



TELEWIZJA POLSKA

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z WYKORZYSTANIA PRZEZ TELEWIZJĘ POLSKĄ S.A. WPŁYWÓW Z OPŁAT ABONAMENTOWYCH NA REALIZACJĘ MISJI PUBLICZNEJ W 2010 ROKU

Załącznik do Uchwały Nr 160/2011 Zarządu Spółki TVP S.A. z dnia 8 marca 2011 roku

Sporządzono zgodnie z wymogami:

- ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. 1993 nr 7 poz. 34 z późniejszymi zmianami),
- ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. 1994 nr 121 poz. 591),
- ustawy z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych (Dz. U. 2005 nr 85 poz. 728),
oraz
- statutu Spółki TVP S.A.

Warszawa , marzec 2011 r.

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
1. Finansowanie wpływami abonamentowymi zadań związanych z realizacją misji telewizji publicznej w 2010 r.	
1.1. Wpływy abonamentowe Telewizji Polskiej S.A. w 2010 roku	6
1.2. Przychody reklamowe Telewizji Polskiej S.A. w 2010 roku	9
1.3. Zasady ewidencji kosztów realizacji misji publicznej Telewizji Polskiej S.A.	10
2. Programy Telewizji Polskiej S.A.	
2.1. Program 1 (TVP1)	15
2.2. Program 2 (TVP2)	17
2.3. Ośrodek Programów Regionalnych (TVP INFO).....	18
2.4. Program Satelitarny TV Polonia.....	19
2.5. TVP Kultura.....	20
2.6. TVP Sport.....	21
2.7. TVP Historia.....	21
2.8. TVP HD	22
2.9. TVP Seriale	22
2.10. TV Białoń	22
3. Realizacja misji w świetle wykonywania obowiązków ustawowych TVP S.A.	
3.1. Powinności w zakresie treści programowych	23
3.1.1. Informacja i publicystyka.....	23
3.1.1.1. Umożliwienie naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji i wyjaśniania polityki państwa	24
3.1.1.2. Stwarzanie partiom politycznym oraz związkom zawodowym i organizacjom pracodawców możliwości przedstawiania stanowiska w węzłowych sprawach publicznych	24
3.1.1.3. Zapewnienie możliwości rozpowszechniania audycji wyborczych uczestnikom wyborów	25
3.1.2. Kultura	26
3.1.2.1. Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego artystycznego	26
3.1.3. Edukacja.....	29
3.1.3.1. Tworzenie i rozpowszechnianie audycji oświatowych	29
3.1.3.2. Upowszechnianie wiedzy o języku polskim	32
3.1.3.3. Tworzenie i rozpowszechnianie audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych	34
3.1.3.4. Tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą	38
3.1.4. Problematyka Unii Europejskiej w programach TVP S.A.	40
3.1.5. Rozrywka	45
3.1.6. Sport	46
3.2. Powinności w zakresie rozwoju nowych usług i technologii	46
3.2.1. Działalność TVP S.A. w mediach interaktywnych - TVP.PL	47
3.2.2. Napisy dla niesłyszących	53
3.2.3. Audiodeskrypcja	53
3.3. Kampanie społeczne, patronaty korporacyjne i akcje charytatywne TVP S.A....	54

Załączniki

Załącznik 1.	Zasady realizowania misji publicznej przez Telewizję Polską S.A.	-	-	-	-	58
Załącznik 2.	Wykonanie wpływów abonamentowych TVP S.A. w 2010 r. w ujęciu miesięcznym	-	-	-	-	74
Załącznik 3.	Dynamika wpływów abonamentowych Telewizji Polskiej S.A. w latach 1996-2010	-	-	-	-	75
Załącznik 4.	Udział środków abonamentowych w finansowaniu kosztów rodzajowych Telewizji Polskiej S.A.	-	-	-	-	76
Załącznik 5.	Statystyka realizacji misji w świetle wykonania obowiązków ustawowych z zakresu tzw. kwot programowych	-	-	-	-	77
Załącznik 6.	Kampanie społeczne, patronaty korporacyjne TVP S.A. w 2010 r.	-	-	-	-	79



TELEWIZJA POLSKA

Art. 21. 1. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

(Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r.)

Szanowni Państwo,

zgodnie z wymogami ustawowymi oraz w poczuciu szacunku dla naszych Widzów przedstawiamy kolejne, roczne Sprawozdanie z wykorzystania przez Telewizję Polską S.A. wpływów z opłat abonamentowych przeznaczonych na realizację misji nadawcy publicznego w 2010 roku.

Wpływy z opłat abonamentowych w założeniu mają umożliwiać przygotowywanie i powszechne prezentowanie audycji, jakie z reguły nie pojawiają się w ofercie stacji komercyjnych, a więc programów dla dzieci i młodzieży, audycji edukacyjnych, audycji poświęconych kulturze, audycji religijnych, programów dla mniejszości narodowych oraz etnicznych, programów dla osób niepełnosprawnych, akcji społecznych i charytatywnych i wielu innych projektów. Wszystkie te inicjatywy szczegółowo przedstawiamy w Sprawozdaniu.

Przedstawiamy tu dokładne informacje o sposobie, w jaki TVP S.A. gospodarowała w 2010 roku pieniędzmi powierzonymi jej przez odbiorców. Dokładnie wyliczamy zrealizowane w 2010 roku zadania wynikające z obowiązków nadawcy publicznego. Jednocześnie trzeba jednak zwrócić uwagę, że prezentowane działania dotyczą roku, w którym wpływy abonamentowe były najniższe w historii TVP S.A.

W 2010 roku na zadania związane z realizacją programów Telewizja Polska S.A. wydała łącznie 1 626,7 mln złotych, podczas gdy wpływy osiągnięte z abonamentu wyniosły 221,5 mln zł. Dla porównania w najgorszym pod tym względem roku 2009 - wpływy abonamentowe wyniosły ok. 80 milionów więcej, a w latach 2002 – 2007 ok. 300 milionów więcej. W ujęciu realnym, a nie nominalnym, wartość dzisiejszych wpływów jest aż o 75 proc. niższa od kwoty uzyskanej w 1994 roku.

Większość (86,4 proc.) środków przeznaczonych na działania związane z funkcją nadawcy publicznego Telewizja Polska zmuszona była pozyskiwać na konkurencyjnym rynku reklamy i sponsoringu.

Z tytułu nieprzestrzegania obowiązku opłacania abonamentu, Telewizja Polska na przestrzeni lat straciła miliardy złotych, które mogły oraz powinny być przeznaczone na polepszenie oferty programowej. Z powodu lekceważenia obowiązku płacenia abonamentu najwięcej tracą Widzowie TVP.

Zgodnie z artykułem 31 ustawy o radiofonii i telewizji, abonament powinien być podstawowym źródłem finansowania mediów publicznych. W praktyce tak nie jest. Na uwagę zasługuje aktualna (datowana 26 stycznia 2011 roku) informacja zawarta w odpowiedzi ministra kultury i dziedzictwa narodowego, Pana Bogdana Zdrojewskiego na zapytanie poselskie, związane z nieskutecznym finansowaniem mediów publicznych w Polsce w 2010 roku. Minister potwierdził brak skuteczności oraz stwierdził, że „dotychczasowa niska ściągalność opłat abonamentowych wynika z braku możliwości stosowania przepisów ustawy o postępowaniu egzekucyjnym w administracji do egzekwowania należności z tytułu opłat abonamentowych”.

W Polsce, na istniejących prawie 14 milionów gospodarstw domowych, rejestracji odbiorników rtv dokonało około połowy. Jednocześnie spośród zarejestrowanych odbiorców w 2010 roku abonamentu rtv nie płaciło ok. 63 proc. odbiorców indywidualnych. Jediną instytucją upoważnioną do zbierania abonamentu jest Poczta Polska, która „do przeprowadzenia kontroli wykonania obowiązku rejestracji odbiorników RTV” wydelegowała zaledwie 39 pracowników, nie zapewniając im żadnych skutecznych uprawnień. W 2010 roku w związku z niepłaceniem abonamentu Poczta Polska skierowała do urzędów skarbowych 322 tytuły wykonawcze. Jednak urzędy skarbowe nie przyjęły i nie podjęły się ich realizacji, wskazując np. na niespełnienie wymogów formalnych. Na takie postępowanie urzędów skarbowych Poczta skierowała 25 zażaleń do izb skarbowych, ale tylko 2 zostały uznane. W 2010 roku wyegzekwowano należności od łącznie 6 dłużników (w tym od 3 całkowicie). Niepokoi także, że na ponad 166 tys. firm i instytucji posiadających odbiorniki radiowe i/lub telewizyjne aż 95 proc. nie opłaca abonamentu.

Trybunał Konstytucyjny stwierdził, że skoro abonament radiowo-telewizyjny wymieniono jako pierwszy wśród przychodów mediów publicznych (art. 31 ust. 1, pkt 1 ustawy rtv) to sam ustawodawca uznał go za najważniejsze źródło finansowania. Z opinii Trybunału Konstytucyjnego (przedstawionych kolejno w wyrokach z dnia 9 września 2004 r., 4 listopada 2009 r. oraz 16 marca 2010 r.) wynika, że niedokonanie przez polski Parlament przez kilka ostatnich lat odpowiednich zmian, prowadzących do zwiększenia ściągalności abonamentu, może oznaczać akceptację tego stanu rzeczy.

Jednak, jeśli media publiczne mają wypełniać swoją funkcję, muszą mieć solidne podstawy prawne i ekonomiczne, takie, które zagwarantują im autonomiczność programową, instytucjonalną i finansową. Dlatego niezależne publiczne finansowanie ma tak ogromne znaczenie. Brak skutecznych rozwiązań w tym zakresie stanowi realne zagrożenie dla funkcjonowania mediów publicznych w Polsce.

Juliusz Braun
p.o. Prezes Zarządu TVP S.A.

ROZDZIAŁ 1

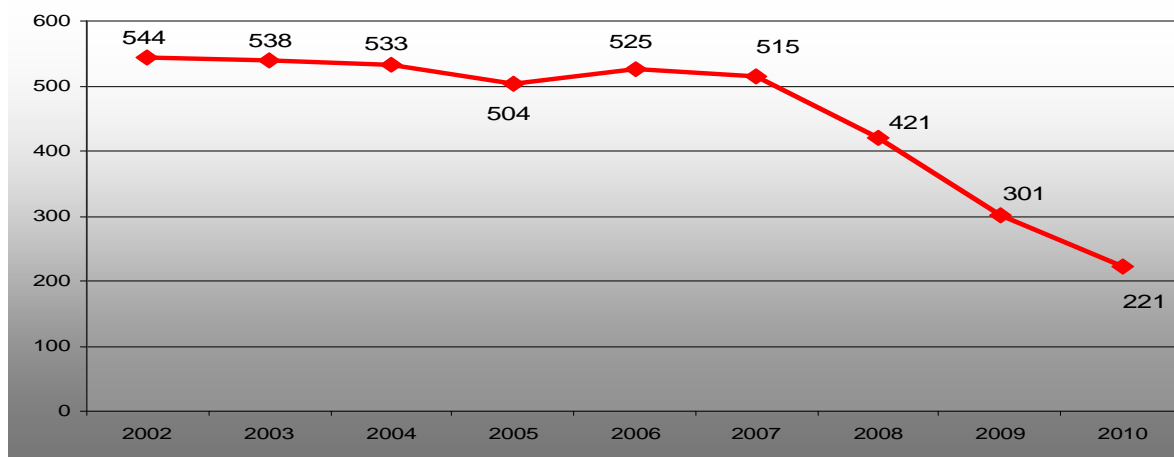
FINANSOWANIE WPŁYWAMI ABONAMENTOWYMI ZADAŃ ZWIĄZANYCH Z REALIZACJĄ MISJI TELEWIZJI PUBLICZNEJ W 2010 ROKU

1.1. Wpływy abonamentowe Telewizji Polskiej S.A. w 2010 roku

Ustawowe wymogi dotyczące misji telewizji publicznej od lat nie uległy jakiegokolwiek modyfikacji, wymagania społeczne dotyczące zakresu programów misyjnych oraz kampanii społecznych są w ostatnich latach dramatycznie zwiększane – ale jednocześnie postępuje zanik środków publicznych przekazywanych na ich wypełnianie. Brak finansowania publicznego oznacza to, że dominującym sposobem finansowania misji TVP, osiągającym aż ok. 87% budżetu Spółki, muszą być fundusze pozyskiwane na konkurencyjnym rynku reklamowym i to w sytuacji rażącej nierówności uregulowań prawnych w tym zakresie na niekorzyść TVP S.A.

Wpływy abonamentowe stanowią istotną, ale z roku na rok coraz mniejszą część budżetu Telewizji Polskiej S.A. (patrz poniżej wykresy 1.1. oraz 1.3.). Zbierane są w skali kraju przez ustawowo wybranego jedyne go pośrednika - Poczta Polska i przekazywane na rzecz TVP na podstawie uchwał Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT). W odniesieniu do roku finansowego 2010 ww. kwestie zostały uregulowane uchwałami KRRiT Nr 254/2009 z dnia 30.06.2009 oraz Nr 476/2009 z dnia 12.11.2009. Pierwotnie planowane kwoty miały wynieść od 90 do 120 mln zł. W trakcie roku 2010 KRRiT - Uchwałą Nr 311/2010 z dnia 29.06.2010 - określiła dodatkowo nowy sposób podziału wpływów abonamentowych pomiędzy mediami publicznymi (TVP S.A. i spółkami radiofonii publicznej) Według wstępnych prognoz KRRiT wpływy miały wynieść w 2010 roku około 199,6 mln zł. Faktyczne planowany spadek wpływów abonamentowych został z końcem roku nieznacznie przyhamowany i wyniósł 221,5 mln zł, co stanowiło jednak ok. 80 milionów mniej niż w roku poprzednim i aż 200 milionów mniej niż dwa lata wcześniej oraz aż ok. 300 milionów mniej niż rzeczywiste wpływy abonamentowe w latach 2002 – 2007. Dane te nie uwzględniają kosztów inflacji.

Wykres 1.1. Wpływy abonamentowe TVP S.A. w latach 2002 – 2010 /w mln zł/



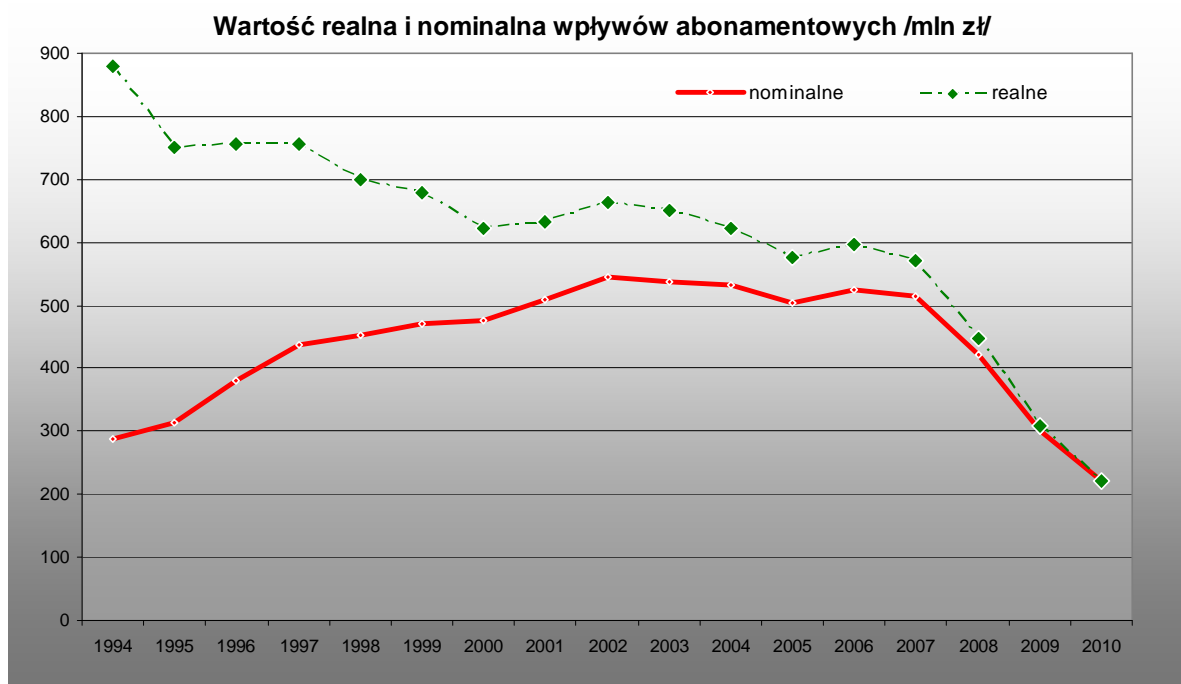
Źródło: Dane własne TVP S.A.

Należy podkreślić, że na przestrzeni ostatnich lat pogłębia się niezwykle dotkliwy dla mediów publicznych trend spadkowy wartości wpływów abonamentowych co bardzo poważnie zakłóca planowanie i gospodarowanie finansami TVP S.A. Największe problemy Spółka odnotowała w roku 2009 roku, kiedy po raz pierwszy w swojej historii odnotowała stratę bilansową, jak i w roku 2010, kiedy pomimo znaczącego spadku wpływów abonamentowych i zwiększenia wymagań programów misyjnych, doprowadziła do zbilansowania budżetu.

Znacząco niższe wpływy abonamentowe w roku 2010 roku zostały częściowo wyrównane przez wzrost przychodów komercyjnych. Obniżka wpływów abonamentowych przełożyła się jednak w głównej mierze na ograniczenie kosztów działalności operacyjnej Spółki. Roczne dotacje publiczne w r. 2010 są najniższe w historii Spółki, tj. od jej utworzenia w 1994 roku.

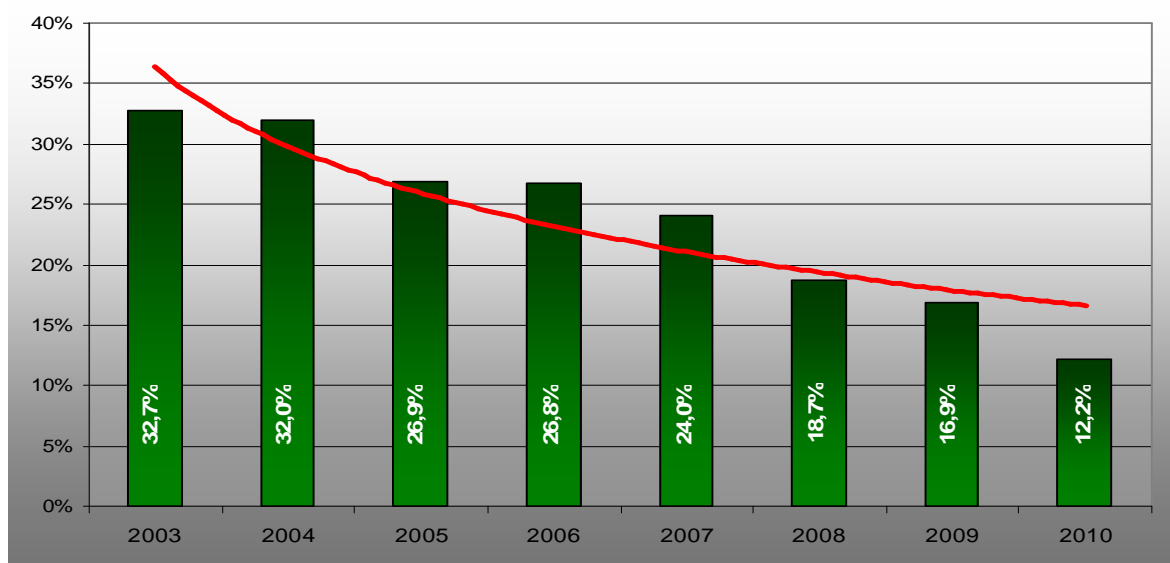
Obserwując kształtowanie się wielkości wpływów abonamentowych na przestrzeni lat trzeba zwrócić uwagę, że ich wartość w 2010 roku jest znacznie niższa od nominalnej kwoty uzyskanej w roku 1994. W ujęciu realnym oznacza to ubytek aż o 74,8%. Efekt spadku realnej wartości przychodów z abonamentu dodatkowo zwiększa inflacja.

Wykres 1.2. Realne i nominalne wpływy abonamentowe w latach 1994 - 2010



Źródło: Dane własne TVP S.A.

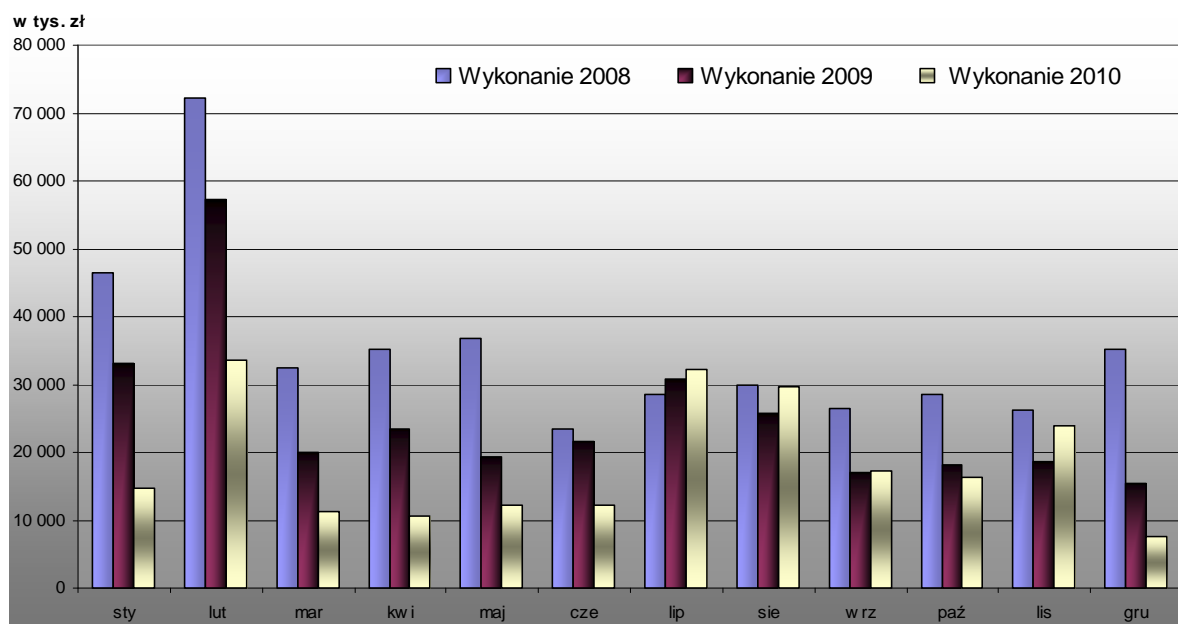
Wykres 1.3. Udział przychodów abonamentowych w budżecie (przychodach ogółem) TVP S.A.



Źródło: Dane własne TVP S.A.

Wykonanie wpływów abonamentowych TVP S.A. w latach 2008 – 2010 w podziale na poszczególne miesiące przedstawia wykres 1.4. oraz – szczegółowo Załącznik nr 2.

Wykres 1.4. **Wpływy abonamentowe TVP S.A. w latach 2008-2010 (w tys. zł)**



Źródło: Dane własne TVP S.A.

Wpływy abonamentowe wynikające z uchwał Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w roku 2010 są niższe od środków przekazanych przez KRRiT w:

- 2008 r. o kwotę 199,6 mln zł, co stanowi 52,6% kwoty wpływów z roku 2008;
- 2009 r. o kwotę 79,1 mln zł, co stanowi 73,7% kwoty wpływów z roku 2009.

(Dynamikę wpływów abonamentowych TVP S.A. w latach 2000 – 2010 przedstawia szczegółowo Załącznik nr 3).

Niski udział abonamentu w przychodach Telewizji Polskiej S.A. związany jest:

- z niską ściągalsnością środków, spowodowaną brakiem woli politycznej co do rozwiązania problemu oraz brakiem sankcji w stosunku do osób i podmiotów gospodarczych uchylających się od wnoszenia opłat,
- z relatywnie niską stawką opłaty abonamentowej, w porównaniu z krajami Europy Zachodniej.

W Polsce procent osób wnoszących opłaty rtv z roku na rok maleje. W 2009 roku tylko 36,7% osób wypełniło obowiązek ustawy (tabela poniżej). Dla porównania - wskaźnik ściągalsności opłat abonamentowych w krajach Unii Europejskiej wynosi średnio ok. 90%. **Oznacza to, że TVP S.A. z powodu lekceważenia w Polsce prawnego obowiązku wnoszenia opłat abonamentowych na przestrzeni lat straciła miliardy złotych, które mogłyby być przeznaczone na zwiększenie oferty programowej.**

Tabela 1.1. **Ściągalsność opłat abonamentowych wnoszonych przez gospodarstwa domowe w Polsce w latach 2006-2009**

L.p.	Gospodarstwa domowe	2006 r.	2007 r.	2008 r.	2009 r.
1.	posiadające zarejestrowane odbiorniki rtv i zwolnione od opłat (w %)	16,2%	13,7%	14,4%	14,7%
2.	które nie zarejestrowały odbiorników rtv (%)	40,3%	42,8%	46,2%	48,6%
3.	posiadające zarejestrowane odbiorniki rtv i wnoszące opłaty (w%)	43,5%	43,5%	39,4%	36,7%

Źródło: Sprawozdanie KRRiT z działalności w 2009 roku

1.2. Przychody reklamowe Telewizji Polskiej S.A. w 2010 roku

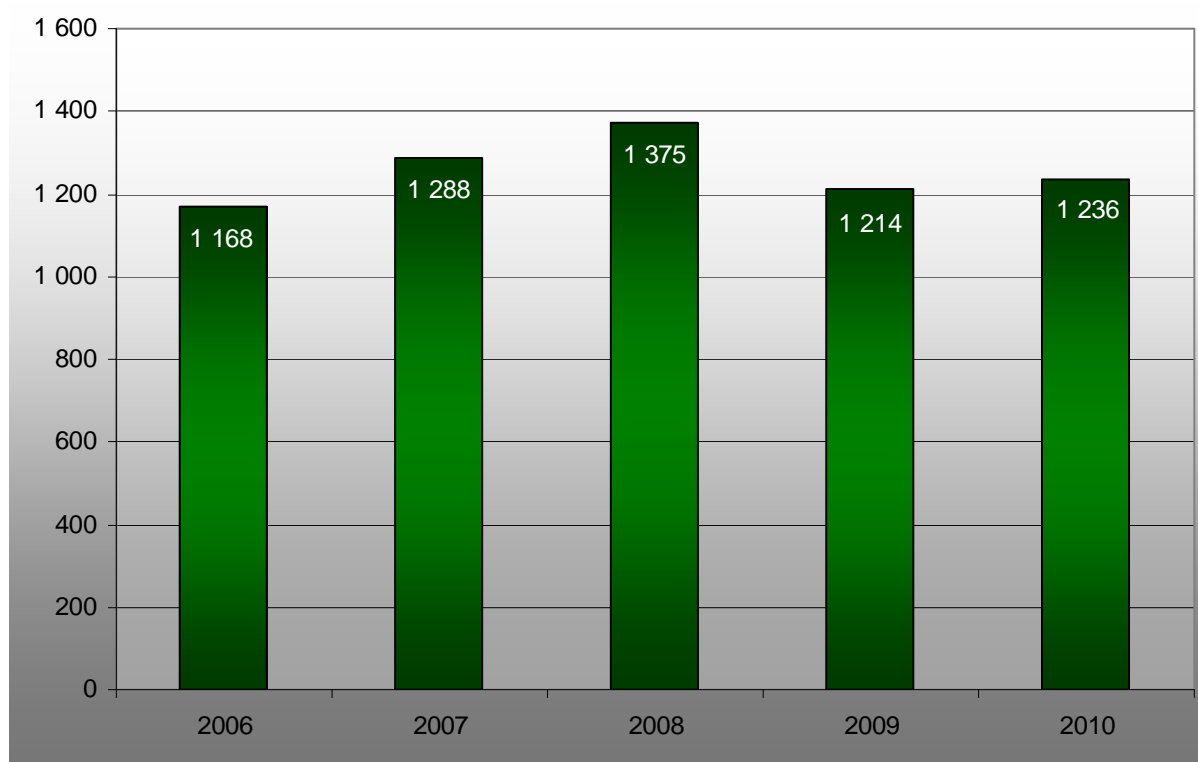
W 2010 roku przychody TVP S.A. z reklamy oraz sponsoringu wyniosły 1 236 mln złotych. Przychody z tego źródła w 2010 roku ukształtowały się na poziomie zbliżonym do roku 2009.

Utrzymanie ogólnego poziomu przychodów osiągnięto dzięki aktywizacji działań pro-przychodowych, w tym przede wszystkim poprzez poprawę stopnia wykorzystania dostępnych ustawowo limitów emisji reklam. W rezultacie, mimo wystąpienia obiektywnie uzasadnionego ubytku z emisji planowanych reklam rządu 40 mln złotych (w związku z żałobą narodową w kwietniu 2010 roku), łączne przychody z reklamy oraz sponsoringu wzrosły w skali roku o 1,8%. Poprawiły się również wskaźniki dotyczące pozostałych przychodów Spółki.

Pozyskane środki komercyjne są dominującym źródłem finansowania zadań TVP S.A. wynikających z misji nadawcy publicznego.

Poziom przychodów z reklamy i sponsoringu, jakie w latach 2006 – 2009 uzyskała TVP S.A. przedstawia wykres 1.5.

Wykres 1.5. Przychody TVP S.A. z reklamy i sponsoringu w latach 2006-2010 (w mln zł)



Źródło: Dane własne TVP S.A.

1.3. Zasady ewidencji kosztów realizacji misji publicznej TVP S.A.

W celu zapewnienia przejrzystości i jawności wykorzystania środków przeznaczonych na realizację ustawowych zadań, zgodnie z art. 31a ust. 1. Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. 1993 nr 7 poz. 34 z późn. zm.) oraz wydanym na jej podstawie rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 czerwca 2004 r.¹, **TVP S.A. prowadzi odrębną ewidencję przychodów i kosztów związanych z:**

- realizacją misji publicznej oraz
- pozostałej działalności.

Wyodrębnienie przychodów i kosztów bezpośrednich obu rodzajów działalności odbywa się poprzez identyfikację przychodów i kosztów związanych z działalnością pozostałą, które są wykazywane na odrębnych kontach księgowych i wyodrębnionych do tego celu miejscach powstawania kosztów i zleceniach wewnętrznych.

Pozostała działalność TVP S.A., poza misją publiczną, obejmuje w szczególności:

- sprzedaż czasu antenowego lub innej przestrzeni na potrzeby rozpowszechniania lub udostępniania reklam, telesprzedaży, ogłoszeń komercyjnych, oznaczeń indywidualizujących sponsora, jego towar, usługę lub działalność;
- udzielanie odpłatnych licencji lub sprzedawanie praw do audycji i innych materiałów programowych, jednakże z wyłączeniem wymian programowych, koprodukcji i innych form współpracy z nadawcami, producentami lub innymi podmiotami, służących pozyskaniu materiałów programowych dla realizacji misji publicznej;
- produkcję i wprowadzanie do obrotu handlowych egzemplarzy audycji, utworów, fonogramów, wideogramów lub nadań, w tym filmów, koncertów lub widowisk, na nośnikach takich jak: CD, DVD, VHS, CD-ROM, minidisc, itp., jednakże z wyłączeniem egzemplarzy materiałów edukacyjnych, kulturalnych, naukowych, historycznych, dokumentalnych lub społecznych, wydawanych na podstawie porozumień z właściwymi ministrami w celu realizacji zadań publicznych (np. dla szkół, instytucji kultury, ośrodków polonijnych);
- świadczenie usług handlu elektronicznego, a także innych komercyjnych usług świadczonych drogą elektroniczną, w tym poprzez Internet lub sieci telekomunikacyjne, innych niż usługi, o których mowa w cz. II.7.3 (pkt 41) oraz w cz. III.4 (pkt 103-109) Zasad realizacji przez TVP S.A. misji publicznej²;
- odpłatne udostępnianie, w szczególności w drodze umów najmu, dzierżawy lub leasingu; sprzętu, lokali, pomieszczeń, budynków lub innych urządzeń (np. wynajem studia lub wozu transmisyjnego);
- inne odpłatne świadczenie usług lub sprzedaż towarów niezwiązane z tworzeniem i rozpowszechnianiem programów.

Przyjmuje się, że przychody i koszty operacyjne - nie zaliczone do działalności pozostałej zalicza się do działalności misyjnej i wykazuje w sprawozdaniach składanych do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji zgodnie ze wspomnianym wyżej Rozporządzeniem KRRiT z 3 czerwca 2004 roku.

¹ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 3 czerwca 2004 roku 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.

² Patrz: Załącznik Nr 1 - *Zasady realizowania przez Telewizję Polską S.A. misji publicznej*

Przy wyodrębnieniu kosztów związanych z działalnością pozostałą od kosztów stanowiących działalność misyjną stosuje się następujące zasady:

- koszty ponoszone z założenia na realizację misji publicznej, a przynoszące również przychody z działalności pozostałej, są przypisywane do kosztów działalności misyjnej;
- w przypadku wykorzystywania tych samych zasobów Spółki (tj. pracowników, współpracowników, sprzętu, wyposażenia) na potrzeby działalności misyjnej oraz pozostałej działalności, w sytuacji niemożności bezpośredniego wyodrębnienia kosztów działalności pozostałej, wartość ich ustala się w wysokości kosztów, których Spółka nie poniosłaby w razie zaniechania działalności pozostałej.

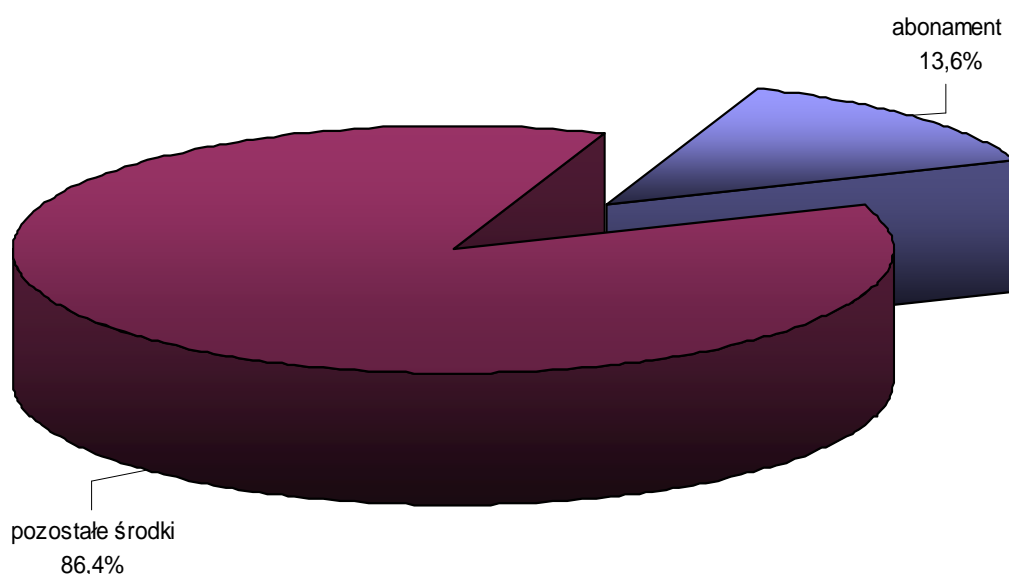
TVP S.A. prowadzi tzw. pozostałą działalność jako działalność uboczną, jasno oddzieloną od działalności z zakresu realizacji misji publicznej. Służy temu wydzielenie jednostek prowadzących tę działalność, w szczególności Biura Reklamy i Handlu oraz części handlowych innych jednostek organizacyjnych. Podstawowym celem prowadzonej przez TVP S.A. pozostałej działalności jest pozyskanie środków potrzebnych na realizację misji publicznej. Kalkulacja cen, oprócz pełnego kosztu, obejmuje uzasadniony poziom zysku. Nadwyżka przychodów z pozostałej działalności ponad jej koszty przeznaczana jest przez TVP S.A. na realizację misji publicznej.

Koszty poniesione w 2010 roku na zadania związane z realizacją misji Telewizji Polskiej S.A. (stan na dzień 16 lutego 2011 r.) wyniosły 1 626,7 mln zł.

Przy osiągniętych wpływach z abonamentu na poziomie 221,5 mln zł oznacza to, iż **mniej niż 1/7 kosztów związanych z realizowaną przez TVP S.A. misją pokrywają środki abonamentowe**. Przeważająca część kosztów działalności misyjnej pokrywana jest z innych źródeł finansowania, w tym uzyskiwanych przede wszystkim z reklamy i sponsoringu.

Działalność TVP S.A. jest w niewielkim stopniu finansowana środkami abonamentowymi. Udział wpływów abonamentowych w finansowaniu zadań związanych z realizacją misji TVP S.A. w 2010 r. przedstawia wykres 1.6.

Wykres 1.6. Finansowanie zadań związanych z realizacją misji TVP S.A. w 2010 r.



Źródło: Ewidencja własna TVP S.A. – stan na dzień 16 lutego 2011 r.

Zestawienie kosztów celowych, związanych z realizacją misji publicznej wszystkich anten TVP S.A. w roku 2010:

▪ spektakle teatralne	-	-	7,7 mln złotych;
▪ magazyny kulturalne, audycje (w tym filmy) o kulturze i sztuce	-	-	40,7 mln złotych;
▪ filmy dokumentalne	-	-	24,2 mln złotych;
▪ magazyny dla rolników	-	-	6,1 mln złotych;
▪ audycje dla dzieci i młodzieży	-	-	22,3 mln złotych;
▪ audycje edukacyjne i popularno-naukowe	-	-	31,9 mln złotych;
▪ audycje religijne, np. transmisje mszy i uroczystości religijnych	-	-	16,1 mln złotych;
▪ audycje z zakresu polityki, w tym międzynarodowej (łącznie z programami o tematyce wyborczej)	-	-	25,3 mln złotych;
▪ relacje z wydarzeń sportowych i programy o tematyce sportowej (w tym koszty licencji – 100,0 mln złotych);	-	-	164,1 mln złotych;
▪ koszty należnych tantiem	-	-	78,1 mln złotych;
▪ koszty emisji wszystkich programów TVP S.A.	-	-	115,8 mln złotych.

Telewizja Polska S.A., realizując misję publiczną, poniosła koszty związane z produkcją programową oraz funkcjonowaniem:

▪ 16 oddziałów terenowych w wysokości	-	374,0 mln złotych;
▪ Programu Satelitarnego TV Polonia w wysokości	-	23,4 mln złotych;
▪ Programu wyspecjalizowanego TVP Kultura w wysokości	-	13,6 mln złotych;
▪ Programu wyspecjalizowanego TVP Historia w wysokości	-	4,4 mln złotych;
▪ Programu wyspecjalizowanego TVP HD w wysokości	-	6,9 mln złotych;
▪ Programu wyspecjalizowanego TVP Seriele w wysokości	-	0,6 mln złotych;
▪ Programu TV Białoruś w wysokości	-	23,3 mln złotych.

Finansowanie jednostek TVP S.A. wpływami z tytułu abonamentu

Tabela 1.2. Finansowanie w 2010 r. środkami z rachunku abonamentowego /w tys. zł

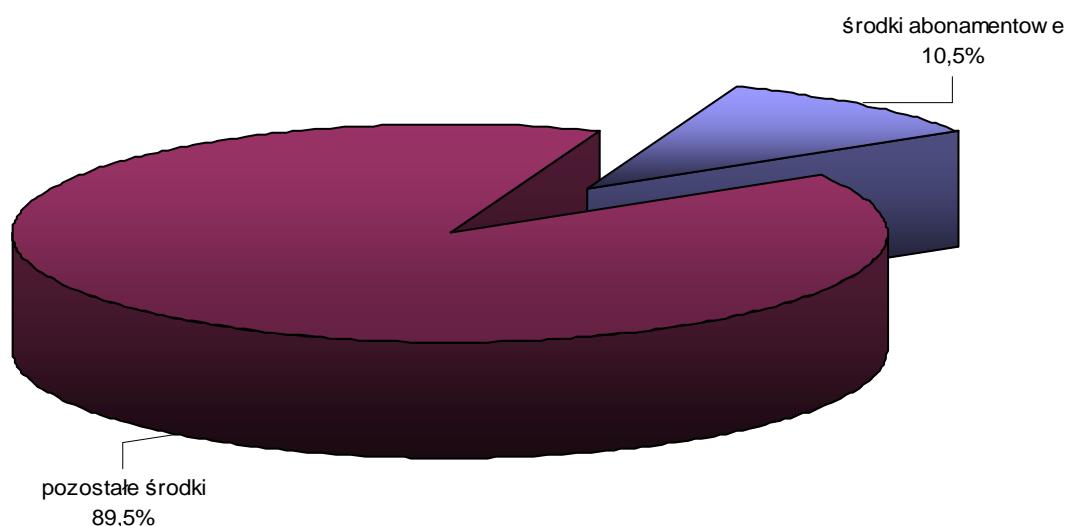
WYSZCZEGÓLNIENIE	Prognoza wydatków: podstawa Uchwały KRRiT: 254/289/476/2009, 311/2010	Wydatki abonamentowe	Stopień finansowania kosztów wpływami abonamentowymi
	199 600,0	219 769,4	
Program 1			
I. Koszty zewnętrzne i wewnętrzne */		408 505,3	
II. Finansowanie środkami abonamentowymi	43 700,0	42 942,8	10,5%
* faktury zewnętrzne za emisję, połączenia i częstotliwość	10 000,0	9 997,5	
* faktury zewnętrzne Agencji Filmowej - wydatki ponoszone na realizację audycji dla Programu 1	33 700,0	32 945,3	
Program 2			
I. Koszty zewnętrzne i wewnętrzne */		358 326,9	
II. Finansowanie środkami abonamentowymi	21 900,0	38 220,7	10,7%
* faktury zewnętrzne za emisję, połączenia i częstotliwość	10 000,0	10 000,9	
* faktury zewnętrzne Agencji Filmowej - wydatki ponoszone na realizację audycji dla Programu 2	11 900,0	28 219,8	
Programy regionalne i pasmo wspólne			
I. Koszty zewnętrzne i wewnętrzne */		303 398,5	
II. Finansowanie środkami abonamentowymi	134 000,0	138 605,9	45,7%

Źródło: Ewidencja własna TVP S.A. – stan na dzień 16 lutego 2011 r.

Tendencję w zakresie udziału środków abonamentowych w finansowaniu kosztów rodzajowych TVP S.A. przedstawia szczegółowo Załącznik nr 4.

Źródła finansowania TVP1, TVP2 oraz programu regionalnego i pasm wspólnych Oddziałów Terenowych przedstawiają wykresy 1.7. – 1.9.

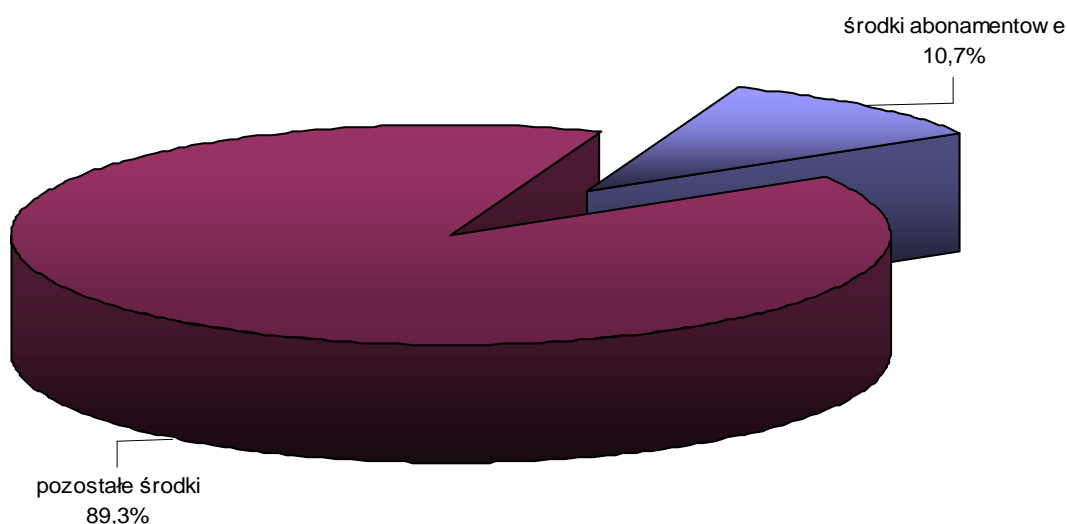
Wykres 1.7. Źródła finansowania TVP 1 w 2010 r.



Źródło: Ewidencja własna TVP S.A. – stan na dzień 16 lutego 2011 r.

Udział środków wynikających z uchwał Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w finansowaniu kosztów działalności TVP1 w 2010 roku wyniósł 10,5% (72,9 mln zł). 89,5% kosztów, tj. 365,6 mln zł, pokryto ze środków pozostałych Spółki.

Wykres 1.8. Źródła finansowania TVP 2 w 2010 r.

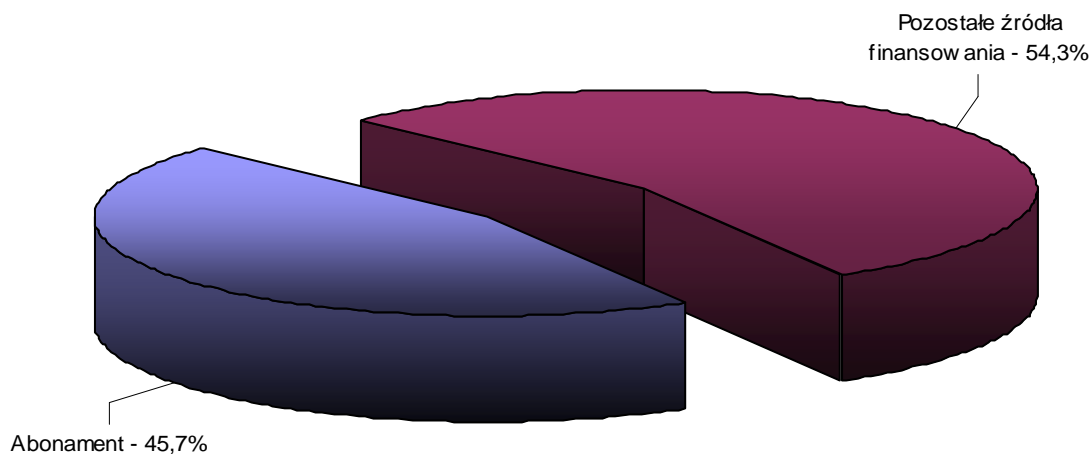


Źródło: Ewidencja własna TVP S.A. – stan na dzień 16 lutego 2011 r.

Wpływy uzyskane na mocy uchwał Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sfinansowały 10,7% (38,3 mln zł) kosztów działalności TVP2. Natomiast środki pozostałe sfinansowały 89,3% (319,5 mln zł) budżetu tej jednostki.

Koszty ogółem działalności Programu Satelitarnego TV Polonia oraz programów wyspecjalizowanych TVP Kultura, TVP Sport, TVP Historia, TVP HD, TVP Seriale w łącznej wysokości 198,4 mln zł zostały w 100% sfinansowane ze środków pozostałych Spółki. Podobnie koszty działalności TV Białoruś w wysokości 23,3 mln zł (TV Białoruś jest finansowana głównie ze środków pochodzących z MSZ: 68,7% oraz z TVP S.A.: 24,9%).

Wykres 1.9. Źródła finansowania w 2010 roku programu regionalnego i pasm wspólnych Oddziałów Terenowych TVP S.A.



Źródło: Ewidencja własna TVP S.A. – stan na dzień 16 lutego 2011 r.

ROZDZIAŁ 2

PROGRAMY TELEWIZJI POLSKIEJ S.A.

2.1. Program 1 (TVP1)

Program 1 (TVP1) jest wszechstronnym programem ogólnokrajowym, adresowanym do szerokiego i zróżnicowanego audytorium.

Ważne miejsce w programie TVP1 zajmują programy publicystyczne, podejmujące najważniejsze aktualne tematy społeczne i polityczne. W 2010 r. były to takie cykle jak: „Kwadrans po ósmej”, „Z reflekssem”, „Polityka przy kawie”, „Bronisław Wildstein przedstawi”, „Warto rozmawiać”, „Tydzień”, „Między ziemią a niebem” – emitowane w stałych pasmach czasowych o dużej oglądalności i w większości realizowane na żywo.

Szczególną rolę w komunikacji z widzami spełniają programy o charakterze interwencyjnym. Takie cykle jak „Sprawa dla reportera”, czy „Celownik” są wysoko cenione przez widzów, o czym świadczą wyniki ich oglądalności (średnio odpowiednio: 3 081 tys. i 1 850 tys. widzów).

Obraz współczesnego świata uzupełnia w TVP1 reportaże i dokumenty. Filmy emitowane w takich cyklach dokumentalnych jak „Na własne oczy”, „Errata do biografii”, „BBC w Jedyńce”, „Natura w Jedyńce” kształcą, edukują, przypominają postaci i wydarzenia, które zmieniły świat, a także rozwijają pamięć historyczną Polaków.

TVP1 aktywnie wspiera rozwój kultury. Wśród programów jej poświęconych znajdują się zarówno magazyny omawiające nowości i wydarzenia wydawnicze, teatralne, kinowe, muzyczne (takie jak „Weekendowy magazyn filmowy”, „Hurtownia książek”, „Chopin2010”), jak również relacje i transmisje najważniejszych wydarzeń w świecie kultury, m.in.

- 200-lecie urodzin Fryderyka Chopina – Koncert Galowy w Teatrze Wielkim
- Koncert głównego laureata XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego
- Golgota Polska – artyści w hołdzie Janowi Pawłowi II
- 600. rocznica bitwy pod Grunwaldem - Banderia 1410 – widowisko historyczne
- Dwa Teatry – Krajowy Festiwal Teatrów PR i TV
- Warszawa 2010 – koncert w 66. rocznicę Powstania Warszawskiego
- „Solidarność. Twój anioł Wolność ma na imię” – koncert w 30. rocznicę podpisania Porozumień Sierpniowych
- „Solidarność to znaczy: jeden i drugi...” – koncert z okazji 30-lecia powstania Solidarności
- Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni
- „Odwaga świętości” – koncert z okazji X Dnia Papieskiego

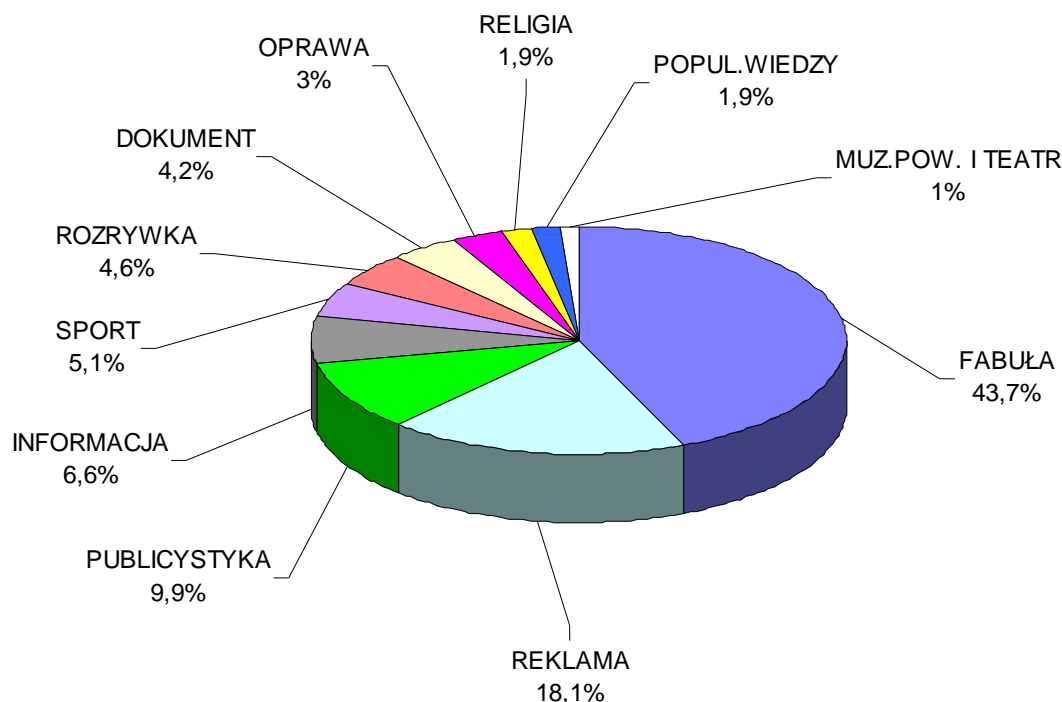
Wśród programów z dziedziny kultury na antenie TVP1 najbardziej rozpoznawalną i jednocześnie unikatową formą jest Teatr TV. Premiery Teatru TV mają często rangę szeroko komentowanych wydarzeń artystycznych i stanowią istotny element polskiego życia kulturalnego. W roku 2010 r. TVP1 zaprezentowała 31 spektakli, w tym 8 premierowych. Największą widownię zgromadziły: „Prymas w Komańczy” Pawła Wolana w reżyserii autora (1 999 tys.), „Namiętna kobieta” Kay Meller w reż. Macieja Englerta (1 763 tys.), „Patrzyłem na Zachód w stronę Polski” Ignacego Szczepańskiego w reżyserii autora (1 750 tys.), „Ożenek” Mikołaja Gogola w reżyserii Ewy Bonackiej (1 747 tys.), „Oskar” Erica E. Schmidta (1 649 tys.).

Ważną grupą widzów TVP1 są najmłodszy. Z myślą o nich produkuje się wiele programów, które uczą bawiąc. Najbardziej znane cykle to: „Domisie”, „Budzik”, „Jedynkowe przedszkole”, „Moliki książkowe”, „Ziarno”, „Wieczorynka”. Programy te uczą myślenia, zasad właściwego postępowania i zachowania, współdziałania w grupie i samodzielności.

TVP1 to także atrakcyjna oferta filmowa. Filmy i seriale prezentowane były w takich cyklach filmowych, jak: „Hit na sobotę”, „W krainie dreszczowców”, „Wiesz co dobre”, „Zakochana Jedynka”, „Uczta kinomana” i „Kolekcja kinomana”. W tak zróżnicowanym repertuarze każdy mógł znaleźć coś dla siebie – zarówno widz poszukujący relaksu, jak i koneser ambitnego kina. Dużą popularnością wśród widzów cieszyły się także seriale TVP1: „Ranczo”, „Ojciec Mateusz”, „Dom nad rozlewiskiem”, „Miłość nad rozlewiskiem”, „Blondynka” – bijące rekordy oglądalności oraz telenowele („Klan”, „Plebania”), które od lat mają swoją wierną widownię.

Rok 2010 to także rok wielkich wydarzeń sportowych: Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Vancouver oraz Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej, z których to imprez TVP1, wspólnie z TVP2, nadawała obszerne transmisje i relacje.

Wykres 2.1. **Struktura gatunkowa programu TVP1**



Źródło: Dane własne TVP S.A.

2.2. Program 2 (TVP2)

Program 2 (TVP2) to drugi ogólnokrajowy program telewizyjny docierający do blisko 100% mieszkańców Polski. Specjalnością TVP2 są imprezy rozrywkowe, często plenerowe, z udziałem publiczności.

W 2010 roku były to m.in.: wakacyjne koncerty „Hity na czasie”, realizowane w różnych miastach Polski, „Bydgoszcz Hit Festiwal”, koncerty sylwestrowe (w 2010 roku z Wrocławia).

Specjalne miejsce w ofercie rozrywkowej TVP2 zajmują programy kabaretowe. W 2010 r. były to m.in.: „Płocka Noc Kabaretowa”, „Mazurska Noc Kabaretowa – Mrągowo 2010”, „Festiwal Kabaretu – Koszalin 2010”, „Urodziny Kabaretu RAK”, „Kabaret Neo-Nówka”, „Kabaretowa Noc Listopadowa – Gdynia 2010”, a także cykle: „Laskowik i Malicki”, „Kabaretowy Klub Dwójki”, „Kabaretożercy”. W ofercie Dwójki TVP2 znajdują się także widowiska, koncerty i festiwale prezentujące różnorodną kulturę mniejszości narodowych żyjących w Polsce, jak np. międzynarodowe Festiwale Kultury Romskiej, Żydowskiej, Kresowej. Program prezentuje audycje rozrywkowe, zawierające także walory edukacyjno-poznawcze: „Kocham Cię Polsko”, „Hit dekady”, „Wielka draka o dzieciaka”, „Dzieciaki górą”, „Tak to leciało”, „Zagadkowa blondynka”.

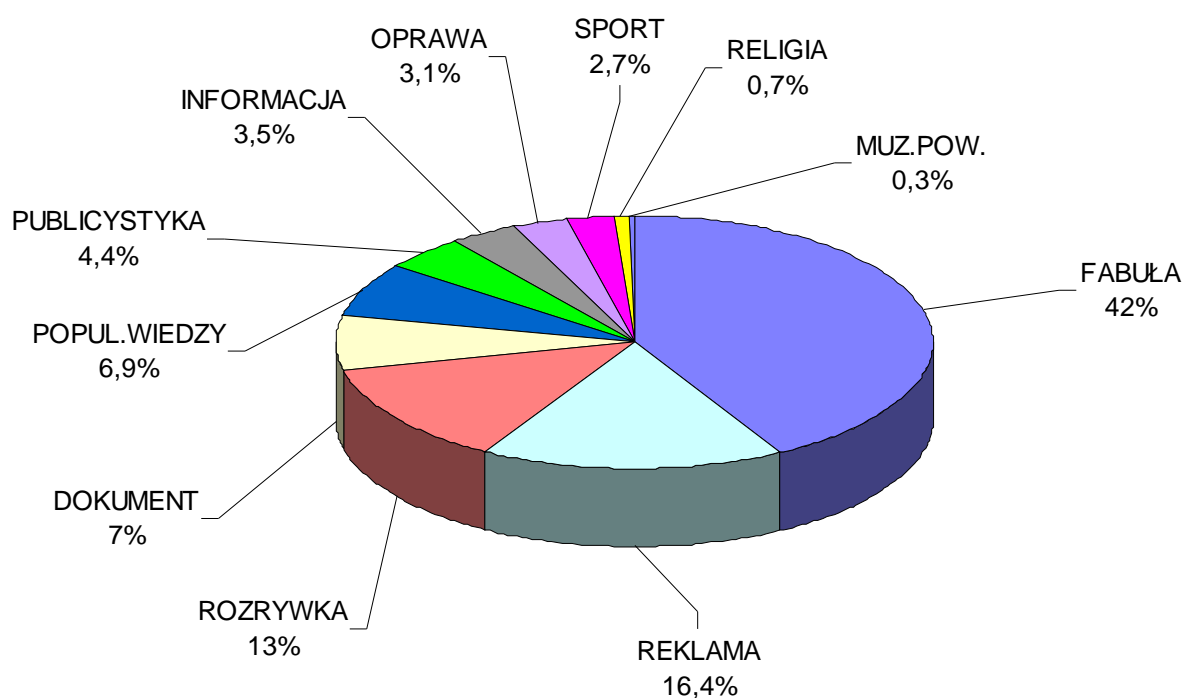
Wizytówką TVP2 są wydarzenia kulturalne, relacje z ważnych, elitarnych imprez, np.: związanych z Rokiem Chopinowskim (Uroczysta inauguracja Roku Chopinowskiego – LANG LANG w Filharmonii Narodowej, transmisje i relacje z Konkursu Chopinowskiego) Wratislavia Cantans, Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena, Warszawska Jesień, Jazz Jamboree oraz relacje z międzynarodowych festiwali: Camerimage, Mediaschool, Open'er, Festiwali Filmowych w Cannes, Wenecji i Berlinie oraz prestiżowych imprez krajowych: Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, Krakowskiego Festiwalu Filmowego oraz Festiwalu Filmu i Sztuki Dwa Brzegi.

TVP2 to także znakomite cykle dokumentalne o charakterze cywilizacyjno-geograficznym, podróżniczym, przyrodniczym, polityczno-społecznym czy lifestylowym: „Miesiąc z National Geographic”, „Wojciech Cejrowski – bosy przez świat”, „Czy świat oszalał?”, „Rodzinne oglądanie”.

Publicystyka TVP2 jest ważnym forum debaty publicznej, gdzie dyskutuje się o aktualnych, często kontrowersyjnych problemach (cykl „Punkt widzenia”), a także poznaje się i komentuje najważniejsze, aktualne wydarzenia, nie tylko ze świata polityki (program „Tomasz Lis na żywo”). Tematy dnia są komentowane w codziennym cyklu publicystycznym („Gorący temat”). Reportaże interwencyjne nadawane od lat w stałym cyklu „Magazyn Ekspresu Reporterów”, a także programy zajmujące się problematyką osób niepełnosprawnych i chorych: „Spróbujmy razem”, „Człowiek wśród ludzi”, „Anna Dymna – spotkajmy się”.

Szerokiej widowni TVP2 kojarzy się przede wszystkim z dobrymi serialami. Niepokonanym pod względem oglądalności pozostaje serial „M jak miłość”, który ogląda ponad 7 mln widzów (rekord w 2010 r. to 8 685 tys.), „Na dobre i na złe” (średnio 4 330 tys.), „Barwy szczęścia” (4 382 tys.), „Czas honoru” (2 706 tys.). W 2010 r. pojawiły się nowe serie: „Nowa”, „Tancerze”, „U pana Boga w ogródku” oraz serie codzienne: „Licencja na wychowanie” i „Apetyt na miłość”, które również spotkały się z uznaniem widzów.

Wykres 2.2. **Struktura gatunkowa programu TVP2**



Źródło: Dane własne TVP S.A.

2.3. Ośrodek Programów Regionalnych (TVP INFO)

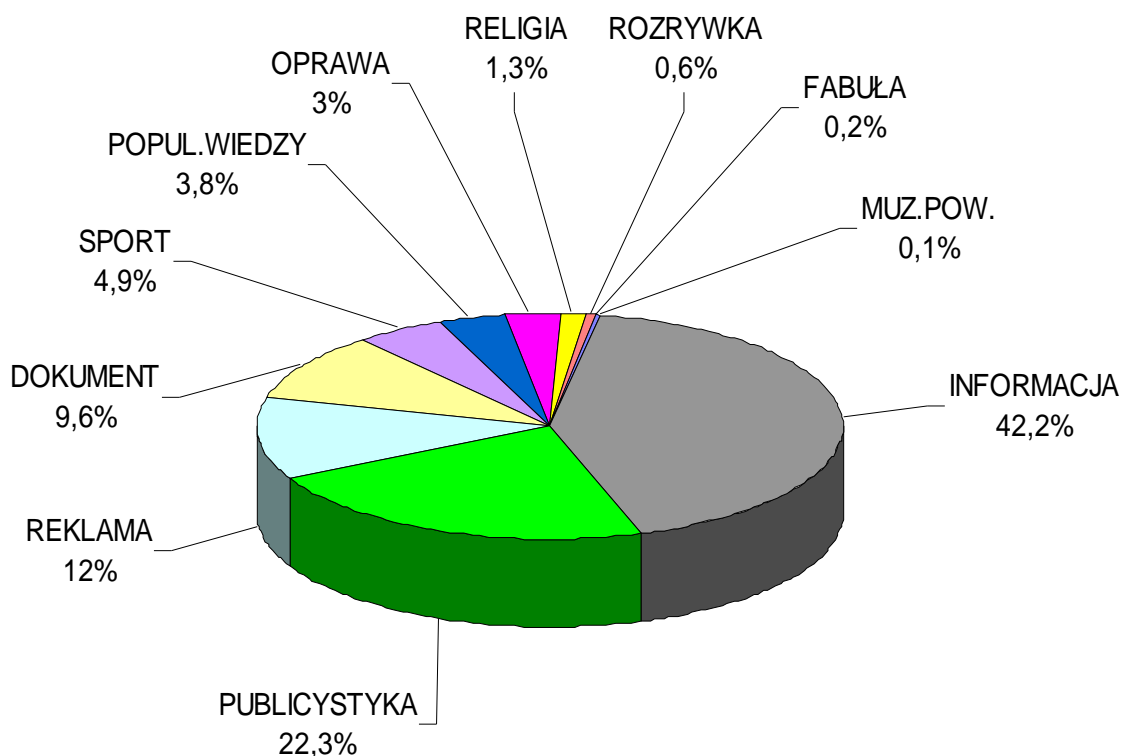
Ośrodek Programów Regionalnych (TVP INFO) jest kanałem o profilu informacyjno-regionalnym, w którym serwisy regionalne z 16 Oddziałów Terenowych TVP S.A. są cennym uzupełnieniem serwisów krajowych. Dzięki temu widzowie mają stały dostęp do najświeższych informacji z każdego zakątka Polski w nadawanych co godzinę „Serwisach INFO”, których stałym elementem są także serwisy ekonomiczne, kulturalne i sportowe.

Obok serwisów informacyjnych znaczące miejsce w programie TVP INFO zajmuje publicystyka polityczna, społeczna, a także ekonomiczna, skonstruowana wg modelu: **region – kraj – świat**. Są to m.in. takie cykle jak: „Minęła 20-ta”, „Dziennik Info”, „Forum”, „Studio Wschód”, „Antysalon Ziemkiewicza”, „Tydzień Jacka Żakowskiego”, „Debata po europejsku”, „Debata trójstronna”, „Młodzież kontra”, „Plus minus”, „Ekonomia z ludzką twarzą”.

TVP INFO jest mocno związany z życiem społeczności lokalnych, z historią, tradycją i kulturą regionów oraz ideami ustroju samorządowego. Dlatego ważnym elementem oferty programowej są dokumenty i reportaże prezentujące dokonania i problemy regionów (cykle „Raport z Polski”, „Telekurier”), a także aktualności z różnych dziedzin aktywności, w tym także wydarzeń sportowych.

W TVP INFO swoje miejsce mają także programy ukazujące historię i współczesność mniejszości narodowych, etnicznych i religijnych w Polsce prezentowane w stałych cyklach programowych, nadawanych często w językach mniejszości np. „Telenowyny” (program w języku ukraińskim) czy „Etniczne klimaty” – cykl prezentujący tematykę dotyczącą wszystkich mniejszości narodowych i grup etnicznych żyjących na terenie Polski.

Wykres 2.3. **Struktura gatunkowa TVP INFO**



Źródło: Dane własne TVP S.A.

2.4. Program Satelitarny TV Polonia

Program Satelitarny TV Polonia to program przeznaczony głównie dla Polaków mieszkających lub czasowo przebywających poza granicami kraju, środowisk polonijnych w różnych częściach świata oraz obywateli innych państw posługujących się językiem polskim lub zainteresowanych Polską. Oferta programowa TV Polonia zestawiona jest w dużym stopniu z wybranych pozycji emitowanych na antenie TVP1 i TVP2. Są to przede wszystkim polskie filmy, seriale, a także audycje informacyjne i publicystyczne.

TV Polonia emituje też audycje realizowane specjalnie dla środowisk polonijnych. Są wśród nich: cykle informacyjno-publicystyczne „Tydzień Polski”, „Polska 24”; cykle interaktywne „Śniadanie na podwieczorek”, „KulturalniPL”, „Made in Poland”, „Skarby nieodkryte”, „Gra w miasta”; magazyny reportażowe prezentujące aktualności zza najbliższych granic: „Wilnoteka”, „We Lwowie”, „Między Odrą a Renem”, „Zaolzie”, „Sąsiedzi-rodacy”; cykle krajoznawczo-turystyczne „Zaproszenie”, „Dzika Polska”, „Błękitne wakacje”; magazyny historyczne „Świadkowie nieznanych historii”, „Z archiwum IPN” a także cykle reportażowo-dokumentalne np. „Z daleka a z bliska”.

Ważne miejsce w ofercie TVP Polonia zajmują audycje pomagające w nauce języka polskiego. Służą temu takie cykle jak „Słownik polsko@polski” – mini lekcje poprawnej polszczyzny.

2.5. TVP Kultura

TVP Kultura to program wyspecjalizowany telewizji publicznej, który ma za zadanie dostarczanie pełnej informacji o najważniejszych aktualnych wydarzeniach kulturalnych w kraju i za granicą („Studio Kultura – Informacje”, „Tygodnik kulturalny”) oraz prezentację najciekawszych zjawisk z obszaru sztuki, nauki i historii kultury.

W ofercie TVP Kultura znajdują się biografie artystów, najwybitniejsze krótkometrażowe filmy – animacje, filmy eksperymentalne, dokumenty twórców polskich i światowych, prezentacje wybitnych spektakli, koncertów muzyki poważnej, koncertów jazzowych, najciekawsze propozycje twórców kultury niezależnej – prezentowane w takich cyklach jak „Więcej niż fikcja”, „Klasyka filmowego dokumentu”, „Panorama kina światowego”, „Kino jest sztuką”, „Strefa”. TVP Kultura umożliwia śledzenie drogi twórczej wybitnych artystów, zachęca do udziału w dyskusjach i polemikach. Taką możliwość daje forma debaty, stosowana w cyklach „Rozmowy istotne”, „Od słowa do słowa”, „Niedziela z...”, „Czytelnia”.

TVP Kultura stawia sobie za cel przybliżenie widzom najbardziej wartościowych inscenizacji teatralnych. Służą temu przeniesienia przedstawień z różnych teatrów. W 2010 r. były to m.in. „ID” (na podstawie reportażu Angeliki Kuźniak i Renaty Radłowskiej) w reżyserii Marcina Libery (spektakl powstały w koprodukcji Teatru Współczesnego w Szczecinie, Teatru Łażnia Nowa w Krakowie i Festiwalu Temps D’Images), „Makbet” Williama Szekspira w reżyserii Andrzeja Wajdy (Teatr Stary w Krakowie), „Sztuka bez tytułu” Antoniego Czechowa w reżyserii Agnieszki Glińskiej (Teatr Współczesny w Warszawie), „Wymazywanie” Thomasa Bernharda w reżyserii Krystiana Lupy (Teatr Dramatyczny w Warszawie).

Oferta teatralna TVP Kultura - w roku 2010 - kierowana była także do dzieci: dwuczęściowy spektakl „Zwierzoczkoupiór” Tadeusza Konwickiego i Mikołaja Grabowskiego w reżyserii Mikołaja Grabowskiego, „Czupurek” Benedykta Hertza w reżyserii Barbary Borys-Damięckiej, „Walzka” Anny Onichimowskiej w reżyserii Piotra Trzaskalskiego.

Wydarzeniami roku w TVP Kultura był Konkurs Chopinowski (którego wszystkie etapy były transmitowane w całości na tej antenie), a także udział w międzynarodowym przedsięwzięciu telewizji publicznych, jakim była transmisja z Mantui filmowej wersji opery „Rigoletto” Giuseppe Verdiego, z Placido Domingo w roli głównej.

2.6. TVP Sport

TVP Sport to program wyspecjalizowany. Oferta programowa to głównie relacje i transmisje z najważniejszych wydarzeń sportowych z udziałem największych gwiazd polskich i światowych zmagani sportowych. Prezentuje szerokie spektrum dyscyplin sportowych, w tym niszowych, promuje sportowe talenty, rozwija zainteresowanie sportem i zachęca do jego uprawiania.

W 2010 r. na antenie TVP Sport relacjonowano największe imprezy, takie jak: Zimowe Igrzyska Olimpijskie – Vancouver 2010 oraz Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej – RPA 2010; poza tym Mistrzostwa świata w koszykówce kobiet i mężczyzn, Mistrzostwa Europy w pływaniu, Mistrzostwa Europy w lekkiej atletyce, Rajd Dakar, Mistrzostwa świata w lotach narciarskich, Mistrzostwa Europy i Świata w łyżwiarstwie figurowym i łyżwiarstwie szybkim, Mistrzostwa Świata w kolarstwie szosowym, górskim i torowym, Tour de Pologne, Mistrzostwa Świata w wioślarstwie, Mistrzostwa Europy w podnoszeniu ciężarów, Puchar Świata w skokach narciarskich, Letnie Grand Prix w skokach narciarskich w Zakopanem.

Uzupełnienie oferty programowej TVP Sport stanowiły reportaże i dokumenty oraz magazyny tematyczne, takie jak: „Za trzy” – magazyn żeglarski, „Magazyn jeździecki Galop”, „Goalissimo - magazyn piłkarski”, „TV Moto - Sport” oraz publicystyczne - „Zwarcie”.

2.7. TVP Historia

Program wyspecjalizowany **TVP Historia** odgrywa znaczącą rolę w edukacji historycznej Polaków, przede wszystkim w odniesieniu do historii Polski. Stawia sobie za cel odkrywanie mało znanych faktów, wypełnianie białych plam i docieranie do prawdy o wydarzeniach z najnowszej oraz odległej historii Polski.

TVP Historia wykorzystuje zarówno bogate zasoby archiwalne TVP S.A., jak również materiały zgromadzone m.in. w Instytucie Pamięci Narodowej i Ośrodku „Karta”.

Główne cykle programowe anteny to:

- „Twórcy z historią w tle” – w jaki sposób powstają filmy o tematyce historycznej; dlaczego reżyserzy, scenarzyści, czy operatorzy decydują się na daną historię akurat z tego punktu widzenia i w jaki sposób wspólnie pracują na planie kolejnych produkcji;
- „Historyczne kalendarium dzienne” – to pasmo, w którym emitowane są filmy i programy nawiązujące do rocznicy wydarzeń historycznych – tych znanych i tych wartych przypomnienia;
- „Kontrowersje” – cykl zajmuje się najbardziej kontrowersyjnymi i budzącymi emocje faktami i zjawiskami w naszej historii;
- „Historia Polski” – filmy dokumentalne przedstawiające historię Polski;
- „Historia powszechna” – filmy dokumentalne przedstawiające historię powszechną;
- „Pojedynek” – o wydarzenia historyczne spierają się przedstawiciel młodej lewicy oraz konserwatywny publicysta;
- „Historia sztuki” – to przypomnienie widzowi wielkich postaci i zjawisk ze świata kultury, jakie narodziły się w ciągu ostatnich kilkadziesiąt lat w naszym kraju, a które swym zasięgiem i oryginalnością zdobyły w świecie uznanie;
- „Historie miast” – w ramach pasma prezentujemy filmy z archiwum TVP opowiadające o historii polskich miast; „Historia Polski biografie” - cykl prezentuje znane postaci z historii: ich osiągnięcia, życie i wkład dla dobra Polski.

2.8. TVP HD

Kanał **TVP HD** w 2010 r. wzbogacił swoją ofertę o nowe formy programowe produkowane w jakości HD. Były to głównie transmisje i relacje sportowe oraz filmy fabularne, seriale, filmy dokumentalne i koncerty. Część z produkcji filmowych pochodzących z zasobów TVP poddano nowemu skanowaniu w wysokiej rozdzielczości – umożliwiając ich emisję na antenie TVP HD. Marginalną część programu wypełniają audycje upconvertowane/upscale'owane – zrealizowane pierwotnie w standardowej rozdzielczości (SD), a których rozdzielczość została sztucznie/komputerowo podniesiona do HD za pomocą specjalizowanych urządzeń zwanych upconwerterami.

Wiele pozycji programowych realizowanych w technologii HD było emitowanych w TVP HD równocześnie z innymi antenami (TVP1, TVP2, TVP Kultura, TVP Sport). Dotyczyło to głównie filmów, transmisji wydarzeń społecznych i kulturalnych oraz sportowych.

2.9. TVP Seriale

Nowy program wyspecjalizowany **TVP Seriale** (rozpoczął nadawanie 6 grudnia 2010 r.) jest piątym, w kolejności uruchamiania, kanałem tematycznym TVP S.A.

Podstawą oferty TVP Seriale są polskie seriale współczesne oraz te, które pochodzą z zasobów archiwalnych TVP. Jej uzupełnieniem są seriale zagraniczne, pozyskiwane dla anten ogólnych, których prapremiera ma często miejsce w TVP Seriale.

2.10 TV Białoruś

TV Białoruś (**TV Bielsat**) powstała w 2007 roku. TV Bielsat to telewizja, którą tworzą Białorusini dla Białorusinów, w ich ojczystym języku. Projekt spotkał się z poparciem Ministerstwa Spraw Zagranicznych i rządu Rzeczypospolitej Polskiej, w ramach prowadzonej przez Polskę polityki wsparcia międzynarodowej współpracy na rzecz demokracji i społeczeństw obywatelskich. Jest to największy tego typu projekt pomocowy w Europie.

TV Bielsat jest telewizją ogólnotematyczną, w jej ofercie znajdują się: serwis informacyjny („Obiektyw”); programy publicystyczne („Forum”, „Gość Bielsatu”, „Tydzień z Radiem Svoboda”, „Press-Ekspress”, „Mównik”); dokumenty i reportaże – nieznane strony historii Białorusi; filmy i seriale – dobre kino europejskie, w tym polskie (zawsze z białoruskim dubbingiem); kultura i rozrywka („Prywatna kolekcja”, „Wagon”); dla najmłodszych – białoruska wersja „Przygód Misia Uszatka” oraz lekcje języka angielskiego „Lippy & Messy”.

ROZDZIAŁ 3

REALIZACJA MISJI W ŚWIETLE WYKONANIA OBOWIĄZKÓW USTAWOWYCH PRZEZ TELEWIZJĘ POLSKĄ S.A.

3.1 Powinności w zakresie treści programowych

3.1.1 Informacja i publicystyka

Do podstawowych zadań Telewizji Polskiej S.A. – jako publicznego nadawcy jest dostarczanie aktualnych, wyczerpujących i wszechstronnych informacji z kraju (na poziomie ogólnopolskim, regionalnym i lokalnym) oraz z zagranicy.

Szybkie reagowanie na ważne wydarzenia w Polsce i na świecie, rzeczowe, obiektywne oraz bezstronne przedstawianie faktów to cechy, które budują wiarygodność serwisów informacyjnych TVP. Służy temu sieć audycji informacyjnych w programach ogólnopolskich, których rozmieszczenie w układach ramowych anten gwarantuje bieżący dostęp do informacji w różnych porach dnia.

W 2010 roku Telewizja Polska S.A. emitowała codziennie:

- W TVP1 - 3 pełne i 5 flesztowych wydań „Wiadomości” oraz „Teleexpressu”.
- W TVP2 - 1 pełne i 1 flesztowe wydanie „Panoramy”.
- W TVP INFO, kanale informacyjnym, który jako jedyny posiada wyróżnik regionalny, dostarczano informacje zarówno na poziomie ogólnopolskim (pasma wspólne), jak i regionalnym (pasma własne). Serwisy INFO pojawiały się na tej antenie 24 razy dziennie w stałych pasmach czasowych. Niezależnie od tych regularnych serwisów, TVP INFO to kanał informacyjny, którego ramówka budowana jest przez aktualne wydarzenia – transmitowane, relacjonowane i komentowane na bieżąco.

Audycje publicystyczne mają za zadanie przedstawianie i pogłębione wyjaśnianie problemów i zjawisk, z uwzględnieniem różnych aspektów, racji i punktów widzenia. Audycje te spełniają rolę publicznego forum, na którym prezentowane są działania rządu, partii politycznych, organizacji pracowników i pracodawców oraz innych podmiotów życia publicznego i społecznego. Często mają formę debaty z udziałem widzów, a ich emisja „na żywo” daje widzom poczucie uczestnictwa w dyskusji .

Najważniejsze cykliczne audycje publicystyczne zrealizowane w 2010 roku na antenach TVP1, TVP2 i TVP INFO to:

- „Kwadrans po ósmej”/„Polityka przy kawie”
- „Z refleksem”
- „Bronisław Wildstein przedstawia”
- „Warto rozmawiać”
- „Tydzień”
- „Między ziemią a niebem”
- „Tomasz Lis na żywo”
- „Punkt widzenia”
- „Gorący temat”
- „Forum”
- „Debata po europejsku”
- „Debata trójstronna”
- „Studio Wschód”
- „Antysalon Ziemkiewicza”

- „Tydzień Jacka Żakowskiego”
- „Minęła dwudziesta”
- „Młodość kontra”.

Obok publicystyki politycznej, szczególne miejsce w programach TVP S.A. zajmuje publicystyka społeczna, zwłaszcza w formie reportażu i magazynu interwencyjnego. Na konkretnych przykładach przedstawione są ludzkie sprawy oraz konflikty i problemy społeczności lokalnych, wskazane sposoby radzenia sobie w trudnych sytuacjach i dostosowania się do zmiennych warunków życiowych. Kształtując postawy empatii społecznej i mobilizując do konstruktywnych działań, audycje tego rodzaju przeciwdziałają negatywnym zjawiskom i patologiom społecznym.

Najbardziej znane cykle publicystyczne emitowane w 2010 r. w TVP1, TVP2 i TVP INFO to:

- „Sprawa dla reportera”
- „Celownik”
- „Ktokolwiek widział, ktokolwiek wie...”
- „Misja specjalna”
- „Magazyn Ekspresu Reporterów”
- „Telekurier – Bliżej Ciebie”
- „Raport z Polski”
- „Reportaże z prawdziwego zdarzenia”.

3.1.1.1. Umożliwienie naczelnym organom państwowym bezpośredniej prezentacji i wyjaśniania polityki państwa (art. 22 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji)

Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. (z późn. zm) telewizja publiczna zapewnia naczelnym organom państwa możliwość przedstawiania swoich stanowisk w formie wystąpienia lub orędzia w czasie największej oglądalności (TVP 1, godz. 20.00). Z prawa tego w 2010 roku skorzystali:

- Prezydent Lech Kaczyński – 1 orędzie,
- Prezydent Bronisław Komorowski – 1 wystąpienie, 1 orędzie, 2 wywiady,
- Premier: Donald Tusk – 1 wywiad,
- Marszałek Senatu Bogdan Borusewicz – 1 orędzie, 1 wystąpienie.

Ponadto Telewizja Polska na antenie TVP INFO w 2010 roku przeprowadziła regularne transmisje obrad Sejmu, sejmowych komisji śledczych oraz najważniejszych debat Senatu – łącznie **212,3 godz. emisji**.

Przedstawiciele naczelnych organów państwowych wypowiadali się również w cyklicznych audycjach publicystycznych.

3.1.1.2. Stwarzanie partiom politycznym oraz związkom zawodowym i organizacjom pracodawców możliwości przedstawiania stanowiska w węzłowych sprawach publicznych (art. 23 ust. 1 i 2 ustawy o radiofonii i telewizji)

Stanowiska partii politycznych, zgodnie z rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, przedstawiane były w audycji „Forum” emitowanej na antenie TVP INFO oraz w audycjach informacyjnych i w audycjach publicystycznych TVP1, TVP2, TVP INFO.

Stanowiska związków zawodowych i związków pracodawców przedstawiane były w audycjach informacyjnych oraz w specjalnym cyklu „Debate trójstronna” na antenie TVP INFO. Ponadto ich przedstawiciele zapraszani byli do udziału w audycjach publicystycznych TVP1, TVP2 i TVP INFO.

3.1.1.3. Zapewnienie możliwości rozpowszechniania audycji wyborczych uczestnikom wyborów (art. 24 ust.1 ustawy o ritv)

W 2010 r. odbyły się wybory: na Urząd Prezydenta RP oraz Wybory do rad gmin, rad powiatów i sejmików wojewódzkich oraz wybory wójtów, burmistrzów i prezydentów miast.

W ramach przygotowań do wyborów - aby zagwarantować bezstronność i wysoki poziom etyczny relacji dziennikarskich dotyczących wyborów – TVP S.A. opracowała i uaktualniła zasady obowiązujące dziennikarzy i współpracowników TVP w okresie poprzedzającym wybory. Dodatkowo na dedykowanych stronach internetowych TVP S.A. umieszczono zestawienia czasu wystąpień przedstawicieli władz państwowych, partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców występujących w programach ogólnopolskich.

Wybory na Urząd Prezydenta RP odbyły się w dwóch turach: pierwsza – 20 czerwca, druga – 4 lipca 2010 r. Zgodnie z zasadami określonymi w *Ustawie z dnia 27 września 1990 r. o wyborze Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej* oraz rozporządzeniami KRRiT, na antenach programów ogólnopolskich i na antenie programu satelitarnego TV Polonia przeprowadzona została przed I i przed II turą wyborów telewizyjna kampania przedwyborcza.

Na nieodpłatne rozpowszechnianie audycji komitetów wyborczych kandydatów na prezydenta przeznaczono przed I turą wyborów: w Programie 1 i w Programie 2 – po 10 godzin, w TVP Polonia – 5 godzin, przed II turą, odpowiednio: po 2,5 godziny i 1 godzinę.

TVP S.A., obok nieodpłatnych audycji wyborczych, emitowała własne audycje wyborcze, zarówno przed I jak i przez II turą wyborów. W TVP1 tematy związane z wyborami podejmowane były w codziennej audycji „Flesz wyborczy”, a także w takich cyklach jak: „Kwadrans po ósmej”, „Warto rozmawiać”. W TVP2 temu tematowi poświęcone były wydania „Gorącego tematu”, „Punktu widzenia”, a także jedno wydanie „Tomasz Lis na żywo. Wybory 2010”. Przed II turą wyborów na antenie TVP1 i TVP INFO odbyła się „Debate prezydencka” dwóch kandydatów: Bronisława Komorowskiego i Jarosława Kaczyńskiego.

Po zakończeniu I i II tury wyborów na antenie TVP1 i TVP INFO w „Wieczorach Wyborczych” przedstawiano prognozy wyników, analizy publicystów i ekspertów, a także emitowano na bieżąco komunikaty Państwowej Komisji Wyborczej o cząstkowych wynikach wyborów.

21 listopada 2010 r. odbyły się wybory do rad gmin, rad powiatów i sejmików wojewódzkich oraz wybory wójtów, burmistrzów i prezydentów miast, a 5 grudnia 2010 r. odbyła się II tura wyborów wójtów, burmistrzów i prezydentów miast. Wypełniając regulacje określone w *Ustawie z dnia 16 lipca 1998 r. Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw, Ustawie z dnia 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta* – Telewizja Polska S.A. przeprowadziła na antenach ogólnopolskich i regionalnych telewizyjną kampanię przedwyborczą.

Na rozpowszechnianie nieodpłatnych audycji komitetów wyborczych przeznaczono: w TVP 1 i TVP2 – po 7,5 godziny, w każdym programie regionalnym – 15 godzin (wybory do rad gmin, powiatów, województw) i 2 godziny (wybory wójta, burmistrza, prezydenta). Łącznie 32 godziny. Emisje audycji Komitetów Wyborczych zostały zaplanowane w porach dużej oglądalności na antenach programów ogólnopolskich i regionalnych w stałych pasmach czasowych.

Dodatkowo - TVP S.A. emitowała także własne audycje wyborcze w TVP1 – wydanie „Warto rozmawiać” – „Polsce samorządowej partia pomaga czy szkodzi?”, „Debata samorządowa” oraz „Wieczory wyborcze” – po I i II turze wyborów (nadawane równocześnie w TVP INFO i TV Polonia).

W dniach poprzedzających wybory i w dniu wyborów na wszystkich antenach TVP S.A. emitowane były spoty zachęcające do udziału w głosowaniu.

Obsługą wszystkich kampanii wyborczych zajmowało się Telewizyjne Centrum Wyborcze. Na okres kampanii wyborczych uruchomiona została specjalna strona internetowa, na której znalazły się informacje m.in. o bieżących wydarzeniach związanych z wyborami. Strona zawierała także informacje niezbędne dla komitetów wyborczych dotyczące m.in.: zasad nadawania nieodpłatnych audycji wyborczych w programach ogólnopolskich TVP S.A., korzystania z archiwaliów, umieszczania płatnych audycji i ogłoszeń wyborczych, a także zasad i przebiegu przygotowań do emisji i samej emisji nieodpłatnych audycji wyborczych. W dziale „Wybory w TVP” na bieżąco zamieszczane były informacje na temat audycji TVP relacjonujących przebieg kampanii, a także o specjalnych audycji poświęconych wyborom.

3.1.2. Kultura

3.1.2.1. Popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego (art.21 ust.1 pkt 7 i ust.2 pkt 5 ustawy o radiofonii i telewizji)

Telewizja Polska S.A. od lat pełni rolę mecenasa kultury, uczestnicząc i pomagając w realizacji ambitnych przedsięwzięć kulturalnych. Utrzymuje pozycję lidera na polskim rynku audiowizualnym, szczególnie w zakresie produkcji teatralnej i filmowej, korzystając przede wszystkim z potencjału intelektualnego i artystycznego polskich twórców.

TVP S.A. wypełnia zadania nadawcy publicznego poprzez inspirowanie, inicjowanie, wytwarzanie i doskonalenie projektów filmowych i teatralnych stanowiących zarówno przedmiot oryginalnej polskiej twórczości, jak i twórcze przetworzenie dzieł kultury światowej, a następnie ich produkcję i współprodukcję. Otacza opieką twórców debiutujących i niezależnych, prezentując ich dorobek, często mieszczący się poza głównym nurtem sztuki filmowej. Znaczącą rolę odgrywa tu TVP Kultura.

Rok 2010 to już pięćdziesiąty ósmy rok działalności Teatru Telewizji, który nadal pozostaje dla wielu widzów jedyną formą kontaktu z wartościową literaturą dramatyczną, dokonaniem wybitnych twórców i artystów wykonawców. Dorobek Teatru Telewizji jest stale wzbogacany o premierowe spektakle, obejmujące zarówno klasykę, jak i literaturę współczesną. Pasma Teatru Telewizji zajmują stałe miejsce w ramowym układzie programu, umożliwiając widzom regularne obcowanie z ofertą kulturalną najwyższej jakości.

W 2010 roku Teatr Telewizji zaprezentował w programach TVP S.A. łącznie 83 przedstawienia teatralne:

- TVP1 – 31 spektakle (w tym 8 premierowych),
- TVP Polonia – 1 spektakl powtórkowy,
- TVP Kultura – 51 spektakli (w tym 4 premierowe).

Premierowe spektakle wyemitowane w 2010 roku na antenie TVP1 to: Scena Faktu „Prymas w Komańczy” Pawła Wolana w reżyserii autora, „Namiętna kobieta” Kay Meller w reż. Macieja Englerta, „Operacja Reszka” Włodzimierza Kuligowskiego w reż. Ewy Pytki, „Koncert życzeń” Beaty Dzianowicz w reżyserii autorki, „Wierność” Janusza Kotańskiego i Pawła Woldana w reżyserii Pawła Woldana, „W roli Boga” Marka St.Germain’a w reżyserii Tomasza Wiszniewskiego, Scena Faktu „Przerwanie działań wojennych” Juliusza Machulskiego w reżyserii autora, „Psie głowy” Jerzego Zalewskiego w reżyserii autora.

W TVP Kultura wśród pozycji premierowych w 2010 roku należy wymienić: „ID” Beaty Zygarek w reżyserii Marcina Libera, „Makbeta” Williama Szekspira, w reżyserii Andrzeja Wajdy, „Sztukę bez tytułu” Antoniego Czechowa, w reżyserii Agnieszki Glińskiej oraz dwuczęściowe przedstawienie „Wymazywanie” Thomasa Bernharda w reżyserii Krystiana Lupy.

Oferta kulturalna TVP S.A. to także koncerty muzyki poważnej, opera, operetka i balet.

Ich prezentacjom nadaje się często rangę wydarzeń programowych, opatrzonej specjalną promocją, zwłaszcza w przypadku twórców i artystów związanych z kulturą polską. W 2010 roku wśród wydarzeń pokazywanych w Programach TVP S.A. warto wymienić następujące:

- Koncert Noworoczny z Wiednia 2010 pod dyr. Georges’a Pretre,
- Uroczysta inauguracja Roku Chopinowskiego – Lang Lang w Filharmonii Narodowej,
- Koncert galowy w 200. lecie urodzin Fryderyka Chopina – Orkiestra Symfoniczna Filharmonii Narodowej pod dyr. Antoniego Wita, soliści: Dang Thai Son i Garrick Ohlsson,
- „Chopin w Sejmie RP” - koncert Piotra Palecznego,
- „Chopin4” - widowisko muzyczno – baletowe,
- 14. Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena,
- „Szalom na Szerokiej 2010” - Koncert Finałowy XX Festiwal Kultury Żydowskiej w Krakowie,
- „Warszawa 2010” – koncert w 66. rocznicę Powstania Warszawskiego
- „Aga Zaryan - Umiera piękno” – koncert z okazji rocznicy Powstania Warszawskiego,
- „Tu, gdzie śpiewał Jan Kiepura” – Europejski Festiwal im. Jana Kiepury 2010,
- „Solidarność. Twój anioł Wolność ma na imię” – koncert w 30.rocznicę podpisania Porozumień Sierpniowych,
- „Solidarność - to znaczy: jeden i drugi...” – koncert z okazji 30-lecia powstania Solidarności,
- „Banderia 1410” – widowisko historyczne w 600.lecie Bitwy pod Grunwaldem,
- „Golgota Polska” – artyści w hołdzie Janowi Pawłowi II - Oratorium Kalwaryjskie,
- „W świecie opery, operetki i musicalu” – plenerowy koncert galowy Łańcut 2010,
- Filharmonicy Wiedeńscy w hołdzie Carlosowi Kleiberowi,
- „Rigoletto” z Mantui – transmisja opery Giuseppe Verdiego,
- Festiwal Muzyki Współczesnej Warszawska Jesień,
- XVI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina – transmisje, relacje,
- 45.Międzynarodowy Festiwal Wratislavia Cantans,
- "Odwaga świętości" - koncert z okazji X Dnia Papieskiego.

TVP S.A. jest także producentem i promotorem polskiego filmu. Znajduje to wyraz na kolejnych Festiwalach Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni, gdzie filmy produkowane bądź współprodukowane przez TVP S.A. prezentowane są zarówno w Konkursie Głównym, jak i w ramach Panoramy Kina Polskiego, zdobywając uznanie publiczności i nagrody jury

Festiwalu. W 2010 r. były to filmy: „Wenecja” Jana Jakuba Kolskiego, która zdobyła trzy nagrody indywidualne w Konkursie Głównym: dla Arthura Reinhardta za zdjęcia, Joanny Machy za scenografię oraz Marcina Walewskiego za debiut aktorski. Film w reżyserii Barbary Kurzaj i Sławomira Matei „Panoptikon” prezentowany był w Panoramie Kina Polskiego.

Obok nowych, premierowych produkcji w ofercie filmowej TVP znalazło się wiele znaczących i wartościowych pozycji już wcześniej emitowanych. Filmy takie nadawane były w różnorodnych cyklach tematycznych bądź autorskich. Najbardziej znane, obecne już od lat na antenach, to „Uczta kinomana”, „Kolekcja kinomana” (TVP1), „Kocham kino”, „Gwiazdy w południe”, (TVP2), „Kino sąsiadów” (TV Polonia), „Kino mistrzów”, „Kino jest sztuką”, „Panorama kina światowego”, „Kino rosyjskie” (TVP Kultura). Warto podkreślić, że pasma powtórkowe są programowane przede wszystkim z myślą o nowych pokoleniach widzów, którzy polską i obcą klasykę filmową mogą zobaczyć już tylko na małym ekranie.

Pozycje filmowe emitowane przez TVP S.A. w 2010 roku przeznaczone były dla różnych grup odbiorców – od animacji i filmów dla dzieci, poprzez popularne filmy dla szerokiej widowni, do pozycji dla najbardziej wymagających widzów. Wśród nich możemy znaleźć zarówno nowe obrazy, kontynuacje jak i pozycje powtórkowe:

- **seriale telewizyjne** o tematyce współczesnej, nawiązujące do doświadczeń widzów, przeznaczone dla najszerszego kręgu odbiorców: telenowele („Klan”, „Plebania”, „Złotopolscy”, „Barwy szczęścia”, „Licencja na wychowanie”), seriale fabularne („Blondynka”, „Sprawiedliwi”, „Dom nad rozlewiskiem”, „Miłość nad rozlewiskiem”, „Siostrzyczki”, „Ojciec Mateusz”, „Ranczo”, „Duch w dom”, „Nowa”, „Czas honoru”, „Tancerze”, „Na dobre i na złe”, „M jak miłość”, „Apetyt na życie”, „U Pana Boga w ogródku”);
- **z cyklu „Święta polskie”**: powtórkowe emisje filmów – „Miłość w przejściu podziemnym” w reżyserii Janusza Majewskiego, „Królowa chmur” w reżyserii Radosława Piwowarskiego, „Przybyli ułani” w reżyserii Sylwestra Chęcińskiego, „Miss mokrego podkoszulka” w reżyserii Witolda Adamka;
- **filmy kinowe współfinansowane przez TVP S.A.**, w tym w ramach Państwowego Instytutu Sztuki Filmowej (PISF), wyprodukowane w 2010 roku (przeznaczone następnie do emisji telewizyjnej): „Wenecja” w reżyserii Jana Jakuba Kolskiego, „Młyn i krzyż” w reżyserii Lecha Majewskiego; w ramach projektu „30 minut”: „Zagraj ze mną” w reżyserii Rafała Skalskiego, „Glasgow” w reżyserii Piotra Subbotko, „Gdyby ryby miały głos” w reżyserii Tomasza Jurkiewicza;
- **filmy animowane** - nowe produkcje w 2010 roku dla dorosłych (w ramach PISF): „Poza starością” w reżyserii Grzegorza Waclawka, „Rytuał” w reżyserii Zbigniewa Czapli.

Wśród najbardziej znaczących wydarzeń w 2010 roku, w których udział brała TVP S.A. należy wymienić: transmisje i relacje z Konkursu Chopinowskiego, koncertów i wydarzeń związanych z Rokiem Chopinowskim, Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena, Europejski Festiwal im. Jana Kiepury, Wratislavia Cantans, Międzynarodowy Festiwal Muzyki Cerkiewnej w Hajnówce, Festiwal Era Nowe Horyzonty, Dwa Teatry – Krajowy Festiwal Teatrów PR i TV, Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć „Camerimage”, Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa brzegi” w Kazimierzu, Krakowski Festiwal Filmowy, Festiwal Kultury Żydowskiej, Festiwal Muzyki i Kultury Romów, Open'er Festival, Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni.

Ważne miejsce w ofercie kulturalnej TVP S.A. zajmują magazyny artystyczne i kulturalne, w których relacjonuje się najważniejsze wydarzenia kulturalne, promuje wyróżniających się artystów, analizuje nowe zjawiska w polskiej i światowej twórczości, przybliża artystyczne dokonania i intelektualne tendencje w kulturze współczesnej.

Najbardziej reprezentatywne cykle kulturalne w 2010 r. to m. in.: „Chopin 2010”, „Hurtownia książek”, „Weekendowy magazyn filmowy” (TVP1), „Kocham kino”, „Telewizyjne Wiadomości Literackie”, „Poezja łączy ludzi”, „Wstęp wolny”, „Wieczór Artystyczny” (TVP2), „Czytelnia”, „Od słowa do słowa”, „Tygodnik kulturalny”, „Trzeci punkt widzenia”, „Rozmowy istotne” (TVP Kultura), „Śniadanie na podwieczorek”, „Kulturalni.PL”, „Afisz” , „Słownik polsko-polski”, (TVP Polonia).

3.1.3. Edukacja

3.1.3.1. Tworzenie i rozpowszechnianie audycji oświatowych (art. 25 ust.2)

Telewizja Polska S.A. w swoich programach prezentuje dorobek różnych dziedzin wiedzy i dyscyplin badawczych. Oferta edukacyjna TVP S.A. ma przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu osób gorzej wykształconych oraz przyczyniać się do wyrównywania szans edukacyjnych dzieci i młodzieży z różnych środowisk, oraz pomagać w rozwijaniu talentów i uzdolnień.

Oferta edukacyjna TVP S.A. obejmuje audycje adresowane do szerokiej widowni, wśród której dzieci stanowią szczególnie ważną grupę widzów. Audycje dla najmłodszych poprzez zabawę uczą zasad właściwego postępowania i zachowania, współdziałania w grupie, altruizmu, ale także samodzielności, szczerości, otwartości na innych.

Ważnym elementem programów edukacyjnych TVP S.A. jest poradnictwo specjalistyczne dotyczące różnych dziedzin życia codziennego, np.: porad prawnych, ochrony zdrowia, zdrowego stylu życia, opieki nad zwierzętami, ochrony środowiska naturalnego itp.

Ofertę w dziedzinie edukacji historycznej, obok programów ogólnopolskich, wypełniał program wyspecjalizowany TVP Historia. Na tej antenie widzowie zainteresowani historią, zarówno tą najnowszą, jak i bardziej odległą, mieli szeroki wybór audycji w różnych formach programowych, od debat i dyskusji w studio, przez filmy i reportaże dokumentalne, po filmy i seriale fabularne.

Przykłady audycji o charakterze edukacyjnym z różnych dziedzin w programach ogólnych:

Edukacja historyczna:

Świat Józefa – film dokumentalny o losach polskiej rodziny Ulmów, zamordowanej przez hitlerowców za próbę ratowania Żydów.

Tropem wrześniowych sztandarów – reportaż historyczny o poszukiwaniach i odnalezieniu sztandarów Wojska Polskiego z września 1939 roku.

Kobiety i wojna – kobiety z różnych środowisk i pokoleń opowiadają o swoim osobistym doświadczeniu wojny, o konspiracyjnej służbie w AK, udziale w Powstaniu Warszawskim, walce w szeregach 1DP im. T. Kościuszki i pomocniczych formacjach PSZ na Zachodzie oraz powojennych represjach w Polsce Ludowej.

Korespondent Bryan – film dok. o amerykański dziennikarzu, którego ścieżki losu przywiodły ostatnim pociągiem z Berlina do Warszawy 4 września 1939 roku.

Ostatni rejs Gustloff – film dok. o dramatycznych losach statku pasażerskiego, który zatonął 30 stycznia 1945 roku z tysiącami niemieckich uchodźców, trafiony przez torpedy sowieckiego okrętu podwodnego.

Dziewczyny - "Dewajtis", "Kama", "Wacka", "Żaneta". Dokumentalna opowieść o czterech przyjaciółkach, które łączy wojenna przeszłość. Próba portretu odchodzącego pokolenia.

Honor generała – film dok. o losach wojennych i powojennych generała Stanisława Sosabowskiego.

Lekcja polskiej historii – film dok. o legendarnej Brytyjce, Sue Ryder, wielkiej przyjaciółce Polski i Polaków.

Kolumbowie rocznik 30. - film dokumentalny będący szkieletem konstrukcyjnym monodramu Janusza Horodniczego, oprowadzającego młodych historyków i dziennikarzy po miejscach związanych z jego najcięższymi przeżyciami.

Niezależni – film dok. o Niezależnym Zrzeszeniu Studentów, organizacji, która kształtowała reformę wyższych uczelni. To strajki studenckie stały się politycznie decydującymi dla ostatecznego zniesienia urzędu cenzury.

Telewizja Solidarność – film dok. opowiada o nieznanym historii powstania pierwszej, niezależnej ekipy filmowej TV BIPS SOLIDARNOŚĆ w 1981 roku.

Oni zrywali żelazną kurtynę – Polska. Henryka Krzywonos i narodziny Solidarności – film dok. o Henryce Krzywonos, która wspomina tamten czas, mówi o swoim trudnym życiu i swoim udziale w wydarzeniach lat 80.

Doceniałam każdy przeżyty dzień – film dok. o Annie Walentynowicz, która opowiada o całym swoim życiu, nie tylko o swojej działalności związkowej i niepodległościowej.

Królik po berlińsku – historia muru berlińskiego jako alegoria przybliżającą dzieje Europy Wschodniej z króliczej perspektywy.

Edukacja geograficzna, przyrodnicza i ekologiczna

Eko-reporter – ekologiczny magazyn reporterski poświęcony sprawom ekologii, środowiska, zagospodarowaniu odpadów, rolnictwu ekologicznemu, odnawialnym źródłom energii i środkiem finansowania przedsięwzięć zmierzających do zachowania naszego naturalnego środowiska w nienaruszonym stanie.

Rok w ogrodzie – magazyn poradnikowy dla miłośników działek, ogrodów i balkonów. Informacje na temat uprawy warzyw, owoców i kwiatów.

Jak zostać ogrodnikiem - jak ciekawie i w sposób ekologiczny zagospodarować ogród.

Las bliżej nas - seria programów przybliżająca widzom najcenniejsze tereny leśne Polski.

Wojciech Cejrowski boso przez świat – filmowa gawęda pełna dygresji i żartów, urozmaicona rozmowami z miejscową ludnością, prezentacją kultury ludowej i ciekawostek.

Saga prastarej puszczy – seria fabularyzowanych opowieści przyrodniczych autorstwa Bożeny i Jana Walencików.

Zwierzęta świata – cykl filmów przyrodniczych.

Polskie zwierzęta w niebezpieczeństwie - cykl poświęcony jest prezentacji zagrożonych gatunków zwierząt na terytorium Polski.

Ostoja – cykl przyrodniczy prezentujący fachowe spojrzenie na polską tradycję, w którym przyroda przedstawiana jest jako źródło kultury, języka i obyczaju.

Sto tysięcy bocianów - program pokazujący polską przyrodę, prezentujący jej różnorodność i bogactwo, jednocześnie promujący i inicjujący konkretne działania dla jej ochrony.

Wędrowki z plecakiem - w formie wakacyjnej podróży, cykl przedstawia ciekawe dla młodych ludzi, warte odwiedzenia, miejsca w Polsce.

BBC w Jedyńce, Discovery w Jedyńce, Natura w Jedyńce – cykle prezentujące serie przyrodnicze.

Rodzinne oglądanie, Miesiąc z National Geographic - cykle podejmujące wiele interesujących tematów z dziedziny przyrody, historii i geografii.

Nauki przyrodnicze i ścisłe

Laboratorium - magazyn prezentujący osiągnięcia naukowe z różnych dziedzin i ich praktyczne zastosowanie.

Młodzi konstruktorzy – cykl popularnonaukowy w konwencji reality - show i telewizyjnego teleturnieju. Kolejne odcinki serii prezentują możliwości zastosowania współczesnej techniki do tworzenia pomysłowych i pożytecznych urządzeń, stosowanych w codziennym życiu.

Wielkie odkrycia w nauce i technice - serial popularnonaukowy o słynnych uczonych oraz

o ich odkryciach i wynalazkach, a także o tym, jaką kontynuację te odkrycia i wynalazki znalazły w czasach współczesnych.

Nasza planeta - cykl dokumentalnych filmów popularnonaukowych, których celem jest przedstawienie futurystycznej wizji świata, w oparciu o prognozowane kierunki rozwoju technologii i związane z tym zmiany w stanie środowiska naturalnego.

Życie na cieplejszej planecie - Dlaczego ochrona klimatu jest taka ważna dla świata i Ciebie? Czy na pewno jest coraz cieplej? Czemu dla ocieplenia używa się terminu zagrożenie? Czy słusznie podejrzewamy cywilizację o zamieszczenie w atmosferze? To tematy tego cyklu dok.

Młodzi twórcy Mistrzom - cykl filmów dokumentalnych o laureatach nagród Fundacji na rzecz Nauki Polskiej. Każdy odcinek cyklu poświęcony jest jednemu z laureatów, autorytetowi w danej dziedzinie nauki.

Edukacja prozdrowotna

Ostry dyżur Jedyńki - cykl o zdrowiu dostarczający wiarygodnych informacji o zdrowiu i profilaktyce.

Schudnij - magazyn edukacyjny, którego celem jest zapobieganie nadwadze i otyłości.

Pora na doktora - magazyn medyczny o charakterze edukacyjnym, poradnikowym i lifestylowym. Program prowadzi popularny aktor - Cezary Żak, który prywatnie interesuje się tematyką medyczną i jest autorem książek o odchudzaniu i zdrowym stylu życia oraz dr medycyny - Agnieszka Strzembosz.

Między mamami - wielowątkowy, kompleksowy magazyn dla wszystkich tych, którzy mają, chcą i będą mieć dzieci. To program edukacyjny, poradnikowy i lifestylowy, doradzający, jak zdrowo i świadomie przygotować się do przyjścia na świat dziecka, oraz jak je "pielęgnować" w pierwszych miesiącach życia. W magazynie znajdziemy wiele porad psychologicznych, także dla ojców, którzy w nowej sytuacji, muszą zrozumieć behawiorystykę kobiety będącej w ciąży.

10 lat mniej - serial dok., w którym obserwujemy grupę osób zdecydowanych na radykalną zmianę stylu życia, aby wyglądać młodziej. Zmieniają sposób odżywiania, rezygnują z nałogów, zaczynają dbać o sylwetkę, poddają się zabiegom kosmetycznym i fryzjerskim

Brodzik od kuchni - to program o gotowaniu i atrakcyjnych recepturach kształtujący kulturę jedzenia i dostarczający wiedzę o zdrowym sposobie żywienia.

Edukacja najmłodszych

Moliki książkowe - to cykl mający na celu rozbudzenie w dzieciach chęci do czytania książek. Bohaterami programu są dwa sympatyczne moliki, które mieszkają w bibliotece.

I kudłate i łaciate - cykl o zwierzętach dla naszych najmłodszych widzów. Pokazujemy różne gatunki zwierząt, gdzie żyją i co jedzą, jak się nimi opiekować, a także rozmaite ciekawostki na ich temat

Dlaczego? Po co? Jak? - to program popularnonaukowy dla wszystkich ciekawych świata młodych widzów, którzy mogą się przekonać, że na najłatwiejsze pytania czasem bardzo trudno znaleźć odpowiedź.

Budzik - cykl dla przedszkolaków. Uczy i bawi. Poprzez różne ciekawe zabawy pod okiem opiekuna mali widzowie poszerzają swoją wiedzę na rozmaite tematy. Psotne koty Ruda i Budzik, skrzat Piksel oraz Mysz komputerowa i Wirus przedstawiają dzieciom w atmosferze humoru i zabawy wiele ciekawych zjawisk.

Domisie - cykl adresowany do dzieci w wieku przedszkolnym. Zabawne zdarzenia, które przytrafiają się bohaterom programu, są pretekstem do uczenia dzieci zasad właściwego postępowania i zachowania, współdziałania w grupie, altruizmu, ale także samodzielności, szczerości, otwartości na innych.

Jedyńkowe przedszkole - cykliczna audycja dla dzieci w wieku przedszkolnym. Każde dziecko jest niepowtarzalne i rozwija się we własnym tempie. Nasza audycja sprawia, że każdy przedszkolak, zgodnie ze swoimi zainteresowaniami, zdolnościami i predyspozycjami znajdzie u nas coś interesującego.

3.1.3.2. Upowszechnianie wiedzy o języku polskim (art. 21 ust. 1a pkt 8 ustawy o radiofonii i telewizji)

Telewizja Polska S.A. przywiązuje dużą wagę do dbałości o poprawność i czystość języka polskiego. Audycje emitowane na antenach TVP S.A. poddawane są kompleksowej ocenie, a jednym z najważniejszych jej kryteriów jest jakość języka polskiego. Wszelkie nieprawidłowości są analizowane, opisywane i przekazywane autorom audycji z zaleceniem ich eliminacji. Prezenterzy i dziennikarze TVP S.A. regularnie uczestniczą w szkoleniach i seminariach doskonalących ich umiejętności językowe. Spółka dysponuje też własną poradnią językową, a na wewnętrznej stronie intranetowej TVP S.A. publikowane są opisy błędów i potknięć językowych, wyłowione z programów wraz z proponowanymi poprawnymi formami.

W roku 2010 na antenach TVP emitowane były audycje, które w różnorodnej formie promowały poprawną polszczyznę.

- **TVP Polonia** emitowała cykliczną audycję profesora Jana Miodka **Słownik polsko@polski** poświęconą kulturze języka polskiego. Audycja realizowana za pomocą Internetu to swoisty przegląd tygodnia błędów językowych popełnianych przez dziennikarzy, internautów i polityków. Uczestnikami audycji są dziennikarze mediów polonijnych i widzowie rozsiani po świecie. Z pomocą eksperta, prof. Jana Miodka rozmawiają o współczesnej polszczyźnie.
- **TVP Kultura** w 2010 roku wielokrotnie przypominała serię filmów animowanych poświęconych poprawności językowej „Pucuł i Grzechu”. Każdy z około 40-sekundowych odcinków w lekkiej, momentami absurdalnej formie przedstawiał konkretny błąd językowy, poprawną formę i krótkie, zabawne wyjaśnienie – na czym ów błąd polega. Poprawną polszczyznę w tym serialu promowali Zbigniew Zamachowski, Wojciech Malajkat, Grażyna Torbicka i Maciej Orłoś.
- **TVP Historia** nadawała **Cny język Polaków** - cykl poświęcony rozwojowi rodzimej kultury językowej.
- **TVP1** gościła **Mistrza Mowy Polskiej** – Artura Andrusa.

TVP2 relacjonowała galę – **Nagrody Literackiej NIKE**, **TVP Kultura** – **Nagrodę Literacką Gdynia 2010**, a **TVP Historia** – **Konkurs - Książka Historyczna Roku**.

TVP zachęca także swoich widzów do czytania książek. W stałych cyklach programowych poświęconych książce, takich, jak: **Moliki książkowe**, **Hurtownia książek**, **Poezja łączy ludzi**, **Bajkonurr**, **czyli w świecie książek dla dzieci**, **Czytelnia**, **Telewizyjne Wiadomości Literackie**, **Książki, które wstrząsnęły światem**, a także w stałych cyklach poświęconych kulturze wielokrotnie poruszane są kwestie czytelnictwa.

Na antenie **TVP Kultura** ukazała się **Republika książek** - relacja z kampanii prowadzonej pod patronatem Telewizji Polskiej poświęconej upowszechnieniu dostępu do książek, rozwojowi czytelnictwa, aktywnemu i twórczemu udziałowi społeczeństwa w sferze kultury narodowej.

Kultywowaniu piękna języka polskiego służą także emitowane w TVP adaptacje kanonów literatury polskiej. W roku 2010 - były to, m.in.: *Pan Tadeusz*, *Pan Wołodyjowski*, *Ogniem i mieczem*, *Rodzina Połanieckich*, *Quo vadis*, *Faraon*, *Nad Niemnem*, *Lalka*, *Noce i dnie*, *Awantura o Basię*, *Ziemia obiecana*, *Przedwiośnie*.

W ramach **Telewizji Regionalnych** ukazywały się cykliczne i jednostkowe audycje popularyzujące wiedzę o języku polskim przedstawione w formie krótkich, zabawnych scenek w różnych formach programowych. Problemy gramatyczne, językowe, naukowe przedstawiane były w m.in. w następujących regionalnych audycjach OTV:

TVP Białystok

Wojna na słowa – magazyn edukacyjny, w którym językoznawca prof. Ewa Kołodziejek zajmowała się tzw. „językowymi intruzami” w języku polskim, analizowała źródła zmian w języku polskim oraz ich przydatność we współczesnym porozumiewaniu się Polaków.

TVP Bydgoszcz

Rozmowa dnia – rozmowa studyjna na tematy Światowego Dnia Książki. Gościem audycji była Elżbieta Olszewska – dyrektor toruńskiego oddziału Fundacji ABC XXI.

Drukarnia kultury – felieton poświęcony literackim spotkaniom pokoleń.

TVP Gdańsk

Nagroda Literacka Gdynia 2010 – Gala – relacja z uroczystego wręczenia nagrody za najlepszą książkę z dziedziny poezji, prozy i eseistyki.

TVP Kielce

Czytamy dzieciom bajki – program dla dzieci, w którym aktorzy kieleckiego teatru czytali dzieciom bajki znanych pisarzy.

TVP Lublin

Książki do dotykania – reportaż o tworzeniu niezwykłych książek, dzięki którym dzieci niewidome i słabo widzące miały możliwość poznania, głównie przez dotyk, świata bajek.

My wszyscy są Polacy – reportaż o rumuńskiej Polonii zamieszkałej na Bukowinie. Suczawa jest największym miastem na wieloetnicznej Bukowinie, na której zamieszkuje najwięcej Polaków, tam kultywują ojczysty język i tradycje.

TVP Opole

Puć i Grzechu - seria filmików animowanych, a w każdym odcinku konkretny błąd językowy, poprawna forma i krótkie, zabawne wyjaśnienie - na czym ów błąd polegał.

Wojna o słowa – magazyn przedstawiał zasady użycia poprawnej polszczyzny, opowiadał o gramatyce i ortografii polskiej.

TVP Poznań

Radość w Pojana Mikuli - reportaż o Rumuńskiej Bukowinie – krainie położonej między Karpatami a Dniestrem, gdzie polskie korzenie sięgają nawet XV wieku; o trzech górskich wioskach, w których znajdują się polskie szkoły, a potomkowie emigrantów uczą się polskiego języka i historii, kultywując ojczysty język i katolickie tradycje.

TVP Rzeszów

Aktualności – codzienny program informacyjny, w którym znalazły się felietony:

W obronie języka – poprawna polszczyzna kontra wulgarna mowa oraz Letnia szkoła języka polskiego – o grupie młodych ludzi z Ukrainy, Rosji, Białorusi i Słowacji zafascynowanych polską kulturą, którzy przyjechali do Polski uczyć się języka polskiego i zwiedzać nasz kraj.

TVP Szczecin

Puć i Grzechu - seria filmików animowanych, która przedstawiała, w każdym odcinku konkretny błąd językowy, poprawną formę i krótkie, zabawne wyjaśnienie - na czym ów błąd polegał.

TVP Warszawa

Telewizyjny Kurier Warszawski – codzienny regionalny serwis informacyjny, w którym ukazał się felieton poświęcony akcji czytania książek dzieciom w szkołach i przedszkolach na warszawskim Targówku. Rodzice, radni dzielnic i gwiazdy przez tydzień odwiedzali najmłodszych i czytali im najbardziej znane bajki, opowiadania, wiersze i nowele.

Kurier Warszawy i Mazowsza – codzienny regionalny serwis informacyjny, w którym ukazał się felieton filmowy z ogłoszenia nazwisk laureatów edycji konkursu Mistrz Mowy Polskiej.

TVP Wrocław

Profesor Miodek odpowiada – poradnikowy program emitowany „na żywo” w formie wykładu, w którym prof. J. Miodek odpowiadał na pytania widzów, które dotyczyły poprawnej polszczyzny.

Słownik polsko @ polski – program prowadzony w formie wywiadu w całości poświęcony kulturze języka polskiego. Za pomocą skype’a Polonusi łączyli się z prof. Janem Miodkiem i rozmawiali o swoich wątpliwościach językowych.

3.1.3.3. Tworzenie i rozpowszechnianie audycji uwzględniających potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych (art. 21 ust. 1 pkt 8a ustawy o radiofonii i telewizji).

Telewizja publiczna podejmuje problemy mniejszości narodowych i etnicznych przede wszystkim w programach regionalnych, w których emitowane są cykliczne audycje adresowane do poszczególnych mniejszości narodowych i etnicznych, również w językach narodowych.

W programach ogólnopolskich tematyka ta, rozumiana szeroko, nie tylko w odniesieniu do polskich problemów, podejmowana jest w pojedynczych audycjach o różnych formach gatunkowych, od publicystyki, reportażu, filmu dokumentalnego, aż do koncertów muzycznych i adresowana do szerokiej widowni.

Programy ogólnopolskie (przykłady audycji)

- **Szalom na Szerokiej – Festiwal Kultury Żydowskiej w Krakowie** – koncert finałowy na krakowskim Kazimierzu. (Przez 7 dni występy klezmerów z Niemiec, USA, Węgier, Wielkiej Brytanii i Austrii).
- **Warszawa Singera - tym, którzy ocalili świat** - reportaż z koncertu - hołdu złożonego Sprawiedliwym Wśród Narodów Świata.
- **Międzynarodowy Festiwal Piosenki i Kultury Romów** - największe przeboje muzyki cygańskiej w wykonaniu najwybitniejszych gwiazd tego nurtu muzycznego.
- **Festiwalu Dialogu Czterech Kultur - Łódź 2010** – reportaż z kolejnej edycji festiwalu, który odwołuje się do utraconej przed laty wielokulturowości i twórczego dialogu czterech narodowości, polskiej, żydowskiej, niemieckiej i rosyjskiej, a dziś odbywać się może w uniwersalnym języku sztuki.

W ramach pasm wspólnych programów regionalnych emitowane były:

Telenowyny - audycja cykliczna emitowana średnio raz w miesiącu, adresowana do mniejszości ukraińskiej mieszkającej w Polsce, opisywała wszystkie aspekty życia mniejszości ukraińskiej w Polsce – od historii po problemy dnia dzisiejszego. Audycja emitowana w języku ukraińskim.

Etniczne klimaty - audycja cykliczna emitowana w styczniu i lutym, prezentowała tematykę dotyczącą wszystkich mniejszości narodowych i grup etnicznych żyjących na terenie Polski. Program przybliżał widzom współczesne, codzienne problemy i osiągnięcia mniejszości oraz kulturę, tradycje i języki poprzez postaci aktywnych, twórczych i wybitnych przedstawicieli. Audycja emitowana w języku polskim (incydentalne fragmenty w jęz. niemieckim).

Kowalski i Schmidt – magazyn polsko-niemiecki emitowany w styczniu i lutym, realizowany przy współpracy Telewizji Niemieckiej, ukazujący codzienne problemy życia mieszkańców oraz aktualności z terenów obu państw. Audycja emitowana w języku polskim.

Ponadto Oddziały Terenowe TVP S.A. nadawały tego typu audycje w swoich pasmach własnych:

TVP Białystok

Tydzień Białoruski – magazyn dla mniejszości białoruskiej na Podlasiu, opowiadał o życiu Białorusinów zamieszkujących Podlasie oraz podejmował problematykę sytuacji społeczno-politycznej na Białorusi, nadawany w języku białoruskim z polskimi napisami.

Przegląd Ukraiński – magazyn dla mniejszości ukraińskiej, mówił o życiu ludności ukraińskiej zamieszkującej Podlasie, nadawany w języku ukraińskim z polskimi napisami.

Panorama Litewska – magazyn dla mniejszości litewskiej, przedstawiał życie Litwinów mieszkających na Podlasiu oraz podejmował problematykę mniejszości litewskiej w kraju, emitowany w języku litewskim z polskimi napisami.

My Romowie – program adresowany do mniejszości romskiej, który podejmował problematykę życia społecznego i kulturalnego Romów zamieszkujących województwo podlaskie oraz problematykę społeczną Romów w Polsce, emitowany w języku polskim.

Podlaski Orient - magazyn dla mniejszości tatarskiej opowiadał o życiu Tatarów na Podlasiu, emitowany w języku polskim.

Rosyjski Głos - magazyn dla mniejszości rosyjskiej o życiu Rosjan mieszkających na Podlasiu, nadawany w języku rosyjskim.

Piosenka Białoruska'2010 – relacja z przeglądu piosenki białoruskiej, w której uczestniczyły wszystkie zespoły artystyczne białoruskiej mniejszości narodowej w Polsce. W audycji prezentacja najlepszych wykonawców, opinie widzów i jurorów na temat poziomu artystycznego Festiwalu oraz rozmowy ze zwycięzcami oraz gośćmi specjalnymi.

Uwiecznić moment – reportaż przybliżał postać młodego artysty fotografa z pochodzenia Białorusina – Pawła Grzesia, którego pasją jest dokumentowanie poprzez fotografię artystyczną życia mieszkańców strefy przygranicznej po obu stronach granicy.

Na Iwana na Kupała – relacja z imprezy folklorystycznej, nad zalewem Bachmaty w Dubiczach Cerkiewnych na Podlasiu, na której prezentowały się zespoły folklorystyczne z Podlasia i Ukrainy, wykonujące ukraińskie pieśni tradycyjne i współczesne.

TVP Gdańsk

Rodno ziemia – magazyn emitowany w języku kaszubskim podejmujący szeroko rozumianą tematykę życia społeczności kaszubskiej: kulturę, język, gospodarkę i obyczaje.

Tede jo – dwujęzyczny magazyn skierowany był do wszystkich Kaszubów młodych duchem, omawiający różne aspekty ich życia.

TVP Gorzów Wielkopolski

Koncert Wigilia Narodów – koncert, w którym liczne mniejszości narodowe i etniczne zaprezentowały tradycje stołów wigilijnych oraz zespoły wokalne i taneczne wykonujące kolędy w swoich językach narodowych.

Informacje Lubuskie – codzienny program informacyjny, w którym emitowane były newsy o mniejszościach narodowych spędzających Święta Wielkanocne i Bożego Narodzenia oraz przekaz z Festiwalu Kultury Cygańskiej Romane Dywesa jak również wzmianki o imprezach integracyjnych jak „Łemkowska Watra”.

TVP Katowice

Schlesien Journal – magazyn adresowany do mniejszości niemieckiej na Śląsku, w którym przedstawiane i komentowane były aktualne wydarzenia społeczne, polityczne, gospodarcze i kulturalne dotyczące niemieckiej mniejszości. Program emitowany w języku niemieckim i polskim.

Zaolzie – magazyn nt. spraw mniejszości polskiej na Zaolziu. W poszczególnych odcinkach podejmowano tematykę życia codziennego Polaków w Czechach. Polscy mieszkańcy Zaolzia - o problemach gospodarczych, społecznych, sukcesach kulturalnych.

TVP Kielce

Rozmówki wschodniograniczne – magazyn poświęcony był tematyce pogranicza polsko – ukraińskiego. Składał się z felietonów o różnorodnej tematyce, w audycji mowa o: ukraińskiej

modzie, edukacji ukraińskich urzędników jak również występy ukraińskich zespołów, emitowana w języku polskim.

TVP Lublin

Na antenie TVP Lublin nie emitowano własnych cyklicznych audycji poświęconych mniejszościom narodowym i grupom etnicznym. Tematyka mniejszości narodowych i grup etnicznych uwzględniana była okazjonalnie w różnych programach, m.in.:

Przybysze – cykl reportaży opowiadał o sytuacji uchodźców w Polsce. Bohaterami kolejnych odcinków byli obcokrajowcy mieszkający w regionie. Program był realizowany w ramach kampanii społecznej „Bo byłem przybyszem...” prowadzonej przez Centrum Wolontariatu w Lublinie.

W audycjach informacyjnych i publicystycznych: **Panorama Lubelska, Gość Dnia, Magazyn Weekendowy, Zobacz co słyhać, Afisz** pojawiały się systematycznie materiały poświęcone:

- wydarzeniom w cerkwi prawosławnej,
- międzynarodowym konferencjom,
- współpracy przygranicznej w dziedzinie gospodarki, kultury i nauki,
- sytuacji uchodźców,
- wielokulturowości regionu lubelskiego w okresie międzywojennym,
- relacjom ze spotkań folklorystycznych.

TVP Olsztyn

Ukraińskie Wieści – cykliczny magazyn, który pokazywał codzienne życie społeczności ukraińskiej na Warmii i Mazurach, jej tradycje przekazywane kolejnym pokoleniom, zwyczaje a także problemy z jakimi muszą się borykać w polskiej rzeczywistości, prowadzony w języku ukraińskim.

TVP Opole

Schlesien Journal – magazyn adresowany do mniejszości niemieckiej na Śląsku, w którym przedstawiane i komentowane były aktualne wydarzenia społeczne, polityczne, gospodarcze i kulturalne dotyczące niemieckiej mniejszości, emitowany w języku niemieckim.

TVP Rzeszów

Na antenie TVP Rzeszów nie emitowano własnych cyklicznych audycji poświęconych mniejszościom narodowym i grupom etnicznym.

Na antenie ukazały się Orędzia świąteczne - bożonarodzeniowe oraz wielkanocne wygłaszane w oryginalnych językach z polskimi napisami:

- Orędzie bożonarodzeniowe abp. Jana Martyniaka metropolity przemysko – warszawskiego Kościoła greckokatolickiego,
- Orędzie bożonarodzeniowe abp. Adama Dubeca ordynariusza diecezji przemysko – nowosądeckiej Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego
- Orędzie Wielkanocne abp. Jana Martyniaka metropolity przemysko – warszawskiego Kościoła greckokatolickiego,
- Orędzie wielkanocne abp. Adama Dubeca ordynariusza diecezji przemysko – nowosądeckiej Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego.

TVP Szczecin

Pomerania Ethnica - program prezentował mniejszości narodowe Pomorza Zachodniego, ich zwyczaje, obrzędy, problemy społeczne z którymi borykają się w życiu codziennym.

Boże Narodzenie w Trzebiatowie – felieton był zaproszeniem widzów do trzech rodzin: ukraińskiej, polskiej i niemieckiej. Prowadzone rozmowy dotyczyły kultywowania tradycji związanej z obchodzeniem Świąt Bożego Narodzenia przy wspólnym kolędowaniu.

Szalom Lejebuszewo – reportaż ukazywał historię żydów szczecińskich z lat 1946-1995 osiedlonych w jednej z dzielnic Szczecina – Niebuszewie, w audycji wypowiedzi mieszkańców, sceny z codziennego życia oraz fragmenty inscenizowane.

Cerkiew PI - reportaż przedstawiał historię twórców najpopularniejszej strony internetowej poświęconej prawosławiu, która została stworzona 5 lat temu przez grupę młodzieży, dla której ich religia i tożsamość są bardzo ważne w ich codziennym życiu.

Błahodar – reportaż o młodych ludziach wyznania prawosławnego, mieszkających na ziemiach zachodnich, którzy swoją pasję śpiewania i miłość do cerkwi, realizują śpiewając

w chórze Błahodar. Audycja była opowieścią o pasjach, marzeniach oraz o trudnościach z którymi się spotykają.

Późne gody – reportaż ukazywał historię życia polsko-niemieckiego cygana Sinti, który postanowił zalegalizować swoje romskie małżeństwo w polskim urzędzie. W audycji Romowie ufnie uchylili rąbka tajemnicy swojej prywatności, obyczajowości i tradycji.

TVP Warszawa

Na antenie TVP Warszawa nie było cyklicznych audycji poświęconych mniejszościom narodowym i grupom etnicznym. Tematyka mniejszości uwzględniana była okazjonalnie w różnych programach:

FC Roma – reportaż o Ulicy Buchenwaldczyków - największego skupiska Romów w Zabrzu. Opowieść o pracy Waldemara Joachimowskiego, trenera FC Romy, polsko – romskiej drużyny piłkarskiej, w skład której wchodzi polscy i cygańscy chłopcy. Wspólny sport uczył ich dyscypliny, tolerancji, a przede wszystkim szacunku dla siebie nawzajem.

Saga rodów – Ród Sulkiwiczów – historia rodziny pochodzenia tatarskiego. Jej związki z Polską datowane są na wiek XV. Narratorem w programie był wnuk Aleksandra Sulkiwicza, bliskiego współpracownika Józefa Piłsudskiego. W programie wykorzystano zdjęcia archiwalne z rodzinnych albumów.

Saga rodów – Ród Majerczyków – Saga rodu Majerczyków to historia rodziny żydowsko - polskiej. Opowieść Joanny Majerczyk była historią ocalenia, które było udziałem tylko nielicznej grupy polskich Żydów. Joanna spędziła okupację w ochronce dla dzieci w Chotomowie pod Warszawą. W programie wykorzystano fotografie i pamiątki z rodzinnego archiwum.

Saga rodów – Ród Marianowiczów – historia Antoniego Marianowicza – prawdziwe nazwisko Kazimierz Berman, który pochodził z rodziny żydowskiej, prawie cała jego rodzina zginęła w Getcie Warszawskim. Marianowicz był pisarzem, tłumaczem, pracował w Szpilkach, zasiadał w Kolegium Repertuarowym w Teatrze Syrena. O jego życiu opowiadają córka i żona.

Wędrownik mazowiecki – audycja pokazywała najpiękniejsze i najciekawsze zakątki Mazowsza, zachęcała mieszkańców Warszawy i Mazowsza do odwiedzania niezwykłych miejsc. Odcinek poświęcony był Kurpiowszczyźnie.

Wywiad Kuriera – program publicystyczny, w którym komentowane były najważniejsze wydarzenia dnia. Gośćmi Zbigniewa Krajewskiego m.in. byli:

- rabin Szalom Ber Stambler, dyrektor Chabad Lubawicz Polska – rozmawiał o świecie Purym,

- Gołda Tencer rozmawiała o Festiwalu Kultury Żydowskiej „Warszawa Singera”.

Qadrans qltury – program informował o najważniejszych i najciekawszych wydarzeniach kulturalnych w stolicy i regionie. Kilkakrotnie zawierał felietony filmowe dotyczące wydarzeń związanych z kulturą żydowską. Były to m.in: Ostatni Żyd w Europie, Lejzorek w Teatrze Żydowskim, Festiwal Nowa Muzyka Żydowska, Żydowskie Motywy VII Festiwal, Straszna gospoda w Teatrze Żydowskim, Nowa Muzyka Żydowska – Otwarta Twarda, Festiwal Żydowski – spotkanie z kuchnią żydowską, Dzień Dziecka w Teatrze Żydowskim, nowy sezon w Teatrze Żydowskim.

Telewizyjny Kurier Warszawski, Kurier Mazowiecki, Kurier Warszawy

i Mazowsza – programy informacyjne, w których ukazały się 74 materiały filmowe poświęcone mniejszościom narodowym i grupom etnicznym zamieszkałym w regionie Mazowsza. Najwięcej czasu antenowego poświęcono mniejszości żydowskiej (50 materiałów).

3.1.3.3. Tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą (art. 21 ust.1a pkt 9 ustawy o radiofonii i telewizji).

Program Satelitarny TV Polonia w 2010 roku koncentrował się na realizacji następujących zadań ustawowych i regulaminowych:

- informacji o Polsce,
- popularyzacji polskiej kultury, nauki i sztuki,
- promocji polskiej gospodarki, ekonomii i myśli technicznej,
- rekomendowania Polski jako miejsca turystyki i wypoczynku oraz jako organizatora imprez i widowisk sportowych,
- informowania o życiu skupisk polonijnych,
- omawiania wzajemnych relacji Polonii na świecie,
- prezentacji wybitnych przedstawicieli Polonii oraz ich wkładu w osiągnięcia światowe,
- tworzenia pozytywnego wizerunku Polski i Polaków,
- prezentacji zmian zachodzących we wszystkich sferach życia w Polsce,
- ukazywania wkładu Polski w rozwój cywilizacyjny Europy i świata, w tym także procesu integracji europejskiej,
- upowszechniania języka polskiego.

Poza audycjami powtarzanymi z programów TVP1, TVP2 i TVPINFO, emitowano audycje cykliczne oraz filmy dokumentalne i reportaże o Polonii i dla Polonii, realizowane specjalnie na potrzeby i na zlecenie TV Polonia.

Audycje cykliczne TV Polonia:

- „Tydzień Polski” – magazyn informacyjny dla Polonii i o Polonii poświęcony także wydarzeniom, odbywającym się w kraju, które mają wpływ na życie rodaków mieszkających poza Polską;
- „Z daleka a z bliska” – magazyn publicystyczny traktujący o problemach Polaków mieszkających poza granicami kraju. Zaproszeni goście omawiają i komentują tematy szczególnie istotne dla skupisk polonijnych;
- „Wilnoteka” – magazyn informacyjno-publicystyczny prezentujący najważniejsze problemy Polaków zamieszkałych na Wileńszczyźnie;
- „We Lwowie” – magazyn poświęcony sprawom Polaków na Ukrainie, szczególnie w obwodzie lwowskim;
- „Między Odrą a Renem” – magazyn poświęcony stosunkom Polaków i Niemców – na terenie Niemiec i na pograniczu polsko - niemieckim. Przygotowywany we współpracy OTV Szczecin i sekcji polskiej Deutsche Welle;
- „Zaolzie” – magazyn poświęcony sprawom Polaków w Czechach i na pograniczu polsko-czeskim;
- „Sąsiedzi – rodacy” – magazyn poświęcony szeroko pojętym sprawom Polaków zamieszkałych na Białorusi, Łotwie i w Estonii;
- „Słownik polsko@polski” – cykl poświęcony kulturze języka polskiego. Uczestnicy - widzowie rozsiani po świecie, za pośrednictwem Internetu (Skype) łączą się ze studium. Ekspert, prof. Jan Miodek udziela mini lekcji poprawnej polszczyzny;
- „Śniadanie na podwieczorek” – interaktywny program promujący polską kulturę i jej twórców w kraju i za granicą. Goście to odkrywcy, naukowcy, artyści, intelektualiści, gwiazdy polskiej sceny muzycznej;
- „Pamiętaj o mnie” - koncert życzeń, którego założeniem jest podtrzymywanie więzi naszych rodaków, mieszkających z dala od kraju, z rodziną i przyjaciółmi w Polsce i na świecie;
- „Portrety twórców” – cykl felietonów filmowych, który przybliżył znane postaci z różnych środowisk – artystycznych, literackich, technicznych;

- „Afisz” – magazyn kulturalno-filmowy popularyzujący polską sztukę i polskich artystów;
- „Zaproszenie” – gawęda turystyczno-krajoznawcza przedstawiająca turystyczne, rekreacyjne i historyczne atuty regionów Polski;
- „Skarby nieodkryte” - teleturniej służący popularyzacji historii Polski i walorów turystycznych regionów. Każdy odcinek to „podróż samolotem” po Polsce, w poszukiwaniu „ukrytych” skarbów. Główną nagrodą jest kilkudniowy pobyt w jednej z prezentowanych miejscowości;
- „Made in Poland” – teleturniej sprawdzający co Polacy wiedzą o Polsce? Pytania dotyczą wszelkich dziedzin kultury polskiej;
- „Wielka gra na bis” – przypomnienie słynnego teleturnieju w nowej odsłonie;
- „Świadkowie nieznanych historii” - program historyczno - edukacyjny podejmujący nieznaną, marginalizowaną albo przemilczaną i stąd nieobecną w świadomości historycznej Polaków, wydarzenia z najnowszej historii Polski – od okresu okupacji niemieckiej i sowieckiej do roku 1989;
- „Z archiwum IPN” – magazyn historyczny przedstawiający wizerunki żołnierzy podziemia niepodległościowego, przywracając chwałę prawdziwym bohaterom;
- „Transmisje Mszy Świętych” – TVP Polonia odwiedza każdej niedzieli inną parafię, dzięki czemu widzowie – mogą, za naszym pośrednictwem, przebywać w rodzinnych stronach i uczestniczyć w liturgii mszy;
- „Rozmowy na temat” – w konwencji spokojnej rozmowy – wywiadu poznajemy ludzi znanych i nieznanych ale zawsze ciekawych, reprezentujące różne zawody i środowiska;
- „Studio Polonia” – rozmowy z twórcami najciekawszych programów emitowanych w TVP Polonia – reżyserami, aktorami z ulubionych seriali, autorami reportaży i filmów dokumentalnych;
- „Hity satelity” – zapowiedzi najciekawszych pozycji programowych na nadchodzący tydzień;
- „Hity na lato, na jesień, na zimę, na święta” – najlepsze polskie teledyski polskich wykonawców;
- „Czas dla kibica” – relacje z najważniejszych sportowych wydarzeń tygodnia;
- „Dzika Polska” – niespotykane ujęcia, zaskakujące sytuacje i piękno przyrody. Odwiedzamy najdalsze zakątki Polski, będące przyrodniczą wizytówką naszego kraju;
- „Błękitne wakacje” – magazyn żeglarski prezentujący aktualne wydarzenia współczesnego polskiego żeglarstwa;
- „Polska 24 – Informacje” – program informacyjny TVP Polonia koncentrujący się wokół problematyki polskiej i polonijnej;
- „Polska 24 – Opinie” – magazyn publicystyczno-informacyjny zawierający pogłębione komentarze publicystyczne do najważniejszych newsów tygodnia;
- „KulturalniPL” – interaktywny magazyn, w którym w lekkiej formie prowadzący rozmawiają z zaproszonymi gośćmi i widzami. Program informuje o wydarzeniach kulturalnych, artystycznych i społecznych z życia Polonii, rekomenduje spektakle, wystawy i koncerty z udziałem polskich artystów;
- „Gra w miasta” – teleturniej turystyczno-krajoznawczy. Dwie przewodniczki pokazują nam miejsca, które warto poznać, ale to gdzie jesteśmy zgadują widzowie na podstawie podpowiedzi;
- „Złote Przeboje” – magazyn muzyczny ze specjalną listą polskich przebojów. Widzowie TVP Polonia mogą wybierać swoje propozycje na stronie programu;
- „Twoje Złote Przeboje” – program dzięki, któremu widzowie TVP Polonia z całego świata mogą kontaktować się z rodzinami i przyjaciółmi z Polski.

3.1.4. Problematyka Unii Europejskiej w programach TVP S.A.

Problematyka związana z integracją europejską była obecna zarówno na antenach ogólnopolskich, jak i regionalnych TVP S. A.

Telewizja Polska S.A. kontynuowała politykę rzetelnej informacji sprzyjającej przybliżeniu wiedzy o Unii Europejskiej i korzyści z akcesji. Audycje te były różnorodne w formie, adresowane do różnych grup wiekowych i zawodowych, dotyczyły różnych dziedzin życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego.

Programy cykliczne poruszające tematykę unijną na antenach TVP S.A.

TVP1:

Europa bez miedzy – magazyn informujący rolników i producentów rolnych o procedurach obowiązujących w UE w aspekcie rynku rolnego, o nowych decyzjach Komisji Europejskiej obowiązujących wszystkie kraje członkowskie, o polskich przepisach dostosowujących nasze prawo do unijnego, o najważniejszych wydarzeniach dotyczących polskiego i unijnego rolnictwa.

Tak, jak w Unii - audycja przybliżająca polskim rolnikom wymogi Unii Europejskiej, aspekty historyczne, ekonomiczne, prawne oraz ekologiczno – medyczne, ciekawostki z życia unijnych farmerów, nowości techniczne oraz sylwetki przedstawicieli Komisji Europejskiej.

Polska pięknieje - program edukacyjny prezentujący piękno wielu miejsc w Polsce. Dzięki środkom unijnym odbudowano i odnowiono wiele cennych zabytków, zrewitalizowano zaniedbane części polskich miast i wsi; w każdym z odcinków przypomina się o konkursie „Polska pięknieje. Siedem Cudów Funduszy Europejskich”.

Potęga funduszy – program powstający w wyniku konkursu dotyczącego promocji wykorzystania europejskich funduszy w Polsce. Prezentuje konkretne przykłady zrealizowanych działań.

Eko-reporter – ekologiczny magazyn reporterski poświęcony ekologii, odnawialnym źródłom energii, rozwiązaniom służącym ochronie środowiska w krajach Unii Europejskiej.

Eurokapitalni – stały kącik emitowany w Kawie czy herbacie poświęcony konkretnym przykładom wykorzystania funduszy unijnych.

Tydzień - magazyn dla wsi z udziałem polityków i ekspertów w zakresie zagadnień unijnych.

Agrobiznes – program informacyjny prezentujący aktualne wiadomości z branży rolno-spożywczej, krajowe i zagraniczne wydarzenia związane z rolnictwem.

TVP2:

Przystanek edukacja – w cyklicznej audycji, między innymi, konkretne informacje o tym, jak zdobyć unijne fundusze, a także i o tym, na ile środki z Europejskiego Funduszu Społecznego pozwolą osobom bezrobotnym na znalezienie pracy, czy założenie firmy.

Pejzaż z Europą w tle – cykl przedstawiający ciekawe, niebanalne inwestycje i projekty realizowane w całej Polsce przy pomocy funduszy europejskich, np. Centrum Hewelianum w Gdańsku, a także w Europie, np. Temple Bar Dublin.

Tematyka unijna podejmowana jest także w **TV Polonia**, nie tylko w audycjach powtarzanych za antenami głównymi, ale także w stałych pozycjach programowych anteny.

TVP INFO

Problematyka związana z integracją europejską była obecna na antenie Telewizji Regionalnej. Audycje emitowane były zarówno w pasmach własnych jak również w pasmach wspólnych Oddziałów Terenowych TVP S. A. Audycje promujące ideę integracji europejskiej miały różnorodną formę, tematykę i były adresowane do różnych środowisk lokalnych.

Tematyka związana z zagadnieniami integracji europejskiej podejmowana była w stałym cyklach:

Debata po europejsku – program cykliczny z udziałem polityków i europarlamentarzystów, którego tematem były aktualne sprawy Unii Europejskiej. Dyskusje dotyczyły prawa unijnego, gospodarki, turystyki, polityki międzynarodowej i problemów życia codziennego w UE. Poruszane były również wątki różnic między prawem UE, a prawem polskim oraz kwestie dostosowania prawa polskiego do unijnego.

Eurośąsiedzi – cykliczny magazyn o tematyce unijnej realizowany we współpracy z Deutsche Welle. Prezentował tematykę społeczną, ekonomiczną i kulturalną w krajach Unii Europejskiej.

Kowalski i Schmidt – magazyn polsko-niemiecki poświęcony różnym zagadnieniom gospodarczo-społecznym.

Ponadto na antenach TVP emitowano wiele pojedynczych audycji o przybliżających zagadnienia europejskie, na antenie TVP INFO były emitowane to, np.:

Angela Merkel – Fenomen Pani Kanclerz – film przedstawiał współczesny portret Angeli Merkel - niemieckiej polityk, przewodniczącej Unii Chrześcijańsko - Demokratycznej, kanclerza Niemiec. Film opowiadał o jej stylu i strategii rządzenia, trikach politycznych, o tym co ją różni od poprzedników: Kohl'a i Schroder'a, o sukcesach jakie odnosi na arenie międzynarodowej i o tym, za co jest krytykowana.

Czy Europa jest jeszcze chrześcijańska? – film dokumentalny o kulturalnej i religijnej tożsamości współczesnej Europy. Konstytucja Europejska, przyjęcie Turcji do Wspólnoty, obecność symboli religijnych w miejscach użyteczności publicznej, izolacja osób niewierzących - to tylko niektóre sprawy poruszane na europejskim forum. Za przykład w filmie posłużyły takie regiony jak: niemiecka Bawaria, francuski Le Puy - en - Velay, Bruksela czy Istambuł. Film próbował odpowiedzieć na pytanie: Czy ogarnia nas sekularyzm, brak integracji oraz współzależności religii z publicznymi sprawami społeczeństwa?

Islandia: kraj na krawędzi – film dokumentalny obrazował kryzys finansowy w Islandii, który rozpoczął się jesienią 2008 roku i doprowadził do niemal całkowitego bankructwa państwa. Islandia stała się pierwszym europejskim krajem potrzebującym pomocy IMF. Po protestach obalono rząd na początku 2009 r. Zbankrutowało wiele firm, a ludzie zaczęli masowo opuszczać kraj.

Lata Blaira - film dokumentalny przedstawiał portret Tony Blair'a, byłego premiera rządu Wielkiej Brytanii w latach 1997 - 2007. Poruszane były różne kwestie i aspekty urzędowania Blair'a, podejmowane decyzje, wydarzenia, konsekwencje postępowania, wywiady z liderami światowej polityki, m. in. prezydenci Clinton i Bush, kanclerz Angela Merkel, były premier Hiszpanii Jose Maria Aznar, były sekretarz Narodów Zjednoczonych Kofi Anan i wielu innych. O tym, jak dokonywała się ta transformacja i jaką cenę zapłacił za wierność zasadom opowiadał on sam, jego współpracownicy i przeciwnicy oraz mężowie stanu.

W ramach pasm własnych Oddziałów wyemitowano, m.in., następujące audycje:

TVP Białystok

Twój Fundusz, Twoja szansa – publicystyczny magazyn studyjno-filmowy poświęcony pozytywnym aspektom funduszy europejskich, stanowiących instrument polityki regionalnej Unii Europejskiej. Przedstawione projekty ukazywały, w jaki sposób ich wykorzystywanie wpływa na podnoszenie jakości życia polskich obywateli w kontekście walki z istotnymi problemami społecznymi na terenie kraju.

TVP Bydgoszcz

Kawiarenka Europejska – wywiady prowadzone w Parlamencie Europejskim i rozmowy przy „małej czarnej” z tymi, którzy kształtują współczesną Europę. Zaproszeni goście mówili o sprawach ważnych dla Europy, wyjaśniali wątpliwości.

Europa-Europa - teleturniej z telewizyjnym udziałem widzów podejmował tematykę unijną np. Regionalny Program Operacyjny, kampania „Mój region w Europie”, rewitalizacja miast i miasteczek w województwie kujawsko-pomorskim. W każdym odcinku widz miał do wyboru

cztery kategorie: wielcy Europejczycy, Polacy w instytucjach europejskich, Parlament Europejski, śladami historii UE, pod którymi ukryte były pytania z trzema wariantami odpowiedzi.

Praca Info – magazyn społeczny wyjaśniał jak w Bydgoszczy pomaga się bezrobotnym wykorzystując unijne pieniądze.

Eko-opcja - magazyn przedstawiał rolników korzystających z unijnych dopłat, którzy zostali zobowiązani do dostosowania swoich gospodarstw do unijnych norm ochrony środowiska.

Szansa dla wielu – reportaż przedstawiał grupę niepełnosprawnych intelektualnie osób, którzy brali udział w szkoleniu – uczyli się recyklingu sprzętu elektronicznego w ramach projektu unijnego.

W ramach cyklicznego programu publicystycznego **Rozmowa dnia** poruszano następujące tematy: wykorzystanie dotacji i funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim, nierównomierny podział środków unijnych w regionie, realizacja Regionalnego Programu Rewitalizacji.

TVP Gdańsk

Dojrzały przedsiębiorca 50+ - magazyn poświęcony osobom po 50 roku życia, które zdecydowały się poprowadzić własne przedsiębiorstwa, wykorzystując możliwości jakie daje funkcjonowanie Polski w strukturach Unii Europejskiej.

TVP Gorzów Wielkopolski

Europa to my - program poruszał tematykę funduszy europejskich. Przedstawiał najważniejsze inwestycje realizowane w ramach Lubuskiego Programu Operacyjnego oraz pokazywał jak region zmienia swoje oblicze i w jaki sposób samorządy wykorzystują unijne pieniądze.

Lubuski Raport Gospodarczy – magazyn ukazywał sytuację gospodarczą w UE oraz sposób oddziaływania na gospodarkę w województwie lubuskim.

Rozmowa dnia – audycja publicystyczna. W czterech odcinkach rozmawiano z europosłami oraz z przedstawicielami komisji europejskich.

TVP Katowice

Akademicka Przedsiębiorczość - magazyn miał na celu wspieranie idei przedsiębiorczości akademickiej, w szczególności wśród pracowników naukowych uczelni i jednostek naukowych, doktorantów, studentów oraz absolwentów zamierzających rozpocząć własną działalność gospodarczą. Program został zrealizowany w ramach projektu unijnego „s-PIN klucz do przedsiębiorczości” i był współfinansowany w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Rynek jest dla wszystkich – magazyn przedstawiał, jak działają podmioty ekonomii społecznej: zakłady aktywności zawodowej, spółdzielnie socjalne, fundacje i stowarzyszenia. W audycji informowano, czym dane podmioty się zajmują i jakie mają plany rozwoju. Program finansowany był ze środków Unii Europejskiej.

Bielsko Biała - unijne oblicze miasta – reportaż prezentował, dzięki jakim funduszom Unii Europejskiej i w jakich przestrzeniach udało się odmienić oblicze Bielsko-Białej. Audycja ukazywała starania miasta o fundusze unijne na kolejne projekty, które będą niezbędne do realizacji planów przyszłościowych.

Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych – treścią magazynu były projekty unijne, dające nowe szanse rozwoju zarówno małym, prywatnym przedsiębiorstwom, jak i dużym firmom. Jego zadaniem było poinformowanie o możliwościach stwarzanych przez fundusze europejskie.

Agro Rynek – Program o tematyce rolnej, w wielu wydaniach mówił o nowych szansach polskiego rolnictwa we współpracy z Unią Europejską.

TVP Kielce

Kielce pięknieją – audycja przedstawiała planowane inwestycje, zmiany infrastrukturalne Kielc. Jak zmienia się i pięknieje miasto dzięki funduszom unijnym.

Twój fundusz, twoja szansa – program wskazywał jak zdobyć dotacje unijne. Mówił na czym polega tajemnica funduszy europejskich, gdzie można znaleźć aktualne informacje na temat funduszy unijnych oraz na co można przeznaczyć pozyskane dotacje unijne.

Gospodarka – program podejmował różnorodną tematykę społeczną i gospodarczą, m.in. ukazywał rozwój Kielc oraz całego województwa świętokrzyskiego, który następuje dzięki funduszom unijnym.

Świętokrzyski rynek pracy - program podejmował tematykę związaną z poziomem zatrudnienia w województwie świętokrzyskim. Wskazywał, jak dotacje unijne pomagały mieszkańcom regionu w rozpoczęciu kariery zawodowej.

TVP Kraków

Prowincjonalia – felietony prezentowały wykorzystanie funduszy unijnych w Małopolsce na terenach wiejskich. W poszczególnych programach opisano, w jaki sposób realizowane były inwestycje oraz szkolenia wykorzystujące środki z programu Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Twój fundusz, twoja szansa – program realizowany z dotacji Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i 5 telewizji regionalnych. Liderem projektu była TVP Kraków. Reportaże prezentowały wykorzystanie funduszy unijnych, przede wszystkim z programu Kapitał Ludzki; opisywały oryginalne pomysły w zakresie edukacji, zatrudnienia niepełnosprawnych, funkcjonowania lokalnych grup działania.

Kalejdoskop regionalny (rynek pracy) - audycja prezentowała wykorzystanie pieniędzy z Unii Europejskiej przy realizacji projektów związanych z rozwojem rynku pracy. Poszczególne programy pokazywały m.in. szkolenia, projekty zakładania własnych firm, oryginalne projekty wsparcia dla kobiet polegające na przygotowaniu do rozmowy kwalifikacyjnej.

Kalejdoskop regionalny (Unia na Podhalu) – audycja prezentowała wykorzystanie środków unijnych przy realizacji inwestycji w turystyce oraz ochronie zdrowia na Podhalu.

TVP Lublin

Unijne inwestycje Puław – reportaż z konferencji prasowej poświęconej pozyskiwaniu funduszy unijnych na inwestycje w Puławach. Jednym z największych projektów realizowanych z pomocą unijnych środków była budowa stadionu miejskiego w Puławach.

Od Unii do Unii – opowieść o dzisiejszym spojrzeniu na Unię Polsko-Litewską z punktu widzenia różnych osób: historyka i europeisty, artysty, archeologa oraz awangardowego animatora kultury.

Parlamenty Europy – reportaż zrealizowany w ramach programu „Poznajemy Parlamenty Europy”.

Lubelskie inspiracje Europy – reportaż z otwarcia Domu Polski Wschodniej - wspólnego przedstawicielstwa 5 województw Polski Wschodniej oraz otwarcia wystawy Lublin, Lubelskie - wschodnie inspiracje Unii Europejskiej w gmachu Parlamentu Europejskiego.

TVP Łódź

RPO – Szansą Regionu – program poświęcony środkom z Unii Europejskiej, które były wykorzystane na inwestycje kluczowe w regionie łódzkim.

Strefa biznesu - cykliczny program, w którym omawiane były największe programy operacyjne, czyli środki unijne przyznawane w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko, a także Regionalny Program Operacyjny.

Kapitał możliwości – dobre praktyki – cykliczny program ukazywał projekty organizowane na terenie województwa łódzkiego realizowane w ramach Priorytetów VI i VII PO KL.

Łódzki kapitał Ludzki - program pokazywał korzyści płynące z realizacji projektu unijnego pod tym samym tytułem, a polegał na uruchamianiu i uwalnianiu przedsiębiorczości obywateli.

TVP Olsztyn

Twój Fundusz. Twoja Szansa – audycja informacyjno-promocyjnych poświęcona funduszom europejskim.

Dobre Praktyki – magazyn, w którym omawiano środki Regionalnego Programu Operacyjnego Warmii i Mazur na lata 2007 – 2013, które mają pomóc w rozwoju wielu

dziedzin życia w regionie, kapitał pochodzi z Europejskiego Funduszu Rozwoju Społecznego.

Praca bez Granic – magazyn pokazywał, jak Polacy szukają pracy oraz jak sobie radzą pracując w różnych krajach Unii Europejskiej. Przybliżał zasady szukania pracy, podpisywania umowy oraz mówił, jakie prawa przysługują Polakom w pracy za granicą. W każdym odcinku omawiany był inny kraj Unii Europejskiej.

TVP Opole

Czas na Euro – cykliczny magazyn dotyczył funduszy unijnych. W audycji mówiono m.in. o tym, kto już skorzystał z unijnego wsparcia, gdzie szukał informacji o projektach, na jakie napotkał trudności i jak je pokonał. Cykl składał się z dwóch serii „Człowiek najlepsza inwestycja” i „Inwestujemy w Twoją przyszłość”.

TVP Poznań

Teleskop gospodarczy – program informacyjno-publicystyczny, w którym omawiano wydarzenia gospodarcze ze świata, Polski i Wielkopolski.

Przy jednym stole - studyjny program publicystyczny, który był podsumowaniem najważniejszych wydarzeń tygodnia. Rozmowy prowadzili parlamentarzyści, przedstawiciele samorządów i eurodeputowani.

Ekonomia społeczna po wielkopolsku – program propagował hasła ekonomii społecznej, przybliżał zasady funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego poprzez zakładanie spółdzielni socjalnych, stowarzyszeń, fundacji oraz wskazywał spółdzielnie funkcjonujące już w Wielkopolsce, poruszał tematykę unijną.

TVP Rzeszów

Twój fundusz, twoja szansa – program realizowany został dzięki środkom Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, prezentował przykłady i możliwości wykorzystania funduszy unijnych w różnych dziedzinach.

2+2=5 – program przedstawiał realizację na Podkarpaciu projektu Ekonomia Społeczna w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Mikołaj z Funduszami Europejskimi – audycja informowała o dotacjach z UE. Dyskusja dotyczyła sposobu podziału środków i ich wykorzystania w województwie podkarpackim.

Innowacyjne Podkarpackie – reportaż poświęcony był omówieniu programu systemowego innowacyjność, w ramach projektu operacyjnego „Kapitał ludzki” i jego realizacji na terenie województwa podkarpackiego.

Inwestycje w człowieka – sukces Podkarpacia – reportaż pokazywał przykłady realizacji unijnego programu Kapitał Ludzki, w ramach którego można dofinansowywać inwestycje naukowe, umiejętności, działania integracyjne i adaptacyjne.

TVP Szczecin

Eurofarmer – audycja poświęcona była zagadnieniom unijnym, m.in. informowała o: unijnych rentach strukturalnych dla rolników, programie Rozwoju Obszarów Wiejskich, wsparciu finansowym dla gospodarstw położonych na obszarach, na których produkcja rolnicza jest utrudniona.

Paszport do przedsiębiorczości – magazyn, w którym młodzi kandydaci na biznesmenów uczyli się pisania biznesplanu, którego prawidłowe sporządzenie, sprawi, że zostanie im przyznana dotacja unijna.

Eurosąsiedzi – magazyn poruszał problemy społeczne mieszkańców Unii Europejskiej.

Między Odrą a Renem - program powstał przy współpracy polsko-niemieckiej, przedstawiał aktualne wydarzenia społeczne, polityczne, gospodarcze i kulturalne dotyczące Polski i Niemiec z uwzględnieniem Euroregionu.

TVP Warszawa

Nowsze Mazowsze – ideą programu było przybliżenie widzowi zakresu oraz jakości inwestycji, które powstały dzięki Funduszom Unijnym - dzięki programowi RPO. W programie na temat realizacji omawianych inwestycji wypowiadali się eksperci, zwykli ludzie oraz osoby znane z ekranu, którzy opowiadali jak konkretne inwestycje wpływają na ich codzienne życie.

Okazjonalnie tematyka unijna poruszana była w cyklicznych programach publicystycznych i popularyzujących, takich jak:

Żadnej pracy się nie boję – w wielu odcinkach zawarte były felietony poświęcone, m.in. pracy w krajach UE.

Płacę i wymagam – magazyn konsumencki, w którym wielokrotnie odwoływano się do prawa unijnego zakresie prawa pracy.

M2 - Magazyn nieruchomości – magazyn poradnikowy o warszawskim rynku dotyczącym nieruchomości: tendencje i perspektywy, aktualne oferty, analizy rynkowe i porady ekspertów. W programie wielokrotnie wymieniane były zalecenia Unii Europejskiej skierowane do właścicieli i zarządców nieruchomości.

TVP Wrocław

Czysty zysk – program uczył jak zdobyć eurofundusze na Dolnym Śląsku.

Z Unią i bez – program o wykorzystaniu funduszy unijnych na Dolnym Śląsku.

Europejczycy –magazyn pokazywał unijną pomoc dla osób wykluczonych ze społeczeństwa.

Wieś od-nowa – cykl reportaży skierowany był do mieszkańców wsi. Zachęcał do korzystania z funduszy unijnych oraz podpowiadał - jakie są optymalne i realne sposoby ich zagospodarowania.

3.1.5. Rozrywka

Telewizja Polska S.A. oferuje szeroki wybór audycji rozrywkowych o różnorodnych formach i gatunkach programowych. Są tutaj pozycje fabularne, kabarety, koncerty oraz widowiska rozrywkowe.

Nadawane w programach TVP S.A. zabawy quizowe dążą do łączenia rozrywki z pewną formą edukacji, sprzyjają rozwijaniu pasji, wyobraźni, aspiracji poznawczych oraz umiejętności przydatnych w życiu codziennym, zwłaszcza w zakresie porozumiewania się i współdziałania z innymi ludźmi. Wśród takich audycji nadawanych w 2010 roku należy wymienić:

- w TVP 1: „Jaka to melodia?”, „Śpiewaj i walcz”
- w TVP 2: „Kocham Cię Polsko”, „Hit Dekady”, „Tak to leciało”, „Szansa na sukces”, „Wielka draka o dzieciaka”, „Dzieciaki górą”

Znaczącą część oferty rozrywkowej TVP S.A. stanowią telenowele i seriale o tematyce współczesnej, np. „Klan”, „Plebania”, „Londyńczycy”, „Ojciec Mateusz”, „Doręczyciel”, „Mała wielka miłość”, „Miłość nad rozlewiskiem”, „Siostrzyczki”, „Ratownicy” (TVP1), „M jak miłość”, „Barwy szczęścia”, „Na dobre i na złe”, „Nowa”, „Tancerze”, „Licencja na wychowanie”, „Apetyt na życie” (TVP2) nawiązujące do przemian obyczajowych, dotyczące istotnych problemów i dylematów moralnych, pokazujące wartościowe postawy społeczne i wzory zachowań. Takim przykładem serialu, w odniesieniu do odległego już czasu wojny i okupacji, był emitowany na antenie TVP2 „Czas honoru III”.

Satyryczne ujęcie rzeczywistości odnaleźć można w serialach komediowych, takich jak: „Ranczo”, „Duch w dom” (TVP1) oraz - „Złotopolscy”, „Bulionerzy”, „U fryzjera” (TVP2).

Kabarety i audycje satyryczne TVP 2, takie jak: „Kabaretowy Klub Dwójki”, „Mazurska Noc Kabaretowa”, „Koszaliński Festiwal Kabaretowy”, „Kabaretowa Noc Listopadowa”, „Laskowik i Malicki” w żartobliwej formie poruszały aktualne zagadnienia polityczne, społeczne, gospodarcze, obyczajowe i kulturalne. Prowokowały do zdystansowanego spojrzenia na paradoksy życia codziennego oraz ludzkie przywary i słabości, pobudzały do krytycznej refleksji. Na antenach TVP pojawiały się największe gwiazdy kabaretowe: Kabaret Moralnego Niepokoju, Neo-Nówka, Ani Mru Mru, Koń Polski, Paraniernormalni.

TVP S.A. uczestniczy w organizacji wielu znaczących koncertów i widowisk plenerowych z udziałem publiczności, popularyzujących wartościowe wykonania muzyki rozrywkowej lub sztuki estradowej oraz twórców lub wykonawców związanych z kulturą polską. Najbardziej znaczące z nich w 2010 r. to: Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu , Krajowy Finał Eurowizji (TVP1), cykl koncertów Hity na czasie, Bydgoszcz Hit Festiwal, Koncert sylwestrowy (TVP2).

3.1.6. Sport

Telewizja Polska S.A. na antenach ogólnokrajowych oraz w TVP Sport i TVP HD prezentowała największe wydarzenia sportowe, do których w 2010 należały Zimowe Igrzyska Olimpijskie w Vancouver, Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w RPA oraz Mistrzostwa Europy w Lekkiej Atletyce w Barcelonie.

Towarzyszyło im olbrzymie zainteresowanie widzów: rekordowa okazała się **transmisja w TVP1 z konkursu skoków narciarskich z Vancouver z udziałem Adama Małysza, którą oglądało ponad 12 milionów widzów.** Wielkie zainteresowanie towarzyszyło także relacji w TVP2 z biegu kobiet na 30 km, w którym Justyna Kowalczyk wywalczyła dla Polski drugi złoty medal w historii zimowych igrzysk olimpijskich. Jej wielki sukces obserwowało średnio 7 milionów 161 tysięcy widzów. Podobnym zainteresowaniem cieszyły się **Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej rozgrywane w RPA. TVP pokazała wszystkie 64 mecze mistrzostw na żywo,** w tym 56 na antenach TVP1 i TVP2. Wszystkie spotkania można było obejrzeć w TVP Sport, w jakości HD na kanale TVP HD oraz na stronie sport.tvp.pl. Finałowy mecz Mundialu Hiszpania-Holandia oglądało 8 milionów 556 tysięcy.

Bieżące informacje ze świata sportu przekazywane były w licznych serwisach informacyjnych („Sport” po Wiadomościach, „Sport telegram”, serwisy sportowe TVP INFO), a komentowane w magazynach tematycznych (np. „Za trzy” – magazyn żeglarski, „Magazyn jeździecki Galop”, „Goalissimo - magazyn piłkarski”, „TV Moto - Sport”, Magazyn Ekstraklasy „Szybka piłka” „Sportowy wieczór”, „Sportowa niedziela”).

Należy podkreślić, że TVP S.A. dba także o popularyzację współczesnych i historycznych osiągnięć polskich sportowców („Ze sportowego archiwum”, „Złote transmisje”), sprzyja promowaniu sportowych talentów i rozwijaniu zainteresowania sportem oraz zachęca do jego uprawiania, szczególnie dzieci i młodzież (np. w magazynie „Sięgnij po medal”), promuje ideę szlachetnej rywalizacji sportowej i zasady fair play, stanowi też forum publicznej debaty o organizacji i kondycji polskiego sportu (magazyn publicystyczny „Zwarcie”).

3.2. Powinności w zakresie rozwoju nowych usług i technologii

W 2010 roku rozstrzygnięto przetarg na operatora MUX3. Najkorzystniejszą ofertę przedstawiła firma TP Emitel Sp. z o.o., z którą 28 kwietnia 2010 roku podpisano umowę. Od 27 października 2010 roku, zgodnie z umową, rozpoczęto tymczasową emisję MUX3 w województwie mazowieckim, pomorskim, zachodniopomorskim i wielkopolskim. Sygnał dociera do około 58% populacji tych województw.

W roku 2010 - z tytułu świadczonych usług TP EmiTel Sp. z o.o. wystawiła TVP S.A. dwie faktury, każda na kwotę 1 092 294,13 PLN netto. Koszty podzielono na jednostki, proporcjonalnie do zajętości pasma, w następujący sposób:

Mux3 - 1 rata	1 092 294,13	
	100,00%	
APAI / OPR	12,50%	136 536,77
TVP1	12,50%	136 536,77
TVP2	12,50%	136 536,77
Ośr. TVP Technologie	37,50%	409 610,30
TVP Kultura	12,50%	136 536,77
TVP Historia	12,50%	136 536,77
Razem %	100,00%	1 092 294,13

Z powodu braku ostatecznych rozstrzygnięć ze strony licencjonodawcy dla MUX1 (brak operatora, brak wyłonienia czterech współużytkowników multipleksu, decyzja rezerwacyjna dla TVP S.A. tylko do lipca 2013 roku) z powodów ekonomicznych nie ma możliwości uruchomienia sieci rozsiewczej w ramach MUX1. TVP S.A., w takich warunkach, ma zdecydowanie gorszy zasięg techniczny emisji cyfrowej, w naziemnych sieciach rozsiewczych.

Bez uruchomienia MUX1 nie ma możliwości przygotowania harmonogramu wyłączeń emisji analogowej, a co za tym idzie uruchomienia pełnego zasięgu (na częstotliwościach docelowych) MUX3, który zawiera pełną, zregionalizowaną ofertę programową nadawcy publicznego.

Rozpoczęto projekt systemu kompresji sygnałów pod kątem dystrybucji wszystkich kanałów TVP S.A. za pomocą sieci IP. System pozwoli dostarczać serwisy Telewizji Polskiej S.A. niezależnie od warunków technicznych na terenie całego kraju.

W 2010 roku zostały zrealizowane dwie duże imprezy sportowe Vancouver 2010 oraz Fifa2010. Relacje z imprez były przekazywane za pomocą tradycyjnej emisji oraz w Internecie. Transmisje internetowe zanotowały rekordową oglądalność oraz przyczyniły się do wysokiej pozycji serwisów TVP S.A w globalnych statystykach. Dzięki kontraktom reklamowych Fifa2010 był również sukcesem komercyjnym.

3.2.1. Działalność TVP S.A. w mediach interaktywnych – TVP.PL

W 2010 roku nastąpiło zrewidowanie dotychczasowej koncepcji funkcjonowania działalności internetowej TVP S.A. i opracowanie nowej strategii, która umożliwi wzmocnienie pozycji Spółki na rynku mediów elektronicznych i zapewni dodatkowe źródła przychodów.

Nowa strategia została oparta na trzech filarach:

- 1. Informacji** – rozumianej jako rozbudowanie działalności newsowej i zacieśnienie współpracy między redakcjami tvp.pl, tvp.info, sport.tvp.pl oraz Ośrodkami Regionalnymi TVP S.A.;
- 2. VOD** – rozumianym jako rozwój działalności na rynku internetowego wideo;
- 3. Promocji anten** – rozumianej jako wszelka działalność internetowa wspierająca zarówno marki, jakimi są anteny, jak i antenowe produkcje.

Zmiana strategii miała na celu:

- zwiększenie działalności informacyjnej w Internecie; stworzenie własnej, unikalnej oferty programowej w oparciu o działalność newsową jako uzupełnienie i wzbogacenie oferty programowej TVP S.A.;
- zmianę proporcji w obrębie treści prezentowanych w portalu: mniej wideo, więcej informacji;
- uruchomienie nowego programu sprzedaży VOD;
- zwiększenie aktywności reklamowej;
- zwiększenie aktywności w zakresie programów afiliacyjnych;
- wykorzystanie potencjału zewnętrznych mediów społecznościowych o największym globalnym zasięgu (Facebook, Nasza Klasa) i aktywizowanie użytkowników wokół dużych eventów TVP S.A.;
- stworzenie dodatkowych kanałów promocji anten oraz portalu TVP (oficjalny kanał TVP na You Tube).

Efektom realizacji strategii było wdrożenie projektu nowej strony głównej portalu tvp.pl, która zastąpiła dotychczasową stronę nadawcy publicznego. Wymagało to gruntownej przebudowy i zapewnienia użytkownikom łatwych możliwości dotarcia do większej ilości atrakcyjnych treści, bez konieczności przechodzenia przez większą ilość stron.

16 listopada 2010 roku, po dwóch latach od uruchomienia strony tvp.pl łączącej portal korporacyjny i projekt itvp.pl, strona główna TVP S.A. zmieniła wygląd. W nowym układzie łatwo dotrzeć do pozycji antenowych, których promocja jest istotna dla Spółki, do większej ilości atrakcyjnych treści już z poziomu głównej strony portalu. Zmiany oprócz grafiki dotyczą sposobu dystrybucji treści.

Wdrożone zmiany umożliwiają przede wszystkim publikację wszystkich certyfikowanych przez Interactive Advertising Bureau Polska (IAB) tzw. reklam płaskich. W chwili obecnej na życzenie reklamodawcy można przeprowadzić każdy rodzaj kampanii. Wiąże się to w dużej mierze z nowym układem elementów, który pozwala na wyeksponowanie większej ilości treści pochodzących z wortalu i serwisów tematycznych. Przed wprowadzoną zmianą nie było tak szerokiej możliwości. Nowa strona stawia na otwartość i łatwy dostęp do informacji, a projekt uwzględnia przestrzeń na publikację nowych elementów.

Odbiorca znajdzie tutaj obecnie m.in:

- nowy dział poświęcony biznesowi
- ekspozycję nowego serwisu VOD (video na żądanie)
- pasaż handlowy
- szczególnie polecane pozycje ramówkowe Telewizji Polskiej S.A.
- listę najczęściej oglądanych programów w wersji online
- informacje regionalne, gdzie publikowane są newsy przygotowywane przez Ośrodki Regionalne (użytkownik ma możliwość wyboru regionu z którego informacje interesują go najbardziej)
- materiały promujące bieżącą ofertę programową TVP (agregacja treści tematycznych serwisów oraz kierowanie użytkowników do materiałów zgodnych z ich zainteresowaniami)
- kluczowe i najciekawsze informacje pochodzące z serwisów /wortalu tematycznych: publicystyka, sport, seriale, wiedza, kultura, styl życia rozrywka, filmoteka, historia, religia, retro.tvp.pl, w tym najświeższe relacje z kolejnych etapów realizacji nowych programów TVP (castingi, newsy z planów zdjęciowych)
- informacje (newsy).

Projekt strony przygotowały zespoły Telewizji Polskiej S.A.: iTVP HD wraz z Ośrodkiem – TVP Technologie. Prace nad przedsięwzięciem prowadzone były od kwietnia 2010 roku oraz zostały poprzedzone szeregiem analiz rynkowych, analiz konkurencji i analiz wewnętrznych. Uruchomienie nowej wersji strony głównej wpłynęło znacząco na zwiększenie zainteresowania portalem i stronami internetowymi TVP S.A.

W 2010 roku tvp.pl odwiedzało średnio miesięcznie 3 mln użytkowników, dla porównania, w 2009 roku było to 2,4 mln, co stanowi wzrost na poziomie ok. 25 procent w skali roku. W czerwcu 2010 roku portal odwiedziło aż 3,7 mln użytkowników, czyli o 1 mln więcej niż październiku 2009 roku, który wówczas był miesiącem rekordowym.

Znacząco wzrosła także ilość odtworzeń wideo – dla całego portalu wyniosła ona ponad 52 mln, co przy średniej miesięcznej 4,4 mln daje w stosunku do 2009 r. wzrost o 22 procent.

Jednocześnie w 2010 roku scyfrizowano i opublikowano na stronach TVP S.A. 59 612 materiałów wideo, co w stosunku do roku 2009 (33 089) daje prawie 100% wzrost potwierdzający wysoką dynamikę rozwoju portalu. Obecnie na tvp.pl widzowie mogą obejrzeć ponad 9 tysięcy programów telewizji publicznej na żywo i na żądanie, mają także dostęp do treści dodatkowych, m.in. do ekskluzywnych materiałów wideo.

W ramach głównych działań rozwojowych w 2010 roku uruchomiono: Serwis vod.tvp.pl zbierający w jednym miejscu wszystkie treści płatne portalu tvp.pl. Użytkownik w Internecie może wybrać materiał wideo (film lub serial) i obejrzeć go w dowolnym momencie. Może również przerwać oglądanie i powrócić do filmu w wybranej przez siebie chwili. Pracując nad projektem uporządkowano jednocześnie istniejącą od kilku lat bibliotekę materiałów VOD Telewizji Polskiej, polepszo ekspozycję treści cieszących się popularnością wśród użytkowników, przygotowano promocję kontentu nowo pozyskanego, poszerzono zasięg i zwiększono zysk z tytułu udostępniania treści płatnych.

Serwis jest wydawany w cyklu bieżącym, a jego zawartość uzupełniana przez aktualne produkcje TVP. Internauci znajdują tu największą ilość seriali w polskim internecie (zarówno archiwalnych, jak i aktualnych produkcji TVP) oraz światowej klasy filmy fabularne. Obecnie jest w nim dostępnych blisko 70 serii produkcji TVP i 86 polskich oraz zagranicznych pozycji fabularnych.

Katalog treści uzupełniany jest bieżącymi produkcjami TVP, a jednocześnie powiększana jest baza seriali archiwalnych, w której znajdują się m.in.: „Czterej Pancerni i Pies”, „Stawka większa niż życie”, „Alternatywy 4”, „Wojna Domowa”, „Stawiam na Tolka Banana”.

Dzięki aktywności w poszerzaniu zasobów VOD użytkownik ma obecnie dostęp do wybitnych pozycji kina europejskiego. Są to tytuły: „Kocham Cię od tak dawna”, „Pozwól mi wejść”, „Mężczyzna idealny”.

W 2010 r. katalog filmów wzbogacono m.in. o tytuły: „Granatowy Prawie Czarny”, „Papierowy żołnierz”, „Hallam Foe”, „Pożegnania”, „Rosario Tijeras”, „Rok Diabła”, „Obywatel Havel”.

Utworzenie vod.tvp.pl miało szeroki rozgłos na rynku wideo w sieci wskazując Telewizję Polską S.A. jako jednego z liderów rozwoju tego rynku. Słuszność decyzji o wprowadzeniu nowego serwisu vod.tvp.pl potwierdzają także dane statystyczne – w październiku 2010 r. stronę odwiedziło aż 315 tys. użytkowników, średnia miesięczna za ubiegły rok wynosi 233 tys., co, biorąc pod uwagę specyfikę agregowanych w ramach serwisu treści oraz płatną formułę ich udostępniania, jest znaczącym sukcesem na tle działań konkurencji.

Wychodząc naprzeciw przyzwyczajeniom internautów i potrzebom rynkowym w 2010 roku portal tvp.pl zaczął także wykorzystywać media społecznościowe – Naszą Klasę, YouTube i Facebooka. W 2010 roku Telewizja Polska podpisała umowę ws. współpracy z serwisem wideo w sieci YouTube. Stała się jednym z partnerów tego serwisu w Polsce. Powstały projekty wykorzystania YouTube w celach promocyjnych i komercyjnych. Podjęto decyzję o publikowaniu tzw. pełnych treści i ich komercjalizowaniu. Na YouTube aktywny jest oficjalny kanał tvp.pl oraz kanały marek premium, służący do promocji oferty anten i portalu tvp.pl. Współpracę z Naszą Klasą wykorzystano natomiast przede wszystkim do budowania

społeczności fanowskiej dla ubiegłorocznych dużych eventów sportowych. Dziś profil sport.tvp.pl liczy ponad 130 tys. fanów.

Przygotowano i wdrożono projekt aktywności Telewizji Polskiej S.A. na Facebooku. Dziś oprócz oficjalnego profilu TVP.pl na FB istnieje blisko 30 profili marek telewizyjnych. Aktualna liczba użytkowników to 78 000. Wszystko wskazuje na to, że w 2011 r. liczba ta wzrośnie co najmniej czterokrotnie.

Aplikacja „Pasaż handlowy”.

Podstawową formą prowadzenia działalności handlowej w Internecie stały się sklepy internetowe, które charakteryzowane są jako serwisy WWW umożliwiające przeglądanie, wybór i nabywanie towarów. W dobie rozwoju pasażów handlowych oraz w odpowiedzi na potrzeby użytkowników Internetu nowa witryna portalu TVP zapewnia miejsce dedykowane sprzedaży. Pasaż handlowy znajduje się w lewej kolumnie nowej strony. W Pasażu dostępne są stale produkty ze sklepu afiliacyjnego e-sizeer.tvp.pl, a więc konfekcje sportowe oraz audioteka.tvp.pl (audiobooki). Katalog produktów sprzedażowych będzie poszerzany. Na 2011 rok zaplanowano pozyskanie do współpracy księgarni internetowej oraz dystrybutora biletów koncertowych. Pasaż handlowy docelowo będzie działał na zasadzie XML. Oznacza to automatyczne pobieranie informacji o produktach, które są dostępne na stronach.

Nowe strony oddziałów regionalnych

Opracowano nową szatę graficzną oraz architekturę informacji dla wortalów/stron internetowych 16 Oddziałów Terenowych TVP S.A. Celem prac było zapewnienie wizerunkowej i użytkowej spójności portalu.

Do najważniejszych działań programowych 2010 roku należy zaliczyć:

- **Serwis i kampania promocyjna Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej RPA 2010**
Od uruchomienia do ostatniego dnia mistrzostw odwiedziło serwis 1,5 mln unikalnych użytkowników, którzy wygenerowali 17,4 mln odsłon (dane Gemius Traffic) oraz 4,5 mln sesji wideo. Wszystkie transmitowane w ramach serwisu sport.tvp.pl/fifa2010 mecze obejrzało ponad 1 milion unikalnych użytkowników. Średnia oglądalność transmisji live wyniosła 20 tys. unikalnych użytkowników. Materiały vod obejrzało ponad 600 tys. unikalnych użytkowników. Najchętniej oglądane materiały wideo to: nieuznana bramka Anglików z meczu Anglia – Niemcy, trafienie Cristiano Ronaldo w meczu Portugalia – Korea Płn. 6:0 oraz gol Fernandesa (Hiszpania - Szwajcaria 0:1).
- **Serwis i kampania promocyjna Zimowych Igrzysk w Vancouver 2010**
Specjalny multimedialny serwis olimpijski udostępnił ponad **600 godzin relacji** oraz możliwość obejrzenia w Internecie na żywo i na żądanie wszystkich transmisji wideo z Vancouver. Najbardziej atrakcyjny dla kibiców był dostęp do sześciu równoległych kanałów transmisji internetowych z olimpijskiej rywalizacji. Internauci na stronie vancouver.tvp.pl mogli śledzić Igrzyska przez 24 godziny na dobę, sprawdzać najświeższe relacje naszych dziennikarzy, wyniki, plany transmisji, brać udział w olimpijskich quizach oraz rywalizować on-line w specjalnej grze vancouver2010, pozwalającej zmierzyć się z rywalami z całej Europy w czterech dyscyplinach olimpijskich. Serwis był prawdziwym centrum informacji o występach Polaków na Igrzyskach i rywalizacji światowych gwiazd sportów zimowych. Dużym zainteresowaniem widzów cieszyły się pozostałe eventowe serwisy, wśród nich te dedykowane lekkoatletycznym mistrzostwom świata w Barcelonie (133 966 odtworzeń), Pucharowi Świata w skokach narciarskich, żużlowi i meczom reprezentacji Polski w piłce nożnej.

- **Dwujęzyczny multimedialny serwis internetowy chopin.tvp.pl.**
Serwis został przygotowany przez TVP S.A. z okazji obchodów Roku Chopinowskiego. Jego uruchomienie nastąpiło 7 stycznia 2010 r. Znajdują się w nim unikatowe materiały wideo poświęcone życiu i twórczości Fryderyka Chopina, aktualności dotyczące Roku Chopinowskiego, sylwetki wykonawców, galerie zdjęć i relacje z koncertów. Na chopin.tvp.pl w specjalnej sekcji poświęconej Konkursowi Chopinowskiemu były transmitowane wszystkie przesłuchania konkursowe oraz koncerty finałowy i laureatów. Ponadto codziennie pojawiały się relacje ze studia i podsumowania poszczególnych dni oraz wywiady z uczestnikami konkursu. Obsługę codziennych relacji zapewnili dziennikarze Redakcji Mediów Interaktywnych iTVP HD. Internauci śledzili przebieg Konkursu, ale sięgali także po dodatkowe materiały wideo. Konkurs Chopinowski na www.Chopin.tvp.pl był najczęściej oglądalnym wydarzeniem kulturalnym na stronach www.tvp.pl i generował około 80 proc. ruchu w całym serwisie tematycznym „Kultura”.

W październiku 2010 strony serwisu odwiedziło w sumie 76,2 tys. unikalnych użytkowników, którzy wygenerowali prawie 1 mln odsłon oraz 110 tys. sesji wideo. Nieznacznie większą część odtworzeń stanowiły odtworzenia klipów na niekorzyść transmisji live. Większa liczba użytkowników oglądała jednak transmisje live – w sumie 16,5 tysiąca, co stanowi 22% wszystkich unikalnych cookies zarejestrowanych w tym czasie na stronach serwisu. Ponad 37% wszystkich użytkowników stanowili użytkownicy z zagranicy.

Działania programowe uzupełniające ofertę programową – serwisy tematyczne

Portal tvp.pl składa się z serwisów tematycznych: informacje, publicystyka, sport, seriale, dla dzieci, wiedza, styl życia, kultura, rozrywka, filmoteka, historia, religia, retro.tvp.pl. Swoje odzwierciedlenie znajdują one w layoutcie strony głównej.

Oprócz stworzenia własnej unikalnej oferty programowej w oparciu o działalność newsową, w 2010 r. zrealizowano szereg działań, które uzupełniają i wzbogacają ofertę programową TVP S.A. przygotowała serwisy internetowe poświęcone tematyce:

- **rozrywkowej**, m.in. festiwalom muzycznym w Opolu i Bydgoszczy, Eurowizji, „Telekamerom” i „Wiktorom”. Opracowano serwis nowego programu rozrywkowego „Śpiewaj i walcz”. Rozbudowano także serwisy kabarety.tvp.pl, „Kocham Cię Polsko”, „Szansy na sukces” oraz pozostałe poświęcone tematyce stricte sezonowej, jak „Święta i Sylwester w TVP”. Serwis opole2010.tvp.pl zanotował 578 959 odtworzeń;
- **retro**, opracowano do publikacji materiały archiwalne poświęconych: retro moto oraz Stanisławowi Lemowi. Przygotowano projekt (w tym promocja) i zrealizowano serwis premierowego programu TVP2 pt. „Hit dekady”. Liczba odtworzeń serwisu retro.tvp.pl to w roku ubiegłym ok. 222 487;
- **sportowej** (jak opisane wcześniej). Zrealizowane przez TVP transmisje z Olimpiady zarówno pod względem oferty, jak i oglądalności były wydarzeniem bez precedensu w polskim Internecie;
- **politycznej i publicystycznej**, m. in. rozbudowa oferty internetowej o nowe pozycje ramówkowe, jak: „Polityka przy kawie”, „Gorący temat”, „Punkt widzenia”, „Tydzień Jacka Żakowskiego”, „Plus minus” – serwis sponsorowany w nowej odsłonie, „Potęga funduszy” i stworzenie serwisów poświęconych wyborom prezydenckim i samorządowym, przy intensywnej i efektywnej współpracy tvp.pl i tvp.info. Po raz pierwszy w historii tvp.pl uruchomiono wspólny specjalny moduł agregujący wyniki sondażowe i oficjalne, dzięki czemu TVP S.A. dostarczała swoje informacje jako pierwszy stacja, dodatkowo w formie atrakcyjnej oraz przystępnej dla internautów. Opracowano i opublikowano serwisy: „Wybory 2010 - Tomasz Lis”, „Debaty wyborcze 2010”, „Flesz wyborczy”. Warto dodać,

że serwis jednego ze stałych programów publicystycznych „Tomasz Lis na żywo” odnotował w roku ubiegłym 332 811 odtworzeń;

- **serialowej**, m.in. „Czas honoru III”, „Blondynka”, „Sprawiedliwi”, „Nowa”, „Licencja na wychowanie”, „Tancerze”, „Duch w dom”, „Apetyt na życie” oraz rozbudowa serwisów produkcji o charakterze ciągłym, jak „M jak miłość”, „Klan”, „Plebania”, „Moda na sukces”. Serial „Czas honoru” odnotował aż 557 317 odtworzeń;
- **dokumentalnej**, serwis filmoteka.tvp.pl jest obecnie największą w polskim Internecie bazą skupiającą filmy dokumentalne. W 2010 r. udostępniano w jego ramach ponad 230 pozycji, wśród nich są także m.in. „Królik po berlińsku”, „Amerykanin w PRL”, „Chemia” oraz szereg produkcji TVP zdobywających nagrody na międzynarodowych festiwalach. Serwis filmoteki rozbudowano o nowe moduły: „top ten”, „nowości”. Opracowano i przygotowano serię quizów tematycznych związanych z polskim kinem. Przygotowano serwisy poświęcone polskim festiwalom filmowym: Doc Review w Warszawie, Festiwalowi Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni. Opracowano do publikacji 55 filmów zewnętrznego kontrahenta Vivarto, które są udostępniane odpłatnie. VOD.tvp.pl w 2010 roku wzbogacono m.in. o takie pozycje jak „Granatowy Prawie Czarny”, „Papierowy żołnierz”, „Hallam Foe”, „Pożegnania”, „Rosario Tijeras”, „Rok Diabła”, „Obywatel Havel”;
- **kulturalnej**, oprócz serwisu Chopin.tvp.pl przygotowano serwisy nowych programów o tematyce kulturalnej: „Informacje Kulturalne” - nowa odsłona, „Czytelnia” - nowa odsłona, „Potrzebni”, „Koniec końców”, „Wstęp wolny”, „Tygodnik Kulturalny” . „Kwestionariusz Kultury”. Opracowanie założenia i przygotowano serwisy do wydarzeń o tematyce kulturalnej: „Gwarancje kultury”, „Paszporty Polityki, „Młody Muzyk Roku”;
- **z zakresu historii i religii**, przygotowano serwis nowego programu krajoznawczo-historycznego „Miejsca z historią” oraz serwisu „Jan Nowak Jeziorański o...” poświęconego wspomnieniom J.N. Jeziorańskiego z Watykanu. Opracowano stronę poświęconą Beatyfikacji Ks. Jerzego Popiełuszki (filmy dokumentalne, fragmenty uroczystości) i stronę poświęconą Porozumieniom Sierpniowym. Pozyskano oraz opublikowano nowe pozycje programowe do istniejących serwisów poświęconych II Wojnie Światowej, Konstytucji 3 Maja i Bitwie pod Grunwaldem. Jeden z ważniejszych, istniejących serwisów dotyczący wydarzeń historycznych Wielki Test z Historii zanotował w roku ubiegłym 19 041 odtworzeń.

Dodatkowo – w 2010 roku powstał serwis specjalny: „Katastrofa w Smoleńsku” w którym publikowano relacje z uroczystości pogrzebowych, galerie aktualizowane na bieżąco oraz księgę kondolencyjną.

Projekty w zakresie mediów interaktywnych zainicjowane w 2010 roku

Równocześnie z wdrożeniem nowej strony portalu tvp.pl TVP S.A. rozpoczęło prace koncepcyjne nad przebudową serwisów tematycznych, udostępnieniem użytkownikom nowych funkcjonalności, m. in. wspierających ich aktywność w mediach społecznościowych oraz aplikacji mobilnych.

W listopadzie 2010 roku rozpoczęto także prace nad projektem nowego portalu, którego stworzenie podyktowane jest wspomnianą zmianą strategii aktywności internetowej i wyznaczeniem nowych priorytetów w działalności Spółki w nowych mediach. Realizacja projektu pozwoli na udostępnienie zasobów archiwalnych Telewizji Polskiej S.A. abonentom i użytkownikom Internetu oraz zwiększenie konkurencyjności TVP S.A. na rynku mediów.

Rozpoczęto prace przy realizacji założeń projektu EU Screen, w tym udział w warsztatach i szkoleniach z zakresu archiwów stacji publicznych nadawców w Europie. Dodatkowo prowadzone są prace nad projektami: Archiwum Cyfrowego – pilot dla iTVP, wdrożeniem serwisu mobilnego, wdrożeniem nowego forum, nowych aplikacji zarządzania treściami oraz utworzeniem serwisu z grami online Gry.tvp.pl.

Zgodnie ze przyjętą strategią w roku 2010 rozpoczęto planowanie prac redakcyjnych (na etapie zdjęć oraz castingów) nad właściwą obecnością w Internecie oraz wsparciem promocyjnym do wybranych seriali TVP S.A.: „1920. Wojna i miłość”, „Chichot losu”, „Rodzinka.pl”, „Instynkt” (na etapie produkcji) oraz show muzycznego: „Bitwa na Głosy” (na etapie przygotowań i castingów).

3.2.2. Napisy dla niesłyszących

Telewizja Polska, jako jedyny nadawca w kraju emituje napisy dla niesłyszących. Emisja prowadzona jest w TVP1 i TVP2. Napisy są dostępne przy wybranych audycjach, również nadawanych na żywo. Do publikacji napisów wykorzystywany jest teletekst.

W 2010 roku wyemitowano napisy do 2345 godzin programów i filmów. 700 godzin, czyli ok. 30% tej produkcji była opracowana i wyemitowana po raz pierwszy. Pozostała część została przygotowana w latach ubiegłych. 2345 godzin napisów to ok. 14,5% wszystkich audycji TVP1 i TVP2. W podziale na kanały daje to prawie 17% wszystkich pozycji programowych emitowanych w TVP1 i ponad 12% w TVP2. Wynosi to ponad 6 godzin dziennie, czyli ponad 200 pozycji programowych w miesiącu.

Dobór programów, które udostępniane są z napisami dla niesłyszących uwzględnia kryteria największej oglądalności i walory edukacyjne. Priorytetowo traktowana jest produkcja polska. Przejawem realizacji misji nadawcy publicznego jest także przygotowanie napisów dla niesłyszących do transmisji Mszy Narodowej na Placu Piłsudskiego w intencji ofiar katastrofy smoleńskiej oraz pogrzebu pary prezydenckiej na Wawelu.

Podobnie jak w ciągu ostatnich kilku lat, w czasie kampanii wyborczej przed wyborami prezydenckimi prawie 20 godzin Audycji Komitetów Wyborczych opatrzone było napisami. Regularnie pojawiają się one również w trakcie emisji wystąpień okolicznościowych Prezydenta RP i Prymasa.

Dodatkowo na DVD z napisami dla niesłyszących w 2010 roku ukazały się następujące serie: „Czas honoru”, „Dom nad rozlewiskiem”, „Ojciec Mateusz”, kolejne odcinki cyklu „Boso przez świat”, a także spektakl Teatru Telewizji - „Prymas w Komańczy”.

3.2.3. Audiodeskrypcja

Od czerwca 2007 roku TVP jest jedynym medium w Polsce stale udostępniającym osobom niewidomym i niedowidzącym programy z audiodeskrypcją, czyli z dodatkowym opisem słownym. W 2010 roku z powodów trudnej sytuacji finansowej, spowodowanej brakiem odpowiednich wpływów abonamentowych nie przygotowano nowych nagrań audiodeskrypcji. Jednak - w portalu tvp.pl dostępnych jest 90 materiałów wideo zawierających audiodeskrypcję, na które składają się odcinki sześciu seriali tj: „Ranczo” (2 serie), „Tajemnica twierdzy szyfrów”, „Determinator”, „Magiczne drzewo”, „Boża podszewka 2”, „Londyńczycy” oraz filmy „Jutro idziemy do kina” i „Królowa chmur”.

3.3. Kampanie społeczne, patronaty korporacyjne i akcje charytatywne Telewizji Polskiej S.A.

Zgodnie z obowiązującymi procedurami, TVP S.A. obejmuje nieodpłatnie - korporacyjnym patronatem medialnym istotne z punktu widzenia interesu społecznego przedsięwzięcia, akcje oraz inicjatywy, które są szeroko omawiane i nagłaśniane na antenach ogólnopolskich oraz podejmuje się roli partnera wspierającego kampanie społeczne, organizowane przez instytucje działające dla dobra publicznego, w szczególności przez organizacje pozarządowe i organizacje pożytku publicznego. Dodatkowo TVP S.A. inicjuje, kreuje i współorganizuje kampanie i akcje charytatywne.

Tematy kampanii społecznych przeprowadzanych na antenach TVP S.A. dotyczą przedsięwzięć ogólnopolskich, najważniejszych problemów o szerokim znaczeniu społecznym, prezentowanych w celach profilaktyki społecznej oraz edukacji, uświadamiania i zmiany postaw społecznych wobec niepożądanych zjawisk. Stosując zasadę bezstronności TVP S.A. nie faworyzuje, ani nie promuje żadnej organizacji czy grupy.

TVP S.A. sama nadzoruje i realizuje politykę patronacką, natomiast projekty kampanii społecznych zgłaszane przez organizacje pożytku publicznego, fundacje, organizacje pozarządowe, instytucje. Wnioski w tych sprawach są, zgodnie odpowiednimi procedurami korporacyjnymi Telewizji Polskiej S.A., rozpatrywane przez Komisję ds. Kampanii Społecznych w ramach zadań regulaminowych Biura Marketingu TVP S.A..

W 2010 roku zostało rozpatrzonych ok. 600 wniosków o udzielenie patronatu medialnego TVP S.A. (oznacza to ok. 50 wniosków miesięcznie) oraz ponad 140 wniosków dotyczących kampanii społecznych. Telewizja Polska w 2010 roku zrealizowała ponad 100 korporacyjnych patronatów medialnych oraz łącznie na antenach ogólnokrajowych i w programach regionalnych 45 akcji oraz kampanii społecznych .

TVP S.A. była mecenasem tak ważnych dla polskiej kultury instytucji, jak: Teatr Narodowy, Muzeum Narodowe w Warszawie czy Zamek Królewski w Warszawie, z którymi zostały zawarte całoroczne porozumienia o współpracy. TVP S.A. stale współpracuje z wieloma organizacjami i instytucjami m.in. Rzecznikiem Praw Dziecka, Narodowym Centrum Kultury, Polskim Czerwonym Krzyżem. Intensywnie wspiera różnorodne akcje społeczne, szczególnie zorientowane na pomoc dzieciom np. w 2010 r. TVP tradycyjnie już brała udział w organizacji XIX Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, organizowała kolejną edycję akcji charytatywnej „Reklama dzieciom” oraz wspierała akcje „Wigilijne dzieło pomocy dzieciom XVII edycja”, kolejne edycje: „SOS – Wioski Dziecięce” oraz „Pomóż dzieciom przetrwać zimę”.

W 2010 r. skoncentrowano się przede wszystkim na kampaniach społecznych informacyjno – edukacyjnych, które stawiają sobie za cel uświadomienie istnienia danego zjawiska, problemu, wydarzenia i kampaniach, które wpływają na kształtowanie postaw wobec stawianego problemu, rozwijają wrażliwość i odpowiedzialność społeczną oraz na kampaniach pomocowych, charytatywnych rozwijających wolontariat i solidarność społeczną.

Na antenach TVP S.A. zrealizowane zostały również kampanie informacyjno-promujące Wybory Samorządowe 2010 i Powszechny Spis Rolny oraz emitowany był spot z informacją o możliwości odpisywania 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego.

Do największych kampanii społecznych przeprowadzonych w 2010 roku należały (w nawiasach: liczba emisji spotów):

Kampanie wpływające na zmianę postaw społecznych:

- „Hospicjum to też Życie” – „Słonie jak dzieci” kampania Fundacji Hospicyjnej poświęcona problemom dzieci osieroconych: TVP1(26), TVP Polonia(19), TVP Kultura (7), TVP2 (1),
- „Kultura się liczy” – kampania Narodowego Centrum Kultury mająca na celu uświadomienie roli kultury w budowaniu kapitału ludzkiego i jej znaczenia w rozwoju gospodarczym kraju: TVP1 (8), TVP Kultura (23),
- Maraton Pisania Listów 2010” – kampania Stowarzyszenia Amnesty International zachęcająca do zaangażowania się w obronie praw człowieka przez ręczne pisanie listów w obronie kilkunastu konkretnych osób lub grup osób, których prawa zostały złamane: TVP Kultura (13), TVP Historia (9), iTVP HD (51)

Kampanie informacyjno-edukacyjne:

- „Każdy ruch w Internecie zostawia ślad” kampania Fundacji Dzieci Niczyje i Rzecznika Praw Dziecka mająca na celu zwrócenie uwagi społeczeństwa na nowe przepisy penalizujące uwodzenie dzieci w Internecie oraz walka z przekonaniem sprawców o ich anonimowości w Internecie: TVP1 (9), TVP Polonia (119),
- „Płytką wyobraźnia to kalectwo” - kampania społeczna Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji oraz Rzecznika Praw Dziecka promująca odpowiedzialne zachowania dzieci i młodzieży nad wodą: TVP2 (12), TVP INFO (215).

Kampanie zwracające uwagę na problemy patologii:

- „Przemoc w rodzinie”- „Nie krzywdź, nie będziesz krzywdzony”- kampania Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej mająca na celu zmniejszenie zjawiska przemocy wobec osób starszych i niepełnosprawnych w rodzinie: TVP1(10), TVP INFO (12), TVP Kultura(34), „Poznaj swoje prawa. Wyjdź z cienia. Pozwól sobie pomóc” - kampania Ministerstwa Sprawiedliwości na temat praw osób pokrzywdzonych przestępstwem: TVP Polonia (44), TVP 1 (6), TVP Kultura (13), TVP INFO (57).

Kampanie promujące proekologiczne zachowania:

- „Nie zaśmiecaj swojego sumienia” - kampania Ministerstwa Środowiska – promocja kampanii poświęconej ochronie środowiska, przyczyniająca się do wzrostu świadomości i zmiany zachowań Polaków, 3. spoty „Spalanie śmieci”, „Dzikie wysypiska”, „Segregacja śmieci”: TVP1(18), TVP2 (5), TVP INFO (34), TVP Kultura (7), TVP Polonia(27),
- „Zmień nawyki na dobre. Zmień klimat na lepszy” – kampania edukacyjna Ministerstwa Środowiska – promująca postawę poszanowania i racjonalnego wykorzystywania wody, upowszechnienia wiedzy o zmianach klimatu Ministerstwa Środowiska :TVP2 (5), OTV.

Kampanie promujące zdrowie i prozdrowotne zachowania:

- „Pamiętaj o sercu” – kampania Instytutu Kardiologii – 2 bloki skierowane do młodzieży (5 spotów) i do dorosłych (5 spotów) :TVP 1 (15), TVP Polonia (41), TVP Kultura (33),
- „Daj szansę swojemu dziecku. Nie daj szansy AIDS” – kampania Krajowego Centrum ds. AIDS, której celem było zachęcenie kobiet planujących macierzyństwo i oczekujących dziecka do rozważenia wykonania testu w kierunku HIV: TVP2 (12), TVP Polonia (21), TVP Kultura (15).

Kampanie nawiązujące do obchodów rocznic w 2010r.:

- „Polska walcząca” - Obchody 66. rocznicy wybuchu Powstania Warszawskiego – kampania przypominająca o pamięci zbiorowej o Powstaniu Warszawskim i jego wpływie na obecne pokolenia: TVP1 (8), TVP2 (19), TVP INFO(37),
- „Grunwald. Walka 600-lecia” - obchody 600.rocznicy bitwy pod Grunwaldem”: TVP2 (9), TVP Kultura (4), TVP Sport (5).

Korporacyjny patronat medialny TVP S.A. w 2010 r. otrzymały m.in.:

Ogólnopolskie akcje charytatywne:

- Fundacji „Akogo?” Ewy Błaszczyk, ze szczególnym uwzględnieniem projektu budowy kliniki „Budzik” dla dzieci po ciężkich urazach mózgu,
- Fundacji Urszuli Jaworskiej, popularyzujące ideę dawstwa szpiku dla chorych na białaczkę,
- Fundacji Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, m.in. projekt budowy całorocznego Ośrodka Wczasowo-Rehabilitacyjnego dla Osób Niepełnosprawnych,
- Ogólnopolska akcja Caritas Polska „Paczka na Wschód i „Wigilijne Dzieło Pomocy Dzieciom”,
- Charytatywna akcja „Świąteczna Zbiórka Żywności”, organizowana przez Federację Polskich Banków Żywności,
- Ogólnopolska akcja Polskiego Radia Lublin „Pomóż dzieciom przetrwać zimę”,
- „Charytatywny Bał Dziennikarzy”,
- Ogólnopolska kampania „Hospicjum to też Życie”.

Przedsięwzięcia związane z działalnością wspólnot religijnych i mniejszości narodowych:

- Ogólnopolskie obchody Dnia Papieskiego,
- Międzynarodowy Kongres dla Pokoju „Ludzie i Religie”,
- Obchody „Dnia Judaizmu”,
- Międzynarodowy Festiwal Kultury Żydowskiej „Warszawa Singera”,
- Międzynarodowy Dzień Pamięci o Zagładzie Romów,
- Międzynarodowe Spotkanie Młodych Legnica 2000,
- Obchody Dnia Dziękczynienia w Centrum Opatrzności Bożej,
- Obchody Dnia Solidarności z Kościołem Prześladowanym,
- VIII Zjazd Gnieźnieński „Rodzina nadzieją Europy”,
- Obchody 5. rocznicy śmierci Jana Pawła II.

Ważne wydarzenia kulturalne:

- Cykl ogólnopolskich przedsięwzięć w ramach obchodów Roku Chopinowskiego, organizowanych m.in. przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina, np. Międzynarodowy Festiwal Muzyczny „Chopin i jego Europa”,
- Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej „Warszawska Jesień”,
- XVI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina,
- Międzynarodowy Festiwal Filmowy „Żydowskie Motywy”,
- Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena,
- Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie,
- XVI Międzynarodowe Targi Wydawców Katolickich,
- Ogólnopolski projekt z okazji 600. rocznicy Bitwy pod Grunwaldem, organizowany przez Zamek Królewski na Wawelu,
- Warszawski Festiwal Filmów o Tematyce Żydowskiej,
- 50. Krakowski Festiwal Filmowy,
- Festiwal Kultury Japońskiej,
- 4. Festiwal Filmów Rosyjskich „Sputnik nad Warszawą”,
- Festiwal Piosenki Młodzieży Niepełnosprawnej „Impresje Artystyczne” w Ciechocinku, Międzynarodowy Festiwal Muzyki Cerkiewnej „Hajnowka 2010”,
- Międzynarodowy Festiwal „Lubuskie Lato Filmowe 2010”.

Projekty o charakterze społecznym i edukacyjnym:

- Obchody Święta Niepodległości,
- Udział Polski w Wystawie Światowej EXPO 2010 w Szanghaju,
- Europejskie Letnie Igrzyska Olimpiad Specjalnych,
- Obchody 30. rocznicy Porozumień Sierpniowych i narodzin NSZZ Solidarność,

- Ogólnopolska kampania społeczna Narodowego Centrum Kultury „Kultura się liczy”,
- Ogólnopolska kampania edukacyjna „Cała Polska Czyta Dzieciom” (1 lutego 2011 r. TVP S.A. otrzymała wyróżnienie za wieloletnie patronowanie temu przedsięwzięciu),
- Kampania edukacyjno-społeczna „Mapa Kultury”, organizowana przez Narodowe Centrum Kultury z inicjatywy Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego,
- Ogólnopolskie obchody 600. rocznicy Bitwy pod Grunwaldem,
- Międzynarodowy Dzień Pamięci o Holokauście,
- Obchody Narodowego Dnia Życia,
- Olimpiada Wiedzy o Polsce i Świecie Współczesnym (stypendia Prezesa Zarządu TVP S.A. dla laureatów olimpiady),
- 22. Międzynarodowa Parafiada Dzieci i Młodzieży,
- V Międzynarodowy Dzień Pamięci o Holokauście,
- X Ogólnopolski Program Społeczno-Edukacyjny „Mistrz Mowy Polskiej”,
- Ogólnopolska kampania edukacyjno-społeczna „Lecz nadciśnienie skutecznie”,
- Ogólnopolska kampania społeczna „Bezpieczny przejazd – zatrzymaj się i żyj”,
- Jubileuszowy Złot Stulecia Harcerstwa w Polsce,
- Forum Ekonomiczne w Krynicy,
- Nagroda Kościelskich i festiwal literacki Wielkie Nocne Czytanie,
- Nagrody Teatru Polskiego Radia „Wielki Splendor”.

Szczegółowy wykaz kampanii społecznych przeprowadzonych w 2010 roku w ogólnokrajowych i regionalnych programach oraz patronatów korporacyjnych udzielonych przez TVP S.A. zawiera Załącznik nr 6.

= = = = = = = = = = = = = =

ZASADY REALIZOWANIA PRZEZ TELEWIZJĘ POLSKĄ S.A. MISJI PUBLICZNEJ

Niniejszy dokument stanowi załącznik do Uchwały Zarządu TVP S.A.
nr 108/2005 z dnia 29 marca 2005 roku

I. Wstęp

- (1) Telewizja Polska jako element systemu publicznej radiofonii i telewizji w Polsce realizuje misję publiczną, powierzoną jej oraz zdefiniowaną Ustawą z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.³
- (2) Uwzględniając znaczenie realizacji misji publicznej radiofonii i telewizji w demokratycznym państwie prawnym oraz jej funkcje w kształtowaniu wzorców osobowych, postaw społecznych i obywatelskich, w umożliwianiu dialogu społecznego będącego fundamentem społeczeństwa obywatelskiego, jej rolę kreatora kultury w obszarze języka polskiego, uprawniającą do traktowania telewizji publicznej jako swojego rodzaju dobra publicznego;⁴
- (3) biorąc pod uwagę uznaną w skali europejskiej rolę publicznej radiofonii i telewizji w zachowaniu i promowaniu pluralizmu mediów⁵ i pamiętając, że *nakaz zachowania wewnętrznego pluralizmu w programach publicznej radiofonii i telewizji możliwy jest do zrealizowania tylko pod warunkiem zachowania ich wyraźnego dystansu od aktualnego dysponenta politycznego*⁶;
- (4) traktując służbę człowiekowi i społeczeństwu jako swą podstawową powinność, i dostrzegając umocowanie misji publicznej radiofonii i telewizji w wolnościach i prawach człowieka i obywatela, oraz w, stanowiącej ich źródło, przyrodzonej i niezbywalnej godności człowieka,
- (5) w poczuciu powinności wspierania budowy społeczeństwa obywatelskiego, promowania spójności społecznej i przeciwdziałania społecznemu wykluczeniu, wspierania rozwoju myśli twórczej, oraz zapewnienia zaufanego i wiarygodnego punktu odniesienia w świecie nadmiaru informacji, określa się następujące zasady realizacji misji publicznej Telewizji Polskiej S.A.:

II. Zasady ogólne**1. Powszechność**

- (6) TVP służy społeczeństwu i przede wszystkim przed nim ponosi odpowiedzialność. Podstawową cechą programów i innych usług publicznych TVP, o których mowa w cz.II.7.3 (pkt 41) i w cz. III.4 (pkt 103-109), zgodnie z ustawowym wymogiem ich *oferowania całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom*, jest powszechność dostępu i treści.

1.1. Powszechność dostępu

- (7) TVP dąży do zapewnienia jak najszerszego dostępu odbiorców do jej programów i innych usług publicznych, zgodnie z ich przeznaczeniem oraz możliwościami technicznymi i prawnymi.
- (8) Korzystając z przekazanych jej zgodnie z ustawą częstotliwości naziemnych, TVP pokrywa cały kraj zasięgiem odbioru programów TVP1 i TVP2 oraz rozszerza zasięg programów regionalnych (TVP3). Program TV Polonia jest rozpowszechniany w sposób rozsiewczy satelitarny oraz w miarę potrzeb i możliwości jest rozprowadzany kablowo lub w inny sposób. Programy wyspecjalizowane są rozpowszechniane w sposób zapewniający ich szeroką dostępność.

³ Dz. U. z 2004 r., Nr 253, poz.2531, dalej zwana „ustawą”.

⁴ Wyrok TK z 9.9.2004, K 2/03.

⁵ Protokół nr 32 do Traktatu o Utworzeniu Wspólnoty Europejskiej, w sprawie systemu publicznej radiofonii i telewizji w państwach członkowskich, Dz.Urz.WE, z 10.11.1997, C 340/109; Rekomendacja nr R (99) 1 Komitetu Ministrów Rady Europy z 19.01.1999 r. w sprawie środków promowania pluralizmu mediów.

⁶ Uchwała TK z 13.12.1995, W 6/95, OTK 1995/3/23.

- (9) TVP dąży do obecności jej programów i innych usług publicznych, z poszanowaniem praw autorskich i pokrewnych, na wszystkich znaczących polskich platformach medialnych, w szczególności platformach rozprowadzania programów, dbając o łatwość dostępu odbiorców do publicznych programów i innych usług w ramach danej platformy.
- (10) W celu zainteresowania odbiorców swymi programami i innymi usługami publicznymi oraz ułatwienia odbiorcom dotarcia do interesujących ich treści, TVP dba o szeroką i łatwą dostępność informacji o jej programach, audycjach oraz innych usługach publicznych.
- (11) TVP uznaje za swój obowiązek umożliwienie szerokim kręgom odbiorców korzystania z techniki cyfrowej i przeciwdziałanie tzw. luce i wykluczeniu cyfrowemu. Działając na rzecz przejścia od telewizji analogowej do cyfrowej, TVP dąży do powszechności i otwartości dostępu do niej, a za jej pośrednictwem do poszerzenia publicznej oferty programów i innych usług.

1.2. Powszechność treści

- (12) TVP przedstawia ofertę programową adresowaną do wszystkich i do każdego. Odbiorcy, niezależnie od wieku, wykształcenia, stanu majątkowego i zarobkowego, powinni mieć możliwość znalezienia w programach TVP audycji odpowiadających ich gustom i zainteresowaniom. Oznacza to obecność w ofercie zarówno audycji dla widowni masowej, jak i mniejszościowej, w tym w odpowiedniej proporcji - audycji dla grup widzów często pomijanych przez nadawców niepublicznych. Przyciągając do swych programów - m.in. popularnymi audycjami - szeroką widownię, TVP dąży do zainteresowania jej także treściami poważniejszymi i ambitniejszymi, do włączenia każdego odbiorcy w przestrzeń życia publicznego i kulturalnego, zachęcenia go do korzystania z dorobku polskiej i światowej kultury, sztuki i nauki.
- (13) Powszechność oferty TVP realizowana jest nie tylko poprzez programy ogólne – ogólnokrajowe (TVP1, TVP2), regionalne (TVP3) i TV Polonia, ale także przez programy wyspecjalizowane oraz pakiet dodatkowych usług publicznych związanych z programami, niekiedy bardziej spersonalizowanych, czy dostosowanych do potrzeb węższych grup. TVP stara się dotrzeć ze swą publiczną ofertą do wszystkich odbiorców, uwzględniając ich zmieniające się oczekiwania, i promuje spójność społeczną w dobie rozwoju zindywidualizowanej kultury komunikacyjnej.

2. Zróżnicowanie

- (14) Dążenie TVP do wszechstronnej realizacji zadań nadawcy publicznego przejawia się w zróżnicowaniu oferty pod względem adresatów, charakteru programów i innych usług publicznych, struktury gatunkowej.

2.1. Zróżnicowanie adresatów

- (15) TVP zaspokaja potrzeby zarówno widowni masowej, jak i różnych grup społecznych, wspólnot i mniejszości. Powinny one znajdować w programach i innych usługach TVP odzwierciedlenie swojego życia, zainteresowań, przekonań i dążeń oraz pomoc w rozumieniu otaczającej rzeczywistości i określeniu w niej swego miejsca, z uwzględnieniem przemian w kraju i za granicą, skutków integracji europejskiej oraz procesów globalizacji.
- (16) TVP dba o grupy odbiorców często pomijane przez nadawców komercyjnych, zwłaszcza ludzi starszych i znajdujących się w trudnym położeniu życiowym, oraz przyjmuje szczególną odpowiedzialność za zaspokojenie potrzeb dzieci i młodzieży, przygotowanie ich do samodzielnego życia w społeczeństwie i uczestnictwa w kulturze. TVP uwzględnia potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych, sprzyja społecznej integracji osób niepełnosprawnych.

2.2. Zróżnicowanie programów i innych usług

- (17) TVP tworzy i rozpowszechnia programy różniące się charakterem, a zarazem komplementarne. W celu uzupełniania oferty programów ogólnych, TVP rozwija programy wyspecjalizowane oraz inne usługi publiczne, zaspokajające węższe, a nawet zindywidualizowane potrzeby odbiorców.
- (18) Poprzez odpowiednią koordynację programów i innych usług publicznych TVP stara się adresować różne treści i elementy oferty do różnych grup widzów w tym samym czasie.

2.3. Zróżnicowanie gatunkowe

- (19) TVP oferuje odbiorcom szeroką gamę różnych gatunków programowych w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, dbając o harmonijny i komplementarny ich zestaw w poszczególnych programach. We wszystkich porach dnia TVP tworzy widzom możliwość obcowania z ofertą programową odmienną od komercyjnej, dbając o obecność w jej programach pozycji poważnych i ambitnych, ujętych w atrakcyjne formy programowe, a także audycji realizowanych w sposób nowatorski.

3. Wyważenie

- (20) Programy i inne usługi publiczne TVP cechują się wyważeniem polegającym zarówno na zachowaniu równowagi między rodzajami i gatunkami audycji przeznaczonych dla poszczególnych grup odbiorców, jak i wyważeniu treści w procesie kształtowania opinii.

3.1. Wyważenie oferty

- (21) Zróżnicowane rodzaje i gatunki audycji, a także audycje adresowane do poszczególnych grup odbiorców, powinny być obecne w programach TVP na zasadzie rozsądnego harmonizowania potrzeb i zainteresowań szerokich kręgów odbiorców z potrzebami i zainteresowaniami widowni mniejszościowej. Audycje adresowane do widowni mniejszościowej powinny być nadawane w taki sposób, aby miała ona do nich dogodny dostęp.
- (22) TVP dąży do wyważenia udziału poszczególnych rodzajów treści (informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu) w programach, tak aby każdy rodzaj treści zajmował znaczącą pozycję w programie i żaden nie był marginalizowany. Szczegółowe proporcje w tym zakresie w danym roku kalendarzowym określają przyjmowane przez Zarząd TVP założenia programowo-finansowe, o których mowa w art. 31b pkt 4 ustawy.

3.2. Wyważenie treści w procesie kształtowania opinii

- (23) Biorąc pod uwagę szczególną funkcję telewizji w procesie indywidualnego i publicznego kształtowania opinii, TVP dąży do wieloaspektowego przedstawiania zjawisk, stanowisk i poglądów; TVP unika sensacjonizmu, rażących uproszczeń i tworzenia nieuzasadnionego poczucia zagrożenia, pokazuje fakty i zjawiska w szerokim kontekście.
- (24) Audycje lub inne przekazy rozpowszechniane przez TVP 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, wyznanie, płeć lub narodowość.

4. Pluralizm

- (25) Programy i inne usługi publiczne TVP odzwierciedlają, w możliwie najszerszym zakresie, całą różnorodność opinii i przekonań oraz nurtów politycznych, filozoficznych, religijnych, naukowych i artystycznych.
- (26) Rzetelnie ukazując całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą oraz tworząc forum otwartej debaty publicznej, prezentującej stanowiska różnych grup i sił społecznych, politycznych lub gospodarczych, TVP sprzyja swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej. Programy i inne usługi publiczne TVP umożliwiają obywatelom poznanie i zrozumienie polityki organów władzy publicznej, a jednocześnie służą jawności życia publicznego oraz umożliwiają społeczną krytykę i kontrolę działalności władzy i instytucji publicznych.
- (27) TVP troszczy się o kultywowanie polskiej tożsamości kulturowej, ukazuje jej zróżnicowanie i bogactwo, stara się wносить wkład w różnorodność kulturową w Polsce, Europie i na świecie. Prezentuje dorobek i osiągnięcia różnych kultur, zwłaszcza europejskich, i w tym celu rozwija współpracę z nadawcami z innych krajów, oraz promuje polską kulturę za granicą.
- (28) TVP respektuje pluralizm światopoglądowy obywateli, szanuje uczucia religijne odbiorców i tworzy możliwość wyrażania treści religijnych. Respektuje chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki.
- (29) TVP sprzyja kształtowaniu u odbiorców szacunku dla opinii i przekonań innych. TVP wspiera zrozumienie i porozumienie między narodami, procesy pokojowe i demokratyczne, dużą wagę przykładając do integracji europejskiej.

5. Bezstronność

- (30) Jako instytucja służąca całemu społeczeństwu, TVP w swej działalności programowej - poza wyjątkowymi wypadkami, zwłaszcza dotyczącymi jej funkcji i roli - nie zajmuje własnego stanowiska. Nie formułuje ani nie wyraża własnych poglądów w sprawach politycznych lub innych będących przedmiotem debaty publicznej. Nie faworyzuje ani nie promuje żadnej partii, organizacji, grupy czy opcji.

6. Niezależność

- (31) TVP strzeże swej autonomii instytucjonalnej i niezależności redakcyjnej.

6.1. Autonomia instytucjonalna

- (32) Władze TVP w ramach obowiązującego prawa samodzielnie podejmują decyzje o jej wewnętrznej strukturze, działalności, obsadzie kierowniczych stanowisk, zatrudnianiu pracowników i współpracowników, ponosząc z tego tytułu pełną odpowiedzialność.
- (33) Najważniejszymi kryteriami oceny pracy w i dla TVP są kwalifikacje i osiągnięcia zawodowe, sposób wykonywania zadań wynikających z misji publicznej telewizji lub służących jej realizacji. Obsadzanie stanowisk kierowniczych w TVP odbywa się na podstawie kryteriów merytorycznych i zawodowych, ma możliwie otwarty i publiczny charakter.

6.2. Niezależność redakcyjna

- (34) TVP samodzielnie kształtuje program i ponosi odpowiedzialność za jego treść. Poza wypadkami określonymi przepisami prawa, żadna partia, organizacja, instytucja, grupa

interesów politycznych lub gospodarczych ani pojedyncze osoby aktywne w tym zakresie, nie mogą wpływać na decyzje redakcyjne o rozpowszechnieniu określonych treści.

- (35) TVP tworzy strukturalne zabezpieczenia przed podporządkowywaniem działalności programowej wymogom reklamodawców lub sponsorów, w szczególności poprzez wyodrębnienie Biura Reklamy od jednostek programowych oraz opracowanie zasad dopuszczania reklam do emisji.
- (36) TVP dba o suwerenność decyzji redakcyjnych oraz niezależność swych dziennikarzy, wymagając od nich rzetelności, profesjonalizmu, obiektywizmu, przestrzegania etyki zawodowej, dążenia do prawdy, wrażliwości na potrzeby odbiorców oraz poczucia służby publicznej. Dziennikarzom i pracownikom programowym TVP nie wolno uprawiać agitacji lub propagandy politycznej. Mają oni obowiązek powstrzymać się od publicznego manifestowania własnych preferencji politycznych. Zajmując stanowisko w sprawach publicznych, dbają o nienaruszenie bezstronności i wiarygodności nadawcy oraz ich własnej.
- (37) Pracy w TVP na stanowiskach kierowniczych lub programowych nie wolno łączyć z pełnieniem funkcji w partiach politycznych, sprawowaniem mandatu posła lub senatora, pracą w sztabach wyborczych lub na rzecz kandydatów w wyborach parlamentarnych, prezydenckich lub samorządowych, a także z pracą w administracji publicznej.

7. Innowacyjność

- (38) TVP uwzględnia dynamiczny charakter powierzonej jej misji publicznej oraz zmieniające się potrzeby i oczekiwania odbiorców poprzez innowacyjność w zakresie: tworzenia audycji i programów, rozpowszechniania programów, wykorzystania nowych technik do tworzenia i rozpowszechniania nowego typu oferty programowej lub usług związanych z programami.

7.1. Innowacyjność w tworzeniu audycji i programów

- (39) TVP wspiera rozwój twórczości audiowizualnej poszukującej oryginalnych treści, nowatorskich rozwiązań formalnych oraz stosującej nowe środki techniczne. Treść i forma poszczególnych audycji oraz sposób zestawiania programów ewoluują wraz z rozwojem wiedzy oraz zmianą standardów estetycznych i artystycznych w różnych dziedzinach twórczości. Na etapach produkcji, emisji oraz archiwizacji materiałów audiowizualnych TVP szeroko wykorzystuje technikę cyfrową i nowe techniki komunikacji.

7.2. Innowacyjność w rozpowszechnianiu programów

- (40) TVP prowadzi prace nad nowymi technikami rozpowszechniania programów i stosownie do potrzeb i możliwości racjonalnie je wykorzystuje. TVP aktywnie działa na rzecz rozwoju telewizji cyfrowej (w tym naziemnej) oraz powszechnego dostępu do niej, m.in. przez promowanie otwartych standardów transmisji sygnałów telewizji cyfrowej.

7.3. Nowe usługi telewizji publicznej

- (41) Uwzględniając tendencję przechodzenia od społeczeństwa masowego do rozdrobnionego i kultury zindywidualizowanej komunikacji, TVP dąży do udostępniania oferty publicznej telewizji w miejscu i czasie oraz w sposób dogodny dla odbiorcy. Wykorzystując nowe technologie, TVP świadczy usługi teletekstowe, internetowe oraz telefoniczne obejmujące serwisy informacyjne, programowe lub tematyczne (np. kulturalne), które są związane z ofertą programową TVP i uzupełniają ją, a zaspokajają te same demokratyczne, społeczne oraz kulturalne potrzeby społeczeństwa.

8. Wysoka jakość

- (42) TVP dąży do tego, aby oferowane przez nią programy, audycje i inne usługi publiczne były atrakcyjne i zrozumiałe, odznaczały się wartością poznawczą, intelektualną lub estetyczną, oraz odpowiadały wysokim standardom jakości i profesjonalizmu, i w ten sposób kształtowały zapotrzebowanie odbiorców na wysoką jakość przekazów. Audycje popularne, adresowane do szerokiego audytorium, są nie tylko źródłem przyjemności i relaksu, mają także rozbudzać wrażliwość społeczną, pomagać zrozumieć rzeczywistość oraz kształtować refleksyjny stosunek do świata. W swej ofercie TVP unika audycji epatujących przemocą, obscenicznością i wulgarnością, naruszających godność osoby ludzkiej, traktujących człowieka w sposób przedmiotowy.
- (43) TVP tworzy wewnętrzny system kontroli i oceny jakości nadawanych audycji, programów i innych usług, oparty na analizach eksperckich oraz ilościowych i jakościowych badaniach opinii odbiorców, które to badania uwzględniają w szczególności sposób rozumienia przekazu oraz poziom akceptacji zawartych w nim treści.
- (44) TVP dąży do zapewnienia najwyższych standardów realizacyjnych, warsztatowych oraz technicznych rozpowszechnianych programów, zapewniających odbiorcom jak najlepszą jakość ich odbioru.

9. Integralność przekazów

- (45) Tworząc audycje i zestawiając programy, TVP kieruje się wymogiem integralności, nakazującym taki dobór i układ audycji, by stanowiły one spójną całość, opartą na stałym układzie ramowym i powiązaną jednolitą formą prezentacji (tzw. oprawa programu).
- (46) Audycje w programach TVP służą zapewnieniu odbiorcom integralnego przekazu audiowizualnego, a nie tworzeniu przestrzeni dla reklamodawców. W programach TVP nie przerywa się audycji w celu nadania reklamy lub telesprzedaży, z zastrzeżeniem sytuacji, o których mowa w art. 16a ust. 3 Ustawy. TVP bezwzględnie przestrzega zasady oddzielenia treści redakcyjnych od reklam i telesprzedaży.

10. Wiarygodność i odpowiedzialność

- (47) Zaufanie odbiorców oraz wiarygodność wynikająca z obiektywizmu, jakości i rzetelności przekazu są zasadniczym celem TVP oraz najważniejszą miarą realizacji jej misji publicznej.
- (48) TVP zawsze kieruje się odpowiedzialnością za słowo i przekazywane treści oraz dba o dobre imię publicznej telewizji. Na tej podstawie publiczna telewizja buduje swoją markę oraz wizerunek poszczególnych programów, audycji i usług, tak by pełnić rolę punktu orientacyjnego oraz wiarygodnego i zaufanego przewodnika w rozdrobnionym środowisku medialnym i w świecie nadmiaru informacji.
- (49) TVP przejawia szczególną wrażliwość na opinie różnych kręgów społeczeństwa na temat jej działalności oraz jej krytykę. Rozbudowując system łączności z widzami i wykorzystując w tym celu wszystkie narzędzia komunikacji, także możliwości przekazu interaktywnego tworzone przez nowe technologie, bada i analizuje potrzeby widzów, rozwija mechanizmy dialogu z widzami oraz współpracuje z ich reprezentacjami. Uznając dobro widza za wartość najwyższą, powołuje Komisję Etyczną i tworzy inne mechanizmy zapewniające uwzględnianie ocen i oczekiwań widzów w działalności programowej. TVP przykłada dużą wagę do stanowisk jej Rady Programowej, Rady Programowej TV Polonia i Rad Programowych Oddziałów Terenowych jako organów opiniotwórczych reprezentujących społeczne interesy i oczekiwania związane z działalnością programową TVP.

- (50) TVP współpracuje z różnymi instytucjami i organizacjami krajowymi i międzynarodowymi oraz uczestniczy w festiwalach i przeglądach twórczości telewizyjnej. Współpraca międzynarodowa umożliwia TVP porównanie jej dokonań z osiągnięciami innych telewizji publicznych, poznanie i dzielenie się doświadczeniami, a dzięki temu doskonalenie oferty programowej, uwzględniającej potrzeby odbiorców i utrzymującej ich zaufanie i lojalność.
- (51) TVP świadoma swej odpowiedzialności wobec kolejnych pokoleń za zachowanie i rozwijanie polskiego dziedzictwa audiowizualnego, gromadzi, przechowuje, chroni, utrzymuje i udostępnia zbiory programowe Telewizji Polskiej, obejmujące jej ponad pięćdziesięcioletni, stale powiększany dorobek.

III. Tworzenie i rozpowszechnianie programów i związanych z nimi usług

1. Powinności w zakresie treści programowych

1.1. Informacja i publicystyka

- (52) Dostarczanie aktualnych informacji należy do podstawowych zadań TVP. Audycje informacyjne stanowią znaczącą część każdego programu i są w nim rozmieszczane w stałych, dogodnych dla odbiorców porach. Poszczególne wydania audycji informacyjnych mają zróżnicowany, zależnie od pory dnia, wymiar czasowy, ale każdy program ogólny zawiera co najmniej jedną stałą audycję informacyjną, która trwa co najmniej 20 minut i jest nadawana między godz. 18.00 a 23.00 (z zastrzeżeniem sytuacji wyjątkowych). TVP zapewnia też stały dostęp do bieżących informacji za pomocą nowych mediów, w tym teletekstu, publicznych serwisów internetowych oraz telefonicznych.
- (53) W przypadku nagłych zdarzeń wielkiej wagi specjalne wydania audycji informacyjnych lub bezpośrednie relacje z miejsc zdarzeń są nadawane niezależnie od zaplanowanego układu programu.
- (54) Audycje informacyjne i publicystyczne przygotowywane przez TVP cechuje rzeczowe, obiektywne i bezstronne przedstawianie faktów, ujmowanych w szerszym kontekście, oraz pogłębione wyjaśnianie problemów i zjawisk, uwzględniające różne aspekty, racje i punkty widzenia. Audycje te mają dostarczać odbiorcom wiedzy o działaniu instytucji i mechanizmów demokratycznego społeczeństwa oraz umożliwiać wyrobienie sobie rozsądnego wyobrażenia o procesach społecznych, politycznych i gospodarczych zachodzących na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym, oraz zależnościach występujących w tych obszarach.
- (55) Audycje informacyjne i publicystyczne powinny odpowiadać najwyższym standardom dziennikarskiej rzetelności, staranności i etyki, które nakazują m.in. weryfikację faktów z niezależnych źródeł, przytaczanie różnych stanowisk, zaznaczanie przypuszczeń jako takich, umożliwianie wypowiedzenia się osobie lub instytucji poddanej krytyce. Niedopuszczalne jest zmienianie sensu wypowiedzi lub wywiadu, także przy skrótach lub wykorzystaniu materiału archiwalnego. Prezentując wyniki sondaży, TVP zaznacza, kto przeprowadził sondaż, kiedy i na jakiej próbie. Bezwzględnie unika się manipulowania faktami, danymi, czy wypowiedziami.
- (56) Prezentowane poglądy i oceny nie wyrażają stanowiska TVP, tylko przekonania osób wypowiadających się i powinny być rozpoznawalne jako takie. Komentarze i opinie wyraźnie oddziela się od informacji i wskazuje ich autora tak, by odbiorca nie miał wątpliwości, czyj pogląd został zaprezentowany. Nie wolno przemilczać faktów istotnych dla wyrobienia sobie opinii o relacjonowanym i komentowanym wydarzeniu lub zjawisku.
- (57) Dyskusje i debaty organizowane i relacjonowane przez TVP powinny zapewniać swobodną wymianę poglądów i konfrontację różnych punktów widzenia, reprezentatywnych dla instytucji, organizacji i środowisk związanych z tematem audycji oraz przedstawicieli świata nauki i opinii publicznej. Prowadzący dyskusję powinien zachowywać bezstronność, dbając o jej rzeczowy przebieg i równe możliwości wypowiedzenia się każdego z uczestników.

Audycje tego rodzaju powinny uczyć dialogu z osobami o innych przekonaniach, tolerancji i szacunku dla cudzych poglądów oraz zachęcać do uczestniczenia w życiu publicznym.

- (58) Relacjonując zachowania, zdarzenia, sytuacje lub poglądy sprzeczne z prawem, TVP dba o to, by kształtować szacunek dla prawa i poszerzać wiedzę o nim. Dopuszczalna jest rzeczowa krytyka obowiązującego prawa, niedozwolone jest zaś wzywanie do zachowań karalnych lub zamachu na porządek konstytucyjny.
- (59) Szczególne miejsce w programach TVP zajmują reportaże oraz audycje interwencyjne. Na konkretnych przykładach pokazują ludzkie sprawy oraz konflikty i problemy społeczności lokalnych, wskazując równocześnie sposoby radzenia sobie w trudnych sytuacjach i dostosowania się do zmiennych warunków życiowych. Kształtując postawy empatii społecznej i mobilizując do konstruktywnych działań, audycje tego rodzaju przeciwdziałają negatywnym zjawiskom i patologiom społecznym.

1.2. Kultura

- (60) Programy i inne usługi publiczne TVP zmierzają do wzmocnienia poczucia tożsamości i wspólnoty narodowej, ochrony języka polskiego i upowszechnienia wiedzy o nim, wyrażania we wszystkich gatunkach - w tym zwłaszcza fabularnych - polskiej tradycji i dziedzictwa kulturowego. Pełnią rolę kulturotwórczą, kształtują wrażliwość estetyczną i umożliwiają uczestnictwo w kulturze regionalnej, polskiej, europejskiej i światowej.
- (61) TVP w możliwie największym stopniu wykorzystuje rodzimy potencjał intelektualny i artystyczny, wspiera i rozwija twórczość audiowizualną w języku polskim, promuje i współfinansuje produkcję filmową i telewizyjną, uczestniczy w koprodukcjach, w tym z udziałem partnerów z innych państw europejskich. TVP obejmuje opieką twórców debiutujących i niezależnych, prezentując ich dorobek, często mieszczący się poza głównym nurtem sztuki filmowej.
- (62) TVP prezentuje i promuje wartościowe filmy, przedstawiając dorobek polskiej, europejskiej i światowej kinematografii.
- (63) Ważną pozycję w ofercie kulturalnej TVP zajmuje Teatr Telewizji. Telewizyjne spektakle teatralne zapewniają kontakt masowej widowni ze znaczącą literaturą dramatyczną, dokonania wybitnych twórców i artystów wykonawców, stanowiąc zarazem nową, oryginalną jakość artystyczną. Dorobek ten stale wzbogacany jest o premierowe spektakle, obejmujące zarówno pozycje klasyczne, jak i literaturę współczesną. Pasma Teatru TV zajmują stałe miejsce w ramowym układzie programu, umożliwiając widzom regularne obcowanie z ofertą kulturalną najwyższej jakości.
- (64) Pamiętając o tym, że duża część społeczeństwa ma utrudniony dostęp do kultury wysokiej, oferta kulturalna TVP obejmuje koncerty muzyki poważnej, operę, operetkę i balet oraz muzykę jazzową, nadając ich prezentacjom rangę wydarzeń programowych, opatrzonych specjalną promocją, zwłaszcza w przypadku twórców i artystów wykonawców związanych z kulturą polską.
- (65) TVP regularnie emituje magazyny artystyczne i kulturalne, w których relacjonuje najważniejsze wydarzenia kulturalne, promuje wyróżniających się artystów, analizuje nowe zjawiska w polskiej i światowej twórczości, przybliża artystyczne dokonania i intelektualne tendencje w kulturze współczesnej.
- (66) TVP tworzy, inicjuje bądź obejmuje patronatem wydarzenia kulturalne, inspirujące lokalne środowiska twórcze.

- (67) TVP wnosi wkład w przywracanie i rozwijanie pamięci historycznej Polaków. Dzieje Polski w audycjach historycznych prezentowane są na podstawie najnowszych badań, a historia Polski przedstawiana jest w kontekście europejskim i światowym. Dbając o popularyzację i rozwój wiedzy historycznej, TVP stara się uwzględniać problematykę historyczną także w rozrywkowych i fabularnych formach telewizyjnych (np. teleturnieje, *talk show*, filmy i seriale, Teatr Telewizji).
- (68) TVP dba o poprawność i czystość języka polskiego, oraz dąży do tego, aby język prezenterów, dziennikarzy i publicystów TVP stanowił dla odbiorców wzorzec poprawnej polszczyzny. Audycje w programach TVP, w tym zawierające tłumaczenia, poddawane są ocenie pod względem jakości języka polskiego, z poszanowaniem swobody wypowiedzi artystycznej. Nieprawidłowości są analizowane, opisywane i przekazywane autorom audycji z zaleceniem ich eliminacji, m.in. poprzez udział w szkoleniach i warsztatach językowych.
- (69) TVP przygotowuje i nadaje audycje krzewiące poprawną polszczyznę, pogłębiające jej znajomość, ukazujące piękno ojczystego języka i zachęcające do starannego posługiwania się nim.
- (70) TVP dba o to, by w każdym nadawanym programie przeważały audycje wytworzone pierwotnie w języku polskim.
- (71) TVP regularnie nadaje audycje religijne adresowane do różnych odbiorców, także do dzieci i młodzieży. Oferta audycji religijnych TVP uwzględnia zarówno potrzeby osób wierzących, jak i poszukujących. TVP transmituje, uwzględniając zapotrzebowanie społeczne i porozumienia, o których mowa w pkt. 92, wybrane msze święte lub nabożeństwa oraz informuje o istotnych wydarzeniach, w tym świętach, w różnych kościołach i związkach wyznaniowych, dbając o wyjaśnianie istoty danego wydarzenia, związanej z tym tradycji i zwyczajów. TVP stara się przyczyniać do kształtowania szacunku, zrozumienia i dialogu między ludźmi różnych wyznań oraz do szerzenia tolerancji religijnej.

1.3 Edukacja

- (72) Zadaniem TVP jest pomoc w sprostaniu wyzwaniom niesionym przez intensywny rozwój nauki oraz w kształtowaniu społeczeństwa opartego na wiedzy. W tym celu TVP umożliwia widzom korzystanie z oświaty i dorobku nauki, przez audycje oraz inne usługi publiczne, prezentujące dorobek różnych dziedzin wiedzy i dyscyplin badawczych, przeznaczone dla różnych grup wiekowych.
- (73) Oferta edukacyjna TVP ma przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu osób gorzej wykształconych oraz przyczyniać się do wyrównywania szans edukacyjnych dzieci i młodzieży z różnych środowisk, ma też pomagać w rozwijaniu talentów i zdolności.
- (74) Audycje i usługi edukacyjne dla widzów najmłodszych powinny zawierać podstawową i przystępną wiedzę o otaczającym świecie, przyrodzie, ludziach, prawidłowych relacjach w grupie rówieśniczej i z dorosłymi oraz wspomagać przygotowanie do życia w społeczeństwie o określonej tradycji, kulturze i historii. Te audycje i usługi mają służyć zarówno samym dzieciom, jak też pomagać ich rodzicom lub opiekunom oraz nauczycielom. Pozycje edukacyjne przeznaczone dla dzieci w wieku szkolnym rozwijają umiejętność samokształcenia, jednak nie zastępują nauczyciela i szkoły, tylko ilustrują, uzupełniają i wzbogacają program nauczania.
- (75) TVP dba o obecność w audycjach dla dzieci i młodzieży walorów edukacyjnych. Audycje te przynajmniej w części powinny być nośnikami treści poznawczych, postaw prospołecznych lub rodzinnych, a nie tylko służyć prostej rozrywce.

- (76) Oferta edukacyjna TVP obejmuje nie tylko audycje adresowane do szerokiej widowni, rozwijające wiedzę i umiejętności pomagające w samodzielnym funkcjonowaniu w nowoczesnym społeczeństwie, ale także kierowane do węższych grup odbiorców, w szczególności pomagające im w zdobywaniu nowych lub dodatkowych kwalifikacji zawodowych.
- (77) Ważną rolę w programach i innych usługach edukacyjnych TVP odgrywa poradnictwo specjalistyczne dotyczące różnych dziedzin życia codziennego, np. prawa, w tym praw konsumentów, psychologii, ochrony zdrowia, żywności, zdrowego trybu życia, opieki nad zwierzętami, ochrony środowiska naturalnego, itd. Edukacja i poradnictwo rozwijane są także w usługach publicznych z zakresu nowych mediów, w szczególności przy uwzględnieniu możliwości interakcji z odbiorcami oraz potrzeb węższych grup społecznych.

1.4. Rozrywka

- (78) Doceniając rolę zabawy i relaksu w życiu każdego człowieka oraz rozumiejąc potrzeby emocjonalne odbiorców, TVP oferuje szeroki wachlarz audycji rozrywkowych, stanowiący integralny element misji publicznej. Audycje i treści rozrywkowe w programach TVP powinny być zróżnicowane, wartościowe i inspirujące do refleksji. Uwzględniając różne gusty, upodobania i zainteresowania odbiorców, oferta rozrywkowa TVP powinna zawierać pozycje adresowane do wszystkich grup wiekowych i społecznych.
- (79) Audycje rozrywkowe kierowane do masowej widowni służą także przyciągnięciu szerokich rzesz odbiorców do zróżnicowanej oferty nadawcy publicznego i w ten sposób zainteresowaniu ich również ambitniejszymi pozycjami z zakresu kultury, edukacji, informacji i publicystyki. TVP dąży do realizacji tego celu m.in. poprzez konstrukcję ramowego układu programu, jego oprawę i zapowiedzi programowe.
- (80) Nadawane w programach TVP teleturnieje, gry i zabawy quizowe dążą do łączenia rozrywki z edukacją, sprzyjają rozwijaniu wyobraźni, aspiracji odkrywczych lub poznawczych oraz przydatnych w życiu codziennym umiejętności, zwłaszcza w zakresie porozumiewania się i współdziałania z innymi ludźmi.
- (81) Produkowane przez lub na zlecenie TVP filmy i seriale telewizyjne o tematyce współczesnej powinny, w ramach konwencji artystycznej właściwej dla danego gatunku, przedstawiać prawdziwy obraz społeczeństwa, nawiązywać do przemian obyczajowych, dotykać istotnych problemów i dylematów moralnych oraz, stroniąc od rażącego dydaktyzmu, ukazywać wartościowe postawy społeczne i wzory zachowań.
- (82) Kabarety i audycje satyryczne w żartobliwej formie poruszają aktualne zagadnienia polityczne, społeczne, gospodarcze, obyczajowe i kulturalne. Prowokując do zdystansowanego spojrzenia na paradoksy życia codziennego oraz ludzkie przywary i słabości, mają też pobudzać do krytycznej refleksji. Audycje oparte na formule rozmowy w studiu (typu *talk show*) przybliżają widzom znane lub ciekawe postaci.
- (83) TVP stara się uczestniczyć w organizacji znaczących koncertów lub widowisk plenerowych z udziałem publiczności, popularyzujących wartościowe wykonania muzyki rozrywkowej lub sztuki estradowej, oraz twórców lub wykonawców związanych z kulturą polską.
- (84) Żadna audycja rozrywkowa ani forma twórczości popularnej obecna w ofercie TVP nie może utrzymywać jakąś grupę ludzi stereotypów czy uprzedzeń, ani zawierać treści obrażających społecznie uznane normy przyzwoitości, ani naruszać ludzkiej godności.

1.5. Sport

- (85) Audycje sportowe TVP służą nie tylko demonstracji sprawności fizycznej, woli rywalizacji oraz indywidualnego lub zespołowego sukcesu, ale pełnią także funkcję integracyjną, sprzyjają spójności społecznej, rozbudzają zainteresowanie aktywnością fizyczną i kształtują postawy prozdrowotne. TVP oferuje szeroką paletę takich audycji, obejmującą relacje z krajowych i zagranicznych widowisk oraz sportowe serwisy informacyjne i magazyny publicystyczne. Relacje z ważnych wydarzeń sportowych w celu zapewnienia jak najszerszego dostępu odbiorców nadawane są w programach ogólnokrajowych.
- (86) TVP nie ogranicza swej oferty sportowej tylko do najpopularniejszych dyscyplin, lecz prezentuje wiele różnych dyscyplin, w tym także mniej popularne. Oprócz wielkich imprez prezentuje lokalne i środowiskowe wydarzenia sportowe. Szczególne miejsce w programach TVP zajmuje rywalizacja sportowa osób niepełnosprawnych.
- (87) Biorąc pod uwagę, że kultura fizyczna jest częścią kultury narodowej i pełni funkcję spoiwa społecznego, TVP kładzie w swej ofercie sportowej nacisk na popularyzację współczesnych i historycznych osiągnięć polskich sportowców, sprzyja promowaniu sportowych talentów i rozwijaniu zainteresowania sportem oraz zachęca do jego uprawiania, szczególnie dzieci i młodzież. Promuje ideę szlachetnej rywalizacji sportowej i zasady *fair play*, stanowi też forum publicznej debaty o organizacji i kondycji polskiego sportu.
- (88) TVP promuje zdrowy tryb życia i rolę aktywności fizycznej w jego kształtowaniu, popularyzuje sport amatorski, wspiera niektóre akcje i przedsięwzięcia służące jego rozwojowi. TVP krzewi wiedzę o historii i rozwoju sportu i jego dyscyplin, ukazuje związki sportu ze sztuką i innymi dziedzinami życia społecznego.

2. Powinności wobec niektórych instytucji publicznych, organizacji społecznych oraz szczególnych grup odbiorców

- (89) Misja publiczna TVP obejmuje także - realizowane w interesie publicznym -powinności wobec niektórych instytucji publicznych, organizacji społecznych oraz szczególnych grup odbiorców. TVP jako instytucjonalny element demokratycznego i pluralistycznego systemu społecznego, wspiera mechanizmy, na których system ten się opiera.
- (90) TVP zgodnie z obowiązującym prawem, na zasadach i w sposób nim przewidziany:
- a) umożliwia naczelnym organom państwowym bezpośrednią prezentację oraz wyjaśnianie polityki państwa;
 - b) stwarza partiom politycznym, oraz odpowiednio - ogólnokrajowym organizacjom związków zawodowych i związków pracodawców, możliwość przedstawienia stanowiska w węzłowych sprawach publicznych;
 - c) zapewnia podmiotom uczestniczącym w wyborach na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, do Sejmu, Senatu, samorządu terytorialnego oraz Parlamentu Europejskiego możliwość rozpowszechniania audycji wyborczych;
 - d) zapewnia podmiotom uprawnionym do udziału w kampanii referendalnej możliwość rozpowszechniania audycji referendalnych;
 - e) stwarza organizacjom pożytku publicznego możliwość nieodpłatnego informowania o prowadzonej przez te organizacje działalności nieodpłatnej.
- (91) TVP inicjuje, wspiera i uczestniczy w różnych kampaniach społecznych służących kształtowaniu wrażliwości i solidarności społecznej, oraz poczucia obowiązku pomocy innym, rozwijaniu wolontariatu lub dobroczynności. TVP obejmuje patronatem wybrane wydarzenia o charakterze kulturalnym, społecznym lub edukacyjnym.

- (92) Zgodnie z aktami prawnymi regulującymi stosunki między państwem a kościołami i innymi związkami wyznaniowymi sposób realizacji uprawnień kościołów i związków wyznaniowych do emitowania w programach TVP mszy świętych, nabożeństw oraz audycji religijno-moralnych, społecznych i kulturalnych, określają porozumienia między władzami danego kościoła lub innego związku wyznaniowego a kierownictwem TVP. Audycje tego rodzaju nadawane są w szczególności w sposób określony w porozumieniach i uzgodnieniach z Sekretariatem Episkopatu Polski oraz Polską Radą Ekumeniczną.
- (93) Tworzenie i rozpowszechnianie programów w języku polskim dla odbiorców za granicą, audycji oświatowych dla szkół i innych placówek oświatowo-wychowawczych realizowane jest z uwzględnieniem porozumień TVP z właściwymi ministrami. TVP współpracuje w celu jak najpełniejszej realizacji swych powinności edukacyjnych z Komitetem Badań Naukowych, Polską Akademią Nauk, Instytutem Pamięci Narodowej, a także uniwersytetami i innymi szkołami wyższymi.
- (94) TVP uwzględnia potrzeby oraz sprzyja integracji społecznej osób niepełnosprawnych, m.in. ukazując w różnych formach programowych (w tym dokumentalnych i fabularnych) problemy tych osób, prezentując ich aktywność zawodową, artystyczną lub sportową. Z uwagi na potrzeby osób niesłyszących wybrane audycje TVP opatruje tłumaczeniem na język migowy oraz umieszcza w teletekście napisy do wielu audycji. TVP w różnych formach programowych, zwłaszcza w programach regionalnych (TVP3), uwzględnia potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych.

3. Charakter poszczególnych programów TVP

3.1. Programy ogólne (TVP1, TVP2, TVP3, TV Polonia)

- (95) Program 1 (TVP1) jest programem ogólnym i wszechstronnym adresowanym do szerokiej widowni. Dzięki temu może on najlepiej służyć udziałowi obywateli w życiu społecznym i publicznym, oraz służyć spójności społecznej. TVP1 cechuje różnorodność gatunków i form telewizyjnych, wśród których wiodącą rolę odgrywają - informacja, publicystyka i fabuła.
- (96) Program 2 (TVP2) jest programem ogólnym i wszechstronnym, skierowanym w dużej mierze do wybranych grup odbiorców, w tym zwłaszcza bardziej wymagających. W strukturze programowej TVP2 więcej miejsca zajmuje problematyka kulturalna, sztuka i twórczość artystyczna, w tym filmowa, teatralna i muzyczna, oraz ambitniejsza rozrywka.
- (97) TVP3 jest połączoną siecią skoordynowanych programów regionalnych tworzonych i rozpowszechnianych przez oddziały terenowe TVP, z pasmem wspólnym. Jej oferta programowa koncentruje się zwłaszcza na lokalnej i regionalnej, bliskiej obywatelowi, informacji i publicystyce. Ukazuje też istotne zjawiska krajowe oraz ważne wydarzenia zagraniczne, i ich związek z życiem w regionach. TVP3 pełni funkcję spoiwa pomiędzy różnymi regionami Polski oraz rolę łącznika regionów Polski z integrującą się Europą.
- (98) TV Polonia jest programem nadawanym w języku polskim, adresowanym do odbiorców za granicą, zwłaszcza skupisk polonijnych w różnych częściach świata. Służy utrzymaniu łączności Polonii z ojczyzną, z uwzględnieniem oczekiwań różnych pokoleń, oraz promocji Polski, jej kultury i języka, za granicą. Oferta TV Polonia ma charakter ogólny i składa się z produkcji własnej oraz wytworzonej przez TVP1, TVP2, TVP3, w szczególności audycji informacyjnych, publicystycznych, filmowych i kulturalnych (w tym z użyciem innych wersji językowych).

3.2. Programy wyspecjalizowane

- (99) TVP pragnąc jak najlepiej realizować misję publiczną, dąży do szerokiego wykorzystania możliwości tworzenia i rozpowszechniania programów wyspecjalizowanych, kładąc jednocześnie nacisk na tworzenie programów o profilu zasadniczo pomijanym w ofercie nadawców niepublicznych.

- (100) Program wyspecjalizowany TVP Kultura przeznaczony jest dla odbiorców pragnących poszerzyć wiedzę o współczesnej kulturze polskiej, europejskiej i światowej, oraz zapoznać się z nowymi oryginalnymi dokonaniem artystycznymi i formami twórczości.
- (101) Profil poszczególnych programów wyspecjalizowanych określają koncesje na ich rozpowszechnianie.

3.3. Założenia programowo-finansowe na dany rok kalendarzowy - odesłanie

- (102) Szczegółową strukturę poszczególnych programów TVP na dany rok kalendarzowy określają założenia programowo-finansowe, o których mowa w art. 31b pkt 4 Ustawy.

4. Inne usługi publiczne TVP związane z programem, wykorzystujące nowe narzędzia komunikacyjne (nowe media)

- (103) Oferowane przez TVP usługi publiczne z zakresu nowych mediów winny odpowiadać ogólnym zasadom realizacji misji publicznej (cz. II Zasad), a także stosowanym odpowiednio standardom dotyczącym programów (cz. III. 1-2 Zasad), zwłaszcza audycji informacyjnych i publicystycznych, z uwzględnieniem zasad określonych poniżej.
- (104) Usługi publiczne TVP z zakresu nowych mediów są związane z działalnością programową, którą uzupełniają i wzbogacają, stanowiąc komplementarny element spójnej oferty publicznej telewizji adekwatnej do potrzeb społeczeństwa informacyjnego, umożliwiającą dostęp odbiorców do tej oferty przy wykorzystaniu nowych sposobów komunikacji i interakcji. Usługi publiczne TVP z zakresu nowych mediów obejmują w szczególności: teletekst i witrynę internetową, zawierające związane z programem serwisy informacyjne, programowe lub tematyczne (w szczególności kulturalne i edukacyjne), oraz podobne publiczne serwisy telefoniczne, elektroniczny przewodnik programowych (EPG) itp.
- (105) TVP wykorzystuje nowe środki komunikowania do rozwijania wszechstronnych kontaktów z odbiorcami, w szczególności w celu uzyskania tą drogą wypowiedzi, opinii i ocen widzów dotyczących jakości nadawanych programów, spraw poruszanych w audycjach oraz preferencji, potrzeb i oczekiwań odbiorców w zakresie realizacji misji publicznej.
- (106) Wszystkie usługi publiczne TVP w zakresie nowych mediów winny być odpowiednio wyodrębnione i oznaczone, w sposób niebudzący wątpliwości co do ich pochodzenia od TVP oraz ich publicznego (misyjnego) charakteru. W tym celu TVP tworzy w nowych mediach własne całościowe i integralne struktury przekazów (np. w witrynę internetową). Struktury te oparte są na właściwym wyborze redakcyjnym, służącym przejrzystości i łatwości orientacji użytkownika; treściową poprawność zapewnia się poprzez bieżący nadzór i aktualizację.
- (107) W trosce o dobro odbiorców, TVP tworzy bezpieczną i zaufaną przestrzeń publiczną w rozwijającym się świecie nowych mediów. Dotyczy to zwłaszcza obszaru internetu (np. czaty i fora dyskusyjne), gdzie TVP szczególnie chroni odbiorców przed treściami naruszającymi prawo lub dobre obyczaje. Aby ryzyko to ograniczyć do minimum, TVP sprawuje nadzór redakcyjny na czatami, a w uzasadnionych sytuacjach wprowadza ograniczenia dotyczące uczestników, zaś fora i elektroniczne księgi odwiedzin podlegają regularnemu sprawdzaniu. TVP dba o wyważone posługiwanie się odesłaniami zewnętrznymi (tzw. linki) do innych stron internetowych, tak by odesłania te służyły uzupełnieniu, pogłębieniu lub wyjaśnieniu tematu i stwarzały dla użytkownika dodatkową korzyść. Unika podawania niesprawdzonych adresów internetowych w programach i innych usługach oraz tworzy automatyczne mechanizmy moderacji.
- (108) TVP popularyzuje w społeczeństwie nowoczesne środki interaktywnego komunikowania się, zachęca do nich oraz uczy świadomego ich używania. Aktywność TVP w obszarze

nowych mediów winna służyć rozwijaniu edukacji medialnej, m.in. poprzez propagowanie krytycznej znajomości mediów tradycyjnych oraz cyfrowych, narzędzi społeczeństwa informacyjnego, w tym internetu.

- (109) Usługi publiczne TVP z zakresu nowych mediów uwzględniając szersze możliwości kierowania oferty do węższych grup, a nawet jej indywidualizowania, silny nacisk kładą na potrzeby mniejszości, a także osób niepełnosprawnych.

IV. Wykorzystanie środków finansowych, sprawozdawczość i nadzór

1. Wykorzystanie środków finansowych przy realizacji misji publicznej TVP

- (110) Realizacja misji publicznej TVP jest finansowana z wpływów pochodzących ze źródeł określonych w art. 31 ustawy. Szczególną rolę w zapewnieniu finansowania realizacji misji publicznej, biorąc pod uwagę niemożność pokrycia całości jej kosztów wyłącznie ze źródeł rynkowych, a jednocześnie konieczność zachowania finansowej niezależności publicznej telewizji, odgrywają opłaty abonamentowe, bez których realizacja misji publicznej TVP nie byłaby możliwa⁷.
- (111) TVP prowadząc działalność misyjną przestrzega zasad przejrzystości, racjonalności i gospodarności wykorzystywania środków finansowych, dążąc do utrzymania kosztów w granicach uzasadnionych dla rozsądnie zarządzanego i dobrze prowadzonego przedsiębiorstwa, jednak z pełnym uwzględnieniem obowiązku realizacji misji publicznej. W zakresie wymaganym obowiązującym prawem TVP stosuje zasady zamówień publicznych.
- (112) W celu zapewnienia przejrzystości i jawności wykorzystania środków przeznaczonych na realizację misji publicznej, TVP prowadzi, zgodnie z art. 31a ust.1 Ustawy, oraz wydanym na podstawie art.31a ust.3 rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, odrębną ewidencję przychodów i kosztów związanych z realizacją misji publicznej oraz pozostałej działalności. Metody przypisywania przychodów i kosztów do poszczególnych rodzajów działalności oraz zasady prowadzenia przez TVP działalności poza misją publiczną określa aneks do niniejszych zasad.
- (113) Celem TVP nie jest wypracowanie zysku jako takiego. TVP w swej działalności dąży natomiast do pozyskiwania środków przeznaczanych na realizację misji publicznej.

2. Sprawozdawczość i nadzór w zakresie realizacji przez TVP misji publicznej

- (114) Zarząd TVP sporządza i składa Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji:
- a) roczne sprawozdanie ze sposobu wykorzystania środków, o których mowa w art. 31 ust. 1 i 2 ustawy, do dnia 15 lutego, za poprzedni rok kalendarzowy;
 - b) kwartalne sprawozdania dotyczące sposobu wykorzystania środków przyznawanych zgodnie z art. 31 ust. 1 pkt 1 i ust. 2 ustawy, do 25. dnia miesiąca następującego po upływie każdego kwartału danego roku kalendarzowego;
 - c) kwartalne sprawozdania dotyczące kosztów poniesionych na działalność, o której mowa w art. 21 ust. 1 ustawy, wraz z określeniem źródeł ich finansowania, do 25. dnia miesiąca następującego po upływie każdego kwartału danego roku kalendarzowego;
 - d) założenia programowo-finansowe w zakresie realizacji zadań, o których mowa w art. 21 ust. 1 ustawy, na rok następny, do dnia 30 kwietnia danego roku; założenia te podlegają także ogłoszeniu.
- (115) Przy sporządzaniu tych sprawozdań i założeń uwzględnia się przepisy Ustawy oraz wydanego na jej podstawie rozporządzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, ogólne

⁷ Wyrok TK z 09.09.2004, K 2/03

zasady rachunkowości, jak też niniejsze zasady wraz z aneksem. Wewnętrzny tryb oraz szczegółowe zasady sporządzania tych sprawozdań i założeń może określić odrębna uchwała Zarządu.

- (116) **Zarząd TVP do dnia 15 marca każdego kolejnego roku kalendarzowego sporządza, składa Radzie Nadzorczej i ogłasza roczne sprawozdanie z realizacji misji publicznej w poprzednim roku kalendarzowym, obejmujące w szczególności sprawozdanie z wykorzystania środków pochodzących z opłat abonamentowych, ze wskazaniem ich przeznaczenia na wykonanie poszczególnych zadań.**

A n e k s

Zasady prowadzenia przez TVP odrębnej ewidencji przychodów i kosztów związanych z realizacją misji publicznej oraz pozostałą działalnością, metody przypisywania przychodów i kosztów TVP do poszczególnych rodzajów prowadzonej działalności oraz zasady prowadzenia działalności TVP poza misją publiczną.

- 1 TVP prowadzi, zgodnie z art.31a ust.1 ustawy, oraz wydanym na podstawie art.31a ust.3 rozporządzeniem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, odrębną ewidencję przychodów i kosztów związanych z realizacją misji publicznej oraz pozostałej działalności.
- 2 Za działalność TVP poza misją publiczną (pozostałą działalność) uważa się w szczególności:
 - a) sprzedaż czasu antenowego lub innej przestrzeni na potrzeby rozpowszechniania lub udostępniania reklam, telesprzedaży, ogłoszeń komercyjnych, oznaczeń indywidualizujących sponsora, jego towar, usługę lub działalność,
 - b) udzielanie odpłatnych licencji lub sprzedawanie praw do audycji i innych materiałów programowych, jednakże z wyłączeniem wymian programowych, koprodukcji i innych form współpracy z nadawcami, producentami lub innymi podmiotami, służących pozyskaniu materiałów programowych dla realizacji misji publicznej,
 - c) produkcję i wprowadzanie do obrotu handlowych egzemplarzy audycji, utworów, fonogramów, wideogramów lub nadań, w tym filmów, koncertów lub widowisk, na nośnikach (takich jak CD, DVD, VHS, CD-ROM, mini-disc, itp.), jednakże z wyłączeniem egzemplarzy materiałów edukacyjnych, kulturalnych, naukowych, historycznych, dokumentalnych lub społecznych wydawanych na podstawie porozumień z właściwymi ministrami w celu realizacji zadań publicznych (np. dla szkół, instytucji kultury, ośrodków polonijnych),
 - d) świadczenie usług handlu elektronicznego, a także innych komercyjnych usług świadczonych drogą elektroniczną, w tym poprzez Internet lub sieci telekomunikacyjne, innych niż usługi, o których mowa w cz.II.7.3 (pkt 41) oraz w cz.III.4 (pkt 103-109) Zasad realizacji przez TVP misji publicznej,
 - e) odpłatne udostępnianie, w szczególności w drodze umów najmu, dzierżawy lub leasingu, sprzętu, lokali, pomieszczeń, budynków lub innych urządzeń (np. wynajem studia lub wozu transmisyjnego),
 - f) inne odpłatne świadczenie usług lub sprzedaż towarów niezwiązane z tworzeniem i rozpowszechnianiem programów.
- 3 Prowadzenie ewidencji, o której mowa w pkt.1, opiera się na zasadach:
 - a) przejrzystego oddzielenia ewidencji przychodów i kosztów związanych z realizacją misji publicznej oraz pozostałą działalnością,
 - b) właściwego przypisania kosztów i przychodów odpowiednio do działalności w zakresie realizacji misji publicznej oraz do pozostałej działalności.
- 4 Po stronie przychodów wyszczególnia się w stosunku do pozostałej działalności źródła przychodów i ich wysokość w odniesieniu do poszczególnych źródeł. Przychody te

gromadzone są na odrębnych kontach księgowych o stopniu szczegółowości pozwalającym powiązać przychody bezpośrednio z kosztami poniesionymi na ich uzyskanie .

- 5 Po stronie kosztów:
 - a) koszty z założenia związane z realizacją misji publicznej, a rodzące także korzyści w zakresie pozostałej działalności mogą być w całości przypisane działalności w zakresie misji publicznej; dotyczy to w szczególności:
 - kosztów wytworzenia i rozpowszechnienia publicznych programów, zapewniających czas lub przestrzeń, o której mowa w pkt.2 lit.a),
 - kosztów produkcji audycji rozpowszechnianych w programach publicznej telewizji, oraz eksploatowanych w sposób, o którym mowa w pkt 2 lit.b) i c);
 - b) specyficzne koszty związane z pozostałą działalnością są jasno zidentyfikowane, poprzez odrębne (od kosztów z zakresu realizacji misji publicznej) miejsca powstawania kosztów lub zlecenia;
 - c) w każdym przypadku, gdy te same zasoby, a w szczególności pracownicy lub współpracownicy, sprzęt, stałe wyposażenie, są wykorzystywane w działalności z zakresu misji publicznej oraz w pozostałej działalności, ich koszty przypisuje się na podstawie różnicy w całości kosztów TVP przy prowadzeniu pozostałej działalności i bez niej; za koszty przypisane do pozostałej działalności uznaje się koszty, których TVP nie poniosłaby w razie zaniechania pozostałej działalności.
- 6 Szczegółowe zasady rozdziału przypisywania kosztów pośrednich i ogólnozakładowych do działalności misyjnej i pozostałej określają zasady polityki rachunkowości przyjęte przez TVP.
- 7 TVP prowadzi działalność poza misją publiczną (pozostałą działalność) jako działalność uboczną, jasno wyodrębnioną od działalności z zakresu misji publicznej. Służy temu w szczególności wydzielenie jednostek prowadzących pozostałą działalność, w szczególności Biura Reklamy, części handlowych innych jednostek organizacyjnych. Podstawowym celem prowadzonej przez TVP pozostałej działalności jest pozyskanie środków potrzebnych na realizację misji publicznej, a prowadzenie przez TVP pozostałej działalności powinno odbywać się bez uszczerbku dla realizacji misji publicznej.
- 8 Pozostała działalność opiera się na zasadach rynkowych, w szczególności ceny towarów lub usług ustalane są na rozsądnym poziomie rynkowym, i nie mogą być ukształtowane poniżej tego, co jest wymagane dla pokrycia kosztów, które musiałby pokryć w normalnym toku czynności efektywny przedsiębiorca w podobnej sytuacji. Kalkulacja cen oprócz pełnego kosztu obejmuje uzasadniony poziom zysku.
- 9 Pozostała działalność prowadzona jest na zasadzie samofinansowania. Przychody związane z tą działalnością muszą pokrywać w całości jej koszty. Dyrektor jednostki organizacyjnej realizującej pozostałą działalność jest zobowiązany do bieżącego monitorowania wyniku tej działalności.
- 10 Nadwyżka przychodów z pozostałej działalności ponad jej koszty przeznaczana jest przez TVP na realizację misji publicznej.

**WYKONANIE WPŁYWÓW ABONAMENTOWYCH TVP S.A.
W LATACH 2008-2010 ROKU - W PODZIALE NA POSZCZEGÓLNE MIESIĄCE**

w tys. zł

OKRES	WYKONANIE 2008	WYKONANIE 2009	WYKONANIE 2010	DYNAMIKA 2010/2009	DYNAMIKA 2010/2008
1	2	3	4	5	6
styczeń	46 442	33 015	14 814	44,9%	31,9%
luty	72 219	57 215	33 475	58,5%	46,4%
marzec	32 318	20 044	11 266	56,2%	34,9%
kwiecień	35 102	23 509	10 622	45,2%	30,3%
maj	36 734	19 417	12 252	63,1%	33,4%
czerwiec	23 485	21 620	12 182	56,3%	51,9%
lipiec	28 434	30 794	32 074	104,2%	112,8%
sierpień	29 886	25 700	29 763	115,8%	99,6%
wrzesień	26 405	17 075	17 141	100,4%	64,9%
październik	28 605	18 265	16 325	89,4%	57,1%
listopad	26 265	18 963	23 878	125,9%	90,9%
grudzień	35 245	14 961	7 681	51,3%	21,8%
RAZEM	421 139	300 579	221 472	73,7%	52,6%

Źródło: Dane własne TVP S.A.

DYNAMIKA WPŁYWÓW ABONAMENTOWYCH TVP S.A. W LATACH 2000-2010*(w mln zł)*

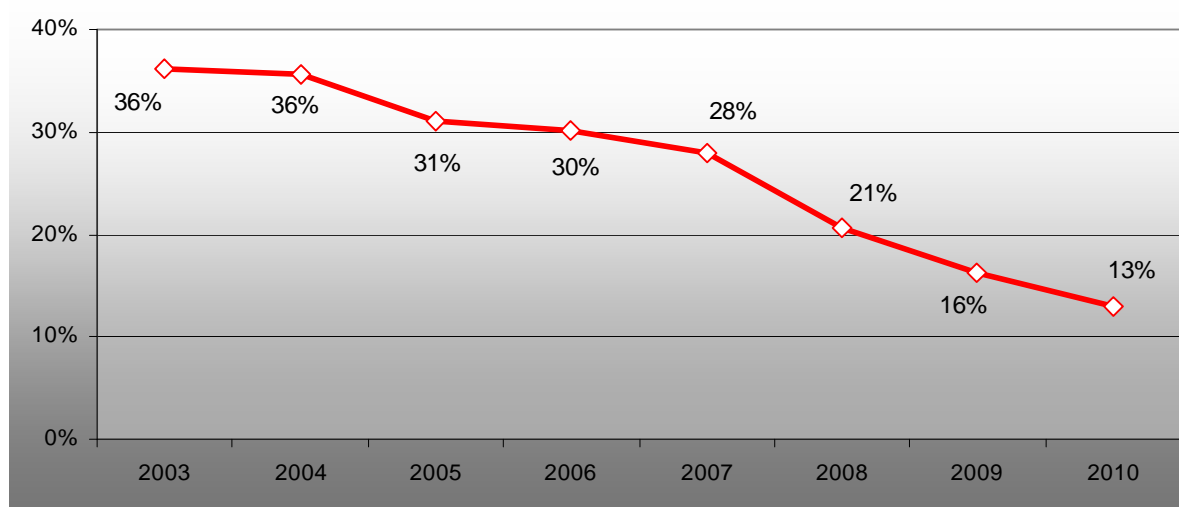
wpływy abonamentowe*/	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
nominalne	474,7	509,5	544,2	538,3	532,6	503,9	525,4	515,0	421,1	300,6	221,5
dynamika wartości nominalnych (rok poprzedni = 100%)	100,8%	107,3%	106,8%	98,9%	98,9%	94,6%	104,3%	98,0%	81,8%	71,4%	73,7%
realne */	622,7	633,5	664,0	651,6	622,9	577,2	595,9	569,9	447,2	308,4	221,5
dynamika wartości realnych (rok poprzedni = 100%)	91,6%	101,7%	104,8%	98,1%	95,6%	92,7%	103,2%	95,6%	78,5%	69,0%	71,8%

*/ wielkości sprowadzone do porównywalności, poprzez skorygowanie współczynnikami inflacji do poziomu cen z roku 2010

UDZIAŁ ŚRODKÓW ABONAMENTOWYCH W FINANSOWANIU KOSZTÓW RODZAJOWYCH TVP S.A.

W 2010 roku drastycznie obniżył się udział środków abonamentowych w finansowaniu kosztów rodzajowych TVP S.A.

Wykres: **Udział abonamentu w finansowaniu kosztów rodzajowych TVP w latach 2003-2010**



Źródło: Dane własne TVP S.A.

W latach 2003-2004 wpływy abonamentowe TVP S.A. stanowiły 36,1 - 35,7% kosztów rodzajowych. W kolejnych latach współczynnik obniżył się do 31,0% w 2005 roku, 30,2% w 2006 r. i 28,0% w 2007 r. Już w 2008 r. osiągnął on bardzo niską wartość – 20,8%. Natomiast w 2009 r. udział wpływów abonamentowych w finansowaniu kosztów rodzajowych spadł poniżej 20% i wyniósł 16,3%, by w 2010 roku osiągnąć najniższą wartość 12,9%.

**STATYSTYKA REALIZACJI MISJI W ŚWIETLE WYKONANIA
OBOWIĄZKÓW USTAWOWYCH
Z ZAKRESU TZW. KWOT PROGRAMOWYCH - W 2010 ROKU**

3.2. Udział audycji wytworzonych pierwotnie w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania programu (z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów (art.15.1) – min. 33%

ZA OKRES	I KW.	II KW.	III KW.	IV KW.
TVP 1	39	48	42	47
TVP 2	54	61	63	69
TVP INFO*	86	84	88	86
TVP POLONIA	90	95	92	92
TVP KULTURA	53	52	53	58
TVP SPORT	44	57	70	72
TVP HISTORIA	81	83	92	88
TVP HD	84	85	79	81

3.3. Udział utworów wykonanych w języku polskim w kwartalnym czasie nadawania w programie utworów słowno-muzycznych (art. 15.2) – min. 33%

ZA OKRES	I KW.	II KW.	III KW.	IV KW.
TVP 1	41	47	40	61
TVP 2	40	63	50	50
TVP INFO*	95	95	96	86
TVP POLONIA	50	65	53	71
TVP KULTURA	37	42	46	38
TVP SPORT	-	-	-	-
TVP HISTORIA	64	56	63	68
TVP HD	80	90	89	85

3.4. Udział audycji europejskich w kwartalnym czasie nadawania programu, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów (art.15.3) – ponad 50%

ZA OKRES	I KW.	II KW.	III KW.	IV KW.
TVP 1	59	63	62	65
TVP 2	70	73	76	81
TVP INFO*	91	90	92	92
TVP POLONIA	92	99	95	94
TVP KULTURA	81	84	86	83
TVP SPORT	64	81	71	72
TVP HISTORIA	93	91	93	90
TVP HD	88	88	89	89

3.5. Udział audycji europejskich wytworzonych przez producentów niezależnych w kwartalnym czasie nadawania programu, z wyłączeniem serwisów informacyjnych, reklam, telesprzedaży, transmisji sportowych, przekazów tekstowych i teleturniejów. (art.15.a.1) - min. 10%

ZA OKRES	I KW.	II KW.	III KW.	IV KW.
TVP 1	25	33	30	34
TVP 2	38	38	40	44
TVP INFO*	15	18	24	19
TVP POLONIA	47	51	54	52
TVP KULTURA	42	41	42	42
TVP SPORT	17	12	1	3
TVP HISTORIA	23	25	24	33
TVP HD	52	52	63	55

W TYM

3.6. Udział audycji wytworzonych 5 lat przed rozpowszechnianiem w programie – min. 50 %

ZA OKRES	I KW.	II KW.	III KW.	IV KW.
TVP 1	71	58	53	57
TVP 2	77	74	58	65
TVP INFO*	80	68	68	85
TVP POLONIA	80	67	55	64
TVP KULTURA	27	27	31	36
TVP SPORT	100	99	100	0
TVP HISTORIA	50	40	34	44
TVP HD	74	78	78	56

* - ` średnia z 16 OTV

KAMPANIE SPOŁECZNE I PATRONATY KORPORACYJNE NA ANTENACH TVP S.A. - W 2010 ROKU

KAMPANIE SPOŁECZNE

(w nawiasach: liczba emisji spotów)

Kampanie – wpływające na zmianę postaw społecznych (11):

1. „Biografia”- Obchody Narodowego Dnia Życia: TVP1(4), TVP2(8), TVPINFO (16) i OTV,
2. „Nie zaśmiej swojego sumienia” - kampania Ministerstwa Środowiska – promocja kampanii poświęconej ochronie środowiska, przyczyniająca się do wzrostu świadomości i zmiany zachowań Polaków, 3. spoty „Spalanie śmieci”, „Dziki wysypiska”, „Segregacja śmieci”: TVP1(18),TVP2 (5),TVP INFO (34), TVP Kultura (7),TVP Polonia(27),
3. „Kultura się liczy” – kampania Narodowego Centrum Kultury mająca na celu uświadomienie roli kultury w budowaniu kapitału ludzkiego i jej znaczenia w rozwoju gospodarczym kraju:TVP1 (8), TVP Kultura (23),
4. „Poznaj swoje prawa. Wyjdź z cienia. Pozwól sobie pomóc” - kampania Ministerstwa Sprawiedliwości na temat praw osób pokrzywdzonych przestępstwem: TVP Polonia (44), TVP 1 (6), TVP Kultura (13), TVP INFO (57),
5. "Zmień nawyki na dobre. Zmień klimat na lepszy" - kampania edukacyjna Ministerstwa Środowiska – promująca postawę poszanowania i racjonalnego wykorzystywania wody, upowszechnienia wiedzy o zmianach klimatu Ministerstwa Środowiska :TVP2 (5), OTV,
6. „Hospicjum to też Życie” – „Słonie jak dzieci” kampania Fundacji Hospicyjnej poświęcona problemom dzieci osieroconych: TVP1(26),TVP Polonia (19), TVP Kultura (7), TVP2 (1),
7. „Stop ubóstwu”- kampania społeczna Wspólnoty Roboczej Związków Organizacji Socjalnych mająca na celu zwrócenie uwagi na problem ubóstwa i wykluczenia, pokazanie równych szans, walkę ze stereotypami, przeciwdziałanie wykluczeniu, uświadomienie odpowiedzialności: TVP1(3),TVP2 (5),TVP Kultura (13),
8. „Przemoc w rodzinie”- ”Nie krzywdź, nie będziesz krzywdzony”- kampania Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej mająca na celu zmniejszenie zjawiska przemocy wobec osób starszych i niepełnosprawnych w rodzinie: TVP1(10), TVP INFO (12), TVP Kultura(34),
9. „Maraton Pisania Listów 2010” – kampania Stowarzyszenia Amnesty International zachęcająca do zaangażowania się w obronie praw człowieka przez ręczne pisanie listów w obronie kilkunastu konkretnych osób lub grup osób, których prawa zostały złamane: TVP Kultura (13), TVP Historia (9), iTVP HD (51),

10. „Polska kinematografia” – kampania Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej informująca o doniosłej roli wszystkich podmiotów, które składają się na budżet polskiej kinematografii, jej rozwój i popularyzację: TVP Kultura (37), TVP 2 (1), TVP Polonia (27),
11. „Bezpieczny przejazd-Zatrzymaj się i żyj” - kampania społeczna PKP, której celem była zmiana postawy społecznej, eliminacja niewłaściwych zachowań wśród wszystkich użytkowników przejazdów:TVP1 (6).

Kampanie – pomocowe, charytatywne (zbiórka funduszy za pomocą SMS, infolinii, bezpośrednio) (7):

1. „Bądźmy świadkami miłości” – pomoc na rzecz działalność polskich misjonarzy: TVP1 (162), TVP 2 (1159) TVP INFO (140),
2. "Bądźmy razem" Caritas Polska – akcja zwracająca uwagę na trudną sytuację chorych dzieci: TVP2 (4), TVP 1 (1),
3. X Dzień Papieski- pod hasłem Jan Paweł II - Odwaga Świątości – akcja Fundacji Dzieła Nowego Tysiąclecia – zbieranie funduszy na stypendia dla młodych ludzi z ubogich rodzin: TVP 2 (41), TVP1(18),
4. „Szlachetna paczka” – „Szlachetna Paczka DUDEK”- akcja organizowana przez Stowarzyszenie Wiosna z Krakowa ks. Jacka Stryczka, zachęcenie do przygotowania pomocy dla biedniejszych rodzin z całej Polski: TVP1(29),
5. „Świąteczna zbiórka żywności 2010”- promocja akcji zbiórki żywności dla potrzebujących przez Federację Polskich Banków Żywności: TVP1 (6), TVP2 (8), TVPINFO (7),
6. „SOS Wioski Dziecięce- Podaruj dzieciom święta w rodzinie” - akcja święta dzieci w rodzinie: TVP1 (1), TVP2 (19), TVP Kultura (23),
7. „Wigilijne Dzieło Pomocy Dzieciom XVII edycja” – zbiórka sms-owa Caritas na rzecz potrzebujących, w 2010r. szczególne zwrócenie uwagi na dzieci, które ucierpiały w powodzi: TVP1(8), TVP2 (16), TVP INFO (128), TVP Historia (96).

Kampanie – profilaktyka prozdrowotna (9):

1. „Pamiętaj o sercu” – kampania Instytutu Kardiologii – 2 bloki skierowane do młodzieży(5 spotów) i do dorosłych (5 spotów) :TVP 1 (15), TVP Polonia (41), TVP Kultura (33),
2. „Grypa. Chroń siebie i innych”– kampania Głównego Inspektoratu Sanitarnego: TVP 1 (4), TVP Polonia (5) i OTV,
3. „Białaczka, sprawdź, czy nie weszła Ci w krew” – kampania Fundacji Urszuli Jaworskiej/Instytut Praw Pacjenta i Edukacji Zdrowotnej - badania profilaktyczne morfologii krwi – zapobieganie chorobom nowotworowym:TVP 1(13),TVP2 (10),
4. Kampania „Pij mleko! Będziesz wielki” Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy w Polsce mająca na celu propagowanie zdrowego odżywiania, zwłaszcza dzieci w okresie ich wzrostu: TVP1 (37), TVP 2 (27), TVP Polonia (82), TVP INFO(25),

5. Narodowego Instytutu Leków – kampania na rzecz świadomego przyjmowania antybiotyków, promująca wiedzę o antybiotykach: TVP1 (4), TVP2 (7), TVP Polonia (31) i OTV,
6. „Widzisz? Twoja krew daje Życie”– kampania PCK promująca honorowe krwiodawstwo: TVP1 (1), TVP2 (21),
7. „Mam haka na raka”- „Nie krępuj się, zerwij z milczeniem” – kampania Polskiej Uni Onkologii, pierwsza w Polsce skierowana do mężczyzn dotycząca raka prostaty: TVP 1(9),
8. „Daj szansę swojemu dziecku. Nie daj szansy AIDS” – kampania Krajowego Centrum ds. AIDS, której celem było zachęcenie kobiet planujących macierzyństwo i oczekujących dziecka do rozważenia wykonania testu w kierunku HIV: TVP2 (12), TVP Polonia (21), TVP Kultura (15),
9. „Mam haka na raka”- „Nie pakuj się do trumny zrób cytologię” – kampania Polskiej Uni Onkologii skierowana do kobiet, promująca badania cytologiczne: TVP Polonia (27), TVP Kultura (22).

Kampanie – informacyjno-edukacyjne (10):

1. „Každy ruch w Internecie zostawia ślad” kampania Fundacji Dzieci Niczyje i Rzecznika Praw Dziecka mająca na celu zwrócenie uwagi społeczeństwa na nowe przepisy penalizujące uwodzenie dzieci w Internecie oraz walka z przekonaniem sprawców o ich anonimowości w Internecie: TVP1 (9),TVP Polonia (119),
2. „Życie za życie” – kampania IPN upamiętniająca bohaterskie postawy Polaków ratujących podczas okupacji życie Żydom: TVP1 (4), TVP 2 (2), TVP INFO (14), TVP Kultura (10), TVP Historia(16), TVP Polonia (15),
3. „Ocalić od zapomnienia”- kolejna edycja kampanii „Starty osobowe” Fundacji Polsko Niemieckie Pojednanie zwracająca uwagę na kultywowanie pamięci ofiar II wojny światowej: TVP Kultura (15),
4. „Kościół w potrzebie” - „IraQ” akcja Stowarzyszenia Pomoc Kościołowi w Potrzebie mająca na celu ukazać trudną sytuację chrześcijan na całym świecie: TVP Polonia (19), TVP INFO (2), TVP Historia (28),
5. „NSR. Pasja i wyzwanie” - kampania Ministerstwa Obrony Narodowej promująca służbę w Narodowych Siłach Rezerwowych: TVP Historia (107), TVP1(2), TVP2 (2) i OTV,
6. „ Graj bezpiecznie z PEGI”- kampania Stowarzyszenia Producentów i Dystrybutorów Oprogramowania Rozrywkowego: TVP1 (6), TVP2 (2),
7. „Płytką wyobraźnia to kalectwo” kampania społeczna Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji oraz Rzecznika Praw Dziecka promująca odpowiedzialne zachowania dzieci i młodzieży nad wodą: TVP2 (12),TVP INFO (215),
8. „ Mapa Kultury”- kampania promocyjna projektu realizowanego przez Narodowe Centrum Kultury, Ministra Kultury, Centrum Edukacji Obywatelskiej; celem jest dokumentacja i promocja dziedzictwa kulturowego Polski przez nowoczesne

narzędzie - Interaktywną Mapę Polski: TVP1(1), TVP2 (6), TVP Kultura (20), TVP INFO (8), TVP Historia (23),

9. Projekt edukacyjny „Rok Kultury Niezależnej” Instytutu Pamięci Narodowej propagujący osiągnięcia kultury oraz literatury II obiegu w czasach komunizmu, promocja wystawy „Pokolenie 80”: TVP1 (4), TVP Historia (22),
10. „1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego” – informacja o możliwości odpisywania 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego: TVP1(10), TVP2(38), TVP Polonia (68).

Kampanie nawiązujące do wielkich rocznic 2010 r.(2):

1. „Polska walcząca” - Obchody 66. rocznicy wybuchu Powstania Warszawskiego – kampania przypominająca o pamięci zbiorowej o Powstaniu Warszawskim i jego wpływie na obecne pokolenia: TVP1 (8), TVP2 (19),TVP INFO(37),
2. „Grunwald. Walka 600-lecia” - obchody 600.rocznicy bitwy pod Grunwaldem”:TVP2 (9), TVP Kultura (4), TVP Sport (5).

Korporacyjne patronaty medialne TVP S.A.

STYCZEŃ - LUTY 2010 r.

1. Zawarcie całorocznego Porozumienia o Współpracy w związku z wystawami organizowanymi przez Muzeum Narodowe w Warszawie, styczeń –grudzień 10 r.
2. Porozumienia o Współpracy w związku z przedsięwzięciami artystycznymi organizowanymi przez Zamek Królewski w Warszawie, styczeń - grudzień 2010.
3. Międzynarodowy festiwal muzyczny „Rock in Rio – Poznań 2011”, od stycznia 2010, organizator: portugalska firma „Better World”;
4. „Charytatywny Bal Dziennikarzy”, 17 stycznia 2010 r., organizator: Fundacja „Charytatywny Bal Dziennikarzy”;
5. XVII Ogólnopolski Festiwal Sztuki Filmowej „Prowincjonalia 2010”, 27-30 stycznia 2010, organizator: Studio „Media Film” (Prezes Zarządu TVP ufundował nagrodę za całokształt twórczości dla reżysera Janusza Morgensterna);
6. Koncert „Gwiazdy za abonament”, 13 lutego10 r., organizator: Polskie Radio;
7. Obchody Roku Chopinowskiego, od lutego 2010, koordynator: Biuro Obchodów Chopin 2010;
8. Premiera sztuki Harolda Pintera „Dozorca” w reżyserii Piotra Cieślaka, 20 lutego 2010 r. , Teatr Narodowy w Warszawie;
9. Udział Polski w Wystawie Światowej EXPO 2010 w Szanghaju, od lutego 2010 r., organizator: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości;
10. Cykl wykładów „Polacy i Litwini, spadkobiercy wspólnej historii”, luty 2010 r., organizator: Zamek Królewski w Warszawie;
11. Nadzwyczajne koncerty urodzinowe z okazji 200. rocznicy urodzin Fryderyka Chopina, 22 lutego-1 marca br., organizator: Narodowy Instytut Fryderyka Chopina.

MARZEC 2010 r.

1. Ogólnopolska kampania edukacyjno-społeczna „Lecz nadciśnienie skutecznie”, od marca 2010 r., organizatorzy: magazyn „Służba Zdrowia” i Fundacja „Żyjmy Zdrowo” – opieka medialna Telewizji Polskiej;
2. Prapremiera sztuki Iwana Wyrypajewa „Taniec Delhi” w reżyserii autora, 5 marca 2010 r., Teatr Narodowy w Warszawie – korporacyjny patronat medialny TVP;
3. Finał VIII Kampanii „Cała Polska czyta dzieciom”, 8 marca 2010 r., organizator: Fundacja ABC XXI (Telewizja Polska została uhonorowana pamiątkowym medalem za wieloletnie promowanie, jako patron medialny, edukacyjnych przedsięwzięć fundacji) – korporacyjny patronat medialny TVP;
4. VIII Zjazd Gnieźnieński „Rodzina nadzieją Europy”, 12-14 marca 2010 r., organizator: Katolicka Agencja Informacyjna – korporacyjny patronat medialny TVP;
5. Finał Ogólnopolskiej Olimpiady Wiedzy o Polsce i Świecie Współczesnym, 14 marca 2010 r., organizator: Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego (Prezes Zarządu TVP S.A. ufundował 3 stypendia dla zwycięzców olimpiady) – korporacyjny patronat medialny TVP;
6. Wystawa „Ceramika Rafaela ze zbiorów polskich”, od 19 marca 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie – korporacyjny patronat medialny TVP;
7. 14. Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena, 21 marca – 3 kwietnia 2010 r., organizator: Stowarzyszenie im. Ludwiga van Beethovena – korporacyjny patronat medialny TVP;
8. X Sympozjum Świata Telekomunikacji i Mediów oraz XII Wielka Gala Złotych anten, 24-25 marca 2010 r. organizator: MM Conferences S.A. – opieka medialna Telewizji Polskiej.

KWIECIEŃ 2010 r.

1. Ogólnopolska kampania społeczna „Kultura się liczy”, od kwietnia 2010 r., organizator: Narodowe Centrum Kultury - korporacyjny patronat medialny TVP;
2. Obchody 5 rocznicy śmierci Jana Pawła II, 2-11 kwietnia 2010 r., organizator: Centrum Myśli Jana Pawła II – korporacyjny patronat medialny TVP;
3. Międzynarodowy Festiwal Filmowy „Żydowskie Motywy”, 20-25 kwietnia 2010 r., organizator: Stowarzyszenie Żydowskie Motywy (Prezes Zarządu TVP SA ufundował nagrodę dla laureata imprezy) - korporacyjny patronat medialny TVP;
4. Cykl wykładów „Stanisław August i jego Rzeczpospolita. Dramat państwa, odrodzenie narodu”, od 20 kwietnia 2010 r, Zamek Królewski w Warszawie- korporacyjny patronat medialny TVP;
5. Premiera sztuki Pedro Calderona „Księżniczka na opak wywrócona” w reżyserii Jana Englerta, 24 kwietnia 2010 r., Teatr Narodowy w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP;
6. Premiera filmu „Handlarz cudów” w reżyserii Bolesława Pawicy i Jarosława Szody, premiera 28 kwietnia 2010 r., koprodukcja: TVP SA – korporacyjny patronat medialny TVP.

MAJ 2010 r.

1. Ogólnopolski projekt z okazji 600. rocznicy Bitwy pod Grunwaldem, maj-grudzień 2010 r., organizator: Zamek Królewski na Wawelu – korporacyjny patronat medialny TVP;
2. Udział Polski w Wystawie Światowej EXPO 2010 w Szanghaju, 1 maja – 30 października 2010 r., organizator: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości - korporacyjny patronat medialny TVP;
3. XVI Targi Wydawców Katolickich, 7-9 maja 2010 r., organizator: Stowarzyszenie Wydawców Katolickich - korporacyjny patronat medialny TVP;

4. Obchody 5. rocznicy śmierci Jana Nowaka-Jeziorańskiego, od maja 2010 r., organizator: Fundacja Kolegium Europy Wschodniej – opieka medialna TVP;
5. Wystawa „Leonardo da Vinci – Dama z gronostajem i inne arcydzieła ze zbiorów Muzeum Książąt Czartoryskich w Krakowie”, organizator: Zamek Królewski w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP;
6. 29. Międzynarodowy Festiwal Muzyki Cerkiewnej „Hajnówka 2010”, 19-23 maja 2010 r., organizator: Fundacja Muzyka Cerkiewna (Prezes Zarządu TVP SA ufundował nagrodę dla laureata festiwalu) – korporacyjny patronat medialny TVP;
7. 55. Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie, 20-23 maja 2010 r., organizator: Ars Polona SA - korporacyjny patronat medialny TVP;
8. Wystawa „Mediatorzy”, od 20 maja 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP;
9. Premiera sztuki Endy Walsh „Elektryczny parkiet” w reżyserii Andrzeja Domalika, 29 maja 2010 r., Teatr Narodowy w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP;
10. Centralna Inauguracja IX Ogólnopolskiego Tygodnia Czytania Dzieciom, 30 maja 2010 r., organizator: Fundacja ABC XXI - korporacyjny patronat medialny TVP.

CZERWIEC 2010 r.

1. 50. Krakowski Festiwal Filmowy, 1-6 czerwca 2010 r., organizator: Krakowska Fundacja Filmowa
2. Obchody Dnia Dziękczynienia (w ramach obchodów uroczystość beatyfikacyjna ks. Jerzego Popiełuszki, 5-6 czerwca 2010 r., organizator: Centrum Opatrzności Bożej
3. Album „Książd Popiełuszko. Zło dobrem zwyciężaj”, 6 czerwca 2010 r., wydawca: AGORA SA
4. Finał konkursu dla młodzieży „Ofiary represji pod okupacją niemiecką”, 7 czerwca 2010 r., organizatorzy: Fundacja Polsko-Niemieckie Pojednanie oraz Instytut Pamięci Narodowej;
5. Uroczystość wręczenia Nagrody „Kustosz Pamięci Narodowej”, 9 czerwca 2010 r., organizator: Instytut Pamięci Narodowej
6. Książka red. Piotra Kraśki „Smoleńsk – 10 kwietnia 2010”, prezentacja: 10 czerwca 2010 r., Wydawnictwo Gruner + Jahr
7. Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Służby mundurowe w systemie bezpieczeństwa EURO 2012”, 11 czerwca 2010 r., organizator: Wydział Bezpieczeństwa Narodowego Akademii Obrony Narodowej
8. Wystawa „Abakanowicz – nareszcie w Warszawie !”, od 12 czerwca 2010 r., organizator: Zamek Królewski w Warszawie
9. Trasa koncertowa „Lata z radiem 2010”, od czerwca 2010 r., organizator: Polskie Radio SA
10. Otwarcie Gabinetu Dokumentów Historycznych i Rękopisów w odrestaurowanej Bibliotece Królewskiej Zamku Królewskiego w Warszawie, 14 czerwca 2010 r.
11. 39. Międzynarodowy Festiwal „Lubuskie Lato Filmowe 2010” (Prezes Zarządu TVP SA ufundował nagrodę dla laureata festiwalu), 20-27 czerwca 2010 r., organizator: Klub Kultury Filmowej.
12. Ogólnopolska kampania „Bezpieczny przejazd – zatrzymaj się i żyj !”, od czerwca 2010 r., organizator: PKP Polskie Linie Kolejowe SA - korporacyjny patronat medialny TVP.
13. Międzynarodowy Festiwal „Chopin i jego wpływy”, czerwiec 2010 r., organizator: Narodowy Instytut Fryderyka Chopina – opieka medialna TVP SA.

LIPIEC 2010 r.

1. Festiwal „Ogrody Muzyczne”, 1-31 lipca 2010 r., organizator: Zamek Królewski w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Finały 22. Międzynarodowej Parafiady Dzieci i Młodzieży, 10-18 lipca 2010 r., organizator: Stowarzyszenie Parafiada – opieka medialna Telewizji Polskiej;

3. Projekt „Grunwald 2010” (otwarcie na Wawelu wystawy „Na znak sławnego zwycięstwa”, koncert „W 600. rocznicę Bitwy pod Grunwaldem”), 14-15 lipca 2010 r., organizator: Zamek Królewski na Wawelu - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
4. Premiera projektu rekonstrukcji obrazu „Bitwa pod Grunwaldem” Jana Matejki w wersji trójwymiarowej, 15 lipca 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
5. Międzynarodowy Turniej Tenisowy „Poznań Porsche Open”, 17-25 lipca 2010 r., organizator: KJK Consulting – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. Festiwal Piosenki Młodzieży Niepełnosprawnej „Impresje Artystyczne” w Ciechocinku, 26- 31 lipca 2010 r., organizator: Fundacja Pro Omnibus - opieka medialna Telewizji Polskiej.

SIERPIEŃ 2010 r.

1. Międzynarodowy Festiwal Muzyczny „Chopin i jego Europa”, 1-31 sierpnia 2010 r., organizator: Narodowy Instytut Fryderyka Chopina - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Wakacyjna wystawa dla młodzieży „Odkrywamy starożytny świat”, od 10 sierpnia 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
3. Obchody 90. rocznicy Bitwy Warszawskiej 1920 r., 13-15 sierpnia 2010 r., organizator: Archidiecezja Warszawska – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
4. Jubileuszowy Zlot Stulecia Harcerstwa, 16-24 sierpnia 2010 r., organizator: Związek Harcerstwa Polskiego - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
5. Międzynarodowy Festiwal Kultury Żydowskiej „Warszawa Singera”, 28 sierpnia – 5 września 2010 r., organizator: Fundacja Shalom - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. Obchody 30. rocznicy Porozumień Sierpniowych i narodzin NSZZ Solidarność, 30-31 sierpnia 2010 r., organizator: Komisja Krajowa NSZZ Solidarność - korporacyjny patronat medialny TVP SA.

WRZESIEŃ 2010 r.

1. Uroczysta premiera dokumentalnego filmu o obrońcach Warszawy w 1939 r. „Korespondent Bryan” w reżyserii Eugeniusza Starky’ego, 1 września 2010 r., producent – Dzielnica Łacińska Movie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Uroczystość nałożenia na Cudowny Obraz Matki Bożej nowych koron i sukni jako Wotum Narodu Polskiego, 4 września 2010 r., Klasztor na Jasnej Górze – opieka medialna TVP SA;
3. Forum Ekonomiczne w Krynicy, 8-11 września 2010 r., organizator: Instytut Studiów Wschodnich – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
4. Spotkania Medialne NIPTEL, 9 września 2010 r., organizator: Agencja Filmowa Profilm – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
5. Premiera sztuki Ireneusza Iredyńskiego „Kreacja” w reżyserii Bożeny Suchockiej, 10 września 2010 r., Teatr Narodowy w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. Inauguracja Turnieju Piłkarskiego dla Dzieci i Młodzieży „Orlik 2012” o Puchar Premiera Donalda Tuska, 10 września 2010 r., organizatorzy: Szkolny Związek Sportowy, Ministerstwo Sportu i Turystyki - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
7. 19. Festiwal Polskich Wideoklipów „Yach Film”, 10-12 września 2010 r., organizator: Fundacja Bursztynowe Oko - opieka medialna TVP SA;
8. Inauguracja X Programu Społecznego „Mistrz Mowy Polskiej”, 13 września 2010 r., organizator: Stowarzyszenie Solidna Firma - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
9. 18. Turniej Tenisa Ziemnego Mężczyzn ATP Pekao Szczecin Open, 13-19 września 2010 r., organizator: Fundacja PROMASTERS - opieka medialna TVP SA;

10. 53. Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej „Warszawska Jesień”, 17-25 września 2010 r., organizator: Związek Kompozytorów Polskich - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
11. Europejskie Letnie Igrzyska Olimpiad Specjalnych, 17-24 września 2010 r., organizator: Fundacja Olimpiady Specjalne - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
12. Wystawa Chopin. Ikonosfera Romantyzmu”, otwarcie: 23 września 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP.

PAŹDZIERNIK 2010 r.

1. XVI Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, 2-23 października 2010 r., organizator: Narodowy Instytut Fryderyka Chopina – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Ekranizacja „Ślubów panieńskich” Aleksandra Fredry w reżyserii Filipa Bajona, 4 października 2010 r., dystrybutor: Kino Świat – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
3. Edukacyjny program „Szkola życia z przewlekłą białaczką szpikową”, od 5 października 2010 r., organizator: Fundacja Urszuli Jaworskiej – opieka medialna TVP SA;
4. Nagroda Kościelskich i festiwal literacki Wielkie Nocne Czytanie, 8-9 października 2010 r., organizator: Fundacja Kościelskich w Polsce – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
5. Prapremiera polska sztuki Odon von Horvatha „Kazimierz i Karolina” w reżyserii Gabora Zsambeki, Teatr Narodowy w Warszawie korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. Płyta Karoliny Cichej „Do ludożerców” (rockowe aranżacje wierszy Tadeusza Różewicza), 9 października 2010 r., wydawca: Fonografika - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
7. Obchody Dnia Papieskiego, 10 października 2010 r., organizator: Fundacja Dzieło Nowego Tysiąclecia – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
8. Uroczystości związane z obchodami 161. rocznicy śmierci Fryderyka Chopina, 17 października 2010 r., organizator: Narodowy Instytut Fryderyka Chopina – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
9. Finał X Ogólnopolskiego Programu Społecznego „Mistrz Mowy Polskiej”, 18 października 2010 r., organizator: magazyn „Solidna Firma” – korporacyjny patronat medialny TVP
10. Finały Turnieju Piłkarskiego Orlik 2012 o Puchar Premiera Donalda Tuska, 22-23 października 2010 r., organizatorzy: Szkolne Zespoły Sportowe oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
11. Uroczystość zakończenia udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2010 w Szanghaju, 31 października 2010 r., organizator: Sekcja Polska EXPO 2010 - korporacyjny patronat medialny.

LISTOPAD 2010 r.

1. VII ogólnopolska kampania edukacyjno-społeczna „Hospicjum to też Życie”, listopad 2010 r., organizator: Fundacja Hospicyjna – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Festiwal Filmów Rosyjskich „Sputnik nad Warszawą”, 4-14 listopada 2010 r., organizator: Fundacja Wspieram - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
3. Impreza patriotyczna „Dotknij Niepodległości”, 11 listopada 2010 r., organizatorzy: Muzeum Wojska Polskiego, MON, Miasto st. Warszawa - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
4. Książka Andrzeja Maleszki „Magiczne Drzewo. Czerwone Krzesło”, premiera na rynku wydawniczym: 12 listopada 2010 r., Społeczny Instytut Wydawniczy Znak - korporacyjny patronat medialny TVP SA;

5. Obchody Dnia Solidarności z Kościołem Prześladowanym, 14 listopada 2010 r., organizator: Sekcja Polska Pomocy Kościołowi w Potrzebie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. Premiera sztuki Antoniego Czechowa „Mewa” w reżyserii Agnieszki Glińskiej, 18 listopada 2010 r., Teatr Narodowy w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
7. Płyta „Cudowny Świat” (całkowity dochód ze sprzedaży przeznaczony na cele charytatywne), premiera: 19 listopada 2010 r., wydawca: Fundacja Rozwoju Kardiologii - opieka medialna TVP SA;
8. Festiwal Kultury Japońskiej, 20-21 listopada 2010 r., organizator: NHK Culture Center - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
9. Warszawski Festiwal Filmów o Tematyce Żydowskiej, 23-28 listopada 2010 r., organizator: Fundacja Rozwoju Kultury Żydowskiej w Polsce - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
10. Charytatywna aukcja dzieł sztuki „Ziarno sztuki – ogród nadziei”, 25 listopada 2010 r., organizatorzy: Muzeum Narodowe i Fundacja „Ogród Nadziei” – korporacyjny patronat medialny TVP;
11. Ogólnopolska akcja charytatywna „Pomóż dzieciom przetrwać zimę”, od 28 listopada 2010 r., organizator: Radio Lublin SA – opieka medialna TVP SA.

GRUDZIEŃ 2010 r.

1. Ogólnopolski projekt społeczno-edukacyjny „Mapa Kultury”, od 1 grudnia 2010 r., organizatorzy: Narodowe Centrum Kultury, Fundacja Centrum Edukacji Europejskiej – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
2. Ogólnopolska kampania charytatywna „Świąteczna Zbiórka Żywności”, 3-5 grudnia 2010 r., organizator: Banki Żywności – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
3. Wystawa „Mistrzowie rysunku. Dzieła z kolekcji Barbary Piaseckiej – Johnson”, od 4 grudnia 2010 r., organizator: Zamek Królewski w Warszawie – korporacyjny patronat medialny TVP SA;
4. Wręczenie nagród Teatru Polskiego Radia „Wielki Splendor”, 6 grudnia 2010 r., organizator: Polskie Radio SA – opieka medialna Telewizji Polskiej;
5. Promocja albumu „Ku włości”, 13-14 grudnia 2010 r., Wydawnictwo Fabri - korporacyjny patronat medialny TVP SA;
6. „Gwiazdy na Gwiazdkę – arcydzieła sztuki obcej ze zbiorów grafiki i rysunków MNW”, od 17 grudnia 2010 r., organizator: Muzeum Narodowe w Warszawie - korporacyjny patronat medialny TVP SA.
7. Przedsięwzięcie „Dress for Success w Polsce”, 16 grudnia 2010 r., organizator: Dress for Success Poland – opieka medialna Telewizji Polskiej.

= = = = = = = = = = = = = = =