



SENAT RP

ZAPIS STENOGRAFICZNY

Posiedzenie
Komisji Kultury i Środków Przekazu (14.)
w dniu 16 maja 2012 r.

VIII kadencja

Porządek obrad:

1. Informacja prezesów Telewizji Polskiej i Polskiego Radia na temat kondycji finansowej mediów publicznych oraz polityki finansowej zarządów.
2. Informacja rządu na temat zamierzeń wobec mediów publicznych w kontekście ich trudności finansowych.

(Początek posiedzenia o godzinie 12 minut 07)

(Posiedzeniu przewodniczy przewodniczący Grzegorz Czelej)

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Otwieram posiedzenie Komisji Kultury i Środków Przekazu.

Chciałbym serdecznie powitać na dzisiejszym posiedzeniu przedstawicieli Ministerstwa Skarbu Państwa, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji. Serdecznie witam też Juliusza Brauna – prezesa Telewizji Polskiej – oraz członków Zarządu Telewizji Polskiej. Serdecznie witam prezesa Polskiego Radia Andrzeja Siezieniewskiego oraz członków Zarządu Polskiego Radia. Serdecznie witam przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz wszystkich członków zarządu. Witam serdecznie dyrektorów oddziałów terenowych Telewizji Polskiej. Szczególnie serdecznie witam panią dyrektor Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach, profesor Joannę Wnuk-Nazarową. Witam również panią Agnieszkę Duczmal, która jest dyrektorem artystycznym Orkiestry Kameralnej PR „Amadeus” w Poznaniu, oraz jej zastępcę Piotra Łuźnego. Witam serdecznie dyrektora Chóru Polskiego Radia w Krakowie Aleksandra Małkiewicza oraz przedstawicieli związków zawodowych Telewizji Polskiej. Serdecznie witam wszystkich przybyłych gości i wszystkie osoby, których nie wymieniałem.

Szanowni Państwo!

Tematem dzisiejszego spotkania jest informacja o sytuacji finansowej w mediach publicznych. Jak wszyscy wiemy, media publiczne są naszym dziedzictwem, są naszą wartością i naszym majątkiem, o który powinniśmy się troszczyć wszyscy. Jako Komisja Kultury i Środków Przekazu szczególnie powinniśmy dbać o to, aby w mediach publicznych działa się dobrze. W związku z tym poprosiłem prezesów Telewizji Polskiej i Polskiego Radia o informacje na temat sytuacji finansowej, prosiłem również o szczególne uwzględnienie w swoich wypowiedziach tego, jak obecna sytuacja finansowa może rzutować na działalność tych jednostek w najbliższych miesiącach i w następnym roku.

Czy w imieniu telewizji będzie występował pan prezes?

Bardzo proszę, Panie Prezesie.

(Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun: Jeszcze chwilę...)

Informuję wszystkich, że nasze posiedzenie jest nagrywane, rejestrowane i transmitowane w telewizji internetowej.

Bardzo proszę.

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Dziękuję bardzo.

Jak pan przewodniczący wspomniał o tym, że media publiczne są naszym dziedzictwem, to się troszkę zaniepokoiłem, żeby zgodnie z polską szkołą konserwatorską nie były już one chronione wyłącznie jako trwała ruina, ale mam nadzieję, że do tego nie dojdzie.

Chciałbym przedstawić sytuację dotyczącą kwestii finansowych, ale także wszystkich spraw, które się wiążą bezpośrednio z finansowaniem bądź też wskazują na obszary, które szczególnie dotyczą finansowania. To jest wprowadzający slajd dotyczący wpływów abonamentowych Telewizji Polskiej. Linia czerwona to są kwoty nominalne, zielona – realne. W chwili, kiedy Telewizja Polska rozpoczęła działalność, dysponowała kwotą 900 milionów zł, przekładając to na dzisiejsze pieniądze, a dziś dysponuje kwotą 200 milionów zł. Dzieje się to akurat w takim momencie, kiedy niezbędne są szczególne wydatki. Już nie mówię o Euro, ale przede wszystkim o tym, co wiąże się z cyfryzacją, wdrożeniem naziemnej telewizji cyfrowej w bieżącym i przyszłym roku; to jest podwójna opłata za emisję, bo emisja analogowa i emisja cyfrowa to są dziesiątki milionów złotych, tu są konieczne wielkie inwestycje. Akurat dzisiaj na posiedzeniu zarządu Ośrodek TVP Technologie przedstawił nam informację na temat konieczności zakupu urządzeń, które mają zabezpieczyć możliwość transmisji z parlamentu – chodzi o miliony złotych. To jest dobry przykład tego, co nie jest przychodowe w rozumieniu finansowym. Żadne prywatne media tego typu relacji nie nadają, a telewizja publiczna, powiem wprost, będzie mogła nadawać tak długo, jak długo będą na to środki finansowe.

Kolejny slajd pokazuje, jak wygląda wysokość abonamentu w przeliczeniu na osobę w poszczególnych krajach europejskich. Widać, na którym miejscu jesteśmy. Następnie pokazujemy środki publiczne na jednego mieszkańca – tutaj już jesteśmy na absolutnie ostatnim miejscu. W tym roku... to nawet nie jest ten rok, tylko poprzedni, ale jak widać obywatel przeznaczą na funkcjonowanie mediów publicznych 13 zł rocznie; w Niemczech jest to 380 zł.

Następnie pokazujemy strukturę finansowania. Ten ciemny obszar z lewej strony to są finanse publiczne; w ogromnej większości, prawie we wszystkich krajach, jest abonament; na żółto i pomarańczowo oznaczono reklamę i sponsoring, niebieski – to są inne sposoby, czyli zarówno dotacje, jak i przychody na przykład ze sprzedaży praw autorskich. Widać, że Polska właściwie nie mieści się w europejskich standardach mediów publicznych. Europejskie media publiczne finansowane są we wszystkich krajach w większości ze środków publicznych, tylko w Polsce nie. W 2009 r. było jeszcze powyżej 15%, w tym roku już jest 12%. Na co warto zwrócić uwagę? Jest kilka krajów – to są kraje skandynawskie, Wielka Brytania – w których w ogóle nie ma przychodów z reklam, ale w ogromnej większości krajów europejskich jest podwójny system finansowania, czyli zarówno reklama, jak i abonament. Przy czym reklama jest wszędzie elementem uzupełniającym; w mniejszym lub większym stopniu, ale wyłącznie uzupełniającym.

Tu widzimy, jak zmienia się w Europie – bo to ważne – finansowanie nadawców publicznych. Jak państwo widzą, rośnie udział finansowania publicznego. Zwłaszcza w ostatnich latach, w czasie kryzysu gospodarczego i związanych z tym zmian społecznych, narasta w krajach europejskich przekonanie o tym, jak ważne są powszechnie dostępne programy mediów publicznych. Często jesteśmy traktowani jako jakaś wyjątkowo ogromna korporacja, z rozbudowanym budżetem, rozbudowanym zatrudnieniem. Pokazujemy dwa przykłady: BBC, które stawia się nam często za wzór, i dwie niemieckie telewizje publiczne, bo tam funkcjonują dwie odrębne korporacje. Podajemy wielkość środków publicznych w przeliczeniu na złotówki, liczbę pracowników i udziały w oglądalności. Jeśli chodzi o BBC, jest to 18 miliardów zł, o niemieckie media publiczne – 30 miliardów zł, o nas – 300 milionów, w tym roku już tylko 200 milionów. Odpowiednio pokazujemy zatrudnienie – tam dwadzieścia kilka tysięcy pracowników, u nas cztery tysiące dwieście osób, w tej chwili już trzy tysiące osiemset. Proszę zwrócić uwagę na oglądalność – jeśli chodzi o Telewizję Polską, jest wciąż bardzo wysoka. Jeśli więc mówimy o efektywności, to trzeba porównywać te wielkości. Z punktu widzenia liczby widzów Telewizja Polska ma efektywność nieporównywalnie wyższą niż inne media europejskie.

Kto finansuje telewizję publiczną? W Polsce jest około 13,5 miliona gospodarstw, połowa z nich w ogóle nie ma zarejestrowanych odbiorników, połowa ma je zarejestrowane, ale jest zwolniona dzięki szerokiemu gestowi parlamentu... 20% nie płaci... przepraszam, 24% nie płaci, 20% jest zwolnionych, a raptem 7% płaci; to niespełna milion gospodarstw domowych. Tu jest struktura finansowania Telewizji Polskiej. Zatem ogromna większość to są środki komercyjne.

Teraz chciałbym zwrócić uwagę na proporcje niektórych elementów budżetu. Mamy porównanie wysokości przychodów i pewnych ubytków, które wynikają wyłącznie z obowiązujących przepisów. Otóż ulgi i zwolnienia ustawowe to jest łącznie 230 milionów zł, w tym 60 milionów zł to są zwolnienia uchwalone przez parlament w 2010 r. bez żadnej formy rekompensaty. Ubytek z tytułu zakazu przerywania programów reklamami to jest 380 mi-

lionów zł. Co to znaczy? Zakaz przerywania programów powoduje, że bloki reklamowe mają znacznie mniejszą efektywność. Poza tym – co pokażę na kolejnym slajdzie – czasami w ogóle nie mogą być emitowane. A tu jest zmiana budżetu Telewizji Polskiej w ostatnich latach. Widać, jak bardzo ograniczane są koszty, mimo że w 2011 r. w tych kosztach mieści się kilkadziesiąt milionów złotych licencji zapłaconych za Euro, które obciążały ubiegłoroczny budżet, i kilkadziesiąt milionów złotych zapłaconych za nadawanie cyfrowe. Jak widać, proporcja przychodów i kosztów jest bardzo niekorzystna. Mówi się też często o rozdętych kosztach funkcjonowania samej instytucji. Mamy tu porównanie, jak wyglądają koszty ogólnego zarządu w TVN i w Telewizji Polskiej. TVN ma wyższe koszty ogólnego zarządu w proporcji do budżetu niż Telewizja Polska. Zatrudnienie systematycznie spada.

Drugie podstawowe źródło finansowania to jest reklama... drugie, ale pierwsze, jeśli chodzi o znaczenie. Pokazujemy tutaj, jak zmienia się rynek reklamowy – to jest ten zasób, z którego możemy korzystać. W 2009 r. wydatki na reklamę telewizyjną spadły o 11%. Ogólnie w Polsce całe to źródło się zmniejszyło. W kolejnych latach był przyrost, ale jeszcze daleko było choćby do 2008 r. Jak wyglądała sytuacja w ubiegłym roku? W pierwszym półroczu był wzrost, w związku z tym cały rok ubiegły był na pewnym plusie, później nastąpiło załamanie rynku reklamowego, które niestety trwa nadal. Dziś nawet gazety informują o tym, jak wygląda rynek reklamowy w pierwszym kwartale – jest to znowu spadek, więc możliwości uzyskania przychodów są malejące. Dalej widać, że udziały spadają systematycznie, od bardzo dawna.

Kolejny slajd pokazuje... Przepraszam, on powinien być wcześniej. To jest ilustracja, która pokazuje, jak wyglądają ograniczenia możliwości przychodów reklamowych w związku z realizacją takich sztandarowych zadań misyjnych jak teatr telewizji na żywo sprzed miesiąca. Widownia była niezbyt duża w proporcji do liczby widzów ogółem, ale milion dwieście tysięcy osób to jest z punktu widzenia społecznego, z punktu widzenia kultury narodowej bardzo dużo. Zaczęliśmy spektakl o godzinie 20.20, skończyliśmy o 22.40. W tym momencie stacje komercyjne miały spokojnie czas na nadawanie reklam. Polsat nadał bloków reklamowych krótkich, a więc bardziej strawnych dla widza, dużo, w dodatku w czasie filmu. Jeśli reklamy są nadawane w czasie filmu, to widzowie pozostają przed ekranem. Podkreślam, że my nie oczekujemy zgody na przerywanie audycji, bo jest to szkodliwe. Pokazujemy tylko jasno, jakie są konsekwencje finansowe. W dodatku pomiędzy godziną 21.00 a 22.00 w ogóle nie można było nadać przewidzianego przez ustawę bloku reklamowego, 12 minut reklam, bo nie chcieliśmy ani nie mogliśmy przerwać spektaklu.

Tutaj widzimy roczne udziały stacji. Jest to bardzo istotna kwestia z punktu widzenia społecznego. Linie przerywane to grupa widzów najbardziej atrakcyjnych komercyjnie, czyli w wieku 16–49 lat. Pomijam to, że jest to dość przestarzały system, ale tak to jest przez reklamodawców liczone. Linia ciągła to są wszyscy widzowie. Jeśli chodzi o ogólną liczbę widzów, to Program 1 TVP cały czas ma – z wyjątkiem ostatnich dni, ale myślę, że to się zmieni –

najwięcej widzów. Z kolei ma mniej widzów młodszych. Znowu mam pytanie do ustawodawcy. Czy ustawodawca uważa, że telewizja publiczna ma adresować swoje programy do wszystkich obywateli, czy tylko do niektórych? Jeżeli do wszystkich, to ta różnica pomiędzy 16,1 a 12,4 to jest różnica, którą należałoby rekompensować ze środków publicznych, przynajmniej częściowo, bo z punktu widzenia reklamodawców to nie są widzowie, którzy przynoszą wysokie dochody. To jest podsumowanie bieżącego roku. Telewizja Polska ma w tak zwanej grupie komercyjnej 27% widzów, ale ogółem wciąż powyżej 1/3 widzów. We wszystkich krajach europejskich wśród odbiorców mediów publicznych przeważają widzowie... nie przeważają, tylko są bardziej reprezentowani widzowie w wieku nieco starszym. To do nich media publiczne adresują program, bo traktują ich jako obywateli, a nie jako klientów. Media prywatne – tu drastycznie to widać na przykładzie Polsatu – przede wszystkim adresują program do tych, którzy mogą przynieść reklamę. Tutaj widać ogromną różnicę; to pokazuje, że młoda widownia coraz bardziej odchodzi do kanałów tematycznych. A jeśli chodzi o kanały tematyczne, to nie możemy zapominać o widzach programów uniwersalnych.

Dalej pokazujemy ustawową definicję misji. Chodzi o programy dla całego społeczeństwa i poszczególnych jego grup, zróżnicowane, ale bez ograniczeń tematycznych; o informację, publicystykę, kulturę, rozrywkę, edukację i sport. Wyróżnikiem ma być przede wszystkim wysoka jakość. Podajemy parę przykładów tego, co w ramach programów adresowanych do poszczególnych grup robimy, a czego nigdy nie robiły, nie robią i nie będą robić stacje komercyjne. Są to audycje dla mniejszości narodowych – Senat często się o to upomina, a każda z nich kosztuje – audycje religijne, dla rolników, filmy animowane dla dzieci. Nie wymieniam tytułów, ale wbrew temu, co często czytamy, jest ich sporo, także tych tytułów audycji o charakterze kulturalnym, „Moliki książkowe” itd. W ostatnim tygodniu rada programowa nam wytknęła, że mało pieniędzy przeznaczamy na inwestowanie w produkcję audycji dla dzieci, w filmy animowane. Podstawową tego przyczyną jest koszt wyprodukowania przez polskich, bardzo wybitnych skądinąd twórców, średnio minuty serialu animowanego; obok widzimy koszt minuty serialu Disneya. Wyprodukowanie oryginalnej polskiej produkcji kosztuje dwadzieścia razy więcej.

Spójrzmy na publicystykę. Ani w Polsce, ani w TVN – w kanałach uniwersalnych – publicystyki praktycznie nie ma; w Polsce nie ma wcale.

Seriale fabularne. Wymienię tylko takie trzy, których na pewno nie wyprodukuje nikt inny: „Czas honoru”, „Rok 1920. Wojna i miłość”, „Głęboka woda”, która zbiera mnóstwo nagród. Takich seriali nie ma w innych kanałach, ale nie ma także takich, które są kosztowne, które są atrakcyjne dla widza i niosą ważne przesłania, jak chociażby „Ojciec Mateusz”, „Ranczo”, „Komisarz Alex” – one są atrakcyjne dla widza, ale są w nich też wartościowe przesłania.

Proszę państwa, co z tego wynika? Wbrew temu, co często słyszymy, widownia zauważa różnice pomiędzy mediami prywatnymi, mediami komercyjnymi i media-

mi publicznymi. Tu są badania OBOP, ich ostatnia seria, dosłownie z ostatnich dni. Te badania są prowadzone co roku, poprzednie były w marcu – tak się składa, że akurat w momencie, kiedy przychodził obecny zarząd – a te są z kwietnia 2012 r. Proszę zwrócić uwagę, że jeśli chodzi o sceny drastyczne, to widzowie bezwzględnie widzą różnicę, że dla dzieci bezpieczniejsza jest telewizja publiczna, obydwa jej programy.

Jeśli chodzi o filmy dokumentalne, to w tej chwili w obu programach uniwersalnych mamy pasma filmów dokumentalnych, także w tak zwanym dobrym czasie oglądalności. Widzowie to dostrzegają. Jeśli chodzi o filmy dokumentalne w TVN, to 6% widzów zauważa, że są, w Polsce zaś nikt ich nie zauważa – zgodnie z prawdą, bo ich nie ma. Jeśli chodzi o programy popularnonaukowe, publicystyczne, polskie filmy fabularne, to znowu Jedyńka i Dwójka bezwzględnie tu przeważają.

Chciałbym się na moment zatrzymać przy wiadomościach regionalnych, bo to jest racja bytu naszych oddziałów regionalnych, na których funkcjonowanie państwo senatorowie zwracają uwagę. Nasze oddziały regionalne nie mogą być utrzymywane ze środków komercyjnych, bo po prostu tyle pieniędzy nie ma. W TVN zrobiono eksperyment – TVN Warszawa – i zlikwidowano tę stację, bo po prostu nie mogła na siebie zarobić.

Jeśli chodzi o programy dla dzieci i młodzieży, to też widać, że w innych stacjach ich po prostu nie ma. Programy o sztuce, kulturze, muzyce poważnej – tu oczywiście jest przewaga TVP Kultura, ale także Jedyńki, Dwójki; stacji komercyjnych w ogóle tu nie ma. Spójrzmy na programy religijne. Proszę zwrócić uwagę, że TV Trwam jest na pierwszym miejscu, ale na drugim miejscu jest Program 1 Telewizji Polskiej. Widzowie zauważają, że te programy są, co więcej, 15% widzów mówi, że są najlepsze. Przedstawienia teatralne, teleturnieje to też ważny element, jeśli chodzi o ocenę jakości programu. Jeśli chodzi o odsetek respondentów, którzy uważają, że dana stacja dobrze spełnia funkcję, którą badacze określili jako „pielegnująca tradycje narodowe i patriotyczne”... Chcemy mieć w programach telewizyjnych tego rodzaju treści i widać, że niezmiennie przez cały czas – w ostatnim czasie, co mnie satysfakcjonuje, nawet troszkę bardziej – telewizja publiczna jest tu na pierwszym miejscu.

Zbliżam się już do końca. Przypomnę jeszcze, jak wygląda sytuacja prawna. Zgodnie z ustawą opłaty abonamentowe pobiera się w celu umożliwienia realizacji misji publicznej, tej, o której wcześniej była mowa. Pobierane są one zgodnie z ustawą przez operatora publicznego, czyli – przełożę na język polski – przez Poczta Polska. Poczta Polska jest monopolistą, jeśli chodzi o pobieranie abonamentu, ale też ma ustawowy obowiązek kontroli. A jak dotąd Poczta Polska nie wypełnia tego obowiązku, nawet trudno powiedzieć, że nie wypełnia w sposób wystarczający, po prostu nie wypełnia, zwłaszcza jeśli chodzi o kontrolę. W wyroku z marca 2010 r., przy okazji skargi na przepisy dotyczące abonamentu, Trybunał Konstytucyjny bardzo wyraźnie sformułował zasadę, że abonament jest nie tylko legalną formą obciążenia publicznego, lecz także powinien być skutecznie egzekwowany i egzekucja może następować w trybie tak zwanej egzekucji admi-

nistracyjnej. W ostatnich dniach miałem okazję spotkać się z panem ministrem Parafianowiczem, wiceministrem finansów, głównym inspektorem kontroli skarbowej, który zadeklarował, że Ministerstwo Finansów bardzo zdecydowanie włączy się w egzekucję opłat abonamentowych. Warunkiem jest prawidłowe przygotowywanie wniosków przez Poczta Polską. Mam nadzieję, że Poczta Polska wyjdzie z epoki dylizansu i wejdzie przynajmniej w wiek pary i elektryczności, bo problemem, jak się okazuje, jest głównie to, że Poczta Polska kocha wysyłać listy, a bardzo nie lubi wysyłać danych drogą elektroniczną. Mam nadzieję, że także i ten problem technologiczny zostanie przełamany, Poczta Polska będzie wystawiać wnioski o egzekucję i urzędy skarbowe będą te kwoty egzekwować. Warto tu przypomnieć, że Poczta Polska na podstawie ustawy ma prawo do kontroli. O ile w przypadku osób fizycznych można dyskutować nad możliwością skutecznej kontroli, o tyle w przypadku instytucji nie ma żadnej wątpliwości, że taka kontrola może być skutecznie przeprowadzona. W związku z tym warto przypomnieć, że w Polsce istnieje trzy i pół miliona podmiotów gospodarczych, kilkadziesiąt tysięcy albo więcej różnego rodzaju instytucji, urzędów, z których każdy powinien płacić abonament i to za każdy odbiornik. Abonament płaci sto kilkanaście tysięcy instytucji i podmiotów gospodarczych. Gdyby przynajmniej w tym obszarze został skutecznie zwiększony pobór abonamentu, to mogłyby być rozwiązane przynajmniej bieżące problemy. Docelowo należałoby... nie, nie docelowo, w krótkim terminie należałoby również doprowadzić do przełamania impasu, który trwał od bardzo wielu lat, to znaczy doprowadzić do sytuacji, że operatorzy platform satelitarnych i platform kablowych byliby zobowiązani albo do pobierania abonamentu, jak jest wielu krajach, albo udostępniania danych. Wiadomo, że jeśli ktoś płaci za platformę satelitarną, to tym samym ma telewizor, bo inaczej by nie płacił. Poza tym w tej chwili wszystkie samochody są fabrycznie wyposażone w odbiorniki radiowe, każda instytucja, która kupuje samochód, powinna tym samym zacząć płacić abonament za radio w tym samochodzie, bo opłata jest za każdy odbiornik. Oczywiście docelowo należy się zastanawiać nad innymi formami. W wielu krajach europejskich pobór środków publicznych, tak czy inaczej nazwanych, jest modernizowany. Niemcy od nowego roku odchodzą w ogóle od definicji odbiornika, po prostu jest to opłata pobierana od każdego gospodarstwa domowego w zamian za prawo korzystania z mediów. Ale to wymaga nieco głębszych prac ustawowych. Gdyby teraz była dobra wola i duża skuteczność działania Poczty Polskiej, którą nadzoruje minister cyfryzacji – i wiem, że pan minister Boni podjął w tej sprawie bardzo zdecydowane działania – to przynajmniej w ciągu najbliższych miesięcy, i mówię to także w imieniu pana prezesa Siezieniewskiego i państwa prezesów stacji radiowych regionalnych, nasza krytyczna sytuacja finansowa byłaby przynajmniej załagodzona.

Przepraszam za może przydługą wypowiedź, ale powiedziałem to, co pewnie pan prezes byłby także gotów potwierdzić.

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Dziękuję bardzo.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję, Panie Prezesie.

Szanowni Państwo!

Na dzisiejszym posiedzeniu chciałbym uniknąć szczegółowych pytań do obu panów prezesów. Jak państwo zapewne wiedzą, bardzo często media donoszą o różnych zdarzeniach, które mogą powodować wątpliwości co do poziomu zarządzania. Robię to z premedytacją nie dlatego, że uważam, że to są rzeczy nieistotne, wprost przeciwnie. Uważam jednak, że powinniśmy poświęcić się najważniejszej sprawie, a mianowicie obecnej sytuacji finansowej i temu, jak ona będzie rzutowała na najbliższe miesiące. Mam gorącą prośbę do pana prezesa o rozszerzenie tej informacji. Czy może pan prezes nam podać, jakie są wskaźniki płynności finansowej i wielkości zadłużenia w poprzednim roku i obecnym? I to, o co prosiłem na początku – jak to będzie rzutowało na pracę telewizji w najbliższych miesiącach. Moim zdaniem to są fundamentalne sprawy i chciałbym, abyśmy temu poświęcili gros naszej uwagi.

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Jeśli mógłbym uzupełnić, to dodam, że należy rozróżnić kwestie wyniku finansowego i płynności finansowej. Zeszły rok zakończyliśmy negatywnym wynikiem finansowym, 88 milionów strat, przy stanie gotówki w kasie – powiem tak publicystycznie – na poziomie około zera. Skąd jest ta różnica? Wiele kosztów powstaje formalnie kiedy indziej niż płatności. Jeżeli kupujemy licencje filmowe, wpływ gotówki – przynajmniej częściowo – następuje w chwili zakupu licencji. Zgodnie z ustawą o rachunkowości koszt jest księgowany w chwili wyświetlenia filmu. Prowadziło to czasami do takich absurdów, że w celu poprawienia wyników finansowych niekiedy wstrzymywano emisję atrakcyjnych, zakupionych już pozycji po to, żeby nie powiększać bilansowej straty spółki. Jest to pewien absurd. Także kwestia amortyzacji, która w zeszłym roku... przypomnę, mieliśmy 88 milionów strat, ale koszty amortyzacji wynosiły ponad 280 milionów, to jest często amortyzacja wartości niematerialnych, czyli między innymi licencji filmowych. Mówię o tym, żeby pokazać, że trudno czasami powiązać ilość pieniędzy w kasie z wynikiem finansowym.

Jeśli chodzi o bieżący rok, to operujemy w tej chwili kredytem w rachunku bieżącym. Zgodnie z umowami z bankami telewizja dysponuje kredytem w rachunku bieżącym, co jest powszechnie przyjęte, na poziomie około 50 milionów zł; z tego kredytu w rachunku bieżącym korzystamy w większym lub mniejszym stopniu. Wynik finansowy, w rozumieniu formalnym, po pierwszym kwartale jest dodatni, a stan gotówki w kasie jest ujemny. Jeżeli nie poprawi się sytuacja na rynku reklamowym ani ściągalność abonamentu, to będziemy musieli zastosować drastyczne oszczędności ze względu na stan finansów, jakimi dysponujemy, a nie tylko przez ten wirtualny poziom straty bilansowej. Wprowadziliśmy już różnego rodzaju oszczędności, niezależnie od tego trwają prace restrukturyzacyjne związane ze strategią, którą zarząd uchwalił na początku bieżącego roku. Oczywiście w dramatycznej sytuacji moż-

liwe jest ograniczenie różnego rodzaju działalności, w tym na przykład działalności oddziałów regionalnych, emisji programów regionalnych. Jest to bardzo kosztochłonny obszar, uznajemy go za niezmiernie ważny i nie chcielibyśmy stosować tutaj oszczędności, ale w dramatycznej sytuacji takie zagrożenie istnieje. Istnieje również zagrożenie, jeśli chodzi o nowe inwestycje w program, ale zdajemy sobie sprawę, że to byłoby wpadanie w pewną spiralę, bo jeżeli nie będziemy inwestować w nowe produkcje, to tym samym nie będziemy mieli widzów. Nowe produkcje, nowe serie „Rancza”, „Ojca Mateusza” czy nowy serial „Komisarz Alex” poprawiają nam także wyniki finansowe. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Pytałem jeszcze, jaki będzie wynik w tym roku? Czy taki, jak przewidywano, czy strata będzie większa?

(Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun: Zgodnie...)

Jeszcze coś dodam, przepraszam. Panie Prezesie, czy dobrze rozumiem, że dodatni wynik pierwszego kwartału bardziej wynika z kwestii wpływów z abonamentu, który w dużym stopniu jest płacony w systemie na rok z góry?

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Nie, dodatni wynik pierwszego kwartału wiąże się raczej z operacjami o charakterze rachunkowym. To znaczy, że pewne rzeczy są księgowane później, a pewne przychody inaczej; w takim rozumieniu, jak to jest w gospodarstwie domowym: ile przyszło pieniędzy, ile wyszło pieniędzy. Niestety wynik pierwszego kwartału jest negatywny, jeśli chodzi o gotówkę. Zatwierdzony zaś plan finansowy przewiduje stratę w 2012 r. na poziomie 60 milionów zł i staramy się, by tej kwoty nie przekroczyć. W tej chwili zarząd wprowadził swego rodzaju blokadę wydatków na kwotę około 70 milionów zł, która jeszcze nie jest uwzględniona w znowelizowanym planie, ale pozwala dążyć do tego, żeby nie przekroczyć kwoty planowanej straty. Nieprzewidywalny jest zaś stan rynku reklamowego i od niego w znacznej części będzie zależeć nasza sytuacja. Gdyby udało się poprawić ściągalność abonamentu... są tu gigantyczne rezerwy, bo siedem milionów ludzi w ogóle nie zarejestrowało odbiornika. Gdyby spośród nich 10% zarejestrowało go i zaczęło płacić, to nasza sytuacja zmieniłaby się diametralnie. Gdyby z trzech i pół miliona podmiotów gospodarczych 10% zarejestrowało swoje odbiorniki, to nasza sytuacja by się także zmieniła.

Padają też pytania, co ma zrobić ktoś, kto do tej pory nie rejestrował odbiornika; czy nie będzie ścigany. Nie. Jeżeli kontroler do niego nie przyjdzie wcześniej, to każdy, kto dzisiaj idzie na pocztę i rejestruje odbiornik, zaczyna płacić od momentu, w którym zarejestrował. Nikt go nie pyta, od jak dawna miał odbiornik w domu. Podjął decyzję, rejestruje i płaci. Jeśli zaś przyjdzie kontroler, to zgodnie z ustawą ten ktoś będzie płacił karę, więc lepiej pójść samemu na pocztę, zarejestrować, a nie czekać na kontrolera.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Panie Prezesie, rozumiem, że ubiegły rok zamykacie ze stratą 88 milionów. Przewidywana w tym roku strata to jest 60 milionów. A jaka jest zdolność kredytowa? Gdzie jest ta ściana, do której możecie się przesuwać?

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Telewizja nie korzysta z innych kredytów niż kredyt w rachunku bieżącym. Rozważamy możliwość kredytowania, co wymagałoby zgody walnego zgromadzenia, czyli ministra finansów... Na razie staramy się szukać innych dróg, mianowicie część zakupów realizujemy w formie leasingu, tych zakupów inwestycyjnych w sensie materialnym, różnego rodzaju urządzeń itd. Leasing to jest forma odsuwania płatności; nie jest to kredyt w rozumieniu formalnym, jest to odsuwanie płatności. Rozważamy również możliwość zaciągnięcia kredytów, których zabezpieczeniem byłyby nieruchomości, które w tej chwili nie mogą być sprzedane. Telewizja – nie ze względu na to, że jest w złej sytuacji, ale ze względu na to, że jest obciążona różnego rodzaju nieruchomościami, które są niepotrzebne w dzisiejszej sytuacji – usiłuje sprzedać niektóre nieruchomości. Już w zeszłym roku były przygotowane do sprzedaży nieruchomości wartości około 50 milionów zł. Niestety kolejne przetargi w Gdańsku, w Poznaniu, w innych miastach nie dają efektu, nie ma klientów. Być może uda się jednak do tego doprowadzić, ponieważ te nieruchomości mają trwałą wartość i za rok, dwa sytuacja na rynku może się poprawić, a banki być może będą zainteresowane tym, żeby pod zastaw tych nieruchomości udzielić kredytów, tak żeby nie obciążać bezpośrednio tego, co dla funkcjonowania telewizji jest niezbędne. Ale, jak mówię, w tej chwili mamy możliwość zaciągania kredytów w rachunku bieżącym na poziomie około 50 milionów zł.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Jak pan sądzi, czy zarobicie na Euro, czy może będzie strata, a jeśli tak, to jakiej wielkości?

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Na Euro na pewno nie zarobimy. Problemem jest to, ile do tego dopłacimy. Umowa podpisana jeszcze przez pana prezesa Farfała niesie bardzo wiele zobowiązań po naszej stronie. Muszę powiedzieć uczciwie, że jeśli chodzi o szczegóły, to mogła ona być lepsza. Ogólnie zarówno całą Polskę, jak i telewizję Euro kosztuje mnóstwo pieniędzy. Mamy bardzo wiele zobowiązań. UEFA, która jest właścicielem całego tego przedsięwzięcia, jak ostatnio przeczytałem w gazecie, zarabia na tym miliardy euro; trzeba dodać, że państwo polskie zwolniło UEFA z wielu podatków. My jesteśmy związani różnego rodzaju płatnościami na rzecz UEFA, jesteśmy zobowiązani do udzielenia różnego rodzaju preferencji dla sponsorów tytularnych UEFA. Dzisiaj prasa nas krytykuje za zbyt wysoko ustawione stawki re-

klamy w czasie meczów Euro. Trwa na razie sprzedaż, ale na pewno tych reklam nie da się sprzedać za większe pieniądze niż w tej chwili ustalone stawki. Ustawiliśmy stawki na mecz finałowy z udziałem Polaków, gdyby taki mecz udało nam się rozgrywać. To zmniejszyłoby straty Telewizji Polskiej, ale nie ma takiej możliwości, żeby Euro dało wynik pozytywny pod względem całości wydatków i przychodów.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Panie Prezesie, ostatnia prośba. Gdyby mógł pan rozwinąć to, jakie będą konsekwencje obecnej sytuacji finansowej. Wspomniał pan, że ona odbije się negatywnie na rozgłoszeniach regionalnych – proszę o rozwinięcie tego wątku. Chciałbym, aby uzmysłowił pan nam wszystkim, w jaki sposób obecna sytuacja będzie rzutowała na przyszłość. Dziękuję.

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Jeśli chodzi o rozgłoszenie radiowe, to panowie prezesi to wiedzą, ja mogę mówić o oddziałach Telewizji Polskiej.

(Przewodniczący Grzegorz Czelej: Tak, tak, to miałem na myśli.)

Telewizja jest formalnie jedną instytucją. W ubiegłym roku koszty funkcjonowania oddziałów terenowych wynosiły dokładnie...

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Nie, ale łączne koszty wynosiły dokładnie 350 milionów zł, z abonamentu było około 150... co też pokazuje, że poza oddziałami na wszystko inne z abonamentu było 50 milionów zł. Jeżeli w tym roku nie będziemy mieli pieniędzy na sfinansowanie oddziałów, to będziemy musieli tam zastosować restrykcje dotyczące produkcji programów i zatrudnienia, bo jest to obszar, który – za każdym razem to podkreślam – jest społecznie bardzo potrzebny, ale z punktu widzenia rachunków bardzo kosztochłonny.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję bardzo.

Przejdźmy może do sytuacji Polskiego Radia.

Bardzo proszę o zabranie głosu prezesa, pana Andrzeja Siezieniewskiego.

Bardzo proszę, Panie Prezesie.

Prezes Zarządu Polskiego Radia SA Andrzej Siezieniewski:

Dziękuję bardzo, Panie Przewodniczący.

Na wstępie chciałbym podziękować państwu senatorom za możliwość zaprezentowania sytuacji, w jakiej znajduje się obecnie Polskie Radio. Od razu aż ciśnie się na usta stwierdzenie, którego użył pan prezes Juliusz Braun, o sytuacji krytycznej, bo w odniesieniu do radia ta sytuacja istotnie jest krytyczna. Wydzwięk mojej wypowiedzi będzie w dużej mierze zbieżny z tym, o czym mówił prezes Braun, ale i warunki, w których działamy – przy wszystkich

różnicach między radiem a telewizją – są podobne; chodzi o te warunki, które określają nasze możliwości funkcjonowania.

Spójrzmy może na pierwszy slajd, pokazujący źródła finansowania Polskiego Radia – slajd bardzo dla nas niepokojący, ponieważ nigdy dotąd nie było takiej struktury źródeł finansowania Polskiego Radia. Jeśli chodzi o bieżącą działalność Polskiego Radia, to w roku 2011 abonament stanowił, jak widać, 52,7%, reklama – 23,9%, inne przychody są mniej więcej na podobnym poziomie. Na jednym z kolejnych slajdów będzie pokazane, jak te proporcje się kształtowały na przestrzeni lat. Dla nas wynika z tego jeden wniosek – jesteśmy nieuchronnie spychani do kolejnych rywalizacji ze strukturami komercyjnymi, żeby bowiem zachować te zadania, jakie przed Polskim Radiem stawia ustawodawca, musimy szukać innych źródeł finansowania; jak na razie nie rezygnujemy z tego, co na tym z kolei slajdzie zostało określone jako działalność misyjna Polskiego Radia. Realizujemy tę działalność dokładnie w taki sam sposób, a może z jeszcze większą determinacją, jak dziesięć i dwadzieścia lat temu, kiedy powstawały spółki Skarbu Państwa. Mamy w swojej strukturze wydzielone redakcje, które zajmują poczesne miejsce w produkcji audycji na wszystkie anteny. Ta struktura, co odnotowuję z pewnym nieukontentowaniem, mówiąc najdelikatniej, będzie musiała niestety prawdopodobnie ulegać sukcesywnie zmianom w kierunku zwężania, jeżeli sytuacja nie ulegnie zmianie. A przecież zadań, jakie stoją przed Polskim Radiem, nie ubyło, przeciwnie – zadań przybywa. Myślę tu o nowych formach obecności w przestrzeni medialnej, w świadomości słuchaczy, o wszystkich kanałach dotarcia, na których powinniśmy być, jeśli chcemy zachować swoją pozycję na polskim radiowym rynku medialnym.

Przyjrzyjmy się ofercie tematycznej Polskiego Radia w pierwszym kwartale tego roku. Struktura programowa jest – i my tym się chlubimy – od początku do końca misyjna, 98% czasu antenowego to są realizowane w różnych formach zadania misyjne Polskiego Radia, 2% to czas reklamowy. To jest jedyny element komercyjny w naszej działalności, cała reszta naszej oferty programowej to oferta misyjna. Chcielibyśmy, żeby tak pozostało, żebyśmy nie musieli wyprzedawać czasu antenowego czy audycji, które dzisiaj są audycjami misyjnymi, na rzecz różnego typu form quasi-komercyjnych, czyli form sponsoringu, wpuszczania na antenę dotąd zarezerwowaną dla audycji właśnie o misyjnym charakterze różnych audycji o zabarwieniu komercyjnym, które poprawią nieco naszą kondycję finansową, wesprą finansowo redakcje, żeby mogły te audycje wytworzyć.

Jeśli chodzi o strukturę przychodów Polskiego Radia, to pokazujemy tutaj, jak to się prezentuje na przestrzeni dziesięciu lat. Napawa nas to szczególną obawą. O ile dziesięć lat temu i przez kilka kolejnych lat w strukturze przychodów Polskiego Radia, w źródłach finansowania, 68–70% stanowiły pieniądze z poboru opłat abonamentowych, o tyle obecnie, tak jak powiedzieliśmy, jest to 52,7%, a ta proporcja na rok 2013 wydaje się jeszcze bardziej niekorzystna, jeśli chodzi o zadania misyjne, jakie przed Polskim Radiem stoją. Jesteśmy – powtórzę to raz jeszcze – zmuszani do komercjalizowania naszej oferty programo-

wej, przed czym się bronimy i przed czym będziemy się chcieli bronić skutecznie, mam nadzieję, przez najbliższe miesiące. Zakładam bowiem, że choćby w wyniku tego spotkania i całej wielkiej debaty na temat kondycji mediów, jaka toczy się w tej chwili, nastąpią zasadnicze, radykalne zmiany, które pozwolą nam spokojniej i pełniej – bo na to nas stać – realizować nasze zadania programowe.

Jeśli chodzi o przychody abonamentowe, to w pewnym sensie jest to powtórzenie slajdu, który zaprezentował pan prezes Braun – tak to wygląda także w przypadku radia. O ile dziesięć lat temu, kiedy rozpoczynałem swoją pierwszą kadencję prezesa zarządu, z poboru abonamentowego mieliśmy około 200 milionów zł, o tyle w 2012 r. z poboru abonamentowego będziemy mieli prawdopodobnie 133 miliony zł, chociaż istnieje pewne zagrożenie, bo być może ta kwota zmniejszy się do 125 milionów zł. Jeśli chodzi o przyszły rok, to z zapowiedzi, które otrzymaliśmy i na których podstawie budujemy plany finansowo-programowe – dzisiaj dyskutowane przez Radę Programową Polskiego Radia, są niewielkie szanse na zatwierdzenie, jak słyszę z opowieści – wynika, że będzie ona jeszcze niższa, na poziomie około 120 milionów zł. Uważam, że doszliśmy już do ściany, o czym powiem kilka słów za chwilę, przy okazji kolejnych slajdów. Jesteśmy zmuszeni do podejmowania działań nie tyle oszczędnościowych, w granicach zdrowego rozsądku, ile wymuszonych sytuacją działań drastycznych, dramatycznych, wobec których buntujemy się wewnętrznie. Ekonomia jest jednak nieubłagana i musimy je podejmować. Weźmy przychody abonamentowe oraz przychody z reklam i ze sponsoringu w latach 2002–2013. O ile po 2000 r. proporcja abonamentu do reklamy czy reklamy do abonamentu wynosiła 18%, o tyle teraz jest to powyżej 40%. To tylko jeszcze raz pokazuje, jak bardzo jesteśmy spychani w stronę komercjalizacji naszej anteny. Ta sytuacja jest o tyle inna niż w telewizji – na chwilę oderwę się od slajdu – że telewizja była już od wielu lat zmuszona do takiego funkcjonowania, że pieniądze z abonamentu stanowiły główne źródło przychodów. Dla nas ta sytuacja jest nowa...

(Głos z sali: Z reklamy...)

Tak, z reklamy.

Jeśli chodzi o nas, to ta sytuacja zmieniła się właściwie w ostatnich latach, co stawia nas wobec tych bardzo drastycznych wyzwań, przeciwko którym się buntujemy, ale jak powiedziałem, ekonomia jest nieubłagana i musimy podążać tą drogą.

Przechodzimy do kosztów. Można tu zadać pytanie: sytuacja się pogarsza, ale co robi Polskie Radio, żeby redukcja kosztów? Nie tylko utyskujemy, nie tylko sygnalizujemy swoje problemy, lecz także dość aktywnie staramy się ograniczać koszty. Jeśli spojrzymy na koszty spółki w 2002 r., to wynosiły one praktycznie tyle samo, ile w 2012 r., a minęło dziesięć lat. Jeśli weźmiemy tylko współczynnik inflacji, to te koszty zostały zredukowane o 1/3, bo mniej więcej taka była inflacja w ciągu dziesięciu lat; nie mówię o potrzebie rozwoju, o inwestowaniu w spółkę, o poszerzaniu naszej obecności w różnych domenach odbieranych przez słuchaczy. Zatem w tej dziedzinie spółka wykazywała i wykazuje bardzo daleko idącą skuteczność działania. Oczywiście można sobie wyobrazić jeszcze większą skuteczność, ale

równie dobrze można sobie wyobrazić towarzyszącą tej większej skuteczności dyskusję, czego przedsmak mamy na przykładzie ostatnio podjętych decyzji o charakterze likwidatorskim wymuszonych sytuacją ekonomiczną.

Z kosztami bardzo nierozzerwalnie wiąże się również zatrudnienie w Polskim Radiu. Przez ostatnie dziesięć lat zatrudnienie zmieniło się zasadniczo – z tysiąca sześciuset trzydziestu sześciu etatów do tysiąca dwustu dwudziestu ośmiu planowanych na koniec tego roku. A uzyskamy zapewne jeszcze większą obniżkę – poniżej tysiąca dwustu etatów, ponieważ przyspieszyliśmy nieco działania, które mają przynieść jeszcze większe oszczędności w zatrudnieniu.

Kolejny slajd pokazuje średnioroczne zatrudnienie w grupach zawodowych; to, jak się kształtował ten ubytek przez dziesięć lat. W najmniejszym stopniu te redukcje dotknęły pracowników techniczno-inżynierskich, w największym stopniu – nad czym boleję, i mówię to niekoniekturalnie – pracowników artystycznych. W 2006 r. zostało podpisane porozumienie o wyprowadzeniu poza strukturę spółki Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach, to jest około stu czterdziestu etatów, w owym czasie w każdym razie tyle było. Te zmiany były dostatecznie duże. We wszystkich zaś innych grupach zawodowych te redukcje mają charakter proporcjonalny, co odpowiada takiej modelowej strukturze zatrudnienia w Polskim Radiu. Jeśli ktoś zwrócił uwagę na stosunkowo wysoki poziom pracowników administracyjno-biurowych, to uprzedzam, że nie chodzi tu o samą czystą biurokrację, czyli urzędników. Włączone są w to także struktury handlowe, włączona jest cała kadra kierownicza spółki, jeśli więc spojrzeć na samych urzędników, to ten wskaźnik jest dużo niższy.

Na slajdzie dotyczącym kosztów działalności misyjnej w odniesieniu do przychodów abonamentowych wyraźnie widać, jak ta proporcja się zmienia na niekorzyść udziału abonamentu w działalności misyjnej; stale maleje. Oceniamy to zjawisko bardzo niedobrze, bardzo nas to niepokoi, bowiem w którymś momencie trzeba sobie postawić pytanie, czy będziemy dalej medium publicznym i będziemy realizowali zadania misyjne, czy też będziemy powoli zmierzali w stronę komercjalizowania jakiejś części naszej oferty programowej po to, żeby móc utrzymać się na rynku radiowym.

Wyniki finansowe spółki – o co pan przewodniczący pytał prezesa Brauna – widać na tym slajdzie. Radio dosyć dobrze radziło sobie z ekonomią do 2008 r., po czym nastąpiło gwałtowne tąpnięcie i jesteśmy zdecydowanie pod kreską. W roku 2010 w wyniku różnego typu zabiegów finansowych udało się wyostać minimalnie ponad tę kreskę; na kwotę miliona zł. W 2011 r. było to 8 milionów 400 tysięcy zł straty; przy budżecie ogólnym 250 milionów zł to już jest znacząca wielkość. Jeśli chodzi o rok bieżący, to – nie bacząc na pierwszy kwartał, który nie jest reprezentatywny dla całości – zrobiliśmy bardzo realistyczną symulację wpływów abonamentów i kosztów spółki do końca roku. Bazowaliśmy na tendencjach dziesięcioletnich. Wynik, jaki spółka może uzyskać na koniec roku 2012 – obym się mylił – to jest minus 25 milionów zł. Wziąwszy pod uwagę proporcję do budżetu i do wielkości straty, którą planuje telewizja, jest to strata wielokrotnie większa.

Telewizja będzie miała mniejszą stratę, ponieważ zarabia znacznie więcej pieniędzy z rynku, my nie mamy takich możliwości. Mamy dane, że rok 2013 rysuje się jeszcze gorzej. Zbliżamy się do kwoty 40 milionów straty, a to oznacza, że wtedy może nastąpić zagrożenie dla płynności finansowej spółki, o ile nie nastąpi to w tym roku. Rozwinę może tę myśl, odpowiadając na pytania, które już padły. Otóż spółka korzysta z kredytu w rachunku bieżącym na poziomie 14 milionów zł. I przez wiele ostatnich lat nie musiała z tego kredytu korzystać. Ostatni raz korzystaliśmy z kredytu w rachunku bieżącym w 1998 i 1999 r., kiedy spółka borykała się z przeinwestowaniem, z groźbą utraty płynności finansowej. Przypomnę, że wówczas dostaliśmy dziesięciomilionową dotację z budżetu państwa i wykorzystywaliśmy też 14 milionów zł z kredytu w rachunku bieżącym. Na szczęście były jeszcze pewne rezerwy, w związku z czym można było spokojnie zaciągać kredyt, wierząc, że będzie możliwość, aby go spłacić. Z reguły bowiem wpływy na początku roku były na tyle duże, że pozwalały na wygaszenie tego kredytu i kontynuowanie działalności w kolejnych miesiącach następnego roku. Obawiam się, i nasze symulacje to pokazują, że w 2012 r. – powtórzę, obym się mylił – spółka może utracić płynność finansową, ale będziemy się starali do tego nie dopuścić, podejmując kolejne drastyczne decyzje. W ten sposób być może doczekamy w miarę przyzwoitych zmian dotyczących wpływu z pieniędzy abonamentowych.

Nakłady, inwestycje, amortyzacja – prezes Braun mówił także o tym. Możemy powiedzieć, że od dziesięciu lat, poza jednym rokiem, spółka się właściwie dekapitalizuje, ponieważ nie stać jest nas nawet na inwestowanie odtworzeniowe. Za każdym razem z tego inwestowania odtworzeniowego odcinamy jakieś kwoty. Aby zaoszczędzić środki, w ubiegłym roku korygowaliśmy plan inwestycyjny jeszcze w drugiej połowie po to, żeby móc utrzymać się na powierzchni. Poziom ubiegłorocznych inwestycji wyniósł bodaj 17 milionów zł, przy poziomie amortyzacji 26 milionów zł. To obrazuje skalę dekapitalizacji. Jeśli będziemy w takim tempie się dekapitalizowali, to oczywiście spółka w którymś momencie stanie się rzeczywiście – jak powiedział prezes Braun na początku – obiektem dziedzictwa narodowego i tylko dziedzictwa narodowego, już nie będzie medium, które będzie mogło aktywnie odgrywać swoją publiczną rolę.

Jeśli chodzi o lata 2012–2013, to zaznaczyliśmy na tych slajdach nasze życzenia. To są przewidywane nakłady inwestycyjne bez cięć, takie *wishful thinking* z naszej strony, ale nie możemy przyjmować założenia, że w najbliższych latach, w 2012 i 2013 r., będziemy jeszcze bardziej redukowali inwestycje. W którymś bowiem momencie będziemy mieli być może kłopot nawet z otwarciem drzwi wejściowych do radia, bo zamki będą na tyle niesprawne, że nie będziemy się mogli dostać do tej instytucji. Trochę przesadzam, dramatyzuję, ale to obrazuje sytuację w tym obszarze.

To są slajdy, które pan prezes Braun już pokazywał. Warto podzielić się jedną refleksją, zwłaszcza kiedy patrzemy na ten slajd. Byłem ostatnio na dorocznym zgromadzeniu radiowców, podczas którego rozmawialiśmy w gronie ludzi robiących radio w Europie o kondycji tego medium.

Nie jest miło odbierać wyrazy współczucia od kolegów radiowców dotyczące tego, że w Polsce nie poradzono sobie z finansowaniem mediów publicznych. Jest to dokładnie odwrotna tendencja od tej, w jakiej znajduje się dzisiaj Europa. Zbliża się zgromadzenie generalne Europejskiej Unii Nadawców. Trwają przygotowania – dokumenty już zostały rozesłane – manifestu europejskich mediów publicznych mówiącego o tym, że te media czują się odpowiedzialne za realizowanie zadań publicznych, zadań misyjnych. Apeluje się do rządów wszystkich krajów o to, żeby otaczać należną troską media publiczne. Ten apel w mniejszym stopniu odnosi się do państw Europy Zachodniej, gdzie ta sytuacja jest dosyć ustabilizowana, w większym zaś stopniu odnosi się do państw, które dołączyły do Unii Europejskiej, a działają w ramach tej organizacji.

Teraz pokażę slajd dotyczący słuchalności radia w Polsce. Powiem sumarycznie, bo tutaj przedstawiamy szczegóły, zresztą prezes Braun omawiał je na przykładzie telewizji i można takie same wnioski sformułować, jeśli chodzi o radio. Jesteśmy mniej atrakcyjni, jeśli chodzi o target reklamowy, o operatorów reklamowych, realizujemy zadania dla bardzo szerokiego spektrum słuchaczy. Ten wycinek dotyczący najbardziej atrakcyjnych odbiorców radia, w wieku 16–49 lat, nie wypada na naszą korzyść. Warto zaś powiedzieć, że ciągle jesteśmy radiofonią, która ma udział w rynku na poziomie zbliżonym do 1/4 tego rynku, czyli 22–23%; to zmienia się w różnych momentach. Zatem jesteśmy liczącym się, istotnym graczem na polskim rynku radiowym, ale mamy te wszystkie ułomności, jakie wynikają z sytuacji finansowej, o której tak obszernie mówiliśmy z prezesem Braunem.

Myślę, że to właściwie... Jeśli chodzi o wydatki na reklamę radiową, to rynek reklamowy jest dosyć ustabilizowany, tutaj nie widać jakichś wielkich perspektyw. Oczywiście robimy, co możemy. Zwiększamy sprzedaż czasu reklamowego, w stosunku do okresu sprzed kilku lat sprzedaż czasu reklamowego już wzrosła z 38 milionów do prawie 60 milionów zł. Myślę, że udałoby się uzyskać – ostrożnie planując – jeszcze 2–3 miliony zł więcej. Ale w obliczu strat, jakie spółka odnotowuje, to nie są pieniądze, które są w stanie nawet w niewielkim stopniu zmienić naszą sytuację finansową.

Na koniec powiem o tym, czego nie ma na slajdach, żeby nie odwoływać się do wyobraźni ludzi, żeby to nie zostało zapamiętane jako obrazek. Rzeczywiście spółka stoi przed koniecznością podejmowania dalszych restrykcyjnych, drastycznych cięć, jeśli myśli odpowiedzialnie, a zarząd stara się myśleć odpowiedzialnie o swoich zadaniach, o utrzymaniu tej spółki Skarbu Państwa jako spółki wydolnej i, co ważne, realizującej swoje zadania programowe. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Bardzo dziękuję, Panie Prezesie.

Mam gorącą prośbę o to – podobnie jak w przypadku pana prezesa Brauna – aby rozszerzył pan informację o tym, jakie skutki będzie miała obecna sytuacja w najbliższych miesiącach. Czy jest zagrożone funkcjonowanie Teatru Polskiego Radia? Czy jest zagrożone funkcjonowanie in-

nych zespołów orkiestrowych Polskiego Radia? Jeżeli będzie pan zmuszony do działań restrykcyjnych, to do jakich i kiedy one nastąpią?

Prezes Zarządu Polskiego Radia SA Andrzej Siezieniewski:

Zarząd stara się najpierw zrobić to wszystko, co nie wywoła tak daleko idących skutków. Podjęliśmy wiele decyzji oszczędnościowych, 31 maja kończymy emisję telewizyjną Programu IV PR. W skali roku daje to nam oszczędność rządu 2 milionów zł. Podjęliśmy restrykcyjne działania oszczędnościowe, jeśli chodzi o honoraria i fundusz wynagrodzeń; nie ruszaliśmy na razie funduszu osobowego, czyli stałej części wynagrodzeń. Zarząd ma plan dalszych działań. Istnienie Teatru Polskiego Radia nie jest zagrożone – przynajmniej na tym etapie – tyle że Teatr Polskiego Radia znacznie ograniczył swoją aktywność. To jest dwudziestoosobowy zespół, zlikwidowanie Teatru Polskiego Radia nie przyniesie jakichś wielkich oszczędności w funduszu osobowym, czyli w kosztach stałych, przyniesie zaś gigantyczną stratę w ofercie programowej Polskiego Radia, nie wspomnę już o narodowej kulturze. Zatem nawet jeśli tego typu decyzje znajdują się na liście działań, które zarząd zamierza podjąć, to są gdzieś na piętnastym, szesnastym czy siedemnastym miejscu, czyli dosyć daleko. Nie jest zaś żadną tajemnicą – była głośna dyskusja na ten temat – że podjęliśmy decyzję o likwidacji chóru. Wyszliśmy z założenia, że tego typu usługę – patrząc na to już tylko od strony programowej i handlowej – możemy kupić. Prawda? Tak pojmujemy nasze zadania. Program II czy inne programy Polskiego Radia powinny nagrywać dzieła powstające współcześnie czy klasykę, nagrywać to wszystko, co powinno być w doskonałych wykonaniach, a przecież takie nagrania Polskie Radio ma w swoich archiwach i może to być wykorzystywane na antenie. Wyszliśmy z założenia, że musimy to zrobić. To daje oszczędność rządu 2 milionów zł. I broń Boże nie przeliczam działalności chóru wyłącznie na pieniądze, to jest po prostu konieczność ekonomiczna.

Czy na liście redukcyjnej są jeszcze zespoły artystyczne? Tak. Być może będziemy do tego zmuszeni. Nie mamy innego wyjścia. A co, zrezygnujemy z Programu I, zrezygnujemy z Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim? Przecież to są całe moduły, które stanowią integralną część tej instytucji.

Założmy, że zaprzestajemy nadawania na falach długich Programu I; rozważamy to, rozmawiamy o tym. Tylko że zaprzestanie nadawania Programu I Polskiego Radia na falach długich oznacza pozbawienie możliwości odbioru tego programu setek tysięcy, jeśli nie milionów ludzi mieszkających na polskiej prowincji. Faktem jest, że Program I nie ma stuprocentowego pokrycia w górnym zakresie UKF, ale 93% to już jest coś, choć RFM ma więcej, Radio Zet ma więcej i jeszcze jedna stacja także ma więcej. Zatem nie możemy podjąć takiej decyzji, a to byłaby oszczędność rządu 6 milionów zł, zakładając, że sprzedamy teren, na którym znajdują się maszty. Ale wcześniej będziemy musieli je zdemontować, co pociągnie za sobą koszty itd., itd. Spółki dzisiaj na tego typu działania nie stać. Jest wiele

takich kwestii, podchodzimy do tego w ten sposób. To, co możemy ociosać, to ociosamy, ale potem to już będą cięcia segmentowe, całości, z czegoś będziemy musieli zrezygnować.

Powiem wprost, że mamy ogromny kłopot z Ministerstwem Spraw Zagranicznych. Do tej pory nie podpisaliśmy umowy z MSZ, bo toczy się dyskusja. Właściwie w naszych dotychczasowych relacjach nie ma precedensów dotyczących tego, czy MSZ powinien płacić za całość usługi, jaką Polskie Radio wykonuje na rzecz państwa polskiego, czy tylko za jej część. Tymczasem prawda jest taka, że 100% Programu V to jest realizowanie zamówienia państwa polskiego przez Polskie Radio. Jako usługodawca powinniśmy być pewni, że państwo polskie będzie nam refundowało koszty poniesione na wytworzenie tego programu, bowiem jego emisja pokrywana jest od lat z pieniędzy abonamentowych. W tej chwili ten procent pokrycia kosztów wytworzenia jest optymalny z punktu widzenia doświadczeń historycznych. Kiedyś było to 50%, dzisiaj możemy powiedzieć, że jest 70%, ale ciągle nie jest to pełne. Na przykład w tym roku jeszcze nie dostaliśmy z MSZ żadnej złotówki, wydawszy na wytworzenie Programu V do połowy maja 5,5 miliona zł, do połowy maja, bo zsumowano trzy miesiące. Prawda? Spółka będąca w niezwykle trudnej sytuacji finansowej kredytuje tego typu działania. Zatem także z takimi problemami się borykamy i, prawdę mówiąc, powiem, że nie znajdujemy skutecznych środków. Mówię to otwarcie, bo sam szukam tych środków, sam uczestniczę w rozmowach, żeby tej sytuacji zapobiec.

Proszę bardzo, możemy podjąć decyzję – być może będziemy do tego zmuszeni – że nie będziemy dokładali do Programu V; to oznacza, że zaoszczędzimy kolejne 3–4 miliony zł. Załogę redukuje się łatwo, znacznie trudniej jest potem to odtworzyć. A przecież tu nie chodzi tylko o sztukę dla sztuki, tu chodzi o interes państwa polskiego, o promowanie państwa na zewnątrz, o realizowanie zadań, które stoją przed Ministerstwem Spraw Zagranicznych.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Panie Prezesie, poinformował pan nas, że na szesnastym miejscu jest Teatr Polskiego Radia. Co jest na pierwszym, drugim? Kiedy będzie pan musiał, jako prezes zarządu, wdrożyć plan awaryjny? Ile ma pan czasu?

Prezes Zarządu Polskiego Radia SA Andrzej Siezieniewski:

Mam kilka miesięcy na podejmowanie decyzji, przy czym sytuacja jest dynamiczna. Dzisiaj, wzięwszy pod uwagę stan finansów spółki, możemy się jeszcze zastanawiać. Jeśli jednak sytuacja się nie zmieni, to za kilka tygodni, w najlepszym wypadku miesiący, będziemy musieli podejmować kolejne decyzje.

Świadomie staram się unikać takich jasnych stwierdzeń, że jako kolejna będzie modyfikowana bądź likwidowana na przykład, nie wiem, promocja Polskiego Radia. Być może w tej dziedzinie możemy wykonać pewne zabiegi, które na pewno odbiją się na naszym wizerunku i na możliwości

promowania tego wizerunku. Powiedzmy jednak, że jakoś sobie z tym poradzimy innymi środkami, metodami. Może to dotknąć także... Rozmawiamy, i to nie jest żadną tajemnicą, na przykład z władzami Wielkopolski o tym, żeby zastosować wobec orkiestry kameralnej pani Agnieszki Duczmal takie rozwiązanie, jak w przypadku Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, to znaczy podpisać porozumienie z władzami Wielkopolski o tym, żebyśmy współfinansowali tę orkiestrę. Te rozmowy są prowadzone cały czas, a jaki będzie ich efekt, to trudno przewidzieć. Są pewne symptomy świadczące o tym, że być może się porozumiemy. Ale czy to jest kierunek, w którym powinniśmy iść i, powiem obrazowo, kaleczyć tę instytucję?

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Panie Prezesie, mimo że mamy różne kolory sztandarów, to co do tych działań jesteśmy zgodni. Wyciągam to specjalnie, bo chciałem uzmysłowić wszystkim dramatyczną sytuację. Za chwilę będą mistrzostwa Europy, wakacje, za chwilę będzie przerwa legislacyjna. Jeżeli natychmiast nie uzmysłowimy sobie dramatycznej sytuacji, to spotkamy się po wakacjach w zupełnie innej sytuacji finansowej. Jeżeli pan prezes mówi, że ma tygodnie czy miesiące, to tak naprawdę nie ma czasu z punktu widzenia procesu legislacyjnego. Wyciąganie od pana prezesa tego, kiedy i jakie będą te działania, nie jest uderzeniem w pana prezesa, tylko próbą uzmysłowienia sytuacji, jaka nam grozi jesienią.

Prezes Zarządu Polskiego Radia SA Andrzej Siezieniewski:

Nie traktuję tego jak próby uderzenia we mnie, broń Boże, tylko nie chciałbym w tej chwili hierarchizować tych działań, ponieważ wiemy, jak to wpływa na funkcjonowanie instytucji i na struktury, które są zaangażowane w normalną pracę twórczą. Prawda? To bardzo destabilizuje. Oczywiście pewnych spraw nie unikniemy, to są konieczności, przed którymi staniemy, ale a nuż ta sytuacja ulegnie zmianie...

Jeśli chodzi o działania legislacyjne, to nie sądzę, żeby się udało coś zrobić w takim tempie, w ciągu najbliższych kilku tygodni, żeby radykalnie odmieniło to naszą sytuację. Już raczej działania uszczelniające i być może większa aktywność ze strony instytucji państwa mogłyby szybciej przynieść efekty.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Mam prośbę o informację na temat sytuacji w rozgłoszeniach regionalnych. Chciałbym poprosić o krótkie wypowiedzi, dosłownie dziesięćminutowe, pana Janusza Andrzejewskiego, członka Zarządu Radia Kraków SA, oraz pana Adama Rudawskiego, prezesa Zarządu Polskiego Radia Szczecin SA. Bardzo proszę o krótkie i konkretne wypowiedzi.

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Jeszcze pan prezes Braun, bardzo proszę.

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Ponieważ nie wspominałem o programach dla zagranicy, o których mówił pan prezes Siezieniewski, to jeszcze krótko to uzupełnię.

Nadajemy program TV Polonia, który jest częściowo, mniej niż w połowie, finansowany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Ostatnio minister spraw zagranicznych odmówił finansowania, bardzo konkretnie, anglojęzycznych napisów, które były stosowane zwłaszcza w filmach. W związku z tym rezygnujemy z anglojęzycznych napisów; to jest kilkaset tysięcy złotych rocznie. Zatem TV Polonia nie będzie już miała napisów po angielsku.

Drugim problemem jest Bielsat TV w języku białoruskim, adresowana wyłącznie do odbiorców poza Polską. Jak dotąd podpisaliśmy umowę na dofinansowanie w kwocie 16 milionów zł, jeszcze nie otrzymaliśmy ani grosza, więc również tu kredytujemy budżet państwa. A cały budżet Bielsat TV również wymaga prawie dziesięćmilionowego dofinansowania z budżetu telewizji. Jeżeli nie będzie abonamentu, to nie będzie żadnych możliwości uzyskania środków. Będziemy ograniczać funkcjonowanie Bielsat TV, mimo że zdajemy sobie sprawę, iż jest to bardzo duży problem z punktu widzenia polityki. Ale nawet z punktu widzenia czysto formalnego mam wątpliwości, czy środki z abonamentu powinny być przeznaczane na program adresowany do odbiorców poza granicą i nie w języku polskim. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję bardzo.

Bardzo proszę.

Członek Zarządu Radia Kraków SA Janusz Andrzejewski:

Dzień dobry państwu.

Zostałem poproszony przez koleżanki i kolegów z rozgłoszeń regionalnych, aby przedstawić bardzo skrótowo to, co się dzieje w rozgłoszeniach regionalnych, ale przede wszystkim to, że czasami rozgłoszenie regionalne są postrzegane jako coś dziwnego na naszym rynku medialnym. Jest to bowiem unikatowe rozwiązanie strukturalne, jeśli chodzi o europejski rynek medialny, o media publiczne. W związku z tym musimy pokazać, że to rozwiązane nie jest wyrzucaniem pieniędzy z abonamentów w błoto.

Nie chcę powtarzać danych z tych wszystkich tabelek, które – jak się spodziewałem – przedstawiali zarówno prezes Braun, jak i mój przyjaciel Andrzej Siezieniewski. Struktura podziału abonamentu była w gruncie rzeczy bardzo prosta, 50% przeznaczano na telewizję, 50% na radiofonię. Spośród pieniędzy przeznaczanych na radiofonię mniej więcej 50% szło na Polskie Radio, 50% – na wszystkie rozgłoszenie regionalne.

Media publiczne nie są jednorodne. Jeżeli są jakieś pretensje czy uwagi do mediów publicznych, to nikt nie rozróżnia, czy to dotyczy radiofonii czy telewizji. Mówi się, że media publiczne są takie, śmakie czy owakie. Zatem

naszym zadaniem jest pokazanie tego, że od wielu lat wiemy, co robimy. Wydaje się, że ten system, nazwijmy to, podziału abonamentu wymusił na rozgłośniach regionalnych o wiele szybsze działania restrukturyzacyjne, dotyczące funkcjonowania. Tu zawsze pojawia się odwieczny dylemat ustawodawcy. Od wielu lat trwa taka dyskusja: za co i czy misja jest realizowana itd. Znów odrodził się pomysł w samych mediach, wśród dziennikarzy, polityków. Pojawiły się pytania: a po co taka struktura, po co dziewiętnaście spółek regionalnych? Czy to jest efektywne, czy nie? Czy nie dałoby się zaoszczędzić środków abonamentowych, gdyby był jeden organizm itd., itd.? Wszystko dobrze, tylko, jak napisałem w punkcie piątym, przypomina to trochę konsylium lekarskie, gdzie trzech lekarzy – jeden ze szkoły warszawskiej, drugi z poznańskiej, trzeci z krakowskiej – zastanawia się, czy pacjent to przetrzyma. Trzeba sobie jasno powiedzieć, że radio, zwłaszcza radio publiczne... na radio trzeba patrzeć jak producent contentu, czyli zawartości programowej; chodzi o to, co się dzieje w każdej sekundzie. Bez takiego spojrzenia nie da się porównywać mediów jako takich. Przewaga internetu, w którym radiofonia publiczna, zwłaszcza radiofonia regionalna, już jest... To jest dobre. To nie są media konkurencyjne, mało tego, one się wzajemnie przenikają i dają efekt synergii; po prostu dwa plus dwa równa się pięć, a nie cztery, jak uczono nas w szkole. Zresztą o tym będzie mówił mój przyjaciel Adam Rudawski z Radia Szczecin.

Kim w ogóle jesteśmy? Jest siedemnaście rozgłośni regionalnych nadających siedemnaście programów regionalnych oraz siedem programów miejskich. Podstawowy dylemat jest taki, w którą stronę tak naprawdę powinno iść realizowanie misji publicznej. Czy wszystkie drogi prowadzą do regionów, czy od regionów? Jednak trzeba powiedzieć, że Europa jest Europą regionów, trzeba też zauważyć kurczenie się mediów lokalnych jako takich. To dotyczy zarówno prasy, jak i lokalnego radia. Jesteśmy w stanie na palcach jednej ręki wyliczyć media lokalne, a już tym bardziej media, które się zajmują informacją, publicystyką. Dlatego my rozumiemy naszą misję radia regionalnego – i tak próbujemy ją realizować – jako sumę „lokalności”. Wartości są zhierarchizowane według czterech elementów dotyczących potrzeb lokalnego słuchacza. Chodzi o bliskość, nie tylko terytorialną, ale bliskość tematyki i języka, kultury; bo to dotyczy mikrospołeczności. Dopiero wówczas radio lokalne, regionalne ma szansę rzeczywiście wypełniać misję. Chodzi też o kwestie użyteczności, opiniotwórczości i jakości, a na jakość wpływa, naszym zdaniem, również to, na ile jesteśmy obiektywni, dopasowani do potrzeb. Konieczne jest też ciągłe monitorowanie interakcji i regulacji, dlatego radio regionalne, zresztą wszystkie, również Polskie Radio, stawia na interakcję i bliskość ze swoim słuchaczem.

Wracam do tego, po co nam osiemnaście zarządów, kiedy może być jeden, po co osiemnaście rad nadzorczych, kiedy może być jedna, po co osiemnaście rad programowych. Potrzebna jest mniejsza struktura ogólna, usługi można kupować... Nie jest to prawda, ale po kolei... Prawda jest taka, że siedemnaście zarządów radia regionalnego to jest dwadzieścia pięć osób, mniej więcej półtora członka zarządu na każdą spółkę. Gdybyśmy przeszli na strukturę,

która byłaby wyłącznie oddziałem Polskiego Radia albo, powiedzmy, oddziałem regionalnego Polskiego Radia, to tak czy inaczej w kierownictwie musiałyby być dwie osoby, ponieważ rozpiętość kierowania i zakres koordynacji tego wymagają. Można zaoszczędzić na wynagrodzeniu takich członków zarządów, ale to jest bardzo iluzoryczne. To samo dotyczy rad nadzorczych i rad programowych. Wprawdzie rada programowa to ciało najbardziej upolitycznione, ponieważ bezpośrednio odpowiada strukturze parlamentarnej, niemniej na pewno jest bardzo potrzebna i to dokładnie w tym samym miejscu, w którym jest – albo w ośrodku regionalnym telewizji albo w rozgłośni regionalnej.

Teraz kwestia mniejszej struktury itd. Tu są różne obszary koordynacji. Gdyby policzyć to, że ktoś to musi koordynować, to nagle się okaże, że to kosztuje 3,9 miliona zł, a oszczędności... Poza tym gdyby struktura została scentralizowana, to zniknąłby broker rozgłośni regionalnych, czyli spółka Audytorium 17. Część przychodów na pewno zniknęłaby, zmalałaby też aktywność na całym rynku lokalnym. Kiedy struktura jest bardziej scentralizowana, to natychmiast efektywność funkcjonowania takich oddziałów jest mniejsza. Efekt jest taki – jak to będzie wyliczone, to w każdej chwili mogą przedstawić, mogą tego bronić – że do interesu trzeba będzie dopłacić 4 miliony zł, nie zaoszczędzi się żadnych środków. Ale dobrze, skoro mówimy o efektywności struktur, to warto porównać to, co jest porównywalne. Rozgłoszenie regionalne to jedno, Polskie Radio to drugie. I nie mówię tego – chcę to mocno podkreślić – przeciwko Polskiemu Radiu. Do czegoś musimy się porównywać, nawet jeśli musimy pewne elementy, nazwijmy to, różnicujące odjąć, aby to było porównywalne. To, co teraz będzie pokazane, nie świadczy o złym funkcjonowaniu Polskiego Radia, tylko o tym, że kiedy zarządzamy mniejszymi strukturami, stajemy się bardziej efektywni. Spójrzmy: Polskie Radio w 2011 r. miało straty w wysokości 8 milionów zł, a rozgłoszenie – 9,6 miliona. Sześć spółek ma wynik pozytywny, jedenaście jest poniżej kreski; albo jest zysk 240 tysięcy zł, albo strata do 2,5 miliona zł. Przychody z reklam państwu podałem. Zatrudnienie, jak widać, jest większe w rozgłośniach regionalnych. Pokazałem tutaj, jak to wygląda. Kwestią sporną jest ta druga pozycja – czy dodajemy to do podziału abonamentu, czy nie. Nie zmienia to jednak tego, że zgodnie z planami Polskie Radio będzie miało mniej więcej 18 milionów straty, a rozgłoszenie regionalne 8,9 miliona zł.

Abonament „unettowilem”, to znaczy, że w przypadku Polskiego Radia odjąłem to, co jest inne w stosunku do rozgłośni regionalnej: koszty dosyłu sygnału, koszty rozsiewu sygnału, funkcjonowanie zespołów artystycznych – bo tego nie ma w rozgłośniach regionalnych – oraz funkcjonowanie Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim. Tak to mniej więcej wygląda.

Przejdę do struktury zatrudnienia pracowników honoracyjnych, czyli tych z pierwszej linii frontu, tych z mikrofonem. Mniej więcej tak to wygląda. Jest tu coś, co natychmiast wpływa na koszty i efektywność poszczególnych pracowników Polskiego Radia i rozgłośni. Proszę zwrócić uwagę na to, że rozgłoszenie regionalne w sumie produkują prawie 200 tysięcy godzin rocznie programu regionalnego, lokalnego. To pokazuje, jak produktywni są ci zatrudnieni.

Weźmy pod uwagę również to, ile wydaje się z abonamentu na produkcję godziny programu i to, ile jest tego programu – dlatego te proporcje są właśnie takie.

Podajemy również efektywność funkcjonowania na rynku reklamy. Jeśli chodzi o rynek reklamowy, to są tu istotne dwa parametry: zasięg dzienny oraz udział w rynku. Jeśli chodzi o udział w rynku, to proporcje wyglądają mniej więcej tak. Ale od tej wyliczanki finansowo-ekonomicznej o wiele istotniejsze, jak się wydaje, jest to, o czym być może przeciętny uczestnik rynku reklamowego nie ma zielonego pojęcia, choć odpowiednie dane są w sprawozdaniach Krajowej Rady czy poszczególnych spółek. Mam na myśli sto dziewięćdziesiąt siedem tysięcy godzin rocznie programu regionalnego i lokalnego, w tym ponad trzy tysiące godzin rocznie programu o mniejszościach narodowych, etnicznych i języku regionalnym, realizowanego w dwunastu spośród siedemnastu rozgłośni regionalnych. Jest siedemnaście programów regionalnych, siedem lokalnych, trzy nowe są w fazie testów – czy Radio Katowice dla aglomeracji śląskiej, czy Radio Kraków, które uruchomiło rozgłoszenie w Tarnowie i w Nowym Sączu i próbuje... Jest siedemnaście portali internetowych z najnowszymi informacjami lokalnymi; nie chodzi tylko o sam program, ale o informację multimedialną, bo dochodzi tekst, dźwięk, fotografia i film. Materiały są z różnych instytucji współpracujących.

W 2011 r. było ponad pięć tysięcy czterysta patronatów medialnych nad przedsięwzięciami, przede wszystkim z zakresu kultury, nauki, edukacji, regionalnej i lokalnej polityki społecznej, czy akcjami charytatywnymi; było to w formie promocji, informacji, relacji i dokumentacji. Ponad czterysta osiemdziesiąt koncertów w roku 2011 zorganizowały lub współorganizowały rozgłoszenie regionalne w swoich siedzibach lub w plenerze. Rozgłoszenie wyprodukowały ponad osiemdziesiąt wydawnictw fonograficznych, zrealizowały na antenie kilkadziesiąt spektakli teatru radiowego i adaptacji literatury polskiej. Najczęściej były to premiery. Aha, chciałbym dodać, że jeśli chodzi o te sto dziewięćdziesiąt siedem tysięcy godzin, to ponad 97% tego programu to są premiery; za premiery uznaje się audycje, które zostały wyprodukowane nie później niż w ciągu roku, nawet jeżeli są powtarzane... 97% tego programu to są nowe produkcje. Należy też powiedzieć o realizacji i emisji na antenach reportaży radiowych poświęconych tematyce społecznej i historycznej. Wiele naszych koleżanek i kolegów z rozgłośni regionalnych zdobywa laury międzynarodowe właśnie na festiwalach reportaży.

W latach 2008 i 2011 rozgłoszenie regionalne wpłaciły do organizacji zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi 41 milionów zł. To pokazuje, że środowiska twórcze – w wyniku funkcjonowania rozgłośni regionalnych – zostały wzbogacone o taką kwotę. Mimo to musimy spotykać się z ZAiKS w sądzie, aby móc wynegocjować warunki naszego funkcjonowania. Zresztą to dotyczy wszystkich organizacji zbiorowego zarządzania tymi prawami.

Rozgłoszenie od kilku lat aktywnie uczestniczyły w realizacji kilkudziesięciu projektów finansowych z funduszy europejskich i ochrony środowiska. To są pieniądze – około kilku milionów euro – które zostały wygrane w konkursach; tu nie chodzi tylko o informacje w blokach reklamowych. Rozgłoszenie regionalne aktywnie współpracują ze swoimi

odpowiednikami w ramach współpracy transgranicznej. Ponadto... Aha, to już było, przepraszam.

Oczywiście nasze działania mogłyby być realizowane zdecydowanie lepiej. Jednym z koniecznych elementów jest tu strategiczna współpraca z Polskim Radiem; razem, choć osobno. Istotne problemy to koordynacja działań, poprawa efektywności sprzedaży reklamy, zmiana zasad badania rynku radiowego. Media publiczne, w tym radiofonia publiczna, są – użyję kolokwializmu – robione w konia przez system badający rynek reklam, ponieważ nie ma nadreprezentacji regionalnej, nie jest to adekwatne do audytorium. Kolejna sprawa to archiwa radiowe, które wymagają cyfryzacji, uporządkowania sytuacji prawnej. Cyfryzacja radiofonii publicznej to element ostatniej konferencji, która się odbyła w czwartek i piątek we Wrocławiu. Nie da się przeprowadzić cyfryzacji radiofonii bez aktywnego udziału radiofonii publicznej. Jeżeli radiofonia publiczna nie będzie miała środków na bycie liderem zmian, to cyfryzacji nie będzie.

Tego wszystkiego może nie być już niedługo, jeżeli politycy błyskawicznie nie wdrożą systemu rozwiązań stabilizujących i systemu finansowania mediów publicznych. Dziękuję za uwagę.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję.

Bardzo proszę o następne krótkie wystąpienie.

Prezes Zarządu Polskiego Radia Szczecin SA Adam Rudawski:

Może dwa pytania, zanim podłączę komputer, dobrze?

Pan Przewodniczący może skorzystać...

(Przewodniczący Grzegorz Czelej: Poczekamy chwilę...)

Szanowni Państwo, nie wiem, czy będzie mnie słyhać; jak nie widzę swoich słuchaczy, to nie mogę tego ocenić. Lepiej siedzieć? Dobrze.

Szanowni Państwo!

Chciałbym przedstawić w krótkiej prezentacji to, że są również inne zagrożenia, nie tylko kwestia abonamentu. Przede wszystkim chodzi o to, że istnieje też zagrożenie globalizacją czy cyfryzacją. Mogą zniknąć pewne treści globalne, których... Przepraszam, jeszcze raz, to są niestety dwa systemy i dlatego tak to działa. Proszę o chwilę cierpliwości... Już.

Otóż chodzi o globalną lokalność. Dlaczego wszyscy mamy telefony komórkowe, a najczęściej dzwoniemy z nich do miejsc, w których mieszkamy? Dziewięćdziesiąt kilka procent połączeń to są połączenia wewnątrz naszego miasta. To jest właśnie globalna lokalność – nowe media pozwalają nam na kontakt z całym światem, na prezentację naszego contentu na całym świecie, ale okazuje się, że konsument jest lokalny. Weźmy nawet ten krótki film. Pierwsze pytanie medium komercyjnego dotyczy tego, czy są ofiary. Otóż nie ma ofiar tego wypadku. Ten film pojawi się tylko w nocy na portalu internetowym Radia Szczecin. Dlaczego? Bo potem stworzy się korek z ulicy wyjazdowej z miasta do jednej z dzielnic. Chcę przez to pokazać pań-

stwu problem, że jeżeli zniknie finansowanie regionalnych mediów, te informacje również znikną. Dlaczego? Mam bardzo skrócony, półtoraminutowy film – zamknijemy się w dziesięciu minutach, panie przewodniczący – który wyjaśnia, dlaczego tak jest.

(Projekcja filmu)

Prezes Zarządu Polskiego Radia Szczecin SA Adam Rudawski:

Otóż to. Czy my jako radiofonia jesteśmy gotowi do prezentacji naszego contentu nie tylko na antenach? Czy likwidacja, rezygnacja ze składki abonamentu poprawi sytuację? Na pewno nie. Chodzi o to, że siedemnaście stacji regionalnych produkuje średnio siedemdziesiąt unikatowych informacji dziennie. To jest również kilkadziesiąt zdjęć i filmów wideo. W całej tej masie, w tych siedemnastu rozgłośniach, produkujemy tysiąc dwieście informacji dziennie, czyli trzydzieści sześć tysięcy informacji miesięcznie. Wszystkie są dostępne nie tylko na antenach – co chciałem państwu pokazać – lecz także w globalnej sieci na facebooku, co buduje markę, jest wzorem mediów publicznych. Są to jedne z najbardziej wiarygodnych informacji w sieci. Jak wiemy, w sieci jest bardzo dużo śmieciowych informacji. Dla młodych ludzi sieć, w tym media społecznościowe, jest prawdziwym źródłem informacji. Odbiorcy w wieku 13, 16, 18 lat nie korzystają już z tradycyjnej radiofonii czy telewizji. Żyją na facebooku bądź w innych mediach społecznościowych. Co to znaczy? Jeżeli nas tam nie będzie, młodzi ludzie nie skonsumują w ogóle tych informacji. Kto będzie to robił, kiedy zabraknie rozgłośni regionalnych? Być może duże radio, w strukturze, o której rozmawialiśmy przed chwilą. Ale w tej sytuacji – mam na myśli niedopłatę abonamentu – ile duże radio będzie potrzebowało contentów dziennie, dotyczących jakiegoś regionu? Trzy, może pięć, to jest maksymalna liczba. Po co w tak trudnej sytuacji abonamentowej płacić za siedemdziesiąt informacji, które produkuje każda ze spółek? Absolutnie to rozumiem, bo ten sam problem omówił pan prezes Braun. Oddziały w zasadzie nie mają na swoją podstawową działalność, działalność misyjną jest wyraźnie utrudniona. Co zrobić? Może prasa to zastąpi, bo przecież w radiu nie musi być wszystkiego; może prasa, może komercyjne stacje radiowe, a może portale prywatne. Zerknijmy. Na przykład jedna z największych gazet, „Gazeta Wyborcza”, miała w 2007 r. nakład czterysta czterdzieści trzy tysiące egzemplarzy, w 2012 – dwieście pięćdziesiąt sześć tysięcy, blisko połowę mniej. Tak samo jest z regionalnymi wkładkami gazety, wkrótce nie będzie już osobnych grzbietów. Złote Przeboje, dawniej „rozsyte”, dzisiaj są absolutnie zsięciowane. Od miesiąca, kiedy w Esce jest show Szymona Majewskiego, to radio nie ma już żadnych lokalnych struktur, wszystko jest nadawane wspólnie. RMF Maxxx nadaje serwis z Krakowa na Szczecin; tam go nagrywa, przygotowuje, a w Szczecinie nie ma w ogóle profesjonalnej obsługi informacyjnej. To może Onet byłby dobrym rozwiązaniem? Zatem zerknijcie państwo na informacje lokalne z Onetu i zobaczcie, na kogo się najczęściej tam powołują – właśnie na rozgłośnie lokalne. Chciałoby się powiedzieć: jak żyć? Co zrobić? Otóż uważam, że zamiast zarządzać dużymi strukturami medialnymi, lepiej skupić się

na zarządzaniu contentem. Dlaczego? Dlatego, że dzisiaj konkurencję wygrywają ci, którzy tanio i skutecznie potrafią wyprodukować konkretne informacje, zrobić zdjęcia, filmy; niezależnie, gdzie są prezentowane, czy na antenie, czy w sieci, czy w internecie, czy na iPodzie. To nie ma żadnego znaczenia, ważne jest to, kto się podpisuje pod tą informacją. Chcielibyśmy, żeby te podpisy świadczyły o wysokiej jakości informacji i o to od dzisiaj walczymy, bo wszyscy mamy portale internetowe. Łatwiej pozyskać więcej informacji od wielu mniejszych podmiotów niż od jednego dużego, to łatwo sprawdzić. Szybkość i elastyczność działania i – jak mówił mój poprzednik – niższe koszty funkcjonowania docelowo, a tak dzisiaj jest...

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Jaki zatem ma być model mediów publicznych? Taki skrócony model – nie jest oczywiście jakiś superoryginalny – częściowo został zaproponowany przez twórców. Szczególnie chodzi o ten środkowy model – nazwałem go Polski Internet – w którym wszyscy w miarę tanio produkowalibyśmy bardzo dobry content. Mogłoby to się odbywać w tej strukturze, tylko podstawowym problemem jest dla nas źródło finansowania. My, tak samo jak duże radio i telewizja, mamy problemy z podstawowymi sprawami finansowymi, musimy zwalniać ludzi, musimy redukować. Jesteśmy już blisko granicy. Wyobraźmy więc sobie taki model, zastanówmy się, skąd pochodzą informacje, jak nimi zarządzać, a nie budujemy wielkich struktur. Świat już nas przegonił w myśleniu o tym. Przypominam, że firmę Google tworzyły na początku dwie osoby.

Na koniec wracam do filmu. Kończy się pożar. I co? Dla nikogo innego ta informacja nie jest ważna. Ani dla państwa, ani dla dużego radia...

(Projekcja filmu)

Prezes Zarządu Polskiego Radia Szczecin SA Adam Rudawski:

To jest ważna informacja dla mieszkańców Szczecina, bo wiedzą, że za chwilę skończy się korek. Zatem chcielibyśmy wypełniać takie oraz inne zadania; już nie mówię o miastotwórczych, kulturotwórczych, bo nie ma na to czasu. Chcielibyśmy wypełniać tysiące takich zadań. Jeżeli jednak nie zmieni się sposób poboru abonamentu, to – odpowiadam zawczasu na pytanie pana przewodniczącego – w 2012 r. skończy nam się kapitał zapasowy. Myślę, że pod koniec 2012 r. niektóre spółki, a w 2013 wszyscy będziemy w bardzo trudnej sytuacji. Tym bardziej że u nas finansowanie z abonamentu jest na poziomie 80%, ponieważ rynki reklamowe są w regionie bardzo słabe, wydrenowane przez polskie media.

To wszystko, co chciałem powiedzieć. Dziękuję serdecznie za uwagę.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję bardzo.

Szanowni Państwo! Chciałem przez te przemówienia uświadomić państwu, jaka jest sytuacja mediów publicznych na przykładzie Telewizji Polskiej i Polskiego Radia. Chyba jesteśmy zgodni co do tego, że źródłem obecnej

sytuacji są drastycznie spadające wpływy z abonamentu. Przypomnę tylko, że geneza tego spadku sięga 2007 r. i znanej wypowiedzi premiera Donalda Tuska, której, pozwolicie państwo, nie będę cytował.

Kontynuujemy nasze spotkanie. Chciałbym poprosić o zabranie głosu pana przewodniczącego Jana Dworaka i o odpowiedź na pytanie: co dalej? Jakie są scenariusze? Panie Ministrze, czy mógłby nam pan odpowiedzieć, jako osoba przewodnicząca organowi, który konstytucyjnie odpowiada za cały ład medialny i za media publiczne, czy ma pan jakieś rozwiązania obecnej sytuacji? Czy ma pan jakieś konkretne propozycje? Co dalej?

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jan Dworak:

Panie Przewodniczący! Szanowni Państwo!

Jeśli chodzi o kwestie abonamentu, to nie chcę tutaj wchodzić w polemikę, tym bardziej w polemikę o charakterze politycznym, to nie jest moja rola. Ale tak naprawdę istotą problemów z abonamentem są zapisy legislacyjne ustawy abonamentowej, oparte na anachronicznej podstawie, dobrej, kiedy na początku lat dziewięćdziesiątych myślano o nowym ładzie medialnym. Chociaż już wtedy ten pomysł był trochę przestarzały, ale ustawę abonamentową tworzono pod presją czasu. Przypominam, że był wyrok Trybunału Konstytucyjnego, który wykazywał istotne braki wcześniejszych rozwiązań i ta ustawa powstawała pod wpływem właśnie tego wyroku Trybunału. O czym mówię? Chodzi o zasadę, która mówi o konieczności rejestrowania odbiorników. Cała Europa od tego pomysłu odchodzi, bo jest anachroniczny. Będę mówił banały – mam nadzieję, że dość krótko – ale już teraz jest olbrzymia liczba urządzeń, na których można odbierać program telewizyjny i radiowy. I to się robi. To jest jedna kwestia.

Druuga kwestia. Dla młodego pokolenia pomysł rejestrowania czegokolwiek, co się kupi w sklepie, jest kompletnie niedzisiejszy. To spowodowało drastyczny spadek wpływów. Być może w jakimś stopniu przyczyniły się do tego wypowiedzi polityków. Ale jak mówię, gdyby prawo było dobre, to wypowiedzi polityków, w tę czy w inną stronę, w ogóle by nie działały. Poza tym ta ustawa ma jeszcze inne wady. Chodzi mianowicie o pewną niemożność organów państwa wynikającą właśnie z tego grzechu pierworodnego, że trzeba sprawdzić w mieszkaniu albo u przedsiębiorcy, czy on ma zarejestrowany albo niezarejestrowany odbiornik; to też jest naganne.

(Głos z sali: Chodzi o naruszanie miru domowego...)

Tak jest. Wiemy o tym, spotykamy się od bardzo, bardzo dawna z tak zwanym naruszaniem miru domowego i pewną niemożnością, która ciągnie się od wielu lat – niemożnością skontrolowania tego stanu...

(Głos z sali: ...faktycznego...)

...faktycznego – tak, to będzie najkrótsze określenie. Są problemy z kontrolą. Prezes Braun mówił o tym, że łatwiej kontrolować przedsiębiorców, bez wątplenia. Ale chciałbym przypomnieć pewne zasady mówiące o tym, że przedsiębiorca może być skontrolowany po uprzednim powiadomieniu w odpowiednim czasie, że taka kontrola

nastąpi. Znając inwencję przynajmniej części przedsiębiorców, można sobie wyobrazić, co działałoby się z tymi odbiornikami. Prawda? To są pewne immanentne, niedobre cechy czy wady stanu prawnego i wynikającej z tego stanu prawnego niedoskonałej praktyki. Do tego można dołożyć jeszcze wahanie aparatu skarbowego, który do tej pory różnie podchodził do sprawy ściągłości zobowiązań stwierdzonych przez pocztę. To nam da całokształt sytuacji, narysowany bardzo grubymi liniami, bo tych niuansów, tych przyczyn złego stanu jest więcej.

Pan przewodniczący chciał o coś spytać, tak?

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Tak, zadałem bardzo konkretne pytanie. Czy są propozycje rozwiązania tego problemu? Wiemy, jaka jest sytuacja, spotykamy się na posiedzeniach komisji już kolejny raz. Od pięciu lat nie ma rozwiązania problemu. Czy z państwa strony była jakaś propozycja inicjatywy legislacyjnej? Państwo, jako Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, nie macie możliwości wprowadzenia ustawy, ale czy zwróciliście się z jakąś konkretną propozycją rozwiązania? Nie chciałbym tutaj znowu rozważać różnych wariantów. Czy macie jakieś stanowisko, czy zwróciliście się do rządu z jakimś konkretnym stanowiskiem?

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jan Dworak:

Odpowiem wprost. Wielokrotnie wymienialiśmy się pismami z właściwymi agendami rządowymi, pisząc o potrzebie uregulowania tej kwestii. Mieliśmy kilka najróżniejszych pomysłów i inicjatyw, w jednej zresztą pan senator uczestniczył – mam na myśli konferencję z 1 marca, na której padła deklaracja ze strony przedstawicieli rządu o wdrożeniu prac nad nową ustawą, która będzie ujmowała również tę palącą kwestię. Nie mamy inicjatywy legislacyjnej, znamy dość dobrze historię i ostatnich lat, i ostatnich miesięcy, z której wynika bardzo prosta i jasna sprawa – inicjatywę legislacyjną musi rozpocząć to ciało, którego inicjatywa ma szansę powodzenia. Chciałbym przypomnieć, że wiosną w przestrzeni publicznej pojawiła się informacja o tym, iż jest pomysł powiązania opłaty abonamentowej z poborem prądu. Nie wchodzę w to, jaki był faktyczny przebieg wydarzeń, ale pojawiła się taka informacja i spotkało się to z natychmiastową odpowiedzią w przestrzeni publicznej, że to nie jest dobry pomysł. Są kraje, które rzeczywiście pobierają opłatę abonamentową z prądem, są kraje, które pobierają taką opłatę w inny sposób, zresztą prezes Braun o tym mówił. Finowie wymyślili, że to będzie podatek indywidualny.

Panie Przewodniczący, Krajowa Rada jest gotowa przedstawić kilka takich rozwiązań, tylko z tego nic nie wynika. I chciałbym to powiedzieć nie po to, żeby odbić piłeczkę, żeby się tłumaczyć, tylko w dobrej wierze. Ciało, które ma zdolność legislacyjną, to Senat, to parlament, to rozmaite ugrupowania; być może większość rządowa ma tutaj więcej do powiedzenia. Przecież media publiczne to jest własność społeczna, to jest instytucja kultury naro-

dowej, to tu powinien narodzić się pomysł, który będzie realizowany. Mogę zadeklarować, że jeśli pojawiłaby się wola polityczna, to Krajowa Rada ma nie tylko pomysły, lecz także bardzo wiele przykładów różnych rozwiązań i przedstawi całą paletę, a być może dwa czy trzy najlepsze rozwiązania, które uzna za stosowne. I tyle.

Jeśli chodzi o inicjatywę legislacyjną, to jest to najważniejszy środek, żeby zmienić sytuację. Mamy nadzieję, że za deklaracjami politycznymi, które niedawno padały, pójdzie praca legislacyjna i że spotka się to z życzliwym i otwartym przyjęciem również na posiedzeniach tej komisji, bo widzimy, jak wielką troskę pan przewodniczący przykłada do tego rzeczywiście bardzo niepokojącego – można nawet użyć mocniejszych słów – stanu rzeczy. Zanim jednak do tego dojdzie i zanim taka ustawa zostanie uchwalona, trzeba podjąć pewne kroki ratujące tę sytuację szybciej. Krajowa Rada w obecnym kształcie – nie chcę się odnosić do tego, co było wcześniej, ale to nie znaczy, że jestem krytyczny, po prostu w tej chwili nie o to chodzi – podjęła wiele starań, łącznie z rozmowami z Poczta Polska, które zaowocowały drastycznym zwiększeniem kontroli przez pocztę. Kolega ma dane, ile tych kontroli...

(Głos z sali: Z sześciuset na szesnaście tysięcy...)

Sześćset było dwa lata temu, szesnaście tysięcy w 2011 r. – to jest olbrzymia różnica w staraniach poczty. Nie chcę mówić, że to jest wyłączna zasługa Krajowej Rady, ale myślę, że jest to jeden z efektów rozmów. Podjęliśmy razem z pocztą program pilotażu, czyli sprawdzania stu pięćdziesięciu klientów, w tej chwili jesteśmy w trakcie rozmów, żeby ten pilotaż rozszerzyć dziesięciokrotnie, na tysiąc pięćset osób i instytucji, wobec których stwierdzono, że nie płacą abonamentu. Liczymy, że takie akcje, jak również akcje promocyjne namawiające do płacenia abonamentu – nie my je organizowaliśmy, tylko media publiczne, ale Krajowa Rada ma w nich swój nieduży wkład – to są środki, którymi można tę niedobłą sytuację nieco polepszyć. I rzeczywiście efekt jest taki, że tempo spadku wpływów abonamentowych – można było to zobaczyć na wykresach – zdecydowanie się zmniejszyło, chociaż nie zostało niestety zahamowane.

Najprostszym środkiem, który mógłby w okresie przejściowym, do czasu uchwalenia nowej ustawy, pomóc mediom publicznym, byłby środek, o którym już tutaj wspominali prezesi. Mianowicie chodzi o zauważenie ubytku wpływów abonamentowych, który wynika z decyzji parlamentu o zwolnieniu z opłat. Te zwolnienia są z powodów społecznych – wierzę w to i nie chcę się do tego odnosić w inny sposób niż właśnie taki, jak powiedziałem przed chwilą – ale stanowią też konkretne liczby, konkretny ubytek dla mediów publicznych. Dwa miliony sześćset siedemdziesiąt cztery tysiące osób to abonenci zwolnieni z opłat. Gdyby, wzorem innych krajów, państwo poczuwało się do częściowego lub całkowitego zwrotu, czyli rekompensaty tych zwolnień uczynionych z powodów społecznych – jak powtarzam, zapewne słusznie – to sytuacja mediów publicznych byłaby lepsza niż w najlepszym czasie ściągłości abonamentu. To są środki, które Krajowa Rada zna, o których wie, za którymi mogą pójść wyliczenia i konkretne dokumenty. Jak powiedziałem, Krajowa Rada jest regulatorem i ostrzega. Proszę zobaczyć, w naszym sprawozdaniu za ubiegły rok sprawa finansowania mediów publicznych

jest wypunktowana jako najważniejszy problem. Tak więc możemy sygnalizować, informować o niebezpieczeństwie, służyć swoją radą i inicjatywą. Jeśli to jest możliwe, to te inicjatywy wdrażamy w życie. Ale jesteśmy regulatorem o bardzo ograniczonej możliwości działania.

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Senator Aleksander Świeykowski:

Z dużą uwagą przysłuchiwałem się wszystkim wystąpieniom i analizom. Podzielię się taką krótką refleksją. Dokładnie czterdzieści lat temu zacząłem pracować jako młody dziennikarz w Regionalnej Rozgłośni Polskiego Radia w Łodzi. Pracowałem tam rok, dowiadywałem się, jak fatalna jest sytuacja finansowa tej rozgłośni. Stamtąd trafiłem do Telewizji Polskiej na Woronicza. To były lata siedemdziesiąte, nie słyszałem tam nic innego tylko to, jak jest źle z finansami telewizji. Pamiętam ograniczenia w taśmach, w produkcji, wyjazdach itd. Potem trafiłem do Rozgłośni Polskiej Radia Wolna Europa. Przez dziesięć lat nie słyszałem o niczym innym tylko bez przerwy o kłopotach finansowych. Osiem lat temu założyłem gazetę, przez pierwszy rok obserwowałem, w jak fatalnej sytuacji finansowej się znajduje, ale wyszedłem z tego bez żadnej dotacji, bez żadnej pomocy państwa – po prostu zacząłem szukać możliwości zwiększenia nakładu, pozyskania reklam itd. I to się udało. Dzisiaj jest to jedna z gazet lokalnych, która bardzo dobrze prosperuje. Jedyna instytucja, która przestała istnieć, to jest Radio Wolna Europa w Monachium, ale to nie były względy finansowe, tylko polityczne. Na szczęście na razie w Polsce nie ma sytuacji – tak mi się wydaje – aby któraś z instytucji medialnych musiała upaść ze względów politycznych. A jeśli chodzi o względy finansowe, to z tych wszystkich danych, które tutaj były przedstawione i z tego, co mówił pan prezes, widać, że nie chodzi o szukanie jakichś dramatycznych źródeł finansowania, bo te pieniądze są pod postacią abonamentu. Trzeba tylko znaleźć metody, uruchomić mechanizmy – bardzo możliwe, że może będzie to pole do działania dla nas – które pozwolą to przeprowadzić. Jeśli mówi się tylko o 10% należnego abonamentu, to wydaje mi się, że to jest możliwe do znalezienia. Wiem, że tego typu spotkania, tego typu dyskusje, które sygnalizują problem, toczą się nie od dzisiaj. Panie Przewodniczący, przepraszam, ale przypisywanie tego spadku premierowi Tuskiowi... to nie jest ani miejsce, ani potrzeba, bo to była reakcja na określoną sytuację. Wydaje mi się zaś – przynajmniej jako parlamentarzysta, jako senator mogę to powiedzieć – że we wszelkich inicjatywach, które miałyby doprowadzić do pozyskania chociażby tylko tych dodatkowych 10% abonamentu, będę starał się uczestniczyć, bo rozumiem sytuację. Przede wszystkim patrzę na nią z pozycji dziennikarzy. Wiem, co to znaczy, jeżeli się przychodzi każdego dnia do redakcji i słyzy się: nie ma pieniędzy, uważajcie, bo za miesiąc zamkną redakcję, zamkną program, stracimy pracę. To nie jest atmosfera do pracy twórczej. Bardzo ważne jest to zwłaszcza wtedy, jeżeli pracuje się w dziale, w którym ma się realizować tak zwaną misję społeczną. Przesłanki za tym, aby zacząć konkretne działania, są bardzo poważne, bardzo istotne i trzeba czynić wszystko, aby je zacząć realizować. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Panie Przewodniczący, podtrzymuję swoje zdanie oparte na danych, że drastyczny spadek wpływów z abonamentu zaczął się od wypowiedzi premiera Tuska. Jeżeli państwo uważają inaczej, to chciałbym zaapelować, abyście państwo podpisali się pod apelem o to, aby premier Donald Tusk wycofał się ze swojego stanowiska prezentowanego w 2007 r. i podtrzymanego kilka miesięcy temu.

Chciałbym dodać, że wpływy z abonamentu spadły o około 450 milionów zł rocznie, co oznacza, że przez te cztery lata mieliśmy do czynienia z realną stratą około miliarda złotych. Są to dane, które panowie prezesi nam przedstawili. Bardzo dziękuję za potwierdzenie tego, ale moim zdaniem sytuacja jest o tyle społecznie niesprawiedliwa, że obecnie 13% gospodarstw płaci abonament, zdecydowana zaś większość nie płaci w ogóle. Jest to, moim zdaniem, rodzaj niesprawiedliwości społecznej. Albo powinni płacić wszyscy kilkakrotnie niższy abonament, albo nikt nie powinien go płacić. To jest nieudolność naszego systemu legislacyjnego, który dopuszcza możliwość niepłacenia abonamentu bez możliwości wyegzekwowania tego. Oczywiście pan minister i Krajowa Rada czynią różne działania, aby temu przeciwdziałać, ale chciałbym przypomnieć to, czym zakończyłem jedno z pierwszych naszych spotkań – przyczyną jest ułomność tej ustawy. Chciałbym tylko państwu przypomnieć, że premier Donald Tusk wypowiedział się przeciwko płaceniu abonamentu, ale wraz z rządem nie zaproponował w ostatnich czterech latach żadnego innego rozwiązania. I teraz dochodzimy do takiej sytuacji, że Polskie Radio i Telewizja Polska są coraz bliżej ściany. Rozumiem pana prezesa Siezieniewskiego, który nie chce mówić, co pójdzie jako pierwsze pod młotek; jest w bardzo trudnej sytuacji. Ale przypominam jego słowa, że czasu ma już niewiele, że są to tygodnie, miesiące. Taki stan nie może trwać. Mam zatem prośbę o to, aby przedstawiciel Ministerstwa Skarbu Państwa poinformował nas, jakie jest stanowisko ministerstwa i czy są jakiegokolwiek rozwiązania legislacyjne. Czy ministerstwo jako organ właścicielski mediów publicznych ma jakkolwiek propozycję legislacyjną?

Dyrektor Departamentu Nadzoru Właścicielskiego w Ministerstwie Skarbu Państwa Ewa Sibrecht-Ośka:

Szanowni Państwo! Wysoka Komisjo!

Ewa Sibrecht-Ośka, dyrektor Departamentu Nadzoru Właścicielskiego...

(Przewodniczący Grzegorz Czelej: Proszę mówić do mikrofonu.)

Minister Skarbu Państwa z ogromnym niepokojem obserwuje sytuację w mediach publicznych. Znana jest mu sytuacja zagrożenia płynności, bo jest o tym informowany przez zarządy spółek mediowych. Minister pełni ograniczoną rolę w systemie mediów publicznych, nie występuje jako organ nadzorujący, wykonujący bieżący nadzór korporacyjny w spółkach Skarbu Państwa, którym jest zarów-

no Telewizja Polska, jak i Polskie Radio oraz rozgłośnie radiowe. W związku z tym minister skarbu państwa nie inicjował i nie inicjuje działań, które związane są ze zmianą porządku prawnego, zwraca zaś uwagę, że jego narzędzia są bardzo ograniczone; chociażby do jednego członka rady nadzorczej poszczególnych spółek.

Chciałabym odczytać stanowisko ministra skierowane do przewodniczącego i członków Komisji Kultury i Środków Przekazu.

„Działając na podstawie kodeksu spółek handlowych, minister Skarbu Państwa, wykonując uprawnienia korporacyjne wynikające z posiadanych akcji spółek, między innymi jako zwyczajne i nadzwyczajne walne zgromadzenie spółek zatwierdza co roku i udziela absolutorium organom spółek, decyduje również o podziale zysku – tutaj nadmieniam, że zysk pozostaje w spółkach, jeżeli takowy jest wypracowany. Zgodnie z treścią ustawy o radiofonii i telewizji zmiana statutów, która następuje w drodze powzięcia uchwały walnego zgromadzenia, wymaga uprzedniej zgody Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Na podstawie ustawy o radiofonii i telewizji minister Skarbu Państwa wskazuje tylko jednego członka rady nadzorczej spółek Telewizja Polska, Polskie Radio, zaś w przypadku rozgłośni regionalnych w uzgodnieniu z ministrem kultury i dziedzictwa narodowego. Członkowie rad nadzorczych mogą być odwołani tylko i wyłącznie w przypadkach wskazanych ustawą o radiofonii i telewizji. Minister Skarbu Państwa nie ma wpływu na wybór członków zarządów – zgodnie z treścią ustawy o radiofonii i telewizji wybierani są oni przez rady nadzorcze i powoływani uchwałami Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji – zaś w przypadkach określonych ustawą ma możliwość wnioskowania do Krajowej Rady o odwołanie członków zarządów. Minister skarbu nie ma także wpływu na treść programu nadawanego przez spółki z branży media. Zarządy spółek nie są związane poleceniami i zakazami ustanawianymi przez walne zgromadzenie, jeżeli dotyczą one programu, zaś nadawcy kształtują program samodzielnie w zakresie zadań określonych w ustawie i ponoszą odpowiedzialność za jego treść.

Ministerstwo Skarbu Państwa na bieżąco monitoruje sytuację ekonomiczno-finansową spółek z branży media i z informacji przedstawionych przez spółki wynika, że głównym czynnikiem mającym wpływ na obecny *standing* ekonomiczno-finansowy jest spadek wpływów abonamentowych. W przypadku Telewizji Polskiej o jej sytuacji zdecydowały również następujące istotne czynniki: spadek oglądalności programów głównych anten – co przekłada się na zmniejszenie ceny emisji reklam i sponsoringu – ustawowy zakaz przerywania reklamami audycji emitowanych przez publicznego nadawcę, jak również ograniczenie przychodów multimedialnych.

Należy zauważyć, że na podstawie obowiązujących przepisów prawa minister Skarbu Państwa nie ma możliwości dokonania zmiany systemu pobierania opłat abonamentowych, stanowiących podstawowe źródło przychodów spółek z branży media i w dużej mierze decydujących o ich sytuacji finansowej. Minister Skarbu Państwa nie jest właściwy do zainicjowania zmian w powyższym zakresie”.
Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Pani Dyrektor, przepraszam za uszczypliwość, ale gratuluję bardzo dobrej dykcji. Zadałem inne pytanie. Czy Ministerstwo Skarbu Państwa podjęło jakąkolwiek inicjatywę legislacyjną lub inną, która zmieniłaby obecną sytuację? Proszę o bardzo konkretną odpowiedź.

**Dyrektor
Departamentu Nadzoru Właścicielskiego
w Ministerstwie Skarbu Państwa
Ewa Sibrecht-Ośka:**

Udzieliłam odpowiedzi na samym początku, przed przeczytaniem oświadczenia. Minister skarbu nie zgłosił i nie przygotował takiej inicjatywy.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Jest mi przykro, że zostały zaproszone trzy ministerstwa, a mają taką reprezentację na dzisiejszym posiedzeniu komisji. Jest mi przykro wobec wszystkich gości, których tutaj zaprosiłem. Mamy tu do czynienia, Szanowni Państwo, z typowym węzłem gordyjskim. Krajowa Rada nie ma inicjatywy legislacyjnej, ministerstwa nie widzą potrzeby podjęcia takiej inicjatywy, a media publiczne zmirają ku zagładzie. Moim zdaniem, jeżeli ta sytuacja dalej będzie miała miejsce, to historia oceni państwo jako – być może, chciałbym to zaznaczyć – grabarzy mediów publicznych. Specjalnie chciałem uzmysłowić wszystkim państwu, że Polskie Radio i Telewizja Polska dochodzą do ściany. Są pewne ograniczenia w zadłużaniu spółek, można to robić do pewnego stopnia, ale teraz dochodzi do tego, że dalsze zadłużanie musi mieć już konsekwencje programowe, o których mówił pan prezes Siezieniewski. Czasu mamy coraz mniej, a nie ma żadnych konkretnych rozwiązań. Jako przewodniczący komisji czuję odpowiedzialność, o której dzisiaj mówiliśmy. Jestem w opozycji, a wszystkie działania, które do tej pory podejmowałem, nie miały dalszego ciągu. Wszystkie inicjatywy legislacyjne, które do tej pory podejmowałem, łądowały, że tak powiem, w zamrażarce. Takie jest moje doświadczenie, dlatego gorąco apeluję o to, aby rząd podjął natychmiastowe działania mające na celu zmianę tej sytuacji.

Panie Przewodniczący, proszę.

Senator Aleksander Świeykowski:

Skoro inicjatywy pana przewodniczącego nie znalazły odpowiedniej drogi, aby można było je realizować, to może składamy tego typu inicjatywy jako komisja.

(Oklaski)

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dobrze. Mając zatem upoważnienie mojego wiceprzewodniczącego, zwracam się z propozycją do premiera Donalda Tuska. Jako komisja jesteśmy w stanie podjąć trud takich zmian legislacyjnych, które błyskawicznie uzdrowią obecną sytuację. Czekam na odpowiedź. Dziękuję bardzo.

Panie Senatorze, bardzo proszę.

Senator Sławomir Preiss:

Panie Przewodniczący, mam prośbę, żebyśmy niepotrzebnie nie eksponowali słów wypowiedzianych przez pana premiera, nie tragizowali. Chciałbym się zorientować – korzystając z obecności panów prezesów – dlaczego w innych krajach Unii Europejskiej jest tak dobrze. Na czym polegają te regulacje? Biermy przykład z tego, jak jest to załatwione za granicami Polski. Może odpowie mi któryś z panów, który ma doświadczenie.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Teraz zabierze głos pan senator Gil, bardzo proszę.

Senator Mieczysław Gil:

Panie Przewodniczący! Szanowni Państwo!

Obserwuję sytuację w mediach od 1989 r. Myślę, że pan prezes Jan Dworak pamięta pewną naradę w Obywatelskim Klubie Parlamentarnym z udziałem między innymi Andrzeja Wajdy, Jacka Moskwy i wielu znanych specjalistów od mediów – gdyby sięgnąć do tamtych propozycji, przywołać je, to być może dałoby to odpowiedź, dlaczego sytuacja jest taka, jaka jest. A sytuacja jest niestety dramatyczna, nieprzypadkowo. Koledzy, którzy w tej chwili bronią... Nie chciałbym przywoływać tu słów premiera Tuska jako jedyne powodu spadku opłat. Ale dla mnie jest niewyobrażalne, ażeby premier rządu angażował się w takie sprawy. Koledzy, jestem bezpartyjny... przecież niektórzy politycy Platformy Obywatelskiej – nie wszyscy – prowadzili wyraźną grę na rzecz pozbawienia abonamentu. Mało tego, jeden z waszych senatorów – prywatnie mój kolega z dawnych czasów, ale i obecnie – nawet przedstawił w waszym imieniu pewną propozycję, jak finansować media bez abonamentu. To są poważne sprawy. Pan premier też powinien się uderzyć w pierś, bo bez jego zaangażowania ta sprawa nie będzie rozwiązana. Sytuacja mediów jest tragiczna, a rozmawiam też o tym w ośrodkach regionalnych. Mało tego, jestem zwolennikiem tych ośrodków, bo one mają duży wymiar kulturotwórczy, nie tylko informacyjny. Apelowalbym, żebyśmy nie przedłużali... Padły tutaj wspaniałe słowa. Dowiedziałem się bardzo wielu bardzo interesujących rzeczy, ale sprawa jest ważniejsza niż przedstawiane tutaj różne propozycje. Potrzebny jest program ratunkowy, ponieważ ta sytuacja działa niezwykle niekorzystnie na kształt polskiego życia publicznego.

Do prezesa Brauna apelowałbym też, żeby zauważył, iż od pewnego czasu telewizja – zwłaszcza niektóre programy – stała się zbyt prorządowa; to tak na marginesie. Ale to jest kwestia uboczna, bo najważniejsza jest sprawa programów regionalnych i próba znalezienia rozwiązań, które pozwoliłyby na ich funkcjonowanie. Druga sprawa to jest program ratunkowy rozpoczęty wczoraj – nasza komisja może tu wiele uczynić. Ale szczególnie apeluję do koalicji rządzącej, żeby odwróciła swoje poglądy, trendy dotyczące praktycznie likwidacji mediów publicznych. A zaczęło się właśnie od tej dużej akcji sprzed półtora roku dotyczącej tego, że abonament jako taki jest zbędny.

Na koniec wróć do tego, o czym mówiłem. Od dwudziestu lat nowej rzeczywistości polskiej nie możemy racjonalnie rozwiązać problemu mediów publicznych. To tyle. Sprawa jest rzeczywiście bardzo poważna. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Chciałbym teraz oddać głos zaproszonym gościom. Jeżeli ktoś z państwa chce zabrać głos, bardzo proszę.

Szefowa Koła Związku Zawodowego Pracowników Twórczych TVP SA „Wizja” w Poznaniu Agata Ławniczak-Loba:

Agata Ławniczak, Oddział TVP w Poznaniu, Związek Zawodowy „Wizja”.

Panie Prezesie, jako związkowcy z wielką uwagą – co naturalne – wysłuchaliśmy pana prezentacji. Bardzo wiele istotnych spraw mogliśmy sobie uporządkować. Jednak niepokój pozostaje i tym niepokojem muszę się podzielić, ponieważ pan prezes, pytany przez pana przewodniczącego o konkretne rozwiązania wynikające ze stanu finansowego spółki, dwukrotnie przywołał sprawę oddziałów terenowych.

Na początku swojego wystąpienia powiedział pan, że nie chciałby, aby dziedzictwo narodowe, jakim są media publiczne, stało się ruiną. Wydaje mi się, że oddziały terenowe już w tej chwili właśnie tak funkcjonują. Pan prezes powiedział, że trzeba będzie ograniczyć zatrudnienie i finansowanie oddziałów terenowych. Czy to oznacza ich likwidację i zamknięcie, a przynajmniej zamrożenie funkcjonowania, co także jest niezgodne z ustawą? Gdzieś w Polsce, proszę darować, ale nie pamiętam, podczas której konferencji, powiedział pan, że właściwie powinien pan w tej chwili zamknąć dziesięć oddziałów terenowych. Wiemy o tym, że ustawodawca na to nie pozwala. Ale chciałabym zapytać, jak pan planuje rozwiązać sprawę oddziałów terenowych. Pozwolę sobie dla przykładu podać dane z Poznania. Otóż budżet globalny w Poznaniu wynosi 19,5 miliona zł, koszty stałe to jest 11 milionów zł, program regionalny w ciągu roku może być produkowany jedynie za kwotę 2,5 miliona zł, de facto nie wystarcza to nawet na serwisy informacyjne. Organizują państwo od jutra debaty – pierwsza konferencja będzie w Poznaniu – na niezwykle istotny temat, czyli przyszłości mediów regionalnych w dobie cyfryzacji. Niestety żadni przedstawiciele telewizji, dziennikarze, związkowcy na te debaty nie zostali zaproszeni. Zapraszani są przedstawiciele samorządów oraz rektorzy wyższych uczelni. To bardzo dobre towarzystwo, ale wydaje się, że jednak mocno ułomne. Dlaczego jako dziennikarze i obywatele nie możemy brać udziału w tak ważnej debacie?

Wszystko wskazuje na to, że do 2013 r., kiedy zostanie już w pełni wprowadzona cyfryzacja i oddziały znajdą się na jednym z tak zwanych muxów, stracą zdolność produkcyjną. Zwolnić ludzi jest łatwo, odbudować strukturę – niezmiernie trudno. A ta przestrzeń zostanie przecież prędzej czy później zapełniona. Nie pocieszajmy się sytuacją TVN, który zlikwidował oddział terenowy w Warszawie, który powołał.

Panie Prezesie, wydaje mi się, że sytuacja oddziałów terenowych jest dramatyczna. Ośmielamy się upominać o los tej struktury, która jest fundamentem demokracji, jednym z jej istotnych elementów. Kiedy w 2005 r. Krajowa Rada opracowała strategię działania, zawarła tam takie przesłanie: „Doświadczenia wskazują, że bez specjalnego systemu ochrony lokalne stacje radiowe i telewizyjne nie są w stanie wytrzymać konkurencji rynkowej i muszą przyłączyć się do sieci, tracąc w ten sposób autonomię programową oraz zdolność do tworzenia programu związanego z życiem danej społeczności lokalnej”.

My już funkcjonujemy w takiej strukturze sieciowej, którą jest TVP Info. Nas – mam na myśli Poznań, Szczecin, Gdańsk, Wrocław, Rzeszów i szesnaście innych miejscowości, w których są oddziały – tak naprawdę nie ma, bo jesteśmy utopieni w sieci, w TVP Info, która, na ile się orientuję, wciąż jest bytem poza prawem. TVP Info nie jest stacją dostarczającą informacje z regionów, bo te informacje głównie koncentrują się na życiu, że tak powiem, centrali, a także społeczno-politycznym; regionów dotyczy mały procent informacji. Jednocześnie stacja ta powtarza formuły i modele programów anten centralnych – Jedynki i Dwójki, magazynów kulturalnych i innych. A przecież wciąż na pierwszym miejscu oglądalności w TVP Info jest program „Telekurier”, produkowany w Poznaniu i złożony z reporterskich materiałów oddziałów regionalnych. Przez lata na drugim lub na trzecim miejscu oglądalności – najpierw TVP 3, a potem TVP Info – były programy regionalne i serwisy regionalne, w tej chwili, po długiej i ciężkiej pracy kolejnych zarządów, oglądalność spadła, ale wciąż jesteśmy na czwartym miejscu. Pytam w imieniu społeczności lokalnych, jaką mamy szansę na przetrwanie. Dlaczego chcecie państwo wypychać nas w ramiona samorządów, które za pieniądze na promocje własnych działań finansują programy telewizji regionalnej, a są to programy w całości poświęcone działaniom tychże samorządów? Czy jest to jeszcze telewizja publiczna? Czy jest to telewizja naprawdę regionalna?

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Bardzo proszę, Panie Prezesie.

Prezes Zarządu Telewizji Polskiej SA Juliusz Braun:

Wspomniała pani o konferencjach. Rzeczywiście zaczynamy jutro cykl konferencji regionalnych w Poznaniu właśnie po to, żeby władze regionalne i regionalne środowiska opiniotwórcze uczulić na kwestie związane z możliwościami, jakie tworzą się w wyniku zmian związanych z cyfryzacją. Jedną z takich przewidywanych możliwości jest utworzenie odrębnie kanałów regionalnych, które oczywiście w ciągu doby będą częściowo musiały być sieciowane, i odrębnie programu informacyjnego.

Nie jest naszym celem prowadzenie w czasie tych konferencji wewnętrznych debat pomiędzy zarządem i związkami zawodowymi; na to mamy wiele okazji, jak się okazuje, również w Senacie. Odrzucam takie rozumowanie, że pani występuje w imieniu obywateli. Przepraszam, ale w czym imieniu ja w tej sytuacji występuję?

Ustawa przewiduje obowiązek funkcjonowania oddziałów regionalnych – doskonale o tym wiem. Ustawa przewiduje również zasady finansowania tych oddziałów. Jeżeli nie ma finansowania, to z ustawy nie może wynikać jedynie pewien teoretyczny obowiązek. Jak wspomniałem, na oddziały terenowe mogliśmy w ostatnim roku przeznaczyć 150 milionów zł, pozostawiając na wszystkie kanały – łącznie z TVP Historia, TVP Kultura, nie mówiąc o dużych antenach – 50 milionów. Oczywiście jest taka możliwość, że te 150 milionów dzielimy po równo pomiędzy oddziały; państwo dostają 10 milionów zł z abonamentu i produkują za to całodobowy program regionalny. Ale jest to niemożliwe. Wobec tego szukamy takiego rozwiązania, które pozwoli przynajmniej utrzymać funkcjonowanie oddziałów w nadziei na to, że regionalne środowiska opiniotwórcze również będą miały możliwość finansowania. Jeśli nie, to funkcjonowanie tych oddziałów de facto będzie musiało zostać zamrożone. One będą istniały, bo ustawa to przewiduje, ale tak jak zamrażamy różnego rodzaju działalność programową... Powiem wprost, że zanim zamrozimy działalność Jedynki i Dwójki Telewizji Polskiej, to zamrozimy działalność programów regionalnych; ograniczymy je do pół godziny programu informacyjnego, jeśli nie będzie pieniędzy.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Bardzo proszę.

Prezes Zarządu Polskiego Radia Łódź SA Marek Składowski:

Dzień dobry państwu.

Marek Składowski, jestem prezesem Radia Łódź, rozgłośni regionalnej.

Rok temu miałem przyjemność uczestniczyć w podobnym spotkaniu. Refleksja jest taka, że przez ten rok nic się nie zmieniło. Pan przewodniczący wykazuje duże starania i chwała za to Senatowi. Komisja sejmowa niestety nie zajęła się tym tematem przez ostatni rok. Posłużę się pewną metaforą medyczną, która pewnie będzie bliska panu przewodniczącemu. Otóż w zeszłym roku zdiagnozowano u pacjenta chorobę śmiertelną. Przez rok ci, którzy mają w szafie środki, aby skutecznie leczyć tego pacjenta, cofnąć chorobę i postawić go na nogi, tak naprawdę tylko oglądali spektakl znachorsko-szamański, który się toczy wokół tego pacjenta; nie są to żadne konkretne działania, aby pacjenta ratować.

Odniosę się do tego, co powiedzieli pani dyrektor z Ministerstwa Skarbu Państwa i pan wiceprzewodniczący komisji, bo chciałbym uświadomić wszystkim jedno. Otóż jako prezesi spółek medialnych – pan prezes Braun, pan prezes Siezieniewski oraz siedemnastu prezesów zarządów regionalnych – jesteśmy przede wszystkim prezesami spółek prawa handlowego i obowiązuje nas kodeks spółek handlowych, który w art. 397 przewiduje, że „jeżeli bilans sporządzony przez zarząd wykaże stratę przewyższającą sumę kapitałów zapasowych i rezerwowych oraz jedną trzecią kapitału zakładowego, zarząd obowiązany jest niezwłocznie zwołać walne zgromadzenie celem powzięcia

uchwały dotyczącej dalszego istnienia spółki”. Obawiam się, że może jeszcze nie w tym roku, ale już w następnym takie właśnie wnioski zarządy spółek będą składały do ministra Skarbu Państwa po to, ażeby uniknąć odpowiedzialności karnej związanej z działaniem na szkodę spółki. I to jest takie *résumé* tego, o czym rozmawiamy. Nie ma, proszę państwa, mowy, że nam jeszcze skapnie trochę pieniędzy albo zrobimy dodatkowe oszczędności. W zeszłym roku jasno powiedziałem, że Radio Łódź będzie miało 2 miliony straty za 2011 r., udało się to, że ta strata jest na poziomie 1 miliona 300 tysięcy zł. Zredukowaliśmy zatrudnienie o czterdzieści osób, czyli o ponad 1/3, następna redukcja o czterdzieści osób spowoduje, że ta rozgłośnia przestanie istnieć. Myślę, że podobny dylemat mają wszyscy, łącznie z naszymi kolegami z dużych spółek.

Doskonale rozumiem to, co powiedział pan prezes Braun – jest właśnie tak, że odcinamy to, co się da, po to, aby utrzymać się przy życiu. Można odciąć sobie rękę, można odciąć nogę, ale jak przyjdzie do odcięcia głowy, to niestety pacjent już nie będzie żył. Jeżeli nic nie zostanie zrobione, to jak się spotkamy za rok... Myślę, że przy tym, co się stanie z mediami publicznymi, afery Rywina będzie „małym pikusiem”, jak to było w pewnej reklamie radiowej. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję.

Bardzo proszę, Pani Dyrektor.

Dyrektor Orkiestry Kameralnej Polskiego Radia „Amadeus” w Poznaniu Agnieszka Duczmal:

Nie przygotowałam żadnego wielkiego przemówienia, powiem dosłownie parę zdań. Padło tu takie zdanie, że ważne jest to, kto się podpisuje pod informacją. Mogę powiedzieć, że ważne jest to, kto się podpisuje pod wykonaniem koncertu. I Orkiestra Kameralna Polskiego Radia „Amadeus” podpisuje się już od czterdziestu czterech lat, bo rozpoczniemy czterdziesty piąty sezon naszej działalności. Podpisujemy się pod poziomem, który jest uznany za jeden z najwyższych na świecie, w Europie. Jesteśmy marką najwyższą, reklamujemy w ten sposób Polskie Radio i tak naprawdę nie możemy tego przeliczyć na pieniądze.

Działalność orkiestry w ciągu roku finansowana jest na poziomie poniżej 2 milionów zł, więc sytuacja, jaka jest w tej chwili, przyczyni się do tego, że być może marka orkiestry nagle przestanie istnieć, bo są różne pomysły, żeby tej orkiestry się pozbyć z radia, bo przecież te dwadzieścia pięć etatów, które zajmujemy, i te niecałe 2 miliony zł to jest podstawa istnienia Polskiego Radia. Doszło do takiego absurdu, że orkiestra, która rozślawia Polskę i Polskie Radio prawie czterdzieści pięć lat, nie może spokojnie pracować. Muzycy otrzymują 1500 zł na rękę za swoją pracę. W drugim półroczu nie będziemy mogli wykonywać naszej normy, bo nie ma na to pieniędzy. Przez ostatnie dziesięć lat wszystkie koncerty normowe są wspomagane przez instytucje zewnętrzne, uniwersytety, przez marszałka, prezydenta Poznania. Nie moglibyśmy wykonać normy,

żeby więc móc zagrać darmowy koncert, żeby wykonać nagranie, pewne koszty zawsze ponosi ktoś inny.

Dziękuję bardzo, że jestem tutaj z państwem. Proszę, zajmijcie się państwo tą sprawą, bo już tylko w Senacie nasza nadzieja.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję bardzo.

Szanowni państwo, przepraszam wszystkich za to, że zbyt mało powiedzieliśmy o historii, o misyjności, o wadze takich instytucji jak na przykład Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia, która jest naszym ambasadorem. Należało może więcej powiedzieć o Teatrze Polskiego Radia, który swoją historią sięga, o ile pamiętam, 1925 r. To jest nasze olbrzymie dziedzictwo kultury. Mam pełną świadomość, że jeżeli szybko nic nie zrobimy, to te instytucje czeka zagłada, po prostu likwidacja. Nie chciałbym przejść do historii jako senator, przewodniczący komisji, który miał tego świadomość, patrzył i nic nie zrobił. Jeszcze raz chciałbym podkreślić, że z dużą przykrością przyjąłem fakt takiej reprezentacji poszczególnych ministerstw – to o czymś świadczy.

Nasze posiedzenie trwa dosyć długo, ale bardzo proszę, Pani Dyrektor.

Dyrektor Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach Joanna Wnuk-Nazarowa:

Joanna Wnuk-Nazarowa, dyrektor Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia.

Proszę państwa, nie skarżę się, bo jeśli chodzi o moją orkiestrę, to swego czasu, pod koniec 2005 r., znaleziono idealne rozwiązanie. Ówczesny zarząd Polskiego Radia – z prezesem Siezieniewskim za poprzedniej kadencji – i Waldemar Dąbrowski jako minister kultury utworzyli nową instytucję kultury, którą jest dzisiaj moja orkiestra. Ma ona podwójne, a nawet potrójne finansowanie: ministerialne, radiowe i prezydenta Katowic. Chodzi o symboliczną kwotę, która niedługo nie będzie symboliczna, ponieważ buduje on dla nas salę – za pieniądze Unii Europejskiej, ale jeszcze większe pieniądze Katowic – na tysiąc osiemset miejsc. Zatem rozpocznie się wspaniałe nowe życie orkiestry.

Problemy Polskiego Radia w utrzymaniu finansowania tej części, którą powinno ono wypełniać, są naturalnie kolosalne. Na mocy aneksu do umowy z ministrem kultury radio płaci teraz 1/3 tych środków, które początkowo deklarowało, czyli zamiast 5 milionów 800 tysięcy zł, 2 miliony. Oczywiście ta kwota też jest, jak rozumiem, cały czas zagrożona. Poprzedni prezes, pan Hasiński, złożył wypowiedzenie tej umowy na ręce ministra. Okazało się jednak, że nie wybudowano by dla nas tej wspaniałej sali, bo środki unijne były przyznane dla podmiotu, którym jest Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia i radio nie może się wycofać ze współfinansowania. Na szczęście to zostało zażegnane i stworzono aneks, który istnieje do dzisiaj.

Proszę państwa, dlaczego w ogóle w Europie radiofonie muszą utrzymywać swoje zespoły artystyczne? Kiedyś padło pytanie, czy nie można po prostu puszczać płyt, pójść do jakiejś filharmonii i coś zarejestrować czy transmitować

bezpośrednio. Otóż należymy do rodziny orkiestr i chórów EBU, czyli Europejskiej Unii Nadawców, wielkiej rodziny, w której i Amadeus ma swoje poczesne miejsce w gronie orkiestr kameralnych, i moja orkiestra – w gronie największych orkiestr symfonicznych. To są zespoły wyspecjalizowane. Na przykład w czasie nagrania albo wtedy, kiedy wchodzimy na antenę na żywo, muzycy doangażowani – bo na przykład nie mamy w składzie saksofonów i przychodzi saksofonista doangażowany – trzęsą się, ciarki chodzą im po plecach, dostają potwornej histerii na widok tego czerwonego światełka, a dla muzyka wychowanego w tej orkiestrze jest to chleb powszedni. Praca wyspecjalizowanych orkiestr radiowych ma inną jakość. Kiedyś były orkiestry radiowo-telewizyjne, więc ludzie umieli się również zachować odpowiednio przed kamerą, wiedzieli, w jaki sposób pozować z instrumentem, jak wyglądać bardzo korzystnie i zaprezentować waltornię: czy troszkę unieść do góry, żeby była piękniejsza, czy pokazać tubę. Teraz już to zginęło, bo niestety odkąd nie ma Radiokomiteu to jest podział; telewizja niestety bardzo ograniczyła współpracę – wiadomo, są też problemy finansowe.

Nasi koledzy z Europejskiej Unii Nadawców, artyści u nas występujący nie rozumieją, na czym polega problem z abonamentem, bo i Francuzi płacą, i Włosi płacą, i Anglicy płacą. Nie mówię o Skandynawach i krajach protestanckich, bo, jak państwo widzieliście, tam jest najwyższa ściągalskość abonamentu. Czasem się dziwię, że jeszcze jest słowo „abonament”, bo rzeczywiście może ono wprowadzać w błąd. Mój trzydziestoczteroletni syn powie: nie oglądam telewizji publicznej ani nie słucham radia publicznego, nie zamawiam tej oferty, nie chcę być abonentem, bo oglądam kanały zagraniczne, sportowe, historyczne, National Geographic itd. Iluś młodych ludzi w dzisiejszej dobie powie tak samo. To nie są ci przedwojenni dziadkowie, którzy, chociaż skonstruowali w pudełku po butach radio, jednak czuli się zobowiązani zapłacić abonament. Może zatem powinniśmy zmienić formułę i uznać, że nie jest to wstrętny haracz, ale danina, taka sama, którą jako obywatel Rzeczypospolitej Polskiej płacę na drogę krajową do Zamościa, którą nie pamiętam kiedy jechałam, jakieś czterdzieści lat temu. Jako zarabiający obywatel – pod koniec mojej kariery zawodowej pracuję na dwóch etatach, bo jeszcze uczę w akademii muzycznej – mam na tyle godziwy zarobek, że płacę horrendalną składkę zdrowotną i nie narzekam, choć ostatni raz ze służby zdrowia skorzystałam trzydzieści cztery lata temu, jak miałam cesarskie cięcie. Od tej pory zawsze, gdy chodziłam do dentysty i do przychodni, płaciłam. A mimo to nie narzekam, cieszę się, że po menela, który upadł gdzieś na rogu, jednak przyjechała karetka, zabrała go i zaopatrzyła. To jest moja obywatelska powinność. Będę tę składkę płacić i cieszę się, że mogę komuś pomóc. Zatem być może musimy uświadomić społeczeństwu, że media publiczne mają być dobrem narodowym, pielęgnującym kulturę narodową. Orkiestra pani Agnieszki i moja nagrywają gros nagrań z muzyką polską, dawniejszą, współczesną. Niestety nie mamy środków, które jeszcze kiedyś Polskie Radio miało na zamówienia; przecież u polskich kompozytorów były zamawiane utwory, płaciło się za to, zamawiało się, stymulowało się powstawanie nowej kultury narodowej.

Dzisiaj na Polskie Radio nie ma pieniędzy... całe szczęście u ministra kultury trochę jest, bo z kuponów w totolotku jest ten grosik, gros idzie na sport, ale grosik na kulturę narodową też. Minister kultury też zawsze był biedny, coś o tym wiem, bo kiedyś nim byłam i nie mogłam się doprosić odhaczenia tych grosików z totolotka. Udało się to następnym, Bogu dzięki.

Proszę państwa, postuluję, żebyście państwo na posiedzeniu komisji senackiej, w ramach nowej inicjatywy legislacyjnej, spróbowali zmienić formułę. Nie upierajmy się przy słowie „abonament”, bo nie chodzi o to, czy ktoś coś zamawia... Nie smakuje mi to, więc zamawiam coś innego na przykład w Cyfrze+. Doprowadźmy do tego, że są media, które służą informacji, kulturze, wychowaniu społeczeństwa, oświacie narodowej i trzeba na to płacić daninę bez względu na to, czy ogląda się taką telewizję, czy inną. Może bowiem gdzieś w małym przysiółku jest rodzina, której nie stać na „talerz” i będzie odbierała wyłącznie tę telewizję, tylko z dodatkiem cyfrowym, który trzeba kupić za sto kilkadziesiąt złotych, jak głosi reklama. Zatem ta rodzina będzie odbierała naszą telewizję publiczną i radio ze starszego odbiornika. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję.

Jeszcze dwie krótkie wypowiedzi i zamykam listę mówców.

Bardzo proszę.

Prezes Zarządu Polskiego Radia Rzeszów SA Henryk Pietrzak:

Dzień dobry.

Henryk Pietrzak, jestem prezesem Zarządu Polskiego Radia Rzeszów SA.

Chciałbym skoncentrować się na tym, co jest podstawą naszej debaty.

Szanowny Panie Przewodniczący! Panowie Senatorowie!

Odbyły się już dwie debaty na temat diagnozy i środków zaradczych. Pierwsza była zwołana w dużym radiu przez prezesa Siezieniewskiego i prezesa Brauna, tudzież inne gremia z Krajowej Rady, druga – 1 marca tego roku na Uniwersytecie Warszawskim. Proszę państwa, wszystkie problemy, o których mówimy, które nas bolą, są wtórne w stosunku do problemu legislacyjnego, a tam padły dwie deklaracje, które chciałbym państwu przypomnieć.

Pierwsza deklaracja była taka, że wnioski czy projekty tak zwanej ustawy medialnej i tak zwanej ustawy abonamentowej zostały skierowane do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do oceny. Diagnoza, którą pan minister Rogowski przedstawiał na przykład na Uniwersytecie Warszawskim, była znakomita i precyzyjna. Drugi projekt, a raczej deklaracja dwóch kluczowych dla nas ministrów, mianowicie pana ministra Boniego i pana ministra Zdrojewskiego, dotyczył tego, że do końca sierpnia zostaną złożone projekty ustawy medialnej z konkretnym rozwiązaniem problemu abonamentowego. Pełni nadziei i optymizmu na to czekamy; zarówno prezesi spółek regionalnych, jak i, mam nadzieję, koledzy z dużych spółek, czyli z dużego radia i z telewizji.

Jeżeli jest wola polityczna do wprowadzenia takich rozwiązań lub do przyspieszenia trybu legislacyjnego – bo diagnozę, jeszcze raz powtarzam, mamy znakomitą i nie-stety adekwatną do rzeczywistości – to bardzo dziękuję panu przewodniczącemu i komisji senackiej za podjęcie inicjatywy legislacyjnej. Projekty są. Dziękuję.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Dziękuję.

Bardzo proszę.

Zastępca Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Witold Graboś:

Witold Graboś, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji.

Proszę państwa, jako były senator jestem wdzięczny za to, że moje zaufanie do tej izby pozostaje niezmienione. Są ku temu powody. Dziękuję, że podejmujemy ten trudny, wrażliwy społecznie temat. Niedawno uczestniczyłem w ciekawej konferencji we Wrocławiu poświęconej cyfryzacji radia, zorganizowanej przez miejscową rozgłośnię. Zgromadzili się na niej przedstawiciele wielu państw, również tak egzotycznych jak Australia. Kiedy dowiedzieli się o polskich problemach związanych z płaceniem abonamentu, padło pytanie: jak to, to u was abonament jest dobrowolny? To było pytanie trochę otrzeźwiający.

Proszę państwa, spór o media publiczne jest immamentny, wpisany w charakter tych mediów. Nie dziwi mnie to. Wcale mnie też nie dziwi, że ma on charakter polityczny, bo demokracja jest z natury polityczna. Media publiczne są przedmiotem pożądania, są tam wpływy polityczne. To mnie także nie dziwi, bo taka jest, jak powiedziałem, istota rzeczy. Kiedy zaś zastanawiamy się, kto jest odpowiedzialny za kryzys w finansowaniu mediów, to przypomina mi się stwierdzenie Hemingwaya: nie pytaj, komu bije dzwon. Nawet gdybyśmy byli bliżsi rozstrzygnięcia, kto zawinił, to nie uczyni nas to bardziej szczęśliwymi ani także nie odpowie na pytanie, jak jutro media powinny funkcjonować sprawniej, z większą pewnością finansową. Ten dzwon bije dla nas wszystkich – indywidualnie i zbiorowo, również dla rządu, parlamentu, Krajowej Rady i wszystkich innych podmiotów zainteresowanych tym tematem.

W pewnym momencie odniosłem wrażenie, że chcemy na tej sali ustalić, kto jest winny. To jest ślepy zaułek, to dobry temat na debatę polityczną, ale Krajową Radę – powiem z rozbrajającą szczerością – mało ten temat interesuje. Bardziej nas interesuje to, co w tej sytuacji można zrobić. Często powtarzam, że w trudnej sytuacji trzeba zrobić to, co jest możliwe do zrobienia; banalne, ale oparte na zdrowym rozsądku. Wydaje mi się, że potrzebna jest szybka inicjatywa legislacyjna. Abonament może być... Może inaczej zacząć: abonament musi być powszechny. Trzeba zrezygnować z zapisu o potrzebie rejestracji odbiornika, bo to anachroniczny przepis; pan przewodniczący Dworak mówił o tym, nie chcę się powtarzać. Abonament może być niższy – to ważny element – jeżeli będzie powszechny. Abonament – i znowu wrócę do formuły „musi” – musi być egzekwawalny. Państwo nie może okazać słabości czy

niesprawności w egzekwowaniu abonamentu. To jest taka sama powinność jak każda inna. Dlaczego u licha mielibyśmy tu stworzyć furtkę, udzielić specjalnej dyspensy. To pomysł, który psuje państwo. Abonament musi być akceptowalny społecznie. Społeczeństwo musi mieć świadomość, że jest wykorzystywany efektywnie i w sposób atrakcyjny. To jest także zobowiązanie dla mediów. Nie mówmy, że to są tylko... Jesteśmy stronami tego samego układu, działamy w relacji zwrotnej...

(Wypowiedź poza mikrofonem)

Tak. Pani dyrektor mi podpowiada, że działamy w warunkach zaufania społecznego...

Proszę państwa, w całej tej debacie brakuje mi jednego elementu. O czym tak naprawdę, Wysoka Komisjo i Szanowni Goście, debatujemy? Debatujemy o przyszłości polskiej demokracji. Tak naprawdę w sytuacji, kiedy jest ogromne rozprężenie źródeł informacji, mnogość programów, jest dziennikarstwo społeczne czy obywatelskie, niezliczona liczba źródeł informacji, w 99% niesprawdzalnych, o różnej jakości, nie możemy sobie pozwolić na to, żeby zrezygnować z mediów publicznych, które poddane są ustawowym wymogom jakości i kontroli. W tych mediach nie można powiedzieć wszystkiego, nie można powiedzieć byle jak, nie można kierować się tylko uprzedzeniem do kogoś. Tu obowiązuje rzetelność. Zrezygnowanie z takiego paradygmatu życia publicznego jest dla mnie więcej niż błędem, to dla mnie prawdziwa tragedia. Nie chcę żyć w takim kraju, w którym nie będzie mediów publicznych, w którym każdy może powiedzieć o każdym co mu się rzewnie podoba, nie ponosząc za to żadnej odpowiedzialności. Otóż media publiczne ustanawiają kryteria jakości debaty publicznej, de facto mówią one o tym, jaka jest jakość demokracji. De facto dzisiaj, dzięki panu przewodniczącemu i Wysokiej Komisji, mówiliśmy o jakości polskiej demokracji. Jeżeli przy okazji poróżniliśmy się w jakichś sprawach albo zaszliśmy w ślepy zaułek, jeśli chodzi o eskalowanie tragicznej sytuacji, to – chociaż to niczego nie daje, jest łatwe w praktyce – nie jest to złe. To jest dobre. Najważniejsze, że padła tu deklaracja inicjatywy legislacyjnej. Ten pomysł uzdrawiania mediów nie może być jak sierota – niechciany, niepożądany, odpychany.

Jeżeli to ma być sierociniec, to niech będzie tutaj, niech będzie, gdzie chce, ale niech będzie. Dziękuję.

A tak na marginesie, moja żona w wakacje słuchała orkiestry pani Agnieszki Duczmal gdzieś na świeżym powietrzu i mówiła, że to boskie przeżycie. Chciałbym, żeby były pieniądze na takie przeżycia.

(Oklaski)

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Szanowni Państwo!

Kiedy podsumowywałem dzisiejszą konferencję i wspominałem o słowach premiera Tuska, nie miałem na myśli obwiniania, bo każdy polityk ma prawo do swojego zdania. Zwróciłem tylko państwa uwagę na to, że jeżeli ktoś jest przeciwny abonamentowi, to powinien zaproponować w zamian coś innego. I tylko o to mi chodzi. Można przyjąć rozwiązania – i w Europie są takie rozwiązania – które nie

opierają się na opłatach abonamentowych, zastępuje się je budżetowymi. Ale rozmawiamy o czymś innym. Jeden system jest niszczone, ale nie ma nic w zamian, dlatego doszło do obecnej sytuacji. I to chciałbym mocno podkreślić.

Bardzo się cieszę, że powtórzono moje słowa i jesteśmy co do tego zgodni. Przypomnę, że na początku posiedzenia mówiłem, że moim zdaniem dochodzi do niesprawiedliwości społecznej, bo 13% obywateli płaci abonament, a pozostali nie płacą. Jest to dla mnie sytuacja absurda, bezsensowna i wymagająca natychmiastowej zmiany; albo płacą wszyscy dużo mniejszy abonament, albo nikt – to jest dla mnie zdrowy system.

Szanowni państwo, na koniec chciałbym podkreślić, że starałem się prowadzić dzisiejsze posiedzenie komisji tak, abyśmy nie wchodzili w zwarcie, jeśli chodzi o tematy szczegółowego funkcjonowania zarządów, ponieważ to mogłoby nam jedynie przysłonić główny, nadrzędny cel. Ze swojej strony chciałbym podtrzymać propozycję mojego wiceprzewodniczącego, że jeżeli będzie taka wola ze strony premiera Donalda Tuska, to ta komisja wspólnie jest w stanie pochylić się nad tym natychmiast. Osobiście jestem skłonny odłożyć wszystkie mecze Euro, zająć się tylko tym, poświęcić się natychmiastowemu opracowaniu zmian legislacyjnych. Składam taką deklarację. Aby jednak do tego doszło, musi być jasny sygnał polityczny. Jeżeli tak się nie stanie, to spodziewam się, że – nawiązując do konferencji sprzed miesiąca, o ile pamiętam, i deklaracji panów ministrów Boniego i Zdrojewskiego – takie zmiany będą przygotowane w bardzo krótkim terminie. To są dwa realne warianty.

Jednocześnie chciałbym podkreślić, że jeżeli wpływy z abonamentu są pomniejszane o zwolnienia, to, moim zdaniem, jednym z wariantów – najszybszym i najprostszym – jest taka zmiana legislacyjna, która w krótkim terminie wprowadziłaby refundację tych zwolnień z budżetu państwa. Można to przeprowadzić tak naprawdę w ciągu dwóch, trzech tygodni, jeżeli tylko będzie zgoda polityczna na takie rozwiązania. Są zatem możliwe szybkie, wręcz natychmiastowe rozwiązania, ale wymagają one woli politycznej i zgody koalicji rządzącej. I o to gorąco apeluję. Dziękuję państwu.

Zastępca Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Witold Graboś:

Krajowa Rada pomoże w pracach legislacyjnych każdemu, kto ma inicjatywę legislacyjną i dobrą wolę.

Senator Aleksander Świeykowski:

Chciałbym jeszcze tylko dodać, że nie bardzo rozumiem, dlaczego jako senator mam czekać na pozwolenie od premiera.

Przewodniczący Grzegorz Czelej:

Po to, Panie Przewodniczący, żeby nasza praca nie wyładowała w koszu. To taki drobny problem.

Bardzo państwu dziękuję.

Zamykam posiedzenie komisji.

(Koniec posiedzenia o godzinie 15 minut 10)

Kancelaria Senatu

Opracowanie:

Biuro Prac Senackich, Dział Stenogramów

Druk i łamanie: Biuro Informatyki, Dział Edycji i Poligrafii