

Jaki tam ze mnie Nostradamus

13 sierpnia 2014

Data publikacji: 17.11.2009

Dokładnie sześć lat temu opisałem w GW chore mechanizmy, których doświadczałem w TVP. Zapewne naiwne jest tamto moje myślenie, ale w świetle reflektorów dzisiaj obnażających beznadzieję tej firmy postrzegam je jako prorocze.

Tekst opublikowany w GW 3 października 2003 roku. Józef K. w labiryncie TVP, czyli telewizja okiem niezależnego producenta. Na antenie TVP pojawiają się audycje producentów zewnętrznych. Ale gdy próbowałem sprzedać coś swojego, skutek był jeden – jak głową w mur. Od dziesięciu lat jako telewizyjny producent zewnętrzny jestem (byłem?) związany z TVP. Z politycznej woli władców firmy będę niebawem musiał zmienić zakres usług, utrwać swoim profesjonalnym sprzętem pierwsze komunie, chrzty i wesela. Chyba że wywołana przez Lwa Rywina afera spowoduje polityczne odczarowanie Telewizji Polskiej. Nadzieje, jakie w 1992 r. budziła w ludziach takich jak ja – młodych, przedsiębiorczych i naiwnych – ustawa o radiofonii i telewizji, mogłyby wówczas powrócić.

Wśród artykułów ustawy powołującej Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i Telewizję Polską SA najbardziej interesował nas ten opatrzony znakiem 15a: „Nadawcy programów telewizyjnych przeznaczają co najmniej 10 proc. kwartalnego czasu nadawania programu na audycje (...) wytworzone przez europejskich producentów niezależnych”. Punkt drugi tegoż artykułu głosił: „Nadawcy programów telewizyjnych i radiowych przeznaczają co najmniej 10 proc. kwartalnego czasu nadawania programu na audycje (...) wytworzone pierwotnie w języku polskim w okresie 3 lat przed rozpowszechnianiem w programie”. Mogłem zostać prywatnym, niezależnym producentem telewizyjnym! Produkować programy i sprzedawać je TVP. A Telewizja powinna je kupować, bo, po pierwsze, tak stanowi prawo, a po drugie – bo ustrój

polских mediów wzorowano na Wielkiej Brytanii, a tam właśnie dzięki przepisowi zmuszającemu telewizję publiczną do współpracy z producentami zewnętrznymi starano się zapewnić niezależność programów i wzrost konkurencji, a więc obniżenie kosztów produkcji. To drugie w wypadku Telewizji Polskiej nie było takie oczywiste, gdyż, jak się wkrótce przekonałem, nikt w tej firmie nie miał bladego pojęcia, ile kosztuje produkcja audycji. Sam nie wiedziałem, czy będę w stanie oferować tanie programy. Zaczynałem jako „firma w teczce”. Żadnego sprzętu – tylko otwarta głowa i pomysły. Wymyślałem zatem, pisałem scenariusze i wysyłałem na Woronicza. Deptałem telewizyjne korytarze. Początkowo bez efektu. Od klamki do klamki W 1994 roku coś drgnęło. Czy byłem wtedy tanim producentem – nikt nie wie. Musiałem wynajmować za duże pieniądze kamerę z operatorem, studio montażowe etc. Starłem się zorientować, za ile sprzedają materiały niezależne firmy warszawskie. Tak na marginesie – ich właściciele w znacznej części rekrutowali się spośród byłych pracowników radio-komiteto-telewizji. Sprzęt zdobywali na lewo za niewielkie pieniądze u swoich pracujących w telewizji kolegów. Oferowałem połowę stawek warszawskich. Z czasem na Woronicza nauczono się, co to są kosztorysy i ile kosztuje produkcja minuty takiej czy innej audycji. A ja swoje ceny mogłem nieznacznie podnosić, bo okazało się, że moja praca jest wielokrotnie tańsza. Widziałem to przy realizacji materiałów informacyjnych. To, co my robiliśmy we dwójkę z operatorem, chłopcy z telewizji publicznej załatwiali w cztery, pięć osób (dziennikarz, operator, oświetleniowiec, dźwiękowiec i kierowca). Pomimo moich niskich cen efekty były zdumiewające. Choć wynajem sprzętu był bardzo kosztowny, oferowałem Telewizji programy trzy-, czterokrotnie tańsze, naprawdę sownie płaciłem współpracownikom i usługodawcom, a i tak sporo pieniędzy zostawało w firmie. Początki mojej działalności przypominały „Proces” Kafki. Na Woronicza nikt nigdy nie wiedział, kto, gdzie i jak może przyjąć ofertę. Dreptałem po korytarzach TVP jak ślepiec, obmacując klamki. Gdy już się wydawało, że nacisnąłem właściwą i mam przed sobą odpowiedniego człowieka, zaczynał się nowy taniec zwany

„gonionym kadrowym”. Scenariusz przedstawiałem Kowalskiemu, czytał go Nowak, kosztorys opiniował Kowalski Prim, umowę podpisywał Nowak Prim, gotową audycję przyjmował i kołaudował Kowalski Bis, a do emisji kierował Bis Nowak. Te wszystkie osoby pracowały na tym samym stanowisku, tyle że zmieniały się błyskawicznie. I wszystkim trzeba było klarować sprawę od początku.

Z wieloma redakcjami przez lata prowadziłem abstrakcyjne rozmowy o budżecie. Wyglądało to mniej więcej tak: MARZEC – Dzień dobry, chciałbym przedstawić scenariusze kilku audycji oraz ofertę ich produkcji. – Och nie, to już za późno. Budżet na ten rok został rozdysponowany, nie mam pieniędzy, ale niech pan zadzwoni we wrześniu, gdy będziemy układać ramówkę na przyszły rok. WRZESIEŃ – Jeszcze trochę za wcześnie, proszę o kontakt pod koniec października. PAŹDZIERNIK – Dzień dobry, czy przyjmie pan/pani ofertę z audycjami X, Y, Z? Rozmawialiśmy we wrześniu. – Proszę przesłać ofertę. – Kiedy mogę się skontaktować w sprawie pana/pani opinii o tych projektach? – Gdzieś pod koniec listopada, wtedy będziemy też wiedzieli, ile dostaniemy pieniędzy. LISTOPAD – O konkretach trudno jeszcze mówić, bo nie wiem, ile będzie pieniędzy. Proszę o kontakt na początku stycznia. STYCZEŃ – Czy miał(a) pan/pani okazję przejrzeć kosztorysy do audycji, którymi wyraził(a) pan/pani zainteresowanie? – Tak. Cena nie jest wygórowana, ale ja jeszcze nic nie wiem w sprawie naszego budżetu. – Kiedy mogę się skontaktować? – Trudno powiedzieć, proszę próbować. LUTY – Czy mają już państwo budżet redakcji? – Jeszcze nie. Może za dwa tygodnie... KONIEC LUTEGO/POCZĄTEK MARCA Wariant pierwszy: – Przesłałem scenariusze i kosztorysy audycji X, Y, Z. Czy już się pan/pani orientuje co do możliwości ich produkcji? – Tak, już nie mamy pieniędzy. – Ale dwa tygodnie temu mówił pan, że jeszcze nie ma budżetu, a teraz już wszystko wydaliście? Tu odpowiedź zwykle jest pokrętna. Okazywało się, że Telewizja musiała wydać na to, tamto i owamto. Wariant drugi: – Niestety, nie zmieścimy się z pańskimi propozycjami w tegorocznym budżecie. Ale to

interesujące pomysły. Proszę być w kontakcie. Może niech pan zadzwoni pod koniec kwietnia. Mam nadzieję, że zwolnią się jakieś środki.

A jednak zostałem zewnętrznym producentem telewizyjnym. Bez wódki, kolegów i łapówek. Per aspera ad astra Udało mi się dotrzeć do redakcji, które chętnie kupowały moje pomysły i audycje. Z jedną nawet nawiązałem stałą współpracę. Produkowałem przede wszystkim programy edukacyjne, historyczne, trochę publicystyki i filmy dokumentalne. Powstawało tego kilka godzin emisyjnych rocznie. Kosztorysy początkowo były przyjmowane jako załącznik do umowy. Dopiero gdzieś w 1997 roku przedstawiciele TVP zaczęli negocjować ceny audycji. Nabierałem skrzydeł. Zdobyłem kilka zawodów. Byłem nie tylko dziennikarzem i producentem. Pisałem też scenariusze, reżyserowałem, realizowałem zdjęcia i nauczyłem się sztuki montażu. Kochałem tę pracę. Może tym bardziej że nigdy nie kwestionowano jej merytorycznego ani technicznego poziomu. Moje audycje emitowano w mniej atrakcyjnych, przedpołudniowych pasmach, ale i tak jednorazowo oglądało je po kilkaset tysięcy osób. Widzowie pisali listy – dopytywali się o szczegóły, czasem coś prostowali. Czułem się spełniony jako twórca i człowiek niezależny. W tym czasie byłem również przekonany, że tryby Telewizji Polskiej co prawda z oporami, zgrzytami i wielką niechęcią, ale jednak coraz śmielej realizowały porządek medialny przewidziany przez autorów ustawy. Zamawiano programy u producentów niezależnych i coraz baczniej przeglądano ich kosztorysy. Z drugiej strony dostrzegałem wielkie marnotrawstwo środków. Jakim cudem w regionalnych ośrodkach można było utrzymywać drogie studia, biurowce i setki pracowników, które produkowały dziennie dwie, trzy godziny programu? Stąd też nie dziwiła mnie dysputa rozpoczęta bodajże w 1995 roku, a dotycząca prywatyzacji oddziałów terenowych TVP. Rozpatrywano także wariant stworzenia przy ich udziale programu ogólnopolskiego na wzór niemieckiej ARD. W takim układzie prywatyzowany byłby Program 2 TVP. To były rozsądne głosy. Natomiast głosem zdecydowanie

na wyrost i impulsywnym wydawał mi się postulat Andrzeja Wajdy, który na łamach „Gazety Wyborczej” nawoływał do całkowitej likwidacji Telewizji Polskiej. Nowa TVP miała być stworzona przez zupełnie innych ludzi. Starą ekipę z Woronicza Andrzej Wajda postrzegał jako podstawowy hamulec rozwoju rzetelnej, misyjnej i nowoczesnej telewizji publicznej. Uważałem wtedy, że Mistrz reaguje emocjami, że należy dać zarządzającym Telewizją Polską nieco czasu, aby przeprowadzili niezbędne reformy. Jakże się myliłem. Reformy i reorganizację, owszem, przeprowadzono. Tylko dokąd one zaprowadziły telewizję publiczną? Marża ośrodków regionalnych Czasy prezesów Wiesława Walendziaka i Ryszarda Miazka były okresem nadziei i pracy. Każdy z nich realizował prywatę i interesy partyjnych kolegów. Niemniej poruszano się w granicach obowiązującego prawa. Inna sprawa, czy to prawo jest doskonałe i czy nie łamano norm etycznych. Walendziakowa ekipa pampersów robiła dużo szumu. Pozajmowała trochę kluczowych stanowisk i sporo dobrego czasu antenowego. Pojawiły się agresywne, prawicowe audycje publicystyczne i programy katolickie. Na antenie prezentowali się jacyś śmieszni, niby to kontrowersyjni kowboje. To wszystko trzeba było traktować jak folklor albo przyjąć do wiadomości, że nasze społeczeństwo jest różnorodne, a ramówka TVP jest tego odbiciem. Natomiast zmiany kadrowe i organizacyjne były w gruncie rzeczy powierzchowne. Mimo wszystko Walendziak i jego ekipa stworzyli solidne podstawy do budowy programu dobrej telewizji publicznej. Dynamicznie rozwijała się Telewizja Edukacyjna, kwitł Teatr Telewizji, w pasmach o najlepszej oglądalności pokazywano niezłe filmy, a bloki reklamowe nie ryczały dziesiątkami decybeli. Miazek tamtych wymienił na swoich i serwował PSL-owską propagandę widoczną zwłaszcza w programach informacyjnych. A jednak, analizując programy ramowe stworzone za prezesury Walendziaka i Miazka, łatwo zauważyć, że była to telewizja publiczna. No, może czasem publiczno-komercyjna. Później te proporcje miały się odwrócić. PSL-owski prezes TVP ramówki nie zepsuł, inwestował w technikę, kupował audycje z zewnątrz, ale zaczął też marnować pieniądze. Nadal zatrudniano około sześciu

tysięcy osób. Zrezygnowano z pomysłów uzdrowienia sytuacji w ośrodkach regionalnych utrzymywanych z warszawskich dotacji. Właśnie wspieraniu regionalnych ośrodków służyła osobliwa praktyka upowszechniona u schyłku rządów prezesa Miazka. W 1997 roku redakcjom na Woronicza podobno znacznie poobcinano budżety. Na kupowanie audycji od producentów niezależnych nie miały pieniędzy. Albo udawały, że nie mają. Kupowały więc za pośrednictwem ośrodków regionalnych. Bo jak się okazało, były jeszcze pieniądze w osobnej budżetowej szufladce przeznaczonej na zakupy od oddziałów terenowych. Zainteresowany redaktor z Woronicza wskazywał kierownika produkcji w wybranym ośrodku regionalnym TVP i z nim należało nawiązać kontakt. Technicznie odbywało się to tak, że producent zewnętrzny ustalał z odpowiednią redakcją w Warszawie, co i za ile wyprodukuje, a centrala Telewizji umieszczała tę pozycję w swojej ramówce. Następnie producent zewnętrzny dzwonił do wskazanego ośrodka TVP, gdzie dowiadywał się, że jego audycja jest za droga i ośrodek nie może jej kupić za takie pieniądze. Ośrodkowi kierownicy produkcji zbijali nasze wynagrodzenia, ile się dało, czasem przekraczając granice opłacalności. Co jednak można zrobić, jeśli audycja jest już gotowa? Sprzedać ją po cenie niekorzystnej albo stracić wszystko, co się zainwestowało. Formalnie centrala na Woronicza nie kupowała programu ode mnie, tylko od ośrodka. Tym samym załatwiano co najmniej dwie sprawy. Po pierwsze, oddział TVP zarabiał pieniądze za wymuszone pośrednictwo, gdyż kupioną ode mnie audycję po nałożeniu swojej marży (od 30 do 100 proc.) sprzedawał centrali. Po drugie – można było w ten sposób łatwiej wypełnić narzucony przez ustawę (art. 15A poz. 1 i 2) obowiązek nadawania pewnej liczby programów polskich wyprodukowanych przez niezależnych producentów. Bo pełni inwencji pracownicy TVP liczyli dwa razy tę samą audycję. Raz liczył ją regionalny ośrodek TVP, bo przecież podpisywał ze mną umowę. Wątpię, czy rzeczywiście ją emitował, ale w papierach wszystko grało. Kiedy Program 1 czy 2 TVP kupował tę samą audycję od swojego oddziału, ponownie wliczał ją do kwot emisyjnych. Przecież każda antena jest objęta osobną

statystyką. O tym wiedzieli wszyscy producenci zewnętrzni, ale nigdy nikt się z tą wiedzą nie ujawniał ani też nie zaprotestował.

To oczywiste, bo Telewizja Polska wobec setek zewnętrznych kooperantów jest monopolistą. Kto się wychyla, ten czyni to po raz ostatni. Innym przykrym nadużyciem wobec producentów zewnętrznych było selektywne przestrzeganie przepisów o jakości technicznej audycji. Według instrukcji działu technicznego TVP audycje mogły być produkowane wyłącznie w technologii Betacam SP. Tymczasem w 1996 roku na antenach ośrodków regionalnych zaczęło się pojawiać sporo produkcji, do których zdjęcia realizowano w formatach tańszych – SVHS, Hi 8 czy cyfrowym DV. Jakość tego była marniutka, ale jakiż zysk, bo przecież TVP kupowała audycję jako pełnowartościowy materiał. Ktoś musiał tylko przymknąć oczy na odbiór techniczny. Nie wierzę, że zarabiali na tym tylko producenci-kolesie decydentów z ośrodków. Nikt nic nie wie.

W czerwcu 1998 r. stało się to, co było do przewidzenia – walne zgromadzenie akcjonariuszy nie skwitowało zarządu Ryszarda Miazka. Natomiast nowy zarząd od razu wystartował ze skandalem, który jednak przemknął bez echa. Tylko Monika Olejnik w „Trójce” pytała dociekliwie Waltera Chełstowskiego (został członkiem zarządu TVP z rekomendacji Unii Wolności), czy powinien zasiadać w kierownictwie Telewizji, skoro jako producent sprzedaje tej samej firmie swoje audycje. Pan Chełstowski naturalnie nie widział w tym niczego zdrożnego. Trzydziestotysięczne wynagrodzenie, które wtedy wzbudziło pewne emocje, uznał za jak najbardziej odpowiednie. Pomimo wszystko po mało przejrzystych relacjach panujących w Telewizji w czasach Miazka postawa Kwiatkowskiego wzbudzała nadzieje. „Rzeczpospolita” z 27 czerwca 1998 roku cytowała jego wypowiedź tuż po wyborze na prezesa zarządu: „(...) mówił, że najważniejsze zadania dla nowego zarządu to: oddzielenie funkcji nadawczych od producenckich, wprowadzenie zasad konkurencji wewnątrz spółki, uruchomienie kanałów tematycznych

i kontrola nad obecnością przemocy w programach. Zapowiedział też, że zajmie się uregulowaniem stosunków między światem polityki a Telewizją (na zasadach autonomii i niezależności)". Jako producent niezależny mogłem takiemu oświadczeniu tylko przyklasnąć i niecierpliwie oczekiwać na zapowiadane zmiany. Do końca 1998 roku nie działo się nic specjalnego. Trochę rwały się kontakty z redakcjami. Może dlatego, że nie do końca wiedziały, na czym stoją i co jest grane. Niemniej nadal znakomicie układała się współpraca z Telewizją Edukacyjną. W połowie lutego miałem się pojawić w Warszawie, aby podpisać kontrakt. Nigdy do tego nie doszło, gdyż z dnia na dzień rozwiązano redakcję. Jej zobowiązaniami wobec kogoś tam nikt się nie przejmował. Pozostawało czekać, aż sytuacja się ustabilizuje. Jednak reforma się przeciągała. W TVP zdawkowo odpowiadali, że nikt nic nie wie i czekają. Teraz rozmowy z redaktorami były raczej krótkie i konkretne. Ich treść była identyczna zarówno w 1999, jak i 2000 roku. KONTAKT PIERWSZY Dzień dobry, czy nie zechciałby(aby) pan/pani przejrzeć moich scenariuszy? – Tak, czego dotyczą? – Tego i owego (wyjaśnienia). – Bardzo proszę przesłać faksem. KONTAKT DRUGI – Dzień dobry. Czy przejrział(a) pan/pani już moje scenariusze? – Tak. Interesuje mnie scenariusz X i Y, ale w związku z reformą firmy nie wiem, czy będą pieniądze. Zresztą chyba kto inny będzie decydował o zakupie audycji. I to tyle. Pieniądzy nie było. Dla takich jak ja.

Nieosiągalne numery w 2000 roku Telewizja Polska wciąż się reformowała. Rynek reklam i filmów promocyjnych zamierał. Kończyły się zamówienia od przedsiębiorstw i samorządów. Ostatecznie w połowie roku reforma TVP stała się faktem. Nareszcie cieszyłem się – kryteria współpracy będą jasne i czytelne. Zwalniając prawie tysiąc osób, zracjonalizowano zatrudnienie. To również dobrze wróżyło, gdyż sądziłem, że zaczęto liczyć pieniądze i już wiedzą, co ile kosztuje. A zatem potrafią ocenić, czy mój produkt jest drogi, czy tani. Wreszcie wstępnie przyjęto kilka moich ofert. Sądziłem, że to koniec kłopotów. Myliłem się. Zanim Kwiatkowski przeprowadził

reformę, o przyjęciu oferty producenta zewnętrznego decydowali redaktorzy zamawiający. Dysponowali oni kompetencjami merytorycznymi, swoim budżetem i czasem emisyjnym. Wielostronicowe dokumenty były precyzyjnie formułowane umowami. Ze strony Telewizji Polskiej podpisywali je redaktor zamawiający i jego bezpośredni szef (w moim przypadku najczęściej dyrektor Telewizji Edukacyjnej), dyrektor ekonomiczny oraz dyrektor Programu 1 lub 2 TVP. W sumie cztery osoby. Kierownik produkcji w danej redakcji dbał o formalności i terminy związane z umieszczeniem audycji na antenie. Zarząd Kwiatkowskiego oddzielił pionierzy produkcyjne od emisyjnych. Powstały agencje (m.in. publicystyki, widowisk) i anteny Programu 1 i 2. W redakcjach powołano producentów odpowiedzialnych między innymi za zamówienia od firm zewnętrznych. Otrzymali oni kompetencje merytoryczne i budżety, ale czas emisji musieli negocjować z antenami. Zrezygnowano z umów na rzecz jednostronicowych świstków zamówień. Oprócz czterech poprzednich podpisów nowy proces decyzyjny obejmował ponadto przyznanie tak zwanego numeru antenowego, czyli terminu emisji. W praktyce wyglądało to tak, że jeśli nawet dogadałem się z producentem co do produkcji jakiejś audycji, to i tak pieniądze mogłem dostać po przydziale numeru antenowego. A na to mogłem czekać miesiącami. Na początku roku 2001 ustaliłem z jednym z producentów, że wyprodukuję trzy audycje o problemach integracji europejskiej w Irlandii i Danii. Zapewnił mnie, że je u mnie zamówi, ale musimy czekać na przyznanie numeru antenowego. Wtedy też przyślą zamówienie na piśmie. A tych numerów (czyli de facto czasu antenowego) ciągle brakowało. Miesiące mijały. Ponieważ producent zapewniał, że moje programy na pewno w końcu weźmie, rozpocząłem produkcję. Jesienią audycje były gotowe, a numerów antenowych nadal nie przyznano. Tymczasem producent, który zamówił u mnie audycje, został wymieniony na nowego. Ten ku mojemu zadowoleniu potwierdził wolę zakupu moich audycji. Pierwszy z trzech numerów antenowych nadano w połowie grudnia. Producent oświadczył, że może mi zapłacić około połowy uprzednio

ustalonej ceny. Protestowałem słabo, że to przecież dość kosztowna audycja wyprodukowana w Irlandii. Jak się okazało, mój rozmówca sądził, że swoją audycję oparłem na materiałach archiwalnych, więc i tak sporo na tym zarobię. Zmierzył mnie swoją miarą, bo w latach 1999-2000 większość emitowanych audycji edukacyjnych i publicystycznych TVP opierała się na materiałach archiwalnych, a w najlepszym razie była produkowana z kompilacji starych zdjęć. Nie było wyjścia. Sprzedałem audycję poniżej kosztów produkcji. W styczniu tenże producent wyznał, że rezygnuje z pracy i dalej będę musiał rozmawiać z kimś innym. Zacząłem go wypytywać o sytuację w TVP, dlaczego rezygnuje z funkcji producenta po zaledwie trzech miesiącach. Wyjaśnił mi, że jego kompetencje są tylko symboliczne, bo i tak najwięcej do powiedzenia mają nowi ludzie – członkowie SLD. Nieważne, czy piastują jakieś stanowiska kierownicze w firmie. Tego konkretnego producenta kontrolowali i ograniczali dziennikarze, którzy formalnie podlegali mu w ramach redakcji. Aby sprzedać kolejne dwie zamówione przed rokiem audycje, dwukrotnie odwiedzałem centralę na Woronicza. Jedną z nich sprzedałem w kwietniu 2001 r. za 30 proc. pierwotnie uzgodnionej ceny. Producent zrobił dla mnie „wyjątek” i zorganizował zakup przez ośrodek regionalny na południu Polski. Tamci za moją audycję wzięli od Warszawy jeszcze raz tyle co ja. Ostatniego programu w ogóle nie udało się sprzedać.

Od 2001 roku rozmowy z Telewizją Polską są proste. Nikt nie ma ochoty czytać scenariuszy i przeglądać eksplikacji z nowymi pomysłami. Słyszę tylko jedną odpowiedź – Nie mam środków, brak pieniędzy. A jednak się kręci. A przecież na antenie TVP pojawiają się audycje producentów zewnętrznych. Ale gdy próbowałem sprzedać coś swojego, skutek był jeden – jak głową w mur. Nikogo nie obchodzi dokonania, doświadczenia, pomysły i profesjonalizm. Nikt o to nie pyta! Długo usiłowałem zrozumieć, co się dzieje. Rozmawiałem z zaprzyjaźnionymi producentami niezależnymi. Ustaliłem jedno. W Telewizji Polskiej i dla Telewizji Polskiej pracują ludzie w różny

sposób związani z SLD. Nie jest to jednak zwykła nomenklatura partyjna, jak to sugerował wspomniany wcześniej producent. Chodzi raczej o sympatie i znajomości, a zasadniczym kryterium jest robienie interesów w ramach kręgu wtajemniczonych i dopuszczonych. Jest to towarzystwo wzajemnej adoracji i samopomocy. O kryteriach współpracy z „Dwójką” napomknął mi jeden z producentów zewnętrznych, do niedawna sprzedający tzw. telenowele dokumentalne. Był to straszny chłam, ale kupowany i emitowany przez dobre dwa lata. Gdy program zszedł z anteny, znajomy powiedział mi, że ktoś inny dał więcej. Nigdy nie prowadziłem specjalnego śledztwa dotyczącego korupcji w TVP ani nie rozważałem możliwości nawiązania takiego układu. Informacje powyższe są wszystkim, co wiem na ten temat, niemniej wiem, że ukrycie łapówkarstwa w Telewizji jest bardzo łatwe. Służyć może temu mnóstwo nieweryfikowalnych funkcji, za które wypłacane są honoraria. Wspomnę tylko konsultacje, dopisywanie się do scenariuszy, współreżyserię, pomoc na planie itp. Nikt tego nie sprawdzi. Jeśli producent niezależny podpisuje umowę o współprodukcji z TVP i nazwiska z telewizji publicznej pojawiają się w napisach końcowych audycji, możemy się tylko domyślać, że ktoś wziął pieniądze za sam podpis. Albo nie. Prezes Kwiatkowski jest uważany za sprawnego menedżera. TVP ma ponoć niezłe zyski i jest dobrze zarządzana. Gdyby to była telewizja prywatna, to tylko przyklasnąć. Tymczasem stworzono publiczną telewizję komercyjną, w której ramówką rządzi biuro reklamy terroryzujące widzów blokami reklamowymi o znacznie podwyższonej głośności. TVP jest nachalna jak każda telewizja komercyjna. Najlepszy czas antenowy zajmują seriale, teleturnieje i biesiady. Na otarcie łez – albo raczej by dać odpór krytykom i uzasadnić swoją misyjność – wprowadzono poniedziałkowe wieczory z dokumentem. Często są to dokumenty mocno zleżałe i widać, że kupiono je na kilogramy – za jak najmniejsze pieniądze. Polskie filmy dokumentalne pojawiają się sporadycznie, bo kosztują. Sport – misja TVP Do programów misyjnych Telewizja Polska cynicznie zalicza również wszelkie widowiska sportowe. Tylko idiotom można wmówić, że przy okazji ich emisji nie zarabia się na

rosnącej liczbie spotów reklamowych i dużej oglądalności. Prawzorzec polskiej telewizji publicznej – brytyjska BBC – w latach 90. uznał wydarzenia sportowe za segment rynku komercyjnego, a wolny rynek uważa za główny mechanizm zapewniający pluralizm informacji i twórczości. Współpraca z rynkiem oznacza w BBC, że od obu ogólnokrajowych kanałów publicznych wymaga się, aby 25 proc. emitowanych programów powstawało w firmach niezależnych (to samo zresztą dotyczy stacji komercyjnych). Bogata Wielka Brytania nie może sobie pozwolić (pomimo 90-proc. ścigalności abonamentu) na obdarowywanie obywateli darmowymi kanałami. Dlatego misją publiczną zajmują się dwa krajowe programy publiczne i one są finansowane z abonamentu. Mocno ograniczone wpływy z reklam są dodatkowym źródłem dochodów. Poza tym BBC ma jeszcze kanały na platformach cyfrowych, udziały w telewizjach kablowych i w satelitarnym SKY TV. Ale są to wszystko działania jawnie komercyjne i odbiorca musi za nie płacić. BBC prowadzi oddzielną księgowość dla aktywności finansowanej z abonamentu i skierowanej na realizację misji publicznej oraz oddzielną dla działań rynkowych. Zyski z komercji przeznacza się na rozwój firmy i zadania publiczne. W internetowym serwisie tej stacji co roku można przeczytać precyzyjne i przejrzyste sprawozdania finansowe firmy. Nad całością czuwa 12-osobowa Rada Gubernatorów podległych parlamentowi, wyłanianych w publicznym konkursie. Finansowe przekręty się nie zdarzają, a materiały tendencyjne politycznie należą do rzadkości. I to wszystko naprawdę nieźle działa. Tyle że do tego to trzeba funkcjonować w państwie prawa. Tymczasem u nas nie dość, że ścigalność abonamentu sięga ledwo 35-40 procent, to jeszcze prezes Kwiatkowski funduje cztery programy ogólnopolskie (Program 1 i 2, a od niedawna 3, Telewizję Polonia) i odgraża się, że uruchomi kanały tematyczne. Gdyby ściągnięto 100 proc. należnego abonamentu i pomnożono go przez trzy, to i tak nie starczyłoby na cztery kanały takiej telewizji publicznej, jaką przewiduje prawo. Na krótką metę można robić to, co Kwiatkowski – komercjalizować program i walczyć o reklamodawców. Dziś dzięki dumpingowej polityce chętnych do

emisji spotów w TVP SA nie brakuje, ale już zniszczono rynek reklamy telewizyjnej. Dlatego dla obecnego zarządu tak ważne było usankcjonowanie i wzmocnienie – dzięki nowej ustawie o radiofonii i telewizji – dominującej roli na rynku telewizyjnym w Polsce. Rola ta jednak nie zasadza się na dominacji rynkowej, ale na umocowaniu politycznym, a w konsekwencji prawnym. Oto dokonania „misyjnej” działalności Kwiatkowskiego: Telewizja Edukacyjna została sprowadzona do roli karła – emituje powtórki albo montuje programy z materiałów archiwalnych bądź zaczerpniętych z serwisów informacyjnych. Pieniądze na bieżącą produkcję po części otrzymuje poza abonamentem – w ramach umów z rządem. Przykładem są pieniądze z Ministerstwa Edukacji. Programy kulturalne zostały ograniczone do minimum, a to, co przetrwało, zepchnięto na późne godziny nocne. Publicystyka międzynarodowa nie istnieje. Szcątkowo realizuje ją tylko Telewizyjna Agencja Informacyjna – zwykle przy okazji produkcji materiałów informacyjnych. Teatr Telewizji – to powtórki albo produkcja o wymiarze symbolicznym. Film fabularny – jeżeli nie jest gniotem klasy C, to jest powtórką emitowaną późną nocą. W to miejsce mamy seriale, teleturnieje (niektóre nie są aż tak idiotyczne jak u komercyjnej konkurencji, ale to raczej zasługa prowadzących i realizatorów), mecze i wypełniacze. Z misji ostały się zepchnięty w kąt „Ekspres reporterów” i program Elżbiety Jaworowicz. Ku zapchaniu próżności polityków prowadzi się także kilka tanich, studyjnych programów publicystycznych. Do programów misyjnych trudno zaliczyć audycje dotyczące Unii Europejskiej. Większość z nich powstała na zamówienie rządu lub ze środków unijnych. Śmieszne wydają się stawiane publicznie pytania pojawiające się przy okazji burzy rozpętanej przez Lwa Rywina. Czy TVP podlega kontroli jakiejś partii bądź grupy interesów? Czy realizuje misję publiczną? Czy jest nieomal komercyjną stacją uprzywilejowaną abonamentem? O tym od dawna wszyscy wiedzą. Ale dlaczego dotąd milczała opozycja? Faktem jest, że wpływająca przy tej okazji propozycja prywatyzacji jednego z programów nie powinna nikogo

zaskakiwać, bo nas na tak rozbuchaną telewizję publiczną po prostu nie stać. Tylko dlaczego całkiem niedawno zbudowano trzeci ogólnokrajowy program? Kto jak kto, ale zarząd TVP na pewno wiedział, że nie jest w stanie finansowo udźwignąć takiego molocha. Ale to dobra metoda – za publiczne pieniądze zbudować nowy kanał, a później go sprywatyzować, bo nas na niego nie stać. Wstępem do takiego scenariusza mogą być cyniczne uwagi prezesa, że będzie realizował tyle misji, ile ma pieniędzy z abonamentu. Rozumiem, że w komercyjnej Telewizji Polskiej możemy oczekiwać informacji typu: „Program zaliczono do programów misyjnych. Został sfinansowany z wpływów abonamentowych”. Gdyby jednak malkontentów taka sytuacja nie satysfakcjonowała, zawsze można coś sprywatyzować. Tylko trzeba w tym czasie być na właściwym stołku. Ich zmiany nic nie zapowiada.

Autor: Mariusz Filip Raniszewski

Źródło: [iThink](#)