

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

**Komisja
Kultury,
Dziedzictwa
Narodowego
i Środków
Przekazu**

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

- **PODKOMISJI STAŁEJ DO SPRAW MEDIÓW
I POLITYKI AUDIOWIZUALNEJ
(NR 10)
z dnia 16 grudnia 2025 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Środków Przekazu – podkomisji stałej do spraw mediów i polityki audiowizualnej (nr 10)

16 grudnia 2025 r.

Podkomisja stała do spraw mediów i polityki audiowizualnej, obradująca pod przewodnictwem posła **Krzysztofa Piątkowskiego (KO)**, przewodniczącego podkomisji, zapoznała się z:

- informacją o realizacji przez Telewizję Polską SA oraz jej oddziały terenowe zadań misji publicznej dotyczących zdrowia, profilaktyki chorób oraz sytuacji i aktywizacji osób starszych.

W posiedzeniu udział wzięli: **Robert Juszczyk** główny specjalista w Departamencie Edukacji i Promocji Ministerstwa Zdrowia, **Sławomir Majcher** dyrektor TVP3, **Marek Zając** zastępca dyrektora ds. audycji dokumentalnych i historycznych Biura Programowego Telewizji Polskiej SA, **Piotr Sławiński** zastępca dyrektora Agencji Kreacji, Publicystyki, Dokumentu i Audycji Społecznych Telewizji Polskiej SA, **Marlena Kondrat** prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej wraz ze współpracownikiem, **Jerzy Piókarz** prezes Krajowego Sztabu Ratownictwa Społecznej Sieci Ratunkowej, **Elżbieta Ostrowska** przewodnicząca Zarządu Głównego Polskiego Związku Emerytów i Rencistów, **Anna Jasińska** rzecznik Medycznej Racji Stanu, **Wojciech Kałkusiński**, **Jagoda Bogusiewicz** ambasadorzy Stowarzyszenia MANKO – Głos Seniora.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Joanna Góral**, **Julia Popławska** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Dzień dobry, witam państwa bardzo serdecznie na dzisiejszym posiedzeniu.

Otwieram posiedzenie podkomisji stałej do spraw mediów i polityki audiowizualnej.

Stwierdzam kworum.

Chciałbym bardzo serdecznie powitać panów parlamentarzystów. Serdecznie witam pana Sławomira Majchera, dyrektora i redaktora naczelnego TVP3.

Dyrektor TVP3 Sławomir Majcher:

Dzień dobry.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Dzień dobry.

Witam pana dyrektora Marka Zająca...

Zastępca dyrektora ds. audycji dokumentalnych i historycznych Biura Programowego Telewizji Polskiej SA Marek Zając:

Dzień dobry.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

...z którym mieliśmy okazję chwilę porozmawiać i wspominać łódzkie czasy.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

To prawda.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Pan jest zastępcą dyrektora do spraw audycji dokumentalnych i historycznych Biura Programowego TVP SA.

Witam bardzo serdecznie pana dyrektora Piotra Sławińskiego, zastępcę dyrektora Agencji Kreacji Publicystyki, Dokumentu i Audycji Społecznych Telewizji Polskiej SA. Witam pana Roberta Juszczaka, głównego specjalistę w Departamencie Edukacji i Promocji Ministerstwa Zdrowia, pana Jerzego Płókarza, prezesa Krajowego Sztabu Ratownictwa Społecznej Sieci Ratunkowej. Witam także panią Annę Jasińską, rzecznika Medycznej Racji Stanu. Bardzo mi miło. Witam panią Marlenę Kondrat, prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej.

Prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej Marlena Kondrat:

Dzień dobry.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Witam panią Aleksandrę Chmielewską, ekspertkę merytoryczną Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej, pana Wojciecha Kalkusińskiego ze Stowarzyszenia MANKO i Międzynarodowego Instytutu Rozwoju Społecznego oraz panią Jagodę Bogusiewicz, również reprezentującą Stowarzyszenie MANKO.

Ambasador Stowarzyszenia MANKO – Głos Seniora Jagoda Bogusiewicz:

Dzień dobry.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Witam również panią Elżbietę Ostrowską, przewodniczącą Zarządu Głównego Polskiego Związku Emerytów i Rencistów. Dzień dobry. Witam państwa bardzo serdecznie.

Porządek dzisiejszego posiedzenia przewiduje: informację o realizacji przez Telewizję Polską SA oraz jej oddziały terenowe zadań misji publicznej dotyczących zdrowia, profilaktyki chorób oraz sytuacji aktywizacji osób starszych.

Myśl, żeby o tym temacie porozmawiać, narodziła się na posiedzeniu jednej z podkomisji stałych – podkomisji polityki senioralnej. Stąd kilku gości zainteresowanych tą tematyką, a aktywnie uczestniczących w pracach zarówno Komisji Polityki Senioralnej, jak i podkomisji do spraw zdrowia osób starszych. Mnie się ten temat wydał na tyle ważny, że pozwoliłem sobie zwołać to posiedzenie i o tym rozmawiać.

Jeśli państwo pozwolicie, to bez zbędnych wstępów, bo wiemy, co jest zapisane w misji telewizji publicznej. Wiemy, że jest tam mowa o tym, że TVP SA realizuje misję publiczną, w szczególności poprzez przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu – to akurat fragment karty powinności – w tym ze względu na: wiek, niepełnosprawność oraz stan zdrowia, także poprzez uwzględnienie potrzeb różnych grup odbiorców w dostępie do treści programowych. To jest ważne, to zawsze było w telewizji publicznej obecne, więc bardzo prosiłbym naszych gości z TVP SA o przedstawienie informacji na ten temat. Potem będą jak zwykle pytania i dyskusja – mam nadzieję, że niezwykle interesująca, bo temat jest ważny.

Pan dyrektor Marek Zając będzie o opowiadał o wspomnianych aktywnościach telewizji publicznej. Bardzo proszę, zapraszam.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Szanowni państwo, bardzo dziękuję. To, że możemy być tu dziś z państwem obecni i możemy porozmawiać, jest nie tylko przyjemnością, ale też realizacją misji. Jest to także – i za to chciałbym podziękować podkomisji – realizacja czegoś, co udało się nam na poprzednim posiedzeniu, kiedy zajmowaliśmy się edukacją kulturalną i artystyczną na antenach mediów publicznych. Wtedy obecne było również Polskie Radio SA i tamto spotkanie było bardzo merytoryczne, było dużo ciekawych wskazówek, opinii. Przedstawiliśmy też, jak to wygląda z perspektywy zarządzania antenami mediów publicznych. Na poprzednim posiedzeniu podkomisji, która dotyczyła – raz jeszcze przypomnę – edukacji kulturalnej i artystycznej, obiecaliśmy sobie, że będziemy się co pewien czas spotykać. Udało się to zrealizować jeszcze przed końcem roku na bardzo ważnym polu zdrowia, profilaktyki, chorób oraz aktywizacji i w ogóle sytuacji osób starszych.

Przygotowując się do dzisiejszego spotkania, przeprowadziliśmy wewnętrzne badanie wszystkich audycji poświęconych tej szeroko zarysowanej problematyce. Od razu państwa uspokoję – nie zamierzam prezentować całej listy audycji, bo nie miałoby to żadnego sensu i nasze spotkanie byłoby wyłącznie stratą czasu. Mogę tylko powiedzieć, że w tym roku, jeżeli chodzi o problematykę naszego dzisiejszego spotkania, na antenach głównych i tematycznych było 109 różnego rodzaju propozycji antenowych, z czego niektóre z nich były seriami i cyklami, więc mówimy czasem o kilkunastu czy kilkudziesięciu odcinkach.

Nasze zestawienie dotyczące kanałów regionalnych wskazuje na 194 audycje. Ale raz jeszcze chcę podkreślić – nie chodzi o liczby. Chcemy dziś posłuchać przede wszystkim państwa; chcemy, żeby to państwo wskazali, czego jeszcze brakuje, o czym powinniśmy porozmawiać, jakich tematów nie dostrzegamy, bądź które dostrzegamy za mało. Dlatego, zamiast referować długą listę i zanudzać państwa, postanowiłem podzielić te audycje na przykładowe obszary. Chciałbym, żeby te obszary były dla państwa wskazówką, w jakiego rodzaju programach i w jaki sposób możemy poruszać problematykę zdrowia, profilaktyki chorób czy sytuacji osób starszych. A zatem odkładam na bok szczegółowe statystyki od stycznia do końca listopada 2025 r. Jeżeli państwo będą chcieli, możemy panu przewodniczącemu przekazać szczegółowe materiały, ale teraz wskazuje na obszary, gdzie moglibyśmy współpracować.

Pierwszy obszar to programy strictly poświęcone zdrowiu. Nazwijmy je programami zdrowotnymi. Przykładowo – cykl „Inwestujemy w twoje zdrowie”, pojawiający się na antenach lokalnych, prezentuje inwestycje w ochronę zdrowia, jeżeli chodzi o środki z KPO. Mamy magazyn „Operacja zdrowie”, który omawia nowoczesne metody diagnostyczne i terapeutyczne. Mamy poradnikowy program „Medycyna i ty” albo takie programy czy magazyny jak „Zdrowy plan” i „Zacznij od zdrowia”. One są dostępne na różnych antenach telewizji polskiej oraz w serwisie TVP VOD. A zatem pierwszy obszar, o którym możemy rozmawiać, pierwszy obszar naszej potencjalnej współpracy, to obszar programów zdrowotnych.

Drugi obszar to programy senioralne, które strictly dotyczą sytuacji osób starszych. Tu mógłbym wymienić takie programy jak: interaktywny „Srebrny telefon”, „Aktywni seniorzy”, „Senior+ 2025”, „Aktywni+” czy też nowość z tego roku – zapewne niektórzy z państwa w tych programach występowali albo byli widzami – „Drugie śniadanie”, czyli program weekendowy, typowy program śniadaniowy, ale wyraźnie adresowany do starszego odbiorcy, poruszający tematykę związaną przede wszystkim z osobami starszymi. Czyli obszar drugi to programy poświęcone strictly sprawom senioralnym. Nazwijmy je programami senioralnymi.

Kolejna pula programów, kolejny obszar, gdzie możemy współpracować, to programy reporterskie i publicystyczne. Sporo ciekawych materiałów dotyczących dzisiejszej problematyki to nasze dwa flagowe programy, czyli „Reporterzy” i „Magazyn Ekspresu Reporterów”. Typowe programy reporterskie preferują przede wszystkim tematy interwencyjne w obu obszarach tematycznych, czyli zdrowia i polityki senioralnej, ale nasze programy publicystyczne w ogóle są otwarte dla państwa, na ciekawe tematy. Mogę podać jeden przykład, który szczególnie zapadł mi w pamięć. W programie „Sekielski wieczorową porą” była mowa o uzależnieniu od alkoholu. Wstrząsająca, doskonała rozmowa, która nikogo nie pozostawi obojętnym. Zatem obszar trzeci to programy reporterskie i publicystyczne.

Z tego obszaru mogę płynnie przejść do obszaru czwartego – i nie chciałbym, żebyśmy ten obszar lekceważyli, bo dla wielu naszych starszych widzów jest on bardzo istotny. To są programy religijne. Jest sporo publicystyki religijnej na antenach TVP SA. To również jeden z elementów realizacji naszej misji. Jak państwo się domyślają, większość tych programów – poza tymi adresowanymi wprost do młodzieży – ma przede wszystkim starszego widza. W tych programach możemy ujmować tę tematykę. Żeby państwu znowu podać inspirujący przykład, powołam się na program, który sam mam przyjemność prowadzić – „Balans bieli”. To jest program publicystyczny. W tym roku mieliśmy trzy programy bezpośrednio poświęcone tematyce zdrowotnej: próbom samobójczym, opiece paliatywnej, bardzo ważny program poświęcony depresji.

Ten ostatni odbił się szerokim echem, bo zgodził się w nim wystąpić biskup Edward Dajczak, który bardzo wprost, otwarcie mówił o tym, jak cierpiał na depresję. Echo było szerokie, dlatego że niestety – a mówię to jako osoba wierząca i praktykująca – w Kościele rozprzestrzenia się zupełnie fałszywa teoria, że depresję można zwalczać metodami strictly duchowymi, że wystarczy głęboka i zaangażowana modlitwa. Wystąpienie biskupa Edwarda Dajczaka, który bardzo otwarcie i wprost mówił o tym, jak bardzo głęboko się modlił i wierzy, że mu to pomogło, ale to nie wystarczyło – musiał się przełamać i skorzystać z pomocy specjalistów – miało więc naprawdę ogromne znaczenie.

Wybiegając w przyszłość, mogę państwa jeszcze poinformować, że w najbliższym czasie, w najbliższych tygodniach pojawi się już nagrany program o roli dziadków, gdzie wystąpiło trzech z nich: Czesław Lang, Dariusz Malejonek ps. Maleo i profesor Jan Grosfeld. Poruszamy w nim bardzo różną tematykę – od roli dziadków w wychowaniu młodszego pokolenia po walkę z izolacją starszego pokolenia. Bardzo piękny, ciepły program, gdzie trzech dziadków na konkretnym przykładzie opowiada o: sobie, wnukach, relacjach z rodzicami. Powiedziałem o tym ciut

więcej, ale tylko po to, żeby państwa zainspirować do myślenia. Te programy też są otwarte na taką tematykę, a przykłady – mam nadzieję – przemawiają do wyobraźni.

Już na marginesie powiem, że dla wielu starszych widzów – i my to doskonale wiemy – ogromną rolę odgrywa codzienna transmisja mszy świętej i codzienna transmisja Koronki do Miłosierdzia Bożego. Zawsze to powtarzam. Hitowe wyniki udziałów – zarówno mszy świętej, jak i koronki. Wierny widz, liczony w setkach tysięcy, który co rano i codziennie o godz. 15 pojawia się przy tych transmisjach. Doskonale wiemy, że to są przede wszystkim osoby starsze, dla których jest to ważne wydarzenie każdego dnia. Większość z nich nie mogłaby sobie pozwolić na uczestniczenie w mszy czy we wspólnym odmawianiu koronki. A zatem kolejny obszar, gdzie możemy współpracować, to szeroko rozumiana tematyka religijna, ale nie konfesyjna. To są programy religijne, niemniej otwarte na szeroko rozumianą tematykę społeczną.

Kampanie społeczne realizowane przez TVP SA. Podam tylko kilka przykładów z 2025 r.: kampanie dotyczące zdrowych nawyków na co dzień i tygodni profilaktyki – „Dbaj o serce”, „Tydzień profilaktyki”, „Europejski tydzień profilaktyki raka szyjki macicy”, „Tydzień profilaktyki chorób zakaźnych”. Długo mógłbym ciągnąć te listy, ale chodzi mi o wskazanie obszaru. Są też kampanie dotyczące osób starszych: „Wolni od dyskryminacji” Fundacji Projekt Starsi, poruszająca problem wykluczenia i dyskryminacji osób starszych; „Liczy się każda chwila” uwrażliwiająca społeczeństwo na potrzeby osób znajdujących się pod opieką hospicyjną. Czyli kolejny obszar to kampanie społeczne. Jesteśmy na to otwarci i to pod wieloma względami: albo otwieramy nasze anteny na emisję spotów – i to jest także realizacja naszej misji, albo zapraszamy państwa do naszych różnych programów publicystycznych, informacyjnych czy lifestyle’owych. Działania w mediach społecznościowych mediów publicznych – to również obejmuje naszą współpracę przy kampaniach społecznych.

Teraz chciałbym zwrócić uwagę na obszar istotny z punktu widzenia mediów publicznych. Panowie posłowie byli świadkami, że dużo o tym rozmawialiśmy, gdy była mowa o edukacji kulturalnej i artystycznej. Są takie obszary, gdzie misje można połączyć z komercją. To jest szczególnie istotne, bo doskonale państwo zdają sobie sprawę, że telewizja publiczna musi też zarabiać pieniądze, żeby emitować programy, żeby się utrzymywać. Tam, gdzie możemy połączyć misję z komercją, można upiec dwie pieczenie przy jednym ogniu. Powinni się państwo martwić naszą sytuacją finansową, ale nie muszą. W połączeniu misji z komercją jest jeszcze coś istotnego, jeżeli chodzi o oddziaływanie nie wprost, poprzez formowanie świadomości. To ma ogromne znaczenie, bardzo oddziałuje na szeroko rozumianą świadomość społeczną. Jeżeli mówię o tym obszarze łączącym misję z komercją, to chciałbym wskazać na trzy elementy:

Po pierwsze, telewizja śniadaniowa, poranny program „Pytanie na śniadanie”. Znowu mam bardzo długą listę przykładowych tematów poruszanych w kolejnych jego edycjach. Nie będę jej prezentował, mogę tylko powiedzieć, że dla tej tematyki – czego liczne dowody mogą za chwilę wymienić – są tam otwarte drzwi, zarówno jeżeli chodzi o tematykę zdrowotną, jak i o tematykę senioralną. Ludzie lubią oglądać rozmowy na te tematy, lubią oglądać krótkie materiały reportażowe. Drzwi stoją otworem.

Drugie pole, coraz częściej wykorzystywane – nie chciałbym również, żebyśmy kwitowali to jakimś ironicznym uśmiechem czy wzruszeniem ramion – to są określone wątki tematyczne czy bohaterowie w serialach. TVP SA mocno współpracuje na tym polu. Żeby przemówić mocno do państwa wyobraźni, to jeżeli chodzi o seriale – nie zdradzając, o jaki serial chodzi, niech to będzie dla państwa zagadką, chociaż to żadna wielka tajemnica – współpracujemy nawet na polu obronności i bezpieczeństwa państwa.

Państwo doskonale znają nasze seriale. Są wśród nich stricte medyczne, które odgrywają bardzo dużą rolę, jeżeli chodzi o tematykę zdrowotną: „Na dobre i na złe” i „Na sygnale”. Oba seriale powstają we współpracy z ekspertami, z konsultantami i mają też swoją rolę edukacyjną. Teraz wszedł nawet thriller medyczny – nie wiem, czy państwo oglądali któryś odcinek „Czarnej śmierci” o sytuacji we Wrocławiu sprzed kilkunastu lat. Natomiast polityka senioralna to bohaterowie, bohaterki, którzy pojawiają się w serialach i to naprawdę pełni ogromną rolę. Tu też jesteśmy otwarci na współpracę czy wprowadzanie jakichś wątków tematycznych.

Podam tylko dwa przykłady. Pierwszy z nich to serial „Pan mama”, opowiadający o ojcu samotnie wychowującym gromadkę dzieci. W drugim sezonie, który nadawany jest teraz jesienią 2025 roku, do rodziny wprowadziła się babcia. A to z kolei pozwala poruszyć w bardzo przystępnej, nienachalnej formie kilka ważnych tematów, jak choćby wykluczenie cyfrowe seniorów czy dbanie o kondycję fizyczną w warunkach domowych. To wszystko jest zrobione półżartem,

ale półserio, dlatego bardzo dobrze kształtuje zbiorową świadomość. Zostawię na marginesie babcię Lucynę z ojca Mateusza, która – mam nadzieję – dla wielu seniorów i seniorów jest przykładem tego, jak można działać aktywnie. Bohaterowie i wątki poprzez seriale – tu też jesteśmy otwarci na współpracę.

Po trzecie, misja i komercja spotykają się jeszcze w rozrywce. To pozostawię już bez komentarza: „The Voice Senior” i „Sanatorium miłości”. Gwiazdy tego ostatniego – bo o nich można już mówić – pojawiają się potem w kolejnych programach TVP SA.

Zatem, reasumując, jest wiele różnych form i obszarów, gdzie możemy współpracować. Jak możemy współpracować? Od programów stricte poświęconych określonej tematyce, po programy, gdzie łącząc misję z komercją w zupełnie inny sposób, możemy znowu promować ważne tematy czy zagadnienia.

Jesteśmy otwarci na państwa pytania. Pozwolę sobie oddać jeszcze głos moim dwóm znakomitym kolegom. Dyrektor Majcher opowie o tym, jak możemy współpracować i jak już współpracujemy z perspektywy TVP3 i oddziałów regionalnych TVP SA, czyli na szczeblu lokalnym. Ja skupiałem się raczej na kwestiach centralnych, chociaż kilka programów *en passant* wymienilem. Natomiast dyrektor Piotr Sławiński współodpowiada za Agencję Kreacji Publicystyki, Filmów Dokumentalnych i Audycji Społecznych. Chciałbym, Piotrze, żebyś krótko powiedział o planach na najbliższy czas, o tym, co może pojawić się na naszych antenach, nad czym pracujemy, bo to głównie agencja produkuje te programy. Myślę, że dla państwa będzie to cenna informacja. Potem już my będziemy przede wszystkim słuchać państwa, bo po to, jak rozumiem, tu jesteśmy. Dziękuję.

Dyrektor TVP3 Sławomir Majcher:

Szanowni państwo, TVP SA to 16 oddziałów regionalnych i pasmo wspólne. Telewizja regionalna, czyli ta, która jest najbliżej mieszkańców, najbliżej naszych odbiorców. To, co realizowane jest w skali makro, jeśli chodzi o TVP1, TVP2 i TVP Info, u nas realizowane jest w poszczególnych regionach, już gdy docieramy i współpracujemy z samorządami lokalnymi, fundacjami, stowarzyszeniami, uniwersytetami trzeciego wieku, społecznościami lokalnymi. Nie chcę też wskazywać tutaj statystyk, bo one będą dostępne, natomiast żeby pokazać skalę... To jest rzeczywiście tak, jak tutaj już pan dyrektor Marek powiedział: 200 audycji, 97 magazynów na różnych antenach – w niektórych oddziałach kilka, w innych kilkanaście. Tak że ta tematyka jest bardzo szeroko obecna. Gdy analizowaliśmy nasze programy, doliczyliśmy się aż 18% jej udziału w ogólnym przekazie. To bardzo dużo. Mówimy tu o magazynach, o programach publicystycznych, ale i programach informacyjnych. Czyli w naszych serwisach lokalnych ta tematyka bardzo często funkcjonuje, jest poruszana.

Ponadto coś, co jest dopełnieniem tego, co dzieje się na dużych antenach – audycje, które nie powstałyby w skali kraju, natomiast lokalnie powstają, bo są bardzo aktywne grupy społeczne, które zajmują się daną grupą, czy to jeśli chodzi o kwestie zdrowia czy o kwestie senioralne. Oni docierają do swoich ośrodków regionalnych. Bardzo często udzielane są patronaty, które wspierają te akcje, co również pozwala zwiększać zasięgi. Oglądalność naszych programów i docieranie do społeczności lokalnych sprawia, że ta tematyka naprawdę jest obecna.

Są audycje bardzo... Tak jak tutaj już było powiedziane o „The Voice Senior”, tak na przykład w Poznaniu mamy „TalentAsy Senior”. To jest program, który w niekonwencjonalny sposób pokazuje naszych aktywnych seniorów, inspiruje innych. Myślę, że wartością jest to, iż pokazuje działania, które są prezentowane lokalnie, a my dajemy im te dodatkowe okno do pokazania, do zainspirowania innych. Tak jak powiedziałem, to jest około 20%, to są tysiące godzin, które dedykujemy tej tematyce.

Jeśli chodzi o 16 naszych pasm lokalnych plus pasmo wspólne, to jest to przestrzeń, co do której myślę, że wykorzystujemy ją w sposób dobry. Ale, tak jak pan dyrektor Marek tutaj powiedział, wszystkie oddziały regionalne są również otwarte na inspiracje, pomysły, sugestie, bo zależy nam na tym, żeby była interakcja. Program, o którym tu już powiedziano – „Srebrny telefon” – jest rzeczywiście wyjątkowy, a zaczął się bardzo skromnie. Ludzie na początku nieśmiało dzwonili. Dziś w TVP3 Warszawa praktycznie dzwoni non stop. Dziękuję bardzo.

Zastępca dyrektora Agencji Kreacji, Publicystyki, Dokumentu i Audycji Społecznych Telewizji Polskiej SA Piotr Sławiński:

Dzień dobry państwu. Może powiem o planach na najbliższe miesiące, właściwie na następny rok. Zacznę od tego, że nasz flagowy projekt poświęcony seniorom, czyli „Sanatorium miłości”, od przyszłego roku pojawi się dwa razy w roku zarówno w ramówce wiosennej, jak i jesiennej.

Do tej pory pojawiał się w różnych sezonach ramówkowych, naprzemiennie z rolnikiem, który szukał żony (i w dalszym ciągu jej szuka) – jeden jesienią, drugi wiosną. Ponieważ wiemy, że „Sanatorium miłości” cieszy się bardzo dużą popularnością, to w 2026 r. postanowiliśmy dokręcić odcinki. Serial powstaje w cyklu – jesienią kręcimy odcinki, które pojawiają się w wiosennym układzie ramowym, a wiosną zrobimy zdjęcia, które się pojawiają jesienią przyszłego roku. Tak więc po raz pierwszy spróbujemy w przyszłym roku pokazać popularny projekt, którego każdy odcinek łąpie oglądalności około 1,5 mln widzów, dwa razy w dwóch sezonach.

Pamiętając również o tym, że „Sanatorium miłości” ma dobrą widownię, ma dobre konotacje i bardzo dobrze rezonuje społecznie, bo pokazuje, że starość można aktywnie spędzić, że można się zakochać – to są te elementy, które dają temu projektowi rozpoznawalność – postanowiliśmy od wiosny zaproponować naszym widzom erratę do programu, którą nazwalibyśmy „Życie po sanatorium”. Będziemy wracali do naszych bohaterów z poprzednich sezonów, będziemy pokazywali ich życie w 15-minutowych dogrywkach, które będą emitowane po tym właściwym „Sanatorium miłości”. Tak że to jest nowość.

Kolejna rzecz – tej jesieni nie ukazał się program medyczny „Zdrowy plan”, który robimy wspólnie z Ministerstwem Zdrowia, pomagającym nam przy tym projekcie merytorycznie i go finansującym. To 12-minutowe reportaże poświęcone generalnie profilaktyce zdrowia: otyłości, używkach. Każdy odcinek to jest historia jednej osoby. Program nie ukazał się jesienią z powodu zmian: na stanowisku ministra w MZ i w departamentach komunikacji. W tej chwili przeformatowujemy projekt wspólnie z ministerstwem. Będzie prowadzony przez dobrze znanego państwu Rafała Brzóske, lepszy, inaczej opowiadany, z nową reżyserią i inną oprawą graficzną, ale pod tym samym tytułem, ponieważ jest jednocześnie programem MZ, który ma popularyzować tematykę dbania o własne zdrowie.

Kolejna sprawa – od 12 grudnia rozpoczęliśmy emisję spotu senioralnego zamówionego przez Departament Polityki Senioralnej Kancelarii Prezesa Rady Ministrów. Może już ktoś z państwa go widział, to jest „sześćdziesiątka” przedstawiająca historię staruszki, której nie pozwolili być okradzioną przez złodziei metodą „na wnuczka”. To jest prosta opowieść, która kończy się apelem o to, by wnukowie i dziadkowie ustanawiali hasło wspólne – akurat w tym przypadku „pierniczki”, bo się kojarzy ze świętami. Spot spotkał się z bardzo fajnym przyjęciem – zarówno zamawiającego departamentu, jak i odbiorców, którzy do nas piszą, dzwonią, że wspólne hasło to jest doskonały pomysł dla seniorów: babciu, to ja, ale podaje hasło, w tym przypadku „pierniczki”. W każdym razie KPRM wykupił u nas na święta dużą kampanię społeczną, którą nazwalibyśmy „Pierniczki”. Jest w tej chwili do oglądania na wszystkich antenach TVP SA.

Mamy też coraz więcej sygnałów dotyczących tego, o czym cały czas rozmawiamy z MZ – musimy pochylić się nad zdrowiem psychicznym dzieci i młodzieży, bo nie jest z tym najlepiej, co wiemy od wielu lat. Postanowiliśmy już wiosną przygotować program publicystycznej i studyjny z udziałem młodzieży oraz dzieci, który nazwalibyśmy „Blisko”. To będą rozmowy dr Aleksandry Piotrowskiej na antenie TVP ABC. Dr Piotrowska będzie próbowała rozwikłać problemy młodzieży wynikające z: hejtu, konfliktów rodzinnych, czasami nie najlepszych relacji, jakie młodzież ma między sobą. To będzie forma rozmowy młodzieży z panią doktor. W realizacji tego projektu pomoże nam też pan Adam Fidusiewicz, który jest popularnym influencerem, rozmawiającym z młodzieżą na TikToku i na Instagramie. Od 4 marca program będzie emitowany w TVP ABC o godz. 21.50 i powtarzany w TVP Kobieta w piątki o godz. 15. Co do szczegółów, to na razie zamówiliśmy 10 odcinków. Zobaczymy, jak nam to się przyjmie, ale jesteśmy też w rozmowach z Ministerstwem Zdrowia, żeby zrobić taki projekt na dużą antenę. Z tym, że pracujemy jeszcze nad formułą.

Właściwie tyle miałbym do powiedzenia o tym, co już wiemy na najbliższe miesiące.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo dziękuję.

Zanim jeszcze sam zadam pytanie, to chciałem zapytać, czy pan Robert Juszczyk, reprezentujący Departament Edukacji i Promocji Ministerstwa Zdrowia, chciałby też coś dodać.

Główny specjalista w Departamencie Edukacji i Promocji Ministerstwa Zdrowia Robert Juszczyk:

Nie, dziękuję.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo dziękuję.

Zanim poproszę gości o zabieranie głosu... nie chcemy teraz zdominować z dyskusji z kolegą, panem przewodniczącym, tylko oddać głos państwu, choć sami mamy też wiele pytań. Ale, jeśli państwo pozwolicie, chciałem zapytać o zdrowie psychiczne i w jakiejś części tę odpowiedź dostałem przed chwilą od pana dyrektora. W zakresie młodych ludzi to jest rzeczywiście bardzo poważny problem, ale chciałem przy okazji zapytać à propos zdrowia psychicznego ludzi starszych, często samotnych, chorujących na depresję. Pan dyrektor Zając wspominał o tym wątku w programie religijnym, ale też wiemy, że część seniorów być może nie ogląda takich programów. Czy ta tematyka pojawia się też w innych?

Nie ukrywam, że zastanawiam się też nad tym, czy w jakiś sposób próbujemy wpłynąć na ludzi, którzy są zamknięci w czterech ścianach swoich domów i telewizor jest dla nich jedynym źródłem informacji, żeby namówić ich do tego, by być może zrobili coś więcej niż oglądanie telewizji. Czy – paradoksalnie – państwo robicie coś przeciwko sobie, zachęcając tych ludzi do tego, żeby włączyli telewizor i wyszli z domu? To jest moje pytanie – nie wiem, na ile panowie będą mogli teraz na nie odpowiedzieć. Jeżeli to jest niemożliwe, to bardzo prosilibym o taką informację na piśmie.

Przed naszym spotkaniem nie udało mi się zdobyć dobrych i szczegółowych informacji na temat oglądalności w kontekście tego, jakie osoby, w jakim wieku oglądają programy Telewizji Polskiej. Intuicyjnie domyślałem się, że w grupie osób 50+ tych widzów w TVP SA jest najwięcej, ale czy rzeczywiście tak jest. Jak jest dokładnie z tym podziałem w przypadku grup mniejszych: 60+, 70+, 80+ i tak dalej? Te informacje byłyby dla mnie ważne, żeby skorygować to, co podpowiada właśnie intuicja i obserwacja.

To pierwsze pytania. Nie wiem, czy pan, panie pośle, też chciałby... Tak? To jeszcze na chwilę oddam głos panu przewodniczącemu i potem oddamy głos państwu.

Poseł Łukasz Ściebiorowski (KO):

Bardzo dziękuję. Panie przewodniczący, szanowni państwo, temat jest bardzo ważny. Cieszę się, że poruszył pan wątek przekazu na temat zdrowia – i nie tylko, bo też szeroko pojętego bezpieczeństwa i zachowania seniorów, którzy nie mogą dać się w jakikolwiek sposób wykorzystać metodą na wnuczka i tak dalej – w kampaniach społecznych, filmach, serialach. To jest, to widać. Najlepszym przykładem był serial „Klan” z postacią Maciusia i wszystkie inne seriale, już stricte poświęcone tematyce zdrowotnej. Myślę, że żeby nauczyć widzów, to trzeba robić to bardzo umiejętnie, rozważnie. Wiemy, że część widzów bierze jeden do jednego to, co widzi w serialach, filmach – już nie mówię o jakichkolwiek programach dokumentalnych. Oni muszą umieć rozdzielić fikcję od prawdy, wiedzieć, że przekaz jest bardzo wiarygodny, ale jednak jest to fabuła. Rolą telewizji jest to podkreślać.

Dużo mówiliśmy o polityce zdrowotnej poświęconej seniorom, bo to bardzo ważna grupa, najbardziej dotknięta różnymi chorobami, ale są też młodzi. Myślę, że przekaz powinien iść dwutorowo: media tradycyjne, ale też państwa kanały na mediach społecznościowych i wykorzystywanie tam fragmentów seriali, filmów. Młody widz będzie tego szukał raczej tam – czy nam się to podoba, czy nie. Chciałbym więc zwrócić uwagę też na to.

Bardzo istotne jest to, żeby poruszać różne wątki, ale też tłumaczyć – nie tylko same zachowania, bardzo ważną profilaktykę, ale też pewien sposób funkcjonowania systemu ochrony zdrowia, bo to jest czasami klucz do zrozumienia tego, dlaczego coś można, a czegoś nie można. Takie elementy również powinny się pojawiać.

Na razie z mojej strony tyle. Myślę, że po dalszych wypowiedziach pojawiają się jeszcze pytania – również z naszej strony. Dziękuję.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Czekać na kolejne pytania?

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Proponuję, byśmy zebrali po dwa, trzy pytania, jeśli tak będzie łatwiej odpowiadać. Może więc jeszcze jedno pytanie i potem odpowiedź.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Dobrze.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo prosiłbym panią o przedstawienie się do protokołu.

Prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej Marlena Kondrat:

Marlena Kondrat, prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej i jednocześnie wykładowczyni na Uniwersytecie Warszawskim na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii.

Te dwa tematy bardzo mocno się ze sobą łączą. Nie ukrywam, że od dłuższego czasu na podkomisjach poświęconych polityce senioralnej rozmawialiśmy o tym, gdzie są media publiczne w bardzo wielu ważnych aspektach dotyczących właśnie seniorów. Wypisałam sobie kilka punktów, bo wspominaliście panowie o szeroko rozumianej rozrywce, *edutainment*, a więc połączeniu kwestii związanych z rozrywką z nauczaniem, ale brakuje właśnie bardzo często kwestii edukacyjnych.

Zastanawialiśmy się, gdzie w kampaniach społecznych jest mówienie prostym językiem do osób starszych. Proste kwestie, takie jak wypełnianie świadczeń – jak wypełnić te świadczenia dla opiekunów osób starszych, gdzie pojawiają się te informacje? Dlaczego nie ma tego w przestrzeni medialnej? Owszem, programy takie jak „Srebrny telefon”, takie jak śniadaniówka są bardzo potrzebne. Wracam właśnie ze śniadaniówki, gdzie mówiliśmy o hejcie wśród seniorów. Tak samo takie tematy wybrzmiewają w programie „Srebrny telefon”, ale tego jest wciąż niewystarczająco.

Wspomnieliście panowie o 18% *contentu* senioralnego? To jest dużo, ale wciąż za mało. Biorąc pod uwagę fakt, że co czwarta osoba w Polsce ma już 60 lat i więcej, to potrzebne jest coraz więcej tych materiałów, ale właśnie edukacyjnych. Nie tylko rozrywka. To jest jeden z tych tematów.

Pan poseł powiedział, że generalnie, zgodnie z badaniami, 97% seniorów ogląda telewizję, ale 10% seniorów jest aktywnych – uczestniczą w uniwersytetach trzeciego wieku, są aktywni w domach seniora i w innych przestrzeniach. Co z pozostałymi 90%, które biernie konsumuje media, zwłaszcza publiczne? Jak ich więc zaktywizować poprzez wartościowy, merytoryczny kontent, zachęcić ich do tego, żeby byli aktywni, co też podnosi ich aktywność i zdrowie psychiczne, polepsza ich zdrowie? Dziękuję.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Dziękuję.

Może jeszcze jeden głos, po czym zrobimy chwilę przerwę i oddamy głos panom dyrektorom.

Przewodnicząca Zarządu Głównego Polskiego Związku Emerytów i Rencistów Elżbieta Ostrowska:

Elżbieta Ostrowska, reprezentuję Polski Związek Emerytów i Rencistów. Tak dla informacji państwa – to organizacja, która skupia 250 tys. członków i działa na terenie całego kraju.

Przede wszystkim chciałabym podziękować panu przewodniczącemu za podjęcie tego tematu i państwu za obecność tutaj, dlatego że stopień, w jakim TVP SA wypełnia swoją misję wobec osób starszych wielokrotnie, był przez nas, środowisko osób starszych dyskutowany – nie zawsze z pozytywnymi wnioskami. Mam nadzieję, że to się zmieni.

Proszę państwa, będę kontynuowała wypowiedź Marleny na temat tego, do kogo mówić, do kogo są kierowane te audycje. Osoby starsze to jest przeszło 10 mln osób w Polsce, przy czym, co może jest ważne, bardzo szybko rośnie grupa osób najstarszych, czyli 80+ – to już jest ponad 20% społeczności osób starszych i tu jest najszybszy przyrost. To jednak grupa odbiorców, dla których trzeba stosować specjalne środki przekazu i tematykę.

Tutaj już było wspomniane, że mówimy na ogół o osobie starszej jako osobie aktywnej, tak je postrzegamy, podczas gdy tylko 10% z nich jest aktywnych. Duża część osób starszych jest dosłownie zamknięta w domach. Z różnych powodów – to są już tradycyjnie „więźniowie czwartego piętra”, ale również mieszkańcy małych miejscowości, w których nie ma komunikacji publicznej, z których nie są w stanie się wydostać. Krótko mówiąc, około 9 mln osób starszych siedzi w domach i ogląda telewizję, bo to jest główne medium, poprzez które kontaktują się jeszcze ze światem.

Proszę państwa, to nie ludzie młodzi, którzy korzystają z platform streamingowych i rzadko już oglądają telewizję, a seniorzy są waszym głównym odbiorcą. Państwo przedstawili dość imponująco te obszary, w których pojawiają się programy senioralne. Ale dotarcie do osób starszych to powinien być – przepraszam, pozwolę sobie powiedzieć – główny nurt działalności TVP SA, jej misja, dotarcie właśnie do osób starszych.

Jakie są główne tematy, których powinniście dotykać? Bezpieczeństwo. O zdrowotnym już mówiliśmy. Bezpieczeństwo osobiste – cały czas ogromnym problemem są oszustwa wobec osób starszych. Moje stowarzyszenie we współpracy z Zakładem Emerytalno-Rentowym Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji prowadzi akcję „Świadomy Senior – Bezpieczny Senior”. To są spotkania z emerytowanymi przedstawicielami służb mundurowych, którzy z własnej praktyki mówią, jak takie oszustwa są realizowane, na jaki haczyk starszy człowiek jest łapany. Bardzo cenne spotkania. Tylko do ilu osób jesteśmy w stanie dotrzeć z osobistym spotkaniem osobistym? Przeszkoliliśmy 100, 200, 500 – powiedzmy, że oni jeszcze powtórzą to sąsiadom, to będzie 1000. To jest kropla w morzu potrzeb. TVP SA powinna mieć stały, cykliczny program – i to na antenie ogólnopolskiej – który by właśnie informował o różnych metodach oszustw, których ofiarą padają osoby starsze; o tym, jak się przed tym bronić.

Mój związek był – jest w dalszym ciągu – partnerem akcji prowadzonej przez Telewizję Puls. To był serial „Lombard”, w którego akcję wmontowane były właśnie scenki związane z zagrożeniami. Starsza pani, zdenerwowana, przychodzi do lombardu, coś tam chce zastawić. Pracownicy orientują się, że jest poddenerwowana, że, jak się okazuje, miała fałszywy telefon od wnuczka, córki czy kogoś. To było bardzo cenne, bardzo sobie ceniliśmy tę współpracę. Wiemy, że ten program jest kontynuowany, chociaż w tej chwili zmienia się format. Tylko to są ciągle wąskie ścieżki, a nie szeroka droga, którą, przepraszam, powinna iść TVP SA, żeby dotrzeć do milionów osób starszych, żeby ich edukować i informować. Nie zrobimy tego my, organizację senioralne, bo docieramy do grupki – i to tych aktywnych.

Bezpieczeństwo te osobiste, o którym już mówiłam. Jak zachować się w tej chwili w sytuacji zagrożenia wojną? Coraz częściej – chociażby na tych spotkaniach, o których mówiłam, które organizuje moja organizacja – padają pytania: a co my mamy robić? Nie ma żadnej wiedzy na ten temat. Przed bodajże miesiącem byłam w Kielcach, gdzie organizowaliśmy akcję: pierwsza pomoc przedmedyczna, szkolenia dla seniorów. Tam, przed urzędem wojewódzkim zobaczyłam bardzo wyraźne oznakowania: miejsce zbiórki w trakcie ewakuacji. Nie widziałam czegoś takiego ani w Warszawie, ani w żadnej innej miejscowości. Tu również można by oczekiwać, że TVP SA będzie przekaznikiem podstawowych treści, będzie docierała do ludzi, którzy inaczej tej wiedzy nie, zdobędą.

Jeszcze refleksja – w okresie przedświątecznym jesteśmy zalewani słodkimi filmikami, w których babcia z wnuczką ubiera choinkę, pakuje prezenty. Natomiast my, środowisko osób starszych, coraz częściej mówimy – tutaj, ale również na różnych forach – o roli seniorów na rynku pracy. Próbujemy podejmować różne działania, które będą aktywizowały osoby starsze do wydłużania swojej aktywności zawodowej. Być może państwo również powinni podejmować rolę seniora nie tylko bawiącego się w „Sanatorium miłości”, ale również aktywnego na rynku pracy. Poważne podejście do osoby starszej, dostrzeganie jej w różnych wymiarach: babcia super, fajna rola, nie do zastąpienia w rodzinie, ale ta sama babcia, starsza pani, może być aktywnym pracownikiem, osobą czującą się bezpiecznie poprzez to, że ma dostęp do wiedzy o różnych zagrożeniach, ale również o różnych możliwościach. Wydaje mi się, że to jest właśnie państwa rola.

Tak że, jeśli można, to z przesłaniem i prośbą – pamiętajcie, że jest nas, osób starszych, dużo i będzie coraz więcej. To my jesteśmy głównymi odbiorcami państwa programów. Proszę o tym pamiętać. Proszę adresować do nas programy, dobierając zarówno formę, jak i treść do – być może specyficznych – potrzeb osób starszych. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo dziękuję.

Zakończymy ten pierwszy etap – cztery głosy.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Może jeszcze wysłuchamy kolejnego.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Na pewno będziemy jeszcze kontynuować.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Zapisuję sobie wszystkie pytania.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo proszę.

Rzecznik Medycznej Racji Stanu Anna Jasińska:

Anna Jasińska z Medycznej Racji Stanu. Zaraz wytłumaczę, skąd podniosła nazwa. 10 lat temu prof. Paweł Kowal, ówczesny pracownik Instytutu Studiów Politycznych Polskiej Akademii Nauk, przywiózł mądry pomysł, żeby ponad wszelakimi podziałami – już nie mówiąc o tych politycznych, z którymi pewnie u nas będzie najtrudniej, ale również ponad specjalizacyjnymi – tworzyć, jak dzieje się to w wielu krajach, grupy filmowców, dziennikarzy, sportowców, nie tylko lekarzy.

Trzonem naszego think-tanku – bo to jest właśnie Medyczna Racja Stanu: think-tank założony przez Kolegium Lekarzy Rodzinnych w Polsce, Polską Akademię Nauk, Polską Unię Onkologii – są spotkania systematyczne, a nie okazjonalne jak kongres raz na dwa lata lub konferencja ku czci co kwartał. Staramy się tworzyć platformę do comiesięcznych spotkań z ekspertami, najwybitniejszymi klinicystami we wszystkich obszarach, a tych ekspertów jest ponad 200. To są głównie środowiska medyczne, ale też eksperci w dziedzinie prawa, ekonomii. Za dwa dni robimy dużą debatę „Liczymy się z naszym zdrowiem”, ponieważ musimy zacząć się liczyć z naszym zdrowiem.

Bardzo cieszę się z głosu, który pani podniosła, że emeryt to nie może być tylko osoba tańcząca w Ciechocinku. Nie tylko dlatego, że to nie do końca jest dla niego najlepsze rozwiązanie w życiu, ponieważ aktywność zawodowa generalnie świadczy i gwarantuje to zdrowie psychiczne w znacznie większej formie niż krótkotrwały wyjazd do sanatorium. Proszę państwa, w obliczu hekatombi demograficznej nie mamy zastępstwa pokoleniowego – przyrost naturalny jest taki, że o tym zastępstwie nie ma co mówić. Stary kontynent rzeczywiście staje się stary. To nie jest wyzwanie tylko Polski, to jest wyzwanie Europy. Robiłam niedawno okrągły stół ekspertów – powiedzieli, że to jest trend nie do zatrzymania. Dzisiaj młode dziewczyny mówią do swoich młodych chłopaków: z tobą mogę to mieć psa, ale nie dziecko, ponieważ planowanie rodziny to jest zbyt długoterminowe zobowiązanie.

Powodów jest dużo. Nie chciałbym zabierać czasu, bo chciałbym zwrócić uwagę na kilka rzeczy, czyli zastępstwo pokoleniowe, apel do państwa w związku z tym, jak mamy zbudować pozycję świadomości emeryta, który nie przebiera nogami, czekając, kiedy w końcu przejdzie na emeryturę, tylko będzie miał wiele ofert pracy na rynku. Myślę, że wkrótce tak będzie – zwracam się do pani, ponieważ nie będzie ręk do pracy.

Przewodniczącą Zarządu Głównego PZEiR Elżbieta Ostrowska:

Nie będzie wyjścia.

Rzecznik Medycznej Racji Stanu Anna Jasińska:

Nie będzie wyjścia, to znaczy emeryci będą musieli pracować. Przypomnę tylko – moja proweniencja jest dziennikarska. Zresztą prowadziłam szkołę dziennikarską założoną przez Kongres Stanów Zjednoczonych, zaraz po tym, jak nam wolność wybuchła. Tam mówiono: nie wiadomo, czy jest życie pozagrobowe, na pewno nie ma pozatelewizyjnego. To się troszkę zmieniło ze względu na media społecznościowe, natomiast kultura obrazkowa nadal trafia coraz bardziej do nas wszystkich poprzez emocje. Najlepszy przykład – jak mamy interwencyjny materiał w programach newsowych, że trzeba ratować życie małego dziecka, to raptem się okazuje, że państwo macie większą widownię, niż to widzicie w abonamencie. Jednym słowem – emocje. Telewizja buduje emocje.

Jest też tutaj pan z ministerstwa edukacji – fiaskiem działania naszego think-tanku i wielu ludzi dobrej woli było to, że nie udało się nam edukacja prozdrowotna w szkołach. Jest fakultatywna, a życie i zdrowie nie może być wyborem fakultatywnym. My musimy edukować.

Mam teraz do panów pytanie, bo jest oczywiste, że ekran dla młodego pokolenia, to jest głównie ekran Netflixa, a już niekoniecznie publicystyka. Ale może to jest sprzężenie zwrotne? Może ta publicystyka jest robiona na tyle interesująco, żeby przyciągnąć młodych ludzi. Chciałam państwu powiedzieć, że nazywam młode pokolenie młode „kontrolerami jakości”. To nieprawda, że zdrowie ich nie interesuje, chcieliby tylko oglądać „zabili go i uciekł” albo grać w gry planszowe. To jest pokolenie, które – w przeciwieństwie do mojego – kontroluje. Ja nigdy nie sprawdzałam terminu ważności produktów. Oni sprawdzają terminy ważności produktów, przy najmniejszej chrypie idą do lekarza i proszą, żeby zbadać, czy to jest rak krtani. Jakiś poziom świadomości jest – najgorzej jest w grupie 40+ do mojego 60+, gdzie nie ma tej

czujności – to jest pokolenie, które chętnie dowiedziałoby się dużo więcej na tematy zdrowotne i może wypowiadało się w dialogu.

Mam przyjaciela, który pracuje w telewizji francuskiej. Muszę państwu powiedzieć, że dedykowane właśnie zdrowiu programy, które oni robią, zdobywają najwięcej reklamodawców. Wbrew pozorom nic tak ludzi nie interesuje. Zobaczcie państwo, co było w pandemii COVID-19 – nie było pracy, nie było szkoły, nie było premier, nie było nawet ataków terrorystycznych. Nic nie było, ponieważ było olbrzymie zagrożenie dla zdrowia. My nie wykorzystujemy tej wiedzy, nie wykorzystują jej politycy, w związku z czym są w ostatniej chwili wzywani do odpowiedzi: 4–5 grudnia, szczyty zwoływane ad hoc. To nie mogą być szczyty. My musimy zacząć rozmawiać.

Tu jest drugie moje pytanie: Czy mamy widownię na przykład młodych matek, czyli wykorzystujemy tę lukę, którą na razie mamy jeszcze w edukacji młodych ludzi? Bo drugą grupą osób, które są zamknięte przez jakiś czas w domu, są młode matki. To do nich można by trafić z informacją, że trzeba szczepić dzieci. Jestem przerażona, że wjeżdżam do Warszawy, zjeżdżam z Ursynowa i jest ogromny baner mówiący: „Rodzicu, zastanów się, czy chcesz na pewno szczepić swoje dziecko”. I nie ma odpowiedzi zwrotnej. Nie wjeżdżam do miasta i nie widzę na Pałacu Kultury i Nauki wielkiej informacji „Szczepionki są osiągnięciem cywilizacyjnym. Ratujesz życie”. To dotyczy zresztą seniorów – seniorzy nie wiedzą, czy się mają szczepić, czy nie, czy to im nie zaszkodzi po terapii onkologicznej, interwencji kardiologicznej. Takie zadają pytania.

Tak jak mówię, trudno będzie państwu dotrzeć do 40+ i przed 60. rokiem życia. Natomiast myślę, że mamy taką grupę, do której moglibyśmy trafić i tą – na razie nieudaną – edukację zdrowotną pokierować również do matek, bo w drugiej czy trzeciej klasie szkoły podstawowej to jest już nawet za późno, żeby budować świadomość. Tego, że trzeba myć ręce czy zęby, nasze babcie uczyły nas dużo wcześniej. Pokazuję tu więc pełną grupę, do której możemy dotrzeć.

Jeśli można, jeszcze wracając do seniorów... Państwo pewnie wiecie, że jak się włączy w tej chwili Facebook czy Instagram, to jest wręcz inwazja bardzo fajnych filmików o tai chi, jest ono w natarciu. To jest głównie aktywność motoryczna dla ludzi starszych. Wracam z Chin, z Japonii. Tam rano zobaczycie państwo dziesiątki, setki ludzi starszych. To nie są młodzieńcy, to są ludzie, przepraszam, z tej ławki – poza panią – niż z tamtej siedzącej naprzeciwko. Być może pomysłem jest to, żeby poprosić kogoś charyzmatycznego, kto mógłby nagrać rano serię takich filmów: budzisz się, drogi seniorze? Nie wszyscy są na wózkach, nie wszyscy są niezdrowi, część z nich można by było zaktywizować do fajnej gimnastyki.

Natomiast chciałabym jeszcze powiedzieć jedno. Sama jestem belfrem dziennikarstwa, państwo wiecie, że trzeba mieć charyzmę, żeby występować na wizji. Trzeba przyciągnąć wzrok. Powiem szczerze, że od lat trudno mi było znaleźć program, który byłby o zdrowiu i rzeczywiście przykuwał uwagę. Poniekąd Ewa Drzyzga robiła coś takiego w momencie, kiedy zajmowała się tematami zdrowotnymi. Ale mam dla państwa przykład – dr Michał Sutkowski, jedna z pierwszych twarzy w pandemii COVID-19, urodzony Judym, który jak trzeba, przychodzi o godz. 5.30 do TVP Info, do Radia Maryja, wszędzie, bo jest urodzonym edukatorem...

Nie wiem, czy koniecznie musimy trzymać się dziennikarzy. Dziennikarz z założenia jest człowiekiem, który wie wszystko, ale może posadźmy dobrą *unknown person*, poszukajmy wśród ekspertów medycznych tych, którzy mają power, „rozpędziochę” i przytrzymają przed ekranem. W rozmowie z ekspertem albo wejdziemy na taki diapazon, że nikt tego nie zrozumie, albo będziemy mówić o emocjach. Są lekarze, którzy potrafią mówić o emocjach. Bardzo chętnie dam panom listy takich lekarzy, którzy – jeśli ich namówicie między jedną a drugą przychodnią; nie dlatego, że zarabiają na Maybachy, tylko do dzisiaj nie ma wystarczającego dostępu do specjalistów – potrafią mówić o zdrowiu.

Zadałam pytanie o populację osób, znaczy kobiet, które... Mamy „tacierzyńskie”, może macie panowie dane, że są i ojcowie, którzy zostają w domach. Za dwa dni, na debacie „Liczymy się z waszym zdrowiem” będę miała u siebie prezesa Głównego Urzędu Statystycznego. Może on ma jakieś dane, jak to teraz wygląda?

Z demografią nie wygramy. W związku z tym na pewno grupą, którą państwo macie, są seniorzy. Traktujmy ich poważnie jako kapitał i zasób, po który za chwilę będziemy musieli sięgać, żeby ich aktywność wypełniła lukę pokoleniową, bo inaczej jej nie wypełnimy. Żeby tak się mogło stać, oni muszą być zdrowi. Muszą wiedzieć, czy mają się zaszczepić na półpasiec, czy im potem nos odpadnie. Raczej nie odpada. Dobrze się zaszczepić czy to na RSV, czy choćby na grypę. Druga grupa to młodzi rodzice. W tej chwili, wobec fiaska edukacji zdrowotnej to jest ta grupa,

do której możemy przekazać informacje o najwcześniejszej profilaktyce, czyli budzeniu postaw prozdrowotnych.

Mam trzecie pytanie o lukę, o tych, powiedzmy, 40+, którzy traktują na razie telewizor tylko jako platformę do pokazywania zdjęć wakacyjnych lub Netflixa. Spróbujmy im coś zaproponować w ich dążeniu do kultury obrazkowej. Telewizor ma większy obrazek niż telefon – wbrew pozorom myślę, że to jest do zrobienia. Może warto z edukatorami, psychologami zastanowić się, co im zaproponować, żeby ich odbić. A dlaczego trzeba ich odbić? Dlatego, że na tym ekranie jest cała masa fake'u. To są nie tylko sprawdzone informacje. Państwo jesteście w stanie zaproponować rzetelną, wiarygodną informację, a ja służę państwu telefonami, kontaktami. Liczę, już nie zabierając więcej głosu, że może kiedyś usiądziemy, pogadamy i pomożemy sobie nawzajem, bo nie zrobimy tego teraz...

Wicie, państwo, my mamy taką grupę, która chce zreformować system ochrony zdrowia. Obiecuję, że to już naprawdę ostatnie zdanie. To nieprawda, że to jest studnia bez dna, nie wierzę w tym politykom. Jeszcze w końcówce lat 80. Holandia była jednym z najgorzej zorganizowanych systemów zdrowotnych. Dzisiaj jej system ochrony zdrowia jest trzeci od góry, na piedestale medalowym. Jest na to sposób, są ludzie, którzy wiedzą, jak to zrobić. Pomóżcie w tym.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Na razie bardzo dziękuję pani rzecznik, pani prezes i pani przewodniczącej. Poproszę panów dyrektorów o zajęcie stanowiska, a potem, jak będzie potrzeba, to będzie kolejna runda, dobrze?

Bardzo proszę.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Bardzo państwu dziękuję za wszystkie głosy. To są kwestie niezwykle istotne. Spróbuje się odnieść do nich wszystkich. Jeżeli o czymś zapomnę, to proszę mi zwrócić uwagę, ale po części one się łączą i krzyżują, będzie więc o tyle prościej.

Zacznę od trzech kwestii fundamentalnych, które się tu przewijały. Pierwsza, nie wchodząc w szczegóły wyników badań... Panie przewodniczący, intuicja jest słuszna. Telewizja linearna ma generalnie starszego widza i coraz bardziej starszego widza. Nie było to stylistycznie zbyt piękne...

Ambasador Stowarzyszenia MANKO – Głos Seniora Wojciech Kałkusiński:

Obrazowe.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Ale rozumiem państwo, co mam do powiedzenia. Generalnie mamy coraz starszego widza, jak i wszystkie telewizje linearne. Telewizja na całym świecie znajduje się w momencie głębokiej transformacji. To znaczy, że wciąż sporo widza jest przed telewizorem – nie sprawdziły się najczarniejsze scenariusze mówiące o tym, że wkrótce będziemy już kompletnie wymarłym parkiem jurajskim – ale go ubywa.

Znalazło to wyraz w czymś, co wydarzyło się za mojego telewizyjnego życia, a dla telewizji pracuję już 25 lat. Jak państwo wiedzą, pomiary oglądalności prowadzone są w dwóch grupach: jedna nazywa się All 4+ i obejmuje wszystkich widzów powyżej 4. roku życia, a druga, na którą przez lata zwracali uwagę reklamodawcy – przede wszystkim na nią – to tak zwana grupa komercyjna. Kiedy zaczynałem pracę w telewizji, to była grupa 16–49. Dziś jest to grupa 16–59 – z wielu różnych powodów została w pomiarach podniesiona o kolejne 10 lat. Kto wie, czy kiedyś nie będzie to grupa na przykład 16–65. Ta przemiana na rynku zachodzi. Mamy świadomość, że mamy coraz starszego widza i nie chcemy go widza stracić, musimy do niego mówić do tego widza, ale – i to państwo też rozumieją, tu płynnie przechodzę do drugiego fundamentalnego punktu – tu wszystkich oczekiwań nie spełnimy.

Z wielkim szacunkiem i zainteresowaniem wsłuchuje się w to, co państwo mówią. Będziemy się jeszcze mocniej starali realizować wiele z tych postulatów, ale nie chcę być tylko miłym człowiekiem, tylko chcę, żebyśmy naprawdę coś zrobili. Bo, mówiąc metaforycznie, za chwilę stanę przed kolejną Komisją, która zajmuje się sprawami kultury i będzie ona oczekiwała ode mnie realizacji misji w tej dziedzinie. Będę miał spotkanie z Polską Radą Ekumeniczną oraz Konferencją Episkopatu Polski i tam będę rozliczany z wypełniania mojej misji na szeroko rozumianym polu konfesyjnym. Jak państwo wiedzą, mogę ciągnąć tę listę długo, a koniec końców stanę przed Radą Programową TVP SA, która być może uczyni mi zarzut z tego, że skupiam się za bardzo na starszym widzu, a nie wychodzę do widza młodszego.

Szanowni państwo, nie mówię tego, żeby się bronić. Mówię to tylko po to, żebyśmy naprawdę dobrze współpracowali. Jest tu wiele postulatów – nawet dziś, na tym spotkaniu – które bardzo chętnie zrealizujemy, bo otwierają nam oczy. Natomiast muszę łączyć na różnych antenach TVP SA bardzo różne elementy misji, a na dodatek – i tego nikt nie ukrywa – sytuacja finansowa jest taka, że musimy również zarabiać pieniądze.

Dobra wiadomość – wracam do pkt 1 – na tym posiedzeniu podkomisji jest taka, że starszy widz jest, jak widzę, coraz bardziej pożądanym, podczas gdy na początku XXI w. był raczej lekceważony przez reklamodawców patrzących na telewizję z komercyjnego punktu widzenia. Tak było 25 lat temu. Dziś już w coraz mniejszym stopniu myśli się w takich kategoriach.

Trzecia kwestia fundamentalna, która tutaj została poruszona – bardzo istotna, bardzo ważna i myślę, że powinna być strategicznym przedmiotem naszej wspólnej refleksji – jak mówić do starszego widza. To jest coś, o czym w minionych miesiącach kilkakrotnie rozmawialiśmy z dyrektorem Sławińskim, ale myślę, że na naszych antenach i w programach adresowanych do ludzi starszych powinniśmy to brać pod uwagę. To są proste rzeczy: wielkość liternictwa, szybkość mówienia, szybkość montażu, artykulacja u prowadzących. Cieszę się, że możemy też rozmawiać z profesjonalnego punktu widzenia, bo wymowa ludzi, którzy pracują na antenach, to jest coś, co generalnie słabnie w szeroko rozumianych telewizjach i radiu. Dla młodego odbiorcy to może nie jest problem, ale dla starszego – już poważny problem. Mamy do czynienia z ważną barierą w dostępności. To jest jedna z rzeczy, którą od razu sobie zapisujemy na listę i będziemy na to zwracać uwagę, bo mam wrażenie, – nie przyszedłem tu tylko się chwalić, w ogóle nie taki jest cel naszego spotkania – że nad tym, jak mówimy, powinniśmy zdecydowanie popracować.

Idę dalej przez zgłoszone przez państwa sprawy. Punkt nr 4, który sobie zapisałem... Być może popełniłem na początku błąd i nie wyrecytowałem państwu listy 109 propozycji programowych, a potem jeszcze 194. Naprawdę nie chciałem – i to nie jest mój cel – żeby naszą rozmowę i świadomość zdominowało „Sanatorium miłości”. Doskonale zdaję sobie z tego sprawę i nie chciałem, żeby państwo odnieśli wrażenie, że to, co robimy w telewizji, to jest tylko ono.

Mogę podać więcej przykładów, ale mogę też wrócić. Program „Drugie śniadanie” – po raz pierwszy śniadaniówka skierowana do seniorów. Tam jest mowa o aktywizacji, o bezpieczeństwie. Nie wiem, czy jest mowa o wypełnianiu świadczeń – na taką rozmowę tam nie trafiłem. Ale znowu – to jest rzecz istotna i ważna, którą, być może bądź zapewne, przeoczyliśmy, a powinniśmy brać ją pod uwagę.

Jak państwo się domyślają, jak mówię o 109 propozycjach programowych, to nie mówię w ramach tego o kilkunastu odcinkach „Sanatorium miłości”. Jest ono jednym punktem w ramach tej listy. Doskonale rozumiem, przyjmuję i nie chciałbym, żeby tu było między nami jakiegokolwiek nieporozumienie, że tańczący, zakochany, senior i seniorka w Ciechocinku mają załatwić całą sprawę. Ale proszę zauważyć, bo to jest jakoś znamienne, że to pojawiała się nawet w państwa wypowiedziach, dość krytycznych i z pewnymi emocjami, niemniej się pojawiała. Dlaczego? Bo te programy przykuwają uwagę, bo budzą emocje. Żaden program poradnikowy nigdy nie wzbudzi takich emocji jak kolejny odcinek „Sanatorium miłości”. Musimy to brać pod uwagę nie po to, żeby telewizja stała wyłącznie „Sanatorium miłości”, ale właśnie po to, żeby jeszcze bardziej różnicować ten przekaz. To jest istotna sprawa.

Kolejny punkt, który mam zapisany, pkt 5. Chcielibyśmy państwa – i mówię to z całą powagą – mocniej włączyć do współtworzenia tych programów, które mamy. To państwo mają najlepszą wiedzę i doświadczenie. Moim zdaniem – mogę to państwu zagwarantować – podkomisja sejmowa jest początkiem, a ja jako wicedyrektor Biura Programowego TVP SA, mogę spotykać się z państwem co kwartał i omawiać bieżące, ważne tematy, to, na co powinniśmy zwrócić uwagę, bo taka jest misja publiczna i tego zapewne brakuje. To państwo trzymają rękę na pulsie, zarówno w kwestiach senioralnych, które jakoś zdominowały naszą rozmowę, jak i w kwestiach stricte zdrowotnych, co do których nie chciałem, żebyśmy o nich zapominali. To jest kolejna rzecz.

Elementy takie jak bezpieczeństwo osobiste, zagrożenie wojną, wykluczenie wynikające z konieczności pozostawania w czterech ścianach, to są wszystkie rzeczy, które powinniśmy omówić i chciałbym państwa do TVP SA zaprosić. Ustalimy termin po wielkich świątecznych wakacjach, które akurat w Warszawie przeradzają się w wielkie dwutygodniowe ferie, więc zapraszam wszystkich państwa na spotkanie w lutym. Ustalimy odpowiedni termin, zaprosimy twórców głównych programów, już roboczo porozmawiamy o różnych wątkach.

Wracam do mojego wcześniejszego punktu – do tego, jak mówić, jak to przekazywać. To jest bardzo istotna rzecz, która się pojawiła na naszej antenie.

Pojawiły się też kwestie – tu bardzo dziękuję za wszystkie kontakty – problematyki zdrowotnej. Mówiąc o niej szeroko, przez 6 lat mojego życia miałem kiedyś okazję prowadzić „Kawę czy herbatę”. Dr Michał Sutkowski zaczął wtedy chodzić do telewizji i był jednym z najlepszych gości. Jest doskonałym popularyzatorem. Być może jednym z najlepszych, jeżeli nie najlepszym, jakiego mamy wśród lekarzy. Mam dla niego najwyższe uznanie, na gruncie nie tylko osobistym, ale też tego, kim jest, jak mówi, jaką wiedzą dysponuje.

Pojawiła się też kwestia bardzo istotna i ważna, o której nie wspominałem, a powinniśmy o niej pamiętać. Miałem to nawet zapisane, ale opuściłem to wzrokiem. Jeżeli mówimy o kwestiach zdrowotnych – senioralnych, ale przede wszystkim zdrowotnych – mamy ogromny problem z zalewem szarlatanów, niesprawdzonej, kłamliwej wiedzy, żerowaniu na cierpieniu ludzi. W ten weekend, w niedzielę przyznawano chyba najbardziej prestiżowe nagrody dziennikarskiej Grand Press. W kategorii materiał audio – nie mówię tu o własnej firmie – zwyciężył Michał Janczura z Wirtualnej Polski za cykl „Szarlatan”. To wstrząsający cykl pokazujący żerowanie szarlatanów w internecie, przede wszystkim na ludziach chorych, starszych. Ten cykl zakończył się na szczęście aresztowaniem głównego bohatera, który bez żadnego doświadczenia medycznego zajmował się ustawianiem terapii ludzi chorych na nowotwory. W tym cyklu ludzi były przykłady ludzi, którzy umarli, ponieważ odmówili chemioterapii, ba, odmówili nawet biopsji i próbowali leczyć się witaminą C oraz płynem Lugola, sprzedawanym za ciężkie pieniądze w sklepach internetowych związanych z tym człowiekiem.

Dlaczego o tym mówię? Bo to jest tematyka, którą powinniśmy podejmować. Czasem podejmowana jest w naszym programie „Sprawdzamy”, który został też nagrodzony Grand Press w kategorii veritas, czyli *fact-checkingu*, ale – obiecuję państwu – musimy to rozbudować. Wiosną tego roku planowałem, nie mówiłem o tym, ale planowałem, program *fact-checkingowy*, zwalczający szarlatanerię i dezinformację na TVP Nauka. To mnie tylko przekonuje, żeby powinniśmy – również w porozumieniu z państwem – taki program uruchomić. Tu też zapewniam absolutną współpracę.

Mówiła pani o emocjach. Dlaczego cykl Michała Janczury odbił się tak szerokim echem? Nie dlatego, że to były rozmowy z ekspertami – chociaż również były – którzy mówili o tym, że witaminą C nie da się wyleczyć ciężkiego nowotworu. Setki ludzi posłuchały w internecie tego cyklu, ponieważ zaczęło się od historii kobiety, która umarła na skutek takiej terapii, a później zgłaszały się dziesiątki i setki ludzi oszukanych w taki sam sposób. Emocje i właśnie współpraca oraz wymiana informacji między nami są bardzo istotne.

Kolejna rzecz to pokolenie, do którego trudno dotrzeć i o którym pani słusznie mówi, bo już łatwiej jest dotrzeć do młodszego pokolenia, idąc przez media społecznościowe czy TVP VOD, które cały czas rośnie. Tak jak generalnie wszystkie telewizje linearne idą w dół, ścigają się między sobą na to, komu mniej spadnie w przeciągu kolejnych 5 czy 6 lat, bo taka jest tendencja, tak TVP VOD rośnie skokowo i to jest ogromna szansa, żeby docierać do młodszego pokolenia. Tu też trzeba pomyśleć o formatach, które do młodszego pokolenia będą w większym stopniu docierały. Natomiast myślę, że wspólnie musimy się zastanowić nad pokoleniem czarnej dziury, które jest rzeczywiście najtrudniej osiągalne. Tu mogę się zgodzić z pani diagnozą.

Jeżeli chodzi o młode matki, to bez względu na to, czy pracowałem w telewizji komercyjnej – a w niej też pracowałem przez długie lata – czy teraz w mediach publicznych, to widzimy je przede wszystkim przy śniadaniówkach, w paśmie przedpołudniowym, które oglądają przede wszystkim kobiety zostające w domu z różnych powodów, kobiety nieaktywne zawodowo. Tu mamy dwie grupy: głównie kobiety starsze i kobiety wychowujące dzieci. Ale akurat w propozycjach „śniadaniówek” – mówię tu nie tylko o TVP SA, ale też o dwóch komercyjnych konkurentach na rynku – widać, że wszyscy starają się trzymać rękę na pulsie i taka tematyka w tych telewizjach śniadaniowych się pojawia, bo ona przyciąga tego widza, który akurat w tym czasie jest przed telewizorem.

Proszę mi powiedzieć, co opuściłem, starałem się jak najszerzej potraktować te zagadnienia, ale pewnie o czymś zapomniałem, więc proszę mówić.

Prezes KIGS Marlena Kondrat:

Poproszę tylko później o przesłanie statystyk, abyśmy mogli wszyscy się z nimi zapoznać, dobrze? Wtrącam, żeby nie zapomnieć.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Obiecuję państwu – bo tak będzie najlepiej – że nasze lutowe spotkanie zacznę od prezentacji takich statystyk. Przygotujemy prezentację, bo na przykład nie badamy tak szczegółowo, z podziałem na 60, 70, 80 lat, ale spróbujemy wyciągnąć jakieś wnioski z badań. Na naszym lutowym spotkaniu przedstawię państwu te statystyki i tę prezentację przekażę też podkomisji.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo dziękuję, panie dyrektorze. W ogóle idea, żeby kontynuować już w TVP SA i żeby z tej podkomisji stało się coś w rodzaju kolegium roboczego, to bardzo dobry pomysł. Bardzo za niego dziękuję i mam nadzieję, że przyniesie to korzyści i widzom, i telewizji publicznej.

Mamy ograniczony czas, więc jeśli ktoś z państwa chciałby zabrać głos, to prosiłbym już o skracanie wypowiedzi. Wiem, że jeszcze pan poseł Ściebiorowski.

Poseł Łukasz Ściebiorowski (KO):

Tak.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

To udzielam głosu. Potem pan przewodniczący Adamowicz. Bardzo proszę.

Poseł Łukasz Ściebiorowski (KO):

Dobrze, bardzo dziękuję jeszcze raz. Panie przewodniczący, szanowni państwo i tu też jeszcze raz do przedstawicieli mediów – szeroko różne problemy dotykacie. Chciałbym zwrócić jeszcze uwagę na aspekt dotyczący funkcjonowania seniorów, ich aktywizacji poprzez udział w pracach uniwersytetów trzeciego wieku, klubów seniora, rad seniorów. To jest aktywizacja bezcenna nie tylko ze tego względu stricte zdrowotnego, zdrowia psychicznego, ruchowego, ale też poszerzania wiedzy, bo tam seniorzy dostają bardzo duży zasób informacji. To jest aktywność, która bardzo angażuje społecznie poprzez współdziałanie w grupie, obcowanie z innymi seniorami, ale też ze względu na aspekt współpracy z młodymi.

Mam taki przykład – akcję, w ramach której na święta majowe zawsze układamy żywą flagę. Robiliśmy to tylko z uczniami. Przy którejś decyzji zaprosiłem do tego seniorów. Państwo sobie wyobrażacie, jaka była ich radość z tego, że oni mogli stanąć obok młodych, być zaakceptowani w pełni, wspólnie z nimi coś zrobić. Myślę, że to też jest aspekt, który można by pokazywać. Pan mówił, że wszystkiego nie jesteście w stanie zrealizować w tego typu programach – z przyczyn naturalnych, już nie mówię finansowych, ale pewnie czasowych. Ale rolę UTW warto podkreślać. Akurat teraz będziemy podejmować na posiedzeniu Sejmu uchwałę dotyczącą 50. rocznicy powstania pierwszego uniwersytetu trzeciego wieku – będzie procedowana, podkreślając właśnie rolę UTW. W państwa przekazach też warto zachęcać do udziału w pracach takich gremiów. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Pan przewodniczący Piotr Adamowicz. Bardzo proszę.

Poseł Piotr Adamowicz (KO):

Bardzo dziękuję. Przepraszam państwa, ale musiałem wyjść, ponieważ miałem bardzo ważną telekonferencję. To nie jest dowód na lekceważenie, tylko zbiegły mi się terminy.

Być może wywołałam wilka z lasu, ale jakiś czas temu przyszła do mnie grupa osób związana luźno z branżą telewizyjną, dlatego prosiłbym was o rzeczową krytykę pomysłu i nie chodzi, broń Boże, o analizy. Mianowicie przyszli do mnie ludzie, tak mniej więcej 65+, z pytaniem: Dlaczego nie ma w Polsce kanału TVP senior? Nie ja to wymyśliłem, nie chcę używać nazwisk, zostawmy to. Ale, tak jak wspomniałem, były to osoby związane mniej lub bardziej z szeroko rozumianą branżą telewizyjną i raczej mediami publicznymi niż komercyjnymi, prywatnymi. Tyle.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Jesteśmy ciekawi odpowiedzi. Czy jeszcze ktoś z państwa gości? W takim razie bardzo proszę o odniesienie się do tych kwestii.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zając:

Szanowni państwo, kanał TVP senior... Nad tym można się zastanowić. Jak widzą państwo, jestem raczej do bólu szczery, grzeczny, ale do bólu szczery. Można się zastanowić, zwłaszcza że ta propozycja, ten wachlarz kanałów tematycznych jest dla telewizji bardzo istotny.

Na pewno są dwie kwestie, z których pan przewodniczący doskonale sobie zdaje sprawę i nie chce ich wykorzystywać jako zasłony, bo zawsze warto próbować. Po pierwsze, musiałyby się na to zgodzić Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, która na razie nie zgadza się na nic, co proponuje TVP SA. Być może byłby to wyłom, być może warto to sprawdzić. Naprawdę możemy o tym porozmawiać, ale od razu stwierdzam jedną rzecz. Jeżeli rozmawiamy o tym poważnie – a rozumiem, że rozmawiamy poważnie – to musimy wiedzieć, że to musi przejść całą ścieżkę proceduralną, że nie da się kanał założyć ot tak, zwłaszcza że warunkiem *sine qua non* istnienia tego kanału musi być nadawanie naziemne. Dlaczego? Ze względu na to, co panie powiedziały w swoich wypowiedziach. Jeżeli to ma trafić do tych, którzy rzeczywiście tego potrzebują, to muszę mieć gwarancję nadawania naziemnego.

Posel Piotr Adamowicz (KO):

Otwarte.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Otwarty, naziemny kanał – żadnych kablówek, żadnych satelitów, nawet żadnego funkcjonowania w internecie, bo wtedy to będzie niezgodne z DNA istnienia takiego kanału, kompletnie bez sensu.

Druga rzecz – i temu też się trzeba przyjrzeć – to jest kwestia finansowania takiego kanału. Jesteśmy ludźmi od roboty, więc mówmy jak ludzie od roboty. Założmy, że mamy ten kanał, będziemy mieli zgody, przejdziemy wszystkie procedury. Powstaje taki kanał, dobrze. Teraz jest kwestia jego finansowania. Tu jest bardzo prosta zależność. Można taki kanał bardzo tanio zbudować na powtórkach, ale czy to jest nasz cel?

Posel Piotr Adamowicz (KO):

Nie.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Nie, to nie jest nasz cel. Bo znowu, budowanie tego kanału wyłącznie na powtórkach: będę puszczał serial „Z biegiem nocy, z biegiem dni” i „Sanatorium miłości” sezon 1, 2, 4 i 5.

Przewodniczącą Zarządu Głównego PZEiR Elżbieta Ostrowska:

Niech pan nie straszy, panie dyrektorze.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Wiedzą państwo, mówię o mówię o konkretach.

Dyrektor TVP3 Sławomir Majcher:

O realiach.

Zastępca dyrektora Biura Programowego TVP SA Marek Zajac:

Mówię o realiach. Czy to byłby drogi kanał? Zapewne nie, ale musielibyśmy ustalić jego budżet i finansowanie. Proszę moich słów nie traktować jako wytrychu – uciekł spod topora, inteligentnie wybrnął z trudnego pytania. Tylko mówię tak: jeżeli spotkamy się w lutym – zapraszam również tych pomysłodawców – i chcemy o tym porozmawiać poważnie, to myślny poważnie o dwóch rzeczach. Nie tylko, że chcemy, ale że przejdziemy ścieżkę proceduralną, powiem wprost, ponadpartyjnie, bo taka jest rzeczywistość. Ktoś pomyśli o tym, że są widzowie, a nie określone zespoły personalne, jeżeli wolno mi tak dość dyplomatycznie i oględnie powiedzieć. Druga rzecz – zdecydujemy się na jakieś finansowanie tego kanału. Jeszcze raz mówię, że ono nie musi być wcale wysokie. Tylko istotne jest to, żebyśmy nie stworzyli fasady, która nikomu nie będzie służyć, bo od rana do wieczora będziemy mieli powtórki i listek figowy z jednym porannym pasmem rozmów poradnikowych, bo to nie o to chodzi.

Posel Piotr Adamowicz (KO):

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Bardzo dziękuję państwu.

Rozumiem, że... Proszę bardzo, zapraszam jeszcze do zabrania głosu. Pomału będziemy musieli kończyć, bo nie mamy sali do późnych godzin, ale bardzo proszę. Mam jeszcze chwilę czasu.

Ekspertka merytoryczna Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej Aleksandra Chmielewska:

Dziękuję. Aleksandra Chmielewska z KIGS, ale również z Uniwersytetu Warszawskiego

Bardzo dziękuję również za tę otwartość w całej dzisiejszej wypowiedzi. Kwestie techniczne i dystrybucja to są też inne obszary, też wpływają na koszt samej anteny. Akurat multipleks jest drogą dystrybucją, więc myślę, że tutaj te koszty byłyby jednak znacznie większe niż zakładane. Jednak z uwagi na to, co było z całym początkiem, czyli wskazanie, że dzisiaj ten klient mediów publicznych to jest klient dojrzały, to jest osoba, która jednak więcej czasu może poświęcić na duży ekran, to portfolio TVP SA jest na tyle bogate i duże, że nie musimy wydzielać jednego konkretnego kanału i bardzo mocno ograniczać, bo jest bardzo dużo różnej oferty, która jest dzisiaj na wszystkich antenach, również internetowych.

Droży państwo, pamiętajmy, że mówimy o osobach 60+, które mają bardzo różną aktywność codzienną, zawodową. Często są to też osoby, które tworzyły telewizję, robiły podwaliny pod całą telewizję na przestrzeni swojej kariery zawodowej, więc nie możemy też wszystkich, ich umiejętności i kompetencji, stawiać pod jedną kreskę. Według mnie ta różnorodność kanału jest największą wartością. Chciałam tylko zwrócić na to uwagę. Bardzo dziękuję.

Przewodniczący poseł Krzysztof Piątkowski (KO):

Tak, żebyśmy przy okazji bronili się przed stygmatyzacją. Bardzo dziękuję za ten głos. Warto go wziąć pod uwagę.

Chyba wyczerpaliśmy dyskusję w czasie dzisiejszego posiedzenia. Bardzo dziękuję wszystkim gościom za to, że państwo byliście i podzieliście się swoimi doświadczeniami i wiedzą na ten temat oraz za, jak rozumiem, deklarację, że będziecie dzielić się wciąż. Bardzo dziękuję panom dyrektorom za udział w dzisiejszym posiedzeniu, państwu posłom.

Wyczerpaliśmy porządek dzienny posiedzenia podkomisji. Zamykam jej posiedzenie.