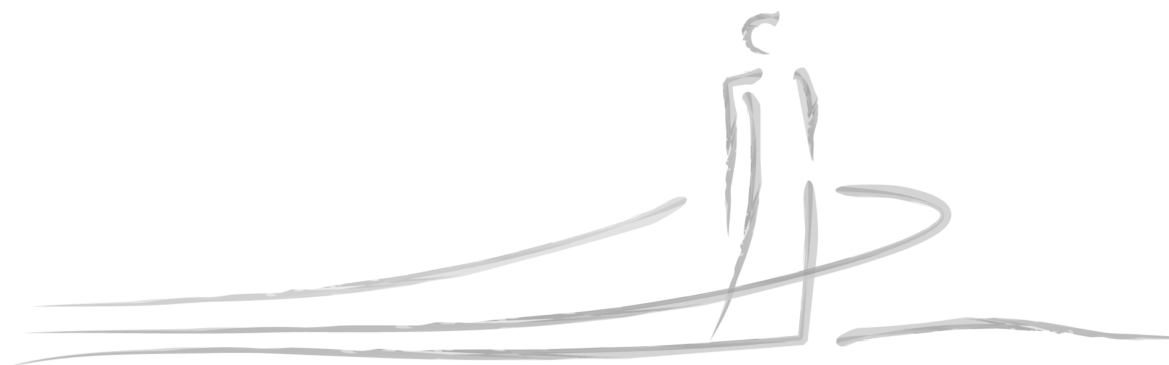


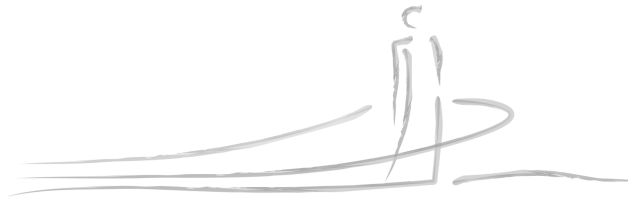
Mirosław Lakomy

Rynek radiowy w Polsce



dyskurs politologiczny
monografie

Akademia Ignatianum
Wydawnictwo WAM
Kraków 2012



dyskurs politologiczny

seria pod redakcją
Włodzimierza Bernackiego, Wita Pasierbka, Bogdana Szlachty

- Mirosław Lakomy, *Rynek radiowy w Polsce*



- Anna Krzynówek, *Rozum a porządek polityczny. Wokół sporu o idee i instytucje demokracji deliberatywnej*
- Paweł Kaźmierczak, *Dietrich von Hildebrand wobec narodowego socjalizmu*
- Radosław Rybkowski, *Upadek stopni – stopnie upadku. Problemy amerykańskiego szkolnictwa wyższego*

Recenzenci

Dr hab. Teresa Sasińska-Klas, prof. UJ
Dr hab. Jerzy Plis, prof. Uniwersytetu Rzeszowskiego

© Akademia Ignatianum, 2012
31-501 Kraków, ul. Kopernika 26

Redakcja: Barbara Cabała
Projekt okładki: Anna Garsztka
Opracowanie techniczne: Jacek Zaryczny

ISBN 978-83-7614-090-2 (Ignatianum)
ISBN 978-83-7505-881-9 (WAM)

WYDAWNICTWO WAM
ul. Kopernika 26 • 31-501 KRAKÓW
tel. 12 62 93 200 • fax 12 42 95 003
e-mail: wam@wydawnictwowam.pl
www.wydawnictwowam.pl

DZIAŁ HANDLOWY
tel. 12 62 93 254-255 • fax 12 430 32 10
e-mail: handel@wydawnictwowam.pl

KSIĘGARNIA INTERNETOWA
<http://WydawnictwoWAM.pl>
tel. 12 62 93 260, 12 62 93 446-447
faks 012 62 93 261
e.wydawnictwowam.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Zarys historii radia	9
2. Specyfika radia jako medium	15
3. Radio w aspekcie technicznym	21
4. Radio formatowe jako efekt specjalizacji przekazu	25
5. „Hot Clock”	41
6. Rynek radiowy w Polsce do 1989 roku	45
7. Rynek radiowy w Polsce po 1989 roku. Procesy koncesyjne jako mechanizm strukturalizacji rynku	59
8. Rodzaje i typy stacji radiowych	75
9. Koncentracja w radiofonii	79
9.1. Rodzaje i typy integracji	79
9.2. Oligopol „Wielkiej Piątki”	83
9.2.1. Radiofonia publiczna	89
9.2.2. Grupa RMF	92
9.2.3. Eurozet	94
9.2.4. Agora	96
9.2.5. Grupa Radiowa Time	98
9.3. Pozostałe sieci radiowe	101
9.3.1. Ad.Point, Y-Radio i inne	101
9.3.2. Porozumienie Programowe PLUS	103
10. Radio Maryja	105
11. Na rynku przekazów i reklam	107
12. Radio w Internecie. Parametry rynku internetowego	115

13. Rynku przekazów a rynek reklam. Relewentność	119
14. Radio 2.0	125
14.1. Od „e-radia” do „i-radia”	125
14.2. Radio na Facebooku	127
Zakończenie	131
Literatura	135
Spisy tabel i rysunków	141
Indeks osób	143

WSTĘP

Publikacja stanowi próbę prześledzenia procesów urynkowienia radia w Polsce. Tłem opisu tych zjawisk jest zarys historii i specyfiki radia, a szczególnie roli, jaką odegrał w jego narodzinach dr Zygmunt Chamiec. Okres międzywojenny cechujący się wprawdzie monopolem Polskiego Radia daje jednak cenną lekcję na temat mechanizmów rozwoju tego medium. Dorobek tego okresu wykorzystano w PRL-u, tworząc radio państwowe, podporządkowane ówczesnemu systemowi politycznemu. Okazją do zaistnienia nowych, niezależnych nadawców stał się przełom z 1989 roku. Okrągły Stół stworzył możliwość przełamania monopolu państwa w dziedzinie mediów i zaistnienia na rynku radiowym nadawców prywatnych. Zanim jednak pojawiły się regulacje stanowiące podstawę prawną do konstrukcji rynku, samoistnie podjęło działalność 55 nielegalnych nadawców, którzy spontanicznie i nieprofesjonalnie zagospodarowali widmo częstotliwości. Równolegle na podstawie Ustawy z dnia 17 maja 1989 roku o stosunku państwa do Kościoła katolickiego, działalność radiową podjęły 63 stacje kościelne. Tworzeniem nowego ładu w eterze, na mocy Ustawy o radiofonii i telewizji, uchwalonej 29 grudnia 1992 roku, zajęła się Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT). W pierwszej kolejności przystąpiła ona do przekształcenia państwowych jednostek organizacyjnych (p.j.o.) PR i TV w spółki akcyjne Skarbu Państwa. Pozostałe częstotliwości KRRiT zagospodarowała w trzech procesach koncesyjnych, które ukonstytuowały rynek radiowy w III RP. Podstawą

jego konstrukcji było założenie dotyczące pluralizmu stwarzającego możliwość konkurencji zarówno na poziomie ogólnokrajowym, jak i lokalnym, dzięki czemu media poddawane były regulowanej grze rynkowej. Mechanizmy ekonomiczne wolnego rynku uruchomiły proces konsolidacji, w wyniku czego oprócz nadawców ogólnokrajowych pojawiły się sieci radiowe konkurujące o słuchacza. Obecnie można mówić o dominującej na rynku „Wielkiej Piątce”, która skutecznie podporządkowuje sobie słabnące stacje lokalne.

W publikacji podjęto także ważne zagadnienie formatowania jako efektu specjalizacji przekazu. Jest to istotna próba opisu formatów stosowanych przez nadawców radiowych wykorzystujących doświadczenia amerykańskie.

Praca stanowi próbę wypełnienia luki w opisie rynku medialnego w zakresie dotyczącym radia.

Rozdział 1. ZARYS HISTORII RADIA

Włocha Guglielmo Marconiego (1874-1937) uznaje się powszechnie za ojca radia. Tymczasem dzisiaj wiadomo – dzięki wyrokowi Sądu Najwyższego Stanów Zjednoczonych z 1943 roku – że prawa patentowe do tego wynalazku należą się Nikoli Tesli (1856-1943) – serbskiemu inżynierowi i wynalazcy. Po serii procesów Marconi przyznał się w końcu do wykorzystania jego prac. W historii telegrafii bezprzewodowej istotną rolę odegrał również Aleksander Popow (1859-1906), rosyjski fizyk, który w 1894 roku zbudował wykrywacz piorunów, będący w rzeczywistości pierwszym odbiornikiem radiowym. Podwaliny pod ten epokowy wynalazek położyli jednak fizycy – Szkot James Clerk Maxwell (1831-1879), twórca teorii elektromagnetyzmu, oraz Heinrich Hertz (1857-1894), który w 1888 roku doświadczalnie ją potwierdził.

Wynalazek radia umożliwiający przekaz głosu bez pomocy kabla (*wireless*) zainteresował początkowo wojsko i marynarkę z przyczyn militarnych. Szybkość przepływu informacji niejednokrotnie decydowała o wyniku wojny. Sam Napoleon Bonaparte zdając sobie sprawę z wagi problemu, stosował tzw. telegraf optyczny, dzięki któremu mógł szybko reagować na polu bitwy i wygrywać.

Nowe narzędzie – w postaci radia – dawało wojsku podobne możliwości. Posiadało jednakże tę wadę, że informacja wysłana w „eter” mogła być odsłuchana także przez wroga.

Do zastosowań cywilnych wykorzystał tę technikę Reginald Aubrey Fessenden (1866-1932) – kanadyjski inżynier, który w 1900

roku jako pierwszy człowiek na świecie przesłał głos drogą bezprzewodową. W 1906 zaś nadał pierwszą audycję radiową w USA. Stwierdził on wówczas, że „radio jest idealnym środkiem komunikowania publicznego przez możliwość powszechnego odbioru na danym terenie”¹. Pierwsza doświadczalna transmisja sygnałów fonicznych odbyła się w Metropolitan Opera w Nowym Yorku w 1911 roku. Trzy lata później uruchomiono próbną rozgłośnię radiową w Belgii, nadającą regularnie programy muzyczne. W 1915 roku przesłano drogą radiową głos ludzki pomiędzy Waszyngtonem a Paryżem. 12 listopada 1917 roku Ogólnorosyjski Zjazd Rad drogą radiową poinformował o upadku rządu Kiereńskiego („Do wszystkich... do wszystkich... do wszystkich”)². Pierwsze stacje radiowe³ utrzymywane były przez firmy produkujące odbiorniki, takie jak: Westing House, General Electric, American Marconi⁴. Ich sprzedaż była podstawowym źródłem dochodów stacji.

Sytuacja zmieniła się w 1920 roku, kiedy to nowojorska stacja WEAF należąca do AT&T nadała pierwszą w historii reklamę. Dość szybko wpływy z tego źródła wyparły dochody ze sprzedaży radioodbiorników. To zaś stało się przyczyną szybkiego rozwoju radia w Ameryce i Europie. W 1921 roku w USA nadawało program 30 rozgłośni, w 1922 – już 451, a rok później – 556. Liczba radioodbiorników rosła z 50 tysięcy w 1921 do 10 milionów w 1929 roku. Nieznacznie wolniejsze tempo rozwoju zanotowały kraje europejskie. Zdaniem T. Gobana-Klasa obecny stan radia w świecie został określony przez Amerykanów. To oni zastosowali radio do celów cywilnych, udoskonalili je technicznie, spersonalizowali, sformatowali programowo, dofinansowali poprzez reklamy oraz objęli kontrolą Federal Communications Commission (FCC).

¹ T. Goban-Klas, *WRRR, czyli w Radiu Reklama i Rap*, w: *Transformacja radia w Polsce i na świecie (1990-1995). Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach*, red. J. Kantyka i M. Jachimowski, Fundacja dla Wspierania Śląskiej Humanistyki, Katowice 1996 s. 187.

² J. Ołędzki, *Komunikowanie w świecie*, Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR, Warszawa 2001, s. 77.

³ Pierwszą rozgłośnię radiową w Europie uruchomiono w Belgii, w 1914 roku.

⁴ T. Kowalski, *Media i pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego*, TEX, Warszawa 1998, s. 151.

Pięć lat po Nowym Jorku, rozpoczęła się emisja programu polskiego radia. 1 lutego 1925 roku – ze stacji nadawczej Polskiego Towarzystwa Radiotechnicznego – na fali 385 metrów popłynął w eter próbny i zarazem eksperymentalny program. Formalnie „Polskie Radio” jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością powstało 18 sierpnia tegoż roku. Ojcami założycielami zostali Zygmunt Chamec i Tadeusz Sułowski.

Koncesja dawała im monopol na nadawanie programu na obszarze całego kraju. Regularna emisja programów rozpoczęła się 18 kwietnia 1926 roku z gmachu Towarzystwa Kredytowego Ziemskiego przy ulicy Kredytowej w Warszawie. W maju 1931 roku powstała w Raszynie – silna jak na tamte czasy – 120 kW stacja nadawcza.

Rozwój rynku radiowego w okresie międzywojennym wspomogła produkcja polskich radiodbiorników, dzięki czemu nadawany program mógł docierać do coraz szerszego audytorium.

Owczesny program prezentował wysoki poziom artystyczny dzięki współpracy z takimi postaciami, jak: Jan Parandowski, Zenon Kosidowski, Jerzy Szaniawski, Jarosław Iwaszkiewicz, Maria Dąbrowska, Maria Kuncewiczowa, Grzegorz Fitelberg, Stefan Jarczyk czy Aleksander Zelwerowicz.

W pierwszych dniach wojny zniszczono nadajnik w Raszynie. Radio zamilkło do 7 września 1939 roku, kiedy odezwała się Warszawa II, uruchomiona na rozkaz dowódcy obrony Warszawy gen. Waleriana Czumy i cywilnego komendanta stolicy – prezydenta Stefana Starzyńskiego. Kierownictwo rozgłośni przejął dyrektor muzyczny Edmund Rudnicki. Warszawa II przekazywała informacje z frontu, ogłaszała alarmy lotnicze oraz nadawała słynne przemówienia Starzyńskiego. Przetrwała do 30 września, kiedy rozgłośnię przejęli okupanci niemieccy.

Scena, która rozegrała się w gabinecie Edmunda Rudnickiego w sobotnie popołudnie 30 września 1939 roku, wryła się w pamięć wszystkich jej uczestników. W asyście kapitana Mariana Suskiego z ramienia Dowództwa Obrony Warszawy wkroczył inżynier Eberhard Taubert, przedstawiciel Reichs – Rundfunk – Gesellschaft, oraz sierżant Fastenberg z Ministerstwa Poczty Rzeszy⁵.

⁵ M.J. Kwiatkowski, *Polskie Radio w konspiracji 1939-1944*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1989, s. 8.

Wizyta ta oznaczała przejęcie radia przez Niemców.

Po wojnie działalność Polskiego Radia zainicjowała prowizoryczna rozgłośnia zwana „Pszczółką”. Nadawała początkowo z bocznicy kolejowej w Lublinie, a potem z Parku Praskiego w Warszawie. Na mocy dekretu PKWN z listopada 1944 roku Polskie Radio przekształcono w przedsiębiorstwo państwowe.

Okres powojenny to czas odbudowy ze zniszczeń wojennych. W 1948 roku Polskie Radio przekształcono w Centralny Urząd Radiofonii, a następnie w Komitet ds. Radiofonii. „Polskie Radio” jako centralny organ administracji państwowej podlegało bezpośrednio premierowi. Od 3 października 1949 roku nadawano dwa programy o zasięgu ogólnopolskim. Program III pojawił się 1 marca 1958 roku – początkowo odbierany tylko w Warszawie. Od 1962 roku stał się programem ogólnopolskim. „Trójka” adresowała swój program do studentów i młodej inteligencji, wprowadzając dużo rockowej muzyki, serwisów informacyjnych, rozrywki, reportaży, powieści radiowej. W lipcu 1961 roku rozpoczęto nadawanie w technologii stereofonicznej, co spotkało się z bardzo ciepłym odbiorem słuchaczy i zapewniło stacji niemal kultową pozycję na rynku.

W 1974 roku wybudowano w Konstanczynie koło Gąbina 646-metrowy – najwyższy na świecie – maszt z nadajnikiem o mocy 2000 kW. Dzięki temu Program I Polskiego Radia był słyszalny nie tylko w całej Europie, ale także w Afryce Północnej i na całym obszarze Związku Radzieckiego. 2 stycznia 1976 roku rozpoczęto nadawanie Programu IV – o charakterze edukacyjnym.

W sierpniu 1991 roku runął maszt w Konstanczynie, a wraz z nim sen o potęgze Polskiego Radia. Jego funkcje przejęła radiostacja w Raszynie.

Przemiany ustrojowe w 1989 roku doprowadziły także do zmiany statusu Polskiego Radia. Na podstawie Ustawy o radiofonii i telewizji z 1992 roku Polskie Radio – 31 grudnia 1993 roku – przekształciło się w spółkę akcyjną Skarbu Państwa. Rok później rozpoczęła działalność Informacyjna Agencja Radiowa (IAR), Centrum Kultury Radiowej przy Programie II PR SA oraz Polskie Radio Bis – spadkobierca Programu IV, a także Radio Parlament. W tym samym roku Polskie Radio SA stało się członkiem Europejskiej Unii Nadawców (EBU – działającej od 1950 r.). 4 września 1999 roku oddano do użytku Radiowe Centrum Nadawcze w Solcu Kujawskim

(moc 1000 kW). W styczniu 2003 roku zapoczątkowano proces cyfryzacji w Polskim Radiu – oddając do użytku system cyfrowej sieci dźwiękowej wraz z cyfrowym wyposażeniem reżyserni.

1 września 2004 roku Polskie Radio Bis zmieniło format i ramówkę – stając się młodzieżową stacją o charakterze poznawczym. 26 maja 2008 roku przekształciło się w Radio Euro, by 2 sierpnia 2010 roku powrócić do starej nazwy – Polskie Radio Program IV.

Monopolizacja radia w powojennej Polsce, na wzór radziecki, sprawiła, że to medium stało się narzędziem propagandy politycznej. Informacja podlegała cenzurze. W tych warunkach – dla przeciwwagi – narodziło się Radio „Wolna Europa” i Radio „Solidarność”.

Rok 1989 zaznaczył się przełomową zmianą ustroju, skutkującą dla radia zniesieniem własności państwowej oraz cenzury. Rynek radiowy samoistnie, poza wszelką kontrolą państwa, zareagował powstawaniem prywatnych rozgłośni. Proces ten uregulowano ustawowo w grudniu 1992 roku ⁶.

⁶ J. Sobczak, *Ustawa o Radiofonii i Telewizji. Komentarz*, Oficyna Wydawnicza Ab Initio, Poznań 1994; St. Piątek, *Ustawa o Radiofonii i Telewizji. Komentarz*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności, Warszawa 1993.