

Grzegorz Adamczewski

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 2, 262-281

2006

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Grzegorz Adamczewski

WSPÓŁCZESNE MEDIA PUBLICZNE W POLSCE I W KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ

Integracja z Unią Europejską realizowana konsekwentnie od 1989 roku przez kolejne rządy urzeczywistniła się w końcu na naszych oczach i stała się faktem dwa lata temu. Przystąpienie do UE nie było celem samym w sobie. Był to środek służący do zmiany geopolitycznego położenia Polski. Nadal jest wielką szansą i perspektywą „demokratycznej, bezpiecznej, silnej i zasobnej polski w demokratycznej, bezpiecznej, silnej i zasobnej Unii Europejskiej”¹. Członkostwo w Unii łączy się zarówno z korzyściami, jak i kosztami. Proces dostosowawczy wymagał i wymaga ze strony Polski dużego wysiłku adaptacyjnego i modernizacyjnego. Jego konsekwencją jest jednak wejście naszego kraju do grona państw o wysoko rozwiniętych strukturach ekonomicznych, politycznych i społecznych.

Unia Europejska jest nowym typem związku między państwami, respektującym tożsamość, narodową państw członkowskich, ich historię i tradycję i kulturę. Zadaniem głównym wspólnoty jest organizacja współpracy między krajami członkowskimi oraz ich mieszkańcami. Ogromną rolę w tym procesie odgrywają media zarówno w starych państwach UE, jak i tych, które do Unii wstąpiły 1 maja 2004 roku². Należy mieć na uwadze szerokie pojęcie mediów jako instytucji, ale również przedmiotów, materiałów i urządzeń przekazujących odbiorcom określone informacje, poprzez słowa, obrazy i dźwięki.

Polski system medialny nie odbiega daleko od przyjętych w Europie standardów. Nie będę tu szczegółowo opisywał wszystkich mediów, skupiając uwagę raczej na mediach audiowizualnych. W angielskojęzycznych unijnych dokumentach występuje pojęcie „public service”. Określenie zakresu obowiązków z tym związanych należy do poszczególnych państw. Komisja Europejska stwierdza, że powinna to być definicja szeroka, powierzająca konkretnemu nadawcy zadanie tworzenia zrównoważonego i zróżnicowanego programu adresowanego do szerokiego kręgu odbiorców, odpowia-

¹ Narodowa Strategia Integracji, 1997, s. 56.

² A. Szczygło, *Przed akcesją. Przedmowa do Programu Informowania Społeczeństwa. Integracja Polski z Unią Europejską*, Warszawa 1999, s. 6

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

dającego demokratycznym, społecznym i kulturalnym potrzebom społeczeństwa³.

W Rzeczypospolitej Polskiej na straży suwerenności mediów stoi Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Historia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji sięga 29 grudnia 1992 roku. Wówczas to Sejm uchwalił ustawę o radiofonii i telewizji, która weszła w życie 1 marca 1993 roku. Ustawa powoływała do życia Krajową Radę Radiofonii i Telewizji jako organ konstytucyjny kompetentny w sprawach radiofonii i telewizji. Wcześniej przygotowano projekt zmiany przepisów konstytucyjnych, wpisujący KRRiT do ustawy zasadniczej. KRRiT rozpoczęła działalność 28 kwietnia 1993 roku. Składa się z dziewięciu członków, reprezentujących różne środowiska społeczne i polityczne. Czterech z nich powołuje Sejm, dwóch Senat, a trzech - Prezydent. Kadencja każdego z członków KRRiT trwa sześć lat. Co dwa lata odnawia się 1/3 składu KRRiT. Zgodnie z obowiązującą od 27 grudnia 1995 roku nowelizacją ustawy, przewodniczącego KRRiT wybierają członkowie ze swego grona bezwzględną większością głosów.

Zgodnie z jej zapisami zasadniczym przemianom uległo państwowe radio i telewizja. Polskie Radio działające w strukturze Państwowej Jednostki Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja” zostało przekształcone w jedną ogólnokrajową i 17 regionalnych jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa oraz jedną spółkę telewizyjną. Spółki zarządzane są przez rady nadzorcze i zarządy. Wszystkie akcje spółek należą do państwa reprezentowanego przez Ministra Finansów. Zaś dzięki kilku zapisom Ustawy państwo nie ma wpływu na politykę programową spółek.

Ustawa uregulowała też szczegółowo obowiązki mediów publicznych w Polsce. Należy do nich rzetelne prezentowanie faktów i wydarzeń w całej ich różnorodności, przyczynianie się do swobodnego formowania opinii, jak również prezentowanie różnych postaw i programów, kontrola społeczna, rozwój nauki, kultury i oświaty. Publiczne środki masowej komunikacji powinny w swoich programach przestrzegać chrześcijańskiego systemu wartości, opartego o uniwersalne zasady etyki.

Publiczne stacje radiowe, jak i telewizyjne finansowane są z opłat abonamentowych, a rozdział tych wpływów na telewizję i radio leży w kompetencjach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Uzupełnieniem wpływów z tychże jest uznana za dodatkowe źródło dochodu sprzedaż czasu antenowego na reklamy.

Na mocy wspomnianej ustawy otwarte zostały możliwości stworzenia dualnego charakteru polskiego systemu medialnego. Obok mediów publicznych na polskim rynku funkcjonuje z powodzeniem znaczna liczba mediów komercyjnych.

Radiofonią służby publicznej jest Polskie Radio spełnia ono inne zadania wobec społeczeństwa, niż stacje komercyjne. Podlega przy tym procesom i zmianom analogicznym do tych jakie zachodzą w mediach UE. W sensie programowym w ostatnich dziesięcioleciach nastąpiło przeobrażenie się radia z wprowadzonej jeszcze przez

³ Por. artykuł Juliusza Brauna w „Rzeczypospolitej” z dn. 11.04.02.

twórcę BBC Johna Reitha formuły programowo-ramówkowej, w której możliwe było zawarcie w programie jednej stacji wszystkich funkcji radia, do formuły dywersyfikacyjnej, w której każdy program spełnia ściśle określone funkcje.

Polskie Radio funkcjonuje na rynku spełniając wobec społeczeństwa trzy zasadnicze funkcje:

- informacyjną,
- kulturotwórczą i mecenasa kultury,
- edukacyjno-poradniczą

Programy Polskiego Radia służą więc:

- słuchaczowi traktowanemu jako osoba o żywej umysłowości ciekawej otaczającego świata i ludzi.
- jak najwyższej jakości swoich wytworów i wszechstronności oferty programowej;
- demokracji, poprzez zdawanie sprawy z przebiegu życia publicznego i wyjaśniania istoty jego mechanizmów;
- kulturze, poprzez wyrażanie tożsamości narodowej i uniwersalnej oraz przez spełnianie funkcji kulturotwórczej, realizowanej głównie poprzez mecenat nad rodzimą twórczością artystyczną;
- edukacji społeczeństwa w tym inicjacji kulturowej i socjalizacji dzieci i młodzieży;
- integracji społeczeństwa wokół wspólnych dla niego wartości i dążeń;

Obecnie Polskie Radio jest radiofonią narodową o charakterze publicznym, której audycje, przygotowywane na najwyższym poziomie profesjonalnym docierają do największego audytorium w kraju i poza jego granicami. Wynikają stąd różnorodne, ważne zobowiązania wobec społeczeństwa. Realizując je Polskie Radio, wzorem innych europejskich organizacji radiowych, przyjęło strategię dywersyfikacji programowej i komplementarności swojej oferty. Oznacza to, że programy nie konkurują ze sobą o tego samego słuchacza, a raczej wyodrębiają swój profil programowy, który obecnie przedstawia się następująco:

Program I

Może poszczycić się największym audytorium. Zorientowany na tak zwaną Polskę „terenową”, ze znacznym udziałem rozgłośni regionalnych. Program ten łączy perspektywy widzenia różnej skali (lokalnej, regionalnej, ogólnokrajowej i międzynarodowej) problemów społecznych i politycznych.

Ważną powinnością „Jedynki” jest wywoływanie debat społecznych nad najważniejszymi problemami narodu i państwa. (ostatnią taką debatą była dyskusja nad referendum akcesyjnym do Unii Europejskiej).

Program I emitowany jest obecnie na falach długich o częstotliwości 225 kHz. Pokrywa on niemal całe terytorium kraju.

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość (MHz)	ERP(kW)
dołnośląskie	Bogatynia	102,8	1
dołnośląskie	Legnica	105,3	2
dołnośląskie	Polkowice	95,7	0,2
dołnośląskie	Wrocław/Zórawina	87,7	10
kujawsko-pomorskie	Bydgoszcz	96,2	1
kujawsko-pomorskie	Grudziądz	99,6	0,1
kujawsko-pomorskie	Solec Kujawski	0,225	
kujawsko-pomorskie	Włocławek	93,9	1
lubelskie	Biała Podlaska	98,3	0,1
lubelskie	Dęblin/Ryki	105,1	10
lubelskie	Lublin	91,8	0,1
lubelskie	Włodawa	102,5	10
lubelskie	Zamość/Feliksówka	105,7	10
lubuskie	Gorzów Wlkp.	105,4	1
lubuskie	Zielona Góra	104	2
lubuskie	Zagań/Wichów	91,2	30
łódzkie	Łódź	107,3	1,5
małopolskie	Kraków	104,8	1
małopolskie	Krynica/Góra Jaworzyna	106,4	1
małopolskie	Nowy Sącz/Męcina	99,1	0,5
małopolskie	Zakopane/Gubałówka	90,9	0,3
mazowieckie	Opoczno Przysucha/Kozłowiec	92	10
mazowieckie	Radom	100,3	1
mazowieckie	Siedlce	97,4	0,2
mazowieckie	Warszawa	92	0,2
mazowieckie	Warszawa/Raszyn	0,198	200
opolskie	Kędzierzyn - Koźle	101,8	0,1
opolskie	Opole/Chrzelice	94,5	10
podkarpackie	Lubaczów	100	10
podkarpackie	Rzeszów	105,8	1
podkarpackie	Stalowa Wola	98,3	0,1
podlaskie	Białystok	106,4	1
podlaskie	Suwałki/Krzemianucha	105,5	20
pomorskie	Gdańsk	89,5	1
pomorskie	Gdynia	97,2	0,1
pomorskie	Lębork/Skórowo	100,5	10

pomorskie	Słupsk	104,3	2,8
śląskie	Katowice/Kosztowy	97,9	60
świętokrzyskie	Kielce	102,7	0,1
warmińsko-mazurskie	Elbląg	101,2	0,1
warmińsko-mazurskie	Giżycko/Miłki	97,1	1
warmińsko-mazurskie	Ława/Kisielice	94,8	10
warmińsko-mazurskie	Olsztyn/Pieczewo	97,3	0,05
wielkopolskie	Kalisz/Mikstat	100	1
wielkopolskie	Konin	95	1
wielkopolskie	Poznań	89,1	0,1
zachodnio-pomorskie	Kołobrzeg	87,9	0,5
zachodnio-pomorskie	Koszalin/G.Chełmska	92,8	0,1
zachodnio-pomorskie	Szczecin/Warszewo	96,3	1
zachodnio-pomorskie	Świnoujście	107,7	10

Program II

Polskie Radio S.A.

00-977 Warszawa, Al. Niepodległości 77/85

tel.: (0-22) 645-98-04; fax: (0-22) 843-37-32; dwojka@radio.com.pl

Literacko-muzyczny. Jego domeną jest planowe utrwalanie i dokumentowanie najwybitniejszych osiągnięć polskiej kultury, w dziedzinie muzyki poważnej, literatury, dramatu. Zapewnia swoim słuchaczom dostęp do najwybitniejszych przedsięwzięć w dziedzinie muzyki poważnej w Europie i na świecie, poprzez intensywne uczestnictwo w systemie Euroradia⁴.

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość(MHz)	ERP(kW)
dolnośląskie	Jelenia Góra/Śnieżne Kotły	92,5	10
dolnośląskie	Kudowa Zdrój	91,2	0,1
dolnośląskie	Lubań/Nowa Karczma	99	10
dolnośląskie	Wrocław/Ślęza	98,8	120
kujawsko-pomorskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	97,6	120
lubelskie	Lublin/Piaski	90,8	30
lubelskie	Zamość/Feliksówka	95,3	1
lubuskie	Zielona Góra/Jemiołów	89,9	60
łódzkie	Łódź	91,4	2

⁴ Tomasz Goban-Klas, *Polskie społeczeństwo informacyjne – między Państwem a społeczeństwem*, Rzeszów 2002, s. 7.

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

małopolskie	Kraków/Chorągiewca	89,4	60
małopolskie	Lichwin	88,6	10
małopolskie	Rabka/Luboń Wielki	90,4	5
małopolskie	Szczawnica/Góra Przehyba	88	10
małopolskie	Zakopane/Gubałówka	92,8	10
mazowieckie	Ostrołęka	96,3	0,3
mazowieckie	Płock/Rachocin	98,1	2,5
mazowieckie	Warszawa	102,4	10
opolskie	Opole/Chrzelice	88,3	60
podkarpackie	Bieszczady/G. Jawor	90,7	30
podkarpackie	Łęczajsk	96,8	10
podkarpackie	Lubaczów	88,4	10
podkarpackie	Przemyśl/G. Tatarska	87,8	1
podkarpackie	Rzeszów/Sucha Góra	88	120
podlaskie	Białystok/Krynice	92,3	30
podlaskie	Suwałki/Krzemianucha	92	30
pomorskie	Gdańsk/Chwaszczyno	95,7	120
pomorskie	Łębork/Skórowo	88,2	10
śląskie	Częstochowa/Wręczycza	90,6	60
śląskie	Katowice/Bytków	95,9	0,1
śląskie	Wisła/G. Skrzyczne	91,5	1
świętokrzyskie	Kielce/Św. Krzyż	92,3	60
warmińsko-mazurskie	Olsztyn/Pieczewo	93	30
wielkopolskie	Kalisz/Mikstat	95,6	10
wielkopolskie	Konin/Zółwieniec	87,7	30
wielkopolskie	Poznań/Śrem	92,3	120
zachodnio-pomorskie	Białogard/Sławoborze	98,2	15
zachodnio-pomorskie	Koszalin/Gołogóra	93,8	60
zachodnio-pomorskie	Piła/Rusinowo	101,9	30
zachodnio-pomorskie	Szczecin/Kołowo	100,3	60

Program III

Polskie Radio S.A.

00-977 Warszawa, ul. Myśliwiecka 3/5/7

tel.: (0-22) 645-55-47; fax: (0-22) 645-59-47; trojka@radio.com.pl

Jego cechą konstytutywną jest aktualność w sensie inspiracji do budowania innych treści programowych wokół kwestii bieżących. Nie jest to jednak program słowny, choć dość bliski formule *news & talk*.

Muzyka radiowej Trójki nie stanowi tapety dźwiękowej, lecz jest przede wszystkim

wyznacznikiem programu i okazją kształtującą upodobania nie tylko muzyczne, lecz wręcz estetyczne słuchaczy. Nieobca jest też temu programowi satyra kabaretowa emitowana w programie przygotowywanym przez wrocławski Kabaret Studia 2002, czy Magazyn Uzupełnień Rozrywkowych prowadzony i realizowany przez Artura Andrusa.

Program III odbierany jest przez ludzi stosunkowo najlepiej wykształconych, w ośrodkach miejskich.

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość(MHz)	ERP(kW)
dolnośląskie	Jelenia Góra/Śnieżne Kotły	94	10
dolnośląskie	Kłodzko/Czarna Góra	89,2	10
dolnośląskie	Kudowa Zdrój	99,3	0,1
dolnośląskie	Lubań/Nowa Karczma	91,5	60
dolnośląskie	Wałbrzych/G.Chelmec	99,8	5
dolnośląskie	Wrocław/Ślęza	100,2	120
kujawsko-pomorskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	102,1	120
lubelskie	Lublin/Piaski	104,2	90
lubelskie	Zamość/Tarnawatka	91,3	30
lubuskie	Zielona Góra/Jemiołów	94,1	60
lubuskie	Zagań/Wichów	87,8	30
łódzkie	Łódź	103,8	2
małopolskie	Kraków/Chorażwica	99,4	60
małopolskie	Szczawnica/Góra Przehyba	94,7	5
małopolskie	Zakopane/Gubałówka	98,2	10
mazowieckie	Ostrołęka	98,5	0,3
mazowieckie	Płock/Rachocin	96,1	60
mazowieckie	Siedlce/Łosice	90,5	30
mazowieckie	Warszawa	98,8	10
opolskie	Opole/Chrzelice	90,3	60
podkarpackie	Bieszczady/G.Jawor	96,3	30
podkarpackie	Leżajsk	98,9	10
podkarpackie	Lubaczów	96	10
podkarpackie	Przemysł/G.Tatarska	99,6	1
podkarpackie	Rzeszów/Sucha Góra	92	120
podlaskie	Białystok/Krynice	96	30
podlaskie	Suwałki/Krzemianucha	96,6	30
pomorskie	Gdańsk/Chwaszczyno	99,9	120
śląskie	Częstochowa/Wręczyca	91,7	60

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

śląskie	Katowice/Kosztowy	99,7	60
śląskie	Wisła/G.Skrzyczne	100,8	10
świętokrzyskie	Kielce/Św. Krzyż	96,2	60
warmińsko-mazurskie	Giżycko/Miłki	94,4	10
warmińsko-mazurskie	Olsztyn/Pieczewo	99,1	120
wielkopolskie	Kalisz/Mikstat	102,5	10
wielkopolskie	Konin/Zółwieniec	103,3	30
wielkopolskie	Poznań/Śrem	96,4	120
zachodnio-pomorskie	Białogard/Sławoborze	101,5	15
zachodnio-pomorskie	Koszalin/Gologóra	97,4	60
zachodnio-pomorskie	Piła/Rusinowo	90,9	30
zachodnio-pomorskie	Szczecin/Kołowo	102,3	60

Program IV

Polskie Radio S.A.

00-977 Warszawa. Al. Niepodległości 77/85

tel.: (022) 645-99-44; fax: (0-22) 645-95-95; bis@radio.com.pl

Radio Bis, to kanał przeznaczony dla dzieci i młodzieży, choć słuchacz zainteresowany pozycjami popularyzującymi wiedzę znajdzie tu również wiele informacji. Zadaniem tego programu jest stwarzanie okazji dla szeroko rozumianej edukacji aniżeli wąsko pojęta nauka i wychowanie aktualizowane w różnych formach dydaktycznych.

Województwo	Lokalizacja	Częstotliwość(MHz)	ERP(kW)
dolnośląskie	Bogatynia	92,8	1
dolnośląskie	Kłodzko/Czarna Góra	97,6	10
dolnośląskie	Wałbrzych/G.Chełmiec	87,9	5
dolnośląskie	Wrocław	107,5	1
kujawsko-pomorskie	Bydgoszcz/Trzeciewiec	106,6	60
lubelskie	Dęblin/Ryki	88,7	10
lubelskie	Lublin	99	0,1
lubelskie	Zamość/Tarnawatka	87,6	30
lubuskie	Zielona Góra/Jemiołów	105	60
lubuskie	Żagań/Wichów	104,7	30
łódzkie	Łowicz	101,6	10
łódzkie	Łódź	107,8	30
małopolskie	Kraków	97,2	0,4
małopolskie	Krynica/Góra Jaworzyna	98,4	1
małopolskie	Lichwin	91,1	10

małopolskie	Rabka/Luboń Wielki	93,4	5
mazowieckie	Ciechanów	95,5	0,1
mazowieckie	Opoczno Przysucha/Kozłowiec	104,8	10
mazowieckie	Płock/Rachocin	92,2	60
mazowieckie	Przasnysz	105,9	10
mazowieckie	Radom	104,6	1
mazowieckie	Siedlce/Łosice	88,3	30
mazowieckie	Warszawa	104,9	2,5
opolskie	Kędzierzyn - Koźle	97,3	0,1
podkarpackie	Rzeszów	91,5	0,1
podkarpackie	Stalowa Wola	97,7	0,1
podlaskie	Białystok	91,1	0,1
pomorskie	Gdańsk	93,4	0,1
pomorskie	Lębork/Skórowo	107,5	10
pomorskie	Słupsk	106,8	5
śląskie	Bielsko Biała	104,5	0,1
śląskie	Częstochowa/Wręczyca	87,5	10
śląskie	Katowice/Kosztowy	105,6	60
świętokrzyskie	Kielce	87,6	0,1
warmińsko-mazurskie	Giżycko/Miłki	92,6	10
warmińsko-mazurskie	Ilawa/Kisielice	102,7	10
warmińsko-mazurskie	Olsztyn/Pieczewo	97,9	0,1
wielkopolskie	Kalisz/Mikstat	94,2	10
wielkopolskie	Pniewy	107,7	5
wielkopolskie	Poznań	100,2	0,1
zachodnio-pomorskie	Białogard/Sławoborze	106	10
zachodnio-pomorskie	Koszalin/Gołogóra	107,9	60
zachodnio-pomorskie	Szczecin/Warszewo	88,4	1

Program V – Radio Polonia

Przeznaczony jest do Polaków za granicą. Jego zadanie jest utrzymanie łączności rodaków z krajem oraz umacnianie autorytetu współczesnej Polski w świecie, co w czasach ostatnich nie jest rzeczą prostą.

Rozgłośnie regionalne

Stanowią, jak wspomniałem, niezależne jednoosobowe spółki skarbu państwa, pracując w systemie całodobowym, nadają swoje programy na UKF-FM. Ich zadaniem jest obsługa informacyjna regionu, ale także wykorzystanie wartościowych elementów, tkwiących w kulturowych i społecz-

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

nych odrębnościach regionów, społeczności lokalnych, które wzbogacają kulturę jako całość.

Działalność programowa Polskiego Radia S.A

Polskie Radio S.A., w ramach pięciu programów i Radia Parlamentarnego, nadało w 2004 roku łącznie 47 929 godzin programu, czyli o 21 godzin mniej niż w roku poprzednim. Dla odbiorców w kraju Polskie Radio S.A. nadało w ubiegłym roku 36348 godzin programu, z tego 35 136 godzin nadano w czterech programach ogólnopolskich (Program 1, 2, 3 i Radio BIS): 1161 godzin w Radiu Parlament oraz 51 godzin audycji ekumenicznych na 198 kHz. Radio Polonia, nadające program dla zagranicy, wyemitowało w ubiegłym roku 11 581 godzin programu. Audycje premierowe stanowiły 65,4% czasu emisji; pozostałą część wypełniły powtórzenia i retransmisje. Program był tworzony i nadawany w 7 językach: polskim, angielskim, rosyjskim, białoruskim, ukraińskim, niemieckim i esperanto. W ramach struktur organizacyjnych Polskiego Radia S.A. działały w 2004 roku, podobnie jak w latach poprzednich, wyspecjalizowane komórki programowe zajmujące się tworzeniem audycji, materiałów i nagrań dla wszystkich programów Polskiego Radia, a także dla podmiotów zewnętrznych. Liczbę godzin programu wytworzonego i nadanego w 2004 roku przez redakcje specjalistyczne PR S.A. obrazują poniższe dane:

Specjalistyczne redakcje PR S.A. Program wytworzony i nadany w 2004 roku

Radio Parlament 1161 godz.

Informacyjna Agencja Radiowa 95 tys. informacji

Studio Reportażu i Dokumentu 147 godz.

Teatr Polskiego Radia 637 godz.

Wydział Zarządzania Studiami 499 godz. (z tego na antenie nadano 412 godz.)

Orkiestry i Chór Polskiego Radia 25 godz.

Radiowe Centrum Kultury Ludowej 528 godz.

Naczelna Redakcja Programów Katolickich 214 godz.

Redakcja Popularyzacji Wiedzy 98 godz.

Radio Parlament - transmituje posiedzenia Sejmu i Senatu, tworzy audycje związane z tematami omawianymi w parlamencie i komisjach. Są to audycje nadawane w ramach Programu 1 Polskiego Radia na fali długiej 198 kHz w dni posiedzeń Sejmu przez 10 godzin dziennie w godzinach 8:00-18:00. Redakcja Parlamentarna nadała w 2004 roku transmisje 28 posiedzeń Sejmu i 22 posiedzeń Senatu; przygotowała relacje z wszystkich posiedzeń komisji sejmowych i senackich, w tym posiedzeń sejmowych komisji śledczych: 3 posiedzeń komisji ds. tzw. afery Rywina oraz 18 posiedzeń komisji ds. PKN Orlen (transmisje posiedzeń, materiały reporterskie i rozmowy z posłami

na temat toczącej się sprawy). W minionym roku wyemitowano łącznie 1161 godzin programu Radia Parlament (o 212 godzin mniej niż w 2003 roku).

Informacyjna Agencja Radiowa - tworzy materiały tekstowe i dźwiękowe (relacje, korespondencje itp.). Korzystają z nich wszystkie publiczne programy radiowe, TVP S.A., media polonijne i portale internetowe (np. gazeta.pl). W 2004 roku IAR rozszerzyła swoją ofertę o serwisy: ekonomiczny, motoryzacyjny i kulturalny; trwają prace nad przygotowaniem serwisu sportowego. Agencja przygotowała w 2004 roku łącznie 95 tys. informacji, czyli o 1 tys. informacji mniej niż w 2003 roku.

Studio Reportażu i Dokumentu - przygotowuje reportaże i dokumenty radiowe dla wszystkich programów Polskiego Radia. Komórka ta prowadzi również akcje medialne, a także organizuje konkursy w dziedzinie reportażu i dokumentu radiowego. W ubiegłym roku były prowadzone następujące akcje medialne: *Jesteśmy przeciw* (kampania, której celem była edukacja społeczna, wymierzona przeciw korupcji i arogancji władzy, realizowana wspólnie Programem 1 i Gazetą prawną); *Po pierwsze nie krzywdzić* (kampania, której celem było przeciwdziałanie krzywdzeniu dzieci przez dorosłych oraz próba ograniczenia zjawiska tzw. *fali* w placówkach opiekuńczo-wychowawczych); *Zielona Alternatywa* (reportaże o tematyce ochrony środowiska, cykl realizowany wspólnie z Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska). W 2004 roku Studio wyprodukowało 147 godzin reportażu i dokumentu (o 32 godziny mniej niż w 2003 roku).

Radiowe Centrum Kultury Ludowej - zajmuje się rejestracją i dokumentacją polskiej oraz światowej kultury ludowej, tworzy audycje i nagrania dokumentalne, organizuje imprezy i koncerty oraz sprawuje mecenat nad kulturą ludową. Audycje wyprodukowane przez RCKL emitowano we wszystkich, poza *Trójką*, programach Polskiego Radia. Były to stałe magazyny tj.: *Muzyczne wycinanki* (prezentacja muzyki ludowej różnych regionów Polski), *Kiermasz pod kogutkiem* (relacje z przeglądów twórczości ludowej oraz prezentacja sylwetek twórców - artystów ludowych różnych dziedzin), *Etniczna podróż do...* (emisja nagrań muzyki ludowej polskiej i światowej oraz spotkania z ciekawymi odkrywcami); *Źródélko* (audycja popularyzująca tradycję ludową Polski i świata wśród dzieci w wieku 6-10 lat). W 2004 roku przygotowano 527 godzin tego typu audycji (o 53 godziny mniej niż w 2003 roku).

Naczelna Redakcja Programów Katolickich - wytwarza stale i okolicznościowe audycje o tematyce religijnej dla wszystkich programów Polskiego Radia. W Programie 1 emitowano: *Abyś dzień święty święcił* (niedzielne rozważania), *Mysli na dobry dzień* (wybrane myśli z nauczania papieskiego), *Nie tylko z ambony* (refleksje biskupa

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

polowego L.S. Głodzia), *Z życia Kościoła* (magazyn informacyjny), *Moja i twoja nadzieja* (wieczorne rozmowy, rozważania z udziałem słuchaczy). W Programie 2 nadawano codzienny felieton poświęcony tej tematyce (*Słowo na dzień*) oraz magazyn kulturalny (*Lumen - światło wiary i kultury*). Program 3 emitował audycję na żywo poświęconą muzyce chrześcijańskiej. W Radiu BIS nadawano audycję religijną adresowaną do dzieci (*Ukryte skarby Biblii*) oraz społeczną audycję kontaktową adresowaną do młodzieży (*Zostaw wiadomość*). Redakcja Programów Katolickich przygotowywała także materiały związane z ważnymi wydarzeniami religijnymi tj.: Forum Świętego Wojciecha, Spotkaniem Młodych Lednica 2003 oraz pielgrzymkami papieża Jana Pawła II do Szwajcarii i Francji. W 2004 roku powstało 224 godziny tego typu audycji (o 10 godzin mniej niż w 2003 roku).

Teatr Polskiego Radia - przygotowuje słuchowiska, spektakle, audycje literackie, literacko-dokumentalne i edukacyjne; zajmuje się organizacją festiwalu sztuki radiowej, konkursów słuchowisk itp. We współpracy z redakcjami literackimi wszystkich programów PR S.A. wyprodukowano 125 słuchowisk nadanych w Programach 1 i 2, trzy tytuły z cyklu *Radiopowieść* (łącznie 129 odcinków), premierowe odcinki powieści *Matysiakowie* i *W Jezioranach* (łącznie 103 odcinki wyemitowane w Programie 1). Powstało 119 nowych odcinków audycji pt. *Zsyp* i *Radio dzieciom*. W ramach obchodów Roku Gombrowiczowskiego Teatr Polskiego Radia zrealizował wybrane utwory Witolda Gombrowicza tj. *Ferdynand*, *Pornografia*, *Operetka* i *Ślub*. W 2004 roku nagrano 637 godzin tego typu audycji (o 17 godzin mniej niż w 2003 roku).

Redakcja Popularyzacji Wiedzy to komórka produkcyjna utworzona na mocy Uchwały Zarządu PR S.A. na początku 2004 roku. Do zakresu jej działania należy produkcja audycji upowszechniających naukę i technikę, popularyzujących wiedzę (wynikających z Porozumienia z MENiS), upowszechniających wzory językowe, poprawną polszczyznę oraz upowszechniających znajomość języków obcych; popularyzujących wiedzę o Polsce, świecie oraz o Unii Europejskiej; przybliżających pojęcia i mechanizmy z zakresu ekonomii, prawa, zjawisk społecznych i politycznych oraz zasad funkcjonowania państwa demokratycznego. Tworzy też audycje edukacyjne na rzecz środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą. Zajmuje się także organizacją corocznych Pikników Naukowych. Redakcja przygotowała i przeprowadziła w 2004 roku akcje antenowe tj. *Z Jedyneką w Kosmos - lecimy na Marsa* (przeprowadzona wspólnie z Centrum Badań Kosmicznych PAN dwumiesięczna akcja o misji Mars Express); *Lasy chronimy dla Ciebie* – wspólna akcja radiowej Jedynki i Lasów Państwowych z okazji ich 80-lecia; *Dzień Nauki* w Programie 1, podczas którego prezentowano najciekawsze, ważne w skali światowej nauki osiągnięcia polskich badaczy: *Polszczyzna początku XXI wieku* – dzień dobrej polszczyzny w radiowej Jedynce. W 2004 roku Redakcja zrealizowała 98 godzin nagrań.

Polskie Radio utrzymuje działalność trzech orkiestr radiowych: Narodowej Orkiestry Symfonicznej PR, Orkiestry Kameralnej PR Amadeus w Poznaniu, Polskiej Orkiestry Radiowej w Warszawie oraz Chóru Polskiego Radia w Krakowie. Wzięły one udział w licznych koncertach, festiwalach krajowych i zagranicznych (Warszawska Jesień, Musica Polonica Nova, Poznańska Wiosna Muzyczna, Wratislavia Cantans oraz wymienione wyżej - Wielkanocny Festiwal Ludwiga van Beethovena i Festiwal Muzyczny Polskiego Radia *Paryżanie*). Utwory orkiestr oraz chóru Polskiego Radia były wykorzystywane w nagraniach archiwalnych oraz nagraniach płyt CD i DVD. Chór Polskiego Radia brał ponadto udział w koncertach symfonicznych, w spektaklach operowych oraz w projekcie muzycznym PR *Pociąg do muzyki Kilara*, wraz z Narodową Orkiestrą Symfoniczną PolskieRadiowa Agencja Fonograficzna - zajmuje się wydawaniem płyt prezentujących muzykę klasyczną i rozrywkową oraz płyt edukacyjnych. W 2004 roku wyprodukowano 56 płyt (o 29 płyt więcej niż w 2003 roku), w tym 18 pozycji misyjnych i 36 komercyjnych.

Centrum Historii Polskiej Radiofonii - zajmuje się gromadzeniem dóbr kultury i materiałów dokumentacyjnych związanych z historią i rozwojem Polskiego Radia S.A. i radiofonii polskiej. W ubiegłym roku w ramach działań Centrum stworzono komputerowy Katalog Wiedzy o Radiu, rozpoczęto nagrywanie wywiadów-rzek z zasłużonymi radiowcami; prowadzono prace bibliograficzne i archiwistyczne w różnych ośrodkach uniwersyteckich. Powstało wydawnictwo jubileuszowe *Kalendarium 80-lecia Polskiego Radia* oraz pierwszy tom rocznika *Z dziejów polskiej radiofonii*, przyjęto też koncepcję wydawania kolejnych tomów *Leksykonu twórców Polskiego Radia*. CHPR zorganizowało ponadto sesję naukową na temat *Powstanie Warszawskie w eterze.go Radia*.

Radio komercyjne

Przełom polityczny w Polsce w roku 1989 umożliwił powstanie w naszym kraju przełamanie monopolu Polskiego Radia i uzupełnienie rynku medialnego o rozgłośnie prywatne, które nastawione na zysk mają charakter typowo komercyjny. Obecnie w Polsce działają prywatne stacje ogólnokrajowe takie, jak RMF-FM z Krakowa, które popularność zyskało wśród ludzi z wykształceniem ponadpodstawowym, pracowników umysłowych i właścicieli prywatnych firm i mieszkańców dużych miast. Drugim radiowym „gigantem” jest warszawska „ZETKA”, słuchana głównie przez słuchaczy z wykształceniem wyższym, pracowników umysłowych, przedsiębiorców i mieszkańców największych miast. Kolejnym przykładem są stacje lokalne zorientowane wokół ESKI. Sieć ta powstała w wyniku wykupywania małych lokalnych stacji radiowych. Słuchacze tej sieci to zazwyczaj ludzie między 15 a 35 rokiem życia, mający wykształcenie zawodowe i średnie, mieszkańcy średnich i małych miast.

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

Specyficzną rozgłośnią jest na polskim rynku prywatnej radiofonii katolickie Radio Maryja, ojca Rydzyka. Jego słuchacze to zazwyczaj ludzie z wykształceniem podstawowym, w dość zaawansowanym wieku⁵. Zgromadzenie Ojców Redemptorystów – nadawca programu Radio Maryja otrzymało nową koncesję w kształcie odpowiadającym projektowi optymalizacji sieci przygotowanemu we współpracy Krajowej Rady, Ministerstwa Łączności i Państwowej Agencji Radiokomunikacji. Powstały z początkiem 2001 roku Urząd Regulacji Telekomunikacji konsekwentnie realizował ten projekt prowadząc uzgodnienia międzynarodowe w celu zniesienia niektórych ograniczeń dla stacji wchodzących w skład tej sieci, co umożliwiło Krajowej Radzie w marcu tego roku podjęcie, na wniosek nadawcy uchwał dotyczących dalszych zmian i korekt w celu zwiększenia zasięgu technicznego programu Radia Maryja. W nowej koncesji Ojcowie Redemptoryści uzyskali także prawo do satelitarnego rozpowszechniania programu. Ojcowie Redemptoryści po uzyskaniu koncesji wystąpili o nadanie Radiu Maryja statusu nadawcy społecznego. Krajowa Rada uznając, że program ten spełnia wymogi ustawy o radiofonii i telewizji wydała decyzję pozytywną. Radio Maryja z mocy ustawy zostało zwolnione z wniesienia opłaty koncesyjnej, a także w przyszłości od skutków finansowych decyzji zwiększających liczbę odbiorców programu. Nadawca społeczny nie nadaje reklam i audycji sponsorowanych. Realizuje program, którego celem jest upowszechnianie działalności wychowawczej i edukacyjnej, działalność charytatywną, respektowanie chrześcijańskiego systemu wartości za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki oraz zmierzanie do ugruntowania tożsamości narodowej. Program Radia Maryja określony w koncesji ma charakter społeczno-religijny czego odzwierciedleniem są szczegółowe zapisy dotyczące obowiązkowej emisji audycji realizujących cele ustawowe i koncesyjne.

Rada Etyki Mediów w oświadczeniu wydanym po terrorystycznych zamachach na amerykańskie miasta wyraziła sprzeciw wobec treści i tonu wielu audycji publicystycznych wyemitowanych na antenie Radia Maryja. Media powinny szczególnie unikać wszystkiego, co godzi w ludzką solidarność i braterstwo, co sieje nienawiść. Akcenty szowinizmu narodowego i antysemityzmu są – zdaniem Rady Etyki Mediów – szkodliwe społecznie, a na antenie radia katolickiego szczególnie dziwią i oburzają, gdyż przeczą wartościom ewangelicznym.

Naczelny Sąd Administracyjny 13 października 2003 roku wydał wyrok oddalający w całości skargę Radia Maryja, zaskarżającą decyzję koncesyjną w części dotyczącej obowiązku składania corocznego sprawozdania finansowego do Krajowej Rady. W uzasadnieniu sąd podkreślił, iż nadawcę społecznego, a taki status ma Radio Maryja, w równym stopniu jak pozostałych nadawców obejmuje nakaz wynikający z art. 37a ustawy o radiofonii i telewizji tj. obowiązek corocznego składania do Krajowej Rady sprawozdania finansowego. Sprawozdanie finansowe przedsta-

⁵ Badania przeprowadził „Press” jesienią 2003 r.

wione Krajowej Radzie ma by sporządzone zgodnie z zasadami określonymi przez wewnętrzne przepisy kościelne⁶.

Telewizja

Podobnie, jak radio, tak i telewizja publiczna pojawiła się w Polsce po upadku systemu komunistycznego. Cele jakie stoją przed tym najbardziej popularnym medium, nie odbiegają od celów stawianych przed publicznym radiem. Poza tym jest, podobnie jak jej radiowy odpowiednik jednoosobową spółką Skarbu Państwa w której państwo reprezentowane przez ministra finansów posiada 100% akcji. Ustawa o radiofonii zawiera jednak pewne regulacje ograniczające rolę ministra. Nie ma on prawa ingerowania w sprawy programowe i przejmowania zysków⁷. Z geograficznego punktu widzenia postanowiono, by w Polsce docelowo działało 16 ośrodków regionalnych TVP zgodnie z nowym podziałem administracyjnym kraju (Oddział telewizji w każdym mieście wojewódzkim).⁸

Telewizja publiczna to dzisiaj dwa programy ogólnopolskie, Regionalna Trójka, zorientowana raczej na sprawy tzw. Polski Terenowej, oraz Telewizja Polonia, emitująca swoje programy (często są to audycje pochodzące zarówno z Jedynki, Dwójki, jak i Regionalnej Trójki. Programy telewizji publicznej często stanowią ewenement w skali europejskiej. Przykładem niech będzie tu Teatr Telewizji od lat emitowany w poniedziałkowe wieczory. Szkoda tylko, że coraz później.

Ostatnio też sprawa afery Rywina odbiła się niekorzystnie na wizerunku zarówno publicznej telewizji w Polsce, jak i a całym systemie zorientowanym wokół KRRiTV. Niewątpliwie pozytywnym aspektem przemian w TVP jest jej uczestnictwo w międzynarodowych organizacjach telewizyjnych, np. Eurovision. Od kilku lat programy TVP dostępne są także na platformach cyfrowych, przez co mogą je oglądać widzowie także i poza Polską.

Konkurencją dla telewizji publicznej jest od kilku lat telewizja prywatna. Podobnie, jak prywatne radio nastawiona głównie na zysk, co niejednokrotnie rzutuje negatywnie na jakość emitowanych audycji.

Polsat

Nadaje całodobowy program o charakterze uniwersalnym od marca 1994 roku. Posiada dzisiaj własną platformę cyfrową. Jej minusem są programy adresowane do mało wymagającej widowni.

⁶ „Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji”, KRRiTV, Warszawa s. 11

⁷ Art. 29 Ustawy o KRRiT

⁸ Główne założenia reformy radiofonii i telewizji. „Przekazy i Opinie” 1991,s.7-61

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

TVN

Stacja o ambicjach zarówno informacyjnych, jak i rozrywkowych. Do celów informacyjnych stworzyła oddzielny kanał telewizyjny TVN 24, nadający informacje przez 24 godziny na dobę. Trzeba przyznać, że informacja przekazywana przez tę stację nacechowana jest bezstronnością i rzetelnością.

Od pewnego czasu własnością korporacji jest także była polska filia RTL, która obecnie nazywa się TVN-7. Na polskim rynku telewizyjnym działają także stacje należące do zachodnich korporacji. Mam tu na myśli HBO, Canal+, Helmark, czy inne. Od początku lat dziewięćdziesiątych działa w naszym kraju telewizja kablowa, emitująca swoje programy głównie z myślą o lokalnej społeczności dzielnicy, osiedla, czy miasta.

Obecnie od maja 2004 roku w Unii Europejskiej, polskie media audiowizualne nie odbiegają specjalnie od swoich europejskich odpowiedników. W krajach europejskich sytuację mediów postaram się przedstawić na przykładzie niektórych państw, mających największe w tej materii doświadczenie oraz na przykładzie państw które do Unii weszły.

Media unijne od lat uwzględniają czynniki formalnoprawne i pozaprawne określające kompetencje Wspólnot w dziedzinie mediów. Dyrektywa UE wyznaczająca zadania poszczególnych europejskich mediów publicznych w dziedzinie telewizji ponadgranicznej. Tendencje zachodzące we współczesnych mediach europejskich to: komercjalizacja, koncentracja własności, transformacja, wprowadzanie technik cyfrowych.

Austria:

Austriackie Radio rozpoczęło działalność w 1924 roku, a telewizja w 1957r. Do 1953 roku rozgłośnie radiowe w Austri były pod kontrolą władz okupacyjnych. W 1960 r. Powstała Österreichischer Rundfunk und Fernsehseher (ORF), początkowo mająca status radiofoni państwowej. Od 1974 roku w pełni mająca cechy publicznej. Pracą ORF kieruje Kuratorium złożone z przedstawicieli głównych partii politycznych, osób mianowanych przez rząd, Reprezentacji Słuchaczy i Widzów oraz Rady Pracowników ORF. Nadaje trzy programy ogólnokrajowe, dziewięć programów regionalnych i program dla zagranicy.

Telewizja ORF to dzisiaj dwa programy obejmujące zasięgiem cały kraj. Austria należy do INTELSAT, współpracuje z INTERSPUTNIKIEM oraz współtworzy telewizję satelitarną 3SAT.⁹

Wielka Brytania

Struktura radia i telewizji w Wielkiej Brytanii datuje się od 1927 roku, kiedy to na mocy dekretu królewskiego powołano niezależne programowo i organizacyjnie przedsiębiorstwo publiczne British Broadcasting Corporation (BBC).

⁹ Peter Bachmaier, *Osterreich, die EU und die Osterweiterung. Ursachen für den Zusammenbruch des realexistierenden sozialismus. Rzeszów 2002, s. 39.*

Cała sieć utrzymuje się wyłącznie ze składek abonamentowych, wynoszących od 25 do 80 funtów rocznie.

BBC Radio nadaje 5 ogólnokrajowych programów i 33 lokalne. BBC Television, to dwa programy ogólnokrajowe: BBC-1. obejmujący zasięgiem 99% populacji oraz nieco mniejszy BBC-2. Ponadto działa stacja telewizyjna The Independent Xcomision (ITC). Jest to instytucja nadzorująca i wydająca licencję nadawcom prywatnym działającym poza systemem BBC, włącznie z Independent-Chanel 3. Poza naziemnymi stacjami działa także telewizja satelitarna i kablowa. Od 1990 roku działa angielska 6-kanalowa telewizja satelitarna British Sky Broadcasting a od 1992 UK Gold, nadająca także programy kablowe. Od 1983 roku European Television Network emituje 3 programy: Lifestyle Eurosport Lifestyle Satellite, Jukebox.

MTV-Europe nadaje muzykę popularną na kilku kanałach w całej Europie i Ameryce.

W 1991 roku powołano organ doradczy Broadcasting Standarts Council, którego zadaniem jest utrzymanie standardów dobrego smaku i obyczajów podczas prezentowania w programach radiowych i telewizyjnych problemów przemocy, gwałtu i seksu.

Irlandia

Radiem i telewizją zarządza autonomiczna korporacja, założona na mocy ustawy z 1960 roku. Radio Telefis Eirem (RTE), finansowana ze środków państwowych. RTE nadaje 2 programy radiowe Radio 1 i Radio 2, Finansuje też działalność Radio na Gaeltachta, działające od 1972 r. Funkcjonuje też niezależne narodowe Radio Century. Telewizja państwowa emituje dwa programy: RTE 1 i RTE 2, od 1989 r. Działa też niezależny kanał TV3.

Włochy

Nadzór merytoryczny nad pracą radia i telewizji sprawuje 40-osobowa Komisja Parlamentarna do Spraw Radia i Telewizji; zgodnie z ustawą z 1975. Publiczne radio i telewizja utrzymują się z opłat abonamentowych i reklam, które jednak nie mogą zajmować więcej niż 5% czasu antenowego. Dodatkowym źródłem dochodów telewizji jest także własna działalność wydawnicza.

Radio publiczne RAI nadaje 3 programy: I ogólny, II rozrywkowy, III edukacyjny, a także lokalne programy po włosku i w językach mniejszości etnicznych. Ponadto funkcjonuje Radio Roma nadające w 27 językach. Telewizja dysponuje trzema kanałami RAI Uno, RAI Duo, RAI Tre oraz programami lokalnymi. Działa także siedem ogólnokrajowych sieci komercyjnych: Canale 5, Italia Uno, Rete Quattro, Dee Jay TV, Video Music, Euro TV, Rete A. Pięć lokalnych stacji. Prywatne stacje utrzymują się wyłącznie z reklam i programów sponsorowanych. Największe stacje należą do koncerny Fininvest S. Berlusconi¹⁰

¹⁰ Maria Magowska, *Polityka i media we Włoszech w kontekście europejskim*, Rzeszów 2002, s. 203

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

Grecja

Państwowy nadzór nad radiem i telewizją sprawuje Elliniki Radiofonia Tileorasi (ERT S.A.) założona w 1938 roku. W 1990 rozpoczęły działalność dwie prywatne stacje telewizyjne: Mega Channel i Antenna TV; telewizja publiczna nadaje trzy programy: ET1, ET2, ET3.

Hiszpania

Działalność radia i telewizji hiszpańskiej kontrolowana i koordynowana jest przez Radiotelevision Espanola (RTVE). Działają też regionalne organizacje koordynujące pracę radiowych i telewizyjnych stacji nadawczych emitujących programy w językach poszczególnych regionów. Hiszpańskie Radio emituje swoje programy od 1923 r. Radio Nacional de Espana jest instytucją rządową i ma 17 stacji regionalnych; emituje pięć programów ogólnokrajowych; Radio Exterior Espana nadaje serwis zagraniczny w 16 językach do Europy, obu Ameryk, Australii i Afryki. Ponadto działa 300 stacji prywatnych o różnym zasięgu. Stacje te zrzeszone są w Asociacion Espanola de la Radio-difusion Privada (AERP). Telewizja finansowana jest ze środków rządowych, reklam i produkcji własnej. Television Espanola nadaje dwa programy TVE-1 i TVE-2; posiada 15 stacji regionalnych. Programy TV emitowane są tylko w Hiszpanii. Odebrać je można w całej Europie (w Polsce również) obu Amerykach, czy Afryce.

Wśród krajów wstępujących do EU sytuacja wygląda następująco:

Republika Czeska

Czeskie Radio (Český Rozhlas) nadaje obecnie cztery programy ogólnokrajowe, kilka programów regionalnych i program dla zagranicy. Czechy podobnie jak Polska zmieniły zakres UKF z „dolnego” na „górnym”¹¹.

Český Rozhlas 1 Radiozurnal. to całodobowy program informacyjno – muzyczny nadawany na falach długich i UKF-ie. Český Rozhlas 2 Praha, to program ogólny. są w nim audycje rozrywkowe, muzyczne, informacyjne i inne. Český Rozhlas 3 Vltava, to program muzyczny, który można porównać z polską „Dwójką”. Jest nadawany przez całą dobę z nadajników dużej mocy. Český Rozhlas 4 (ČRo Regina Praha), jest programem regionalnym, dostępnym tylko w Pradze i okolicach na częstotliwości 92.6 MHz. Ma on charakter miejski. W ramówce znajduje się również audycja w języku angielskim ČRo 7 adresowana do licznie odwiedzających stolicę Czech turystów. Český Rozhlas 5 Regina, to wspólna nazwa kilku programów regionalnych. Pragi, Brna, Olomuńca, Ostrawy.

Nadawany jest także program dla Czechów przebywających za granicą Český Rozhlas Radio Praha. Nadaje w językach: czeskim, angielskim, hiszpańskim i rosyjskim¹².

¹¹ Matej Sisolak, *Medialni politika Ceske Republiky W: Państwa Europy środkowowschodniej w drodze do Unii Europejskiej*, Rzeszów 2002, s. 71

¹² Czeskie Radio w Internecie: www.rozhlas.cz

Podobnie rzecz ma się z telewizją. Dodać należy, że najbardziej lubianymi kanałami w CR są programy Telewizji NOVA czy CTV 1 i CTV 2.

Dodać należy, że zarówno w Czeskiej Republice, jak i sąsiedniej Słowacji, kontrolę nad radiem sprawuje Rada Czeskiego Radia (Rada Českého rozhlasu), a jej kompetencje zbliżone są do kompetencji polskiej KRRiTV. W Minionym roku Český Rozhlas obchodził swoje osiemdziesiąte urodziny. Dało to pretekst do powstania licznych artykułów, spotkań radiowych weteranów i obecnie pracujących dziennikarzy ze słuchaczami. Osiemdziesiąta rocznica powstania Czeskiego radia zaowocowała także licznymi publikacjami o charakterze naukowym¹³.

Słowacja

Słowackie Radio (Slovensky Rozhlas Sro) nadaje trzy programy ogólnokrajowe, trzy regionalne, program z audycjami dla mniejszości narodowych i dla zagranicy.

Slovensko 1 jest głównym programem informacyjnym i publicystycznym, w którym nie brakuje dobrej muzyki rozrywkowej i innych audycji słownych. Najpopularniejsza stacja radiowa na Słowacji, którą można porównać do polskiej Trójki. Slovensko 2 Radio Devín, to program o charakterze muzycznym, przeznaczony dla miłośników muzyki poważnej i jazzu. Slovensko 3 Rock FM, to program nie przypominający radia publicznego. Nadająca całą dobę rozgłośnia słynie raczej z formuły music and news. Slovensko 4 Radio Regina, zrzesza rozgłośnie regionalne z Koszyc, Bańskiej Bystrzycy, czy Bratysławy. Slovensko 5 Radio Patria nadaje dla mniejszości narodowych w językach: węgierskim, ukraińskim, polskim, rosyjskim i czeskim oraz niemieckim¹⁴. Ołbrzymią popularnością cieszy się też na słowacji komercyjna stacja Radio Z.

W ostatnim czasie dokonano szeregu zmian w publicznym radiu słowackim. Stało się to 31 sierpnia 2004 roku. Część z wspomnianych przeobrażeń związana jest z członkostwem Słowacji w UE, część natomiast podyktowana została narastającą konkurencją na tamtejszym rynku medialnym. Jak wspomina PhDr. Ján Šmihul – redaktor naczelny Słowackiego Radia Słowackie Radio ma być konkurencyjne, nowoczesne i rzetelne w przekazywaniu informacji. Zmiany te przeprowadzono z okazji osiemdziesiątych urodzin Słowackiego Radia.

Węgry

Węgierskie Radio (Magyar Radio) nadaje trzy programy ogólnokrajowe, dziewięć programów regionalnych i program dla zagranicy. Wszystkie programy Radia Węgierskiego są również nadawane przez satelitę.¹⁵

¹³ František Hrdlička: *Československý rozhlas v Květnovém povstání. Jiti Hraše: Rozhlasová žurnalistika třicátých let.*

¹⁴ www.slovakradio.sk, www.radio.sk

¹⁵ Peter Talas, *Rola mediów środkowoeuropejskich w Integracji europejskiej naszego regionu*, Rzeszów 2002, s. 53.

Współczesne media publiczne w Polsce i w krajach Unii Europejskiej

Podobnie rzecz ma się z Węgierską Telewizją. Obecnie nadawana jest również przez satelitę. Kontrolę nad Mediami elektronicznymi sprawuje organ konstytucyjny.

Dzisiejsze media, zarówno w „Starej”, jak i „Nowej” Europie mają wiele do zrobienia, nie w znaczeniu technicznym, czy programowym, bo te przynajmniej w wydaniu publicznym są na najwyższym poziomie. Ich rola w poszerzonej Unii będzie polegać także na przełamywaniu stereotypów, na bardziej jeszcze aktywnym uczestniczeniu we wzajemnym poznawaniu całej rodziny państw, które 1 maja ubiegłego roku stały się członkami Unii, nie zapominając jednak o tych, którzy na ten dzień muszą jeszcze trochę poczekać. W Polsce, jak i większości krajów Unii Europejskiej system medialny oparty jest na pluralizmie. Zaowocowało to nie tylko większą ofertą programową, lecz przede wszystkim przyczyniło się do zwiększenia konkurencyjności i rzetelności. Przekłada się to w oczywisty sposób na jakość przekazywanych informacji i emitowanych programów. W zalewie konkurencji komercyjnej, muszą media publiczne oprzeć się pokusie sprostania za wszelką cenę gustom słuchacza, czy widza i skoncentrować się na tym, co stanowiło o ich sile i atrakcyjności. Są to więc programy o charakterze kulturalnym (jak Teatr Polskiego Radia, czy Teatr TV w Polsce), edukacyjnym, czy rozrywkowym; mając oczywiście na myśli rozrywkę na najwyższym poziomie, promując przy tym kulturę narodową.

Należy więc powstrzymać różne zakusy zmierzające do prywatyzacji Polskiego Radia i TV, by nie stały się one kolejnym na rynku komercyjnym medium, lecz dbać o jak najlepsze funkcjonowanie publicznych środków masowej komunikacji, działając przy tym tak, by ich funkcjonowanie było jak najbardziej przejrzyste, rzetelne i obiektywne.