

Janusz Włodzimierz Adamowski

Instytut Dziennikarstwa, Uniwersytet Warszawski

Słowa kluczowe: radiofonia publiczna, digitalizacja

Key words: public radio broadcasting, digitalization

TERAŻNIEJSZOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ RADIA PUBLICZNEGO W POLSCE. UWAGI I REFLEKSJE NA 90-LECIE POLSKIEJ RADIOFONII

Publiczne środki przekazu, których genezy należy poszukiwać w drugiej połowie lat dwudziestych XX w. stanowią istotny komponent każdego demokratycznego państwa prawa¹. Dlatego też nie może dziwić ich obecność w pejzażu medialnym wolnej Polski, choć z żalem przyznać trzeba, że 25 lat po wielkiej zmianie systemowej media te są nadal dość słabo zakorzenione w naszej (także jeszcze stosunkowo wątpliwej) demokracji. Na tę ich słabość składają się dwie istotne przyczyny: niestabilny system finansowania oraz ciągle istniejąca nadmierna zależność od świata polityki. Ta ostatnia sprawia, że łatwo padają one łupem rządzących, zwłaszcza przy okazji kolejnych zmian władzy. Natomiast niestabilność finansowa mediów publicznych, jako zjawisko, dotyczy przede wszystkim telewizji, dla której abonament stanowi mniej niż jedną trzecią rocznego budżetu, czego efektem jest daleko idąca komercjalizacja przekazu. Tzw. duże radio publiczne, a także regionalne spółki Polskiego Radia zazwyczaj satysfakcjonują środki pochodzące z podziału abonamentu, przydzielane im przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Niepokoii jednakże fakt, iż jego pobieranie obarczone jest stosunkowo wysokim poziomem niepewności (płaci go bowiem zaledwie co dziesiąta osoba w Polsce).

Na szczęście radio publiczne nie jest w tak wysokim stopniu jak Telewizja Polska SA uzależnione od wpływów z działalności komercyjnej. Środki abonamentowe (których udział w budżetach publicznych stacji radiowych w Polsce waha się od około 70% w przypadku Polskiego Radia SA aż do ponad 90% w przypadku niemal wszystkich spółek regionalnych) dają mu komfort działalności misyjnej w pełnym znaczeniu tego słowa. Stąd też szeroka, bogata i zróżnicowana oferta programowa przedkładana słu-

¹ Zob. na ten temat szerzej: J. Keane, *Media a demokracja*, Londyn 1992.

chaczom przez tę radiofonię (zwłaszcza ogólnopolską), co dokumentuje także zasadność wcześniejszych decyzji politycznych podjętych w sprawie przekształcenia audiowizualnych mediów państwowych w publiczne, obarczone zadaniami misyjnymi.

Warto zauważyć, że dochodzenie do konsensusu politycznego w sprawie powstania publicznych środków przekazu w Polsce wcale nie było zadaniem prostym. Sprawa oddania przez władze państwowe pełnej kontroli nad tak istotnymi instytucjami, jak (dotychczas znajdujące się w ich gestii) radiofonia i telewizja była przedmiotem wielu dyskusji, a nową ustawę o mediach audiowizualnych „wykuwano” w trudzie i znoju, tocząc ożywione spory o wiele zapisów i rozwiązań w niej zawartych, jak np. kompetencje nowego regulatora (KRRiT) czy tryb powoływania władz nowych spółek medialnych². Media te ostatecznie powstały, w zasadniczej mierze jako efekt politycznego kompromisu zawartego w obozie mocno już wówczas podzielonej dawnej opozycji politycznej, teraz sprawującej władzę w Polsce.

Trzy fundamentalne wydarzenia otwierają ów nowy etap w historii polskiej radiofonii.

Po pierwsze, już w lutym–marcu 1989 r. podczas obrad Okrągłego Stołu zaprezentowany został „Program uspołecznienia radia i telewizji”, opracowany przez ekspertów NSZZ „Solidarność”, który przedstawiła wyrzucona z pracy w okresie stanu wojennego znana reportażystka Janina Jankowska.

Po utworzeniu rządu Tadeusza Mazowieckiego przewodniczącym Komitetu ds. Radia i Telewizji został Andrzej Drawicz (25 września 1989 r.), a na jego apel powróciło do pracy 150 dziennikarzy uprzednio zwolnionych z tej instytucji w okresie stanu wojennego. Jesienią tegoż roku Andrzej Drawicz powołał specjalną Komisję ds. Reformy Radiofonii i Telewizji, na której czele stanął Karol Jakubowicz. Warto podkreślić, że eksperci tej komisji wnieśli znaczący wkład w budowę nowego, nieznanego do tej pory w Polsce segmentu rynku medialnego, tj. publicznych audiowizualnych środków przekazu³.

Po wtóre, trzeba zaznaczyć, że w ramach systematycznie budowanego przez nowe władze kraju pluralizmu medialnego, formalnie poczynając – od stycznia 1990 r. państwowa radiofonia zyskała sobie silnych komercyjnych rywali. Nie byli oni obciążeni piętnem tak ścisłej współpracy z poprzednim ustrojem, co wpłynęło nie tylko na ich bardziej korzystny (przynajmniej w pierwszym okresie działalności) społeczny odbiór, ale także – przy sporym zainteresowaniu tego rodzaju „nowinką” słuchaczy – dało szansę stosunkowo szybkiego rozwoju za pomocą znacznych środków finansowych z tytułu reklam, generowanych przez dynamicznie rozwijającą się młodą gospodarkę rynkową. Dotyczyło to w szczególności (wkrótce ogólnopolskich) stacji: krakowskiego RMF FM i stołecznego Radia Zet, które bardzo szybko stały się najpoważniejszymi konkurentami Polskiego Radia.

² Zob. *Wprowadzenie* do uprzednio przywołanej pracy J. Keane’a, autorstwa K. Jakubowicza.

³ Karol Jakubowicz w wielu swoich pracach szeroko opisał ów złożony i nietławy proces dochodzenia w Polsce do obecnego modelu radiofonii i telewizji publicznej. Zob. przykładowo pracę tegoż autora: *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007.

Na antenie Polskiego Radia zyskały wówczas gościnnie „prawo pobytu” i emisji swoich audycji rozgłośnię dotychczas nadające w języku polskim wyłącznie z zagranicy: Radio Wolna Europa i Sekcja Polska Radia BBC (od 1 czerwca 1990 r.). Warto dodać, że od 7 maja tegoż roku Polskie Radio rozpoczęło nadawanie specjalnego programu tworzonego z myślą o Polakach mieszkających za naszą wschodnią granicą, tj. na terytorium ówczesnego Związku Radzieckiego.

To – początkowo nieformalne – powstanie systemu dualnego na początku dekady lat dziewięćdziesiątych XX w. i dynamiczne wejście nadawców komercyjnych na rynek mediów radiowo-telewizyjnych spowodowało wyraźne skurczenie się audytorium radiowych podmiotów państwowych (potem publicznych) oraz konieczność dzielenia się z tymi pierwszymi dochodami z reklam i sponsoringu. Nieco później dojdzie jeszcze do tego załamanie się systemu opłat abonamentowych, rozumianych jako forma daniny publicznej na rzecz środków przekazu realizujących ważne zadania programowe.

Trzeba przypomnieć, że dualny, najpierw państwowo-prywatny, a wkrótce publiczno-prywatny model (system) mediów audiowizualnych w Polsce utrwalony został poprzez uchwalenie nowej Ustawy o radiofonii i telewizji (29 grudnia 1992 r.). Dała ona początek nowemu porządkowi medialnemu w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem subsystemu audiowizualnych środków przekazu.

Nowa ustawa zmieniła status organizacyjno-prawny radiowo-telewizyjnych mediów państwowych na publiczne, wyodrębniając jedną spółkę telewizyjną (TVP SA) i dzieląc radiofonię na 18 spółek Skarbu Państwa: jedną ogólnopolską i 17 regionalnych (które to działanie – notabene – nawet współcześnie budzi w gronie specjalistów wiele ożywionych dyskusji co do merytorycznej zasadności tego posunięcia). Równocześnie zlikwidowano Komitet ds. Radia i Telewizji (z dniem 30 czerwca 1993 r.) oraz – w konsekwencji zachodzących wówczas zmian organizacyjnych w sferze mediów audiowizualnych – powołano Radę Nadzorczą i pięcioosobowy Zarząd nowej spółki „Polskie Radio” SA, którą wpisano do rejestru handlowego 31 grudnia 1993 r.

Ten zupełnie nowy w polskich warunkach, jakże ważny (choć wymagający już obecnie gruntownej, dobrze przemyślanej modernizacji) akt prawny sprecyzował również, i to dość szczegółowo, powinności radia publicznego, m.in.: obowiązek rzetelnego przedstawiania faktów i wydarzeń w całej ich różnorodności, przyczynianie się do swobodnego formowania opinii, jak również prezentowanie różnych postaw i programów oraz sprzyjanie rozwojowi nauki, kultury i oświaty. Realizując te zadania Polskie Radio, wzorem innych europejskich nadawców publicznych, na szczeblu regionalnym i ogólnopolskim, przyjęło strategię dyferencjacji programowej i komplementarności swojej oferty.

Należy przypomnieć, że już w pierwszych latach funkcjonowania radiofonii, a więc w pierwszym dziesięcioleciu po zakończeniu I wojny światowej, intensywnie debatowano nad tym, w jaki sposób wykorzystać tę – wówczas jakże rewolucyjną – technologię komunikacyjną, kto powinien ją nadzorować, kto i jak subsydiować, a także jaki może być zasadniczy cel jej istnienia. Warto zwrócić uwagę, że w niemal

wszystkich państwach intensywnie rozwijających radiofonie w okresie międzywojennym, różne grupy interesów rościły sobie pretensje do sprawowania nadzoru lub też chociażby tylko wpływania na jej dalsze losy – od sektora edukacyjnego poczynając, poprzez związki zawodowe i organizacje religijne, producentów sprzętu radiofonicznego, firmy telekomunikacyjne, wojsko, branżę rozrywkową, aż po siły polityczne (w tym partie polityczne i władze państwowe).

Rozwój sytuacji w tym zakresie zależał w istocie od uwarunkowań polityczno-gospodarczych w danym kraju. W rezultacie różnego rodzaju działań i debat (o których szeroko pisali i nadal piszą liczni badacze mediów masowych) wyłoniły się dwa podstawowe subsystemy (modele), w ramach których – także obecnie – działają audiowizualne środki przekazu: model brytyjski, wcześniej bazujący na publicznym nadawcy, obdarzony monopolem w zakresie emisji programów, a dzisiaj mający charakter dualny (publiczno-prywatny), jednakże nadal z silną pozycją publicznego podmiotu nadawczego (*British Broadcasting Corporation* – BBC), oraz amerykański – z wyraźną dominacją nadawców komercyjnych (choć także i z komponentem publicznym w postaci sieci *National Public Radio* – NPR i *Public Broadcasting Service* – PBS, niezbyt może wielkim jeśli chodzi o słuchalność i oglądalność, a także terytorialny zasięg oddziaływania, jednakże stosunkowo wysoce opiniotwórczym). To ten pierwszy z modeli uprzednio wymienionych został jednak sukcesywnie, z biegiem lat, zaadaptowany do potrzeb większości państw europejskich (z których to doświadczeń będzie też korzystać Polska). Wobec ich mediów publicznych zostały sformułowane liczne oczekiwania i postulaty, by przywołać (za Beatą Ociepką) te najistotniejsze⁴:

- a) powszechną dostępność programów i emitowanych treści,
- b) zaspokajanie zróżnicowanych potrzeb i gustów powszechnego audytorium,
- c) troskę o potrzeby, zainteresowania oraz interesy mniejszości społecznych, nawet jeśli są one sprzeczne z interesami większości,
- d) działania na rzecz sfery publicznej,
- e) działania na rzecz społeczeństwa, w warstwie zarówno czysto edukacyjnej, jak i politycznej oraz kulturalnej,
- f) utrzymywanie swoistej neutralności wobec zróżnicowania społecznych grup interesu.

Warto też pamiętać, że w pierwotnym zamyśle Johna Reitha, uznawanego powszechnie za „ojca publicznej radiofonii” twórcę BBC, instytucja ta, stanowiąca po dziś dzień dla wielu europejskich nadawców publicznych swego rodzaju wzorzec z Sèvres, miała funkcjonować wedle czterech fundamentalnych zasad:

- 1) tworzyć organizację typu non-profit,
- 2) świadczyć usługi programowe o zasięgu i charakterze powszechnym,
- 3) podlegać kontroli ze strony państwa,
- 4) utrzymywać jak najwyższe standardy programowe.

⁴ Zob. B. Ociepka, *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowej*, Wrocław 2003.

Było to więc poważne zadanie, a jednocześnie wielkie wyzwanie dla obecnie publicznych, starych/nowych mediów radiowo-telewizyjnych w Polsce.

Powracając do kwestii narodzin polskiej radiofonii publicznej warto przypomnieć, iż w tym pierwszym okresie jej funkcjonowania miało miejsce kilka ważnych wydarzeń o istotnym znaczeniu oraz wpływie na działalność nowo powołanej do życia spółki:

- pojawiły się ważne problemy natury technicznej; najbardziej bolesne zrodziły się w momencie, gdy podczas nieudolnie prowadzonych prac remontowych runął najwyższy w Europie 646-metrowy maszt radiowy, usytuowany w Konstancynie koło Gąbina (8 sierpnia 1991 r.), co mocno utrudniło działalność nadawczą Polskiego Radia. Sejm podjął decyzję o jego rekonstrukcji dopiero 14 grudnia 1994 r., lecz propozycja odbudowania masztu w tym samym miejscu została storpedowana, głównie poprzez mocno nagłaśniane w mediach opinie i protesty ekologów oraz opór stawiany przez – co warto podkreślić – nielicznych stosunkowo mieszkańców tej okolicy. Co prawda, w szlachetnym geście solidarności z „nową” Polską 16 grudnia 1992 r. rząd Szwajcarii przekazał na rzecz polskiej radiofonii nadajnik długofalowy o mocy 600 KW, który zainstalowano w Raszynie, ale działanie to w minimalnym tylko stopniu poprawiło trudną sytuację państwowego nadawcy radiowego;
- mimo wielu finansowych problemów radiofonii, w listopadzie 1991 r. uruchomiono Studio Koncertowe S-1, dzisiaj noszące imię Witolda Lutosławskiego, jedną z najlepszych pod względem akustycznym sal koncertowych średniej wielkości w Polsce, która to inwestycja mocno nadszarpaneła jednak budżet radiofonii;
- z dniem 1 stycznia 1993 r. Polskie Radio i Telewizja zostały przyjęte do Europejskiej Unii Nadawców (*European Broadcasting Union* – EBU), co bardziej umiędzynarodowiło działalność tych obu, wkrótce odrębnie działających, instytucji;
- 31 marca 1993 r. rozpoczął nadawanie I Program Polskiego Radia za pośrednictwem satelity Eutelsat II, co znacznie zwiększyło potencjalne możliwości jego odbioru.

Warto zaznaczyć, że pierwsze lata aktywności ogólnopolskiej radiofonii publicznej były okresem wielu decyzji o charakterze organizacyjno-prawnym oraz z zakresu modernizacji jej infrastruktury technicznej. Podejmowała ona bowiem swoją działalność w nowej formule prawnej, z pięcioosobowym Zarządem i własną Radą Nadzorczą, formalnie od 3 stycznia 1994 r.

Działając już w nowym kształcie prawno-organizacyjnym tworzono nowe, wewnętrzne jednostki, m.in. w kwietniu 1994 r. powstała Informacyjna Agencja Radiowa jako ważna instytucja zasilająca radiofonię publiczną (i nie tylko) w relacje dźwiękowe, a w czerwcu tegoż roku rozpoczęło działalność Radiowe Centrum Kultury Ludowej. W październiku tego samego roku Program Czwarty został zastąpiony przez Radio Bis, nadające program o profilu edukacyjno-naukowym. W maju 1995 r. zainaugurowała działalność Radiowa Scena Narodowa Teatru Polskiego Radia, a w początkach stycznia 1996 r. powstało Archiwum Polskiego Radia SA. Kilka miesięcy później, w kwietniu, uruchomiono system satelitarnej dystrybucji cyfro-

wej programów Polskiego Radia, a w listopadzie tegoż roku Program I rozpoczął nadawanie niektórych swoich audycji w internecie, a więc na kompletnie nowej dla mediów audiowizualnych w Polsce platformie informacyjno-nadawczej.

Tę pierwszą, ważną fazę działań organizacyjno-modernizacyjnych zwińczyło otwarcie nowego gmachu spółki przy ul. Modzelewskiego (25 października 1997 r.)⁵ oraz inauguracja działalności nowego Radiowego Centrum Nadawczego w Solcu Kujawskim (4 września 1999 r.), które miało zastąpić ośrodek w Konstancynie. Na okres ten przypadło także zakończenie przez radiofonie eksploracji najpierw fal średnich – głównie ze względu na wysokie koszty, a także na niską jakość transmisji (od 31 stycznia 1998 r.), a następnie dolnego pasma UKF (od 31 grudnia 1999 r.). 31 lipca 2009 r. został wyłączony nadajnik długofalowy w Raszynie, emitujący dotychczas audycje pasma działającego pod nazwą Radio Parlament. Obecnie pozostał już tylko jeden aktywny długofalowy obiekt nadawczy (w Solcu Kujawskim), przy pomocy którego nadawany jest – przede wszystkim z myślą o starszych wiekiem, długoletnich jego słuchaczach – Program I na częstotliwości 225 kHz.

Niestety, z końcem kadencji pierwszych władz spółki, upływającej 15 listopada 1997 r., zbiegły się też liczne problemy finansowe i inne zawirowania, skutkujące czynnościami podjętymi przez ówczesnego ministra Skarbu Państwa, niekiedy nawet o dość kontrowersyjnym charakterze, jakim było np. odwołanie przewodniczącego Rady Nadzorczej⁶. Także problemy techniczne, związane ze wspomnianą uprzednio katastrofą w Gąbinie sprawiły, iż w latach 1997–2001 emisję programów ograniczono do 30 tys. godzin, a u schyłku lat dziewięćdziesiątych Program II emitowano na tej samej częstotliwości, na której nadawało edukacyjne Radio BIS (dzisiejsza Czwórka), formalnie powołane do działania z dniem 8 października 1994 r.

Wejście w nowe millenium, mające stać się erą nowych technologii, symbolicznie zainaugurowało pierwsze posiedzenie Fundacji Wspierania Rozwoju Radiokomunikacji i Technik Multimedialnych 13 stycznia 2000 r. W kwietniu tegoż roku spółka przystąpiła do platformy cyfrowej „Cyfra Plus”, a szeroko rozumiana digitalizacja (nie tylko procesu nadawczego, ale także bogatych radiowych zbiorów programowych) stała się w owym czasie jednym z głównych celów w dalekosiężnej strategii jej rozwoju (m.in. 8 stycznia 2003 r. uruchomiona została w Polskim Radiu SA wewnętrzna cyfrowa sieć dźwiękowa). W tym miejscu warto odnotować, że pierwszą w dziejach polskiej radiofonii produkcją, w pełni zrealizowaną z wykorzystaniem osiągnięć techniki cyfrowej, była audycja autorstwa Ireny Piłatowskiej i Waldemara Modestowicza *Chwalcie łąki umajone*.

Nie powinno zatem nikogo dziwić, że kilka lat później ważnym segmentem w strukturze Polskiego Radia SA stał się – w istocie nowatorski w swoich działaniach – wielokrotnie nagradzany w kraju i poza jego granicami portal mojepolskieradio.pl,

⁵ Notabene, działanie to pogłębiło także problemy finansowe spółki, choć potrzeby wzniesienia nowego obiektu zasadniczo nikt nie kwestionował.

⁶ Zob. szerzej: T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007, s. 225.

a na 85-lecie rodzimej radiofonii, obchodzone uroczyste w 2010 r., pojawiło się aż 85 (dzisiaj już blisko 100) dostępnych w internecie kanałów tematycznych.

W tym zakresie istotnym wydarzeniem stało się też przejście Polskiego Radia SA na nadawanie cyfrowe w standardzie DAB plus z dniem 1 października 2013 r. oraz stopniowe uruchamianie pierwszych cyfrowych programów ulokowanych na multiplexie: Radia „Rytm”, Polskiego Radia 24, a w kwietniu 2015 r. – Polskiego Radia Dzieciom.

Ten dynamiczny rozwój organizacyjny i techniczno-technologiczny pokazuje wyraźnie, że pomimo utraty w minionym dwudziestoleciu znaczącego odsetka swego audytorium Polskie Radio SA jest nadal liczącym się graczem na rynku radiowym.

Przed rodzimą radiofonią publiczną stoją jednakże ważne zadania do pilnej realizacji, m.in.:

- potrzeba systematycznego zwiększania przychodów własnych, które zmniejszą relatywnie wysokie uzależnienie spółki Polskie Radio SA od przychodów z abonamentu,
- nieustanne działanie na rzecz stabilnego dopływu funduszy publicznych, zwłaszcza poprzez aktywne wspieranie idei nowej rodzimej ustawy o finansowaniu mediów publicznych,
- utrzymanie przez spółkę płynności finansowej, co jest ważne w świetle rysujących się zagrożeń, związanych z relatywnie niską w naszym kraju ściągalnością abonamentu,
- zapewnienie realizacji wysokiej jakości misji, przypisanej Polskiemu Radiu jako nadawcy publicznemu,
- zwiększenie dotychczasowego udziału Polskiego Radia w rynku słuchalności i rynku reklamy w Polsce, także poprzez istotne poszerzenie zakresu jego oddziaływania na audytorium,
- zdobycie i utrzymanie wysokiej pozycji na rynku produktów multimedialnych,
- dalszy rozwój techniczny i technologiczny, zwłaszcza w zakresie podjętego, pionierskiego w istocie w polskich warunkach, procesu cyfryzacji radiofonii.

Kluczowa dla przyszłości mediów publicznych (zresztą nie tylko w Polsce) jest oczywiście sprawa źródeł ich finansowania. Trzeba przypomnieć, iż zamiar i wola finansowania tego rodzaju nadawców ze środków publicznych na poziomie zapewniającym bezpieczeństwo ich funkcjonowania były już wielokrotnie akcentowane przez wiele instytucji europejskich, w dokumentach takich chociażby, jak Protokół Amsterdamski (z czerwca 1997 r.) do traktatu europejskiego, uchwała Rady Europejskiej z 1999 r. na temat publicznej radiofonii i telewizji czy komunikat Komisji Europejskiej z 2001 r. Podkreślano w tych dokumentach, że nadawcy publiczni realizując swoje zadania misyjne muszą korzystać z dobrodziejstw postępu technologicznego, powinni mieć dostęp do różnorodnych platform i kanałów dystrybucji programów radiowo-telewizyjnych oraz świadczyć usługi programowe najwyższej jakości, szeroko wykorzystując przy tym technologie cyfrowe. Dzięki temu nadawcy ci powinni z powodzeniem konkurować z segmentem komercyjnym, nadawać audycje dalece wykraczające poza ofertę stacji komercyjnych, stale umacniając róż-

norodność programową, a zwłaszcza oferując programy misyjne wysokiej jakości – nie tylko z zakresu kultury masowej, ale także i popularnej.

Media publiczne są też stosunkowo stabilnymi i przewidywalnymi – od strony finansowej – pracodawcami, co pozwala im sięgać po kadry wysokiej jakości. Jedynym w tym zakresie istotniejszym mankamentem jest ich (wspomniane już uprzednio) nadmierne nadal uzależnienie od fluktuacji politycznych, co niesie swego rodzaju zagrożenie – zwłaszcza dla kadr kierowniczych tych mediów – w okresie zmian wyborczych.

Inna ważna kwestia to cyfryzacja, która staje się wielką nadzieją i szansą radia publicznego w naszym kraju. Dotyczy to w zasadniczej mierze możliwości poszerzenia zasięgu jego nadawania, zwłaszcza zaś tych pasm (Program II, Czwórka), które analogowo nie docierają dzisiaj nawet do połowy potencjalnego audytorium. Procesem digitalizacji w technologii DAB plus objęte zostały najpierw duże miasta, które są jednocześnie siedzibami regionalnych radiostacji publicznych – ostatnio Białystok, Koszalin, Lublin, Olsztyn, Rzeszów i Zielona Góra. Obecnie (listopad 2015 r.) już co drugi obywatel Polski może odbierać program radiowy w standardzie DAB plus i nawet dość odważnie zakłada się, że do 2020 r. taką szansę mieć będzie blisko 95% ludności naszego państwa.

Technologia przekazu cyfrowego niesie ze sobą wiele korzyści dla użytkowników; zaletą jest przede wszystkim możliwość odbierania programu radiowego w znacząco lepszej jakości, jak również poszerzenie oferty poprzez zwiększenie liczby oferowanych programów radiowych. Łatwiejsze jest też wyszukiwanie dostępnych stacji, a także istnieje możliwość zaprogramowania odsłuchu lub nagrania pożądanej audycji nawet tydzień przed jej emisją. Nadawanie w DAB plus pozwala również na przesyłanie, oprócz audycji audio, także tekstu, obrazu (ilustracji), pokazu slajdów czy przewodnika po programach⁷.

Oczywiście proces cyfryzacji radiofonii – w Polsce realizowany z niemałym oporem, zwłaszcza przy dość zasadniczym (jak dotychczas) sprzeciwie nadawców komercyjnych – generalnie niesie też w sobie swego rodzaju zagrożenie dla radia publicznego, albowiem stawia pod znakiem zapytania (i co czynią już zwolennicy skrajnie liberalnego modelu gospodarowania) kwestię potrzeby jego obecności w przestrzeni publicznej. Cyfryzacja likwiduje podstawową barierę dla procesu fragmentaryzacji mediów audiowizualnych, jaką w dobie nadawania analogowego stanowiła ograniczona liczba częstotliwości – w tym przypadku radiowych. Dzięki temu dobrze sformatowane stacje komercyjne mogą w istocie – rozpatrując rzecz całą od strony czysto teoretycznej – podjąć tematykę stanowiącą współcześnie domenę działalności mediów publicznych. Jest to jednak tylko teoria, albowiem realnie wydaje się stosunkowo mało prawdopodobne, aby zajęły się one tematyką, ogólnie rzecz biorąc, niezbyt wdzięczną z ich ekonomicznego punktu widzenia, tj. mało atrakcyjną dla reklamodawcy, a więc i niedającą spodziewanego zysku. A przecież,

⁷ Zob. Ł. Sowiński, *Radio analogowe i cyfrowe w sprzeczce audio-wideo*, „InfoMarket” 2015, z 1 sierpnia.

w większości przypadków, takimi właśnie niezbyt popularnymi z biznesowego punktu widzenia kwestiami (jak np. popularyzacja kultury wysokiej czy też ambitna publicystyka krajowa i międzynarodowa) zajmują się – w zasadzie z obowiązku – nadawcy publiczni.

Co oczywiste, nadal – niejako w zawieszeniu – pozostają kluczowe pytania o to, czy a) cyfryzacja (i jej efekty) zastąpi potrzebę funkcjonowania publicznego forum, otwartego dla wszystkich, niezależnie od ich statusu społecznego i materialnego (jakim powinno przecież być medium publiczne), a także b) czy swoista indywidualizacja konsumpcji treści audiowizualnych (lub tylko audialnych), na którą cyfryzacja przyzwala, jak również powodowana przez nią fragmentaryzacja widowni nie doprowadzą do tego, że obywatele zaczną tracić zainteresowanie usługami mediów publicznych, także jako konsekwencją odrzucenia polityki i wielu spraw z nią związanych. Wydaje się jednak, iż odpowiedzi na te pytania będą dla przyszłej obecności publicznych środków przekazu w przestrzeni społecznej jednoznacznie korzystne.

Utrzymywać przy życiu media te należy, albowiem publiczne środki przekazu (w tym także radiofonia) są jednymi z najważniejszych instytucji życia społeczno-politycznego dla zdecydowanej większości europejskich (i wielu pozaeuropejskich) państw demokratycznych. Opinię taką wyraziło m.in. Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy, które w 2004 r. przyjęło stosowny raport w tej sprawie (*Public Service Broadcasting*) oraz sformułowało zalecenie wzywające rządy państw Europy, aby „podjęły wyraźne zobowiązanie polityczne, że zapewnią istnienie silnych i zdrowych mediów publicznych, i przystosują je do wymogów epoki cyfrowej”.

Podsumowanie

Powtórzmy zatem raz jeszcze: radio publiczne w Europie (a więc także i Polskie Radio) generalnie stoi dzisiaj przed wieloma wyzwaniami. Nadawcy wywodzący się z tej grupy muszą stawić czoło licznym zagrożeniom, w postaci chociażby malejących (relatywnie) budżetów, postępującej systematycznie i pogłębiającej się fragmentaryzacji widowni, a także nasilających się (i kierowanych głównie z kręgów neoliberalnych) zarzutów o ich malejącej roli i znaczeniu w czasach isticie rewolucyjnych zmian technologicznych, zwłaszcza w obszarze dystrybucji obrazu i dźwięku. Efektem tych zasadniczych zmian jest także faktyczna utrata przez media ich powszechnego, a więc i masowego charakteru. Mediom publicznym z coraz większym wysiłkiem przychodzi realizowanie modelu wypracowanego w czasach ich niemalże monopolistycznego panowania i rozkwitu, czyli pełnienie roli uniwersalnych narodowych dostawców treści wszelakiego rodzaju, adresowanych w istocie do wszystkich potencjalnych odbiorców programu radiowego.

Dla zwolenników rzeczywistej demokracji uczestniczącej (partycypacyjnej), która przecież różni się – i to dość zasadniczo – od demokracji budowanej na czysto neoliberalnym podłożu, jako wręcz oczywiste jawi się przekonanie, że niezbędne

jest chronienie i rozwijanie instytucji nadawcy publicznego, a także całej branży mediów niekomercyjnych (o charakterze non-profit). Zadaniem szczególnie ważnym staje się nie tylko zapewnienie stabilnego finansowania oraz instytucjonalnej ochrony nadawcy publicznego, ale również takie uformowanie jego struktury, by świadczył usługi jako autentyczny, niezależny reprezentant demokracji, a nie przedstawiciel państwowej biurokracji (np. rządowej).

Należy pamiętać, iż sygnał radiowy dociera obecnie do swoich odbiorców za pośrednictwem coraz większej liczby platform jego dystrybucji: naziemnie, poprzez satelity, za pośrednictwem internetowej wielkiej światowej pajęczyny WWW, poprzez multipleksy cyfrowe oraz cyfrowe platformy telewizyjne. W szczególności zaś internet staje się (zwłaszcza dla młodszego wiekiem słuchacza, o którego względu trzeba nieustannie zabiegać) bardzo istotną i coraz chętniej eksploatowaną przestrzenią komunikacyjną, stąd też obecność radiofonii publicznej właśnie tam wydaje się dzisiaj absolutnie niezbędna. Dlatego też należy konsekwentnie dbać o technologiczny rozwój tego segmentu nadawczości, nie zaniedbując – co oczywiste – sprawy jego stabilnego finansowania oraz pogłębiania niezależności od świata polityki, który chętnie sięga po tego rodzaju narzędzia dla realizacji swoich, nie zawsze czystych, celów i zamierzeń.

Bibliografia

- Jakubowicz K., *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007.
- Jędrzejewski S., *Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe*, Warszawa 2003.
- Keane J., *Media a demokracja*, Londyn 1992.
- Mielczarek T., *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007.
- Ociepka B., *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowej*, Wrocław 2003.
- Sowiński Ł., *Radio analogowe i cyfrowe w sprzęcie audio-wideo*, „InfoMarket” 2015 z 1 sierpnia.

Streszczenie

Transformacja ustrojowa, pojawienie się mediów komercyjnych, Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. przyczyniły się do powstania dualnego, najpierw państwowo-prywatnego, a wkrótce publiczno-prywatnego modelu (systemu) mediów audiowizualnych w Polsce. Nowa ustawa zmieniła status organizacyjno-prawny radiowo-telewizyjnych mediów państwowych na publiczne. W efekcie wyodrębniono jedną spółkę telewizyjną (TVP SA), radiofonię natomiast podzielono na 18 spółek Skarbu Państwa (jedną ogólnopolską i 17 regionalnych). 30 czerwca 1993 r. zlikwidowano Komitet ds. Radia i Telewizji i powołano Radę Nadzorczą oraz pięcioosobowy Zarząd nowej spółki „Polskie Radio” SA, którą wpisano do rejestru handlowego 31 grudnia 1993 r.

Celem artykułu było pokazanie najnowszej historii radiofonii publicznej w Polsce, jej roli i znaczenia w demokracji uczestniczącej. Autor starał się ukazać ją na tle przemian społeczno-ustrojowo-ekonomicznych ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju nowych technologii, które w znaczący sposób wpłynęły na sposób przekazywania sygnału radiowego oraz miejsce radia w życiu współczesnego odbiorcy mediów.

THE PRESENT AND FUTURE OF PUBLIC RADIO IN POLAND: REMARKS AND REFLECTIONS ON THE 90TH ANNIVERSARY OF POLISH RADIO BROADCASTING

Summary

The transformation of the political system, appearance of commercial media, and the passing of the Broadcasting Act (December 29, 1992) contributed to the creation of a dual system of audio-visual media in Poland: initially, the national-private model and soon after the private-public one. The new act has changed the organizational and legal status of the media from national into public. As a result, one television enterprise was created (TVP SA) while radio broadcasting was divided into 18 state-owned companies (one nation-wide and 17 regional ones). At the same time, the Committee of Radio and Television was dissolved (June 30, 1993) and a new Board of Directors and Administration of the new enterprise "Polskie Radio" SA established (consisting of five people), which was entered into the commercial register on December 31, 1993.

The aim of this article is to show the current history of public radio broadcasting in Poland and its role and meaning in the course of democracy. The author attempts to present radio broadcasting against the background of social, political and economic changes in Poland, with particular emphasis on the development of new technologies which have significantly influenced the way of radio broadcasting and the place of radio in the life of the contemporary media recipient.