

MISJA CZY KOMERCJA – EWOLUCJA PROGRAMU TELEWIZJI POLSKIEJ SA

TOMASZ MIELCZAREK

Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

ABSTRACT

Mission or Commercialism – the Evolution of Programme of Telewizja Polska SA

The purpose of the article is to analyse missionary tasks carried out by TVP SA. The author inclines towards a conclusion that for many years this television has been set an unworkable task of executing a public mission using means specific to commercial broadcasters. This leads to the fact that TVP SA focuses mainly on productions guaranteeing high ratings and thus interest of advertisers. Programmes which execute the mission of a public broadcaster are pushed out of prime time or end up on thematic channels. They give way to banal and easy-watching productions to which some elements of the mission can only be attributed with extremely good will. Market conditions are the reason why Polish public television performs its statutory tasks to a lesser and lesser extent, while fighting for audience. Even consecutive chairmen of TVP SA have doubts whether such actions are advisable and see the chance for reconstructing missionary functions of public broadcaster mainly in a statutory allocation of funds for executing the public mission by TVP SA.

Keywords: Telewizja Polska SA, tasks of a public broadcaster, commercialisation

Ponad piętnaście lat temu na łamach *Zeszytów Prasoznawczych* Maciej Mrozowski zastanawiał się nad dylematami misjonarza, czyli poszukiwał równowagi pomiędzy kulturą a komercją w programie Telewizji Polskiej SA¹. Mijający czas nie zatarał tej sprzeczności, a nawet wprowadził do niej nowe elementy. Od wielu

¹ M. Mrozowski: Kultura w telewizji publicznej: dylematy misjonarza, *Zeszyty Prasoznawcze* 1996, nr 3–4, s. 73–94.

✉ Adres do korespondencji: Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, ul. Leśna 16, 25-509 Kielce; t.mielczarek@poczta.onet.pl

już lat władze polskiej telewizji publicznej nie rozważają nawet, czy powinny uczestniczyć w grze rynkowej, ale doskonałą sposobą zdobywania środków na swą działalność programową, bowiem opłaty abonamentowe stanowią jedynie uzupełnienie budżetu TVP SA.

By do tej sprawy później już nie wracać, podstawowe parametry ekonomiczne telewizji publicznej przedstawiono w poniższej tabeli. Uwagę zwraca zwłaszcza ostatnia jej kolumna, przedstawiająca udział przychodów ze sprzedaży czasu antenowego. Co prawda w 2012 roku tendencja spadkowa pozyskiwania opłat abonamentowych została zatrzymana, jednak od pięciu już lat wynoszą one jedynie około 20 procent przychodów TVP SA.

Tabela 1. Podstawowe parametry ekonomiczne TVP SA w latach 1994–2012

Rok	Przychód nominalny (w mld zł)	Realne wpływy z abonamentu (w mld zł)	Zatrudnienie (w tysiącach osób)	Udział przychodów ze sprzedaży czasu antenowego (w %)
1994	1,7	brak danych	6,7	54,1
2000	1,9	0,67	6,4	62,3
2005	1,6	0,62	4,7	60,9
2010	1,4	0,24	3,6	87,8
2012	1,2	0,25	3,4	81,7

Źródło: Informacje o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, Warszawa 1995–2012, oraz Sprawozdanie Zarządu z wykorzystania przez Telewizję Polską SA wpływów z opłat abonamentowych na realizację misji publicznej w 2012 r., Warszawa 2013.

Zgodnie z artykułem 1 i 21 Ustawy o radiofonii i telewizji TVP SA ma realizować misję społeczną. Nie wdając się zbyt w rozważania szczegółowe, stwierdzić można, że jakościowym wyróżnikiem treści programowych publicznego nadawcy powinny być audycje informacyjne i publicystyczne oraz kreujące i rejestrujące zjawiska z obszaru kultury, funkcje rozrywkowe zaś – jedynie uzupełniać i urozmaicać ofertę.

Celem niniejszego artykułu będzie próba charakterystyki tych elementów programu TVP SA, które można powiązać z misją nadawcy publicznego. Charakterystyka ta z powodu ograniczonych ram niniejszej publikacji pomija programy informacyjno-publicystyczne² oraz analizę tzw. fabuły, czyli emitowanych filmów fabularnych i seriali.

Bodaj najlepiej sposób realizowania misji nadawcy publicznego obrazuje statystyczna analiza zawartości jego programów. Nie dysponujemy jednolitymi

² Szerzej o tych elementach programu pisałem w: Telewizja Polska SA a polityka, *Naukowy Przegląd Dziennikarski* 2012, nr 3, s. 46–63.

obliczeniami, jednak dane zawarte w poniższych tabelach, dotyczące początkowo całości programu, a następnie oddzielnie programów pierwszego i drugiego, w miarę precyzyjnie obrazują zachodzącą ewolucję.

Tabela 2. Struktura gatunkowa programu TVP SA w latach 1997 i 2005

Rodzaj programu	Dane roczne (w %)	
	1997	2005
Film i serial	37	41,2
Publicystyka	14	9,8
Informacja	9	7,0
Edukacja	9	3,9
Rozrywka	13	4,4
Teatr	2	0,5
Sport	5	4,1
Film dokumentalny	–	7,6

Źródło: Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, Warszawa 1998 i 2006.

Tabela 3. Struktura gatunkowa programu TVP 1 w latach 1995–2012

Rodzaj programu	Dane roczne (w %)				
	1995	2001	2005	2010	2012
Informacja	6,5	7,6	7,5	6,6	5,3
Publicystyka	18,2	16,3	14,1	9,9	4,5
Edukacja i poradnictwo	13,6	6,0	4,6	1,9	3,6
Widowiska teatralne	1,6	0,9	0,9*	0,7	0,6
Film fabularny	25,3	36,0	40,2	43,7	41,6
Film dokumentalny	10,1	8,0	6,4	4,2	7,5
Rozrywka	12,4	7,4	5,5	3,4	6,7
Religia	1,5	1,8	3,1	1,9	1,7
Sport	2,5	4,8	4,9	5,1	6,2
Muzyka	1,5	0,2	–	1,5	–
Autopromocja	3,3	4,2	2,7	3,0	2,5
Płatne elementy programu	3,5	6,9	10,1	18,2	18,0

* Teatr i muzyka poważna łącznie.

Źródło: Radio i Telewizja w Polsce. Raport o stanie rynku w chwili przystępowania do Unii Europejskiej; Sprawozdania Zarządu z wykorzystania... z lat 2007–2013.

Tabela 4. Struktura gatunkowa programu TVP 2 w latach 1995–2012

Rodzaj programu	Dane roczne (w %)				
	1995	2001	2005	2010	2012
Informacja	13,3	10,8	6,5	3,0	2,6
Publicystyka	10,9	7,2	5,3	6,0	5,3
Edukacja i poradnictwo	3,4	2,3	8,7	5,0	2,5
Widowiska teatralne	2,5	0,8	1,2*	–	–
Film fabularny	22,9	41,0	42,3	42,0	42,8
Film dokumentalny	11,9	8,2	9,0	7,0	7,0
Rozrywka	19,6	15,2	11,3	11,0	17,3
Religia	0,4	0,6	0,8	1,0	0,2
Sport	7,2	4,0	3,3	3,0	3,5
Muzyka	3,5	1,1	–	3,0	0,1
Autopromocja	3,1	4,0	2,8	3,0	0,2
Płatne elementy programu	1,3	5,0	8,8	16,0	16,4

* Teatr i muzyka považana łącznie.

Źródło: por. tab. 3.

Ciekawym uzupełnieniem informacji zebranych przez TVP SA wydają się badania Bartłomieja Biskupa³. Co prawda obejmują one dane tylko z jednego tygodnia (od 30 listopada do 6 grudnia 2012 r.), potwierdzają jednak statystyczną tendencję wynikającą z oficjalnych informacji.

Tabela 5. Funkcje programów emitowanych na antenach TVP SA

Program/funkcja	Informacyjna	Rozrywkowa	Edukacyjna
TVP1	30,97%	50,95%	18,28%
TVP2	20,44%	65,75%	13,81%
TVP Info	86,67%	0,00%	13,33 %

Źródło: por. przypis 3.

Z tabel 3 i 4 wynika, że zawartość dwóch programów ogólnopolskich nadawcy publicznego zdominowały filmy i seriale. W 1995 roku te pozycje programowe stanowiły 30 procent czasu emisji, a w 2005 roku przekroczyły 42 procent i wielkość ta utrzymywała się do 2012 roku. Choć ustawodawca oczekuje od telewizji

³ B. Biskup: Pluralizm typów i rodzajów mediów, [w:] Pluralizm w polskich mediach elektronicznych, opracowanie dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przygotował zespół Centrum Badań Marketingowych INDICATOR pod kierownictwem prof. dr. hab. Jana Garlickiego, Warszawa, 17 grudnia 2012 roku, s. 29.

publicznej realizowania funkcji informacyjnych i publicystycznych, udział tych audycji, mimo że nadal istotny, sukcesywnie maleje. W 1995 roku stanowiły one 23 procent czasu emisji, a w 2005 roku – ok. 17 procent. W 2012 roku w programie pierwszym pozycje te zajmowały ok. 10 procent czasu emisji, a w programie drugim – 8 procent. Pozostałe elementy programowe, które także realizują misję nadawcy publicznego, takie jak: edukacja i poradnictwo, teatr, film dokumentalny, muzyka, religia, przez dwadzieścia lat istnienia TVP SA w zasadzie zajmowały podobną część programu. Wypada jednak zauważyć, że w tej grupie dominują filmy dokumentalne, a inne wymienione formy pod względem statystycznym występowały symbolicznie.

W pewnym sensieubożenie gatunkowe programu tłumaczy inny statystycznie ważny wskaźnik, jakim są jego płatne elementy. Publiczna Jedynka w 1995 roku sprzedawała zaledwie 3,5 procent swego czasu antenowego, a w 2012 roku było to (łącznie z autopromocją) już 20,5 procent. W wypadku Dwójki było to odpowiednio: 1,3 procent i 16,6 procent.

Jak już wspomniano, jednym z podstawowych zadań nadawcy publicznego jest kreowanie i upowszechnianie zjawisk z zakresu kultury. Choć TVP SA nie uchyla się od tego obowiązku, analiza zawartości jej programu wykazuje, że znacznie częściej od kulturalnych emitowano audycje rozrywkowe. Ta statystyczna tendencja uwidoczniła się zwłaszcza w programie drugim, w którym audycje rozrywkowe – widowiska estradowe, teleturnieje i *talk-show* były wyjątkowo liczne.

W początkach lat 90. XX w. symbolem programów rozrywkowych emitowanych przez publicznego nadawcę było „Polskie zoo” Marcina Wolskiego. Był to teatrzyk kukiełkowy, w którym pod postaciami zwierząt pojawiali się znani politycy. Choć inscenizacja ta była elementem walki politycznej, cieszyła się ogromną popularnością chociażby i dlatego, że na zmonopolizowanym rynku nie miała żadnej konkurencji. W zbliżonej, choć zdecydowanie mniej udanej poetyce utrzymane były inscenizacje tego samego autora „Akropoland” i „Satirical Fiction” cieszące się jednak znacznie mniejszą popularnością. Sukcesywnie malało też zainteresowanie (adresowanymi do inteligencji) „Kabaretem” Olgi Lipińskiej (zdjęty z anteny w 2002 r.) i satyrycznym „Dziennikiem Telewizyjnym” Jacka Fedorowicza. Uznania widzów nie zyskał ponadto realizowany w popularnej satyrycznej formule program Tadeusza Rosa pt. „Zulu Gula”.

W lutym 1992 roku TVP SA transmitowała zorganizowaną w Sali Kongresowej „Gałę piosenki chodnikowej”, co mogło sygnalizować odwrót publicznego nadawcy od wzorców zaliczanych do kanonu kultury wysokiej. Mimo pewnych obaw disco polo nie zadomowiło się na antenie TVP SA, chociażby dlatego, że popularyzacją tej muzyki zajął się pierwszy polski komercyjny nadawca – Polsat.

Nadawca publiczny nadal realizował swą misję poprzez takie audycje, jak folkowe „Swojskie klimaty” Jana Pospieszalskiego, czy emitowane w połowie

lat 90. audycje propagujące muzykę alternatywną – „Czad komando” i „Drgawy”⁴. Audycje te nie cieszyły się jednak zbyt dużą popularnością, dlatego też TVP SA, choć nie sięgnęła ponownie po disco polo, to jednak zaczęła się specjalizować w dostarczaniu widzom kultury popularnej w nieco innej postaci.

Znaczny wpływ na tę część produkcji telewizji publicznej miała dyrektor drugiego programu TVP SA Nina Terentiew. Jej koncepcja rozrywki wzbudzała dość duże kontrowersje, a krytycy zarzucali programowi drugiemu lansowanie kiczu⁵. Ujmując rzecz w pewnym uproszczeniu, można stwierdzić, że pod kierownictwem Terentiew program drugi zaczął emitować różnego rodzaju „biesiady” – programy estradowe, których pretekstem była np. prezentacja folkloru góralskiego, śląskiego lub kaszubskiego, a *de facto* było to doskonałe forum do nieustannego przypominania nadmiernie eksploatowanych wykonawców muzyki pop. W działaniach tych wspierał szefową drugiego programu odpowiadający za treści muzyczne TVP SA Marek Sierocki, który np. był patronem programu „Tour de Maryla”.

Terentiew zarzucano także popularyzację kontrowersyjnego piosenkarza Michała Wiśniewskiego oraz niezbyt wysublimowanego satyryka Marcina Dańca. Dyrektor programu drugiego odpierała te zarzuty, stwierdzając, że popularyzowanie tzw. kultury wysokiej musi iść w parze z prezentacją kultury popularnej. Wbrew pozorom polska inteligencja jest nieliczna, dlatego też TVP SA nie może się ograniczać jedynie do tego niewielkiego audytorium⁶.

Niezależnie od tego, czy krytyka modelu rozrywki lansowanego przez program drugi była słuszna, trzeba stwierdzić, że po przejściu Niny Terentiew do Polsatu liczbę widowisk estradowych i festiwali prezentowanych w TVP SA znacznie ograniczono.

Ich miejsce zaczęły zajmować programy kabaretowe, w których występowali aktorzy lub wykonawcy zdobywający estradowe szlify w środowisku studenckim, z biegiem czasu zyskując ogromną telewizyjną popularność⁷. Swoistym fenomenem okazała się grupa aktorska nie do końca słusznie określana mianem kabaretu „Mumio”, która nie tylko prezentowała w TVP SA swą estradową twórczość, ale też zrealizowała ok. 150 reklam dotyczących operatora telefonii komórkowej Plus⁸.

⁴ Szerzej na ten temat M. Pęczak: *Wiejskie klimaty*, *Polityka* 2008, nr 1.

⁵ Zob. m.in. M. Czubaj, M. Pęczak: *Łzy Ich Trojga*, *Polityka* 2001, nr 31; M. Szczygieł: *Zbite lustro*, *Polityka* 2001, nr 33.

⁶ N. Terentiew, W. Mazurkiewicz: *Żyj i pozwól żyć*, *Polityka* 2001, nr 42, oraz *To widz wybiera*. Z Niną Terentiew, dyrektorem II programu TVP rozmawia Zdzisław Pietrasik, *Polityka* 2002, nr 37.

⁷ Niektóre programy kabaretowe emitowane w TVP 2 odnotowały oglądalność od 20 do 30 procent, co oznaczało, że przed telewizorami zasiadało od 3,5 do 4,3 mln osób.

⁸ Szerzej o tym A. Kozak: *Od Kabaretu Starszych Panów do Kabaretu Olgi Lipińskiej*, [w:] W. Godzic (red.): *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, Warszawa 2005, s. 109, oraz V. Makarenko: *Koniec wielkiej wyprz*, *Gazeta Wyborcza*, 15.10.2012.

W miarę oryginalny, cieszący się powodzeniem, a zarazem w formalny sposób odpowiadający misji nadawcy publicznego okazał się emitowany przez Dwójkę program „Europa da się lubić”. Program ten nadawany był w latach 2003–2008. Niektóre odcinki miały 5-milionową widownię, a średnio przed telewizorami zasiadało 2,7 mln osób. Gośćmi Moniki Richardson byli spolonizowani cudzoziemcy (m.in. Steffen Möller, Paolo Cozza, Conrado Moreno), którzy m.in. opowiadali o kulturze swych krajów i stereotypie Polaków upowszechnionym w Europie.

W 2005 roku w TVN pojawił się opracowany na podstawie programu BBC „Taniec z gwiazdami”. Telewizja publiczna odpowiedziała niezbyt udaną „Przebojową nocą” z Nataszą Urbańską w roli głównej, a następnie „Gwiazdami tańczącymi na lodzie”. Ten drugi program oglądało 4,5 mln widzów. Zapamiętano go jednak nie z tanecznych akrobacji, ale z wymiany zdań pomiędzy jurorką Dodą (Dorotą Rabczewską), a jednym z uczestników – Przemysławem Saletą. *Saleta, ciągnij fleta* – wypaliła w jednym z odcinków piosenkarka. *Doda, zrób mi loda* – odpowiedział były kick bokser. W trzeciej edycji z 2008 roku doszło do kolejnej, utrzymanej na podobnym poziomie wymiany zdań pomiędzy Dodą, Justyną Steczkowską i Jolantą Rutowicz⁹. Tym razem przeciwko emitowaniu takich treści w publicznej telewizji zaprotestował Rzecznik Praw Obywatelskich i Rada Programowa TVP SA¹⁰. „Gwiazdy tańczą na lodzie” usunięto z anteny, jednak nie dlatego, że program był sprzeczny z misją TVP SA, ale z powodu malejącej oglądalności i niskich wpływów reklamowych. Decyzję przyspieszył wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie, który zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji zakazał dzielenia dwugodzinnego programu na części w celu emitowania reklam¹¹.

Jego miejsce na krótko zajął oglądany przez ok. 2 mln osób „Fort Boyard”, a w 2010 roku pojawił się inny program, który można zakwalifikować do gatunku *talent show*, zatytułowany „Śpiewaj i walcz”. Celem tego programu było nie tylko dostarczenie rozrywki masowej publiczności, ale też wyszukanie odpowiednich kandydatów na jeden z wieczorów festiwalu opolskiego – koncert debiutów.

W 2011 roku w drugim programie nadawcy publicznego pojawił się inny program tego typu, wzorowany na holenderskim formacie, pt. „The Voice of Poland”. W zależności od odcinka oglądany był przez 1,5–2,5 mln osób. Zapamiętano go jednak nie ze względu na utalentowanych debiutantów, ale jurora Adama Darskiego, któremu środowiska prawicowe zarzucały szeregienie satanizmu i odmawiały prawa występowania w publicznej telewizji. „The Voice of Poland” powrócił na antenę w 2013 roku.

⁹ Szerzej o tej postaci A. Zuchora: Jola Rutowicz – dziewczyna z różowym jednorożcem, *Magazyn Dziennika*, 4–5.10.2008.

¹⁰ Szerzej na ten temat: E. Gietka, W. Winnicka: Śpiewające telewizory, *Polityka* 2007, nr 39; M. Pęczak: Dodomowa, *Polityka* 2008, nr 43; A. Kublik: Kochanowski do TVP o Dodzie i Wałęsie, *Gazeta Wyborcza*, 17.10.2008; taż: Rada programowa TVP o Lechu Wałęsie i Dodzie, *Gazeta Wyborcza*, 23.10.2008; A. Nałewajk, B. Sowa: Są wyzwiska, jest oglądalność, *Magazyn Dziennika*, 31.10.–2.11.2008.

¹¹ B. Sowa: Gwiazdorski show już nie dla TVP, *Dziennik. Polska – Europa – Świat*, 19.12.2008.

Można zatem stwierdzić, że audycje rozrywkowe emitowane przez TVP SA stopniowo traciły swe edukacyjne i kulturotwórcze właściwości, upodabniając się do produkcji nadawców komercyjnych. Bardziej złożone i wyrafinowane formy, jak chociażby kabarety obsadzone znakomitościami polskich scen teatralnych, już od wielu lat są zjawiskiem historycznym. Wyparły je bardziej popularne formy estradowe, o których doborze decydowała przede wszystkim wysoka oglądalność, a nie jakość artystyczna.

W podobny sposób ewoluowały inne gatunki zaliczane do audycji rozrywkowych. Jednym z nich były teleturnieje w połowie lat 90. XX w. realizowane nawet przez redakcję katolicką („Ludzki świat”). Największy i chyba niepowtarzalny sukces odniósł teleturniej „Koło fortuny” emitowany w 1992 roku – oglądalność jego pierwszych odcinków oscylowała wokół 70 procent. Był to program licencjonowany i od momentu jego emisji w zasadzie niemal wszystkie teleturnieje prezentowane w polskich telewizjach odwołują się do zagranicznych koncepcji programowych.

W połowie lat 90. XX w. przeciętnie tygodniowo emitowano w TVP SA około dwudziestu teleturniejów. Ich oglądalność wahała się od 6 do 18 procent¹². Z biegiem lat liczba teleturniejów, zwłaszcza niemających na celu sprawdzania wiedzy lub umiejętności ich uczestników, była sukcesywnie ograniczana. Na przykład w 2006 roku w programie tygodniowym było 6 takich pozycji – m.in. „Burza mózgów”, „Oto jest pytanie” i „Szansa na sukces”. Po 2010 roku telewizja publiczna pozostawiła tylko trzy długowieczne produkcje: „Jeden z dziesięciu” (program prowadzony przez Tadeusza Sznuka w TVP 2), „Jaka to melodia” (Robert Janowski, TVP 1) i „Familiada” (Karol Strasburger, TVP 2). W marcu 2011 roku wprowadzono do TVP 2 program pt. „Postaw na milion” – emitowany w soboty („Familiada” – w niedziele). W 2013 roku audycje Sznuka pokazywano od poniedziałku do piątku, a Janowskiego przez cały tydzień, w niektóre dni łącznie z powtórkami nawet czterokrotnie. Oglądalność wymienionych programów wynosiła od 9 do 13 procent, tj. interesowało się nimi od 1 do 2 mln osób.

Ewolucję tego gatunku można zauważyć, porównując „Wielką grę” i „Familiadę”. Wiedzę encyklopedyczną zastępowała wiedza potoczna, a nawet wyniki sondaży opinii publicznej. Można ponadto zauważyć, że preferowany przed 1989 rokiem model sukcesu grupowego („Turniej miast”) zastępował sukces rodzinny i indywidualny¹³. W teleturniejach zacierają się różnice międzygatunkowe, czego dowodzą chociażby teleturnieje muzyczne („Jaka to melodia”, „Śpiewające fortepiany”), gdzie rozrywka i zabawa okazywały się równie ważne jak wiedza biorących w nich udział zawodników.

¹² Dane OBOP cyt. za: *Magazyn Gazety Wyborczej*, 25.04.1997, i *Gazeta Wyborcza*, 14.04.1998.

¹³ Szerzej o motywacjach udziału w teleturnieju w: A. Majer: *Od Wielkiej gry do Milionerów, czyli triumf konsumpcjonizmu*, [w:] W. Godzic (red.): *30 najważniejszych programów...*, jw., s. 259–264, oraz M. Stępień: *Wielka gra ciągle trwa*, *Gazeta Wyborcza*, 21.05.2012.

Kolejnym gatunkiem rozrywkowym, lecz zapewne trafniej – gatunkiem pogranicza lub hybrydowym, preferowanym przez TVP SA był *talk-show*¹⁴. Programy tego typu, zarówno w telewizji polskiej, jak i za granicą, cieszyły się dużym zainteresowaniem publiczności, a niekiedy decydowały o powodzeniu całego kanału telewizyjnego. Za pierwowzór polskich programów typu *talk-show* uznaje się m.in. „Teleecho” Ireny Dziedzic oraz „Kariery bariery”. W początkach lat 90. 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 – oglądało 11–13 procent Polaków, 80 procent z nich oceniało program bardzo dobrze. MdM, czyli „Mann do Materny, Materna do Manna” oglądało 25–28 procent widzów, a bardzo podobał się on 60 procentom. „Godzina szczerości” miała kilkuprocentową widownię. Najwyżej oceniany był jednak *talk-show* emitowany nie przez telewizję publiczną, ale Polsat – „Na każdy temat” Andrzeja Woyciechowskiego, a następnie Mariusza Szczygła, gromadzący początkowo przed telewizorami 27 procent widzów, którzy w większości wypadków wystawiali mu bardzo dobre oceny. Popularność tego programu wynikała przede wszystkim z faktu, że prezentowano w nim ekscentryków lub osoby przełamujące kulturowe lub obyczajowe tabu.

Tabela 6. Najchętniej oglądane *talk-show* w 2002 roku

Program	Widownia (%)	
	Styczeń	Październik
„Bezludna wyspa” (TVP 2)	11,5	7,8
„Zerwane więzi” (Polsat)	11,8	–
„Wieczór z Jagielskim” (TVP 2)	8,0	5,9
„Herbatka u Tadka” (TVP 2)	–	5,7
„Kuba Wojewódzki” (Polsat)	–	4,8
„Między nami” (TVP 1)	–	3,8
„Rozmowy w toku” (TVN)	6,6	3,7
„Między nami” (TVP 1)	5,3	–
„Na każdy temat” (Polsat)	4,6	–
„Przyjaciele” (TVP 1)	3,3	–
„Zwyczajni niezwyčajni” (TVP 1)	–	3,2
„Smak ciemności” (TVP 2)	–	3,1

Źródło: TNS OBOP, cyt. za: *Polityka* 2002, nr 8 i 45.

¹⁴ Szerzej o tym gatunku telewizyjnym w: A. Kozak: *Talk-show* w telewizji polskiej. Dialog w toku, *Zeszyty Prasoznawcze* 2004, nr 1–2, s. 113–126.

Do innych, nie zawsze udanych, programów zaliczanych do gatunku *talk-show* należały emitowane przez TVP „Pytania do siebie” znanego aktora Wojciecha Pszoniaka i „Po co nam...?” reżysera Andrzeja Żuławskiego. W 1997 roku największą popularnością (10–16 procent oglądalności) cieszył się „Tok-szok” Jacka Żakowskiego i Piotra Najsztuba oraz „Zwyczajni niezwyczajni” Magdy Olszewskiej.

W kolejnych latach popularność *talk-show* sukcesywnie malała, ale jednak na początku XXI w. to właśnie TVP była niekwestionowanym liderem w produkcji tego typu programów. Przykładowe dane dotyczące oglądalności *talk-show* w 2002 roku prezentuje tabela 6.

Dziesięć lat później interesujący nas gatunek reprezentowały w TVP SA jedynie dwie pozycje, których bez wątpienia nie można już było zaliczyć do sfery rozrywki. Były to emitowane w drugim programie TVP: poniedziałkowy program „Tomasz Lis na żywo” i niedzielne „Rozmowy poszczególne”. Pierwszy z tych programów miał charakter publicystyczny, w drugim zaś o kwestiach społecznych i artystycznych rozmawiali wybitni polscy twórcy filmowi.

Kulturalna misja TVP SA była kojarzona przede wszystkim z Teatrem Telewizji. Teatr ten, podobnie jak w innych telewizjach europejskich, pojawił się na ekranach polskich telewizorów już w połowie lat 50. XX wieku. Bardzo szybko zyskał wysoką rangę artystyczną, stając się – zwłaszcza w epoce PRL-u – symbolem kultury wysokiego lotu¹⁵. Przypomnijmy, że jeszcze w 1994 roku dla Teatru Telewizji wyprodukowano około pięćdziesiąt premierowych spektakli. Wysilek ten, oszacowany na około 25 milionów ówczesnych złotych, w całości emitowanego programu nie był bardzo widoczny – we wrześniu 1994 roku spektakle Teatru Telewizji stanowiły zaledwie jeden procent czasu emisji¹⁶, a w następnych latach odsetek ten był jeszcze niższy. Na początku 1996 roku podjęto decyzję o zredukowaniu budżetu Teatru Telewizji o 35 procent. Choć jego dyrektor Jerzy Koenig uspokajał, że ma przygotowane spektakle na ponad rok emisji, było oczywiste, że decyzja ta może zaważyć na poziomie i liczbie przedstawień wystawianych na tej największej narodowej scenie¹⁷. W 1997 roku rozważano nawet przeniesienie teatru do II programu, jednak zdecydowane protesty środowisk twórczych zablokowały tę decyzję¹⁸. Mimo to spektakle teatralne emitowano o coraz późniejszej porze, limitując ich czas i obcinając koszty. Choć w 2004 roku zaniechano tej praktyki, liczbę premier ograniczono do dwunastu rocznie.

Zabiegi te tłumaczono spadkiem zainteresowania teatrem. W latach 1980–1990 miał on 30 procent, a niekiedy nawet 40 procent widzów. W 1991 roku spektakle

¹⁵ Szerzej na ten temat zob. G. Stachówna: Teatr Telewizji – na gruzach imperium, [w:] W. Godzic (red.): 30 najważniejszych programów..., jw., s. 198–202.

¹⁶ Telewizja Polska SA po roku przekształceń, Warszawa, styczeń 1995, s. 1 (raport wewnętrzny TVP SA – na prawach maszynopisu).

¹⁷ Niedobrze być niezależnym producentem, *Życie Warszawy*, 7.03.1996.

¹⁸ Zob. m.in. Rozstanie z Kobrą. Rozmowa z Jerzym Koenigiem, szefem Teatru TV, *Niedziela* (dodatek *Życia Warszawy*), 1–2.02.1997, oraz A. Kublik, M. Wołkowycka: Największy teatr na świecie, *Gazeta Wyborcza*, 3.03.1998.

oglądało 28 procent, a w 1992 roku – 22 procent widzów. W 1993 i 1994 roku wskaźnik ten wynosił około 14 procent, a w 1998 roku już tylko 4,3 procent. Po 2000 roku rzadko który spektakl mógł się poszczycić pięcioprocentową widownią. Jeszcze gorzej w owym czasie prezentowały się wyniki Teatru dla Dzieci (2 procent), natomiast w 1998 roku odnotowano kilka Teatrów Dwójki, które miały statystyczny wskaźnik oglądalności wynoszący zero procent¹⁹.

Przejęcie telewizji publicznej przez publicystów związanych z prawą stroną polskiej sceny politycznej zaowocowało powołaniem „Sceny Faktu”. Tylko do połowy 2009 roku scena ta przygotowała ponad 20 spektakli. Jak się wydaje, podstawową intencją twórców tego przedsięwzięcia było realizowanie funkcji edukacyjnych, a nie artystycznych. „Scena Faktu” dość schematycznie przedstawiła bohaterów opozycji z lat 1944–1989. Szczególnym zainteresowaniem jej twórców cieszył się okres stalinizmu, choć przywoływano też bohaterów tzw. afery mięsnej z lat 60., czy ofiary stanu wojennego. Miejsce teatrologów odpowiadających za dobór repertuaru, a niekiedy poprzedzających spektakle słowem wstępnym, zajęli historycy z IPN. Teatr Telewizji przestał zaznajamiać widzów z najważniejszymi polskimi debiutami czy chociażby z najnowszymi i uznanymi światowymi wydarzeniami teatralnymi²⁰.

Wraz ze zmianą władz TVP SA wpływ na Teatr Telewizji uzyskali dziennikarze i producenci o mniej radykalnych poglądach, w teatrze dostrzegający przede wszystkim instrument kształtowania gustów kulturalnych, a nie politycznych. Nie oznaczało to jednak zdecydowanej poprawy sytuacji Teatru Telewizji. W drugiej połowie pierwszej dekady XXI w. ponownie uwidoczniła się tendencja do ograniczania obecności Teatru Telewizji na antenach nadawcy publicznego. W latach 2006–2009 emitowano jeszcze w programie pierwszym, drugim, TVP Polonia i TVP Kultura od 130 do 150 spektakli teatralnych rocznie, lecz sukcesywnie malała liczba premier (z 30 do 17). W kolejnych trzech latach liczba spektakli spadła do 50–60, a premier do 15.

Świetność Teatru Telewizji miała przywrócić przeniesiona z warszawskiego teatru Polonia sztuka „Boska” (październik 2011 r.), grana na żywo przez takie znakomitości polskiej sceny, jak Krystyna Janda, Maciej Stuhr i Wiktor Zborowski. Dzięki ogromnej promocji sztukę tę obejrzało – wg OBOP – 2,7 mln widzów, a wg AGB Nielsen 1,4 mln²¹. Przeniesione z Teatru Narodowego „Trzy siostry” (wrzesień 2012 r.) miały już jednak oglądalność wynoszącą 0,7 mln. Co ciekawe, z nieco większym zainteresowaniem widzów spotkały się spektakle powtórkowe. W sumie jednak Teatr Telewizji nie cieszył się zbyt wielkim zainteresowaniem publiczności.

Innym symbolem kultury w telewizji publicznej był magazyn „Pegaz” mający, podobnie jak Teatr Telewizji, bogate tradycje, ugruntowane jeszcze w epoce

¹⁹ Dane za: *Rzeczpospolita*, 25.06.1998.

²⁰ Szerzej na ten temat m.in. w: A. Kyzioł: *Golgotyzm, Polityka*, 4.07.2009.

²¹ K. Baranowska: *Iluzja widzów uwiodła „Boska”*, *Rzeczpospolita*, 27.10.2011.

PRL. W nowych warunkach on także nie zyskiwał przychylności telewizyjnych decydentów. Spychany na późne godziny nocne odnotowywał oglądalność rzędu 0,4–0,7 procent. Zapewne istotną tego przyczyną były nieustanne zmiany formuły i prowadzących – od krytyka filmowego Janusza Wróblewskiego do prezentującego awangardową ekspresję Marcina Świetlickiego. Negatywne emocje wzbudziła kolejna prowadząca – Kazimiera Szczuka, kiedy podczas rozmowy z Manułą Gretkowską obie panie zaczęły używać wyjątkowo wulgarnego słownictwa²². Podziękowano jej za współpracę, a ostatnim prowadzącym *Pegaz* został stateczny galicyjski publicysta Leszek Mazan. Trudno się zatem dziwić, że w 2005 roku *Pegaz* zniknął z publicznej telewizji, a jego miejsce zajęły krótkie informatory kulturalne, takie jak adresowany do młodzieży „Parapel” (2,3 procent oglądalności), „Kulturalny informator subiektywny”, „Po godzinach”, „Kultura” i „Tele-nowela”. Uzupełniały one istniejącą już, równie rzadko oglądaną, ofertę programów kulturalnych publicznego nadawcy („Ogród sztuki”, „Ciekawe książki”, „Lubię czytać”). W 2006 roku pojawiły się m.in. „Neo-Kinematograf” i „Stół z powyłamywanymi nogami” notujące 1–2 procent oglądalności. Z nieco większym zainteresowaniem widzów spotykały się natomiast programy muzyczne. Oprócz wspomnianych już przy innej okazji „Śpiewających fortepianów” i „Jaka to melodia”, do tej grupy należały: „Szansa na sukces”, „Widioteka dorosłego człowieka (zlikwidowane w 2006 roku) i „Łoskot”. Zaledwie jeden program – „Co tu jest grane” – popularyzował muzykę klasyczną, inny zaś („Wokół wielkiej sceny”) informował o operze i balecie. Wraz z uruchomieniem kulturalnego kanału tematycznego programy te zaczęły stopniowo znikać z anten uniwersalnych.

Odpowiedzią na kłopoty związane z rejestrowaniem i udostępnianiem treści kulturalnych stał się kanał tematyczny. Warto przy tej okazji wspomnieć, że uruchomienie kanałów tematycznych (sportowego, informacyjnego i muzycznego) telewizja publiczna rozważała już w 1997 roku. Programy zamierzano rozprowadzać w sieciach telewizji kablowych, wykorzystując techniki cyfrowe. 19 kwietnia 1997 roku uruchomiono pierwszy kanał – „Tylko Muzyka”. Program emitowano 18 godzin dziennie, w 51 procentach składał się z pozycji poświęconych polskiej twórczości muzycznej, oglądało go przeciętnie 1000 osób. 15 lutego 1998 roku zaprzestano nadawania, jako oficjalny powód likwidacji kanału podano nikłe zainteresowanie reklamodawców oraz brak stosownych regulacji prawnych dotyczących funkcjonowania kanałów cyfrowych.

Do koncepcji kanałów tematycznych powrócono kilka lat później. Przygotowania do emitowania TVP Kultura trwały kilkanaście miesięcy. Ostatecznie program ten uruchomiono 24 kwietnia 2005 roku. Pierwotnie – do 2006 roku kierował nim reżyser Teatru Telewizji Jacek Weksler, a następnie poeta – Krzysztof Koehler. Program wypełniały powtórki najlepszych premier zaprezentowanych w pierwszym i drugim programie TVP, pasmo tematyczne w każdym dniu

²² Zapis tej rozmowy w: M. Czubaj: *Pegaz, czyli kultura*, [w:] W. Godzic (red.): 30 najważniejszych programów..., s. 134.

tygodnia prezentujące inny obszar sztuki oraz pasmo nocne zarezerwowane dla sztuki eksperymentalnej. Istotnym elementem programowym tego kanału był Teatr Telewizji. W latach 2006–2012 zaproponowano widzom prawie 50 spektakli zarejestrowanych w teatrach bądź z nich transmitowanych.

W związku z brakiem stosownych umów z operatorami sieci kablowych i platform cyfrowych w pierwszych tygodniach funkcjonowania TVP Kultura oglądało zaledwie 1–2 tysiące widzów. Z biegiem czasu oglądalność rosła, ale i tak nigdy nie przekroczyła 3 procent. Ostatecznie oglądalność kanału ustabilizowała się na poziomie 0,2 procent, czyli oglądało go średnio 13,7 tys. osób.

U schyłku 2006 roku uruchomiono kolejne kanały tematyczne publicznego nadawcy – TVP Historia (udziały w rynku 0,1%) i TVP Sport (0,2%). W kolejnym roku pojawiły się TVP Seriale (0,3%) i TVP Info, a do 2012 roku oferta kanałów tematycznych nadawcy publicznego wzrosła do 8 pozycji.

Zgodnie ze wspomnianą już misją nadawcy publicznego TVP SA produkowała i emitowała filmy dokumentalne. Niektóre z nich realizowali najbardziej znani i odnoszący największe sukcesy reżyserzy. Wystarczy wspomnieć, że to właśnie dzięki TVP SA zrealizowano film Marcela Łozińskiego „Wszystko może się przytrafić”²³. Ten element oferty programowej uzupełniały reportaże. W programie pierwszym emitowano je m.in. w cyklu „Czas na dokument”, a w programie drugim – „Reporterzy Dwójki” i „Express reporterów”. Widzowie wykazywali zróżnicowane zainteresowanie tą produkcją, a widownia polskich filmów dokumentalnych i reportaży rzadko kiedy przekraczała 10 procent. Dlatego też kierownik Redakcji Filmów Dokumentalnych, a zarazem znany reżyser Andrzej Fidyk zainicjował cykl „Miej oczy szeroko otwarte”. Filmy prezentowane w tym cyklu, np. „Ballada o lekkim zabarwieniu erotycznym” Ireny i Jerzego Morawskich, miały oglądalność przekraczającą niekiedy 20 procent²⁴.

W początkach drugiej dekady XXI w. wyodrębniono w programie pierwszym pasmo pt. „Oglądaj z Andrzejem z Fidykiem” (emisja po 22.00), a w programie drugim cykle dokumentalne „Polska bez fikcji”, „Świat bez tajemnic”, „Czy świat oszalał”, „Świat bez fikcji” (emisja po 23.00). W programie drugim emitowano przede wszystkim dokumentalne filmy angielskie i francuskie. W 2012 i 2013 roku TVP nadawała łącznie ok. 100 filmów dokumentalnych miesięcznie.

Wyjątkiem w zakresie programów dokumentalnych – i w znacznie większym stopniu reporterskich – był program Elżbiety Jaworowicz „Sprawa dla reportera”. Jego nadawanie rozpoczęto w 1983 roku. Stopniowo tracił dokumentacyjne właściwości, przeradzając się w program interwencyjny, w którym dominowały emocje, zazwyczaj celowo podsycane przez prowadzącą. Choć „Sprawie dla reportera” zarzucano brak obiektywizmu i rozmijanie się z etyką dziennikarską, zyskiwał uznanie widzów i notował oglądalność znacznie przekraczającą 10 pro-

²³ Film dokumentalny to jest najszlachetniejsza częśćka telewizyjnej produkcji. Rozmowa z Tadeuszem Szymą, szefem redakcji filmu dokumentalnego PR 1 TVP, *Niedziela* (dodatek do *Życia Warszawy*), 11–12.11.1995.

²⁴ R. Głuza: *Czas Fidyka*, *Press* 2000, nr 9.

cent²⁵. Program ten przełamywał gatunki i konwencje, łącząc cechy reportażu i *talk-show*, inspirował inne produkcje jak chociażby emitowane w TVN „Pod napięciem”.

Swoistym uzupełnieniem filmu dokumentalnego była tzw. telenowela dokumentalna. Hybrydę tę wymyślono w Wielkiej Brytanii w połowie lat 90. XX wieku, w pierwszej z nich zaprezentowano londyński szpital dziecięcy. Zazwyczaj telenowela dokumentalna, także w polskim wydaniu, prezentowała pewną zbiorowość połączoną miejscem zamieszkania lub wspólnym przeżyciem. Moda na ten gatunek przeminęła wraz z końcem pierwszej dekady XXI w. W latach 2012–2013 w pierwszym programie TVP emitowano zaledwie jedną taką produkcję zatytułowaną „Prawdziwe życie” – program łączący elementy reportażu, filmu dokumentalnego, audycji interwencyjnej i edukacyjnej²⁶. Oglądalność niektórych telenowel dokumentalnych emitowanych w TVP SA w okresie ich największej świetności przedstawia tabela 7.

Tabela 7. Telenowele dokumentalne emitowane w TVP SA w latach 1999–2002

Nazwa programu	Rok emisji	Miejsce emisji	Widownia	
			w procentach	w milionach
„Pierwszy krzyk”	1999	TVP 1	11,94	4,33
„Nieparzyści”	2000	TVP 1	10,99	3,99
„Przedszkolandia”	2002	TVP 1	10,61	3,86
„Prawdziwe psy”	2002	TVP 1	10,09	3,67
„Zielona karta”	2002	TVP 2	8,82	3,21
„Pamiętnik rodzinny”	2000	TVP 1	8,31	3,02
„Kochaj mnie”	2002	TVP 2	7,98	2,91
„Klinika cudów”	2000	TVP 1	7,54	2,74
„Serce z węgla”	2001	TVP 1	6,84	2,48
„Złote łany”	2001	TVP 1	6,11	2,22

Źródło: TNS OBOP za: *Rzeczpospolita*, 26.03.2003.

Do mniej spektakularnych sukcesów TVP SA można zaliczyć tworzenie i upowszechnianie programów edukacyjnych. Stanowiły niewielki odsetek czasu emisji, a ich realizacja była odpowiedzią na wymogi Ustawy o radiofonii i telewizji. Programy edukacyjne adresowano głównie do uczniów szkół podstawowych i średnich, a ich upowszechnianie było dotowane przez Ministerstwo Edukacji Narodowej. Z kolei programy poradnicze i upowszechniające wiedzę były dotowane przez Komitet Badań Naukowych i Narodowy Fundusz Zdrowia.

²⁵ A. Klim: *Woman show*, *Press* 2006, nr 3.

²⁶ M. Kolińska-Dąbrowska: *Ciebie to nie spotka?*, *Gazeta Telewizyjna*, 21.03.2013, s. 5.

Niezbyt wysoki odsetek oferty TVP SA stanowiły programy adresowane do dzieci. Zanik tej formy aktywności w programach publicznego nadawcy widać było na przykładzie tzw. „Wieczorynek”. Pierwotnie trwały one około pół godziny. W „Wieczorynkach” emitowano przede wszystkim polskie animacje, takie jak np. „Reksio”, „Bolek i Lolek” czy „Miś Uszatek”. Z biegiem lat na antenę zaczęły trafiać produkcje amerykańskie i angielskie, operujące stereotypami kulturowymi właściwymi dla kraju producenta i kreujące bohaterów nieznanymi polskim dzieciom²⁷. W rezultacie oglądalność „Wieczorynki” spadła do 1,3 mln osób, z czego zaledwie 10 procent widzów stanowiły dzieci poniżej 10 roku życia, a 30 procent widzowie powyżej 60 roku życia. Spowodowało to ograniczenie emisji tych programów do zaledwie kilku minut dziennie i rozpoczęcie prac nad powołaniem samoistnego kanału ABC (specjalistyczny naziemny kanał cyfrowy TVP SA), gdzie zamierzano umieścić polskie animacje przeznaczone dla dzieci²⁸. ABC miał konkurować z innymi dwudziestoma podobnymi sobie kanałami tematycznymi.

Dotacje budżetowe – poprzez Ministerstwo Spraw Zagranicznych – kierowano także do Telewizji Polonia. Mniej więcej 30 procent budżetu tego kanału stanowiła dotacja MSZ. W 2012 r. było to np. 11,3 mln zł²⁹. Powołana w 1992 roku Telewizja Polonia miała się początkowo ograniczać do retransmisji audycji I i II programu TVP SA. Później jednak uzyskała samodzielność i stała się odrębną jednostką organizacyjną telewizji publicznej. Polonia nadawała osiemnaście godzin programu dziennie, z czego pierwotnie około 65 procent, a w 2005 roku ponad 80 procent, stanowiły powtórki. Pozostała część programu była oryginalną twórczością Polonii, realizowaną samodzielnie bądź w koprodukcji z ośrodkami terenowymi. Dominowały programy informacyjne i publicystyczne (ponad 27 procent czasu emisji), film (26 procent), film dokumentalny i spektakle teatralne (15 procent) oraz rozrywka (około 11 procent).

Techniczny zakres oddziaływania Polonii był stopniowo poszerzany. Pod koniec 1995 roku dzięki satelicie Eutelsat była odbierana praktycznie w całej Europie i Izraelu, a od 1997 roku retransmitowano ją także do Ameryki Północnej. W Europie program ten teoretycznie docierał do około 3 milionów widzów, a w kraju osiągalny był dla około 32 procent Polaków. W połowie lat 90. XX w. notował oglądalność wynoszącą ok. 5 procent, a w 2012 roku – 0,7 procent, czyli kontakt z nim miało około 40 tys. widzów.

Nawet wrywkowy przegląd zawartości programów nadawcy publicznego skłania do wniosku, że od wielu już lat stawia się przed nim niewykonalne zadanie realizacji misji publicznej przy użyciu środków właściwych nadawcom komercyjnym. Prowadzi to do tego, że TVP SA koncentruje się przede wszystkim na produkcjach zapewniających jej wysoką oglądalność, a zatem zainteresowanie

²⁷ M. Bogunia-Borowska: Miś Uszatek kontra Bob Budowniczy, [w:] W. Godzic (red.): 30 najważniejszych programów..., jw., s. 76.

²⁸ S. Kucharski: ABC, czyli pożegnanie „Wieczorynki”, *Gazeta Wyborcza*, 18.02.2013, s. 7.

²⁹ Sprawozdanie Zarządu z wykorzystania przez Telewizję Polską SA wpływów z opłat abonentowych na realizację misji publicznej w 2012 r., Warszawa 2013, s. 15.

reklamodawców. Audycje, w których realizowana jest misja nadawcy publicznego, spychane są poza tzw. *prime time* lub też trafiają do kanałów tematycznych. Ustępują miejsca banalnym i łatwym w odbiorze audycjom rozrywkowym, telenowelom, serialom itp., którym jedynie przy maksymalnie dobrej woli można przypisać pewne elementy misji. Uwarunkowania rynkowe powodują, że walcząc o audytorium, polska telewizja publiczna realizuje swe ustawowe zadania w coraz mniejszym stopniu³⁰. Broniąc się przed zarzutami zbytnej komercjalizacji, kolejni jej prezesi chętnie wymieniają najcenniejsze – misyjne pozycje programowe i eksponują wysokie koszty ich realizacji. Lektura ich wypowiedzi skłania jednak do wniosku, że nawet oni mają wątpliwości co do słuszności takich działań, a szansę odbudowania misyjnych funkcji nadawcy publicznego upatrują przede wszystkim w ustawowym zagwarantowaniu środków dla realizacji misji publicznej przez TVP SA³¹.

STRESZCZENIE

Misja czy komercja – ewolucja programu Telewizji Polskiej SA

Celem artykułu jest analiza zadań misyjnych realizowanych przez TVP SA. Autor skłania się do wniosku, że od wielu już lat stawia się przed tą telewizją niewykonalne zadanie realizacji misji publicznej przy użyciu środków właściwych nadawcom komercyjnym. Prowadzi to do tego, że TVP SA koncentruje się przede wszystkim na produkcjach zapewniających wysoką oglądalność, a zatem zainteresowanie reklamodawców. Programy, w których realizowana jest misja nadawcy publicznego, spychane są poza tzw. *prime time* lub też trafiają do kanałów tematycznych. Ustępują miejsca banalnym i łatwym w odbiorze produkcjom, którym jedynie przy maksymalnie dobrej woli można przypisać pewne elementy misji. Uwarunkowania rynkowe powodują, że walcząc o audytorium, polska telewizja publiczna realizuje swe ustawowe zadania w coraz mniejszym stopniu. Nawet kolejni prezesi TVP SA mają jednak wątpliwości co do słuszności takich działań, a szansę odbudowania misyjnych funkcji nadawcy publicznego upatrują przede wszystkim w ustawowym zagwarantowaniu środków na realizację misji publicznej przez TVP SA.

Słowa kluczowe: Telewizja Polska SA, misja nadawcy publicznego, komercjalizacja

³⁰ Na problem ten, przede wszystkim z perspektywy ekonomicznej, zwrócił uwagę Witold Orłowski. W. Orłowski: Publiczne media – a może spróbować inaczej?, *Gazeta Wyborcza*, 18.01.2013.

³¹ Czy TVP przeżyje? Juliusz Braun odpowiada na zarzuty, *Magazyn Świąteczny Gazety Wyborczej*, 20.10.2012; S. Kucharski: TVP nie dla Dody. Rozmowa z Juliuszem Braunem, *Gazeta Wyborcza*, 26.02.2013.