

*Tomasz Mielczarek*  
*Kielce*

## TELEWIZJA POLSKA S.A. W LATACH 1994–2002

Telewizja Polska Spółka Akcyjna została powołana 1 stycznia 1994 r. Wcześniej (w latach 1953–1989) – przedsiębiorstwo to było jednostką budżetową, która nie tylko funkcjonowała w ramach planowej gospodarki, ale spełniała też funkcje ideologiczne. Medium to było jednym z elementów szerokiego frontu propagandowego i realizowało zadania właściwe „prasie nowego typu”<sup>1</sup>. Jednym z pierwszych cyklicznych programów polskiej telewizji był *Dziennik*. Program ten, już za prezesury Macieja Szczepańskiego (1972–1980), rozrósł się do kilku wydań, a edycję podstawową, wzorem radzieckich *Wremia*, rozbudowano do ponadgodzinnego *Wieczoru z Dziennikiem*.

Ideologizacja i upolitycznienie telewizji stały się szczególnie bulwersujące w końcu lat siedemdziesiątych. Nie bez przyczyny jednym z postulatów demokratycznej opozycji był właśnie dostęp do telewizji. Późniejszy stosunek opozycji do tego medium znalazł swój wyraz w hasle „telewizja kłamie”. Żądanie dostępu do telewizji, a zatem w pewnym sensie postulat jej upublicznienia, powrócił podczas rozmów Okrągłego Stołu<sup>2</sup>.

We wrześniu 1989 r. premier Tadeusz Mazowiecki powołał Andrzeja Drawicza na stanowisko przewodniczącego Radiokomitetu. Swe nowe zajęcie traktował on z pewnym dystansem i nie podejmował zbyt pochopnych decyzji. Skutecznie jednak usuwał z Telewizji Polskiej wszystkie osoby, które widzowie jednoznacznie utożsamiali ze stanem wojennym. A. Drawicz nie zapoczątk-

---

<sup>1</sup> Przez pojęcie to rozumiano media, które pełniły funkcje propagandowo-agitacyjne i organizatorskie. Por. *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk 1976, s. 177.

<sup>2</sup> Szerzej na ten temat: K. Jakubowicz, *Telewizja w społeczeństwie polskim: szkic do portretu*, w: *Polskie media w okresie przemian*, red. J. Olędzki, Warszawa 1991, s. 159–165.

kował radykalnych zmian w Telewizji Polskiej. Bronił się raczej przed radykałami i pseudorewolucjonistami; opuścił Radiokomitet wraz z ustąpieniem premiera<sup>3</sup>.

Odejście A. Drawicza świadczyło, że demokratyczne przemiany zapoczątkowane u progu lat dziewięćdziesiątych nie zmieniły relacji pomiędzy władzą państwową i telewizją. Rotacja ekip rządowych nadal pociągała za sobą zmiany na stanowisku przewodniczącego Radiokomiteu. Premierowi T. Mazowieckiemu (24.08.1989–3.09.1991) towarzyszył A. Drawicz (23.09.1989–7.01.1991), Janowi Krzysztofowi Bieleckiemu (4.01.1991–5.12.1991) – Marian Terlecki (7.01.1991–23.10.1991), a następnie Janusz Zaorski (23.10.1991–23.05.1992). Z premierostwem Jana Olszewskiego (6.12.1991–4.06.1992) związani byli J. Zaorski i Zbigniew Romaszewski (23.05.1992–5.06.1992.). Ostatni duet rząd – telewizja stanowili Hanna Suchocka (11.07.1992–30.09.1993) i J. Zaorski (5.06.1992–31.12.1993).

Rotacje przewodniczących Radiokomiteu pociągały za sobą rewolucje kadrowe na stanowiskach szefów programów, redakcji i agencji. Żadna z tych osób nie sprawowała swej funkcji na tyle długo, by w widoczny sposób odcisnąć indywidualne piętno na strukturach organizacyjnych lub zawartości programowej telewizji. Szczególnie szybko rotacja następowała wśród osób związanych z informacją i publicystyką polityczną. Dzięki wywiadam i relacjom składanym przez te osoby już po opuszczeniu stanowisk wiadomo, że mimo oficjalnych zapewnień, związki pomiędzy telewizją i światem polityki były do 1994 r. nadzwyczaj silne. O doborze kadr decydowały zazwyczaj względy ideowe i polityczne, a nie merytoryczne<sup>4</sup>. Abstrahując od karuzeli stanowisk, analogia wydaje się oczywista: kolektywny organizator – tym razem rząd, a nie partia – dowolnie manipulował kolektywnym propagatorem – telewizją.

*De iure* sytuacja ta uległa zmianie w 1994 r. po wejściu w życie ustawy o radiofonii i telewizji. Powołanie takich instytucji, jak: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Rada Nadzorcza Telewizji Polskiej S.A. czy też Rada Programowa miało wprowadzić bariery izolujące telewizję od bezpośredniej presji podmiotów polityki. Z biegiem czasu organy te traciły jednakże swe izolacyjne właściwości i przenoszono do nich zasadę politycznego parytetu. Codzienna

---

<sup>3</sup> A. Drawicz, *Byłem prezesem TV*, „Polityka” 1995, nr 19 z 13.05; tenże, *Wczasy pod lufą*, Warszawa 1997 oraz *Odwrotna strona medalu. Z Jarosławem Kaczyńskim rozmawiała Teresa Bochwic*, Warszawa 1991, s. 58.

<sup>4</sup> Zob. m.in. *Poza kadrem. O kulisach rządzenia telewizją mówi Maciej Strzembosz, były dyrektor I programu TVP, były doradca prezesa Radiokomiteu Mariana Terleckiego*, „Wprost” 1992, nry 4 i 5 z 26.01 i 4.02; J. Snopkiewicz, *Grabarze telewizji*, „Wprost” 1992, nr 9 z 1.03; A. Kwiatkowski, *Kto tu dyszy za plecami*, „Polityka” 1994, nr 29 z 16.07 i in.

praktyka podmiotów polityki starających się ingerować w programową działalność telewizji publicznej mijala się z duchem wspomnianej ustawy.

Nie można zatem się dziwić, że bardzo szybko doszło do konfliktów pomiędzy pierwszym prezesem TVP S.A. Wiesławem Walendziakiem a rządem utworzonym przez Sojusz Lewicy Demokratycznej oraz Polskie Stronnictwo Ludowe. Bodaj najbardziej spektakularnym ich przejawem były wydarzenia z listopada 1994 r. Urząd Rady Ministrów celowo opóźnił w owym czasie wydanie komunikatu z posiedzenia rządu, a to spowodowało przekazanie przez główne wydanie telewizyjnych *Wiadomości* niepotwierdzonych informacji. Prezes Zarządu TVP S.A. W. Walendziak został wezwany do URM w celu wyjaśnienia postępowania dziennikarzy kierowanego przezeń medium. Zajście to stało się pretekstem do wysłania przez premiera listu do W. Walendziaka. Waldemar Pawlak zarzucił telewizji publicznej wypożyczanie prywatnym nadawcom „za niewielkie pieniądze” własnego sprzętu oraz udostępnianie im po niewspółmiernie niskiej cenie zasobów archiwalnych Telewizji Polskiej. Krytykował też politykę personalną prowadzoną w telewizji, plan ograniczenia liczby placówek korespondenckich, opieranie serwisu informacyjnego tylko na doniesieniach zachodnich agencji prasowych oraz zlecenie produkcji programowej producentom zewnętrznym<sup>5</sup>. Sądząc po treści postawionych zarzutów, premier nie był do końca zorientowany w procesach zachodzących w telewizji, niemniej jednak jego list świadczył o otwartym konflikcie pomiędzy rządem a telewizją publiczną. W. Walendziak zareagował na postawione zarzuty nieprzychylnie, twierdząc, iż mają one kontekst polityczny, a rząd już ukarał telewizję, wydzielając jej jedynie połowę wypracowanego zysku<sup>6</sup>.

Ataki koalicji SLD-PSL na telewizję były kontynuowane także w początkach 1995 r. Na krótki czas przycichły, gdy doszło do zmiany premiera i rekonstrukcji gabinetu. Jednak pierwsze tygodnie pracy rządu Józefa Oleksego charakteryzowała nerwowość i próby (podejmowane przez rzecznika prasowego rządu) bezpośredniego wpływania na konstrukcję *Wiadomości*. Dopiero oficjalne spotkanie Aleksandry Jakubowskiej z W. Walendziakiem oraz szefami pierwszego i drugiego programu (Maciejem Pawlickim, Maciejem Domańskim) oraz wiceszefem Telewizyjnej Agencji Informacyjnej Karolem Sawickim zakończyło początkowe niesnaski.

Spór przeniósł się jednak na płaszczyznę finansową. W połowie marca 1995 r. minister finansów Grzegorz Kołodko podjął decyzję o przedłużeniu kontroli finansowej prowadzonej w TVP S.A. W miesiąc później Krajowa Rada stwier-

<sup>5</sup> Pełny tekst tego listu opublikowała „Gazeta Wyborcza”. Zob. *Premier ma Telewizję*, „Gazeta Wyborcza” 1994, nr 282 z 5.12.

<sup>6</sup> *Nie dbam, jaka spadnie kara*, „Gazeta Wyborcza” 1994, nr 292 z 16.12.

dziła zaś, że jedynym organem, który może odwołać Zarząd TVP S.A. jest jej Rada Nadzorcza, a nie minister finansów<sup>7</sup>.

Przewidując zaostrenie konfliktów z rządem, już w końcu stycznia 1995 r. W. Walendziak przeforsował decyzję o usunięciu z Zarządu TVP S.A. Waldemara Budzyńskiego, odpowiadającego za techniczną stronę działalności spółki<sup>8</sup>. Jako oficjalny powód tej decyzji podano, iż W. Budzyński przekroczył swe kompetencje i podpisał niekorzystny kontrakt na przeprowadzenie ekspertyzy dotyczącej przyszłości polskiej telewizji z Francusko-Polską Wyższą Szkołą Nowych Technik Informatyczno-Telekomunikacyjnych w Poznaniu. W. Budzyński przyznał zaś otwarcie, iż W. Walendziak umotywowował swą decyzję obawą o przyszły los Zarządu: „Mówił, że w najbliższym czasie rozpęta się nad telewizją burza, której skutki i dla mnie, i dla Zarządu, i dla firmy będą katastrofalne. Tej katastrofie miała zapobiec moja rezygnacja”<sup>9</sup>.

W dniu 15 maja 1995 r. Rada Nadzorcza TVP S.A. zaakceptowała sprawozdanie finansowe Zarządu, ale już następnego dnia ukazał się dokument Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji pt. *Przyszłość telewizji publicznej w Polsce*, odnoszący się bardzo krytycznie do telewizji kierowanej przez W. Walendziaka. Dwa tygodnie później nowy członek Krajowej Rady Witold Graboś, bez konsultacji z innymi jej członkami, złożył wniosek o odwołanie Rady Nadzorczej TVP S.A. Dnia 30 maja G. Kołodko zawiesił przyjęcie sprawozdania finansowego spółki do czasu zakończenia prowadzonej w niej kontroli. Wszystkie te zdarzenia odczytane zostały jako próba opanowania telewizji publicznej przez koalicję rządową, tym bardziej że w połowie czerwca 1995 r. nowym przewodniczącym Rady Nadzorczej tego medium (na miejsce Cezarego Stypułkowskiego) został Karol Jakubowicz, znany już wcześniej z krytycznego nastawienia do telewizji kierowanej przez W. Walendziaka<sup>10</sup>. Do tej swoistej rozgrywki włączył się też prezydent Lech Wałęsa – 22 czerwca 1995 r. odwiedził budynek przy ul. Woronicza. Zgłosił co prawda swe uwagi pod adresem

<sup>7</sup> Decyzja o niemożności odwoływania rad nadzorczych Polskiego Radia i Telewizji w trakcie trwania ich kadencji została potwierdzona wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego z 19 grudnia 1995 r. Wyrok Trybunału był odpowiedzią daną prezydentowi L. Wałęsie, który powątpiewał w moc prawną decyzji ministra finansów. G. Kołodko odwołał bowiem rady nadzorcze terenowych ośrodków telewizyjnych w Łodzi i Krakowie.

<sup>8</sup> Prócz W. Walendziaka i W. Budzyńskiego w skład Zarządu wchodził też: Bronisław Borkowski (finanse), Janusz Daszczyński (problemy prawno-organizacyjne i ośrodki regionalne) i Stanisław Nowak (problemy programowe). Na miejsce W. Budzyńskiego powołano w styczniu 1995 r. Adama Brodziaka (technika).

<sup>9</sup> *Na styku władzy. Z Waldemarem Budzyńskim, zwolnionym z zarządu TVP rozmawia Mirosław Pęczak*, „Polityka” 1995, nr 5 z 4.02.

<sup>10</sup> W latach 1994–1996 w skład Rady Nadzorczej TVP S.A. wchodziłi reprezentanci różnych partii politycznych. W sierpniu 1997 r. organ ten opanowali członkowie PSL i SLD.

najpopularniejszego polskiego medium, ale też poparł W. Walendziaka. Prezesowi przyszli ponadto w sukurs redaktorzy naczelni największych polskich czasopism. W specjalnie wydanym oświadczeniu stwierdzili m.in.:

Odwołanie władz telewizji publicznej, dokonane na podstawie jednoznacznie politycznych kryteriów, oznaczać będzie likwidację niezależności telewizji publicznej, a także zakwestionuje rolę mediów publicznych jako jednej z instytucji demokratycznych, umożliwiającej społeczną kontrolę władzy<sup>11</sup>.

Wobec tak silnego wsparcia W. Walendziak przeszedł do kontrataku i w końcu lipca wystąpił do warszawskiego Wojewódzkiego Sądu Gospodarczego o uchylenie decyzji Walnego Zgromadzenia TVP S.A. (jednoosobowej spółki Skarbu Państwa reprezentowanej przez G. Kołodkę) zawieszającej przyjęcie sprawozdania finansowego. Wobec faktu, iż 1 sierpnia sprawozdanie to zostało przyjęte, W. Walendziak swój wniosek wycofał.

Konflikty pomiędzy prezesem TVP S.A. a rządem nasiliły się w początku 1996 r., tj. po zakończeniu zwycięskiej dla lewicy kampanii prezydenckiej. W połowie lutego ponad 50 senatorów wywodzących się głównie z SLD i PSL zażądało przeprowadzenia kolejnej kontroli NIK w TVP S.A.<sup>12</sup> W owym czasie przeprowadzano też ocenę działalności programowej telewizji, od czego było uzależnione przedłużenie kontraktów dla dyrektorów obu anten. Już 29 stycznia 1996 r. W. Walendziak wyraził nadzieję, iż ocena ta nie będzie miała charakteru politycznego, a jedynie merytoryczny<sup>13</sup>. Mimo to w połowie lutego 1996 r. „Gazeta Wyborcza” poinformowała, iż ze względów politycznych odejście dyrektora I Programu TVP Macieja Pawlickiego było przesądzone. Wśród najczęściej podnoszonych zarzutów wymieniano zbyt prawicowy charakter jego programu, co miał uosabiać Wojciech Cejrowski ze swą audycją *WC kwadrans*<sup>14</sup> oraz napastliwy ton audycji informacyjnych i publicystycznych – m.in. *Pulsu Dnia*. Za odwołaniem M. Pawlickiego opowiedziało się trzech członków Zarządu TVP S.A.: Janusz Daszczyński, Stanisław Nowak i Bronisław Borkowski. Sam zainteresowany uznał ich postępowanie za próbę „uwiarygodnienia się” przed nową władzą, a zarazem przejaw usuwania z telewizji ludzi dla tej władzy niewygodnych<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> Cyt. za: „Gazeta Wyborcza” 1995, nr 143 z 22.06.

<sup>12</sup> Zob. *Ukrócić bałagan*, „Gazeta Wyborcza” 1996, nr 47 z 24/25.02.

<sup>13</sup> „Rzeczpospolita” 1996, nr 25 z 30.01.

<sup>14</sup> Tytuł tego programu był zapewne polemiką ze skrótem „WC” (wartości chrześcijańskie), używanym przez tygodnik „Nie”.

<sup>15</sup> *Skok na kasę. Rozmowa z Maciejem Pawlickim byłym dyrektorem Programu I Telewizji Polskiej S.A.*, „Angora” 1996, nr 9 z 5.03, s. 4–5.

Głosami tych samych członków zarządu na stanowisko dyrektora programu I powołano Tomasza Siemoniaka. Nowy dyrektor początkowo dość wstrzemięźliwie mówił o swych zamiarach i zapowiedział jedynie powrót programu Andrzeja Bobera *Listy o gospodarce*<sup>16</sup> oraz udoskonalenie *Pulsu dnia*<sup>17</sup>.

Znacznie istotniejszy okazał się kontekst zaistniałych zmian. Ujawnił on bowiem podziały w Zarządzie TVP S.A. W. Walendziak odczytał decyzje zarządu jako swoiste votum nieufności i 28 lutego 1996 r. podał się do dymisji. Decyzję swą umotywowował odwołaniem dyrektora I programu oraz chęcią przezwyciężania konfliktu z politykami. W stosownym oświadczeniu stwierdził: „skończyły się możliwości blokowania roszczeń politycznych”<sup>18</sup>. Dymisja W. Walendziaka zrodziła całą masę spekulacji na temat faktycznych jej powodów, stanu telewizji oraz osoby przyszłego prezesa<sup>19</sup>. Mimo dwukrotnego głosowania przeprowadzonego 13 i 19 marca Rada Nadzorcza TVP S.A. dymisji nie przyjęła. Wtedy to W. Walendziak wystąpił z propozycją dalszego piastowania stanowiska. W liście skierowanym do Rady Nadzorczej stwierdził: „w poczuciu odpowiedzialności za sprawy spółki jestem gotów dalej kierować pracami zarządu TVP”<sup>20</sup>. Jednocześnie domagał się dymisji B. Borkowskiego i S. Nowaka, których obwiniał o podpisanie niekorzystnej dla telewizji umowy z Curtis Plaza.

Decyzje kadrowe zapadły w końcu marca 1996 r. Informując o nich, „Gazeta Wyborcza” stwierdziła jednoznacznie, iż „stanowisko prezesa telewizji publicznej jest jednym z ostatnich, których nie obsadziła zwycięska koalicja SLD-PSL”<sup>21</sup>. Następnego dnia ujawniono, iż T. Siemoniak zamierza podziękować za współpracę Cezaremu Jęksie (szef działu publicystycznego), Waldemarowi Gasperowi (publicystyka kulturalna) oraz Markowi Budziszowi z *Pulsu Dnia*. Dnia 29 marca 1996 r. Rada Nadzorcza odwołała cały Zarząd TVP S.A. Niemal w 2 tygodnie później (12 kwietnia) nowym prezesem TVP S.A. został, wywodzący się z PSL, wiceprzewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Ryszard Miazek. Pozostałymi członkami zarządu zostali: Tomasz Jezio-

<sup>16</sup> Kulisy usunięcia tej audycji z ramowego programu TVP zaprezentował jej współautor, a zarazem red. nac. „Polityki”. Zob. J. Baczyński, *Listy bez adresu*, „Polityka” 1995, nr 41 z 14.10, s. 17.

<sup>17</sup> *Cejrowski nie musi zmieniać poglądów*, „Życie Warszawy” 1996, nr 46 z 23.02; *Znam swoje miejsce. Rozmowa z Tomaszem Siemoniakiem, dyrektorem I Programu TVP*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 76 z 29.03.

<sup>18</sup> „Rzeczpospolita” 1996, nr 52 z 1.03.

<sup>19</sup> R. Szubstarski, *Przebrana wojna prezesa*, „Życie Warszawy” 1996, nr z 1.03, s. 6; *Atak na Radę*, „Wprost” 1996, nr 10 z 10.03; *Puls prezesa*, „Polityka” 1996, nr 11 z 16.03.

<sup>20</sup> „Rzeczpospolita” 1996, nr 68 z 20.03.

<sup>21</sup> A. Kublik, *Telewizja za zamkniętymi drzwiami*, „Gazeta Wyborcza” 1996, nr 74 z 27.03.

rański (finanse) Aleksander Walczak (ośrodki terenowe i strategia rozwoju TVP S.A.), Adam Brodziak (technika) i Janusz Daszczyński (program). Jedną z pierwszych decyzji R. Miazka było podporządkowanie sobie Telewizyjnej Agencji Informacyjnej. Na szefa *Wiadomości* powołano uprzedniego redaktora naczelnego telewizyjnej *Panoramy* Jarosława Grzelaka, powiązanego z PSL Marka Kasę na stanowisko wicedyrektora TAI ds. oddziałów terenowych i korespondentów oraz Henryka Cicheckiego na stanowisko dyrektora Biura Zarządu<sup>22</sup>. Szefem *Panoramy* został Sławomir Zieliński, który podczas kampanii prezydenckiej reprezentował A. Kwaśniewskiego.

Powyższe zmiany nie zakończyły jednak przetasowań personalnych. W dniu 30 sierpnia 1996 r. odwołano dyrektora I Programu TVP S.A. T. Siemoniaka. Powodem dymisji było – jak stwierdził Zarząd – „niewykonanie zadań programowych związanych z układem ramowym zgodnie z przyjętymi wcześniej ustaleniami”<sup>23</sup>. Za tą dość złożoną motywacją kryła się sprawa programu publicystycznego *Echa dnia*. Program ten miał zastąpić kontrowersyjny *Puls dnia*. T. Siemoniak prace nad nową audycją powierzył staremu zespołowi redakcyjnemu, a to nie zyskało akceptacji Zarządu. Wraz z T. Siemoniakiem gotowość rezygnacji złożyli wszyscy szefowie redakcji I programu<sup>24</sup>. Główny zainteresowany uznał, że cała sprawa ma kontekst polityczny. Stwierdził, iż „Faktem jest, że postawiono mi żądanie czysto polityczne i w tym sensie decyzja o moim odwołaniu jest czysto polityczna”<sup>25</sup>.

Szefem „Jedynki” został, utożsamiany z SLD, Stanisław Nowak. W tym samym czasie funkcję szefa publicystyki „Dwójki” powierzono Pawłowi Popiakowi, byłemu redaktorowi naczelnemu „Zielonego Sztandaru”, a do 1994 r. rzecznikowi prasowemu PSL. Dyrektorem telewizyjnego Biura Analiz i Strategii Rozwoju został uprzedni zastępca redaktora naczelnego „Przeglądu Tygodniowego” Andrzej Kwiatkowski.

Zmiany personalne zainicjowane przez R. Miazka spotkały się z krytyczną oceną dwóch członków Krajowej Rady – Marka Jurka i Jana Szafrąńca. W specjalnie wydanym oświadczeniu stwierdzili oni, że nie aprobują usuwania z telewizji publicznej programów i osób związanych z W. Walendziakiem. W poczynaniach Zarządu upatrywali zaś zamach na „otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji”<sup>26</sup>. Wydarzenia zachodzące w TVP S.A. znalazły też niespodziewany oddźwięk międzynarodowy. Były prezydent USA Jim-

<sup>22</sup> „Rzeczpospolita” 1996, z 4/5.05.

<sup>23</sup> „Rzeczpospolita” 1996, nr 203 z 31.08.

<sup>24</sup> Byli to: Witold Bereś, Rafał Grupiński, Piotr Nycz, Marian Kmita i Mirosław Spychalski.

<sup>25</sup> T. Siemoniak, *Widziałem telewizję Miazka*, „Gazeta Wyborcza” 1996, nr z 6.09.

<sup>26</sup> *Oświadczenie członków KRRiTV*, „Niedziela” 1996, nr 37 z 15.09.

my Carter wystosował do A. Kwaśniewskiego pismo, w którym wyrażał niepokój o wolność i niezależność telewizji publicznej w Polsce. List J. Cartera sygnował też wiceprzewodniczący działającej przy Duke University w stanie Północna Karolina Komisji ds. Polityki Wobec Radia i Telewizji<sup>27</sup>.

Kierunek ewolucji telewizji publicznej w 1996 r. bodaj najcelniej scharakteryzował K. Jakubowicz. Według jego opinii na ówczesnym etapie rozwoju demokracji w Polsce trudno było odpolitycznić telewizję. „Nasi politycy już wiedzą – stwierdził K. Jakubowicz – że panowanie nad telewizją publiczną to dla nich pocałunek śmierci. Jednakowoż są tak żądni pojawienia się na antenie telewizyjnej, że po prostu zapominają o wszelkim rozsądku i ostrzeżeniach”<sup>28</sup>. K. Jakubowicz w innym wywiadzie prasowym przyznał jednocześnie, że w przypadku W. Walendziaka Rada Nadzorcza sformułowała negatywne oceny dopiero po roku jego działalności, natomiast w przypadku R. Miazka zgłoszono je już po 5 miesiącach<sup>29</sup>.

Mimo tych ostrzeżeń polityczna walka o telewizję publiczną była kontynuowana. W marcu 1997 r. szefem TAI został Jacek Snopkiewicz, a 40 zatrudnionych tam dziennikarzy zaprotestowało przeciwko nieustannym personalnym rotacjom, które utrudniały im normalną pracę. W 3 miesiące później J. Snopkiewicza atakowały niemalże wszystkie ważniejsze ugrupowania polityczne. „Przyszłość telewizji zależy od układu politycznego – stwierdził szef TAI – Każdy, kto po wyborach zdobędzie władzę, będzie chciał mieć swoich ludzi na Woronicza”<sup>30</sup>.

Kadencja zarządu TVP S.A. kierowanego przez R. Miazka skończyła się 1 stycznia 1998 r. Pełnił on jednak swą funkcję do połowy tego roku, kiedy to 26 czerwca kolejnym prezesem telewizji publicznej został członek Krajowej Rady, współorganizator kampanii wyborczej A. Kwaśniewskiego, Robert Kwiatkowski. Bardzo szybko doszło do konfliktu pomiędzy reprezentującym Akcję Wyborczą Solidarność ministrem skarbu Emilem Wąsaczem a nowym prezesem TVP S.A. Tym razem jednak nie dyskutowano nawet o formule programowej publicznego nadawcy czy też o jego kondycji finansowej, lecz zamierzano przejąć jego zyski, a gdy to się nie udało, sformułowano wniosek o postawienie TVP S.A. w stan likwidacji.

Inicjatywa ta nie zyskała większego poparcia. Nie oznaczało to jednak, że napięcia pomiędzy prawicowym rządem a centrolewicową telewizją osłabły.

<sup>27</sup> „Rzeczpospolita” 1996, nr 211 z 10.09.

<sup>28</sup> *Stan burzy i naporu* [wywiad z K. Jakubowiczem], „Życie Warszawy” 1996, nr 224 z 24.09.

<sup>29</sup> *Ostrzeżenie dla Miazka* [Rozmowa z K. Jakubowiczem], „Gazeta Wyborcza” 1996, nr 220 z 20.09.

<sup>30</sup> A. Kublik, *Polityk to zły redaktor. Rozmowa z Jackiem Snopkiewiczem, szefem Telewizyjnej Agencji Informacyjnej*, „Gazeta Wyborcza” 1997, nr 142 z 20.06, s. 7.



Do kolejnych wyborów parlamentarnych, tym razem wygranych przez SLD, corocznie prezes TVP S.A. przeżywał stresy związane z tzw. skwitowaniem, czyli akceptacją wykonania budżetu spółki przez ministerstwo finansów.

Zarzuty wobec publicznego nadawcy nie osłabły także po kolejnej zmianie konfiguracji polskiej sceny politycznej z 2001 r. Tym razem opozycja zarzucała TVP S.A., iż była ona zbyt prorządowa<sup>31</sup>. Zastrzeżenia te na niewiele się zdały. Wobec realnego układu sił politycznych R. Kwiatkowski niemal automatycznie został wybrany prezesem TVP S.A. na kadencję 2002–2006, a jego zastępcą został powiązany z PSL Tadeusz Skoczek.

Nawet pobieżny przegląd konfliktów, jakie zachodziły po 1994 r. pomiędzy Zarządem TVP S.A. a organami państwa, dowodzi, iż władze nieustannie próbowały wywierać bezpośredni wpływ na funkcjonowanie tego medium. Konflikty te wykazywały, iż ponad czterdziestoletnie przyzwyczajenia bezpośredniego kierowania przez najwyższe władze państwowe polską telewizją okazało się bardzo trwałe i trudne do wyrugowania.

Miniemy się jednak z prawdą, twierdząc, że nie próbowano ograniczyć presji, jaką wywierały na telewizję wszystkie podmioty polityki, a nie tylko sfery rządowe. Wyodrębniono, łatwe do rozpoznania przez widzów, audycje prezentujące stanowisko prezydenta, parlamentu i rządu. Zgodnie z zaleceniem Krajowej Rady powołano programy umożliwiające partiom politycznym prezentowanie własnego stanowiska wobec najważniejszych problemów nurtujących opinię publiczną. Reprezentanci organizacji społecznych mieli też możliwość występowania w innych audycjach. Uczyniono zatem pierwszy krok na drodze ku pluralizmowi w telewizji, ale batalia o polityczne władanie tym medium nie została jeszcze zakończona.

Wypada w tym miejscu zauważyć, że próby manipulowania telewizją publiczną nie są właściwe tylko dla Polski czy też Europy Wschodniej. Występowały one także w państwach o znacznie dłuższym stażu demokratycznym i prowadziły do nieformalnego podziału kanałów telewizyjnych pomiędzy dominujące ugrupowania polityczne. W Polsce mieliśmy jednak do czynienia z rozbitą sceną polityczną i ograniczoną liczbą kanałów. Dlatego też taki model stosunków pomiędzy sferą polityki a telewizją nie wydawał się możliwy do zrealizowania. TVP S.A. stała przed alternatywą zachowania niezależności, bądź podporządkowania jednemu, dominującemu w danym czasie podmiotowi polityki.

Zauważmy ponadto, że presja polityków na telewizję nie ma do końca racjonalnych podstaw. Dowiodły tego chociażby badania OBOP-u. Wykazały

<sup>31</sup> *Zbyt rządowa telewizja publiczna*, „Rzeczpospolita” z 10.07.2002.

one, że sama obecność w telewizji, choć ważna, nie przesądzała jeszcze o sukcesie wyborczym. Preferencje wyborców, tak jak i postawy społeczne, okazywały się nadzwyczaj złożone i wieloczynnikowe. Sukces osiągnano nawet wtedy, gdy telewizja przedstawiała dane ugrupowanie polityczne w negatywnym świetle<sup>32</sup>. Z innych sondaży wiemy natomiast, że telewidzowie w coraz mniejszym stopniu interesowali się polityką. Tendencja ta była szczególnie silna wśród młodzieży. Ponad 30% uczniów szkół ponadpodstawowych oglądało jedynie filmy, a dzienniki i programy informacyjne ok. 15–16%<sup>33</sup>.

Wskaźniki te ulegały jednak istotnej zmianie w odniesieniu do całego audytorium telewizji. Jednym z najpopularniejszych programów było nadal główne wydanie *Wiadomości*, w początkach lat dziewięćdziesiątych oglądane codziennie przez ok. 15–16 mln osób, a dziesięć lat później przez nie mniej niż 8 mln osób. Dla 2/3 spośród nich było to podstawowe, a często jedyne źródło informacji o otaczającym ich świecie. Polacy byli przy tym bardzo tradycyjni. Choć szef tego programu – Adam Pieczyński (1994–1996) – i kierowany przez niego zespół dziennikarzy podejmowali próby zmiany tych przyzwyczajzeń, widzowie *Wiadomości* domagali się treści politycznych. Dlatego też stanowiły one od 15 do 20 minut emisji tego programu. Dopiero u schyłku lat dziewięćdziesiątych, i to w dodatku pod presją prywatnej konkurencji, *Wiadomości* zaczęły zmieniać swą formułę. W początkach XXI w. podstawowy program informacyjny telewizji publicznej charakteryzował się w miarę wartką akcją i elastycznością. Częściej podejmowano tematykę codziennych ludzkich spraw, relacje kondensowano do kilkudziesięciu sekund, starano się nadawać je bez uprzedniego nagrywania. Warto przy tej okazji dodać, że prekursorem tego typu programów informacyjnych w telewizji publicznej był, uruchomiony 27 czerwca 1986 r., *Teleexpress*<sup>34</sup>.

Badania OBOP-u wykazały ponadto dużą popularność programów publicystyczno-politycznych<sup>35</sup>. Ok. 90% dorosłych Polaków oglądało przynajmniej jeden z 15 tego typu programów emitowanych przeciętnie w tygodniu w TVP S.A. Najwyżej spośród nich oceniano *Puls dnia* (początkowo 22%, a w sierpniu 1996 r. – 10% wskazań), następnie: *Listy o gospodarce* (odpowiednio: 21% i 6%), *Tylko w Jedyńce* i *Wydarzenia tygodnia* (po 14%) oraz *Linie specjalną* (9%, a we wrześniu 1996 r. – 6%). Ten ostatni program przyciągał uwagę m.in.

<sup>32</sup> *Wybory parlamentarne*, „Serwis OBOP” grudzień 1991, s. 58.

<sup>33</sup> Badania OBOP-u (N=1260), Tu cyt. za: „Życie Warszawy” 1994, nr 183 z 30.07.

<sup>34</sup> M. Czubaj, „*Teleexpress*” na zakręcie, „Polityka” 2001, nr 28 z 14.07.

<sup>35</sup> Badania przeprowadzono w lutym 1995 r. na liczącej 1121 osoby, losowej próbie mieszkańców Polski w wieku powyżej 16 lat.

dlatego, że jako jeden z pierwszych zastosował system audiotele. System ten (wprowadzony 29 marca 1995 r.) umożliwiał widzom telefoniczne głosowanie – opowiadanie się za określonym człowiekiem bądź poglądami, przy czym widzowie programu byli na bieżąco informowani o rezultatach sondażu. Doświadczenia *Linii specjalnej* okazały się tak zachęcające, że stopniowo zaczęto je wykorzystywać w innych programach o charakterze rozrywkowym – m.in. wyborach Miss Polonia, festiwalu w Sopocie itp. Wkrótce okazało się, iż system ten przynosił telewizji duże zyski (w 1995 r. – 3,5 mln PLN, w 1996 r. – ok. 16 mln PLN). W 1997 r. w konkursach, w których główną nagrodą był samochód, brało niekiedy udział do 200 tys. osób<sup>36</sup>. Z biegiem czasu popularność audiotele zmalała. Mimo to czysty zysk TVP S.A. z jednego tylko takiego przedsięwzięcia wynosił ok. 1 mln zł. Zainteresowanie widzów podtrzymywano m.in. poprzez zadawanie coraz bardziej banalnych i coraz prostszych pytań<sup>37</sup>.

Obserwując dyskusję dotyczącą telewizji publicznej, można dojść do przekonania, że wszyscy jej uczestnicy próbowali ograniczyć istotę ewolucji do zerwania bezpośrednich kontaktów tego medium ze sferą polityki. Problem ten miał jednak szersze uwarunkowania i powinien być postrzegany przez pryzmat całej zawartości programów telewizyjnych. Audycje informacyjne i społeczno-polityczne stanowiły w nim ok. 20% czasu emisji, a dominantą programową były filmy i seriale fabularne stanowiące ok. 30% tego czasu. Preferencje nadawcy pokrywały się tu z oczekiwaniami telewidzów. Według badań OBOP-u w telewizji publicznej najchętniej oglądali oni filmy fabularne (88% wskazań), programy informacyjne (87%) oraz rozrywkowe (83%) i teleturnieje (81%).

Warto też zauważyć, że nawet szefowie telewizji polskiej nadzwyczaj rzadko wypowiadali się w kwestiach programowych, a ich rozważania odnosiły się przede wszystkim do sfery polityki. W. Walendziak – jak określiła go „Arka” „publicysta konserwatywno-liberalny” – obejmując funkcję prezesa TVP S.A. odwołał się do walki, którą toczył z „telewizją komunistyczną, socjalistyczną, postoświeceniową, liberalną”<sup>38</sup>. Nie zamierzał on jednak tworzyć programu w pełni konserwatywnego, gdyż „przekleństwo tej instytucji polegało na tym, że zawsze ją ktoś dzierżył i próbował instrumentalnie, często w dobrej wierze, wykorzystywać dla postępu i szczęścia ludzkości”<sup>39</sup>.

<sup>36</sup> *Prezenter dzwoni trzy razy*, „Gazeta Wyborcza” 1996, nr z 17/18.02.

<sup>37</sup> W. Markiewicz, *Audiotele edukuje*, „Polityka” 1998, nr 17 z 25.04.

<sup>38</sup> Badania OBOP-u z 3–7 marca 1995 r. przeprowadzone na próbie losowej 1086 mieszkańców Polski w wieku powyżej 16 lat.

<sup>39</sup> Wszystkie cytaty za: *Dobra przyszłość... dla każdego? O miejscu telewizji publicznej w życiu kulturalnym, społecznym i politycznym. Z Wiesławem Walendziakiem rozmawiają Krzysztof Kopczyński i Andrzej Urbański*, „Arka” 1995, nr 2, s. 46–55.

Telewizja W. Walendziaka miała przypominać zwierciadło „które odbija rzeczywistość ze wszystkimi jej niuansami”. Prawo głosu mieli uzyskać w niej wszyscy ci, którzy tę rzeczywistość tworzą. Prezes zdawał sobie sprawę, że choć „dzisiaj media pełnią rolę mądrego wychowawcy, który mówi jak jest i jak być powinno”, to jednak „odbiorcy nie akceptują już dziennikarzy w roli kapłanów jakiegokolwiek wiary” i nie poddają się indoktrynacji.

Program telewizyjny nie mógł być adresowany do statystycznego odbiorcy, ale do konkretnych ich grup. Jak stwierdził W. Walendziak: „Niektórzy ludzie bulwersują się na przykład programem Wojciecha Cejrowskiego, ale ten program adresowany jest właśnie do bardzo konkretnej grupy odbiorców”. Prezes, choć świadom, iż nie przyszło mu żyć w świecie konserwatywno-liberalnym, to jednak konsekwentnie wprowadzał swe wizje w życie. W poglądach o słuszności obranej drogi utwierdzała go „siła ataku na nas, szczególnie wtedy, gdy kontestujemy kulturę socjalliberalną i masową, właśnie tę, w której się wychowaliśmy”. W końcu zaś stwierdził, że dzięki jego wysiłkom odbiorca polskiej telewizji mógł śmiało powiedzieć: „Nie będę przepraszać za to, że jestem żonaty i chcę mieć kilkoro dzieci, że raz w tygodniu chcę pójść do kościoła, nie jest mi przykro, że należę do wyznaniowej większości i mówię po polsku”. Takie postawy uzyskały prawo obywatelstwa w telewizji publicznej dopiero niedawno. To jest rzecz raczej nowa” – podkreślił W. Walendziak.

Pracę TVP S.A. w latach 1994–1996 podsumował kierownik działu publicystyki kulturalnej Waldemar Gasper. Za podstawowy sukces ekipy W. Walendziaka uznał on wzrost oglądalności I programu z 77% w 1993 r. do 83% w 1995 r. oraz wzrost wpływów z reklam w tym programie o ponad 34% (rok 1995 do 1994). Sukcesy te miały świadczyć, iż Polacy zaakceptowali formułę telewizji krytycznej wobec wszelkiej władzy i sprawującej głównie funkcje kontrolne. Lokomotywami sukcesu okazały się takie programy, jak: *Puls dnia*, *Goniec Kulturalny* czy też *Filmidło*<sup>40</sup>.

Według W. Gaspera o powodzeniu takiej telewizji zadecydował fakt, iż „zaproszenie do tworzenia politycznej i społecznej publicystyki programu I przyjęła elita młodych dziennikarzy i publicystów decydujących o profesjonalizmie, a także wiarygodności polskiej prasy i radia różnych odcieni i opcji”<sup>41</sup>.

W. Gasper za swe największe osiągnięcia programowe uznał cykl audycji *Kultura duchowa narodu*, w którym przypomniano takich twórców, jak Jerzy Łojek, Paweł Jasienica czy też Stefan Kisielewski oraz środowiska twórcze

<sup>40</sup> W. Gasper, *Cień Radiokomitetu*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 50 z 28.02.

<sup>41</sup> Tenże, *Autoportret „pampersów”*, „Tygodnik Powszechny” 1996, nr 15 z 14.04. O tym środowisku twórczym zob. też.: C. Michalski, *Powrót człowieka bez właściwości*, Warszawa 1997.

związane m.in. z „Twórczością”, „Znakiem” i „Czasem Kultury”. Z kolei cykl *Przywracanie pamięci* miał na celu przypominać nie tylko wydarzenia, ale i ich polityczne tło: „Poziom życia w PRL-u, stopień serwilizmu ówczesnych władz wobec sowieckiego centrum, wszechwładność propagandy”. Przejęcie telewizji przez nowe kierownictwo związane z obozem rządowym było dla W. Gaspera nie tylko osobistą porażką, ale wręcz narodową tragedią. „Kompromis z post-komunistami – napisał – dokonany za cenę operacji na zbiorowej pamięci (co proponowali niektórzy najbardziej szanowani intelektualiści dawnej opozycji) jest naszym zdaniem zabójczy przede wszystkim dla przyszłości naszego kraju”<sup>42</sup>.

Gdy w kwietniu 1996 r. rozpoczął swą pracę kolejny prezes TVP S.A. R. Miazek, skrytykował komercjalizację i nazbyt popularny charakter programu publicznego nadawcy. Za podstawę niekorzystnych zjawisk zachodzących po 1993 r. uznał brak definicji telewizji publicznej. Prezentując wizję TVP S.A., przypomniał, iż zachodziła sprzeczność pomiędzy poglądami wyrażanymi wewnątrz telewizji a jej instytucjonalnym otoczeniem. W dokumencie przyjętym przez Radę Nadzorczą pt. *Misja Telewizji Polskiej S.A.* – jako nadawcy publicznego określa się telewizję publiczną jako instytucję społeczną i narodową, wpisaną w ład demokratycznego państwa. Natomiast w wewnętrznym dokumencie pt. *Strategia Rozwoju TVP S.A.* z sierpnia 1994 r., opracowanym w Biurze Analiz i Planowania Strategicznego, znajduje się zupełnie odmienne rozumienie roli i zadań telewizji publicznej. Na str. 19 czytamy: „Telewizja publiczna należy do sektora usług (służb) publicznych, ma więc świadczyć usługi społeczeństwu. Celem jej jest służyć interesom ogółu społeczeństwa, a nie swoim udziałowcom, nie państwu, rządowi czy Kościołowi”. Porównanie tych dwóch definicji skłoniło R. Miazka do wysnucia wniosku, że telewizja stała się stroną wobec innych podmiotów życia społecznego. „W następstwie przyjęcia takiej postawy telewizja publiczna zaczęła konkurować ze światem polityki, dążyła do budowania własnej wiarygodności jego kosztem”<sup>43</sup>. Według R. Miazka „telewizja nie odpowiada przed jakąś abstrakcyjną widownią, ale przed instytucjami państwa pochodzącymi z wolnych i demokratycznych wyborów. Telewizja publiczna powinna być wzorem zachowań demokratycznych, a zasady prawne godzić powinny wielość poglądów, sympatii i wyborów politycznych, które tak bardzo charakteryzują każde środowisko dziennikarskie i twórcze” – podkreślił prezes. Wielokrotnie przypominał, że „telewizja nie powinna spełniać wobec świata polityki funkcji kontrolnych, ale przede

<sup>42</sup> W. Gasper, *Autoportret...*

<sup>43</sup> R. Miazek, *Telewizja wzorem zachowań demokratycznych*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 91 z 17.04.

wszystkim rzetelnie o nim informować”<sup>44</sup>. To stanowisko prezesa wzbudziło sprzeciw większości redaktorów naczelnych polskich gazet, którzy uznali, że R. Miazek chce całkowicie podporządkować telewizję publiczną parlamentowi i rządowi.

R. Miazka niepokoiła jakość programów informacyjnych i publicystycznych. Choć przy ich opracowywaniu zatrudniano ok. 600 osób, poziom niektórych z nich był wysoce niezadowolający. Kreśląc wizję przyszłości telewizji publicznej, R. Miazek sugerował utrzymanie telewizyjnego stanu posiadania, to znaczy umacnianie potencjału produkcyjnego, kadrowego oraz utrzymanie dotychczasowej widowni i wpływów z reklam. Miał świadomość, że dla większości Polaków telewizja była jedynym medium dostarczającym rozrywkę, wypoczynek i treści kulturalne. Niepokoiła go nieuzasadniona konkurencja pomiędzy I i II programem. Program I miał mieć bardziej otwarty i uniwersalny charakter, program II zaś „powinien stać się miejscem promocji ambitniejszych gatunków adresowanych do mniejszej widowni”.

Prezes TVP S.A. zamierzał też przeprowadzić wnikliwą ocenę programów realizowanych przez producentów prywatnych. Powołał się w tym przypadku na doświadczenia brytyjskie, gdzie ponoć „program wykonywany na zlecenie nie może być droższy i gorszy niż wyprodukowany przez BBC”.

Znaczna część tych zapowiedzi została zrealizowana w 1996 i 1997 r. Nie wdając się w szczegóły, można stwierdzić, iż telewizja R. Miazka utraciła nieco swój uprzedni polemiczny impet, stała się bliższa obozowi rządzącemu, ale też nie ograniczyła swych komercyjnych funkcji.

Kolejny prezes – R. Kwiatkowski, tak jak poprzednicy, wkroczył na Woronicza z hasłem reform. Zamierzał oddzielić pion nadawczy od produkcyjnego, zrationalizować zatrudnienie, a nade wszystko poddać telewizję mechanizmom rynkowym. Mottem jego prezesury stało się hasło: Tyle misji, ile abonamentu<sup>45</sup>. Jak już wiemy, w działaniach R. Kwiatkowskiego dostrzegano przede wszystkim jego lewicowe sympatie. Faktem było jednak, iż udało mu się zmniejszyć zatrudnienie w TVP S.A. do ok. 5 tys. osób oraz wyhamować wzrost kosztów telewizyjnej produkcji. Obejmując swą funkcję na drugą kadencję, zapowiedział dalszą racjonalizację zatrudnienia, niewielki spadek udziału w rynku telewizyjnym, a gdy zostaną ku temu stworzone podstawy prawne – uruchomienie kanałów tematycznych<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Zob. *Dziennikarz musi się godzić z linią kierownictwa*, „Życie Warszawy” 1996, z 15.04; *Nikt nikomu nie ufa*, „Polityka” 1996, nr 17 z 27.04.

<sup>45</sup> *Tyle misji, ile abonamentu* [wywiad z R. Kwiatkowskim], „Rzeczpospolita” 1999, z 5.05.

<sup>46</sup> R. Kwiatkowski, *Upadek mitów o niezależności*, „Rzeczpospolita” 2002, nr 76 z 4.04.

Jak już wspominałem, ograniczanie ewolucji TVP S.A. tylko do jej związków ze światem polityki byłoby zbyt dużym uproszczeniem. Wypada stwierdzić, iż z lepszym lub gorszym skutkiem realizowała ona funkcje telewizji publicznej<sup>47</sup>. Przypomnijmy, że np. w 1994 r. wyprodukowano ok. 50 premierowych spektakli Teatru Telewizji, 20 filmów fabularnych i 8 seriali. Spółka sfinansowała też 8 godzin filmów animowanych i była jedynym w Polsce podmiotem zamawiającym takie filmy. Spośród 22 filmów prezentowanych w 1994 r. podczas Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni aż 20 powstało przy współpracy lub z udziałem TVP S.A. Jednakże wysiłek ten, oszacowany na ok. 25 mln zł, w całości emitowanego programu nie był zbyt widoczny. Spektakle Teatru Telewizji np. we wrześniu 1994 r. stanowiły zaledwie ok. 1% czasu emisji<sup>48</sup>. Natomiast w początku 1996 r. podjęto decyzję o zredukowaniu budżetu Teatru Telewizji o 35%. Choć dyrektor teatru Jerzy Koenig uspokajał, że ma przygotowane spektakle na ponadroczną emisję, oczywiste było, iż decyzja ta może zaważyć na poziomie i liczbie przedstawień wystawianych na tej największej narodowej scenie<sup>49</sup>. W 1997 r. rozważano nawet postulat przeniesienia Teatru Telewizji do II programu. Jednak zdecydowane protesty środowisk twórczych zablokowały tę propozycję<sup>50</sup>.

Mimo tych zabiegów, malało zainteresowanie telewizyjnym teatrem. W latach 1980–1990 miał on 30%, a niekiedy – nawet 40% widownię. W 1991 r. spektakle oglądało 28%, a w 1992 r. 22% widzów. W 1993 i 1994 r. wskaźnik ten wynosił ok. 14%, ale w 1998 r. już tylko 4,3%. Po 2000 r. rzadko który spektakl mógł się poszczycić 5% widownią. Jeszcze gorzej w owym czasie prezentowały się wyniki „Teatru dla Dzieci” (2%), natomiast w 1998 r. odnotowano kilka „Teatrów Dwójki”, które miały statystyczny wskaźnik oglądalności wynoszący 0%<sup>51</sup>.

Innym ustawowym zadaniem spoczywającym na publicznym nadawcy jest produkcja filmów dokumentalnych. Filmy te realizowali najbardziej znani i odnoszący największe sukcesy artystyczne polscy reżyserzy. Wystarczy jedynie wspomnieć, iż to właśnie dzięki TVP S.A. zrealizowano film Marcela Ło-

---

<sup>47</sup> Szerzej na ten temat m.in. M. Mrozowski, *Kultura w telewizji publicznej: dylematy misjonarza*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1996, nr 3–4.

<sup>48</sup> *Telewizja Polska S.A. po roku przekształceń*, Warszawa, styczeń 1995, s. 1.

<sup>49</sup> *Niedobrze być niezależnym producentem*, „Życie Warszawy” 1996, z 7.03.

<sup>50</sup> Zob. m.in.: *Rozstanie z Kobrą. Rozmowa z Jerzym Koenigiem, szefem Teatru TV*, „Niedziela” (dodatek do „Życia Warszawy”) 1997, z 1/2.02; A. Kublik, M. Wolkowicka, *Największy teatr na świecie*, „Gazeta Wyborcza” 1998, z 3.03.

<sup>51</sup> Dane za: „Rzeczpospolita” 1998, nr 105.

zińskiego *Wszystko może się przytrafić*<sup>52</sup>, czy też dokumentalną telenowelę Ireny i Jerzego Morawskich pt. *Serce z węgla*. Mimo to widzowie wykazywali niewielkie zainteresowanie tą produkcją. Rzadko kiedy widownia polskich filmów i telenowel dokumentalnych przekraczała 10%<sup>53</sup>.

Do mniej spektakularnych sukcesów TVP S.A. zaliczano tworzenie i upowszechnianie audycji oświatowych. Programy te stanowiły ok. 13% czasu emisji, a ich realizacja była odpowiedzią na wymogi ustawy o radiofonii i telewizji. Programy edukacyjne adresowano głównie do uczniów szkół podstawowych i średnich. Ich upowszechnianie było dotowane przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Dotacje budżetowe – poprzez Ministerstwo Spraw Zagranicznych – kierowano także do Telewizji „Polonia”. Kanał ten, powołany w 1992 r., miał początkowo ograniczać się do retransmisji audycji I i II programu TVP. Później jednak uzyskał samodzielność i stał się odrębną jednostką organizacyjną telewizji publicznej. Stopniowo poszerzano zakres jego oddziaływania. W końcu 1995 r., dzięki satelicie Eutelsat, był on odbierany praktycznie w całej Europie i Izraelu. W 1997 r. TVP S.A. zawarła 25-letnią umowę z amerykańskim przedsiębiorcą Bogusławem Spańskim na retransmisję tego programu do obu Ameryk i Australii. B. Spański okazał się jednak mało wiarygodnym partnerem. Po pięciu latach jego działalności w USA było zaledwie 24 tys. abonentów „Polonii”, a w Australii ich liczba wynosiła ok. 8 tys.<sup>54</sup>

TV „Polonia” nadawała 18 godzin programu dziennie, z czego ok. 65% stanowiły powtórki, a pozostała część była oryginalną twórczością „Polonii”, realizowaną samodzielnie bądź w koprodukcji z ośrodkami terenowymi. Głównymi pozycjami informacyjnymi tego programu były *Więści polonijne* i *Forum polonijne*. Znaczną część emisji stanowiły audycje religijne i historyczne, a to według niektórych opinii „rozbudzało patriotyzm wedle przedwojennych schematów, co rozmija się całkowicie z wrażliwością na przykład widzów młodszych i tych mieszkających za granicą, a z racji swych korzeni zainteresowanych Polską”<sup>55</sup>. W Europie program TV „Polonia” docierał do nie mniej niż 3 mln widzów, a w kraju osiągalny był dla ok. 32% Polaków, spośród których nie więcej niż 5% deklarowało stały z nim kontakt. Warto w tym miejscu zauważyć, iż na mocy porozumień dwustronnych TVP S.A. realizowała w rodzi-

---

<sup>52</sup> Film dokumentalny to jest najszlachetniejsza częśćka telewizyjnej produkcji. Rozmowa z Tadeuszem Szymą, szefem redakcji filmu dokumentalnego PR I TVP, „Niedziela” (dodatek do „Życia Warszawy”) 1995, z 11/12.07.

<sup>53</sup> Por. „Polityka” 2001, nr 40 z 6.10, s. 95.

<sup>54</sup> „Rzeczpospolita” 1998, nr 65 z 18.03 i wydanie z 7.05.2002.

<sup>55</sup> M. Pęczak, *Bigos dla polonusa*, „Polityka” 2001, nr 43 z 27.10.



mych językach programy dla mniejszości narodowych zamieszkujących w Polsce. Audycje te emitowano w programie telewizji regionalnych. Podobnie postępowały inne kraje europejskie. Np. telewizja węgierska realizowała po polsku program pt. *Telewizja „Rondo”*.

W 1997 r. rozważano uruchomienie kanałów tematycznych: sportowego, informacyjnego i muzycznego. Programy te zamierzano rozprowadzać, wykorzystując techniki cyfrowe w sieciach telewizji kablowych. W dniu 19 kwietnia 1997 r. uruchomiono pierwszy z nich pn. *Tylko Muzyka*. Program ten emitowano 18 godzin dziennie, w 51% składał się on z audycji poświęconej polskiej twórczości muzycznej. *Tylko Muzyka* zaprzestała swej działalności 15 lutego 1998 r. Jako oficjalny powód likwidacji tego kanału podano nikłe zainteresowanie reklamodawców oraz brak stosownych regulacji prawnych dotyczących funkcjonowania kanałów cyfrowych.

Choć kolejni prezesi TVP S.A. deklarowali zainteresowanie kulturą narodową, to program publicznego nadawcy zdominowały filmy i seriale amerykańskie. Dla przykładu podamy jedynie, że w przeciętnym tygodniu 1994 r. w obydwu programach telewizji publicznej emitowano, łącznie z powtórkami, ok. 70 seriali – zarówno fabularnych, jak i animowanych, przyrodniczych, edukacyjnych itp. OBOP poddał analizie zainteresowanie serialami wskazywane przez publiczność telewizyjną. Sklasyfikowano 64 seriale fabularne, z czego 44, tj. blisko 66%, wyprodukowano w USA. Do grupy tej można też doliczyć jeden powstały w koprodukcji amerykańsko-hiszpańskiej. Polskie wytwórnie reprezentowało tylko 9 seriali, tj. 14%, oraz 2 w koprodukcji polsko-niemieckiej, co czyniło łącznie 11 seriali i ok. 17% ogółu. Wśród widzów programu I największą popularnością cieszyły się seriale emitowane po godzinie 20.00: *Gliniarz i prokurator* (USA) – 59% widzów, *Policjanci z Miami* (USA) – 54% i *Żar tropików* – 51%. Wśród tzw. „seriali popołudniowych” najchętniej oglądano: *Dynastię Colbych* (USA) – 45%, *Beverly Hills* (USA) – 30% i *Dzień za dniem* (USA) – 29%. W programie drugim wśród „seriali wieczornych” pierwsze miejsce zajęła *Niewinnie aresztowana* (USA) – 28%, następnie *Przystanek Alaska* (USA) – 21% i *Błyskawice* (USA) – 20%. Wśród „seriali popołudniowych” kolejność wyglądała następująco: *Czterdziestolatek* – 35%, *Pokolenia* (USA) – 29% i *Pełna chata* (USA) – 22%<sup>56</sup>. Proces „amerykanizacji” programu telewizji publicznej osiągnął swe apogeum w 1996 r. Filmy i seriale produkcji polskiej stanowiły w owym czasie 10% oferty, produkcji europejskiej 37%, a amerykańskiej – 53%<sup>57</sup>.

<sup>56</sup> Badania OBOP. Tu cyt. za: „Aktualności Telewizyjne” 1995, nr 1, s. 25, 60, 101 i 105.

<sup>57</sup> *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, wyd. KRRiTV, Warszawa 1997, s. 128.

Wyniki cytowanych badań wykazały też, że Polacy zainteresowani byli rodzimą produkcją. Niestety pierwsze polskie telenowele takie, jak: *Zespół adwokacki*, *Jest jak jest* czy też *Radio Romans* nie osiągnęły popularności „seriali wszechczasów” – *Czterech pancernych i psa* oraz *Stawki większej niż życie*.

Sytuacja ta zaczęła ulegać zmianie w połowie lat dziewięćdziesiątych. Choć nadal dominowała produkcja amerykańska (*Dr Quinn* – 40–50% oglądalności, *Savannah* ok. 40%), to równym powodzeniem cieszyły się polskie seriale. Emitowany w niedzielny wieczór serial *Matki, żony i kochanki*, zaliczany do gatunku „mydlanej opery”, przyciągał do odbiorników nawet 15 mln osób (50%), kryminalna *Ekstradycja* zanotowała oglądalność ok. 45%, a powtórka *Czterech pancernych i psa* ściągnęła przed telewizory 35% audytorium<sup>58</sup>.

Polska publiczność oczekiwała na polskich bohaterów uwikłanych w nasze lokalne problemy. Dlatego też w 2002 r. w telewizji publicznej królowały już niepodzielnie polskie telenowele. Takie produkcje, jak: *Na dobre i na złe*, *M. jak miłość*, *Klan* czy *Złotopolscy* ściągały przed telewizory 5–8 mln osób (oglądalność od 14 do 22%). Seriale amerykańskie miały dwukrotnie mniejsze audytorium. Trzeba przy tym pamiętać, iż wskaźniki oglądalności z pierwszej połowy lat dziewięćdziesiątych i początków XXI w. nie do końca były porównywalne. W pierwszym przypadku TVP S.A. miała niemal monopolistyczną pozycję, w drugim zaś spotykała się z ostrą konkurencją nadawców prywatnych, skutecznie odbierających jej widownię<sup>59</sup>.

Równie dynamicznie rozwijającym się gatunkiem programowym w TVP S.A. okazały się teleturnieje, którymi zainteresowanie wykazywała nawet redakcja katolicka (*Ludzki świat*). Były to zarówno audycje licencjonowane (*Koło fortuny*, *Familiada*), jak i rodzime pomysły typu *Wielka Gra* i *Miliard w rozumie*. Przeciętnie w tygodniu 1997 r. w programie telewizyjnym emitowano ok. 20 teleturniejów, ale rok później było już ich czterdzieści. W 1997 r. najwyższa oglądalność teleturniejów wynosiła 16%, a w 2001 r. nie przekraczała 10%<sup>60</sup>. Ewolucja tego gatunku najdobitniej wyrażała się w porównaniu formuły *Wielkiej gry* i *Familiady*. Wiedzę encyklopedyczną zastępowała wiedza potoczna, a nawet wyniki sondaży opinii publicznej. Można ponadto zauważyć, że preferowany przed 1989 r. model sukcesu grupowego (*Turniej Miast*) zastępowany był przez sukces rodzinny i indywidualny. Ciekawym i zupełnie nowym zjawiskiem okazali się zawodowi gracze uzyskujący dzięki teleturniejom niekiedy znaczne zyski. Niekwestionowanym liderem tego typu

<sup>58</sup> *Telewizyjne hity*, „Aktualności Telewizyjne” z lat 1995–1997.

<sup>59</sup> K. Lubelska, *Anioły do nieba*, „Polityka” 2002, nr 10 z 11.05.

<sup>60</sup> „Magazyn Gazety Wyborczej” 1997, z 25.04. oraz „Polityka” 2001, nr 51/52 z 22/29.12.

przedsiębiorczości była rodzina Majewskich ze Zwolenia, która wystąpiła w 52 teleturniejach<sup>61</sup>.

Kolejnym gatunkiem preferowanym przez TVP S.A. był „talk show”. Programy tego typu, zarówno w telewizji polskiej, jak i za granicą, cieszyły się dużym zainteresowaniem publiczności, a niekiedy decydowały o powodzeniu całego kanału telewizyjnego. Były to programy – mozaiki, konstruowane według zasady „coś dla każdego” i „wszystko dla kogoś”.

Pierwowzoru polskich programów typu talk show upatruje się m.in. w *Tele-echu* Ireny Dziedzic czy też *Karierach barierach*. W początkach lat dziewięćdziesiątych największą popularnością cieszyły się: *Wieczór z Alicją*, *MdM* i *Godzina szczerości*. Niedzielnny *Wieczór z Alicją* nadawany przez I program TVP – jak dowodziły tego badania OBOP-u – oglądało 11–13% Polaków, spośród których 80% oceniało go bardzo dobrze. *MdM*, czyli *Mann do Materny*, *Materna do Manna* oglądało 25–28% widzów, a bardzo podobał się on 60%. *Godzina szczerości* miała kilkuprocentową widownię. Jednakże najwyżej oceniany był talk show emitowany nie przez telewizję publiczną, ale „Polsat”. *Na każdy temat* Andrzeja Woyciechowskiego, a następnie Mariusza Szczygła początkowo gromadził przed telewizorami 27% widzów (w 1998 r. – 12%), którzy w większości przypadków wystawiali mu bardzo dobre oceny.

Z innych, niestety niezbyt udanych, audycji zaliczanych do tego gatunku wypada wymienić emitowane przez TVP S.A. *Pytania do siebie* znanego aktora Wojciecha Pszoniaka i *Po co nam...?* reżysera Andrzeja Żuławskiego. W 1997 r. największą popularnością (od 10 do 16% oglądalności) cieszył się *Tok szok* Jacka Żakowskiego i Piotra Najsztaba oraz *Zwyczajni niezwyczajni* Magdy Olszewskiej. W 2002 r. w telewizji publicznej najwyższą oglądalność osiągnęła *Bezludna wyspa* Niny Terentiew (ponad 11%) i *Wieczór z Jagielskim* – 8%<sup>62</sup>.

Cechą specyficzną talk show emitowanych w telewizji publicznej było zapraszanie do tych programów osób powszechnie znanych. Zazwyczaj unikano tzw. medialnych ekshibicjonistów („media pig”) gotowych przedstawić przed kamerami wszelkie, najbardziej intymne sekrety swego życia. Inną właściwością programową TVP S.A. było unikanie programów typu reality, robiących ogromną karierę u prywatnych nadawców. Rzecz jasna, nie oznaczało to, iż publiczny nadawca unikał tzw. „formatów”, czyli schematów programów narzuconych przez zakupione licencje. „Sformatowany” był co drugi program z gatunku teleturniejów, talk show czy seriali<sup>63</sup>.

<sup>61</sup> J. Podgórska, *Klasa lekkopółśrednia*, „Polityka” 1998, nr 1 z 3.01.

<sup>62</sup> Dane za: „Polityka” 2002, nr 8 z 23.02.

<sup>63</sup> „Polityka” 2002, nr 23 z 8.06, s. 57.

Po 8 latach działalności TVP S.A. doszło do znacznej rekonstrukcji zawartości jej programu. Charakterystyczną jego cechą było oparcie go nie na dominujących audycjach, ale na blokach tematycznych, adresowanych do widzów znanych z sondaży socjologicznych. Zarząd Spółki podkreślił to w swym sprawozdaniu, pisząc, iż „Telewizja stara się nadawać o określonych porach programy adresowane do tych grup widzów, którzy w danym czasie najchętniej zasiadają przed telewizorem<sup>64</sup>. Tworzenie bloków audycji i filmów było zewnętrznym przejawem konstruowania programów według tzw. „pasm oglądalności”. Zabieg ten powodował, że w długim łańcuchu komunikowania czynnikiem decydującym nie był, jak uprzednio, nadawca, ale odbiorca. Sądząc po konstrukcji całego programu, u publicznego nadawcy przeważał pogląd, że o odbiorze audycji decyduje pora emisji, a nie jego walory artystyczne czy merytoryczne. Utrwalenie tej praktyki decyduje o treści i jakości oferty programowej Telewizji Polskiej S.A. Niektóre tego przejawy są już widoczne. W tzw. „paśmie najwyższej oglądalności” (17.00–23.00) umieszczono programy adresowane do widza masowego. Nie przesądzano przy tym, czy ma być to „wszystko dla wszystkich”, czy też „coś dla każdego”. Niemniej jednak tendencja ta, wzmocniona zapisami ustawowymi i stosownym rozporządzeniem Krajowej Rady o zakazie emisji między 6.00 i 23.00 programów, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu i fizycznemu rozwojowi dzieci i młodzieży, okazała się trwała. Audycje telewizyjne o wyrafinowanej treści i godzące w utrwalone społeczne mity i symbole przenoszone były na późne godziny nocne. Trafiały zatem do wąskiego kręgu odbiorców. Doprowadziło to do deprecjacji edukacyjnych i kulturotwórczych funkcji telewizji publicznej.

Analizując funkcjonowanie TVP S.A., wypada podkreślić, iż blisko 40% jej potencjału zlokalizowane jest w oddziałach terenowych. Do 2000 r. było ich 12<sup>65</sup>. W dniu 28 lutego 2001 r. TVP S.A. powołała ośrodki regionalne dla 4 województw powstałych w wyniku zmian administracyjnych granic kraju: Świętokrzyski Ośrodek Regionalny podległy oddziałowi w Krakowie, Opolski Ośrodek Regionalny podległy Katowicom, Warmińsko-Mazurski Ośrodek Regionalny podlegający oddziałowi w Gdańsku oraz ośrodek lubuski podporządkowany oddziałowi poznańskiemu. Pod względem technologicznym w najlepszej sytuacji były ośrodki terenowe w Gdańsku, Katowicach i Krakowie. Inne zaś często pracowały w adaptowanych pomieszczeniach, nie miały niezbędnego sprzętu studyjnego itp.

---

<sup>64</sup> *Telewizja Polska S.A.*..., s. 2.

<sup>65</sup> Telewizja Polska dysponowała ośrodkami terenowymi w następujących miastach: Białymstoku (powołany w 1997 r.), Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie i Wrocławiu.

W 2001 r. oddziały terenowe i ośrodki regionalne wyemitowały łącznie 77,5 tys. godzin programu regionalnego. W liczbie tej 23,4% przypadło na emisję programu tworzego przez oddziały. Pozostały czas wypełniały tzw. pasma wspólne. Średni dzienny czas nadawania programu regionalnego przez każdy oddział wynosił 17,7 godziny, z czego średnio 4,1 godziny w ciągu dnia zajmował program własny. Nadawany był on przez wszystkie oddziały w podobnych pasmach czasowych; w dni powszednie: w paśmie porannym (8.00–8.35), popołudniowym (15.25–16.30 i 17.15–19.00) oraz wieczornym (21.30–22.00); w sobotę i w niedzielę godziny nadawania tych pasm były nieco inne: pasmo poranne (8.00–9.00), południowe (13.30–14.30), popołudniowe (17.00–19.00) lub 18.00–18.20) i wieczorne (21.00–22.00).

Programy własne oddziałów terenowych dostarczały informacji o najważniejszych lokalnych wydarzeniach społecznych, gospodarczych, politycznych, kulturalnych, sportowych i in. Informacje te były przekazywane głównie w formie dzienników, które miały po kilka wydań w ciągu dnia.

Wiele oddziałów, obok audycji informacyjnych przeznaczonych dla wszystkich odbiorców regionu, nadawało również audycje adresowane do mniejszych lokalnych społeczności. W formie przykładu podam jedynie, że trzy zamiejscowe redakcje oddziału terenowego w Katowicach realizowały magazyny o charakterze informacyjnym dla społeczności zamieszkujących dawne województwo bielskie (*Magazyn beskidzki*), dawne województwo częstochowskie (*Z krukiem w herbie*) i obecne opolskie (*Studio pod bukiem*). Ośrodek Regionalny w Kielcach przygotowywał audycje informacyjne dla mieszkańców województwa świętokrzyskiego (*Kronika świętokrzyska*). Oddział terenowy w Poznaniu emitował codziennie 7 audycji informacyjnych, spośród których 3 zawierały informacje z Poznania, 2 wydania dotyczyły województwa wielkopolskiego i lubuskiego, dwa adresowane były wyłącznie do społeczności województwa lubuskiego (*Teleskop lubuski*). Oddział terenowy w Białymstoku, oprócz codziennych audycji informacyjnych dotyczących całego regionu, nadawał dwa razy w tygodniu audycje dla społeczności suwalsko-mazurskiej oraz łomżyńskiej (*Panorama Łomżyńska* i *Przegląd suwalsko-mazurski*). Poza audycjami informacyjnymi oddziały terenowe nadawały także tzw. „informatory tematyczne”: kulturalne, sportowe, gospodarcze, samorządowe i inne.

Ważną pozycją programu nadawanego przez oddziały terenowe były cykliczne audycje publicystyczne, w których omawiano, komentowano i wyjaśniano aktualne wydarzenia lokalne. Audycje te miały swoje stałe miejsce w programie ramowym i były nadawane z różną częstotliwością – od codziennych do emitowanych dwa razy w miesiącu. Oddziały terenowe nadawały ponadto własne audycje religijne, koncentrujące się zarówno na bieżą-

cych wydarzeniach lokalnego Kościoła katolickiego, jak też poświęcone innym wyznaniom.

Pod względem statystycznym w 2001 r. w propozycjach programowych oddziałów terenowych dominowały takie gatunki, jak: film – 53,3% czasu emisji, edukacja – 8,8%, publicystyka – 8,2%, rozrywka – 5,9%, informacja – 5,6%, muzyka – 4,9% oraz sport – 4,8%.

Jakość programów realizowanych i emitowanych przez ośrodki terenowe wpływała pośrednio z zaplecza technicznego i posiadanych funduszy. Niektóre z nich osiągnęły nawet krajowy sukces. Niemniej jednak w połowie lat dziewięćdziesiątych na anteny ogólnopolskie trafiało przeciętnie tylko ok. 10% programów przygotowanych w ośrodkach terenowych<sup>66</sup>. W poprzedniej dekadzie wskaźnik ten był dwa razy wyższy.

Ośrodki regionalne kosztowały telewizję publiczną średniorocznie ok. 300 mln zł. Zatrudniały ok. 2,5 tys. osób (40% ogółu pracowników TVP S.A.), zgromadzono w nich 40% majątku tej instytucji. Mimo tak znacznych środków przeznaczanych na oddziały terenowe, nieustannie malała oglądalność ich programów. W 1997 r. wynosiła ona 5,6%, w 1998 r. – 5%, w 1999 r. – 4,1%, natomiast w roku 2000 – 2,9%. Tendencja ta zezwoliła tzw. „mediaplanerom” (osobom planującym umieszczanie reklam w mediach) na określenie tej oferty jako „niszowej”.

Niska oglądalność telewizji regionalnych pociągnęła za sobą spadek zainteresowania reklamodawców. Jeśli jeszcze w 2000 r. ośrodkom regionalnym udało się wyemitować ponad 50 tys. godzin reklamy, ogłoszeń i tzw. „tele-sprzedazy”, to w 2001 r. wielkość ta wynosiła jedynie 36 tys. godzin. Odnotowano zatem spadek przekraczający 30%. W skali całego rynku reklamy telewizyjnej udział telewizji regionalnych wynosił jedynie 3,5%.

Kłopoty finansowe i techniczne były zapewne podstawową barierą utrudniającą transformację ośrodków terenowych. Jednakże w niektórych z nich nie wykazywano się należyłą sprawnością informacyjną i hołdowano konserwatywnej formule programowej<sup>67</sup>. Kontrole finansowe przeprowadzone w ośrodkach terenowych, choć u ich podstaw nie leżały tylko względy merytoryczne, wykazały chaos w polityce zakupów, produkcji i honorowania autorów programów. Do najczęściej popełnianych wykroczeń zaliczono ponadto dokonywanie zakupów programów, których wartość przekraczała 50 tys. zł, a do czego ośrodki regionalne nie były uprawnione, brak kontroli rzeczywistych kosztów

<sup>66</sup> „Press” 1995, nr 5.

<sup>67</sup> W połowie lat dziewięćdziesiątych bodaj najgorsze oceny programu otrzymywał ośrodek katowicki. Z drugiej zaś strony odnosił on największe sukcesy komercyjne. Zob. *O sztuce autokracji*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 111 z 16.05.

programów realizowanych przez producentów zewnętrznych, bałagan w emisji reklam oraz niewłaściwe księgowanie przychodów z tej działalności itp.<sup>68</sup> Trzeba dodać, że do ośrodków regionalnych przenoszono toczącą się w Polsce walkę polityczną. Prasa polska nieustannie informowała o programach i audycjach emitowanych przez oddziały terenowe, które sprzyjały konkretnym opcjom politycznym, czy też udzielaniu czasu antenowego osobom wzbudzającym negatywne emocje społeczne<sup>69</sup>.

Połączenie 12 oddziałów terenowych w jedną sieć – de facto III program Telewizji Polskiej – bez wątpienia pozwoliło nieco uporządkować te kwestie, ale wyhamowało procesy transformacyjne. Oddziały terenowe, mając finansowe i merytoryczne poparcie centrali warszawskiej, a także pozbawione realnej konkurencji lokalnych nadawców prywatnych, nie były zainteresowane doskonaleniem swej działalności i poszukiwaniem nowej roli, jaką powinny odgrywać w swych regionach. Wypada w tym miejscu zauważyć, że nawet w TVP S.A. nie było do końca sprecyzowanej wizji dalszego losu oddziałów regionalnych. Lech Rywin wystąpił np. z propozycją ich prywatyzacji, a Karol Jakubowicz proponował, by wzorem Europy Zachodniej ograniczyć ich liczbę oraz środki przeznaczane na ich działalność<sup>70</sup>. W ostatnim okresie przeważał jednak pogląd o potrzebie utrzymania ośrodków regionalnych. Dnia 3 marca 2002 r. uruchomiono program TVP 3 działający na zasadzie „rozpinanej sieci”. Publiczna trójka oferowała zarówno program ogólnokrajowy, jak lokalny. Sztandarową audycją informacyjną tego kanału były ogólnopolskie i regionalne „Kuriery”. Warto przy tej okazji dodać, że jakość tych ostatnich była zróżnicowana. Najwyżej oceniano produkcje katowickie, wrocławskie i poznańskie. Stawkę zamykały zaś „Kuriery” olsztyńskie, lubelskie i opolskie<sup>71</sup>.

O nowej formule programowej publicznej trójki przesądziły zapewne także działania telewizyjnej konkurencji. Powszechnie bowiem uważano, iż TVP 3 była odpowiedzią na specjalistyczny kanał informacyjny TVN 24.

<sup>68</sup> Szerzej na ten temat m. in. M. Kowalski, *To nie misja, lecz reklama*, „Gazeta Wyborcza” 2002, z 18.04.

<sup>69</sup> Zob. m.in.: *Wypowiedzenie złożone, kandydatów wielu*, „Rzeczpospolita” 1998, nr 196 z 22/23.08; B. Modrzejewska, G. Rakowicz, *Między Gdańskiem a Olsztynem*, „Rzeczpospolita” 1998, nr 83 z 8.04; *Honoraria i teczki*, „Rzeczpospolita” 1998, nr 137 z 13/14.06; *Dymisja szefa WOT*, „Rzeczpospolita” 1999, nr 40 z 17.02; *Skandal w łódzkiej telewizji*, „Gazeta Wyborcza” 2000, z 14.03; A. Głowacka, *Kazali, nakręciliśmy*, „Press” 2000, nr 4; *KRRiTV przyznaje się do bezsilności*, „Rzeczpospolita” 2000, nr 222 z 22.09; *Polityka czy rozrywka*, „Rzeczpospolita” 2000, nr 248 z 23.10; Ł. Wróblewski, *Towarzysze tu mówi Bydgoszcz*, „Gazeta Wyborcza” z 18/19.11.2000; M. Słoka-Chłabcz, *Kampania międzymedialna*, „Press” 2002, nr 4.

<sup>70</sup> Zob. też: *Kosztowne, rzadko oglądane*, „Rzeczpospolita” 1999, nr 82 z 8.04; *Pieniądze to nie wszystko*, tamże 1999, nr 253 z 28.10.

<sup>71</sup> „Press” 2001, nr 7.

Telewizja Polska S.A. w rankingach „Polityki” i „Rzeczpospolitej” pod względem przychodu zawsze plasuje się w pierwszej pięćdziesiątce największych polskich przedsiębiorstw. Choć ostatnio jej zyski są relatywnie mniejsze, to i tak wiele rynkowych gigantów może tej firmie zazdrościć. Podstawowe dane dotyczące budżetu spółki zaprezentowano w poniższej tabeli.

**Tabela 1.** Budżet TVP S.A. w latach 1994–2001

Rok	Przychód w mld zł	Zysk w mln zł	Zysk netto w mln zł	Procentowy udział przychodów z reklam w przychodach ogółem
1994	0,8	240	150	51,5
1995	0,9	135	79	56,5
1996	1,2	261	155	59,8
1997	1,3	166	104	56,6
1998	1,6	150	92	58,0
1999	2,0	213	137	63,7
2000	1,9	64	51	57,9
2001	1,7	78	41	58,6

Źródło: „Polityka” z lat 1995–2002; *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa 2001, s. 95 oraz *Informacja....*, Warszawa 2002, s. 95.

Zyski TVP S.A. czerpie z abonamentu i reklam. Na te pierwsze nie ma zbyt wielkiego wpływu choćby dlatego, iż ok. 50% Polaków nie opłaca abonamentu radiowo-telewizyjnego. Dlatego też publiczny nadawca zabiegał o reklamy. Z danych przedstawionych w tabeli wynika, iż wpływy z reklam są obecnie podstawowym źródłem utrzymania publicznego nadawcy. Choć Telewizja Polska S.A. nie wykorzystwała ustawowych limitów, jej udział w telewizyjnym rynku reklamowym w 1994 r. przekroczył 80%, a w całości tego rynku wpływy z reklam telewizyjnych wynosiły 60%. W 1996 r. I program miał udział w rynku reklamowym na poziomie 53%, II program 10%, „Polsat” 37%. Świadczyło to, że w początkowym okresie spółka w pełni wykorzystwała pozycję monopolisty. Ogólny czas emisji reklam w TVP S.A. był porównywalny z wynikami publicznych telewizji we Francji i we Włoszech, ale w innych krajach Europy Zachodniej telewizje publiczne osiągały z tej działalności znacznie niższe zyski. Np. w Niemczech w 1995 r. dochody prasy w całości dochodów z rynku reklamowego wynosił 71%, a telewizji 20%. W Wielkiej Brytanii wielkości te kształtowały się odpowiednio: 60% i 30%, a we Francji: 40% i 35%<sup>72</sup>. Tylko

<sup>72</sup> Roczna emisja reklam w telewizjach publicznych w 1993 r. wynosiła: Włochy: RAI 1 – 335 godzin, RAI 2 – 296 godzin reklam, RAI 3 – 143 godzin; Francja: F2 – 350 godzin, F3 – 212



w ostatnich trzech latach wpływy z reklam w strukturach budżetów zachodnio-europejskich telewizji publicznych spadły z ponad 21 % do 16%, a głównym źródłem finansowego zasilania był abonament, z którego wpływy wzrosły z 65% do 70%. Biorąc pod uwagę te dane oraz fakt widocznej od 2000 r. recesji polskiego rynku reklamowego, można sądzić, że TVP S.A. dotarła do maksymalnego pułapu nasycenia reklamą. Dlatego też władze telewizji publicznej domagały się usprawnienia systemu ściągania opłat abonamentowych, tak by w 2006 r. stanowiły one ponad 40% budżetu spółki<sup>73</sup>.

Inną kwestią była racjonalność wydatków ponoszonych przez TVP S.A. NIK wielokrotnie wykazywała, że nie zawsze były one uzasadnione<sup>74</sup>, a opinie publiczną bulwersowały wysokie zarobki zarządu spółki, które tylko w 2000 r. wyniosły ok. 3 mln zł<sup>75</sup>. NIK doszła ponadto do wniosku, że publiczny nadawca nazbyt się skomercjalizował. Emitowano coraz mniej programów kulturalnych, oświatowych czy naukowych i przesuwano je na coraz późniejsze pory emisji<sup>76</sup>.

Kończąc charakterystykę TVP S.A. z lat 1994–2002, wypada wysnuć choćby kilka ogólnych wniosków. Wydaje się, że mimo oficjalnych zapewnień o publicznym charakterze TVP S.A., nadal pozostawała ona jednym z wielu narzędzi uprawiania polityki. Choć zainteresowanie widzów programami informacyjnymi i publicystycznymi malało, to jednak wszelkie siły polityczne, którym w danym momencie udawało się zdobyć władzę, zabiegały o wpływanie na ich treści. Upolitycznienie publicznego nadawcy miało także konsekwencje kadrowe. Kierownicze stanowiska obsadzano według partyjnego klucza, a proceder ten starano się uprawiać nawet na najniższych szczeblach decyzyjnych.

Zawartość programowa TVP S.A. stanowiła kompromis pomiędzy wymogami rynku a stosownymi zapisami ustawy o radiofonii i telewizji. Dlatego też program miał eklektyczny charakter, co niekiedy określano formułą „programu uniwersalnego”. Występowała też swoista sprzeczność: im program zyskiwał wyższe noty u masowej widowni, tym większy sprzeciw budził u elit intelektualnych. Słowa krytyki pod jego adresem padały nie tylko ze strony polityków – co było raczej oczywiste – ale też krytkowały go osoby reprezentujące świat

---

godzin. W stacjach komercyjnych wyemitowano: Canale 5, Italia 1 po 1000 godzin reklam, RTL+, PRO 7, SAT 1, TF1 po 600 godzin, a w M6 – 500 godzin. *Sprawozdanie Krajowej Rady*, Warszawa 1996, s. 11–12 oraz M. Nowakowski, *Reklama, kultura a polityka*, „Rzeczpospolita” 1995, nr 81 z 5.04.

<sup>73</sup> „Rzeczpospolita” 2002, nr 125 z 31.05.

<sup>74</sup> Problemem tym szczególnie interesowała się „Polityka”. Zob. nry: 41, 43 i 48 z 1996 oraz 3 i 5 z 1997.

<sup>75</sup> „Rzeczpospolita” 2002, nr 108 z 10.05.

<sup>76</sup> Por. m.in. „Gazeta Wyborcza” 2002, z 10.05.

kultury i nauki. Konflikt ten zapewne trwać będzie dopóty, dopóki TVP S.A. traktowana będzie jako swoisty łup polityczny, a kontrolę nad nią sprawować będą politycy, a nie ciała społeczne reprezentujące racje jej odbiorców. Trudno przy tym nie zgodzić się z opinią, że „główne zadania telewizji publicznej mają charakter cywilizacyjny, kulturowy, edukacyjny i polityczny – w tym sensie, że ma ona służyć budowie i umacnianiu demokracji”<sup>77</sup>.

Opinie widzów na temat programu TVP S.A. były w miarę dobre. Niemniej jednak zasięg jego oddziaływania był coraz mniejszy. O ile w 1994 r. dzienny zasięg pierwszego programu TVP S.A. wynosił 87%, to w 1997 było to 67%. W przypadku drugiego programu wielkości te przedstawiały się następująco: 73% i 59%. W 1997 r. ponad 58% czasu przeznaczanego na oglądanie telewizji poświęcano ofercie programowej TVP S.A., ale w 2001 r. było to 48,9%<sup>78</sup>. Dominacja publicznego nadawcy została zatem przełamana. Choć kolejne ekipy rządowe próbowały zawłaszczyć publiczną telewizję, w początkach XXI w. nie gwarantowało to już im dominacji polityczno-ideowej. Dzięki obecności prywatnych nadawców polski widz mógł samodzielnie dokonywać wyboru takich poglądów politycznych, jakie mu odpowiadały.

---

<sup>77</sup> Postulat ten przedstawił T. Goban-Klas. Zob. *Czyja jest „nasza” telewizja publiczna?*, „Życie Warszawy” 1996, z 21.05 oraz polemika K. Jakubowicza, *Quo vadis, telewizjo*, tamże 1996, z 24.05.

<sup>78</sup> *Sprawozdania Krajowej Rady z lat 1994–2002*.

## POLISH TELEVISION S.A. IN THE YEARS 1994–2002

*Summary*

In spite of official assurances about the public character of TVP S.A., it still remained one of the many tools of practicing politics. Although the viewers' interest in information and publicistic programmes decreased, all political forces which were in power at a given moment attempted to exert influence on the content of broadcasts. The politicisation of public television was also manifested by the selection of personnel. Managerial posts were appointed according to the party affiliation, and this procedure was realized even at the lowest decision levels.

The programme content of TVP S.A. was a compromise between the requirements of the market and the proper provisions of the Act about Radio and Television. Therefore, the programmes were eclectic, which was sometimes referred to as a universal programme. Viewers' opinions concerning TVP S.A. were relatively good. However, its range was decreasing, and private broadcasters eliminated effectively the monopolistic position of public television. Although the successive governments attempted to control public television at the beginning of the 21st century, they could not achieve political and ideological domination. Thanks to the activity of private broadcasters the Polish viewer could independently make choice among opinions which he or she approved.