

Tomasz Mielczarek

Kielce

TELEWIZJA „POLSAT” ZYGMUNTA SOLORZA

Dzieje telewizji „Polsat” doskonale odzwierciedlają daleki od wszelkich schematów rozwój kapitalizmu w Polsce po 1989 r. Telewizja ta zaczynała od niezbyt udanych propozycji programowych, grzeszyła brakiem profesjonalizmu, a w pionierskim okresie jej program wzbudzał niekiedy zażenowanie i zgorszenie. Z biegiem czasu „Polsat” stał się jednak pełnowartościowym, a zarazem podstawowym, elementem współczesnego polskiego rynku telewizyjnego.

Podobną ewolucję przeszedł wizerunek właściciela „Polsatu”. Początkowo Zygmunt Solorz w świecie mediów postrzegany był jako osoba nieco egzotyczna. Nie dość, że nie miał odpowiedniego merytorycznego przygotowania i doświadczenia, to meandry jego życiorysu oraz pochodzenie kapitału budziły ogromne emocje i stały się przedmiotem niewybrednych polemik prasowych. Osoba Z. Solorza i telewizja „Polsat” w prasowych wypowiedziach publicystycznych, a zarazem w opinii społecznej połączyły się w jedno. Trudno jest zatem zaprezentować historię pierwszej prywatnej polskiej telewizji, nie przypominając życiorysu jej właściciela.

Jeden z najbogatszych obecnie Polaków urodził się 4 sierpnia 1956 r. w Radomiu jako Zygmunt Józef Krok. Jego ojciec pracował fizycznie i uprawiał amatorsko boks. Zygmunt Krok ukończył szkołę zawodową i technikum. W dorosłe życie wkroczył w 1977 r., kiedy wyjechał do Jugosławii na wakacje. Poinformował tam polską ambasadę o zagubieniu paszportu. Dzięki wydanemu zamiennikowi umożliwiającemu przekraczanie wszystkich, a nie tylko socjalistycznych, granic uciekł do Austrii, skąd bez zgody austriackich władz przedostał się w 1978 r. do Republiki Federalnej Niemiec. W Monachium zgłosił się na policję jako Piotr Podgórski i takimi danymi posługiwał się do 1983 r. Uczył się języka niemieckiego, pracował w restauracji i warsztacie samochodowym, a nawet zarabiał na sprzedaży polskich lizaków do Niemieckiej Republiki Demokratycznej.

W 1980 r. skontaktował się Polską Misją Katolicką w Monachium. Wysyłał do Polski paczki z darami, a w nich – jak pisano w „Rzeczpospolitej” – ponoć przemycił do Polski 600 tysięcy paczek papierosów.

W 1983 r. przyszły potentat telewizyjny ożenił się z obywatelką niemiecką Iloną Solorz i przyjął jej nazwisko. W 1991 r. rozwiódł się, a w następnym roku ponownie ożenił. Jego wybranką była pracownica banku, w którym posiadał konto – Małgorzata Żak. Od tego czasu nasz bohater używał podwójnego nazwiska Solorz-Żak.

Z. Solorz wrócił do Polski w połowie lat osiemdziesiątych. W 1988 r. we Wrocławiu, wspólnie z Andrzejem Rusko i Aleksandrem Myszką, założył firmę „Solpol” oraz stał się właścicielem domu handlowego przy ul. Świdnickiej. Wkrótce Aleksander Myszka i Józef Birka założyli firmę prawniczą, która obsługiwała wszelkie przedsięwzięcia Solorza.

Jednym z nich był import samochodów osobowych z NRD, Czechosłowacji i Rumunii. Z. Solorz handlował też elektroniką – przede wszystkim wyrobami Grundiga. Jak twierdziła nieprzychylna Solorzowi prasa, zarobił on krocie na tej transakcji, umiejętnie bowiem wynajdował luki w prawie, dzięki czemu unikał płacenia cła i podatków¹.

Z. Solorz zainteresował się mediami w początkach lat 90. XX w. W 1992 r. kupił upadający dziennik Stronnictwa Demokratycznego „Kurier Polski”. Choć w piśmie tym poczyniono dość duże nakłady, a podczas konkursu prasowego ok. 1 mln czytelników kupiło stosowne karty, to nowy „Kurier” nie odniósł spektakularnego sukcesu wydawniczego. Jego czytelnictwo oscyloowało wokół 5%, z dziennika przekształcono go w tygodnik i zlikwidowano w 1999 r.

Przygoda z „Kurierem” stanowiła wstęp do najważniejszej inwestycji Z. Solorza – telewizji. Początkowo była to Polska Telewizja Satelitarna „Polsat”, która rozpoczęła działalność 5 grudnia 1992 r. Telewizję tę pomógł uruchomić jeden z liderów Ruchu Młodej Polski Wiesław Walendziak. Oprócz niego pojawili się w „Polsacie” Bogusław Chrabota, Adam Pawłowicz i Jarosław Selin, który pełnił funkcję szefa działu informacji. W. Walendziak pomógł też w ściągnięciu z Telewizji Polskiej S.A. do „Polsatu” ekipy technicznej, dzięki której możliwa była emisja programu. Sygnał telewizyjny emitowano za pośrednictwem satelity Eutelsat II z holenderskiego ośrodka telekomunikacyjnego w Hilversum.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała koncesję na nadawanie satelitarne go „Polsatu” 5 października 1993 r. Opłata koncesyjna wyniosła 3 mln zł. Telewizja satelitarna była dla pracowników „Polsatu” swoistym poligonem doświadczalnym. Dzięki niej uczono się telewizyjnego fachu i doskonalono program ramowy. Satelitarna „Polsat” daleki był od programowej i technicznej poprawności; ostentacyjnie lekceważyła go Telewizja Polska S.A.

Spółkę akcyjną „Polsat” zarejestrowano 25 marca 1993 r. we Wrocławiu. Pierwotnie „Polsat” był w całości własnością Z. Solorza. Kapitał założycielski spółki był sukcesywnie powiększany i 25 września 1993 r. osiągnął 25 mln zł. Początkowo

¹ Życiorys Z. Solorza zrekonstruowano na podstawie: R. Kasparow, J. Łęski, *Partia Solorza*, „Rzeczpospolita” z 28 X 1998; M. Matys, *Solorz na każdy temat*, „Gazeta Wyborcza” z 31 XII-2 I 2000 oraz A. Filas, S. Janecki, *Magnat*, „Wprost” 15 II 1998.

w skład kierownictwa stacji wchodził m.in.: Józef Birka, Wiesław Walendziak, Ryszard Czarnecki, Piotr Nurowski, Bogusław Chrabota i in².

Podczas ubiegania się o koncesję Solorzowi udało się zebrać 10 mln \$. Jego konkurenci: Antena 1 (Time Warner, ABC, CNN) zadeklarowali 25 mln \$, TV 7 (Elektrim, CTL, Reuters) – 30 mln \$, ZPR – 53 mln \$, a NTP (Państwowa Wytwórnia Filmów Dokumentalnych, CME) – 20 mln \$.

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Marek Markiewicz w obecności kamer telewizyjnych i radiowych mikrofonów podpisał dziesięcioletnią koncesję dla „Polsatu” 1 marca 1994 r. o godz. 11.00. Decyzja ta wywołała prawdziwą polityczną burzę. Powszechnie sądzono, że Z. Solorz otrzymał koncesję dlatego, że wspierało go Polskie Stronnictwo Ludowe, ale według innych opinii wydano mu ją dlatego, że był do przyjęcia dla wszystkich sił politycznych. Przypuszczano bowiem, że zostanie wykorzystany jako swoista „tuba propagandowa”. Szybko się jednak okazało, że były to płonne nadzieje. „Polsat” zachowywał polityczną neutralność. Przewinęli się przez tę telewizję zarówno wspomniani już reprezentanci prawicy, jak i zdymisjonowany przez prezydenta Lecha Wałęsę Marek Markiewicz, który prowadził w „Polsacie” audycję „Sztuka informacji”. W 2001 r. w „Polsacie” zatrudniono na krótko byłego redaktora naczelnego „Trybuny” Dariusza Szymczychę, który w końcu został ministrem w kancelarii prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego. Te kadrowo-ideowe zawirowania jasno wytłumaczył Z. Solorz: „Nie pasjonuje mnie polityka, jak Berlusconi, lecz działalność gospodarcza. Ponieważ myślę kategoriami biznesu, mam wrażenie, że Polsat jest odporny na polityczne naciski – wystarczy, że stacja zachowuje parytety w pokazywaniu różnych opcji”³.

Decyzja koncesyjna została zaskarżona przez stacje konkurencyjne: „Antenę 1”, Prywatną Telewizję Polską, i Polskie Konsorcjum Telewizyjne TV 7. W skargach skierowanych do Naczelnego Sądu Administracyjnego znalazło się kilkanaście zarzutów, które sprowadzały się do trzech generalnych: podważenia prawomocności decyzji Krajowej Rady, ponieważ podczas jej powoływania dopuszczono się uchybień prawnych, dyskryminowania zagranicznego kapitału oraz dowolnego dysponowania kanałami telewizyjnymi. NSA stanął na stanowisku prawomocności decyzji Krajowej Rady. Odrzucił też, posiłkując się prawem międzynarodowym, zarzut dyskryminacji zagranicznego kapitału.

Najwięcej kontrowersji wzbudził natomiast problem przydziału kanałów. „Polsat” otrzymał 7 kanałów dużej i 22 małej mocy. W dokumencie koncesyjnym Krajowa Rada zawarła zapis, że będzie „udostępniać nowe częstotliwości niezbędne do obję-

² Na początku 2006 r. w skład Rady Nadzorczej „Polsatu” wchodził: Zygmunt Solorz, Hieronim Ruta, Józef Birka i Piotr Nurowski. Zarząd stacji stanowili: Aleksander Myszka (prezes zarządu), Sylwester Dziki (dyrektor zarządzający), Eryk Walkiewicz (dyrektor zarządzający), Tomasz Lis (członek zarządu ds. programowych), Mirosław Błaszczak (dyrektor Biura Zarządu i prokurent). „Polsat” miał też trzech dyrektorów: Bogusława Chrabotę (dyrektor anteny), Macieja Steca (dyrektor ds. reklamy) i Adama Brodziaka (dyrektor techniczny). www.polsat.com.pl, dostęp 12 I 2006.

³ A. Filas, S. Janecki, *Magnat...*, s. 28.

cia zasięgiem rozpowszechniania co najmniej 80% kraju”. Stwierdzenie to nie zyskało akceptacji NSA, jak bowiem zauważono, w ustawie nie pojawiła się instytucja przyrzeczenia czy też promesy⁴.

Letnie miesiące 1994 r. miały przełomowe znaczenie dla dalszej działalności „Polsatu”. Jeszcze przed wydaniem wyroku przez NSA 20% udziałów tej telewizji, za 30 mln zł, wykupiło Przedsiębiorstwo Handlu Zagranicznego „Uniwersal”, co znacznie poprawiło ekonomiczne położenie spółki i dopasowało jej kapitał założycielski (50 mln zł) do wymogów koncesyjnych. W kolejnych miesiącach zamykano i plombowano nadajniki „pirackich” telewizji. Dzięki temu „Polsat” stał się jedyną ogólnie dostępną telewizją prywatną, a z racji m.in. kampanii prasowej, jaka towarzyszyła nadawaniu koncesji, szybko zyskiwał nowych widzów⁵. Dodajmy, że po drugim procesie koncesyjnym zakończonym w październiku 1996 r. „Polsat” uzyskał zgodę na zainstalowanie dalszych 13 nadajników (w 2006 r. posiadał ich 62), a to umożliwiło pokrycie sygnałem tej stacji 80% terytorium kraju.

Po wniesieniu opłaty koncesyjnej wynoszącej 9 mln zł „Polsat” rozpoczął legalną emisję własnego programu. Według założeń koncesyjnych „Polsat” jest telewizją uniwersalną. W koncesji stwierdzono, że „struktura gatunkowa programów w rocznym czasie nadawania, pomniejszona o czas emisji reklam, powinna uwzględniać następujące gatunki programowe: informacja – nie mniej niż 5%, fabuła – nie mniej niż 40%, oświata, audycje dla rodziny, dzieci i młodzieży – nie mniej niż 5%, audycje artystyczne, muzyczne i rozrywkowe – nie mniej niż 7%, sport – nie mniej niż 2%, audycje religijne – nie mniej niż 1%”⁶. Ważne, nie tylko ze względu na interesy polskich producentów telewizyjnych, ale i polskiej kultury, były zapisy obligujące „Polsat” do emitowania nie mniej niż 15% własnej produkcji oraz programów innych polskich producentów także w wielkości nie mniejszej niż 15%. Od 1995 r. „Polsat” miał przeznaczać 40% swego funduszu programowego na finansowanie audycji wytworzonych przez producentów krajowych, w tym innych niż nadawca. Stacja zobowiązana została nawet do rozpowszechniania raz w miesiącu minimum jednogodzinnej audycji poświęconej polskiemu teatrowi, operze lub baletowi.

W 1994 r. oferta programowa „Polsatu” opierała się głównie na popularnych amerykańskich serialach, talk show („Na każdy temat” Andrzeja Wojciechowskiego), natomiast „flagowym okrętem” programów publicystycznych było „Polityczne graffiti” prowadzone przez dziennikarzy radia RMF – Tomasza Skorego i Konrada Piaseckiego. Audycje te okazały się najstaranniej przygotowanymi i profesjonalnymi punktami programowymi raczkującego „Polsatu”. „Na każdy temat” mogło się ponadto poszczycić najwyższą i nigdy później nie notowaną przez talk show oglądalnością – wyniosła ona 27%.

⁴ Tamże, s. 20.

⁵ Zob. m.in.: „Życie Warszawy” nr z 20 XII 1995; „Rzeczpospolita” nr 242 z 18 X 1995 i nr 79 z 2 IV 1996.

⁶ *Polsat: Uzasadnienie wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego*, „Rzeczpospolita” nr 235 z 8/9 X 1994, s. 12, 19, 20.

Popularność „Polsatu” rosła też z innych powodów. Stacja nadawała, nisko oceniane przez fachowców, lecz kochane przez młodych widzów, audycje muzyczne „Disco Polo Live” i „Disco Relax”. W audycjach tych emitowano teledyski prezentujące niezbyt wyszukaną, lecz nadzwyczaj popularną w połowie lat 90. polską odmianę muzyki tanecznej. „Polsat” epatował erotyzmem. W piątkowe wieczory emitowano zaś takie audycje, jak „Playboy” i „Różowa landrynka”⁷, a jednocześnie szybko rezygnowano z bardziej złożonych i trudniejszych propozycji programowych. Choć jednym z atutów „Polsatu” podczas zabiegów o koncesję było posiadanie własnej redakcji katolickiej, to kierujący nią Ryszard Czarnecki nadzwyczaj szybko zrezygnował ze współpracy ze stacją, a redakcję tę zamknięto⁸.

Inną formą pozyskiwania widzów była emisja w porze poniedziałkowego Teatru Telewizji popularnych filmów – tzw. „megahitów”. Takie amerykańskie produkcje, jak „Rambo”, „Top Gun” czy „Terminator” miały niekiedy oglądalność wynoszącą 50%.

Strategia programowa „Polsatu” sprowadzała się do wynajdowania luk w programie telewizji publicznej. Gdy telewizja ta emitowała ambitne, lecz nie zyskujące zbyt wielu widzów programy, „Polsat” proponował filmy, seriale i różnego rodzaju show. Jednym z najchętniej oglądanych produkcji „Polsatu” była np. telewizyjna gra prowadzona przez dziennikarza radiowego „Lata z Radiem” Zygmunta Chajzera pt. „Idź na całość”. Uczestników zabawy losowano spośród osób obecnych w studio, dzięki czemu od razu zyskiwali pieniężne nagrody. Mogli jednocześnie wziąć udział w dalszej części programu i wskazać na jedno z trzech pudełek, w którym mogły kryć się nagrody rzeczowe. Program ten notował blisko 20% oglądalność.

Organizowano też audiotele i konkursy dla telewidzów. Pula nagród, jaką przeznaczono dla widzów w konkursie „Paszporty Polsatu”, przekroczyła kilka milionów złotych. W konkursie tym wystarczyło podać numer, rozsyłanych pocztą „paszportów Polsatu”, by wziąć udział w losowaniu roweru, skutera czy samochodu.

Na efekty tych działań nie trzeba było zbyt długo czekać. W 1994 r. udział „Polsatu” w czasie oglądania wszystkich stacji telewizyjnych nie przekraczał 10%. W 1995 r. było to średnio ok. 15%, a w roku następnym prześcignięto drugi program telewizji publicznej – oglądalność przekroczyła 20%. Najwyższy wskaźnik w interesującej nas materii „Polsat” osiągnął jesienią 1997 r. We wrześniu oglądalność „Polsatu” była wyższa niż I programu telewizji publicznej i wyniosła 26,8%. Pierwszy program TVP S.A. oglądało w tym czasie 26,1%, program drugi TVP S.A. – 17,7%, a TVN – 11,2%. W całym 1997 r. udziały „Polsatu” wynosiły blisko 26%, a publicznej jedynki ponad 32%⁹.

„Polsat” odniósł zatem niekwestionowany sukces, u podstaw którego legło kilka przyczyn. Była to pierwsza polska telewizja prywatna z góry odrzucająca kulturotwórcze i edukacyjne zadania nadawcy publicznego. Od początku jej istnienia po-

⁷ A. Głowacka, *Potencjalne tematy*, „Press” nr 3 z 15 III 2000.

⁸ R. Kasparow, J. Łęski, *Partia Solorza...*

⁹ M. Bratkowska, *Polsat przebija „Jedynkę”*, „Gazeta Wyborcza” z 27 X 1997 oraz M. Słoka-Chlabicz, *Imperium bez zmysłów*, Press” nr 12 z 15 XII 2001.

szukiwano masowego audytorium, nie zważając przy tym na jakość emitowanego programu. „Polsat” unikał pouczania i dostarczał głównie rozrywki oraz prezentował, lecz nie uprawiał polityki. Telewizja Z. Solorza w pierwszych latach swej działalności pozbawiona była konkurencji innych nadawców prywatnych. Dysponowała ponadto dużym zasięgiem technicznym, sukcesywnie poszerzanym dzięki budowie własnych nadajników.

„Polsat” udostępniał te nadajniki „Naszej Telewizji”, która po wielu dość spektakularnych wydarzeniach przekształciła się w TV4 – kolejny element telewizji Z. Solorza¹⁰. „Nasza Telewizja” blisko współpracowała z wrocławską Telewizją Dolnośląską. Ta lokalna telewizja skupiła wokół siebie pięciu innych niewielkich nadawców, co zaowocowało porozumieniem programowym „Odra”. „Odra” zaczęła retransmitować program „Naszej Telewizji”, a następnie nawiązała bliską współpracę z „Polsatem”.

Pierwszego marca 1997 r. uruchomiono drugi kanał telewizji Solorza „Polsat 2”. Program ten emitowano drogą satelitarną. Miał on rozrywkowo-muzyczny charakter. Choć jego emisja wzbudziła pewne wątpliwości Krajowej Rady, kierownictwo „Polsatu” powoływało się na koncesję z 1993 r., w myśl której stacja mogła nadawać swój program satelitarny przez 10 lat¹¹.

W początkach XX w., ze znacznym poparciem kapitału spółek Skarbu Państwa, powołano Telewizję „Puls”. Telewizję „chrześcijańską i prorodzinną, będącą odpowiedzią na lewicowo-ludową – zdaniem prawicy – telewizję publiczną i komercyjną do cna Polsat i TVN”¹². Początkowo wydawało się, że telewizja ta przypominać będzie telewizję publiczną z lat 1994-1996, tj. okresu, gdy kierował nią Wiesław Walendziak. Przesądzać o tym miała nie tylko oferta programowa, ale nade wszystko prezes zarządu Telewizji Familijnej Waldemar Gasper oraz prezes Telewizji „Puls” Maciej Pawlicki. Osobom tym nie udało się jednak zbyt długo piastować swych stanowisk. W kwietniu 2001 r. W. Gaspera zastąpił, uprzednio szef Telewizji Niepokalanów, franciszkanin ojciec Jan Suhak, a w lipcu 2001 r. Marek Budzisz został przewodniczącym rady nadzorczej Grupy Medialnej.

Nim jednak doszło do tych przetasowań, Telewizja Familijna dokonała znacznych inwestycji, wartość których szacowano na ok. 120 mln PLN¹³. Jak twierdził W. Gasper, pod względem technicznym była jedną z najlepiej wyposażonych polskich telewizji. Wypada też zauważyć, że o ile Telewizja Niepokalanów występowała jako nadawca społeczny, emitując reklamy w czasie nie większym niż 2% emisji, to Telewizja „Puls” uzyskała prawo do emisji reklam nie przekraczającej 15% czasu nadawania¹⁴.

¹⁰ J. Murawski, *Telewizyjne przyczepki*, „Press” nr 5 z 15 V 2004, s. 50.

¹¹ M. Matys, *Solorz na każdy temat...*

¹² M. Janicki, *Familia w rozsypce*, „Polityka” nr 39 z 29 IX 2001.

¹³ Ogólną wartość TN szacowano na 34-58 mln \$. Por.: „Rzeczpospolita” nr z 25 IV 2001.

¹⁴ V. Makarenko, *Mocniejszy Puls*, „Gazeta Wyborcza” z 11 V 2001.

Telewizję „Puls” uruchomiono 18 marca 2001 r. Nie zachwyciła ona jednak ani telewidzów, ani tzw. „media planerów”. W pierwszych miesiącach funkcjonowania Telewizji „Puls” jej oglądalność wynosiła zaledwie 0,2%, a udział w rynku oscylował wokół 0,5%¹⁵.

Na słabe wyniki oglądalności i trudną sytuację finansową nałożyła się zmiana konfiguracji sceny politycznej. Po zwycięskich dla lewicy wyborach z 2001 r. inwestorzy – spółki Skarbu Państwa przyjęli wyczekującą postawę. Już wiosną 2002 r. prasa zaczęła informować o kłopotach finansowych Telewizji Familijnej, a jednocześnie o zmianie programu ramowego na bardziej komercyjny i rozrywkowy, a nade wszystko o zwolnieniach dziennikarzy i ucieczce gwiazd¹⁶. Jesienią 2002 r., wobec zadłużenia TV „Puls”, telekomunikacja zmuszona była wyłączyć warszawski nadajnik tej telewizji. Dnia 14 listopada 2002 r. zarząd TF złożył do sądu wnioski o upadłość. Wniosek ten zaakceptował 8 kwietnia 2003 r. stołeczny Rejonowy Sąd Gospodarczy. Ogłoszono przy tym, że Telewizja Familijna pozostawiła po sobie dług znacznie przekraczający 100 mln PLN.

Pierwszego 1 kwietnia 2003 r. program TV „Puls” został czasowo wstrzymany. Kilka tygodni później pojawił się program telewizji Niepokalanów/Puls produkowany przez Antenę 1 Mariana Terleckiego. Dość szybko udział tej firmy wykupił właściciel Polsatu Zygmunt Solorz, który w czerwcu 2003 r. udostępnił katolickiej telewizji własny nadajnik i cyfrową platformę Polsatu¹⁷.

Fakt, że Solorz zyskał wpływ na TV4 i Telewizję „Puls” nie oznaczał istotnego poszerzenia zasięgu oddziaływania „Polsatu”. Działania te były raczej udaną realizacją strategii zajmowania częstotliwości telewizyjnych i blokowania potencjalnej ekspansji innych, zwłaszcza zagranicznych, nadawców.

W 1997 r. zatrudnienie w Polsacie wynosiło zaledwie 200 osób, gdy w tym samym czasie w TVP S.A. utrzymywano ok. 7 tysięcy etatów. Z. Solorz stwierdził, że w 1996 r. „Polsat” przyniósł po raz pierwszy zyski – 50 mln zł¹⁸.

Nie oznaczało to jednak, iż stacja rozwijała się bez problemów, a jej właściciel nie miał żadnych kłopotów. Bodaj największym z nich stał się pakiet 20% akcji będących w rękach „Uniwersalu”. Jak już wiemy, akcje te kupiła w 1994 r., będąca w owym czasie w dobrej sytuacji ekonomicznej, polska spółka giełdowa. Cztery lata później „Uniwersal” popadł jednak w poważne kłopoty finansowe i wziął pożyczkę pod zastaw interesujących nas papierów wartościowych. Aby zachować płynność finansową, rozważał ponadto możliwość sprzedaży akcji zachodnioeuropejskiemu koncernowi medialnemu. Wiosną 1998 r. Z. Solorz, za ok. 100 mln PLN, kupił obligacje zamienne „Uniwersalu”. Po tej transakcji, zyskując ok. 30% głosów na Walnym Zebraniu Akcjonariuszy, stał się jednym z dominujących właścicieli „Uniwersalu”. Nie

¹⁵ Dane za: „Rzeczpospolita” nr 78 z 3 IV 2002.

¹⁶ Zob. np. J. Solska, *Slabnący puls*, „Polityka” nr 30 z 27 VII 2002.

¹⁷ „Rzeczpospolita” nr 200 z 28 VIII 2003.

¹⁸ „Press” 1997, nr 5(16), s. 37.

dość, że mógł skutecznie zablokować niekorzystne dlań operacje finansowe, to oficjalnie informował o potrzebie zmiany zarządu, tj. odwołaniu z funkcji prezesa Dariusza Przywieczerskiego. W końcu maja 1998 r. obie firmy wymieniły się akcjami, a Solorz został niemal w 100% właścicielem „Polsatu”, choć kosztowało go to ostatecznie 120 mln PLN¹⁹. Kwota ta nie powinna zbytnio zaskakiwać bo, jak już wiemy, w 1996 r. „Polsat” odnotował 50 mln zł zysku, a w 1997 r., według sprawozdania przedstawionego przez „Uniwersal”, „Polsat” miał przychód 486 mln zł, zysk brutto 101 mln zł, a netto – 56 mln zł²⁰.

Sukcesy odniesione na polskim rynku audiowizualnym skłoniły Z. Solorza do ekspansji w państwach nadbałtyckich; po rocznych zmaganiach w 1999 r. kupił on 51% akcji litewskiej telewizji „Baltijas TV”, a w 2001 r. stał się jej jedynym właścicielem. Telewizja ta od 1993 r. była własnością Kestutisa Makatiusa. Pod jego kierownictwem zyskała 16% oglądalność, ale jej rozwój powstrzymywał brak kapitału. Początkowo BTV pod polsko-litewskim kierownictwem odniosła pewne sukcesy, co zaowocowało wzrostem oglądalności do 24%. Wkrótce jednak doszło do konfliktu pomiędzy właścicielami i oglądalność spadła w 2001 r. do 12%²¹. Jak stwierdził Z. Solorz, konflikt ów wynikał ze zmian, jakie do statutu telewizji wprowadził K. Makatius. Choć strona polska miała większość udziałów, pozbawiono ją wpływu na program²².

Inne prywatne telewizje litewskie (LNK i TV3) rozpoczęły w owym czasie wojnę rabatową, co odbiło się niekorzystnie także na dochodach BTV. Solorz poniósł na Litwie straty, które szacował na ok. 8 mln \$.

Z. Solorz w 1999 r. zainwestował też w telewizje prywatne w Estonii i Łotwie. W Estonii kupiono 60% udziałów TV1, która przyniosła straty ok. 2 mln \$. Minimalny zysk, 325 tys. \$ odnotowała natomiast, będąca w 60% własnością Solorza, łotewska Latvijas Neatkarīga Televīzija (LNT). Telewizja ta była najchętniej oglądana przez Łotyszów. Odnotowała 24% oglądalność i partycypowała w 45% rynku reklam. W 2003 r. zainteresował się nią Rupert Murdoch, który poprzez swą spółkę News Corp. wykupił 40% jej udziałów²³.

Zainteresowanie Z. Solorza rynkami bałtyckimi odbiło się niekorzystnie na funkcjonowaniu „Polsatu”. Przeoczono moment, kiedy pojawiło się nowe wyzwanie technologiczne, jakim była telewizja cyfrowa. Jako pierwsza telewizję tę uruchomiła amerykańska firma @ Entertainment, znana już w Polsce z obecności w sieciach kablowych własnego kanału satelitarnego „Atomic TV” oraz partycypująca w „Naszej

¹⁹ Szerzej na ten temat w: „Gazeta Wyborcza” – numery z 19 III 1998, 7, 12, 26 i 28 V 1998, „Rzeczpospolita” z 7 V 1998 oraz „Wprost” nr z 24 V 1998.

²⁰ R. Kasparow, J. Łęski, *Plany i interesy Zygmunta Solorza-Żaka*, „Rzeczpospolita” nr 252 z 27 X 1998.

²¹ J. Komar, *I po zajeździe*, „Gazeta Wyborcza” z 12 XII 2001.

²² V. Makarenko, *Walczymy z recesją. Rozmowa z szefem „Polsatu” Zygmuntem Solorzem*, „Gazeta Wyborcza” z 24 IX 2001.

²³ V. Makarenko, *Wspólny interes Solorza i Murdocha*, „Gazeta Wyborcza” z 18 III 2003, s. 17.

Telewizji”. Na początku 1998 r. informowano, że nowy projekt kosztujący ok. 200 mln \$ – „TV Wizja” docelowo obejmować będzie 32 satelitarne, polskojęzyczne kanały tematyczne. Pierwotnie „TV Wizja” miała być uruchomiona w kwietniu 1998 r. Nie doszło jednak do tego, choć w owym czasie podpisano list intencyjny z polską edycją „Canal+”, w którym zadeklarowano chęć wspólnej realizacji tego przedsięwzięcia. Inicjatywa ta także nie została zrealizowana. Kolejny list intencyjny podpisał natomiast w lipcu 1998 r. „Polsat” i „Canal+”. I tym razem umowa nie doszła do skutku.

Dlatego też w latach 1999-2001 funkcjonowały w Polsce trzy platformy cyfrowe. „TV Wizja” informowała o sprzedaży ponad 400 tysięcy swych dekodery, „Canal+” deklaruwał 330 tysięcy abonentów, a uruchomiony w 1999 r. „Cyfrowy Polsat” – 220 tysięcy. Ten ostatni w 2006 r. docierał do blisko 400 tysięcy gospodarstw domowych. W tzw. „pakiecie podstawowym” oferował m.in. takie kanały, jak: Discovery Channel, Animal Planeta, Reality TV. W ofercie poszerzonej obejmującej ok. 40 kanałów pojawił się m.in.: Polsat sport, Filmax, On, Ona, Relaks, Junior. Nadto w materiałach reklamowych pisano, że dzięki „Cyfrowemu Polsatowi” można korzystać z Internetu oraz zachęcano potencjalnych telewidzów do oglądania programów „Teleuniwersytetu”²⁴.

W 2001 r. „TV Wizja” i cyfrowy „Canal+” połączyły się w dysponującą ok. 600 tysięcy klientów, „Cyfrę+”. Jeśli dodamy do tego fakt, że Z. Solorz toczył w owym czasie z publicznym nadawcą spór o rozprowadzanie jego programów w „Cyfrowym Polsacie”, to pojawienie się jednego trzykrotnie liczniejszego konkurenta stanowiło dla niego nie lada problem²⁵.

Znacznie istotniejszym dla „Polsatu” problemem był jednak rozwój innej prywatnej polskiej telewizji – TVN. Sukcesywnie rosła jej oglądalność, a w 2001 r. wprowadziła ona do swego programu nową propozycję programową – reality show pt. „Big Brather”. Ten kontrowersyjny program cieszył się wyjątkowo wysoką oglądalnością wynoszącą początkowo ok. 26% (cała emisja – ok. 23%). Podobna produkcja „Polsatu” znalazła się na antenie kilka tygodni później i nosiła nazwę „Dwa światy”. Choć przyniosła znaczne zyski z emisji reklam, to jednak jej oglądalność była niższa i wahała się w granicach 17-21%²⁶.

„Polsat”, podobnie jak TVN, próbował zdyskontować powodzenie reality show. Dlatego też wyemitował m.in. program pt. „Gladiatorzy”. Produkcja ta spotkała się jednak z krytyką Krajowej Rady, która zarzuciła nadawcy pokazywanie obscenicznych scen przed godz. 23.00 i nałożyła na telewizję Z. Solorza karę w wysokości 200 tys. zł.

Lekcja „Wielkiego Brata” zmusiła „Polsat” do znacznej reorientacji polityki programowej. Na początku XXI w. okazało się bowiem, że jego największym konkuren-

²⁴ Materiały promocyjne „Polsatu”, brak daty i miejsca wydania.

²⁵ „Rzeczpospolita” nr 261 z 8 XI 2002.

²⁶ Reklamy zyskane dzięki programowi „Dwa światy” przyniosły „Polsatowi” 65 mln zł. Dzięki „Wielkiemu Bratu” TVN zarobił zaś 108 mln zł. „Gazeta Wyborcza” z 25 VI 2001.

tem nie jest, jak to było kilka lat wcześniej, nadawca publiczny, lecz wyrastająca pod boki prywatna konkurencja. Zmiany programowe wynikały też z presji reklamodawców poszukujących zamożnych odbiorców zamieszkujących duże miasta. Początkowo, z racji posiadanego zasięgu technicznego, „Polsat” był „nadoglądany” na terenach wiejskich, a TVN górował w aglomeracjach. Program „Polsatu” chętniej oglądali też telewidzowie o relatywnie niższym wykształceniu. Zjawisko to w miarę precyzyjnie przedstawia tabela 1, w której porównano audytoria „Polsatu” i TVN.

Tabela 1. Struktura widzów Polsatu i TVN w 2002 r.

Telewizja/Wykształcenie	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Polsat	36,23	28,70	25,61	5,90
TVN	27,64	27,24	32,42	9,23

Źródło: TNS/OBOP cyt. za: „Gazeta Wyborcza” z 28 V 2002.

Emisja filmów i niezbyt wyszukanych programów muzycznych dała początkowo „Polsatowi” szybki wzrost oglądalności, ale w dłuższej perspektywie ograniczała finansowe zyski. Gwoli sprawiedliwości trzeba jednak przyznać, że pierwsze przejawy nowej polityki programowej widoczne były w „Polsacie” już w 2000 r. Stopniowo zniknęły z anteny audycje zawierające disco polo, a pojawiły się takie seriale filmowe, jak „13 posterunek” (26% oglądalności), „Rodzina zastępcza” (20%) czy „Miodowe lata” (20%). W następnym roku wyemitowano „Świat według Kiepskich” (20% oglądalność), ale pierwszym sygnałem faktycznych zmian stał się show Krzysztofa Ibisza „Życiowa szansa” (20%).

W 2002 r., w przeciwieństwie do TVN, „Polsat” postawił na sprawdzone koncepcje programowe, tzw. „formaty”: „Idola”, „Bar” i serial „Samo życie”. Oryginalnymi propozycjami programowymi były „Kuba Wojewódzki”, teleturnieje „Awantura o kasę” i „Rosyjska ruletka”²⁷.

„Awantura o kasę” zastąpiła w grudniu 2002 r. nadawaną przez pół roku „Życiową szansę”. Oba programy prowadził Krzysztof Ibisz. Pierwszy miał oglądalność wynoszącą 7%, a drugi 9%. Program „Kuba Wojewódzki” adresowany był do nowej, w przypadku „Polsatu”, grupy widzów – młodych mieszkańców miast. Choć miał on oglądalność 5%, to w grupie docelowej wyniosła ona 7%. Cykl „Zakazane reklamy” zawierający treści erotyczne, po interwencjach Krajowej Rady został przesunięty na godz. 23.00 i odnotował oglądalność 4%.

W kolejnych latach utrzymano podobną konstrukcję programu. Wprowadzono na antenę m.in. takie seriale, jak: „Samo życie”, „Pierwsza miłość”, „Pensjonat pod różą”, „Daleko od noszy”, czy niezbyt udane „Tango z Aniołem”. Pojawił się też program z pogranicza teleturnieju i show zatytułowany „Grasz czy nie grasz”.

²⁷ J. Murawski, *Hity i kiks*, „Press” nr 12 z 15 XII 2002.

Najbardziej jednak do zahamowania oglądalności „Polsatu” przyczyniły się nadawane w tej telewizji głośne filmy²⁸. Mimo to w grudniu 2005 r. po raz pierwszy w historii oglądalność TVN była wyższa od „Polsatu”. Stacje te odnotowały odpowiednio: 16,95% i 16,42%²⁹. Dane na temat oglądalności wybranych stacji telewizyjnych w Polsce w latach 1997-2004 prezentuje tabela 2.

Tabela 2. Oglądalność wybranych polskich stacji telewizyjnych w latach 1997-2004 (w %)

Rok/stacja	TVP1	TVP2	„Polsat”	TVN	TV4	RTL7/TVN7
1997	32,3	18,9	25,7	1,3	–	–
1998	30,0	18,3	25,2	6,4	–	–
1999	27,5	18	23,4	10,7	1,8	–
2000	25,7	19,1	25,3	11,4	2,3	2,9
2001	24,4	19,7	22,6	13,9	3,7	2,4
2002	26,5	20,6	18,5	13,8	3,9	2,2
2003	26,5	21,4	17,5	13,4	4,1	1,5
2004	24,9	21,4	17,4	14,2	3,1	1,5
2005	24,6	21,7	16,7	15,0	2,2	1,6

Źródło: *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, KRRiTV, Warszawa 1998-2006, passim.

Rywalizacja dwóch równorzędnych prywatnych nadawców doprowadziła do upodobnienia, ale i zróżnicowania ich programów. Pierwotnie w „Polsacie” dominowały filmy (ok. 40% ogólnego czasu emisji), a audycje rozrywkowe uzupełniały ofertę programową (ok. 15% czasu emisji). W TVN niemal równo dzielono czas emisji na film (ok. 35%) i rozrywkę (30%). W 2004 r. film w „Polsacie” stanowił 33% czasu emisji, a w TVN 26,7%. Audycje rozrywkowe stanowiły zaś odpowiednio: 27,8% i 34,9%³⁰. Dlatego też rywalizacja przenoszona była do innych obszarów programowych. Jednym z ostatnich „pól bitewnych” były programy informacyjne³¹. Szansą dla poprawy i ulepszenia tej części programu było rozstanie z TVN Tomasza Lisa, który właśnie w „Polsacie” zbudował nowy program informacyjny i zapoczątkował inne formy publicystyczne (telewizyjna debata „Co z tą Polską?”).

W niemal wszystkich wywiadach udzielanych prasie Z. Solorz podkreślał, że telewizję traktuje jak każde inne przedsięwzięcie biznesowe³². Choć na początku lat

²⁸ M. Słoka-Chlabicz, *Zmiana pozycji*, „Press” nr 8 z 15 VIII 2002 oraz J. Murawski, *Hity i kiks*, „Press” nr 12 z 15 V 2002.

²⁹ Dane AGB Nielsen cyt. za: „Gazeta Wyborcza” z 3-4 XII 2005.

³⁰ *Informacja o podstawowych problemach...*, passim.

³¹ R. Gluza, *Z łapanki. Rozmowa z Dorotą Gawryluk, dziennikarką „Polsatu”, prowadzącą „Polityczne graffiti”*, „Press” nr 9 z 15 IX 1999.

³² R. Gluza, *Rozprowadzacz. Rozmowa z Zygmuntem Solorzem-Żakiem, prezesem Rady Nadzorczej Polsatu*, „Press” nr 8 z 15 VIII 1999, s. 44-46.

90. XX w. „Polsat” był jego największym przedsiębiorstwem, to stopniowo poszerzał on swą działalność, interesując się zwłaszcza usługami finansowymi. Na przełomie wieków należały do niego m.in. Telewizja Polsat, Polsat Cyfrowy S.A., Polsat Media (reklama), telewizje bałtyckie, Telewizja Kablowa Dami, RSTV w Radomiu, Teleaudio oraz spółki internetowe: eMarket i TPIP. Posiadał także udziały w Inwest Banku S.A., funduszu emerytalnym Polsat i firmie ubezpieczeniowej Polisa Życie.

Zapewne dlatego w lutym 2002 r. poinformowano, że Solorz wysłał memoranda do kilku koncernów w sprawie sprzedaży udziałów w „Polsacie”. Jedynym polskim podmiotem, do której trafił ten dokument była „Agora”. Ówczesną wartość „Polsatu” oszacowano na 750 mln euro³³. Był to zatem jednoznaczny sygnał, że Z. Solorz chce się wycofać z działalności telewizyjnej. Jak wiadomo, w związku z „afery Rywina” „Agora” nie kupiła udziałów w „Polsacie” i telewizja ta jest nadal w pełni własnością Solorza. Choć zapewne sprawia mu wiele kłopotów, jest dochodowym przedsiębiorstwem, które jeszcze przez wiele lat stanowić będzie o kształcie oferty telewizyjnej w Polsce.

Trudno jest jednoznacznie ocenić zyski, jakie przynosi „Polsat”, dostępne bowiem informacje są zazwyczaj rozbieżne i sprzeczne. Dlatego też dane prezentowane w poniższej tabeli wypada potraktować raczej jako obraz pewnych tendencji, a nie precyzyjne wielkości, które mogą być zweryfikowane przez biegłych księgowych i audytorów.

Tabela 3. Wyniki finansowe i zatrudnienie w „Polsacie” w latach 1996-2004

Rok	Przychód (w mln zł)	Dochód netto (w mln zł)	Zatrudnienie
1996	486	101	167
1997	517	65	198
1998	826	55	225
1999	878	-141	b.d.
2000	764	14	b.d.
2001	630	-60	314
2002	621	4	284
2003	730	121	344
2004	753	232	441

Źródło: Dodatek do „Rzeczpospolitej” – Lista 500 za lata 1997-2005; Dodatek do „Polityki” – Pięćsetka Polityki z lata 1997-2005 oraz „Rzeczpospolita” nr 212 z 11 IX 2002.

Niezależnie jednak od tych zastrzeżeń wypada stwierdzić, że „Polsat” od ok. dziesięciu lat jest jednym z największych polskich przedsiębiorstw prywatnych. Niewielkie zatrudnienie czyni go zaś firmą wysoce rentowną. Trudno przy tym nie dodać, że choć

³³ „Puls Biznesu” z 18 II 2002.

komercja jest podstawową cechą każdej kapitalistycznej firmy, to w „Polsacie” jest ona nadzwyczaj widoczna. Odbiór programu tej telewizji coraz bardziej utrudnia przeładowanie go reklamą. „Polsat” niemal w stu procentach wykorzystuje, dozwolone ustawowo, czasy emisji płatnych elementów programu. Nie łagodzi tego nawet, prowadzona pod egidą Małgorzaty Żak, akcja „Podaruj dzieciom słońce” i zapewnienia, że część zdobytych tą drogą środków wspiera najbardziej potrzebujących³⁴.

ZYGMUNT SOLORZ'S "POLSAT" TELEVISION

Summary

The history of “Polsat” Television perfectly reflects the development of capitalism in Poland after 1989, which goes far beyond any schemata. This Television began with not very successful programme. Lack of professionalism, and in the pioneer period its programmes aroused embarrassment and indignation. In the course of time “Polsat” has become a fully valuable television channel, an element of the present Polish television-market. Although lately its position has become challenged by another private nationwide channel TVN Television, it can still boast of 17% viewing figures. “Polsat” has been one of the major Polish private enterprises for the last ten years. Limited employment makes this firm extremely rentable. It should be added that although commercial programmes are a basic feature of any private broadcaster, it is particularly visible in “Polsat”. The reception of the programmes is more and more hampered by overloaded publicity. “Polsat” broadcasts almost one hundred percent of the time permitted by law to paid programme items.

³⁴ R. Gluza, *Dwie Małgorzaty*, „Press” nr 9 z 15 IX 1998; M. Słoka-Chlabicz, *Imperium bez zmysłów*, Press” nr 12 z 15 XII 2001.