

TADEUSZ SKOCZEK

PRAWNE PODSTAWY DZIAŁANIA TVP 3 – REGIONALNEJ

Zmiana strategii programowej Telewizji Regionalnej, jaka dokonała się 3 marca 2002 r., była wynikiem konsekwentnej i długoletniej pracy zespołów programujących, Zarządu TVP S.A. i poszczególnych pracowników. Nie ma i chyba nie będzie jednego i jednolitego aktu prawnego, który konstruowałby konstytucję Telewizji Regionalnej. Stąd pomysł opracowania i przedstawienia tekstu, omawiającego prawne podstawy działania TVP 3 Regionalnej jest zadaniem trudnym, ale niezwykle potrzebnym. Skorzystać będą mogli z tak przygotowanego materiału fachowcy zajmujący się zawodowo mediami i regionalizmem, dziennikarze, ale też pracownicy Oddziałów Telewizji Polskiej i redaktorzy programujący, a także nadzorujący produkcję i emisję programów regionalnych.

Związki nowego kanału telewizji publicznej z regionalistami, z rocznikiem „Małopolska”, z poszczególnymi osobami przejawiającymi aktywność naukową oraz publicystyczną na łamach pism i wydawnictw Rady Krajowej Regionalnych Towarzystw Kultury, Małopolskiego Ośrodka Dokumentacji Regionalnej, czy placówek naukowo-badawczych (Akademia Pedagogiczna w Krakowie, Krajowy Ośrodek Dokumentacji Regionalnych Towarzystw Kultury w Ciechanowie) są wielkie i inspirujące.

W dniach 8–10 czerwca 2000 roku w Bochni odbyła się konferencja pn. „Regionalizm – lokalizm – media”, która zgromadziła przedstawicieli stowarzyszeń regionalnych, pracowników i działaczy samorządowych z całego kraju, szczególnie członków Związku Powiatów Polskich, dziennikarzy prasy lokalnej i regionalnej oraz Biuro Programów Regionalnych TVP S.A., przedstawicieli Zarządu, dyrektorów Oddziałów terenowych i członków Rad Programowych TVP S.A.

W niektórych referatach oraz w burzliwych dyskusjach powszechnej krytyce poddano dotychczasowy model obecności tematów lokalnych i regionalnych na antenach telewizji publicznej. Powoływano się na ustawę o radiofonii, na konieczność realizowania misji. Wiele padało słów niesprawiedliwych, wyrażano wiele nieuzasadnionych pretensji, padło bardzo dużo epitetów, z którymi trudno było polemizować, wielu dyskutantów za główną inspirację do wystąpień obierało

poglądy polityczne nie przystające do obiektywnej rzeczywistości ekranowej. Organizatorzy ze strony telewizji poważnie jednak potraktowali główne tezy przewijające się w dyskusjach. Opublikowanie większości wystąpień w specjalnym wydaniu czasopisma „Sekretarz Gminy” i rozdanie ich uczestnikom konferencji jeszcze przed jej rozpoczęciem bardzo istotnie pomogło w zdecydowanym formułowaniu postulatów programowych. Padały one w wystąpieniu Anatóla J. Omelaniuka („Współczesny regionalizm a media”), Wiesława Godzica („Chory «Titanic», czyli jakiej regionalnej telewizji publicznej Polacy potrzebują”), ale też przedstawicieli TVP S.A.: „Zadania telewizji publicznej względem społeczności lokalnych i regionalnych” – Ryszarda Paclawskiego.

Konferencja i jej dorobek intelektualny, rozpowszechniany na łamach czasopism wydawanych przez Prowincjonalną Oficynę Wydawniczą („Obrzeża”, „Matecznik”, „Regiony”, „Ziemia Bocheńska” czy wspomniany już „Sekretarz Gminy”), w prasie ogólnopolskiej i regionalnej, w miesięczniku „Suplement”, w informacjach i reportażach telewizyjnych oraz w specjalnej publikacji pokonferencyjnej z redagowanej przez Edwarda Chudzińskiego – doprowadziły do gwałtownego przyspieszenia dyskusji o pilnej potrzebie zmiany strategii programowej telewizji regionalnej. Stanisław Gawor omawiając dyskusję we wspomnianej wyżej publikacji zatytułowanej, tak jak konferencja: *Regionalizm – lokalizm – media* napisał m.in.:

(...) Wszystkie głosy dotyczyły faktów, tez i ocen lub postulatów, zgłoszonych w referatach i najogólniej rzecz biorąc mieściły się w temacie, określonym hasłem konferencji. (...) Zawierały jednak wiele wątków pobocznych, bo hasło okazało się – po pierwsze – bardzo pojemne, po drugie zaś – uwikłane w dwa przynajmniej ważne dla ruchu regionalnego konteksty.

Pierwszy kontekst rozważań w toku dyskusji to – by tak rzec – spór o kształt, a także stan obecny i perspektywy rozwoju ruchu regionalnego w Polsce, spór toczony od dawna, powracający przy każdym – niezależnie od tematu – spotkaniu regionalistów. (...) Mówiono, więc o znaczeniu i ciągle niewykorzystanych szansach tego ruchu, o niedocenianiu jego roli – także w środkach masowego komunikowania – w zakresie integrowania i pobudzania do aktywności środowisk lokalnych, oraz – budowania i umacniania narodowej tożsamości Polaków; mówiono też o grożącym ruchowi regionalnemu niebezpieczeństwie „polonocentryzmu” czy ksenofobii. Jednym słowem – próbowano go zobaczyć w perspektywie bliskiego „zjednoczenia się” z Europą, a zarazem usytuować w nowej rzeczywistości po 1989 roku.

Drugi kontekst, w jaki uwikłana była znaczna część wypowiedzi, to problem tzw. misji elektronicznych środków przekazu o charakterze publicznym, a więc radia i telewizji, jej nieokreśloności, sposobów jej wypełniania, źródeł finansowania mediów etc. (...) Padło sporo uwag na temat granic wolności słowa

i odpowiedzialności, a także krytycznych opinii o programach, zwłaszcza informacyjnych, zbyt upolitycznionych czy wręcz upartyjnionych, nastawionych „warszawocentrycznie” oraz edukacyjnych, „gubionych” w godzinach wczesno – rannych lub późno – wieczornych. Wszystkie głosy na ten temat nie wykroczyły w zasadzie poza – też bardzo krytyczne przecieź – tezy, zawarte w (...) referatach, jedynie je uszczegółowiły i zezemplikowały. (...)

Publicznej telewizji oraz radiu zarzucano, iż ciągle nie dostrzegają „terenu”, w tym ruchu regionalnego, lub czynią to w stopniu wielce niezadowolającym. Media – stwierdzono – mogą i powinny nie tylko wspierać, ale wręcz kreować aktywność lokalną; szczególnie dużą rolę może w tym względzie odegrać publiczna TVP S.A. Konferencję bocheńską dyskutanci potraktowali jako rodzaj przełomu we wzajemnych stosunkach mediów i regionalistów; wielu z nich wskazywało na szansę, jaką stwarza poważne zajęcie się ruchami regionalnymi dla programu publicznej telewizji (a także radia oraz dla dzienników „centralnych”). To – najogólniej mówiąc – szansa na zakorzenienie się „w terenie”, na dotarcie do prawdziwych problemów ludzi – widzów, słuchaczy i czytelników...

Rok później, w marcu 2001, również w Bochni odbył się zjazd pracowników i współpracowników Telewizyjnej Agencji Informacyjnej, specjalnej struktury TVP S.A., zajmującej się produkcją i emisją programów informacyjnych. Z szefami i redaktorami programującymi poszczególne pasma spotkali się dyrektorzy Oddziałów terenowych oraz korespondenci z całej Polski. Dyskutowano już otwarcie o nowym modelu telewizji regionalnej: profilu informacyjno – publicystycznym. Mimo, że materiały z tej konferencji nie ukazały się dotąd drukiem – myśl i filozofia przemian dyskutowane w owym czasie dały asumpt do zmian, jakie dostrzegli widzowie „regionalnej trójki” już rok później. Jedną z przyczyn powstania nowej strategii programowej określił ogólnie Edward Chudziński w wspomnianej już publikacji *Regionalizm – lokalizm – media*:

Obecnie w centrum uwagi wielu naukowców, publicystów, dziennikarzy i polityków znajduje się globalizm. Z tej perspektywy patrząc, regionalizm i lokalizm wydają się być zjawiskiem peryferyjnym. Niemniej istnieją one realnie i wcale nie są peryferyjne dla wspólnot terytorialnych i społeczności lokalnych. O renesansie lokalizmu zaczęło się mówić w momencie, kiedy objawiły się wszystkie słabości i niedomogi państwa jako instytucji scentralizowanej, zbiurokratyzowanej, niesterowalnej i tym samym nie mogącej poradzić sobie z problemami, których rozwiązania oczekiwał od niej zwykły obywatel. W praktyce okazało się, że o wiele szybciej i skuteczniej mogą być one załatwione na poziomie lokalnym. I tak narodził się, a właściwie odrodził lokalizm, którego istota sprowadza się do upodmiotowienia społeczności lokalnych, przyznania im względnej autonomii w podejmowaniu decyzji na szczeblu najniższym, dotyczących spraw i problemów miejscowych. Z ideą lokalizmu łączy się nieroz-

zerwalnie idea samorządności i demokracji lokalnej, a to w konsekwencji ma istotny wpływ na kształt ustrojowy państwa.

Z tak formułowanych ocen oraz z dyskusji, toczonych podczas innych spotkań praktyków telewizyjnych z naukowcami i specjalistami od mass communication, narodził się pomysł zrealizowany z dużym sukcesem po 3 marca 2002. Warto wymienić te spotkania, seminaria i konferencje, bo prawdopodobnie nigdy dotąd w tak otwarty i przemyślany sposób nie budowano założeń programowych nowej anteny, nie konstruowano roli nadawcy opierając się na opinii tych środowisk.

W dniach 16–17 listopada 2000 roku w Białymstoku zorganizowano międzynarodową konferencję, „Mniejszości narodowe i etniczne a media elektroniczne”. Referaty wygłosili uczeni oraz praktycy mediów z Białorusi, Estonii, Litwy, Łotwy, Polski i Ukrainy, a całość materiałów opublikowało Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku w roku następnym. W grudniu 2001 Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Uniwersytet w Białymstoku i TVP S.A. zaprosiły na kolejne seminarium: „Mniejszości w mediach elektronicznych – modele, wizerunek, oczekiwania”. Znowu krytykowano, dyskutowano, podpowiadano – dając impuls do wykorzystania myśli naukowej w kształtowaniu nowego profilu „regionalnej trójki”. Efekt książkowy tego spotkania – redagowany podobnie jak poprzedni – przez prof. Andrzeja Sadowskiego i Tadeusza Skoczka – niebawem pojawi się w księgarniach naukowych. We wrześniu 2001 w bieszczadzkiej miejscowości Czarna dyskutowano nt. „Roli telewizji regionalnych w rozwoju współpracy przygranicznej” i kilka dni później zorganizowano seminarium w Lublinie („Media w regionach wobec pogranicza kultur”), dając możliwość opublikowania całej dyskusji panelowej na łamach kwartalnika „Akcent”. Podobne publikacje ukazały się na łamach czasopisma „Obrzeża”, wydawanego przez Prowincjonalną Oficynę Wydawniczą i Zarząd Krajowy ZMW jako pokłosie „Kołokwiów Europejskich” zorganizowanych w Palermo w marcu 2001 („Perspektywy rozwoju kultur europejskich w kontekście globalizacji”) i w grudniu 2001 w Norymberdze („Rola mediów lokalnych w kształtowaniu zjednoczonej Europy”).

Polska telewizja regionalna była też głównym bohaterem X zjazdu CIRCOM Regional, jaki odbył się w czerwcu 2001 w Porto. Przedstawiciele Oddziałów terenowych TVP S.A. odebrali wiele nagród i wyróżnień za programy informacyjne, publicystyczne, filmy dokumentalne i reportaże. Dyskusje z przedstawicielami ponad 400 stacji regionalnych z całej Europy utwierdziły decydentów z Telewizji Polskiej o słuszności obranego kierunku zmian programowych. Najbardziej przybliżył przedstawiciele Biura Programów Regionalnych TVP S.A. do modelu publicystyczno-informacyjnego przykład France 3, publicznego kanału regionalnego telewizji francuskiej. Wizyta w Lyonie i St. Etienne (25 – 26 czerwca 2001) oraz wspólne polsko-francuskie sympozjum było bardzo owoc-

ne i potrzebne. Model francuski struktury telewizji regionalnej okazuje się bardzo podobny do polskiego, choć mniej ortodoksyjny w realizacji strategii informacyjnej oraz realizowany w oparciu o większy budżet, a także większy potencjał ludzki i techniczny.

W roku 2002 liczba spotkań seminaryjnych nie uległa zmianie, zmieniono jednak ich charakter z badawczo-prognozujących na oceniające i typowo edukacyjne. Związane jest to ze startem nowej formuły oraz z innymi potrzebami. Ten charakter konferencji naukowych i szkoleniowych, jak również charakter dorocznych konferencji mediów publicznych organizowanych corocznie w Krakowie przez Telewizję Polską, Polskie Radio i Uniwersytet Jagielloński, wykracza poza ramy niniejszego opracowania.

* * *

Do roku 2000 uregulowania prawne będące podstawą działania telewizji regionalnej (w potocznym słowa znaczeniu, nazwa własna pojawi się nieco później) określają dwa dokumenty: ustawa o radiofonii i telewizji, uchwalona 29 grudnia 1992 roku, ogłoszona w „Dzienniku Ustaw” 1993 nr 7 poz. 34, później wielokrotnie nowelizowana, oraz Statut Spółki Telewizja Polska S.A.

Artykuł 26 ustawy mówi, że nadawcy publiczni działają w formie jednoosobowej Spółki Skarbu Państwa. Ustawodawca dla zobrazowania jednoznaczności formy działania dodaje określenie „wyłącznie” czyli mówi, że tylko ta forma prawna jest możliwa. W ustępie 2 czytamy, że telewizję publiczną tworzy TVP S.A., powołana w celu produkowania i emitowania programów ogólnokrajowych, pierwszego, drugiego i Telewizji Polonia oraz regionalnych programów telewizyjnych.

Zasady funkcjonowania oddziałów terenowych TVP S.A. określa artykuł 30 ustawy: *Tworzenie i rozpowszechnianie programów telewizji publicznej należy do terenowych oddziałów Spółki*. W ustępie 2 następuje delegacja mówiąca, że szczegóły dotyczące zakresu działania i zadania oddziałów terenowych określa Statut Spółki. Dalej czytamy w tym artykule, że oddziałem kieruje dyrektor powołany na wniosek zarządu Spółki przez radę nadzorczą, oraz że organem doradczym dyrektora oddziału jest rada programowa. Ten drugi mało precyzyjny zapis interpretowany w kontekście zapisanego w innym miejscu ustawy (w jej kolejnej nowelizacji) określenia, że radę programową spółki wybiera Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nastęrczył zarządowi TVP S.A. oraz dyrektorom Oddziałów sporo kłopotów.

Przekładając omawiane wyżej akty normatywne na język konkretów należy podać, że struktura telewizji regionalnej oparta została na 12 oddziałach terenowych (w ustawie z 1992 r. wymieniono 11 siedzib, dwunastą w Białymstoku powołano w 1996). W drugim roku funkcjonowania nowej ustawy, 1 kwietnia 1994 roku, utworzono Biuro Oddziałów terenowych zarządzające oddziałami

i konstruuje program na zasadach holdingu czy sieci. W Szczecinie utworzono mocne centrum produkcyjne i zakupowe dla BOT, tam też planowano emisję części programów nadawanych w jednym czasie we wszystkich oddziałach. Od 1 stycznia 2000 roku w miejsce BOT-u zaczęło działać Biuro Programów Regionalnych, a podział czasu antenowego stał się już bardzo wyrazisty. Każdy z oddziałów odpowiadał za około 4 godziny dziennego programu własnego, lokalnego i emitował 12 godzin programu wspólnego, administrowanego przez BPR, ale w dużej części produkowanego w oddziałach.

Ten kolejny krok w rozwoju polskiej telewizji regionalnej doprowadził do dalszego poszukiwania modelu programowego. W dniu 4 lipca 2001 r. Zarząd TVP S.A. omawiał dwukrotnie kwestie dotyczące TVP Regionalnej. Oto cytat z protokołu Nr 27, pkt 4:

Na wniosek Członka Zarządu Tadeusza Skoczka, Zarząd omówił projekt organizacyjny nowych zasad sprzedaży bloków reklamowych i ofert sponsorskich pasm wspólnych Regionalnej Trójki, służący zwiększeniu przychodów zewnętrznych i poprawie wizerunku TV Regionalnej.

Dyrektor BPR Ryszard Paclawski wskazał na informacyjny charakter przedstawionego materiału i zapowiedział, że ewentualny projekt zmian w regulaminie organizacyjnym Biura Reklamy powstanie w wyniku uzgodnień pomiędzy biurami. Podkreślił konieczność szukania możliwości zwiększenia przychodów reklamowych w „sieci”. Scharakteryzował również uzgodnione pomiędzy BPR a Biurem Reklamy wnioski:

- ♦ *wyodrębnienie w ramach Biura Reklamy zespołu do spraw Telewizji Regionalnej;*
- ♦ *przeprowadzenie analizy modelowego Biura Reklamy przy oddziałach terenowych w celu lepszego wykorzystania ich potencjału;*
- ♦ *tworzenie porozumień handlowych pomiędzy Biurami Reklamy w oddziałach terenowych.*

Zapowiedział także przeprowadzenie analizy odpowiedzi na pytanie na ile „sieć” ma stanowić dodatkowe źródło przychodów reklamowych a na ile ma być anteną misyjną w przypadku ograniczenia wpływów z reklam. Wskazał również na wynikające ze zmian programowych pozytywne tendencje wzrostu oglądalności TVP 3 Regionalnej.

Dyrektor Biura Reklamy Wojciech Danowski poinformował o dokonaniu uzgodnień kierunku prowadzenia dalszych prac pomiędzy BPR a Biurem Reklamy. Ustosunkował się do rozpatrywanego wariantu podporządkowania regionalnych biur reklamy Biuru Reklamy w Zakładzie Głównym. Wyraził pogląd o celowości sprzedawania reklam w „sieci” przez Biuro Reklamy ze względu na obniżenie kosztów i przygotowanie merytoryczne pracowników (...) Podkreślił również potrzebę zwiększenia atrakcyjności „trójki” dla reklamodawców po-

przez podniesienie jakości oferowanego produktu, do czego powinno przyczynić się uwzględnianie w znacznie większym stopniu niż dotychczas sugestii przedstawionych przez Biuro Reklamy.

(...) Prezes Zarządu R. Kwiatkowski zwrócił uwagę na bardzo znaczny, sięgający 50 %, spadek wpływów z reklam oraz podzielił pogląd o konieczności rozważenia wariantów i podjęcia decyzji o charakterze strategicznym, dotyczącej dalszego kształtu programowego pasm wspólnych. Zarząd zobowiązał BPR, Biuro Reklamy i BPiKP do przygotowania analizy dwóch wariantów: zwiększenia charakteru misyjnego i ograniczenia reklam, bądź też takiej zmiany profilu programowego, która przyniesie znaczny wzrost wpływów z reklam emitowanych w TVP 3.

Na dyskusję o charakterze i jakości programu regionalnego w kontekście przychodów reklamowych nałożyła się dyskusja o możliwości uruchomienia kanału tematycznego „Aktualności”. Niespodziewanie dla władz telewizji pojawiła się możliwość uzyskania zgody na ten program. Poprzednie starania u „właściciela”, ministra Skarbu – Emila Wąsacza, okazywały się nieskuteczne. To niejako „uśpiło” kierownictwo TAI, które po otrzymaniu pozytywnej decyzji Krajowej Rady Radiofonii nie było w stanie w krótkim czasie uruchomić tego kanału.

W dodatku telewizja komercyjna TVN bardzo intensywnie przygotowywała się do startu kanału informacyjnego TVN 24.

W tym samym protokole 27 datowanym na 1 lipca 2001 roku czytamy:

Na wniosek Członka Zarządu Czesława Jermanowskiego Zarząd zapoznał się z prezentacją wstępnych założeń kanału informacyjnego TVP S.A. Dyrektor TAI Michał Maliszewski poinformował o zagadnieniach wymagających decyzji Zarządu w zakresie:

- ♦ dodatkowych zakupów sprzętu ze względu na blisko stu procentowe wykorzystanie sprzętu posiadanego przez TAI;
- ♦ sposobu prowadzenia rozsiewu;
- ♦ TAI jako producenta kanału tematycznego;
- ♦ ustalenia odpłatności przy wprowadzenia na rynek.

Członek Zarządu T. Posadzki wyraził opinię o konieczności budowania kanału informacyjnego w oparciu o korespondentów i sieć telewizji regionalnej. Wskazał konieczność stosowania tanich i efektywnych rozwiązań technicznych oraz opracowania biznes planu wykorzystania istniejących oraz pozyskania nowych, niezbędnych środków technicznych i kadrowych. Członek Zarządu T. Skoczek wyraził pogląd o konieczności dołączenia do składu komisji Dyrektora OTV w Szczecinie K. Matlaka. Wskazał na dużą ilość środków produkcji w oddziałach terenowych, które mogłyby zostać wykorzystane na potrzeby tematycznego programu informacyjnego „Aktualności”. Członek Zarządu Czesław Jermanowski wskazał na dwie podstawowe przesłanki utworzenia kanału tematycznego,

a mianowicie zapotrzebowanie na informacje oraz konieczność utrzymania widowni. Prezes Zarządu R. Kwiatkowski wskazał na zbyt ogólny charakter przygotowanego opracowania. Wyraził pogląd o konieczności przygotowania precyzyjnego dokumentu, zawierającego propozycje rozwiązań w zakresie sprzętu technicznego i potrzebnej liczby pracowników oraz wysokości spodziewanych wpływów. Członek Zarządu J. Pachowski zwrócił uwagę na potrzebę przygotowania analizy możliwości wykonawczych TAI w zakresie kadrowym, produkcyjnym, technologicznym i emisyjnym. Dyrektor Biura Prawnego M. Staszak wskazał na konieczność rozważenia sytuacji prawnej powstającego kanału tematycznego. Po przeprowadzonej dyskusji Zarząd zwrócił się do Komisji ds. aktualizacji wniosku koncesyjnego dotyczącego tematycznego programu informacyjnego „Aktualności” o przygotowanie szczegółowego materiału i prowadzenie dalszych prac nad uruchomieniem tematycznego programu informacyjnego oraz do członka Zarządu Czesława Jermanowskiego o sprawowanie nadzoru nad prowadzeniem prac.

Te dwa fakty, omówione w dwóch zaprezentowanych protokołach, stały się pierwszymi prawnymi zapowiedziami powołania nowej TVP 3 Regionalnej. Podczas posiedzenia Zarządu Spółki w dniu 25 lipca 2001 r. zapoznano się z informacją, dotyczącą seminarium dla menedżerów telewizji regionalnych, jakie zorganizowano w Lyonie, o czym była już wcześniej mowa. Zarząd przyjął do wiadomości złożoną informację w kontekście możliwości wykorzystania zebranych materiałów i doświadczeń przy planowaniu przyszłego charakteru Telewizji Regionalnej.

W kolejnym punkcie tego posiedzenia omówiono projekt układu ramowego Telewizji Regionalnej, a ściślej programu wspólnego:

Członek Zarządu T. Skoczek dokonał wprowadzenia, podkreślając wstępny, wymagający dalszych konsultacji charakter prezentowanych projektów. Dyrektor BPR R. Paclawski przedstawił następujące projekty układu ramowego TV Regionalnej: projekty o charakterze „misyjnym” i „popularnym”, opracowane przy udziale przedstawicieli BPiKP oraz Biura Reklamy, projekt ramówki o profilu informacyjnym, a także projekt ramówki na jesień 2001 r. Zwrócił uwagę na wzrost oglądalności TV Regionalnej m.in. dzięki programom emitowanym w pasmach wspólnych. Wyraził pogląd o możliwości dalszego rozwoju TV Regionalnej w oparciu o programy informacyjne, na co wskazują m.in. bardzo dobre wyniki oglądalności emitowanego od lutego 2000 r. magazynu reporterów „Telekurier”. Podkreślił fakt zachowania w każdym z proponowanych rozwiązań programów informacyjnych oddziałów terenowych oraz publicystyki cieszącej się uznaniem widowni. Odpowiadając na pytanie Prezesa Zarządu Roberta Kwiatkowskiego poinformował o możliwości emitowania programów Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego w każdym z prezentowanych wariantów.

Członek Zarządu T. Posadzki wyraził wątpliwość, dotyczącą umieszczania w propozycjach programów, nie przystających do danego kierunku rozwoju TV Regionalnej. Postawił pytania o miejsce w ramówce dla programów lokalnych o charakterze publicystycznym, kulturalnym, z których jego zdaniem nie należy rezygnować oraz o przygotowanie szczegółowych rozwiązań finansowych dla poszczególnych wariantów.

Prezes Zarządu R. Kwiatkowski wyraził zainteresowanie prezentowanym wariantem o charakterze informacyjnym, wskazując na możliwość wykorzystania potencjału oddziałów terenowych przy jego produkcji. Zwrócił uwagę na potrzebę zaangażowania w dalsze prace Biura Polityki i Koordynacji Programowej oraz Biura Analiz i Planowania Ekonomicznego. Zwracając się do Dyrektora Biura Prawnego M. Staszaka wskazał na konieczność właściwego uregulowania statusu TVP 3 w ramach ewentualnej nowelizacji Ustawy o radiofonii i telewizji. Zarząd przyjął informację do wiadomości i zdecydował o kontynuowaniu prac nad prezentowanymi wariantami programu ramowego TV Regionalnej.

Kolejny raz Zarząd TVP powrócił do sprawy nowego profilu Telewizji Regionalnej już 28 sierpnia 2001 r. W związku z opracowywaniem dokumentu pt. „Strategia Telewizji Polskiej” omówiono części składowe tego dokumentu, strategię programową, kadrową, technologiczną, finansową. W strategii dotyczącej oddziałów terenowych postanowiono dokonać korekt, uwzględniając pomysły dotyczące zwiększenia w programie udziału audycji informacyjnych.

Prezes Robert Kwiatkowski poinformował też o pozytywnym przyjęciu przez Kolegium Dyrektorów Oddziałów terenowych (Gdańsk, 26 VIII 2001) propozycji zmiany pasma wspólnego w kanał informacyjno–publicystyczny (protokół nr 34).

17 października 2001 Zarząd znów dyskutował problemy Telewizji Regionalnej.

Na wniosek Członka Zarządu T. Skoczka Zarząd rozpatrzył projekt zmiany układu ramowego TVP 3 Regionalnej. R. Paćlowski – dyrektor BPR, wskazując na wstępny charakter przedstawionego projektu szczególną uwagę zwrócił na:

- ♦ konieczność dalszego rozwoju TVP 3 jako kanału informacyjno–kulturalnego w ramach obecnego budżetu;
- ♦ utrzymanie posiadanej widowni poprzez zachowanie w ramówce najchętniej oglądanych programów;
- ♦ Telewizyjną Agencję Informacyjną jako głównego źródła informacji;
- ♦ wykorzystanie potencjału oddziałów terenowych TVP S.A.

Przedstawił również harmonogram prowadzonych prac, wskazując na potrzebę podjęcia kierunkowych decyzji dotyczących wysokości środków, jakie zostaną przeznaczone na TVP 3. Dyrektor Biura Polityki i Koordynacji Programowej, Maciej Kosiński, podkreślił konieczność określenia wyraźnego profilu kanału

jako zawierającego nie tylko informacje o charakterze lokalnym, ale również publicystykę i relacje z obrad Sejmu oraz organów samorządowych. Zaproponował przeprowadzenie badań fokusowych, które pozwolą określić zainteresowanie widowni TVP 3.

Dyrektor Biura Reklamy Włodzimierz Ławniczak przedstawił wyniki analizy, dotyczącej możliwości pozyskiwania w TVP 3 wpływów reklamowych, podkreślając potrzebę zwiększenia widowni.

Członek Zarządu T. Posadzki wyraził pogląd o konieczności właściwego doboru osób prowadzących programy. Uznał za niewłaściwe umieszczanie w ramówce TVP 3 filmów fabularnych.

Członek Zarząd J. Pachowski wskazał na konieczność takiego określenia charakteru pasm, aby TVP 3 stała się atrakcyjna również dla młodszej widowni, co będzie miało wpływ na wysokość środków pozyskiwanych z reklamy, jak również wykorzystanie dużej ilości informacji niewykorzystywanych przez TAI. Uznał za niewłaściwą propozycję emitowania Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego w porach niewielkiej oglądalności – w nocy i wczesnie rano. Wyraził pogląd, że potrzeby widowni nie ograniczają się wyłącznie do informacji o charakterze politycznym i dlatego oferta TVP 3 powinna zawierać szeroki wachlarz programów informacyjnych o charakterze społecznym, kulturalnym, finansowym i sportowym. Zaznaczył konieczność powiązania środków przeznaczonych na TVP 3 z wpływami jakie ten kanał będzie przynosił.

Członek Zarządu Cz. Jerzmanowski stwierdził potrzebę realizacji misji Telewizji publicznej poprzez stworzenie kanału o charakterze różnorodnym, zawierającym zarówno programy publicystyczne i informacyjne, jak i np. omówienia wydarzeń sportowych. Wyraził pogląd o konieczności lepszego wykorzystania produkowanych przez TAI materiałów informacyjnych.

Główny Księgowy Spółki R. Pamuła przedstawił prognozy dotyczące kosztów oraz wyraził pogląd o konieczności ich uwzględnienia w konstruowanym układzie ramowym. Dyrektor BPR R. Paclawski ustosunkował się do przedstawionych pytań, wskazując na wyliczenia dotyczące pełniejszego wykorzystania informacji produkowanych obecnie przez TAI oraz wielu innych materiałów o charakterze kulturalnym i społecznym będących w posiadaniu TVP.

Prezes Zarządu R. Kwiatkowski zwrócił uwagę na konieczność zreformowania obecnej TVP 3, przynoszącej straty. Uznał za niewłaściwe umieszczenie w ramówce TVP 3 filmów fabularnych, poza okresem przejściowym, w którym zostaną wykorzystane posiadane zapasy. Wskazał na konieczność włączenia Biura Reklamy do prac prowadzonych nad przyszłą ramówką TVP 3. Podkreślił konieczność zaprezentowania wysokiej jakości wizerunku medialnego. Przychylił się do propozycji Dyrektora BPIKP M. Kosińskiego o konieczności przeprowadzania badań fokusowych.

Zarząd zobowiązał BPR do uwzględniania zgłoszonych uwag w dalszych pracach nad projektem i postanowił powrócić do sprawy na jednym z najbliższych posiedzeń Zarządu.

Kolejną decyzją przybliżającą profil informacyjny Telewizji Regionalnej była uchwała w sprawie zatwierdzenia nowego regulaminu organizacyjnego Biura Programów Regionalnych podjęta podczas posiedzenia w dniu 29 października 2001 r.

Członek Zarządu Tadeusz Skoczek poinformował, że proponowane zmiany dotyczą konieczności utworzenia Zespołu ds. Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego, rozszerzenia i sformalizowania współpracy z Telewizyjną Agencją Informacyjną oraz ograniczenia liczby redakcji do: filmowej, regionalnej oraz informacji i publicystyki. Zaznaczył możliwość przeprowadzenia dalszych zmian struktury Biura Programów Regionalnych po 31 marca 2002 r., tak aby umożliwić realizację zadań Biura wyznaczonych w ramach nowego profilu wspólnego pasma telewizji regionalnej.

Członek Zarządu Jarosław Pachowski podkreślił, iż nowy profil programowy powinien być wprowadzony na antenę dopiero po osiągnięciu pełnej gotowości przez Biuro Programów Regionalnych, w tym m.in. po wprowadzeniu wszystkich koniecznych zmian strukturalnych. Zarząd podjął Uchwałę 181/2001.

Podczas tego samego posiedzenia w dniu 29 października 2001 r. omówiono projekt „TVP 3 – profil informacyjno-publicystyczny”.

Dyrektor Biura Programów Regionalnych Ryszard Paclawski przedstawił tryb prac nad projektem oraz główne rozbieżności dotyczące mieszanego, zróżnicowanego charakteru programu Regionalnej TVP 3 oraz równoczesnego nadawania wieczornego wydania „Wiadomości” w Programie 1 oraz telewizji regionalnej. Podkreślił, że stanowisko Biura Programów Regionalnych w tych kwestiach uzyskało poparcie Biura Reklamy natomiast obecność pozycji filmowych wynika m.in. z wpływających terminów licencji.

Dyrektor Biura Polityki i Koordynacji Programowej Maciej Kosiński wyraził opinię, iż przyjęcie zróżnicowanej programowo ramówki, w której obok programów informacyjnych istotne miejsce zajmują także seriale i filmy uniemożliwia wyjście z ofertą nowego produktu, jakim jest kanał informacyjny. Stwarza to natomiast zagrożenie, jakim jest niespełnienie oczekiwań widowni i utratę dotychczasowej oglądalności.

Członek Zarządu Czesław Jermanowski stwierdził, że równoległe emitowanie głównego serwisu informacyjnego może przyczynić się do zmniejszenia atrakcyjności dotychczasowego pasma reklamowego w Programie 1 związanego z „Wiadomościami”. Jako pozytywną ocenił koncepcję zróżnicowanego gatunkowo programu TVP 3 m.in. ze względu na niższe koszty oraz zwrócił się o szczegółowe dopracowanie kwestii współpracy tej anteny z Telewizyjną Agencją Informacyjną.

Prezes Zarządu Robert Kwiatkowski zgłosił propozycje dotyczące:

- ♦ kontynuowania prac, ze szczególnym uwzględnieniem spornych kwestii, w ramach współpracy dyrekcji Biura Programów Regionalnych, Biura Polityki i Koordynacji Programowej oraz Biura Reklamy;
- ♦ rezygnacji z umieszczenia w ramówce Regionalnej TVP 3 niektórych pozycji jak np. telenoweli pt. „Klan”;
- ♦ zmiany czasu emisji wykładów Telewizyjnego Uniwersytetu Otwartego;
- ♦ przeanalizowania możliwości dalszego skrócenia dziennego czasu emisji.

Członek Zarządu Jarosław Pachowski zaznaczył konieczność zapoznania się przed akceptacją projektu z analizami ekonomicznymi proponowanej koncepcji programowej. Za jedną z istotnych przesłanek uznał niedopuszczenie do zmniejszenia i rozproszenia wpływów finansowych ze sprzedaży reklam wokół programów informacyjnych. Zamiast pozycji filmowych w TVP 3 zaproponował rozważenie pozyskania i emitowania filmów dokumentalnych i historycznych. (...)

W nowym roku nadal często dyskutowano podczas posiedzeń Zarządu Spółki kwestie nowej strategii programowej i organizacyjnej. 16 stycznia 2002 r. członek zarządu, nadzorujący oddziały terenowe, przedstawił projekt zmian w zakresie działania Biura Programów Regionalnych i Warszawskiego Ośrodka Telewizyjnego. Oto cytat z protokołu nr 3/2002: *Członek Zarządu Tadeusz Skoczek zapowiedział wprowadzenie w najbliższym czasie, we współpracy z Biurem Prawnym, zmiany zakresu pełnomocnictw dyrektorów BPR i WOT ze względu na potrzebę usprawnienia działań podejmowanych w celu uruchomienia profilu publicystyczno-informacyjnego TVP 3.*

Już 24 stycznia 2002 r. członek zarządu, nadzorujący oddziały, przedstawia techniczne aspekty emisji TVP 3. Protokół nr 4 notuje też *możliwość obniżenia kosztów przesyłu sygnału TVP dzięki szerszemu wykorzystaniu technologii satelitarnej.* Ponadto *członek Zarządu Tadeusz Skoczek zaproponował uwzględnienie w strategii inwestycyjnej Spółki zakupu większej ilości sprzętu fly away służącego do przesyłu sygnału pomiędzy oddziałami terenowymi a TAI.*

Najważniejszym dokumentem sankcjonującym prawnie dotychczasowe działanie jest uchwała nr 33/2002 Zarządu Spółki „Telewizja Polska – Spółka Akcyjna” z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie zmiany Regulaminu Organizacyjnego Przedsiębiorstwa Spółki „TVP S.A.”. Likwiduje się Biuro Programów Regionalnych, a do zakresu działania Oddziału Terenowego TVP S.A. w Warszawie, poza standardowymi zadaniami, dodaje się plik obowiązków produkcyjnych i emisyjnych programu wspólnego. Odtąd do zakresu działań Oddziału w Warszawie należy:

1. realizacja zadań wynikających ze wspólnej polityki programowej i zakupowej w ramach pasm wspólnych oddziałów terenowych, a w szczególności:
 - a) przygotowanie ramowych i bieżących planów programowych oraz emisyjnych i związanych z nimi planów ekonomiczno-finansowych;

b) zlecenie produkcji audycji telewizyjnych oddziałom terenowym lub innym jednostkom produkcyjnym TVP–S.A., a także kontrahentom zewnętrznym oraz zakup audycji;

c) programowanie i zlecenie produkcji audycji informacyjnych przedstawiających aktualne wydarzenia regionalne, ogólnokrajowe i zagraniczne, przy współpracy Telewizyjnej Agencji Informacyjnej i oddziałów terenowych;

d) określanie warunków i zlecenie właściwym jednostkom organizacyjnym przedsiębiorstwa Spółki zakupu praw i licencji do audycji;

e) przygotowywanie i organizacja bieżącej emisji we współpracy z właściwymi jednostkami organizacyjnymi;

f) realizacja wspólnej polityki programowej w zakresie marketingu i promocji pasm wspólnych oddziałów terenowych;

g) gospodarowanie środkami przeznaczonymi na realizację wspólnej polityki programowej i zakupowej;

h) planowanie i monitorowanie stanu realizacji umów o zakup praw i licencji;

i) sporządzanie planów rzeczowo–finansowych (w tym rocznych planów kosztów i wydatków) oraz bieżąca analiza wydatków i kosztów działalności.

2. obsługa merytoryczna i techniczno–administracyjna Kolegium Oddziałów terenowych.

3. organizowanie we współpracy z wyższymi uczelniami studiów wyższych i innych form kształcenia przy pomocy technik telewizyjnych.

4. współpraca z innymi jednostkami organizacyjnymi przedsiębiorstwa Spółki w zakresie tworzenia programu pasm wspólnych oddziałów terenowych.

5. prowadzenie analiz programowych i organizacyjnych dotyczących programów oddziałów terenowych.

Ponadto zdecydowano, że Oddział Terenowy w Warszawie jest jednostką o mieszanych źródłach finansowania, w przeciwieństwie do reszty oddziałów, które są jednostkami samofinansującymi się, pokrywającymi swe koszty ze sprzedaży produkcji i usług oraz dotacji abonamentowej.

Zgodnie z obowiązującą procedurą zmiany te zostały zatwierdzone Uchwałą Rady Nadzorczej nr 4/III/2002 z dnia 26 lutego 2002 r. W konsekwencji tego aktu prawnego Prezes Zarządu TVP S.A. wprowadził stosowanie tych zmian w życie 28 lutego 2002 r. Zarządzeniem nr 1.

Również 19 lutego 2002 r. uchwałą nr 34 zatwierdzono Regulamin Organizacyjny, Oddziału Terenowego TVP S.A. w Warszawie. Po raz pierwszy w uchwale użyto terminu, obecnego już w publicystyce i protokołach z zebrań zarządu precyzując, że *w obrocie rynkowym oraz w celach marketingowych jednostka może występować pod nazwą TVP 3 Regionalna*.

Niebawem, 3 marca 2002 r. nowa strategia programowa Telewizji Regionalnej stała się faktem. Program uzyskał profil informacyjno-publicystyczny, by

w bardziej przystępny i uporządkowany sposób informować o tym, co dzieje się w regionie, kraju i na świecie. Tym samym zredukowano ilość audycji, które nie wiążą się z przekazywaniem bieżących informacji o wydarzeniach i zjawiskach społecznych.

Podstawowym założeniem profilu informacyjno-publicystycznego TVP 3 stało się ułożenie informacji według zasady REGION – KRAJ – ŚWIAT.

Co godzinę, w pasmach wspólnych ośrodków regionalnych emitowany jest program informacyjny – „Kurier”.

W pasmach własnych 12 oddziałów terenowych cztery razy dziennie emitowane są lokalne programy informacyjne. Programy informacyjne przygotowują także 4 ośrodki regionalne: w Opolu, Kielcach, Olsztynie i Gorzowie – Zielonej Górze.

Wskaźniki oglądalności rosną. Rośnie również akceptacja społeczna wprowadzonych zmian.

Satysfakcję muszą mieć więc regionaliści, dziennikarze prasy lokalnej i ludzie naukowo zajmujący się mediami, że w tych korzystnych zmianach wszyscy mają spory udział.