

Transformacja radia i telewizji

Autor:
Sonia Bezdek

Zagadnienie transformacji mediów w Polsce jest zagadnieniem obejmującym okres po 1989 roku . Na proces ten składają się wydarzenia, które postaram się ukazać w telewizji i radiu ukazując proces zmiany z komunikacji jednostronnej na dwustronną w strukturze Telewizji Polskiej i w Polskim Radiu.

1.Publiczna i prywatna telewizja w Polsce.

Telewizja prywatna i publiczna pojawiły się w Polsce po upadku komunizmu. Wcześniej istniała tylko telewizja rządowa, podporządkowana Komitetowi do spraw Radia i Telewizji, który działał przy Radzie Ministrów mając monopol na nadawanie kształtu programom w radiu i telewizji. Ten system telewizyjny miał następujące cechy: dominację partii komunistycznej, rozbudowane funkcje i kompetencje, scentralizowany sposób sprawowania władzy oraz jednolitość polityczną podstawowych instytucji systemu telewizyjnego.

Tworzenie takiego systemu miało swój cel, którym było wzmocnienie władzy i systemu politycznego. Jednak model ten okazał się dysfunkcyjny ponieważ dominowała funkcja ideologiczna realizowana w sposób bardzo prosty osłabiając wiarygodność, bardzo mało informacji podawanych przez media było zgodnych z prawdą, były podawane tylko informacje, poglądy zbieżne z poglądami aparatu partyjnego, następnie program oferowany był programem niezróżnicowanym, był programem jednolitym, takim, który standaryzował gust masowego odbiorcy, duża ilość i popularność seriali oderwanych od rzeczywistości tamtych czasów sprzyjała kształtowaniu się postaw poszukujących gratyfikacji. W efekcie telewizja nie mogła promować nowego porządku, który zawierałby nieprzychylnie opinie społeczne, przewycięzać kryzysu zaufania¹.

¹ Karol Jakubowicz: Publiczna i prywatna telewizja w Polsce (w:) Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995. Kraków 1996, s.61

Transformacja radia i telewizji- Sonia Bezdek

W odpowiedzi na ten model telewizji powstała „Solidarność” w latach osiemdziesiątych. Związek ten miał koncepcję uczynienia z mediów środka komunikacji dwustronnej pomiędzy władzą a społeczeństwem. Pierwszym znakiem, który wskazywał na próbę zmiany była teza 33 uchwały programowej I Krajowego Zjazdu NSZZ „Solidarność” w 1981 roku. Teza ta głosiła iż media są własnością społeczną i mają służyć społeczeństwu pod jego kontrolą. Kolejnym krokiem, zmierzającym do zmiany sytuacji było przedstawienie podczas Konferencji Okrągłego Stołu w 1989 r przez „Solidarność” .Koncepcja ta zakładała uspołecznienie się Komitetu ds. Spraw Radia I telewizji oraz uczynienie z rynku radia i telewizji rynku otwartego tzn. takiego gdzie istnieje wielość stacji radiowych i telewizyjnych. Na tym etapie rozmów udało się porozumieć jedynie co do możliwości nadawania w radiu i telewizji cotygodniowych programów reprezentujących punkt widzenia „Solidarności”.

Już po przejęciu władzy przez rząd Tadeusza Mazowieckiego utworzono Komisję do Spraw Radia i Telewizji, działającej w ramach Komitetu do Spraw Radia i Telewizji kierowanej przez Andrzeja Drawicza. Komisja ta postulowała utworzenie trzech sektorów w ramach systemu radiowo-telewizyjnego, były by to:

1. sektor publiczny
2. sektor komercyjny
3. sektor społeczny

W połowie 1990 roku rozpoczęto dyskusje o nowej ustawie o radiofonii i telewizji, a w roku 1991 rozpoczęły się konkretne prace legislacyjne. W grudniu 1992 roku została uchwalona Ustawa o Radiofonii i Telewizji. Na mocy tej ustawy możliwe jest tworzenie radiowych i telewizyjnych. Na mocy tej ustawy zostało umożliwione tworzenie radiowych i telewizyjnych stacji prywatnych².

² Tamże, str. 62-64.

Transformacja radia i telewizji- Sonia Bezdek

Przedmiotem dyskusji była kwestia powoływania krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, a także jej skład i przyznawania przez nią koncesji, a także kształt i struktura Telewizji Polskiej. Z dyskusji tych wyłonił się obraz telewizji publicznej a mianowicie wybrano jednoosobową spółkę Skarbu Państwa, gdzie państwo reprezentowane jest przez ministra finansów. Minister finansów może mianować jednego członka członka rady nadzorczej telewizji, pozostałych ośmiu mianuje Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Organ ten powołuje jak i odwołuje zarząd spółki(5 osób), a także powołuje Radę Programową Telewizji Polskiej(organ nie podporządkowany żadnemu ciału). Taki system wewnętrzny Telewizji Polskiej powoduje iż jest ona nie poddawana wpływom parlamentu czy prezydenta. Teoretycznie tylko rząd może oddziaływać na telewizję przez ministra finansów- jednak jego kompetencje są w tym względzie ograniczone(nie ma prawa ustalać kwestii programowych, ani nie ma prawa do przejmowania zysków telewizji).

Telewizja Polska ma 13 terenowych ośrodków. Należy zaznaczyć, iż ustawa zobowiązała telewizję publiczną do nadawania programów regionalnych na osobnych częstotliwościach, a także ustanowiła, że prawo do podejmowania kluczowych decyzji o sprawach decydujących o losie oddziałów jest w rękach Krajowej Rady. Ustawa określa także szczególny charakter jaki ma spełniać polska telewizja i radiofonia.

Jest to:

1. rzetelność w ukazywaniu wydarzeń z kraju i zagranicy,
2. sprzyjanie kształtowaniu poglądów obywateli,
3. umożliwianie obywatelom i organizacjom społecznym uczestnictwo w życiu publicznym,
4. służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty,
5. respektować chrześcijański system wartości,
6. uwzględniać potrzeby mniejszości narodowych o grup etnicznych.

Transformacja radia i telewizji- Sonia Bezdek

Telewizja Polska nadaje dwa programy ogólnokrajowe, jeden satelitarny oraz programy z rozłączonej sieci pr. II³.

Telewizja prywatna w Polsce pojawiła się jeszcze przed publiczną, bo już w 1991 roku pojawiły się stacje pirackie które zawierały się w sieci POLONIA1. Z czasem sieć ta zaczęła zdobywać popularność(w miastach widownia 25-30%) i POLONIA 1 wystąpiła o koncesję na sieć ponadregionalną, jednak jej niewłaściwa struktura kapitałowa spowodowała nie uzyskanie koncesji. Od 1994 roku POLONIA 1 była dostępna tylko drogą satelitarną. Nim pojawiła się telewizja publiczna pojawił się także POLSAT (nadawał z terenu Holandii, przez co nie łamał polskiego prawa). W 1994 roku nadano koncesję na legalną telewizję prywatną na którą składała się: telewizja POLSAT, Polska Korporacja Telewizyjna Kanał Plus Polska i Telewizja Wisła oraz 12 lokalnych stacji telewizyjnych. Telewizja POLSAT nadawała program codzienny(emisja na ok. 60%kraj), Telewizja Wisła zaczęła nadawać w 1995 roku, emisja kilkugodzinna, można było oglądać ją na terenie Śląska i Polsce południowo-wschodniej, natomiast Polska Korporacja Telewizyjna Kanał Plus Polska uruchomiła emisję satelitarną w 1994 roku a (potem kolejno nadajniki naziemne), program tej telewizji był wyspecjalizowany i przez 3, 5 godziny był niekodowany. Na początku 1995 roku rozpoczęło się drugie postępowanie koncesyjne⁴.

W 1994 roku było 148 operatorów sieci kablowych a liczbę abonentów szacowano na 2 mln. Sieci kablowe oferowały wówczas od 7-30/40 kanałów. Sieci kablowe rozprowadzały polskie oraz zagraniczne programy satelitarne. Wówczas 32 operatorów sieci kablowych uzyskało koncesję na rozpowszechnianie własnego programu telewizyjnego⁵.

Telewizja satelitarna miała blisko 200 programów do zaoferowania swoim odbiorcom. Oprócz polskich nadawców programów nadawano także polską wersję programu FILMNET. Na marzec 1996 roku zaplanowano uruchomienie polskojęzycznej wersji programu

³ Tamże, str. 65-66.

⁴ Tamże, str.68-69.

⁵ Tamże, str. 70.

Eurosport, a także program RTL-7. Zasięg kanałów satelitarnych na listopad 1994 roku był taki iż największy zasięg miało MTV, potem Eurosport, RTL, SAT1⁶. Współcześnie do najpopularniejszych telewizji satelitarnych w Polsce należą Cyfrowy Polsat, Cyfra +, oraz najnowsza telewizja n działająca od 12.10.2006 roku.⁷

Badania widowni telewizyjnej z 1996 roku przeprowadzone przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej(w dniach 8-14 stycznia na losowej reprezentatywnej liczbie1421 osób) ukazują iż większość odbiorców telewizji najwięcej ogląda Telewizję Polską⁸.

Rynek reklamowy w Polsce rozwija się od 1990 roku w szybkim tempie. Wysokie tempo rozwoju wynika iż zachodni producenci różnych dóbr chcą wpłynąć na konsumentów, gdy ci jeszcze kształtują preferencje rynkowe. Telewizja Polska S.A jest jedyną telewizją ogólnokrajowa dlatego to ona ma największy zakres reklam⁹.

2. Radio w Polsce.

Podobnie jak w sektorze telewizyjnym w radiowym sektorze również tworzyły się prywatne stacje. Radio publiczne musi konkurować ze stacjami komercyjnymi oraz w okresie zmian ustrojowych zdefiniować na nowo swoją misję.

2.1 Radio publiczne.

Trzy sfery działania Polskiego radia pełnią tu istotną rolę: funkcja informacyjna, kulturotwórcza oraz edukacyjno- poradnicza. Z tych sfer wyłaniają się zadania Polskiego Radia jakimi są: ulepszanie swoich wytworów, traktowanie słuchacza jako osoby ciekawej świata, integracja społeczeństwa, socjalizacja i edukacja społeczna, integracja społeczeństwa

⁶ *Tamże*, str.70-71.

⁷ http://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_satelitarna.

⁸ *Tamże*, str.71-72.

⁹ *Tamże*, str. 72-73.

Transformacja radia i telewizji- Sonia Bezdek

wokół cenionych przez ogół wartości. Program Polskiego Radia to programy zorientowane na różnego odbiorcę- i tak mamy V Programów Polskiego Radia¹⁰.

I Program Polskiego Radia o największym audytorium. Program ten prezentuje różne punkty widzenia dotyczące kwestii społecznych i politycznych, w sferze edukacji wyjaśnia zasady działania państwa, natomiast w sferze kultury upowszechnia kulturę ojczystą i popularną. Programu tego słuchają zazwyczaj osoby powyżej 50 roku życia z wykształceniem podstawowym lub zawodowym, mieszkańcy wsi oraz osoby o niskim statusie materialnym. Emitowany jest na falach długich.

Program II to program literacko- muzyczny. Promuje on osiągnięcia kultury polskiej, zapewniając słuchaczom dostęp do najbardziej wartościowych dzieł np.: w dziedzinie muzyki poważnej w Europie. Program obejmuje 90% powierzchni kraju na tzw. niskich częstotliwościach UKF-FM.

Program III najbardziej informacyjny z wszystkich. Muzyka w tym programie jest odrębną audycją, nie stanowiącą tylko tła. Znajdują się tam także programy kabaretowe. Jest odbierany przez osoby lepiej wykształcone o wyższym statusie materialnym. Emitowany na falach niskich UKF-FM.

Program IV-Radio –Bis program przeznaczony dla młodzieży jak i dla ludzi interesujących się pozycjami popularyzującymi wiedzę. Jest to program wspomagający edukację propagując sztukę, historię, literaturę a także szkolenia zawodowe, kursy językowe. W programie tym są także transmitowane debaty parlamentarne. Radio to emitowane jest na falach średnich.

Program V przeznaczony dla odbiorców poza granicami Polski. Głównym zadaniem tego programu jest budowa autorytetu Polski za granicą oraz utrzymywanie kontaktów z Polonią. Obecnie jest transmitowany na falach krótkich.

¹⁰ Stanisław Jędrzejewski : Radio w Polsce (w:) Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995. Kraków 1996, str.52-53.

Rozgłośnie regionalne działające jako niezależne jednoosobowe spółki skarbu państwa. Ich zadaniem jest przekazywanie informacji z regionu a także propagowanie kulturowych odrębności regionu¹¹.

Radio publiczne jest finansowane z abonamentu –85% budżetu rocznego, zaś pozostała część to pieniądze uzyskane ze sprzedaży czasu antenowego na reklamy. W rozgłośniach regionalnych struktura jest inna – stacje prywatne są zmuszone uzupełniać budżet wpływami z reklam sięgającymi 30-40%- czyli znacznie więcej od radia publicznego¹².

2.2 Radio prywatne.

Należy zaznaczyć iż by był możliwy rozwój radia prywatnego muszą zaistnieć ku temu odpowiednie warunki. Pierwszy z nich to oczywiście możliwości finansowe właścicieli, głębokość rynku reklam oraz pojemność przestrzeni komunikacyjnej. Ważną różnicą pomiędzy radiem publicznym a prywatnym jest fakt, iż radio komercyjne działa inaczej niż radio publiczne, bowiem w radiu prywatnym często zamiast pewnych bloków programowych, mamy nadawane audycje „na żywo”. Do najwcześniej powstałych radiowych stacji komercyjnych i w dalszym ciągu jednych najpopularniejszych stacji radiowych należą Radio Zet ,które jest dominującym środkiem radiowym u ludzi młodych z wyższym wykształceniem, Radio RMF FM, które zdobywa największą popularność wśród młodych ludzi, zazwyczaj mężczyzn, z wykształceniem ponadpodstawowym, pracownicy umysłowi¹³.

2.3.Radio katolickie.

O jakimkolwiek rozpoczęciu transformacji w obszarze radia katolickiego można mówić podobnie jak w telewizji, czy radiu publicznym i prywatnym o roku 1989 kiedy to Sekretariat Episkopatu Polski podpisał z radiem umowę gdzie Kościół uzyskał „pozwolenie”

¹¹ *Tamże*, str.54-56.

¹² *Tamże*, str. 57.

¹³ *Tamże*, str.58-59.

na emisję w radiu i telewizji bloków programowych. Jednocześnie trwały rozmowy Sekretariatu Episkopatu Polski z Ministerstwem Łączności w sprawie zorganizowania w Polsce przez Kościół własnych lokalnych radiostacji. Umowa podpisano w 1991 roku. Stwierdziła ona ,że każda diecezja miała otrzymać lokalny przydział częstotliwości radiowych. Na początku 1992 r. rozpoczęło działalność „Radio Maryja” w Toruniu i Bydgoszczy.

Poważnym problemem w rozwoju radia katolickiego był brak przygotowania Kościoła do współpracy z radiem, dlatego rozpoczęto prace organizacyjne. W tym celu powołano Stowarzyszenie Rozgłośni Diecezjalnych ”VOX”, którego celem była koordynacja prac radiostacji, reprezentowanie ich na forum w Polsce jak i międzynarodowym, organizowanie szkoleń.

W okresie transformacji (1989- 1994) można wydzielić trzy rodzaje, zasady „uprawiania” radia katolickiego, a mianowicie:

1. Radio Maryja, które ma zasięg ogólnopolski jest radiem religijnym o dużej ilości programów modlitewnych, kładzie nacisk na bezpośredni kontakt ze słuchaczami.
2. Radio Siedlce, Płock, Gorzów i Puls w Gliwicach, które wiele czasu antenowego poświęcają problematyce społeczno- kulturalnej i lokalnej oraz religijnej.
3. Radio Puls z Gdańska, As ze Szczecina. Podobna tematyka jak w drugim nurcie z muzyka młodzieżową¹⁴.

Radiowe stacje katolickie wykazują się coraz większym profesjonalizmem oraz tym, że za swój podstawowy cel wzięły na siebie integrację społeczności lokalnej .

¹⁴ Jan Chrapek: Pięćlecie transformacji radia katolickiego w Polsce (1989- 1994), (w:) Pięćlecie transformacji mediów. Warszawa 1995, str.60.

Transformacja radia i telewizji- Sonia Bezdek

Reasumując wszystkie rozważania dotyczące transformacji widocznym jest iż był to proces przechodzenia od modelu centralistycznego do modelu otwartego, czyli takiego gdzie jest miejsce na głos społeczeństwa.

BIBLIOGRAFIA:

1. Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995 / pod red. Gerda G. Koppera, Ignacego Rutkiewicza, Katheriny Schliep. - Kraków : OBP UJ, 1996
2. Pięć lat transformacji mediów (1989-1994) / pod red. Aliny Słomkowskiej ; przy współpr. Elżbiety Ciborskiej. - Warszawa : "Elipsa", 1995
3. http://pl.wikipedia.org/wiki/Telewizja_satelitarna.