotowane dla Komitetu oraz ciał mu podległych.

Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej

Komitet został poinformowany o działalności Stałego Komitetu ds. Telewizji Ponadgranicznej związanej z przeglądem przepisów konwencji i przygotowaniem do jej nowelizacji, równoległe z przygotowywaną nowelizacją dyrektywy unijnej „O telewizji bez granic”.

Celem przyjęcia konwencji było objęcie możliwie największej liczby krajów zasadami telewizji ponadgranicznej określonymi pod koniec lat osiemdziesiątych jednocześnie przez EWG i Radę Europy. Konwencję ratyfikowało 30 państw członkowskich RE (na ogólną liczbę 46), jednak ze względu na fakt rozszerzenia UE oraz na to, że państwa członkowskie UE regulują stosunki między sobą w zakresie telewizji ponadgranicznej na podstawie dyrektywy, liczba państw, które stosują wyłącznie konwencję w relacjach wzajemnych wynosi 11 (Albania, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Macedonia, Mołdawia,

Rumunia, San Marino, Szwajcaria, Turcja i Watykan). Tym samym, nie został w pełni osiągnięty pierwotny cel przyjmowania konwencji.

Komisja Europejska wyraziła stanowisko, że w świetle rozszerzenia UE podstawowy cel konwencji stracił na aktualności i mogłaby ona nieść wartość dodaną, gdyby regulowała inne sprawy z zakresu ochrony praw człowieka, zamiast dublować przepisy dyrektywy.

W tym kontekście komitet podjął dyskusję nad przyszłością konwencji, rozpatrując cztery teoretyczne warianty tej przyszłości:

1. Stworzenie nowej konwencji, regulującej inne sprawy niż dotychczas (Komisja Europejska sugeruje takie tematy, jak: media publiczne, pluralizm mediów; rola niezależnych organów regulacyjnych);
2. Nowelizacja konwencji zachowująca podstawową zgodność z zakresem i przepisami nowej dyrektywy, jednak wprowadzająca także nowe regulacje z zakresu praw człowieka;
3. Nowelizacja konwencji zachowująca podstawową zgodność z zakresem i przepisami nowej dyrektywy;
4. Rezygnacja z konwencji.

W efekcie dyskusji postanowiono przyjąć wariant 2, po to, by zachować te elementy konwencji, które już dzisiaj odróżniają ją od dyrektywy oraz mieć możliwość wprowadzenia nowych regulacji, jeżeli zostaną zaproponowane i przyjęte. Podkreślono jednocześnie, że zachowanie zgodności z dyrektywą musi być podstawową wytyczną prac nad nową konwencją.

W dyskusji wskazano, że praca nad nowelizacją konwencji musi następować równolegle z nowelizacją dyrektywy, po to, by zminimalizować okres między uchwaleniem nowej dyrektywy i konwencji. Równoległe funkcjonowanie zmienionej dyrektywy i nie znowelizowanej konwencji tworzyłoby bowiem kłopotliwą sytuację dla krajów, które są stronami konwencji i członkami UE.

Podkreślono również konieczność podjęcia starań na rzecz uzyskania ratyfikacji konwencji przez wszystkie kraje członkowskie RE, jak również inne kraje, zwłaszcza kraje śródziemnomorskie.

Analiza zgodności ustawodawstwa krajowego państw członkowskich RE nt. zniesławienia z orzecznictwem Europejskiego Trybunału Praw Człowieka; dekryminalizacja zniesławienia

Zadanie to zostało zlecone komitetowi przez Komitet Ministrów jako efekt przeprowadzonego monitoringu przestrzegania w krajach członkowskich standardów wolności słowa i informacji.

Sekretariat przygotował zestawienie przepisów prawa w tej kwestii obowiązujących w państwach członkowskich, jak również orzecznictwa Europejskiego Trybunału Praw Człowieka oraz działań organizacji międzynarodowych w tym zakresie (w przeważającej większości zmierzających do dekryminalizacji zniesławienia).

Dodatkowo zorganizowano dwa przesłuchania ekspertów. Stwierdzili oni, że Trybunał uznaje kary więzienia za działalność dziennikarską, w tym w zakresie zniesławienia, za niezgodne z art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka. W tym kontekście stwierdzili, że utrzymywanie tej kary w ustawodawstwie i kodeksach karnych państw członkowskich mija się z celem, gdyż Trybunał nie akceptuje wymierzania takich kar. Ich zdaniem, swoboda wypowiedzi i informacji wymaga dekryminalizacji zniesławienia (z wyjątkiem szczególnie

poważnych przypadków o znaczeniu ogólnospołecznym, takich jak nawoływanie do nienawiści rasowej czy innej oraz podżegania do gwałtu, czyli zachowań niekiedy utożsamianych z niesławieniem).

Przedstawione też zostały doświadczenia trzech krajów (Bośni i Hercegowiny, Gruzji i Ukrainy), gdzie dokonano dekryminalizacji zniesławienia.

Po dogłębnej dyskusji na ten temat i rozpatrzeniu projektu odpowiedzi, Komitet postanowił przygotować nowy projekt, składający się z dwóch części:

- Rozdziału omawiającego orzecznictwo Europejskiego Trybunału Praw Człowieka i dokonującego ogólnej oceny zgodności przepisów krajów członkowskich z tym orzecznictwem oraz rekomendującego działania RE na rzecz zapewnienia zgodności prawa krajowego z orzecznictwem Trybunału;
- Rozdziału dotyczącego dekryminalizacji i przedstawiającego różne opinie krajów członkowskich w tej sprawie. W wielu krajach nie ma intencji likwidacji przepisów kodeksu karnego w kwestii zniesławienia (tj. „dekryminalizacji” zniesławienia); dlatego istotne jest przedstawienie tych różnic i wyjaśnienie ich powodów.

Europejska Konwencja o prawnej ochronie systemów opartych na dostępie warunkowym

Konwencja została ratyfikowana przez 6 krajów (Bułgaria, Cypr, Holandia, Mołdawia, Rumunia i Szwajcaria) oraz podpisana przez kolejne 4 kraje (Francja, Luksemburg, Norwegia i Rosja). W trakcie dyskusji nt. możliwości podniesienia liczby Państw-Stron konwencji okazało się, że niektóre państwa członkowskie UE uważają, że nie mają zdolności prawnej samodzielnego przystąpienia do konwencji i powinna to uczynić UE jako organizacja, natomiast inne państwa członkowskie nie widziały problemu i przystąpiły do konwencji.

Przedstawicielka Holandii wskazała, że jej kraj ma trudności ze stosowaniem konwencji. Również przedstawicielka Bułgarii potwierdziła, że konwencja nie ma zastosowania praktycznego. Niemniej kilka krajów przygotowuje się do ratyfikacji konwencji.

Prace komitetów i grup ekspertów Rady Europy

Grupa specjalistów ds. swobody wypowiedzi i informacji w czasach kryzysu (MM-S-IC)

Grupa zorganizowała konferencję „Ochrona swobody wypowiedzi i prawa do informacji: media w czasie kryzysu”.

Grupa specjalistów ds. praw człowieka w społeczeństwie informacyjnym (MM-S-IS)

Grupie zostało przedstawione opracowanie eksperckie nt. definicji szkodliwych treści Internetu, które powinny być zwalczane. Grupa zorganizowała europejskie forum nt. „Prawa człowieka w społeczeństwie informacyjnym: odpowiedzialne postępowanie głównych jego uczestników”. Grupa dokonała aktualizacji podręcznika RE nt. propedeutyki Internetu.

Grupa Specjalistów do spraw różnorodności mediów (MM-S-MD)

Zakres działania Grupy Specjalistów ds. Różnorodności Mediów (MM-S-MD) został określony przez Komitet Zarządzający do spraw Mediów (CDMM) podczas posiedzenia w dniach 2-5 listopada 2004 a następnie zatwierdzony przez Komitet Ministrów Rady Europy. Przed grupą postawione zostały następujące zadania:

- Monitorowanie, we współpracy z Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym, rozwoju koncentracji mediów w Europie, ze szczególnym uwzględnieniem poziomu ponadnarodowego, badanie jej wpływu na wolność wypowiedzi i informacji oraz sugerowanie inicjatyw mających na celu ochronę pluralizmu w mediach.
- Badanie wpływu koncentracji mediów na różnorodność kulturową i pluralizm mediów ze szczególnym uwzględnieniem środowiska cyfrowego oraz, jeśli okazałoby się to konieczne, aktualizacja Zalecenia nr R (94) 13 na temat środków promujących przejrzystość w mediach oraz nr R (99) 1 na temat środków promujących pluralizm w mediach.
- Śledzenie prac w ramach UNESCO nad projektem międzynarodowej konwencji o ochronie różnorodności treści kulturowych i twórczości artystycznej, badanie jej konsekwencji dla sektora mediów oraz jeśli zostanie to uznane za konieczne wypracowanie wspólnego paneuropejskiego podejścia do tego aktu oraz zaproponowanie odpowiednich działań.
- Monitorowanie implementacji Zalecenia (2003) 9 na temat środków mających na celu promowanie demokratycznego i społecznego udziału nadawania cyfrowego, jeśli uznane to zostanie za zasadne, opracowanie kolejnych wytycznych dla państw członkowskich celem zapewnienia implementacji tego aktu.

W roku 2005 odbyły się dwa spotkania grupy, w czasie których zapoznano się między innymi z głównymi postanowieniami przyjętego przez UNESCO tekstu Konwencji o ochronie i promocji różnorodności kulturowej ekspresji. Podkreślono wagę tego dokumentu, który może mieć istotne znaczenie dla kwestii ochrony pluralizmu w mediach. Zaznaczono, iż tekst Konwencji bezpośrednio odnosi się do mediów jako istotnego elementu umożliwiającego kulturową ekspresję (punkt 12 preambuły). Ponadto w art. 6, który został poświęcony prawom przysługującym stronom w celu zapewnienia różnorodności kulturowej ekspresji, wymieniono działania na rzecz różnorodności mediów, w tym poprzez media publiczne. W związku z wagą tego tekstu, grupa zwróciła się do sekretariatu o przygotowanie krótkiego tekstu rezolucji wzywającego państwa członkowskie Rady Europy do możliwie szybkiej ratyfikacji tekstu konwencji.

Ponadto grupa podjęła dyskusję dotyczącą powołania europejskiego systemu monitorowania rozwoju koncentracji mediów w Europie. W trakcie debaty odbyło się między innymi spotkanie z przedstawicielami Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego (EOA), które miałyby odgrywać główną rolę w tym projekcie. Uznano, iż w obliczu niewystarczających środków przewidzianych przez Radę Europy na działalność EOA, obecnie niemożliwym jest rozpoczęcie działania wspomnianego monitoringu, który miałby obejmować różne formy koncentracji mediów, jak również poszczególne sektory medialne, w tym sektory prasy oraz nowych mediów. Kwestia stworzenia wspomnianego systemu ma być przedmiotem dyskusji w czasie kolejnych dwóch spotkań w roku 2006.

Grupa w celu dokonania przeglądu implementacji Zalecenia (2003) 9 na temat środków mających na celu promowanie demokratycznego i społecznego udziału nadawania cyfrowego opracowała kwestionariusz zwrotny, którego zadaniem jest określenie stopnia implementacji wspomnianego zalecenia. Zgodnie z ustaleniami kwestionariusz ten został rozesłany do wszystkich państw członkowskich z prośbą o odesłanie wypełnionych formularzy do dnia 1 marca 2006 roku. Ponadto zgodnie z sugestią organizacji branżowych (np. *European Broadcasting Council* czy *Association of Commercial Television in Europe*) ankiety te zostały wysłane nie tylko do instytucji państwowych i regulatorów rynku

odpowiedzialnych za prowadzenie polityki cyfryzacji, ale także do uczestników rynku medialnego. W ten sposób grupa zamierza uzyskać bardziej obiektywny wynik badania.

Dodatkowo grupa przedyskutowała kwestię ewentualnej aktualizacji Zalecenia nr R (94) 13 na temat środków promujących przejrzystość w mediach oraz nr R (99) 1 na temat środków promujących pluralizm w mediach. W tym celu powołana została czteroosobowa grupa robocza, której zadaniem ma być przygotowanie projektów ewentualnych zmian w obu zaleceniach. W pracach tego gremium udział bierze przedstawiciel KRRiT. Zgodnie z sugestiami artykułowanymi w czasie spotkań MM-S-MD podczas prac nad aktualizacją obu dokumentów należy między innymi rozważyć zmianę ich charakteru na neutralne technologicznie jak również uwzględnić zjawiska związane z procesami cyfryzacji i konwergencji technologicznej. Wynik prac grupa roboczej ma zostać przedstawiony podczas spotkania MM-S-MD w marcu 2006 roku.

Grupa zatrudniła konsultanta i powierzyła mu zadanie dokonania analizy wpływu koncentracji mediów na ich pluralizm.

Grupa specjalistów ds. publicznej radiofonii i telewizji w społeczeństwie informacyjnym (MM-SPSB)

Grupa zapoznała się z opracowaniem eksperckim na temat przystosowania zadań i działalności mediów publicznych do warunków panujących w społeczeństwie informacyjnym. Grupa dokona także przeglądu działań nadawców publicznych na rzecz promowania szerszego udziału jednostek w procesach demokratycznych w społeczeństwie informacyjnym. W tym celu zostanie zorganizowana sesja na ten temat z udziałem przedstawicieli nadawców publicznych i specjalistów w zakresie technik interaktywnych. Grupa przygotuje także raport nt. niezależności mediów publicznych.

Grupa robocza ad hoc ds. praw wyłącznych i prawa publiczności do informacji (MM-WG-EX)

W 2005 roku miało miejsce spotkanie grupy roboczej *ad hoc* ds. demokratycznego i społecznego wpływu mediów w dobie technologii cyfrowej (MM-WG-EX), działającej w strukturze Rady Europy, w których uczestniczył przedstawiciel KRRiT. Podczas spotkania grupy roboczej pracowano nad redakcją projektu rekomendacji w sprawie prawa społeczeństwa do informacji o ważnych wydarzeniach, będących przedmiotem praw wyłącznych.

Zważywszy, iż od czasu przyjęcia w 1991 roku rekomendacji (91) 5 w sprawie prawa do krótkich sprawozdań z ważnych wydarzeń, do których telewizyjnej transmisji w wymiarze ponadgranicznym nabyto prawa wyłączne, dokonały się istotne zmiany technologiczne i rynkowe, Komitet Zarządzający Rady Europy ds. Mediów i Nowych Usług Komunikacyjnych (CDMC) uznał za celowe zbadanie tej kwestii i sformułowanie projektu rekomendacji, ukierunkowanej na zapewnienie społeczeństwu prawa do informacji w szerszym zakresie, również w odniesieniu do innych mediów. Odnotowano, że postępująca komercjalizacja praw do ważnych wydarzeń powoduje istotne trudności w realizowaniu prawa społeczeństwa do informacji. Dokończenie prac nad projektem rekomendacji opracowanej w zarysie przez grupę MM-S-DB, której mandat upłynął w 2004 roku, powierzono grupie MM-WG-EX.

Grupa ta została powołana do zakończenia prac redakcyjnych nad projektem rekomendacji w sprawie prawa do informacji o ważnych wydarzeniach, będących przedmiotem praw wyłącznych. W skład grupy wchodził eksperci z Danii, Francji, Norwegii, Polski, Portugalii, Wielkiej Brytanii, a także na prawach obserwatora z prawem do aktywnego uczestniczenia w dyskusji – przedstawiciel Komisji Europejskiej. Przewodniczącym grupy

był ekspert z Wielkiej Brytanii. W spotkaniu uczestniczyli także przedstawiciele Działu ds. Mediów, Dyrekcji Generalnej ds. Praw Człowieka Rady Europy, w tym Szef Działu ds. Mediów.

W pracach nad projektem członkowie grupy roboczej korzystali z wielu uwag zgłaszanych na wcześniejszych etapach przez zainteresowane tą problematyką organizacje, m.in. Agence France-Presse, Reuters, World Association of Newspapers, European Newspaper Publishers' Association, European Publishers' Council, Newspaper Publishers' Association, BSkyB, Premiere, FA Premier League, FIFA, UEFA, European Broadcasting Union, Association of Commercial Televisions in Europe, a także International Tennis Federation, International Basketball Federation, European Rugby Association, sygnatariuszy UK Sports News Access Code of Practice.

Po analizie zgłoszonych uwag członkowie grupy roboczej, działając w oparciu o mandat udzielony przez Komitet Zarządzający Rady Europy ds. Mediów i Nowych Usług Komunikacyjnych i we współpracy z Działem ds. Mediów Dyrekcji Generalnej ds. Praw Człowieka Rady Europy opracowali projekt rekomendacji oraz zarys memorandum objaśniającego.

Warto zaznaczyć, że zagadnienie to badano także na forum wspólnotowym w ramach tzw. trzeciej grupy fokusowej, powołanej przez Komisję Europejską do zbadania celowości uregulowania problematyki krótkich sprawozdań w nowelizacji dyrektywy „O telewizji bez granic”.

W projekcie postuluje się, aby państwa członkowskie Rady Europy podjęły - tam gdzie jest to potrzebne - środki mające zagwarantować publiczności prawo dostępu do informacji o ważnych wydarzeniach, będących przedmiotem praw wyłącznych, zarówno w kontekście krajowym, jaki i ponadgranicznym, biorąc pod rozwagę przedstawione w projekcie zasady. Zaleca się, aby zasady te zostały przedstawione do wiadomości właściwym organizacjom. Postuluje się także, aby stosowanie tych zasad było poddawane regularnej ocenie przez państwa członkowskie.

W projekcie rekomendacji podkreślono, że prawo publiczności do informacji o ważnych wydarzeniach musi być wyważone z prawami własności i innymi prawami organizatorów wydarzeń, właścicieli obiektów, na których wydarzenia te mają miejsce, a także z prawami autorów i innych uprawnionych, gwarantowanymi przez właściwe instrumenty prawa międzynarodowego

Podczas podjętych prac starano się wziąć pod uwagę wszystkie te aspekty. Przy opracowywaniu projektu, opierając się na zaleceniach CDMC wzięto również pod uwagę aktualny stan rozwoju technologicznego i fakt, iż usługi społeczeństwa informacyjnego zyskują coraz bardziej na znaczeniu, i coraz częściej stanowią źródło poszukiwania informacji o ważnych wydarzeniach społecznych.

Projekt będący przedmiotem prac grupy roboczej odnosi się nie tylko do telewizji, lecz również do prasy drukowanej, radia, agencji prasowych oraz usług społeczeństwa informacyjnego. Projekt formułuje odrębne zasady w odniesieniu do poszczególnych rodzajów usług – uwzględniając ich specyfikę. W projekcie sformułowano kilka zaleceń.

Wskazano, że o ile inne postanowienia umowne zawarte pomiędzy zainteresowanymi stronami, zabezpieczające prawo publiczności do informacji, nie stanowią inaczej, korzystanie z praw wyłącznych przez posiadaczy tych praw powinno być przedmiotem pewnych ograniczeń, tak aby podmioty świadczącym usługi z zakresu dostępu do wiadomości (*news services*) mogły informować publiczność o ważnych wydarzeniach.

W projekcie przewidziano specyficzne rozwiązania dla różnych sektorów: prasy drukowanej i radia, telewizji, usług społeczeństwa informacyjnego oferujących dostęp do serwisów informacyjnych, a także agencji prasowych.

Tekst projektu rekomendacji został przekazany do Komitetu Zarządzającego Rady Europy ds. Mediów i Nowych Usług Komunikacyjnych (CDMC). CDMC nie zdecydował się jednak na skierowanie projektu pod obrady Komitetu Ministrów Rady Europy.

Białoruś: sytuacja w zakresie swobody wypowiedzi i informacji

Komitet omówił sytuację na Białorusi z punktu widzenia przestrzegania swobody wypowiedzi i informacji. Przypomniano, że w 1997 roku Europejska Konferencja Ministerialna nt. polityki w dziedzinie mediów masowych przyjęła oświadczenie potępiające politykę rządu białoruskiego w dziedzinie mediów i wyrażające nadzieję, że sytuacja ulegnie zmianie. Na podstawie materiałów otrzymanych z Białorusi oraz dokumentów Unii Europejskiej stwierdzono, że na Białorusi wolność słowa i mediów są coraz bardziej ograniczane.

Wielu uczestników stwierdziło, że media białoruskie działają w bardzo niekorzystnych warunkach oraz że Rada Europy powinna wspierać reformy demokratyczne i obronę praw człowieka na Białorusi.

Inne prace Komitetu

Komitet zapoznał się z projektem rekomendacji Komitetu Ministrów nt. polepszenia stosunków między służbą zdrowia a mediami przygotowanym przez Europejski Komitet Zdrowia. Uznano, że nie stanowi on zagrożenia dla standardów wolności słowa i informacji, natomiast zdecydowanie odbiega od charakteru dokumentów przyjmowanych przez RE, gdyż w istocie stanowi instrukcję dla działów PR instytucji służby zdrowia, zawierającą bardzo szczegółowe porady jak należy przygotowywać informację dla prasy oraz zabiegać („lobbować”) o jej umieszczenie w mediach. Opinię tej treści komitet przedstawi Komitetowi Ministrów.

Po rozpatrzeniu projektu rekomendacji Komitetu Ministrów RE nt. prawa do informacji nt. ważnych wydarzeń, do których wykupiono prawa wyłączności, Komitet uznał, że nie może go przyjąć i że praca nad nim powinna zostać przerwana. Wiele krajów stwierdziło, że nie może go poprzeć ze względu na: specjalne prawa przyznane agencjom prasowym, które nie służą bezpośrednio informowaniu odbiorców o ważnych wydarzeniach; trudności z ewentualnym praktycznym wdrożeniem zaleceń zawartych w rekomendacji.

Komitet został poinformowany o wynikach Światowego Szczytu nt. Społeczeństwa Informacyjnego w Tunezji i o jego decyzjach w sprawie systemu zarządzania Internetem. W trakcie dyskusji wskazano na liczne dziedziny znajdujące się w centrum uwagi Rady Europy, które mają ścisły związek z systemem zarządzania Internetem, w tym kwestię wolności słowa.

W związku z planami powołania Forum Zarządzania Internetem, Komitet wystosował pismo do Komitetu Ministrów RE popierające stanowisko zajęte podczas Szczytu przez Zastępcę Sekretarza Generalnego RE i wskazujące na znaczenie udziału RE w tym Forum z punktu widzenia wnoszenia aspektu praw człowieka do dyskusji na temat Internetu.

Komitet wysłuchał informacji o przyjęciu Konwencji UNESCO nt. ochrony i promocji różnorodności kulturowej ekspresji i przyjął projekt rekomendacji, wskazującej na znaczenie różnorodności kulturowej z punktu widzenia praw człowieka oraz wzywającej państwa członkowskie Rady Europy do jak najszybszego ratyfikowania konwencji. Projekt został przekazany Komitetowi Ministrów do zatwierdzenia.

Stały Komitet Rady Europy ds. Telewizji Ponadgranicznej

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.

31 krajów ratyfikowało Konwencję. 6 krajów podpisało, ale nie ratyfikowało Konwencji

Zgodnie z art. 27 konwencji, Państwa-Strony konwencji, które są jednocześnie członkami UE, podlegają w stosunkach wzajemnych regulacjom dyrektywy „O telewizji bez granic”, nie zaś konwencji.

Komitet odbył dwa spotkania w 2005 roku.

Wpływ zmian technologicznych i rynkowych na Europejską Konwencję o Telewizji Ponadgranicznej i perspektywy jej nowelizacji

Był to nadal główny temat prac Komitetu. Za sprawą listu od Komisji Europejskiej, (sugerującego, by w nowej konwencji nie podejmować spraw uregulowanych w dyrektywie „O telewizji bez granic”, natomiast podjąć sprawy związane z realizacją praw człowieka, w tym rola nadawców publicznych w społeczeństwie demokratycznym; pluralizm mediów a telewizja; rola niezależnych organów regulacyjnych. Komitet podjął dyskusję nt. przyszłości konwencji jako takiej.

Rozważono m.in. następujące koncepcje:

- Rozszerzenie zakresu konwencji, uwzględniając m.in. propozycje Komisji Europejskiej;
- Zachęcanie krajów spoza Rady Europy do przystępowania do konwencji (pozwala na to art. 30), co ułatwiłoby rozwiązywanie takich spraw, jak problem z kanałem Al Manar (patrz poniżej);
- Aktywniejsza działalność samego Stałego Komitetu (np. przez udział w programie pomocy państwom członkowskim);
- Szersze korzystanie z ekspertów zewnętrznych.

Propozycja całkowitej zmiany konwencji zgodnie z propozycją Komisji Europejskiej nie zyskała poparcia Komitetu. Wskazano, że Komitet Ministrów przyjął rekomendacje nt. wszystkich spraw wskazanych w jej liście, natomiast trudno wyobrazić sobie przyjęcie wiążącej prawnie konwencji na szczeblu europejskim na temat którejkolwiek z tych spraw. Także rozważane propozycje rozszerzenia zakresu konwencji na inne sprawy z zakresu praw człowieka (w tym zakaz dyskryminacji w oparciu o kryteria rasy, płci i narodowości; zakaz stosowania ograniczeń językowych, naruszających swobodę telewizji ponadgranicznej; zakaz reklamy, telesprzedaży i sponsorowania określonych produktów i usług (loterie, broń, usługi seksualne itp. czy reklamy politycznej; pluralizmu mediów) spotkały się z oporem, gdyż wskazano, że albo te zmiany są niepotrzebne, albo też, że muszą być rozstrzygane na poziomie krajowym (reklama polityczna, pluralizm mediów, status organów regulacyjnych).

Co zaś do propozycji Sekretariatu, uznano, że pomysły nt. wykorzystania Komitetu do uczestnictwa w innych pracach Rady Europy nie są właściwe, gdyż Komitet jest ciałem związanym z konwencją i na tym powinna się skupiać jego działalność.

W tej sytuacji, Komitet kontynuował mówienie opracowań przedkładanych przez różne delegacje, dokonujące przeglądu różnych przepisów konwencji i pożądaných kierunków ich nowelizacji. Były to:

- opracowanie delegata Austrii nt. przepisów Konwencji dotyczących reklamy, sponsoringu, telesprzedaży oraz ich ewentualnej nowelizacji
- opracowania delegata Polski nt. przepisów Konwencji dotyczących jej zakresu, jurysdykcji, swobody odbioru i rozprowadzania, obowiązków Państw-Stron Konwencji, reklamy adresowanej do jednego kraju oraz nadużycia praw gwarantowanych przez Konwencję oraz ich ewentualnej nowelizacji (Art. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 16, 24a)
- opracowanie delegata Niemiec nt. przepisów Konwencji dotyczących ochrony małoletnich i godności ludzkiej
- opracowania delegata Francji nt. przepisów Konwencji dotyczących prawa do informacji, przepisów konwencji dotyczących celów kulturalnych, dostępu do ważnych wydarzeń, pluralizmu mediów, przez prawa do odpowiedzi (Art. 8, 9, 9a, 10, 10a)

W sumie opracowania te, szczegółowo analizujące dotychczasowe przepisy i kierunki debaty europejskiej nt. sposobu regulacji telewizji i nowych mediów, stanowiąc będą punkt wyjścia do prac nad projektem nowelizacji, które rozpoczną się wraz z przystąpieniem do Unii Europejskiej do prac nad nowelizacją dyrektywy „O telewizji bez granic”. Komitet był na każdym posiedzeniu informowany przez przedstawicieli Komisji Europejskiej o postępie prac przygotowawczych do opublikowania projektu nowej dyrektywy.

W ramach tych prac rozważono również propozycję delegacji łotewskiej, by uzupełnić art. 19 o nowy pkt. (d) o punkt nt. konsultacji i współpracy między organami regulacyjnymi w zakresie wymiany informacji mającej zapobiec delokalizacji nadawców. Propozycja ta spotkała się z poparciem kilku krajów, gdyż może stanowić krok na drodze do rozwiązania problemu „delokalizacji”. Do sprawy postanowiono wrócić w chwili, gdy rozpoczęta zostanie praca nad nowelizowaniem konwencji.

Prośba Bośni i Hercegowiny w opinię nt. obowiązków operatorów kablowych w zakresie ochrony praw autorskich

Organ regulacyjny Bośni i Hercegowiny Communication Regulatory Agency (CRA) zwrócił się do Stałego Komitetu z prośbą o interpretację art. 4 konwencji z powodu praktyk niektórych operatorów kablowych, którzy wykorzystują zasadę swobody rozprowadzania, by udostępniać chorwackie programy telewizyjne bez umów z nadawcami i bez uregulowania spraw praw autorskich.

Komitet postanowił przyjąć opinię w tej sprawie, oraz uzupełnić ją o materiał analizujący przepisy prawa międzynarodowego odnoszące się do ochrony programów telewizyjnych i praw autorskich.

Sprawa programu Al Manar

Przedstawicielka Francji poinformowała o decyzjach władz jej kraju w kwestii libańskiego programu satelitarnego Al Manar, dostępnego w Europie za pośrednictwem Eutelsatu (przedsiębiorstwa zarejestrowanego we Francji), którego program zawierał treści antysemickie, niezgodne ze standardami europejskimi. Korzystając z przepisów dyrektywy „O telewizji bez granic”, które stwierdzają, że jednym z kryteriów w czyjej jurysdykcji znajduje się dany program jest korzystanie z pojemności satelity danego kraju, Francja uznała formalnie, że Al Manar (korzystający z satelity francuskiego) znajduje się w jej jurysdykcji. W tym celu zmieniono prawo, wyposażając CSA (organ regulacyjny) w następujące kompetencje:

- Uzyskiwania od operatora platformy satelitarnej informacji o programach przez niego udostępnianych;

- Nakładania kar na operatora platformy satelitarnej, w przypadkach, gdy udostępniane przez niego programy łamią prawo;
- Wnoszenia do sądu oskarżenia przeciwko operatorowi platformy satelitarnej w takich przypadkach.

Na mocy nowych przepisów, CSA zażądała od nadawcy programu Al. Manar, by zarejestrował program we Francji i podporządkował się prawu francuskiemu. Sędzia francuski orzekł, że Eutelsat powinien przestać nadawać program Al. Manar. CSA zwróciła się do Eutelsatu, by rozprowadzał jedynie programy zarejestrowane przez CSA.

Komitet uznał, że sprawa ta wskazuje na nowe problemy, które trzeba uregulować w konwencji.

Omówienie sprawozdania nt. środków realizacji rekomendacji Stałego Komitetu w sprawie ochrony małoletnich przed treściami pornograficznymi

W rekomendacji tej, przyjętej w 2004 roku, Komitet zwraca się do Państw-Stron Konwencji aby:

- dokonały oceny, w jakim stopniu nadawcy znajdujący się pod ich jurysdykcją stosują się do wymogów określonych w art. 7.1.a Konwencji i by w razie potrzeby niezwłocznie podjęły działania zapewniające ich przestrzeganie, a w każdym razie, aby – zgodnie z art. 7.2 Konwencji – zapewniły, że niepełnoletni nie będą mieli dostępu do programów czy audycji, które naruszają art. 7.1.a Konwencji;
- współpracowały ze sobą, udzielając sobie informacji i innych form pomocy, aby zapewnić skuteczność powyższych działań, oraz by promowały pełną współpracę między organami regulacyjnymi w tej dziedzinie;
- przed upływem roku przedstawiły Stałemu Komitetowi informacje o ewentualnych działaniach, które podjęły na podstawie powyższych punktów. W świetle tej informacji Stały Komitet dokona oceny sytuacji, aby podjąć wszelkie działania w zakresie swoich kompetencji, jakie uzna za stosowne, by zapewnić ochronę niepełnoletnich.

Sprawozdanie zawiera informacje nadesłane przez Bośnię i Hercegowinę, Bułgarię, Czechy, Francję, Litwę, Mołdawię, Norwegię, Portugalie, Rumunię i Wielką Brytanię.

Prace Stałego Komitetu ds. praw autorskich i praw pokrewnych Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO)

W 2005 roku podczas sesji Stałego Komitetu ds. Praw Autorskich i Praw Pokrewnych (SCCR) Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) kontynuowano prace nad projektem nowego instrumentu prawa międzynarodowego - traktatu o ochronie praw organizacji nadawczych.

SCCR od dłuższego czasu rozważa aktualizację ochrony praw pokrewnych organizacji nadawczych. Prace te zmierzają do wypracowania projektu nowego instrumentu prawa międzynarodowego – traktatu o ochronie praw organizacji nadawczych.

Wspólnotę Europejską i jej państwa członkowskie reprezentuje na forum SCRR/WIPO Komisja Europejska. Stanowisko prezentowane przez Komisję jest konsultowane z państwami członkowskimi na forum Grupy Roboczej ds. Własności Intelektualnej działającej w strukturze organizacyjnej Rady Unii Europejskiej, a także

podczas spotkań koordynacyjnych organizowanych przez Prezydencję UE podczas sesji SCCR w Genewie. KRRiT z uwagą śledzi prace SCCR nad nowym traktatem, w tym poprzez uczestnictwo w składzie delegacji polskiej na sesję SCCR.

Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych, a także zapewnienie adekwatnego poziomu ochrony tych praw na forum międzynarodowym ma niezwykle istotne znaczenie dla rozwoju sektora audiowizualnego. Prawa pokrewne nadawców gwarantowane są na minimalnym poziomie w Międzynarodowej Konwencji o ochronie artystów wykonawców, producentów fonogramów oraz stacji radiowo-telewizyjnych, sporządzonej w Rzymie dnia 26 października 1961 roku (tzw. Konwencji Rzymskiej), ratyfikowanej również przez Polskę. Konwencja Rzymska obejmuje ochroną organizacje nadawcze rozpowszechniające program drogą bezprzewodową. Konwencja Rzymska nie zapewnia organizacjom nadawczym poziomu ochrony adekwatnego do stanu rozwoju technicznego, nie uwzględnia też wielu nowych usług jakie pojawiły się w ostatnich latach.

Podczas prac SCCR najwięcej uwagi poświęcono określeniu przedmiotu ochrony traktatowej oraz ujęciu zakresu praw i obowiązków traktatowych. W ramach dotychczasowych prac SCCR wysuwano różne koncepcje określenia beneficjentów ochrony traktatowej. Postulowano objęcie ochroną oprócz rozpowszechniania naziemnego, także rozpowszechniania drogą kablową, oraz ochronę sygnału nadawcy przed jego rozpowszechnieniem, równoczesny *streaming* programu rozpowszechnianego pierwotnie drogą bezprzewodową lub kablową oraz webcasting. Przedmiotem analizy i dyskusji był także zakres poszerzenia w nowym traktacie praw stacji radiowo-telewizyjnych przyznanych im na mocy Konwencji Rzymskiej.

Prace na forum SCCR znajdują się na sporym stopniu zaawansowania. Trudno jednakże obecnie przesądzić o kształcie przyszłego traktatu, z uwagi na dużą rozbieżność prezentowanych stanowisk.

Dążąc do wypracowania stanowiska, które mogłoby być zaakceptowane przez większą grupę państw, Wspólnota Europejska zaproponowała, kompromisowe ujęcie traktatowego przedmiotu ochrony. Definicja ta objęłaby oprócz emisji programu drogą naziemną, również emisję drogą kablową i satelitarną. Ponadto ujęcie to przewiduje, że równoczesna i niezmienniona retransmisja w sieciach komputerowych programu radiowo-telewizyjnego otrzymałaby ochronę analogiczną do traktatowej ochrony rozpowszechniania. W ten sposób działania „tradycyjnych” nadawców w zakresie jednoczesnego nadawania tego samego programu w sposób tradycyjny i przez Internet byłyby objęte ochroną prawną.

Dokumentem będącym podstawą dyskusji podczas ostatniej XIII sesji SCCR był opracowany przez Przewodniczącego XII sesji SCCR we współpracy z Sekretariatem WIPO skonsolidowany tekst projektu nowego traktatu, wraz z uwagami objaśniającymi, w oparciu o propozycje przedstawione wcześniej przez poszczególnych członków SCCR/WIPO (dokument nr SCCR/12/2 Rev.2: *Second Revised Consolidated Text for a Treaty on the Protection of Broadcasting Organizations*, udostępniony na stronie internetowej WIPO) oraz dokument uzupełniający w sprawie webcastingu - *Working Paper on Alternative and Non-Mandatory Solutions on the Protection in Relation to Webcasting* (dokument nr SCCR/12/5 Prov.- również udostępniony na stronie internetowej WIPO).

Przedstawiona przez Przewodniczącego skonsolidowana redakcja, mająca służyć za podstawę dalszych prac nad projektem traktatu, skonstruowana została w oparciu o propozycje zgłaszane przez poszczególne delegacje w formie pisemnej i w zamierzeniu odzwierciedlać ma stopień konsensusu w przedmiotowej materii pomiędzy członkami SCCR. Nie obejmuje jednak wszystkich propozycji np. nie uwzględniono zgłoszonej przez Wspólnotę Europejską propozycji szerokiej definicji rozpowszechniania. Zamiast tego w

dokumencie rozdzielnie zdefiniowano rozpowszechnianie drogą bezprzewodową i rozpowszechnianie drogą przewodową. Tekst ten został poparty komentarzami objaśniającymi wybór danej redakcji.

Przedmiotem debaty była też kwestia ewentualnego rekomendowania w możliwie bliskim terminie Zgromadzeniu Ogólnemu WIPO zwołania konferencji dyplomatycznej w sprawie przyjęcia nowego traktatu. W 2006 roku przewiduje się kolejne dwie sesje SCCR, w ramach których oczekuje się przyspieszenia prac nad traktatem i przedstawienia efektów tych prac.

Europejskie Obserwatorium Audiowizualne

W roku 2005 prezydencję w Europejskim Obserwatorium Audiowizualnym sprawowała Słowacja. Odbyły się dwa posiedzenia Rady Wykonawczej EOA złożonej z przedstawicieli państw członkowskich Organizacji oraz dwa posiedzenia Biura EOA.

W roku 2005 Europejskie Obserwatorium rozwijało swoją działalność poprzez publikacje, dokonywanie opracowań i analiz, rozbudowę i doskonalenie baz danych, działania marketingowe oraz prezentacje na konferencjach i seminariach. Plan pracy oraz budżet EOA zostały zrealizowane zgodnie z założeniami. Współpraca z krajami członkowskimi, Radą Europy, Komisją Europejską oraz innymi partnerami przebiegała bardzo dobrze, z korzyścią dla rynku audiowizualnego.

Zgodnie z decyzją Rady Wykonawczej Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, w oparciu o możliwości budżetowe, w kolejnych latach podejmowane będą sukcesywnie działania w nowych obszarach w ramach sektora audiowizualnego takich jak: prawo podatkowe i prawo pracy, multimedia i nowe technologie. W roku 2006 prezydencję w EOA przejmie Norwegia.

Przegląd modeli ciał regulujących na przykładzie wybranych państw europejskich

Idea regulatora mediów elektronicznych

Rynek mediów elektronicznych jest regulowany przez poszczególne państwa w sposób autonomiczny. Polityka w tym zakresie stanowi wypadkową wielu czynników ekonomicznych, politycznych oraz społecznych. Stąd też jej kształt nawet w państwach będących członkami Unii Europejskiej jest bardzo zróżnicowany. Wspomniane odmienności wyrażają się także w rozwiązaniach instytucjonalno-strukturalnych przyjmowanych przez poszczególne państwa w obszarze mediów elektronicznych. Mimo daleko idącej swobody pozostawionej w tym względzie państwom zauważyć można, iż państwa demokratyczne z Europy jak również większość spoza niej (np. Argentyna, Australia, Brazylia, Kanada, Nowa Zelandia, Stany Zjednoczone itd.) zdecydowała się na utworzenie niezależnych regulatorów tego rynku¹.

¹ Rozwój tych specyficznych ciał regulacyjnych w obszarze mediów elektronicznych jest ściśle związany z procesem jego demonopolizacji i powstawaniem pierwszych niezależnych nadawców. Przykładem może być powołanie w Wielkiej Brytanii na mocy prawa z 1954 roku *Independent Television Authority*, regulatora rynku telewizyjnego odpowiedzialnego za wydanie pierwszej koncesji dla komercyjnego nadawcy telewizyjnego.

Wydaje się, że głównym argumentem w tym względzie jest fakt, iż rynek mediów elektronicznych jest rynkiem koncesjonowanym, co wiąże się bezpośrednio z ograniczonym spektrum częstotliwości. Prócz strukturalnego aspektu tego rynku kolejnym argumentem za powołaniem niezależnego regulatora jest konieczność zapewnienia przez państwo demokratyczne funkcjonowania wolnych, niezależnych i różnorodnych mediów, które odgrywają istotną rolę społeczną i kulturową. Wymóg ten leżący u podstaw demokratycznego państwa zakłada brak bezpośredniej ingerencji ze strony instytucji państwowych w ten obszar. Bezpośredni nadzór państwa stanowiłby bowiem zagrożenie dla wolności i niezależności mediów. Formuła niezależnego regulatora rynku mediów elektronicznych powinna teoretycznie stanowić więc swego rodzaju zabezpieczenie przed bezpośrednim nadzorem tego obszaru przez instytucje państwowe i związanego z tym potencjalnego wpływu politycznego. Regulator rynku mediów elektronicznych stanowi więc władzę administracyjną, która nie należy zarazem do struktury administracji rządowej. Jego obowiązkiem jest zapewnienie regulacji sektora mediów, w przypadku którego rząd powinien starać się unikać bezpośrednich interwencji.

Najbardziej kompleksowym dokumentem wzywającym państwa europejskie do powoływania niezależnych organów regulacyjnych, jak również określającym warunki niezależności oraz zakres funkcji jest Zalecenie Komitetu Ministrów Rady Europy nr 23 (2000) dotyczące niezależności i funkcji ciał regulujących dla sektora nadawczego. Mimo, iż nie ma ono mocy wiążącej, to traktować je można, wraz z obszernym memorandum objaśniającym, jako swoisty przewodnik po tej problematyce, wyznaczający standardy właściwego skonstruowania i funkcjonowania niezależnych regulatorów rynku mediów elektronicznych.

Kształt, zakres kompetencji oraz struktura tych ciał różnią się w zależności od omawianego państwa. Przede wszystkim wyróżnić można państwa, w których funkcjonuje jednocześnie kilku regulatorów rynku mediów (np. Szwajcaria, Szwecja, Hiszpania, Niemcy), co podyktowane może być federalną konstrukcją państwa lub chęcią rozdziału niektórych funkcji pomiędzy różne podmioty, oraz państwa gdzie za ten obszar odpowiada jeden regulator (np. Francja, Wielka Brytania, Włochy, Czechy). Tym samym też zakres odpowiedzialności tych ciał jest bardzo różny. Według wspomnianego już Zalecenia nr 23 (2000) wyróżnia się następujące obszary działania regulatorów: wydawanie regulacji oraz wytycznych w zakresie funkcjonowania rynku mediów elektronicznych, wydawanie koncesji, monitorowanie wypełniania przez nadawców zapisów koncesyjnych (w tym nakładanie kar, zajmowanie się skargami, monitorowanie zawartości programu, ochrona pluralizmu w mediach itd.) oraz pewne uprawnienia względem mediów publicznych.

Z kolei Europejska Platforma Ciał Regulacyjnych (EPRA), organizacja skupiająca 48 regulatorów rynku mediów elektronicznych z 40 państw europejskich, jako jedno z kryteriów przyjęcia w poczet swoich członków uznała pełnienie przynajmniej jednej z następujących funkcji: wydawanie koncesji radiowych lub telewizyjnych, stanowienie reguł (wydawanie aktów wykonawczych, wytycznych, kodeksów itd.), kontrola zawartości programu, nakładanie kar na nadawców oraz posiadanie uprawnień quasi-sądowniczych. W obu przypadkach wskazuje się na podobne kompetencje, które uznać można za katalog charakterystyczny dla większości regulatorów rynku mediów elektronicznych. Te kompetencje można podzielić na dwie główne kategorie: kompetencje związane z funkcją strukturalnego projektowania rynku (np. koncesjonowanie nadawców, zapewnienie wielości i różnorodności nadawców) oraz funkcje związane z ochroną konsumenta (tj. widza i słuchacza) i dbania o wysoką jakość i wysoki standard nadawanych treści (np. monitoring treści, ochrona małoletnich, zapewnienie różnorodności treści itd.). Do tych dwóch obszarów dopisać można także troskę o gospodarczy i technologiczny rozwój sektora.

Pamiętać jednak należy, iż kompetencje niektórych regulatorów wykraczają znacznie poza powyższą listę. Niektórzy z nich działają bowiem w obszarze telekomunikacji (np. brytyjski OFCOM, włoska AGCOM), w obszarze prasy (włoski AGCOM), nadzorowania mediów publicznych (np. francuska *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* - CSA), zbierania abonamentu radiowo-telewizyjnego (np. fińska FICORA), klasyfikacji filmów (np. norweski *Norwegian Media Authority*), prawa konkurencji (np. brytyjski OFCOM) czy w obszarze Internetu (np. australijskie ACMA).

Zróznicowane kompetencje tych ciał znajdują swoje odbicie także w strukturze regulatorów. Generalnie jednak zauważyć można, iż poza nielicznymi wyjątkami (np. Norwegia, Finlandia, Szwecja) regulatora rynku tworzy z jednej strony ciało kolegialne podejmujące decyzje, z drugiej natomiast personel administracyjny (w niektórych państwach ma on status służby cywilnej lub porównywalny) odpowiedzialny za wykonywanie zadań prawnie nałożonych na instytucję, jak również zleczanych na bieżąco przez ciało kolegialne (np. monitoring programu, obsługa prawna, czy prace analityczne). W skład wspomnianych ciał kolegialnych wchodzi w Europie od 3 (np. holenderski *Commissariaat voor de Media*) do 13 członków (np. Czechy). Tę proporcję zaburzają niektóre krajowe ciała regulacyjne w Niemczech, gdzie w skład ciała kolegialnego wchodzić może nawet 47 członków. Mniejsza ilość członków może być podyktowana chęcią utworzenia eksperckiego gremium kierującego działaniami regulatora. Większa ilość członków jest związana natomiast z chęcią utworzenia szerokiej, pluralistycznej platformy reprezentującej odmienne interesy, środowiska i światopoglądy. Generalnie jednak w obu przypadkach istotnym jest aby uniknąć dominacji jednej grupy wewnątrz ciała kolegialnego.

Członkowie ciał kolegialnych są w zależności od państwa powoływani na swoje stanowiska w różnych proporcjach przez rząd, prezydenta, parlament, sąd lub też organizacje społeczne. Istotna różnica pomiędzy poszczególnymi państwami polega także na różnym statusie członków ciał kolegialnych. W przypadku niektórych państw są oni zatrudniani na pełen etat, co najczęściej wyklucza ich aktywność zawodową w innych obszarach (np. Francja, Włochy). Część państw z kolei nie zdecydowała się na zatrudnienie na pełen etat członków ciał kolegialnych, którzy mogą kontynuować swoją karierę pobierając zarazem wynagrodzenie za swoje członkostwo (np. Irlandia czy Dania).

Wielkość biura wspomagającego prace ciała kolegialnego jest ściśle uzależniona od zakresu kompetencji danego regulatora. W tym przypadku różnice pomiędzy poszczególnymi państwami są znaczne. Najmniejsza ilość zatrudnionego personelu administracyjnego waha się od kilku (np. Estonia) do kilkunastu osób (Litwa, Łotwa). W wielu państwach liczba tych osób to kilkudziesięciu urzędników (np. Czechy, Irlandia, Holandia, Bułgaria i Bośnia i Hercegowina). Powyżej stu pracowników zatrudnia węgierska ORTT (117 osób) oraz rumuńska CNA (145 osób), natomiast kilkuset członków personelu administracyjnego zatrudniają: francuska CSA (240 osób) oraz włoska AGCOM (260 osób). Stanowczo najwięcej osób, spośród europejskich regulatorów, zatrudnia nowopowstały brytyjski regulator OFCOM (około 1000 osób), jednak i tak jest to niewiele w porównaniu z amerykańską *Federal Communications Commission* - FCC (około 2000 osób).

Warto wreszcie zauważyć, iż podobnie jak cały rynek mediów elektronicznych tak samo regulatorzy poddani są presji tych samych procesów ekonomicznych i technologicznych odpowiedzialnych za istotne zmiany w tym obszarze. Mowa w tym wypadku o procesach tzw. konwergencji technologicznej oraz cyfryzacji, jak również liberalizacji rynku telekomunikacyjnego. Z tego też względu w ostatnich kilku latach wiele państw podjęło decyzję o zreformowaniu tych podmiotów, tak aby ich zakres kompetencji oraz dostępne instrumenty pozwoliły na właściwe regulowanie tego rynku. W wielu przypadkach państwa

Europejskie zdecydowały się na często długotrwałe reformy polegające na zintegrowaniu kilku regulatorów lub instytucji związanych z szeroko pojmowanym obszarem mediów masowych i sektorem audiowizualnym (np. obecnie obserwowane reformy w Irlandii, Norwegii czy Portugalii). W ten dość powszechny nurt łączenia (integrowania) różnych podmiotów z regulatorem rynku mediów elektronicznych wpisać można obserwowany w ostatnich latach trend tworzenia tzw. regulatorów „konwergentnych” obejmujących jednocześnie sektor mediów elektronicznych i sektor telekomunikacyjny (np. brytyjski OFCOM, fińska FICORA czy CRA z Bośni i Hercegowiny). Istotną inspiracją dla tego procesu było wydanie w 1997 roku przez Komisję Europejską tzw. Zielonej Księgi o „Konwergencji telekomunikacji, mediów i różnych sektorów technologii informacji oraz jej implikacje dla regulacji prawnych”.

Biorąc więc pod uwagę strukturę regulatorów oraz powyższe tendencje wyróżnić można dwa podstawowe typy regulatorów działających w obszarze mediów elektronicznych: regulatorzy klasyczni (tradycyjni), których struktura i zakres kompetencji jest ściśle związany z sektorem mediów elektronicznych (np. Francja, Polska, Belgia, Węgry) oraz wspomniani regulatorzy „konwergentni” obejmujący swoimi kompetencjami obok mediów elektronicznych także sektor telekomunikacyjny (np. Wielka Brytania, Włochy, Finlandia, Słowenia oraz Bośnia i Hercegowina).

Regulatorzy rynku mediów elektronicznych w kontekście polityki wspólnotowej

Ciała regulacyjne w obszarze mediów elektronicznych zostały utworzone we wszystkich państwach UE. Podkreślić jednak należy, iż Unia Europejska nie ingeruje w tym względzie w politykę państw członkowskich pozostawiając im, zgodnie z zasadą subsydiarności, swobodę kształtowania wewnętrznej polityki w tym obszarze. Natomiast państwa członkowskie muszą zapewnić właściwe wykonywanie obowiązków wynikających z prawa wspólnotowego, w tym tzw. dyrektywy „O telewizji bez granic”, która tworzy wspólnotowe ramy prawne dla działalności telewizyjnej. W praktyce też głównymi podmiotami odpowiedzialnymi za realizację zdefiniowanych w tym akcie wymagań są regulatorzy rynku mediów elektronicznych (np. przepisy dotyczące reklamy, ochrony małoletnich, tzw. kwot europejskich czy kwot produkcji niezależnej). Z tego też powodu podmioty te stanowią istotny element europejskiej polityki audiowizualnej.

Komisja Europejska czuwająca nad realizacją postanowień dyrektywy, podobnie jak uczyniła to Rada Europy we wspomnianej Rekomendacji nr 23 (2000), podkreśliła wymóg niezależności tych podmiotów zarówno od rynku jak i władzy państwowej. Dała ona wyraz temu w Komunikacie w sprawie zasad i kierunków wspólnotowej polityki audiowizualnej w erze cyfrowej (COM (1999) 657 final). W przypadku regulatorów „konwergentnych” jak również tych, których kompetencje wkraczają w obszar zdefiniowany w dyrektywie 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 7 marca 2002 w sprawie wspólnych ram regulacyjnych dotyczących elektronicznych sieci i usług łączności (tzw. dyrektywa ramowa) Komisja Europejska w art. 3.2 tego aktu nawołuje państwa członkowskie do zagwarantowania niezależności krajowych organów regulacyjnych „przez zapewnienie, by były wyodrębnione z prawnego punktu widzenia i funkcjonalnie niezależne od wszystkich organizacji prowadzących działalność z zakresu elektronicznych sieci, sprzętu lub usług łączności”. Dodatkowo warto zdawać sobie sprawę, iż będący w fazie przygotowań projekt nowej dyrektywy mającej zastąpić w przyszłości dyrektywę „O telewizji bez granic” przewiduje zapis (art. 23b) wzywający państwa członkowskie UE do zapewnienia niezależności ciał regulacyjnych oraz bezstronności i przejrzystości ich działania. Ponadto dokument ten uznaje

współpracę pomiędzy regulatorami a Komisją Europejską za konieczną w kontekście zagwarantowania właściwej implementacji przyszłej dyrektywy².

W tym kontekście warto ponadto przypomnieć, iż Komisja Europejska w trakcie negocjacji przedakcesyjnych z dziesiątką państw kandydujących uznała funkcjonowanie regulatorów w dziedzinie mediów elektronicznych za element administracyjnej zdolności państw w tym obszarze.

Praktyczna rola regulatorów rynku mediów elektronicznych na poziomie wspólnotowym wyraża się ponadto w uczestniczeniu w pracach tzw. stałej grupy składającej się z przedstawicieli krajowych regulatorów audiowizualnych oraz Komisji Europejskiej (*High-level Group of Executives of Regulatory Authorities in the Field of Broadcasting*). Ta grupa doradcza została powołana przez Komisję Europejską, która w ten sposób doceniła rolę i wkład krajowych ciał regulacyjnych w monitorowanie prawidłowego stosowania oraz wypełniania celów dyrektywy „O telewizji bez granic”. Ponadto przedstawiciele niektórych regulatorów uczestniczą w pracach Komitetu Kontaktowego do spraw dyrektywy, jak również w pracach grup roboczych funkcjonujących w ramach struktury Rady Unii Europejskiej. Kolejnym przykładem aktywności tych ciał na poziomie wspólnotowym, jak również ich niezależności jest liczny samodzielny udział regulatorów w dwóch seriach (w 2003 i 2005 roku) konsultacji publicznych dotyczących rewizji dyrektywy o telewizji bez granic m.in: włoska AGCOM, brytyjski OFCOM, francuska CSA, rumuńska CNA, węgierskie ORTT czy polska KRRiT.

Niezależność regulatorów

Podstawową cechą jaka powinna wyróżniać wszystkich regulatorów, bez względu na kształt i zakres kompetencyjny jest ich niezależność zarówno od świata polityki jak i regulowanego rynku. Jak bowiem często podkreśla się w literaturze, niezależność regulatora jest najlepszą gwarancją niezależności mediów podlegających jego regulacji. O konieczności zapewnienia niezależnego funkcjonowania tych podmiotów wyraźnie mówi wspomniane już Zalecenie nr 23 (2000), które zwraca się do państw członkowskich Rady Europy o prawne gwarancje niezależności, tak aby uniknąć sytuacji gdy dany regulator lub jego poszczególni członkowie poddają się presji politycznej lub też gdy ich zaangażowanie w działalność gospodarczą może rodzić konflikt interesów. O konieczności zapewnienia przez państwa członkowskie UE niezależności regulatorów od władz oraz operatorów wspomina również Komunikat Komisji Europejskiej w sprawie zasad i kierunków wspólnotowej polityki audiowizualnej w erze cyfrowej (COM (1999) 657 final) a także wspomniany już projekt dyrektywy mającej zastąpić dotychczasową dyrektywę „O telewizji bez granic”.

Podstawowym instrumentem gwarantującym niezależność od świata polityki jest demokratyczna i przejrzysta procedura wybierania członków ciała kolegialnego. Jej celem ma być wybór pluralistycznego ciała kolegialnego, które nie jest zdominowane przez żadną siłę polityczną czy inną grupę. W tym kontekście istotne jest zarówno to, kto ma prawo mianować na to stanowisko, jak również warunki, jakie musi spełniać kandydat na członka ciała kolegialnego. W pierwszym przypadku w Europie mówić można o pięciu sposobach powoływania członków ciał kolegialnych: przez władzę wykonawczą (duński *Radio and Television Board* czy brytyjski OFCOM), przez władzę ustawodawczą (np. czeska RRTV,

² Zob., Provisional text subject to linguistic revision. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council Amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities.

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/newtwf_en.pdf

Słowacka RTV), przez zarówno władze wykonawczą i ustawodawczą (francuska CSA, bułgarska CEM), przez władzę ustawodawczą i sądowniczą (portugalskie AACs), władzę lokalną oraz grupy społeczne (niektóre niemieckie landowe ciała regulacyjne). Mimo, iż część z państw zdecydowała się na system mieszany, tak aby zapewnić równowagę pomiędzy różnymi ośrodkami władzy, to żaden z tych systemów nie jest ani preferowany ani też krytykowany przez wspomniane zalecenie. Każdy z tych systemów musi być bowiem rozpatrywany łącznie z pozostałymi instrumentami gwarantującymi niezależność regulatorów. Do takich instrumentów należą między innymi przepisy zabraniające łączenia określonych funkcji politycznych ze stanowiskiem członka ciała kolegialnego (tzw. *incompatibilities*). W większości przypadków prawo stanowi, iż osoba będąca członkiem takiego ciała nie może jednocześnie być parlamentarzystą, sprawować władzy wykonawczej, sądowniczej, być członkiem partii politycznej czy pracować w mediach³. W ten sposób ustawodawcy starają się chronić niezależnego regulatora przed bezpośrednim wpływem politycznym, jak również konfliktem interesów. W niektórych państwach zdecydowano się ponadto na dłuższy czas trwania kadencji członków, tak aby uniknąć zmian związanych ściśle z wyborami parlamentarnymi (np. Włochy, Rumunia, Czechy, Francja, Polska) lub/ oraz zróżnicowano termin powoływania poszczególnych członków i tym samym upływu ich kadencji (np. Francja, Turcja). Aby uniknąć zarzutów o brak niezależności w niektórych państwach wprowadzono przepisy uniemożliwiające ponowny wybór na członka ciała kolegialnego (np. Francja, Polska) bądź ograniczające tę możliwość do pojedynczej reelekcji (Bośnia i Hercegowina, Czechy czy Holandia).

Równie istotne są przepisy dotyczące możliwości odwołania członków ciała kolegialnego. W tym miejscu wspomniane zalecenie mówi, iż odwołanie takie może mieć miejsce tylko, gdy złamane zostały przepisy zabraniające łączenia stanowiska członka z innymi stanowiskami (tzw. *incompatibilities*) lub gdy nie ma możliwości właściwego wypełniania powierzonych mu funkcji (bez uszczerbku dla możliwości danej osoby do odwołania się od tej decyzji do właściwego sądu). Ponadto odwołanie danej osoby z tego stanowiska ze względu na popełnione wykroczenie w związku, lub nie, z pełnioną funkcją może mieć miejsce tylko w poważnych przypadkach szczegółowo określonych w prawie. W niektórych państwach dodatkowo dopuszcza się możliwość odwołania całego składu ciała kolegialnego na przykład w sytuacji gdy roczne sprawozdanie składane przez regulatora zostanie odrzucone przez parlament (np. Albania, Czechy, Polska), i w tym przypadku okoliczności tego odwołania reguluje szczegółowo prawo.

Innym kluczowym instrumentem zapewnienia niezależności regulatora zarówno od świata polityki jak i rynku jest zagwarantowanie właściwego sposobu jego finansowania, o czym wprost mówi wspomniane Zalecenie (2000) 23. W tym względzie praktyka wskazuje na stosowanie przez państwa trzech zasadniczych sposobów: finansowanie z budżetu państwa, finansowanie z opłat koncesyjnych lub opłat płaconych od wpływów z reklam oraz finansowanie mieszane łączące w sobie oba powyższe sposoby. Główną zaletą pierwszego z tych sposobów jest istotne uniezależnienie regulatora od podmiotów rynkowych, z drugiej jednak strony może on dawać sposobność organom państwa do wywierania presji poprzez ograniczanie funduszy przeznaczonych na działalność regulatora. Ten sposób finansowania charakterystyczny jest dla znacznej ilości europejskich regulatorów np. francuskiej CSA, bułgarskiej CEM, rumuńskiej CNA, szwedzkiej RTVV, estońskiej *Estonia Broadcasting Council* czy słowackiej RTV. Znacznie rzadziej regulatorzy są finansowani jedynie z opłat uiszczanych przez podmioty rynkowe (tzw. *industry fee*), które przybierają kształt procentu opłat abonamentowych (np. Niemcy, czy Macedonia), opłat koncesyjnych (np. brytyjski

³ W przypadku niektórych z niemieckich landowych regulatorów zgodnie z wyrokiem Sądu Konstytucyjnego maksymalnie 25% składu ciała kolegialnego mogą stanowić przedstawiciele władzy publicznej.

OFCOM) czy też procent od dochodu uzyskanego z reklam (Litwa). Zaletą tego rozwiązania jest finansowe uniezależnienie się od państwa co niewątpliwie wzmacnia pozycję regulatora względem instytucji państwowych. Istotna grupa europejskich ciał regulujących łączy oba źródła finansowania (tj. budżet państwa oraz opłaty uiszczane przez podmioty rynkowe). Należą do nich holenderski *Commissariaat voor de Media* (budżet państwa oraz procent od dochodu z reklam określany przez ministra), włoska AGCOM (budżet państwa oraz procent od dochodu wszystkich podmiotów podlegających regulacji) czy łotewska NRTP (budżet państwa oraz opłata za udział w procedurze koncesyjnej).

Innym instrumentem mogącym mieć pozytywny wpływ na niezależność członków ciała kolegialnego lub też wysokich rangą specjalistów od podmiotów rynkowych są przepisy, bądź też praktyka zabraniająca po zakończeniu kadencji podejmowania pracy w firmach, których działalność znajduje się w obszarze kompetencji regulatorów. W przypadku łotewskiej NRTP członkowie, na podstawie prawa o zapobieganiu konfliktu interesów w pracy urzędników państwowych (art. 9.4 oraz art. 10.7), nie mogą w ciągu trzech lat od zakończenia kadencji zajmować kluczowych stanowisk w mediach publicznych, jak również w ciągu dwóch lat zajmować kluczowych stanowisk w mediach komercyjnych. Regulacje zabraniające zatrudniania członków ciał kolegialnych obowiązują także w Czarnogórze, we Francji, na Węgrzech, we Włoszech, Wielkiej Brytanii i w Stanach Zjednoczonych.

Oprócz wspomnianych powyżej mechanizmów mających na celu zagwarantowanie niezależności funkcjonowania regulatorów podobną rolę odgrywają gwarancje konstytucyjne określające ich funkcje. Tego typu zapisy zostały umieszczone w ustawach zasadniczych w Polsce, Portugalii oraz na Malcie.

Okolicznością wspomagającą niezależność funkcjonowania regulatora rynku jest zagwarantowanie profesjonalizmu członków ciała kolegialnego. Ten mechanizm odnosi się jednak przede wszystkim do praktyki, gdyż najczęściej warunek ten nie jest szczegółowo określany prawnie. W tym względzie precyzyjnie nie wypowiada się także zalecenie, które jedynie stwierdza, że w skład ciał kolegialnych wchodzić powinni eksperci z dziedzin będących w kompetencji regulatora. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom część członków litewskiego regulatora LRTK jest powoływana przez organizacje branżowe i społeczne związane z rynkiem mediów np. (Związek Dziennikarzy, Związek Artystów, Związek Producentów Filmowych itd.).

Mimo istnienia szerokiego wachlarza instrumentów chroniących niezależność regulatorów rynku mediów elektronicznych odnotować należy także próby ingerencji organów władzy państwowej w ich autonomię. Wiele kontrowersji wzbudził między innymi przypadek czeskiej RRTV, która została rozwiązana przez Parlament. W uzasadnieniu obarczono RRTV winą za przegrany przez Republikę Czeską arbitraż z amerykańską firmą medialną CME (*Central European Media Enterprises*) czego skutkiem było odszkodowanie w wysokości 365 milionów dolarów wypłacone przez skarb państwa na rzecz CME. Na miejsce dotychczasowych członków ciała kolegialnego Parlament powołał nowy skład RRTV. Zdarzenie to spotkało się z reakcją członków EPRA, którzy podczas spotkania w Neapolu dnia 9 maja 2003 roku podkreślili raz jeszcze znaczenie idei niezależności regulatorów rynku mediów elektronicznych przypominając w tym kontekście jednocześnie właściwy fragment Zalecenia 23 (2000) (Punkt II, art. 6 i art.7). Ostatnio duże kontrowersje wzbudził także projekt łotewskiego prawa o radiofonii i telewizji, który przewiduje przesunięcie większości kompetencji obecnego regulatora rynku do ministerstwa kultury, co w praktyce oznaczać by miało likwidację regulatora oraz interwencję organów państwowych w rynek mediów. Ta propozycja została silnie skrytykowana między innymi przez OBWE

oraz Międzynarodowy Instytut Prasy. Kontrowersje wzbudziły także planowane reformy regulatorów w Macedonii oraz w Norwegii.

Mimo, iż jak wynika z powyższych rozważań, istnieje szeroki katalog instrumentów mających gwarantować niezależność regulatorów to możliwość niezależnego działania tych podmiotów zależy przede wszystkim od przyjętej praktyki i kultury politycznej charakterystycznej dla danego państwa.

Wyzwanie zapewnienia niezależności regulatorom, mimo wspomnianych dynamicznych zmian rynkowych i technologicznych zachodzących w tym obszarze, pozostaje wciąż bardzo aktualne. Odnosi się ono w równym stopniu do wszystkich typów ciał regulujących w tym także do nowopowstałych regulatorów „konwergentnych”, o czym w swoim przemówieniu z 10 listopada 2005 roku wspomniał Richard Hooper, wiceprzewodniczący rady nadzorczej OFCOM (*OFCOM Board*) mówiąc co następuje:

Nowoczesny regulator, aby móc odnieść sukces, musi pozostać niezależny od wszystkich zainteresowanych podmiotów w tym od rządu i jednocześnie konsultować się z nimi.

Odpowiedzialność regulatorów

Zgodnie z wielokrotnie przywoływanym Zaleceniem Rady Europy (Punkt V, art.25-27) regulatorzy powinni zdawać relację ze swojej pracy wydając na przykład roczne lub przygotowywane *ad hoc* sprawozdania. Jednocześnie podkreśla się, iż aby w ten sposób nie została naruszona zasada niezależności, regulator może być nadzorowany jedynie ze względu na zgodne z prawem wypełnianie zadań jemu powierzonych, jak również ze względu na zgodność oraz przejrzystość przeprowadzonych czynności finansowych. Przedstawianie sprawozdań z działalności regulatora ma służyć także większej przejrzystości jego funkcjonowania.

Najczęściej regulatorzy europejscy zobowiązani są prawnie do opracowywania rocznych sprawozdań z działalności, które są w większości przypadków przedkładane odpowiedniemu Ministrowi (np. w Holandii, Irlandii i Szwecji), Parlamentowi (w Czechach, Rumunii i na Słowacji) lub jak ma to miejsce w przypadku Francji jednocześnie Prezydentowi, Rządowi i Parlamentowi. W niektórych przypadkach ustawa precyzuje zakres sprawozdania wymieniając jego najbardziej istotne elementy (np. w Czechach, Francji, na Węgrzech i we Włoszech). W przypadku francuskiej CSA kwestię sprawozdawczości reguluje art. 18 ustawy o radiofonii i telewizji (Ustawa nr 86-1067 z 30 września 1986 roku). Coroczny raport francuskiego regulatora obejmować powinien m.in.: sprawozdanie z działalności CSA, raport z przestrzegania ustawy, raport z wywiązywania się spółek i przedsiębiorstw publicznych objętych ustawą z nałożonych na nie zobowiązań.

Prócz rocznego sprawozdania z działalności w niektórych państwach występują także inne rodzaje raportów, do których przedstawiania zobowiązany jest regulator. Należy do nich, między innymi raport finansowy (np. w Holandii i Szwecji) lub też raporty dotyczące stanu prac nad kodeksami (Irlandia).

Istotnym elementem różniącym poszczególne rozwiązania jest występująca w niektórych państwach możliwość ustosunkowania się przez właściwe instytucje państwowe do treści raportów. W przypadku Czech, Polski i Rumunii, w skrajnych okolicznościach, które dokładnie definiuje ustawa, odrzucenie raportu może skutkować odwołaniem składu ciała kolegialnego. W przypadku Rumunii zgodnie z art. 20 prawa o radiofonii i telewizji w sytuacji gdy Parlament nie zaakceptuje raportu, CNA musi dokonać zmian postulowanych przez Parlament i dostarczyć nowy raport do Parlamentu w ciągu 3 miesięcy od daty odrzucenia jego poprzedniej wersji. Jeżeli także nowy raport nie zyska akceptacji Parlamentu

wówczas mandaty członków CNA wygasają i nowi członkowie są wybierani na okres pozostały do końca kadencji odwołanych członków.

W wielu państwach tego typu sprawozdania mają jednak głównie charakter informujący choć instytucje państwowe mają prawo ustosunkować się do treści raportów w formie opinii (Szwecja) lub zapytań (Irlandia).

Proces powstawania regulatorów „konwergentnych”

Uznaje się, iż proces tworzenia „konwergentnych” ciał regulacyjnych w Europie został zapoczątkowany w drugiej połowie lat 90-tych. Wtedy właśnie we Włoszech na mocy prawa z 1997 powstała *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazione* – AGCOM pierwszy regulator tego typu w państwach członkowskich UE a także opublikowana została przez Komisję Europejską wspomniana Zielona Księga o „Konwergencji telekomunikacji, mediów i różnych sektorów technologii informacji oraz jej implikacje dla regulacji prawnych”⁴. Wydanie tego dokumentu skłoniło państwa piętnastki do rozważenia wprowadzenia ewentualnych zmian strukturalnych w odniesieniu do sposobu regulacji rynku mediów elektronicznych i telekomunikacji w kontekście procesu konwergencji technologicznej. W dokumencie tym Komisja Europejska wskazuje, iż wielość różnych środowisk regulacyjnych może stanowić potencjalną barierę w rozwoju firm działających w obszarze podlegającym konwergencji technologicznej. W związku z tym Komisja Europejska postawiła w tym dokumencie pytanie o efektywność funkcjonujących odrębnych ciał regulacyjnych w dobie konwergencji i zaproponowała trzy opcje rozwoju:

- Opcja nr 1: Budowanie w oparciu o struktury aktualnie istniejące
- Opcja nr 2: Opracowanie odrębnego modelu regulacyjnego dla nowych typów usług, który będzie współistniał obok systemów regulacyjnych dla sektorów: telekomunikacji oraz radiofonii i telewizji
- Opcja nr 3: Progresywne wprowadzanie nowego modelu regulacyjnego zorientowane na objęcie nim całości usług - tradycyjnych i nowego typu

Wynik prowadzonych konsultacji publicznych nad wspomnianym dokumentem został opublikowany przez Komisję Europejską w 1999 roku w specjalnym Komunikacie COM(1999) 108 final. W czasie tych konsultacji wiele państw zdecydowało się na tzw. ewolucyjne podejście do konwergencji opowiadając się za opcją nr 1, jednak znalazły się także głosy wspierające trzecią, tzw. „rewolucyjną” opcję. Generalnie jednak zgodzono się, iż należy zmieniać perspektywę regulacji z pionowej na bardziej horyzontalną skupiając się na zasadniczym podziale pomiędzy treścią a infrastrukturą, co ma zasadniczy wpływ na sposób funkcjonowania regulatorów rynku.

W konsekwencji tej debaty w niektórych państwach (np. w Finlandii oraz w Wielkiej Brytanii) rozpoczęto prace na rzecz utworzenia tego typu regulatorów, co dodatkowo wzbogacało dyskusje na ten temat o kolejne doświadczenia. Wydaje się, że najbardziej inspirującą była debata zapoczątkowana w 2000 roku w Wielkiej Brytanii, gdzie postanowiono dokonać fuzji pięciu istniejących ciał regulacyjnych. Trwające około trzech lat

⁴ W tym kontekście nie można zapomnieć, iż w państwach pozaeuropejskich model regulatora skonwergowanego funkcjonuje już od wielu lat np. amerykańska FCC od 1934 roku a kanadyjska CRTC od 1976 roku.

prace nad połączeniem tych struktur oraz stworzenie spójnej i nowoczesnej organizacji dostarczyły także innym państwom wielu analiz i materiałów⁵.

W trakcie konsultacji publicznych nad Zieloną Księgą, jak również prac w poszczególnych państwach pojawiło się wiele argumentów za i przeciw utworzeniu „konwergentnego” ciała regulacyjnego, które zostały przygotowane przez Sekretariat EPRA i przedstawione przez Emmanuelle Machet podczas posiedzenia EPRA na Malcie we wrześniu 2001 roku⁶:

Argumenty za:

- **Szybkie tempo konwergencji:** Zasadniczo, potrzeba pojedynczego organu regulacyjnego wynika z 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 przez dublowanie czynności.
- **Lepsza współpraca wewnętrzna:** Wziąwszy pod uwagę fakt tradycyjnych konfliktów między celami polityki telekomunikacyjnej i nadawczej, który mógłby 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 mógłby sztucznie zintegrować dwa aspekty regulacji: interes publiczny oraz efektywność ekonomiczną.
- **Związki między zawartością a nośnikiem:** Immanentną cechą idei konwergencji jest to, że ścisły rozdział pomiędzy dostarczaniem usług a transmisją i przenoszeniem może okazać się niemożliwy i może stwarzać problemy w sferze potęgi rynkowej i integracji pionowej. Pojedynczy regulator łączący obydwie te cechy miałby tutaj przewagę.

Argumenty 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.

⁵ Istotnymi dokumentami które powstały w kontekście prac nad skonwertowanym regulatorem w Wielkiej Brytanii należą m.in.: *White Paper, A New Future for Communications* oraz *Towers Perrin OFCOM Scoping Project Report*.

⁶ Zob. E. Machet, Za i przeciw konwergencji ciał regulujących, (w:) Biuletyn KRRiT, październik 2001.

- **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.

Należy odnotować, że spośród państw europejskich (zarówno członków UE jak i państw nie będących członkami UE) na utworzenie „konwergentnego” regulatora do tej pory zdecydowały się następujące państwa: Bośnia i Hercegowina, Finlandia, Słowenia, Szwajcaria, Wielka Brytania oraz Włochy. Mimo iż Komisja Europejska nie opowiada się wprost za budowaniem przez państwa członkowskie „konwergentnych” ciał regulacyjnych to w swej komunikacie „i2010 Europejskie Społeczeństwo Informacyjne na rzecz wzrostu i zatrudnienia” (COM (2005) 229 końcowy) stwierdza co następuje: „Odpowiedzią na fundamentalne zmiany technologiczne musi być proaktywna polityka. Konwergencja cyfrowa wymaga konwergencji politycznej oraz woli dostosowywania ram regulacyjnych tam, gdzie jest to potrzebne, w celu zapewnienia spójności z nowopowstającą gospodarką cyfrową”. W swoim przemówieniu z dnia 10 października 2005 roku Komisarz Viviane Reding komentując fakt powstania i funkcjonowania w trzech państwach członkowskich UE „konwergentnych” regulatorów stwierdziła z kolei „Uważam osobiście, że w kontekście obecnego rozwoju rynku, te zmiany (powołanie i funkcjonowanie „konwergentnych” regulatorów w państwach członkowskich) wydają się podążać we właściwym kierunku. I jestem zmotywowana do wykorzystywania doświadczeń tych krajowych „konwergentnych” regulatorów do mojej pracy nad konwergencją na poziomie wspólnotowym”.

Wspomniany komunikat, jak również wypowiedź Komisarz Reding wpisują się w prowadzoną przez Komisję Europejską politykę mającą na celu wypracowanie zintegrowanego podejścia do polityki budowy społeczeństwa informacyjnego oraz polityki audiowizualnej. Ta logika tworzenia, zgodnie z procesem konwergencji technologicznej,

jednolitych ram regulacyjnych przejawia się na poziomie Unii Europejskiej zarówno w pracach nad przytoczoną już nową dyrektywą mającą zastąpić obecną dyrektywę „O telewizji bez granic”, jak również w skupieniu kwestii społeczeństwa informacyjnego i polityki audiowizualnej w jednej Dyrekcji Generalnej ds. Społeczeństwa Informacyjnego i Mediów. Te istotne zmiany zachodzące na poziomie wspólnotowym mogą zgodnie z logiką tzw. procesu europeizacji (*Europeanisation*)⁷ wymóc podobne zmiany instytucjonalno-prawne na poziomie państw członkowskich.

Przegląd europejskich ciał regulacyjnych

Przegląd europejskich ciał regulacyjnych obejmuje pięć państw będących członkami UE. Przede wszystkim analizie poddane zostały dwa wspomniane typy regulatorów: regulatorzy klasycznych (przykład francuskiej CSA oraz węgierskiej ORTT) oraz „konwergentni” (przykład brytyjskiego OFCOM oraz włoskiej AGCOM). Ponadto omówiony został przykład irlandzkiej BCI, która reprezentuje grupę regulatorów, którzy w najbliższym czasie mają zostać zreformowani.

W każdym z tych przypadków scharakteryzowane zostały następujące aspekty, o których była mowa powyżej: kompozycja i sposób powoływania ciała kolegialnego, zakres kompetencji regulatora, niezależność od państwa oraz od rynku i wreszcie odpowiedzialność regulatora.

Pełna wersja tego dokumentu wraz z bibliografią jest dostępna na stronie internetowej KRRiT pod następującym adresem:

http://www.krrit.gov.pl/dokumenty/dm/dm_opr_przeglاد.pdf

⁷ Proces europeizacji jest rozumiany jako proces zmian wywołanych adaptacją państw członkowskich do zmian instytucjonalno-prawnych zachodzących na poziomie wspólnotowym. Więcej na ten temat m.in. w S. Jacquot, C. Woll, Usage of European Integration – Europeanisation from a Sociological Perspective, European Integration online Papers (EIoP) Vol. 7 (2003) N° 12.