

Bartłomiej Secler

Konsekwencje przemian roku 1989 dla środków społecznego przekazu w Polsce – wybrane problemy

Wydarzenia 1989 r. miały poważne następstwa dla środków społecznego przekazu, zapoczątkowały bowiem proces tworzenia wolnych mediów w Polsce¹. Należy jednak pamiętać, że 1989 r. to data umowna, ponieważ dopiero ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz zmianie ustawy prawo prasowe², wprowadziła prawne podstawy wolnej prasy³. Jak pisze Tomasz Mielczarek, konsekwencją tych i innych rozwiązań była „eksplozja na rynku informacji”⁴. W szybkim tempie pojawiały się nowe tytuły prasowe, rozgłośnie radiowe oraz kanały telewizyjne. Dynamiczny rozwój środków przekazu w warunkach wolnorynkowej gospodarki oraz pluralizmu politycznego powodował proces koncentracji mediów⁵, a tym samym umacnianie się w Polsce zachodnich właścicieli środków społecznego przekazu.

¹ Wnikliwie na temat sytuacji środków przekazu przed 1989 r. pisze m.in. R. Habielski, *Polityczna historia mediów w Polsce w XX wieku*, Warszawa 2009.

² Ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu tej kontroli oraz zmianie ustawy prawo prasowe (Dz. U. 1990, Nr 29, poz. 73). Ustawa weszła w życie 6 czerwca 1990 r. Wcześniej Sejm uchwalił ustawę o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”, koncernu, którego statutowym celem było „wykonywanie zadań politycznych i społeczno-wychowawczych wynikających z programu Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej”. Ustawa z 22 marca 1990 r. o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” (Dz. U. 1990, Nr 21, poz. 125). Juliusz Braun uważa, że data uchwalenia ustawy stanowiła jedynie „zakończenie procesu zmian zapoczątkowanego wiele miesięcy wcześniej telewizyjną debatą Lecha Wałęsy i przewodniczącego OPZZ Alfreda Miodowicza. Trudno przecenić znaczenie tej godzinnej audycji telewizyjnej dla najnowszej historii Polski. [...] Decyzja, sprawiła, że przywódca «Solidarności», od chwili delegalizacji związku traktowany przez władze jako «osoba prywatna», mógł na żywo, bez żadnej ingerencji cenzury, przedstawić swoje stanowisko, była ogromnym zaskoczeniem. Jak się wydaje władze przeceniły siłę i skuteczność własnej propagandy. Ale i środowiska opozycyjne z niepokojem oczekiwały na to, co powie Wałęsa i jaki będzie społeczny odbiór dyskusji. 30 listopada 1988 r. miliony widzów zasiadły przed telewizorami. Efekt konfrontacji trybuna ludowego i komunistycznego aparaczyka był oczywisty dla wszystkich. «Solidarność» triumfalnie powracała nie tylko do życia publicznego, ale także do oficjalnych mediów”. Za: J. Braun, *Potęga czwartej władzy. Media, rynek, społeczeństwo*, Warszawa 2005, s. 125.

³ *Słownik wiedzy o mediach*, pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa 2007, s. 108.

⁴ T. Mielczarek, *Monopol – pluralizm – koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007, s. 7.

⁵ *Słownik terminologii medialnej* wyróżnia koncentrację mediów i koncentrację prasy. Koncentracja mediów jest procesem łączenia przedsiębiorstw medialnych, przejmowania mediów, które zagrożone są upadłością przez silniejsze przedsiębiorstwa. Koncentracja ta może mieć charakter horyzontalny (integracja pozioma), łączy wówczas media tego samego rodzaju, np. sieci radiowe, oraz charakter wertykalny (integracja pionowa), której celem jest połączenie mediów różnego rodzaju działających na tych samych lub różnych rynkach. Konsekwencją takiego zabiegu jest powstanie i rozwój przedsiębiorstw multimedialnych. W ostatnich

Wprowadzenie szerokiej palety aktów prawnych w latach 1989–1993 doprowadziło do rozparcelowania licznych monopolii istniejących w mediach. Jeszcze przed zlikwidowaniem cenzury, przystąpiono do demontażu koncernu Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”, który był w dyspozycji i przynosił znaczne dochody Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej⁶. Likwidacja odbyła się na mocy ustawy o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej⁷. Ustanowiono komisję likwidacyjną decydującą zarówno o majątku w postaci wydawnictw czy drukarni, jak i o losach gazet wydawanych przez RSW. Należy tu odnotować, że Sejm zgodził się na to, by niektóre tytuły przejęły spółdzielnie tworzone przez dotychczasowych pracowników. Dzięki temu możliwa była kontynuacja działalności wydawniczej⁸.

Chciałbym tu zwrócić uwagę na jeszcze jedną ważną datę. Tuż przed wyborami w czerwcu 1989 r., 8 maja ukazał się pierwszy numer „Gazety Wyborczej” opatrzonej słynnymi słowami: „Nie ma wolności, bez Solidarności”. Redaktorem naczelnym pisma został Adam Michnik, a wśród dziennikarzy przeważali ci, którzy związani byli z podziemnym „Tygodnikiem Mazowsze”. Tytuł gazety jednoznacznie określał cel, którym były zbliżające się wybory. Jakiś czas później redakcja zastanawiała się nad zmianą tytułu pisma. Spotkało się to jednak ze sprzeciwem wielu jego czytelników. Tytuł został i do dziś przypomina rodowód gazety⁹.

Zdaniem Janusza Adamowskiego, „transformację w segmencie mediów drukowanych można uznać za względnie udaną”¹⁰. Szybko zaczęły pojawiać się na rynku prasy nowe tytuły. Było to konsekwencją „uwolnienia” tego rynku i stworzenia liberalnego systemu rejestracyjnego, który przyszłego wydawcę zobowiązywał jedynie do zarejestrowania pisma w sądzie. Wiesław Sonczyk odnotowuje, że w 1989 r. istniało na rynku prasowym 3300 tytułów, dla porównania – w 2008 r. – było ich 7229¹¹.

latach – w ramach koncentracji mediów – można wyróżnić również koncentrację diagonalną, w myśl której zainteresowane przedsiębiorstwa inwestują na różnych, nie tylko medialnych, rynkach. Z kolei koncentracja prasy jest procesem łączenia przedsiębiorstw z sektora mediów drukowanych. Podobnie jak w przypadku koncentracji mediów występuje tu proces przejmowania małych konkurentów przez silnych wydawców. Celem zdobycie dominującej pozycji na rynku prasowym. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 101–102.

⁶ Statutowym celem RSW „Prasa-Książka-Ruch” była realizacja zadań politycznych i społeczno-wychowawczych, które wynikały z programu PZPR. Koncern rozwijał się przede wszystkim dzięki zawłaszczeniu majątku państwowego, jak również korzystaniu z wielu ulg i przywilejów. W jego posiadaniu były wydawnictwa, drukarnie, a nawet fabryka mebli.

⁷ Ustawa z 22 marca 1990 r. o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” (Dz. U. 1990, Nr 21, poz. 125). Ustawa ta została uchylona przez Sejm dopiero w 2002 r. ustawą z 11 października 2002 r. o uchyleniu ustawy o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” (Dz. U. 2002, Nr 188, poz. 1573).

⁸ J. Braun, op. cit., s. 129.

⁹ Ibidem, s. 126–127.

¹⁰ J. W. Adamowski, *Przeobrażenia rynku medialnego w Polsce przełomu tysiąclecia. Refleksje uważnego obserwatora*, w: *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, t. I, Lublin 2009, s. 14.

¹¹ W. Sonczyk, *Prasa w Polsce po dwudziestu latach transformacji (wybór problematyki)*, w: *Między historią, politologią a medioznawstwem*, red. T. Wallas, Poznań 2010, s. 163. Ponadto badacz podkreśla, „że o ile liczba dzienników zmniejszyła się (z 59 w 1989 r. do 48 w 2008 r.), o tyle w grupie typologicznej czasopism nastąpił dynamiczny wzrost tytułów (z 3072 w 1989 r. do 7181 w 2008 r.) i z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że tendencja wzrostowa będzie trwać nadal”.

W krótkim czasie okazało się, że w nowych warunkach społecznych, politycznych i gospodarczych nie jest łatwo utrzymać tytuł na rynku. Problem nie dotyczył wyłącznie prasy lokalnej, ale także dzienników o zasięgu ogólnopolskim. Pojawiło się szereg nieudanych przedsięwzięć – „Glob 24”, „Obserwator codzienny” czy „Nowy Świat”, to tylko niektóre z tytułów ogólnopolskich, które nie przetrwały próby czasu¹². Z poważnymi problemami finansowymi borykało się „Życie Warszawy”, a później także „Życie” Tomasza Wołka, którego pierwszy numer ukazał się 16 września 1996 r. Cztery lata później zła kondycja finansowa pisma wymusiła poszukiwania nowego wydawcy. W 2001 r. została nim spółka 4 Media. Zmieniono także redaktora naczelnego i szatę graficzną „Życia”. Nie przyniosło to jednak zamierzonych skutków i w 2002 r. wydawanie pisma zawieszono. Próby reaktywacji dziennika podjął dwa lata później T. Wołek, jednak w 2005 r. „Życie” zniknęło z rynku¹³.

Niekwestionowany sukces odniósł jednak w latach dziewięćdziesiątych – obok wspomnianej wyżej „Gazety Wyborczej” – „Super Express”, który wykorzystał szansę i wypełnił lukę powstałą po zamknięciu 1 lipca 1999 r. „Expressie Wieczornym”. W 2003 r. niemiecki koncern Axel Springer¹⁴ wprowadził jednak na rynek prasy bulwarowej dziennik „Fakt” odbierając „Super Expressowi” znaczną część czytelników. Drugim poważnym przedsięwzięciem koncernu było stworzenie w kwietniu 2006 r. „Dziennika. Polska, Europa, Świat” wzorowanym – zdaniem medioznawców – na niemieckim „Welt Kompakt”. Pismo na kilka lat stało się najpoważniejszym konkurentem „Gazety Wyborczej”¹⁵. Według I. Hofmana rywalizacja gazet stanowiła „odzwierciedlenie najważniejszych aktualnych problemów rynku prasowego w Polsce”¹⁶. Z kolei T. Mielczarek podkreśla, że pojawienie się pisma „poszerzyło nieco grupę osób sięgających po gazety. Stwierdzono zjawisko współczytelnictwa «Dziennika» i «Gazety Wyborczej», a jednocześnie spadek sprzedaży gazet lokalnych”¹⁷.

Warto zwrócić również uwagę na inne koncerny, które pojawiły się na polskim rynku prasy po jego demonopolizacji. W 1990 r. zaistniał francuski Socpresse, należący do Roberta Hersanta. Koncern w krótkim czasie przejął kontrolę nad wieloma tytułami w całej Polsce (przede wszystkim dzienniki regionalne). Jedną z najpoważniejszych inwestycji był zakup 49% udziałów w ogólnopolskim dzienniku „Rzeczpospolita”. Reszta znajdowała się w rękach Państwowego Przedsiębiorstwa Wydawniczego Rzeczpospolita (dalej cyt. PPW) i zespołu dziennikarskiego wchodzącego – wspólnie z Socpress – w spółkę Press Publica zarejestrowaną 1 lutego 1991 r.¹⁸ Niespodziewanie, w 1994 r. Socpresse sprzedał swoje udziały w gazetach regionalnych niemieckiej grupie Passauer Neue Presse.

¹² Szerzej: T. Mielczarek, op. cit., s. 80–89.

¹³ Ibidem, s. 106–117.

¹⁴ Na temat koncernu zob. m.in.: J. Załubski, *Axel Springer AG – europejski potentat prasowy*, „Forum Naukowe WSZiB w Poznaniu” 2006, nr 5, s. 153–168.

¹⁵ „Dwa potężne koncerny medialne Agora [wydawca „Gazety Wyborczej” – przyp. B. S.] i Axel Springer zwały się w starciu na dzienniki. Pojedynek «Gazeta Wyborcza» kontra «Dziennik» jest czymś więcej niż zwykłą grą rynkową. «Gazeta Wyborcza» nigdy nie ukrywała poczucia misji. «Dziennik» deklaruje, że chce przełamać jej monopol na nadawanie tonu opinii publicznej” – pisała prasa w 2006 r. Zob. A. Rybak, *Wojna gazet, wojna światów*, „Polityka” 2006, nr 23.

¹⁶ I. Hofman, *Polityka, media, społeczeństwo. Studia i szkice*, Toruń 2007, s. 161.

¹⁷ T. Mielczarek, op. cit., s. 101.

¹⁸ Ibidem, s. 102.

Spółka R. Hersanta zatrzymała jednak udziały w „Rzeczpospolitej”, a w 1995 r. przeciwna (podobnie jak dziennikarze „Rzeczpospolitej”) rządowym pomysłem przekształcenia PPW w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa, dokupiła 2% udziałów, którymi dysponował zespół dziennikarski. Ostatecznie, w maju 1996 r. norweska Orkla Media odkupiła 51% francuskich udziałów Press Publiki¹⁹.

Koncern Orkla, działający głównie w zakresie dóbr konsumpcyjnych, chemikaliów, usług finansowych, a do lata 2006 r. także na rynku medialnym, był znany w Polsce wcześniej. W 1990 r. jedna z jej spółek córek – wspomniana już Orkla Media, zawarła umowę z dolnośląskim zarządem regionu NSZZ „Solidarność”, czego następstwem było pojawienie się na rynku prasy „Dziennika Dolnośląskiego”. Tytuł jednak wkrótce upadł. Niepowodzenie to nie zraziło jednak norweskiego wydawcy, który po zmianie strategii zaczął inwestować w udziały różnych gazet regionalnych. W 1997 r. Orkla przeniosła swoją polską siedzibę z Wrocławia do Warszawy oraz sprzedała niektóre z zakupionych wcześniej tytułów, między innymi pismo dla kobiet „Przyjaciółka” czy popularny krakowski tygodnik „Przekrój”. Latem 2006 r. Orkla Media, a wraz z nią Press Publika, zostały odkupione od norweskiego koncernu przez Mecon Group. Pod koniec 2006 r. polska Orkla zmieniła nazwę na Media Regionalne.

W latach dziewięćdziesiątych problemy z utrzymaniem się na rynku prasy miały nie tylko tytuły lokalne i ogólnopolskie, ale także tygodniki opinii. Dość wspomnieć między innymi konserwatywne „Spotkania” czy lewicowe „Fakty”. W kolejnej dekadzie nie udało się utrzymać na przykład tygodnika „Ozon”, który pojawił się na rynku w 2005 r., a zniknął nieco ponad rok później. Niewątpliwy sukces odniósł natomiast „Newsweek Polska”, który do dnia dzisiejszego – obok „Polityki”, „Wprost”, katolickiego „Gościa Niedzielnego” – znajduje się w czołówce polskich tygodników opinii. Na uwagę zasługuje także tygodnik „Przekrój”, który w ostatnich latach przeszedł kilka poważnych metamorfoz – od zmiany wydawcy, redaktorów naczelnych, po nowe szaty graficzne.

Biorąc pod uwagę czasopisma warto zwrócić uwagę, że po zniesieniu barier administracyjnych na początku lat dziewięćdziesiątych, zaczęły pojawiać się kolorowe magazyny – adresowane przede wszystkim do kobiet. Wcześniej prym wiodły „Przyjaciółka” oraz „Kobieta i Życie”. W 1989 r. pojawił się pierwszy numer „Twojego Stylu”. Następnie w ręce czytelników trafił „Poradnik Domowy” stworzony przez nowopowstałe wydawnictwo Prószyński i Spółka, które zresztą w niedługim czasie wycofało się z rynku prasy. Jednym z powodów była rosnąca konkurencja, która znacznie obniżała wyniki sprzedaży tytułów, należących do wydawnictwa. Na rodzimym rynku prasy pojawili się zachodni wydawcy, głównie z Niemiec, którzy w latach dziewięćdziesiątych wprowadzili dziesiątki nowych tytułów. I tak na przykład w 1991 r. swoją działalność w Polsce rozpoczęło wydawnictwo Bauer, które było wydawcą popularnych wśród kobiet: „Tiny”, „Naj”, „Życie na gorąco” oraz pism młodzieżowych: „Bravo”, „Bravo Sport”, „Bravo Girl!”. W 1993 r. niemiecki Gruner+Jahr wypuścił na polski rynek prasy miesięcznik „Claudia”, zaliczany do ambitniejszej grupy czasopism dla kobiet. Pismo stało się jednym z najchętniej czytanych miesięczników w Polsce, a średnia jego sprzedaż w 2006 r.

¹⁹ Ibidem.

wynosiła ponad 600 tys. egzemplarzy. Wspomniany „Twój Styl” zajmował wówczas w tej grupie drugie miejsce²⁰.

Zmiany dotknęły również – jak już wspomniałem – rynek prasy lokalnej. Efektem zniesienia systemu koncesjonowania był szybki rozwój różnego rodzaju inicjatyw o charakterze lokalnym. Ryszard Kowalczyk odnotowuje, że w latach 1990–1991 utworzono 80 tytułów regionalnych i 615 pism lokalnych. „Rozwój ilościowy prasy ogólnopolskiej, regionalnej i lokalnej stanowił przykład pozytywnych przeobrażeń zachodzących na polskim rynku prasowo-wydawniczym. Jednak występowały na nim również negatywne zmiany jakościowe, które prowadziły do zmniejszania się jego różnorodności, bowiem gwałtownie zmniejszyły się liczba i nakłady pism kulturalnych oraz prasy partyjnej. [...] Wzrastała koncentracja własności oraz konkurencja. Wiele nowych gazet i czasopism regionalnych nie potrafiło sprostać konkurencji i wkrótce po starcie lub po kilku latach ukazywania się i zmniejszającego się systematycznie popytu upadało, na przykład: «Czas Krakowski», «Dziennik Dolnośląski», «Dziennik Poznański», «Dziennik Szczeciński», «Dziennik Śląski», «Echo Krakowa», «Gazeta Opolska», «Goniec Pomorski», «Kurier Podlaski». Mimo znacznej labilności tego segmentu prasy, nominalnie powiększyła się liczba tytułów prasy codziennej z około 51 w 1989 roku do ponad 90 w 1995 roku. Zmniejszył się jednak jej nakład: z ponad 9 mln w 1989 roku do około 5 mln w 1995 roku²¹ – pisze badacz.

Na osobną uwagę zasługują przeobrażenia na rynku prasy katolickiej²², a także problem funkcjonowania prasy parafialnej. Warto wspomnieć, że jej wydawcami są nie tylko parafie Kościoła katolickiego (choć te zdecydowanie przodują), ale także parafie kościołów: ewangelicko-augsburskiego i prawosławnego, zakony oraz organizacje i stowarzyszenia katolickie. Największą grupę tytułów prasy parafialnej stanowią miesięczniki i tygodniki, najmniejszą – kwartalniki i dwutygodniki²³.

Po 1989 r. sytuacja na polskim rynku mediów elektronicznych była bardziej skomplikowana niż przemiany na rynku prasowym. Radiofonia i telewizja wymagała nowych uregulowań, przede wszystkim o charakterze prawnym. Badacze podzielają pogląd, że narodziny wolnego rynku elektronicznych środków przekazu było wielkim sukcesem polskiej transformacji²⁴.

Bardzo ważną okazała się kwestia ograniczonych częstotliwości radiowo-telewizyjnych, które posiadało państwo. W dobie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej to właśnie państwo posiadało monopol na nadawanie programów radiowych i telewizyjnych²⁵. Ten stan rzeczy – w 1990 r. – znosiła ustawa o łączności²⁶, dająca *de facto* „warunki prawne

²⁰ J. Braun, op. cit., s. 133–134.

²¹ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce. Podręcznik akademicki*, Poznań 2009, s. 96. Zob. także inne publikacje badacza na temat mediów lokalnych.

²² W tym kontekście odsyłam do tekstu: B. Secler, *Dwie dekady katolickich środków społecznego przekazu w Polsce (1989–2009)*, w: *Media dawne i współczesne*, red. B. Kosmanowa, t. V, Poznań 2010, s. 71–86.

²³ Szerzej: M. Gierula, *Prasa parafialna jako typ prasy lokalnej*, w: *Media wyznaniowe w Polsce 1984–2004*, pod red. E. Kossewska, J. Adamowski, Warszawa 2004, s. 133–141.

²⁴ J. Adamowski, op. cit., w: *Współczesne media...*, op. cit., t. I, s. 14.

²⁵ Zob. Ustawa z 2 grudnia 1960 r. o Komitecie do Spraw Radiofonii i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja” (Dz.U. 1960, Nr 54, poz. 307).

²⁶ Ustawa z 23 listopada 1990 r. o łączności (Dz.U. 1990, Nr 7, poz. 504 z późn. zm.).

dla pluralizmu w mediach audiowizualnych"²⁷. 29 grudnia 1992 r. Sejm uchwalił ustawę o radiofonii i telewizji²⁸.

Jak zauważa Wiesław Sonczyk, po raz pierwszy w historii polskich mediów mieliśmy akt prawny porządkujący „problematykę funkcjonowania dwóch mediów elektronicznych, odgrywających trudną do przecenienia rolę we współczesnym społeczeństwie”²⁹. Przygotowanie ostatecznej wersji ustawy trwało jednak długo. Nie obyło się bowiem bez sporów o kształt rynku mediów elektronicznych. Prace nad ustawą rozpoczęto już w 1989 r. Wtedy też dwie niezależne od siebie grupy ekspertów przygotowywały własne projekty ustaw, które następnie przyjął rząd Tadeusza Mazowieckiego. Jeden projekt był ustawą o radiofonii i telewizji, drugi zaś dotyczył instytucji publicznych radiofonii i telewizji. Propozycje te trafiły pod obrady Sejmu w listopadzie 1990 r. Warto także odnotować, że rządowe koncepty nie były jedynymi, które rozpatrywał Sejm. Pojawiły się bowiem jeszcze trzy inne, w tym zamysł ustawy o telewizji, który złożyli dyrektorzy regionalnych ośrodków telewizyjnych. W projektach tych znalazły się propozycje dotyczące między innymi: zniesienia monopolu państwa, umożliwienia nadawcom prywatnym legalnego nadawania audycji, przekształcenia Radiokomiteu w publiczną radiofonię i telewizję czy utworzenia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Rząd postulował utworzenie dwóch osobnych komórek organizacyjnych, mianowicie Polskiego Radia i Telewizji Polskiej. Projekt wspomnianych wyżej dyrektorów zakładał utworzenie fundacji krajowej i regionalnych, które przejęłyby majątek Telewizji Polskiej, a następnie tworzyłyby i nadawały program³⁰.

Projekty trafiły do sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu. W styczniu 1991 r. premierem został Jan Krzysztof Bielecki. Wycofał wcześniejsze koncepty rządowe i poparł projekt dyrektorów ośrodków regionalnych, który trafił do dalszych prac w podkomisji. Po kilku miesiącach powstał dokument regulujący rynek mediów elektronicznych, działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, kwestie związane z przyznawaniem koncesji i unormowanie dotyczące publicznej radiofonii i telewizji³¹.

We wrześniu 1991 r. Sejm uchwalił projekt ustawy, który następnie trafił do Senatu. Izba wyższa zaproponowała szereg poprawek. Jedną z nich był zapis o obowiązku respektowania w programach mediów publicznych tzw. wartości chrześcijańskich. Należy odnotować, że dalszy spór wokół ustawy dotyczył głównie tej kontrowersyjnej kwestii. Do odrzucenia poprawki potrzeba było wówczas w Sejmie większości 2/3 głosów. Takiej większości jednak nie było – choć większość posłów głosowała przeciw – i poprawka nie

²⁷ I. Dobosz, *Prawne aspekty transformacji w mediach*, w: I. Dobosz, B. Zając, *Polskie media w jednoczącej się Europie. Szanse i wyzwania*, Kraków 2006.

²⁸ Ustawa była kilkakrotnie nowelizowana. W 2001 r. rozpoczęto kolejne prace nad zmianami w dokumencie. Chodziło m.in. o wprowadzenie zapisów antykoncentracyjnych, uniemożliwiałyby właścicielom gazet lub czasopism posiadanie koncesji na nadawanie stacji radiowej lub telewizyjnej w skali całego kraju. 27 grudnia 2002 r. na łamach „Gazety Wyborczej” pojawił się tekst odkrywający skandal korupcyjny w pracach nad nowelizacją ustawy. Głównym bohaterem afery był znany producent filmowy Lew Rywin, który – jak donosiła gazeta – zaproponował Adamowi Michnikowi, że w zamian za łapówkę załatwi korzystne dla concernu Agora rozwiązania w nowelizowanej ustawie. Zob. P. Smoleński, *Ustawa za łapówkę, czyli przychodzi Rywin do Michnika*, „Gazeta Wyborcza” z 27 grudnia 2002.

²⁹ W. Sonczyk, *Media w Polsce. Zarys problematyki*, Warszawa 1999, s. 39.

³⁰ J. Braun, op. cit., s. 139–140.

³¹ W myśl projektu Polskie Radio i Telewizja Polska miały być własnością Skarbu Państwa.

została odrzucona. Zgodnie z regulaminem Marszałek Sejmu zapytał, kto jest za przyjęciem poprawki. Wynik tego głosowania był z kolei korzystny dla przeciwników poprawki. Doszło zatem do paradoksalnej sytuacji, iż poprawka ani nie została odrzucona, ani przyjęta. Niemniej jednak, w konsekwencji determinacji grupy posłów niezadowolonych z takiego stanu rzeczy, Sejm jeszcze tego samego dnia uchwalił ustawę, która tworzyła Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i pozwalała przyznawać koncesje nadawcom prywatnym. Ustawy nie przyjął Senat, dopatrując się w niej wielu błędów. Natomiast Sejm zmieniając zasady głosowania, co do odrzucania uchwał Senatu, w konsekwencji decyzję izby wyższej odrzucił. Ustawa nie weszła w życie, gdyż zawetował ją prezydent Lech Wałęsa. Brak ustawy doprowadził do bałaganu na rynku mediów elektronicznych i pojawienia się dużej liczby pirackich stacji radiowych³².

Pracę nad nową ustawą rozpoczęto po wyborach do Sejmu i Senatu w październiku 1991 r. Projekt w imieniu klubu poselskiego NSZZ „Solidarność” złożył poseł Marek Markiewicz. W zamyśle ustawy nie znalazł się zapis o wartościach chrześcijańskich. Z kolei pomysły dotyczące kształtu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji oraz funkcjonowania mediów publicznych, nie różniły się znacząco od poprzednich proponowanych rozwiązań. Pojawiły się także inne projekty, niemniej jednak wielu posłom zależało na stworzeniu jednolitego tekstu ustawy, mimo że zgłoszone projekty zawierały niekiedy sprzeczne ze sobą zapisy. Po kilkunastomiesięcznych pracach nad ustawą, została ona przyjęta w grudniu 1992 r. Do ustawy wprowadzono ostatecznie zapis o respektowaniu przez media wartości chrześcijańskich³³.

W art. 5 ustawa o radiofonii i telewizji określa Krajową Radę Radiofonii i Telewizji „jako organ państwowy właściwy w sprawach radiofonii i telewizji”. Z kolei art. 6 ustawy stanowi, że „Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności nadawców i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji”. Organ³⁴ rozpoczął działalność 28 kwietnia 1993 r. Do grudnia 2005 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji składała się z dziewięciu członków, którzy reprezentowali różne środowiska społeczne i polityczne. Cztery osoby były powoływane do organu przez Sejm, dwie przez Senat, a trzy przez Prezydenta. Po nowelizacji ustawy w 1995 r., przewodniczący rady wybierany był z grona jej członków bezwzględną większością głosów³⁵.

30 grudnia 2005 r., na mocy ustawy o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności, radiofonii i telewizji³⁶, wygasła kadencja dotychczasowych członków Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Obecnie w jej skład wchodzi pięciu członków. Dwóch z nich wyznacza Sejm, jednego Senat, dwóch Prezydent „spośród osób wyróżniających się wiedzą i doświadc-

³² Por. J. Braun, op. cit., s. 141–142.

³³ Por. ibidem, s. 142–143.

³⁴ Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jest organem konstytucyjnym. Została wpisana do Małej Konstytucji z 1992 r. W Konstytucji RP z 1997 r. o Radzie stanowią art. 213–215. Ustawa zasadnicza wskazuje, że Rada „stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji” (art. 213 ust. 1).

³⁵ Szerzej: W. Sonczyk, *Media w...*, op. cit., s. 108–115.

³⁶ Ustawa z 29 grudnia 2005 r. o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności, radiofonii i telewizji (Dz. U. 2005, Nr 267, poz. 2258).

zeniem w zakresie środków społecznego przekazu³⁷. Przewodniczącego wskazuje Prezydent.

Do głównych zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji należy między innymi: wytyczanie kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji (w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów), określanie warunków, na jakich nadawcy mogą prowadzić działalność, kontrolowanie tej działalności, badanie treści programów radiowych i telewizyjnych, przyznawanie koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów³⁸.

W okresie kiedy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji po raz pierwszy ogłosiła nabór wniosków koncesyjnych na nadawanie programu (lata 1993–1994), potencjalni komercyjni nadawcy złożyli ich aż 374³⁹. Jak podaje W. Sonczyk: Rada przyznała trzy koncesje na sieci radiowe o zasięgu ogólnopolskim, 132 koncesje dla lokalnych rozgłośni radiowych oraz jedną koncesję na sieć radiową o zasięgu ponadregionalnym (Rozgłównia Harcerska, późniejsza Radiostacja zlikwidowana w 2008 r.)⁴⁰.

Biorąc pod uwagę ogólnopolskie koncesje radiowe, Rada wytypowała: RMF FM, Radio ZET i budzące najwięcej kontrowersji Radio Maryja, własność Zakonu Ojców Redemptorystów. Warto dodać, że wymienione rozgłosnie funkcjonowały na rynku mediów od 1990 r., kiedy to Przewodniczący Komitetu ds. Radia i Telewizji oraz minister łączności wydali zgodę na nadawanie programu. Warszawskie Radio ZET stworzył dziennikarz Andrzej Woyciechowski. Przez pewien okres udziały w rozgłosni posiadała także „Gazeta Wyborcza”. Z kolei RMF FM (Radio Muzyka Fakty) nadawało z Krakowa i było własnością Fundacji Komunikacji Społecznej. Grupę, na czele której stał Stanisław Tyczyński, powołali krakowscy politycy i działacze opozycji demokratycznej. Zaś toruńskie Radio Maryja od początku lat dziewięćdziesiątych systematycznie pozyskiwało słuchaczy dzięki charyzmatycznemu dyrektorowi tej rozgłosni o. Tadeuszowi Rydzykowi. Radio do dziś nie ma charakteru komercyjnego, nie nadaje reklam i utrzymuje się z dobrowolnych datków słuchaczy. Co ciekawe, Radio Maryja nie ubiegało się z początku o koncesję ogólnopolską, ale o 101 lokalnych stacji. Rada uznała jednak, że rozgłosnia nadając jednolity program jest projektem ogólnopolskim, a tym samym może ubiegać się o pozwolenie na nadawanie programu w skali całego kraju⁴¹.

Jeżeli chodzi o ogólnopolską koncesję telewizyjną, otrzymał ją jeden nadawca, mianowicie Polska Telewizja Satelitarna Polsat. Telewizja Wisła otrzymała pozwolenie na działalność ponadregionalną, zaś jedenastu nadawców mogło nadawać program o zasięgu lokalnym.

³⁷ Art. 7 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

³⁸ Por. art. 6 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji. Na temat funkcjonowania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji zob. też: J. Sobczak, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – dylematy i wyzwania*, w: *Media w życiu publicznym – wybrane aspekty*, red. A. Balczyńska-Kosman, Poznań 2010, s. 7–32.

³⁹ Liczbę odnotowuje J. Braun, wskazując przy tym, że o prawo do rozpowszechniania lokalnych programów radiowych ubiegało się 235 wnioskodawców, lokalnych programów telewizyjnych – 79 wniosków, ogólnopolskich i regionalnych programów radiowych – 34, ogólnopolskich i regionalnych programów telewizyjnych – 26. J. Braun, op. cit., s. 150.

⁴⁰ S. Sonczyk, *Media w...*, op. cit., s. 114.

⁴¹ Szerzej: J. Braun, op. cit., s. 155–157. Ponadto zob. T. Mielczarek, op. cit., s. 242–256. Natomiast w kontekście rozgłosni lokalnych zob. R. Kowalczyk, *Radio lokalne w Polsce*, Poznań 2007.

Telewizja Polsat, której twórcą był Zygmunt Solorz-Żak, nadawała program – droga satelitarną – od grudnia 1992 r. Koncesję na emisję naziemną otrzymała od Rady w październiku 1993 r. Większość ówczesnych wnioskodawców zamierzała przy tworzeniu telewizji wykorzystywać kapitał zagraniczny. Ustawa o radiofonii i telewizji nie mówiła jednak wprost, że nie wolno przyznawać koncesji podmiotom, w których kapitał zagraniczny stanowił więcej niż 33%. Solorz deklarował, że środki finansowe na prowadzenie Polsatu są jego własnym kapitałem. Decyzja Rady przyznająca jednomyślnie koncesję Polsatowi, spowodowała atak na Z. Solorza. Szybko pojawiły się zarzuty o jego powiązaniu z tajnymi służbami Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej czy oskarżenia o oszustwa finansowe⁴².

W rezultacie kolejnego procesu koncesyjnego, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji utworzyła dwie sieci ponadregionalne, dzieląc tym samym Polskę na północną i środkowo-wschodnią. Północną część sieci otrzymał TVN Mariusza Waltera, a część środkowo-wschodnią Polskie Media – Nasza Telewizja, jednak bez kanałów w Łodzi i Warszawie, które otrzymał wspomniany TVN. Kanał we Wrocławiu otrzymała Telewizja Wisła, natomiast w Krakowie i Łodzi nadajniki małej mocy przypadły Telewizji Niepokalanów. Podział ten był już kilka lat później zupełną fikcją. TVN, który nie musiał już tworzyć osobnych programów w Łodzi i Warszawie, przejął Telewizję Wisła. Z kolei Nasza Telewizja popadła w problemy finansowe, związała się z Polsatem i w 2000 r. zmieniła nazwę programu na TV4⁴³.

W kłopoty popadła także Telewizja Niepokalanów. Podstawowym celem tego katolickiego medium była ewangelizacja. W czternastogodzinnej ramówce znalazły się programy religijne, publicystyczne, filmy, audycja motoryzacyjna czy program informacyjny „Tydzień w Kościele – Przegląd Wydarzeń”. Telewizja Niepokalanów otrzymywała wsparcie Episkopatu Polski oraz pomoc techniczną Episkopatu Stanów Zjednoczonych. Retransmitowała programy katolickiej Eternal World Television Network, podpisała umowy z włoskimi: Tele Pace oraz Ecclesia. W 2001 r. Telewizję Niepokalanów zastąpiła Telewizja Puls – był to efekt dość skomplikowanych przeobrażeń własnościowych⁴⁴. Nowa telewizja – która zresztą szybko utraciła płynność finansową – miała być z założenia stacją promującą wartości chrześcijańskie i prorodzinne. Oferta programowa telewizji nie zyskała oczekiwanego zainteresowania ze strony odbiorców. Oglądalność Telewizji Puls nie przekraczała nawet pół procent. W 2003 r. współwłaścicielem stacji został Zygmunt Solorz. W latach 2003–2006 telewizja – jak pisze T. Mielczarek – „była stacją katolicką zobowiązaną, by 60 procent jej programu stanowiły audycje nawiązujące do problematyki religijnej. [...] Fakt, że TV Puls zainteresował się globalny koncern [News Corporation Ruperta Murdocha – przyp. B. S.], otwierał przed stacją nowe możliwości – choć miała zachować katolicki charakter, już w listopadzie 2006 roku wystąpiono z wnioskiem o zmianę koncesji. Puls miał stać się telewizją uniwersalną, w której treści religijne ograniczono by do 16 procent czasu emisji. Planowano też wzrost zatrudnienia do 300 etatów”⁴⁵. Obecnie News Corporation nie posiada udziałów Telewizji Puls.

⁴² Por. J. Braun, op. cit., s. 152.

⁴³ Por. ibidem, s. 161.

⁴⁴ Szerzej: T. Mielczarek, op. cit., s. 348–349.

⁴⁵ Ibidem, s. 351.

Warto również odnotować, iż w sierpniu 2001 r. uruchomiono Telewizję Niepokalanów II. Twórcy telewizji chcieli kontynuować dzieło poprzedniczki. Pomimo udanego startu telewizja upadła z powodu problemów finansowych.

12 czerwca 2003 r. wystartowała – nadająca program do dnia dzisiejszego – Telewizja Trwam, której dyrektorem jest o. Tadeusz Rydyk, natomiast właścicielem związana z duchownym Fundacja Lux Veritatis. Telewizja nadaje drogą satelitarną. TV Trwam posiada bogaty program, w którym znajdują się serwisy informacyjne, audycje dla dzieci i młodzieży, audycje publicystyczne czy sztandarowe „Rozmowy Niedokończone” nadawane równocześnie w Radiu Maryja. Telewizja transmituje msze święte, nabożeństwa, śródowe audycje papieskie. Codzienne o godzinie 21 prowadzi bezpośrednią transmisję Apelu Jasnogórskiego z częstochowskiego klasztoru na Jasnej Górze. Religijno-społeczny charakter telewizji zbieżny jest z linią programową Radia Maryja i „Naszego Dziennika”. Telewizja Trwam jest – podobnie jak wymienione radio i gazeta – medium kontrowersyjnym, głównie za sprawą prezentowanych na antenie opinii mających charakter polityczny.

W październiku 2007 r. rozpoczął nadawanie religijny kanał tematyczny Religia TV, którego właścicielem jest Grupa ITI. Dyrektorem stacji jest ks. Kazimierz Sowa. Codzienny program dociera do prawie 5 mln odbiorców, co niewątpliwie – zważywszy na krótki okres funkcjonowania stacji – jest jej sukcesem. Kanał nadaje poprzez platformy cyfrowe: n, Cyfrę+, Telewizję na kartę, dostępny jest w największych sieciach kablowych i ponad 130 mniejszych sieciach lokalnych. Programy telewizji poruszają zagadnienia związane z wiarą i religią prezentowaną jako zjawisko uniwersalne zarówno w wymiarze społecznym, jak i kulturowym. Wśród bogatej oferty programowej znajdują się m.in. filmy dokumentalne, audycje poradnikowe, talk-show, filmy o charakterze religijnym. Niewątpliwym sukcesem była nominacja Religii TV do europejskiej nagrody Hot Bird TV Award w kategorii „edukacja i kultura”. Kanał współpracuje z tytułami prasy katolickiej: „Tygodnikiem Powszechnym”, „Gościem Niedzielnym” i „Przeglądem Katolickim”.

Problemy koncesyjne – ze zrozumiałych względów – omijały media publiczne w Polsce. Po 1989 r. powstały one w miejsce dawnego Radiokomitetu. Zgodnie z art. 26 ustawy o radiofonii i telewizji, publiczna radiofonia i telewizja działa w formie jednoosobowej spółki akcyjnej Skarbu Państwa. Telewizję publiczną tworzy Telewizja Polska S.A., która rozpowszechnia ogólnopolskie programy: TVP 1, TVP 2, TV Polonia oraz programy regionalne. Z kolei radiofonię publiczną tworzy Polskie Radio S.A., które nadaje cztery programy ogólnokrajowe: Program I, Program II, Program III, Radio Bis, a także program dla zagranicy.

Zadaniem wyżej wymienionych mediów jest przede wszystkim realizowanie tzw. misji publicznej⁴⁶. Ustawodawca zobowiązał publiczną radiofonię i telewizję do dostarczenia

⁴⁶ Do zadań publicznej radiofonii i telewizji, wynikającej z realizacji misji, należy w szczególności (art. 21, ust. 1a, 2): 1) tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych, programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnej; 2) tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję; 3) budowa i eksploatacja nadawczych i przekaznikowych stacji radiowych i telewizyjnych; 4) rozpowszechnianie przekazów tekstowych; 5) prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych

społeczeństwu różnorodnych programów i treści – od informacji, przez publicystykę, rozrywkę, edukację, kulturę, po sport. Programy te powinny być pluralistyczne, bezstronne, innowacyjne, a także cechować się wysoką jakością przekazu⁴⁷. W odróżnieniu od telewizji publicznych w innych krajach, Telewizja Polska utrzymuje silną i ugruntowaną pozycję na rynku mediów. Jest to przede wszystkim efekt jej konkurencyjności i walki o reklamodawców. Niemniej jednak od lat dziewięćdziesiątych trwa żywa dyskusja na temat upolitycznienia mediów publicznych. Podejmowane wielokrotnie próby naprawy tej sytuacji nie przynosiły i zapewne jeszcze długo nie przyniosą oczekiwanych zmian. Efektem sporów politycznych i prób zawłaszczania mediów przez polityków jest częsta krytyka niektórych audycji radiowych i telewizyjnych – przede wszystkim tych, o charakterze informacyjnym i publicystycznym⁴⁸.

Konkludując chciałbym podkreślić, że powyższe uwagi nie wyczerpują tematu, który niewątpliwie zasługuje na dalsze pogłębione analizy. Patrząc jednak z dzisiejszej perspektywy na polski rynek mediów w minionych dwóch dekadach widać wyraźnie, że środki społecznego przekazu przeszły długi i żmudny proces przemian. Ciągłe otwartym pozostaje pytanie o ich przyszłość i kierunki rozwoju.

Consequences of transformations of 1989 for the means of the media in Poland – select issues

Summary

The transformation initiated the sequence of changes in the system of the media in Poland. The formation process of free media started. Dynamic market development of the press, radio and television calls for attention. Changes in 1989 initiated, among other things, the inflow of foreign capital and the process of concentration of media. The author attempts to interest the reader with consequences of transformations in 1989 for the media market in Poland, analyzes various aspects of these changes and is pointing at different, social and political issues of law that the media owners

i telewizyjnych; 6) prowadzenie działalności produkcyjnej, usługowej i handlowej związanej z twórczością audiowizualną, w tym eksportu i importu; 7) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej; 8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim; 8a) uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym; 9) tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą. Programy publicznej radiofonii i telewizji powinny także: 1) kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji; 2) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą; 3) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej; 4) umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej; 5) służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego; 6) respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki; 7) służyć umacnianiu rodziny; 7a) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych; 8) służyć zwalczaniu patologii społecznych.

⁴⁷ Art. 21 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

⁴⁸ Szerzej na temat mediów publicznych m.in. w: K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007. Zob. także ciekawe przemyślenia W. Sonczyka, *Media publiczne w Polsce – dylematy i perspektywy*, w: *Media dawne i współczesne*, red. B. Kosmanowa, t. V, Poznań 2010, s. 19–34.

struggled with for the past two decades. This text is only an outline of these complex issues. Different motifs deserve a deeper analysis. Looking at the market of media from a perspective of the last twenty years, it becomes apparent that mass media in Poland underwent the long process of transformations, which has not yet ended. Furthermore, more questions about the future of Polish media market and the direction of its development, form and characteristics, arise.