

RYSZARD FILAS

CZY W POLSCE JEST MIEJSCE NA LOKALNĄ TELEWIZJĘ KOMERCYJNĄ? Doświadczenia i perspektywy

Tytuł¹ brzmi może nieco prowokacyjnie, ale oddaje, moim zdaniem, doświadczenia z dwóch pierwszych dekad przemian polskich mediów lokalnych po roku 1989, odsłania także dylematy tych, którzy mają (mogą mieć) pewien realny wpływ na politykę wobec mediów w naszym kraju; badaczy mediów zaś skłonić może nie tylko do stawiania hipotez, ale wręcz spekulacji co do kierunku możliwych wydarzeń na tym rynku.

Rozważania poniższe dotyczą, podkreślmy, prawie wyłącznie mediów komercyjnych, zwłaszcza tzw. koncesjonowanych (działalność wymaga koncesji KRRiT na mocy Ustawy o radiofonii i telewizji), choć rozwój nowych technologii, w tym tzw. telewizji internetowej, sprawia, że winniśmy być otwarci na zjawiska, które wspomnianej ustawie się wymykają i niekoniecznie mają komercyjny charakter (np. telewizja internetowa tzw. środowiskowa bądź utrzymywana przez samorządy lokalne). Z pewnością jednak wyłączamy z pola obserwacji regionalną telewizję publiczną (TVP) we wszystkich jej dotychczasowych wcieleniach, choć i jej byt staje się ostatnio mniej pewny (szefowie TVP planują całkowicie oddzielić TVP Info od stacji i programów regionalnych).

Obraz, który wyłania się na podstawie tych ponaddwudziestoletnich doświadczeń, nie jest, przynajmniej na pierwszy rzut oka, zbyt optymistyczny: poniżej przedstawię wiele argumentów, które przemawiają na rzecz tej tezy. Tym bardziej interesujące jest pytanie, czy znajdujemy jakieś symptomy poprawy, czy ukazują się nowe możliwości. W opracowaniu niniejszym podejmuję obydwie wątki. Wcześniej jednak nie unikniemy próby sprecyzowania terminu *telewizja lokalna*, aby z kolei sięgnąć do historii z lat 90. XX wieku.

¹ Jest to zaktualizowany i rozszerzony tekst referatu wygłoszonego na konferencji pt. „Media regionalne i lokalne – tożsamość, wspólnotowość, podmiotowość” – PWSZ Oświęcim, 9 czerwca 2011 r.

1. Zakres „lokalności” stacji telewizyjnej

Poszukując kryteriów lokalności stacji telewizyjnych, można oczywiście zwracać uwagę na różne aspekty podnoszone w literaturze przedmiotu, ale sędzę, że podobnie jak w wypadku prasy, decydujące znaczenie ma kryterium treściowe: dominacja w programie tematyki lokalnej, kierowanej do określonej społeczności terytorialnej. W wypadku telewizji naziemnej liczy się także, co oczywiste, techniczny zasięg oddziaływania, uzależniony od liczby nadajników, ich mocy oraz usytuowania (jak również przeszkód terenowych). Pozwala to odróżnić telewizję regionalną od lokalnej i ewentualnie sublokalnej. W wypadku telewizji satelitarnej bariery przestrzenne mają mniejsze znaczenie, w wypadku telewizji internetowej – znikają całkowicie (potencjalnie ma ona zasięg globalny).

Wielce pomocnym narzędziem będzie tu wykładnia KRRiT, sformułowana w związku z konkursem na uruchomienie jednej z najmłodszych stacji naziemnych². Nadawca realizuje tematykę lokalną za pomocą różnych rodzajów i gatunków telewizyjnych, w których prezentowane są: aktualne wydarzenia i problemy (społeczne, polityczne, gospodarcze, artystyczne, sportowe i inne) dotyczące lokalnej społeczności, kultura i historia danego regionu (w tym twórczość ludowa i muzyka ludowa regionu w wykonaniu zespołów ludowych itp.), a także użyteczne informacje lokalne. Formy realizacji tej tematyki (lokalnej) mogą być bardzo różnorodne. KRRiT wymienia następujące:

- *własne lokalne serwisy informacyjne (dzienniki);*
- *informacje o lokalnych wydarzeniach, nadawanych poza serwisami informacyjnymi (dziennikami), np. relacje reporterskie z wydarzeń na żywo, korespondencje;*
- *informacje o działaniach administracji państwowej i samorządowej, odnoszących się do regionu i jego mieszkańców;*
- *przeglądy prasy lokalnej/regionalnej;*
- *lokalne informatory pogodowe, drogowe dla kierowców, medyczne, o pracy służb miejskich, urzędów, służby zdrowia, o awariach, wypadkach, repertuary kin i teatrów, zapowiedzi imprez kulturalnych, rozrywkowych, sportowych;*
- *publicystyka na temat problemów lokalnych, realizowana przez różne formy telewizyjne: dyskusje, rozmowy, felietony, komentarze, recenzje, wywiady, sondaże opinii;*
- *transmisje i relacje z lokalnych imprez, akcji społecznych i wydarzeń, które stacja inicjuje, w których współuczestniczy, nad którymi sprawuje patronat;*
- *konkursy i quizy antenowe na temat wiedzy o miejscu i społeczności, dla której nadawany jest program (jego historii, kultury, aktualnych problemów);*

² Ogłoszenie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 10 listopada 2005 roku o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programu telewizyjnego (M.P. 2005, Nr 70, poz. 971).

- *audycje i inne przekazy prezentujące lokalnych twórców danego regionu i ich twórczość;*
- *muzyka ludowa danego regionu (w wykonaniu zespołów ludowych)*³.

W wypadku nadawcy radiowego czy telewizyjnego pojawia się jeszcze jedna ważna kwestia: ile tej „lokalności” trzeba umieścić w programie danej stacji. Idzie o to, czy jest jakieś minimum obecności treści lokalnych w całej wyżej zarysowanej różnorodności, aby stacja spełniała warunki koncesji. W ostatniej dekadzie KRRiT, jako strażnik ładu w eterze, określała w koncesji na tzw. program uniwersalny dla nadawcy radiowego minimum 10–12% (w zależności od wielkości miejscowości) tygodniowego czasu antenowego (ale liczonego w godz. 6.00–22.00, bez pory nocnej) na programy o charakterze lokalnym. Od lokalnych nadawców telewizyjnych KRRiT oczekuje, że realizacja tematyki lokalnej (w różnych formach gatunkowych) zajmie minimum dwie godziny dziennie czasu antenowego danej stacji, natomiast resztę czasu antenowego mogą one wykorzystywać dowolnie (w praktyce wszystkie retransmitują program innego nadawcy działającego na rynku krajowym: TV4 lub TVN).

2. Z (pre)historii stacji naziemnych

Telewizja komercyjna w naszym kraju rodziła się u progu lat 90. XX wieku jako alternatywa dla dwóch istniejących kanałów ogólnopolskich dotychczasowego państwowego monopolisty – Telewizji Polskiej. Pierwsze stacje prywatne, jak wiadomo, miały siłą rzeczy charakter lokalny (wykorzystywały nielegalnie jakąś wolną częstotliwość naziemną, zwykle zarezerwowaną dla wojska na wypadek działań wojennych, pozwalającą na zainstalowanie nadajnika raczej słabej mocy) i prawie wyłącznie (z wyjątkiem wrocławskiej TV Echo) piracki – także ze względu na brak uregulowań prawnych do czasu przyznania pierwszych koncesji na mocy Ustawy o radiofonii i telewizji uchwalonej w końcu 1992 roku (tzn. w praktyce – co najmniej do połowy roku 1994). W tym blisko pięcioletnim okresie pirackim pojawiło się w sumie 19 stacji, spośród których tylko pięć otrzymało w tzw. pierwszym procesie koncesyjnym prawo do legalnej działalności w eterze. Zestaw stacji działających w tym pionierskim okresie przedstawia tabela 1.

Stacje pirackie powstawały zwykle samodzielnie, niezależnie od siebie, w większych ośrodkach miejskich. Jednak i one (dokładniej – większość spośród nich), jeszcze w okresie pirackim, przeszły proces konsolidacji. Dokładniej, w marcu 1993 roku 12 spośród 19 stacji lokalnych weszło do sieci Polonia 1. Sieć zorganizował i finansował sardyński biznesmen Nicola Grauso, uchodzący za biznesowego współpracownika Silvia Berlusconi, magnata medialnego i niedawnego premiera Włoch. Pisano wówczas, że Grauso (w owym czasie był już właścicielem, do 1995 roku, dziennika wówczas ogólnopolskiego – *Życie War-*

³ Tamże.

szawy) planuje zbudować sieć 18 stacji lokalnych (oprócz wymienionych w tabeli – jeszcze w Częstochowie, Kielcach, Tarnowie, Rzeszowie i Zielonej Górze), którą można będzie przekształcić w oddolnie zbudowaną sieć ogólnopolską (tak jak to udało się Berlusconiemu w latach 80. we Włoszech).

Tabela 1. Lokalne stacje komercyjne TV działające w okresie przedkoncesyjnym (1990–1994). W nawiasie podano rok debiutu stacji

Lp.	Stacje należące do sieci Polonia 1	Stacje niezależne
1.	PTV Echo – Wrocław (1990)	Sky Orunia – Gdańsk (1990)
2.	PTV Morze – Szczecin (1990)	TV Lubań (1990)*
3.	PTV Rondo – Katowice (1992)	Top Canal – Warszawa (1992)
4.	Telewizja Niezależna Lublin (1992)	TV Vigor – Gorzów Wlkp. (1992)*
5.	Tele 24 – Łódź (1992)	TV Aval – Jelenia Góra (1992)*
6.	TV ES – Poznań (1992)	TV Centrum – Kalisz (1993)*
7.	PTV Krater – Kraków (1993)	TVR Legnica (1993)*
8.	TV Copernicus – Olsztyn (1993)	
9.	PTV Opole vel Telopol – Opole (1993)	
10.	TV EX – Bydgoszcz (1993)	
11.	TV Tele Top vel PTV Neptun – Gdynia (1993)	
12.	Nowa Telewizja – Warszawa (1993)	

* Stacje otrzymały koncesję w 1994 roku.

Stacje Polonii 1 (na przykładzie krakowskiej PTV Krater) zapisały się w pamięci widzów nie tylko jako dostarczyciele dużej porcji rozrywki nieznannej odbiorcom programów TVP (jak np. amerykańskie seriale przygodowe „Drużyna A” i „McGyver” oraz telenowele latynoskie), ale także – przynajmniej początkowo – jako kanały oferujące sporo dynamicznie robionych programów lokalnych, reportaży z terenu na temat ważnych wydarzeń lokalnych itp. Z biegiem czasu liczba i czas emisji tych ostatnich się kurczyły, natomiast ramówkę opinały sześciogodzinne bloki filmowo-rozrywkowe (kasety dostarczano samolotami z Italii i tylko tłumaczono tekst z języka włoskiego na polski), powtarzane cztery razy na dobę (i przetykane reklamami przyjmowanymi przez agencję PubliPolska, nasz odpowiednik włoskiej PubliItalia).

W pierwszym procesie koncesyjnym KRRiT odrzuciła wszystkie wnioski (zarówno na nadawanie lokalne, jak też – tym bardziej – na sieć ogólnopolską)⁴ stacji skupionych w Polonii 1. Nadawały one, już całkowicie nielegalnie, program do końca wakacji 1994. Na przełomie września i października 1994 ich nadajniki

⁴ Program sieciowy Polonii 1 nadawała także, przez jakiś czas, kaliska TV Centrum (należąca do tamtejszego Centrum Kultury), która dostała koncesję.

zostały (siłą) wyłączone, program Polonii 1 przeniesiono na satelitę (początkowo emisja z Włoch), niebawem zaś Nicola Grauso wycofał się z wszelkich interesów w Polsce.

W przeciwieństwie do stacji Polonia 1, większość pozostałych stacji pirackich (z wyjątkiem warszawskiego Top Canalu – też „źle widzianego” w KRRiT) uzyskała 10-letnie koncesje na nadawanie programu naziemnego. Przyznano wówczas w sumie koncesje 12 stacjom lokalnym (dwie w ogóle nie wystartowały) i TV Niepokalanów (program społeczno-religijny)⁵. Były to głównie stacje w pasie zachodnim, które parę lat później, wobec płytkości rynku reklamowego i narastających kłopotów finansowych, szukały porozumienia i utworzyły grupę „Odra”. Dodajmy, że spośród pionierów jedynie gdańska TV Sky Orunia nie doznała lepszych czasów; stacja zbankrutowała w następstwie tragicznego pożaru podczas transmisji koncertu zespołu Golden Life w hali Stoczni Gdańskiej (m.in. zniszczeniu uległ cały sprzęt tej telewizji).

Nieco później koncesję lokalną uzyskały także TV Amber z Gdyni oraz Studio NTL w Radomsku (woj. łódzkie). TV Amber, która przez kilka lat udostępniała swoją częstotliwość na emisję programu TV Puls (od 2001 roku), zrezygnowała z ubiegania się o nową koncesję i nie nadaje programu. Natomiast w 2005 roku Studio NTL w Radomsku podpisało umowę z TVN (a później zostało kupione przez grupę TVN); teraz retransmituje na swoim obszarze program TVN (ale nadaje lokalne pasma informacyjne).

Przykładem skutecznej konsolidacji, a z czasem i koncentracji kapitałowej stało się Porozumienie „Odra”⁶. Obejmowało ono stacje lokalne, które dostały koncesje w 1994 lub 1995 roku, powołane do życia przez ludzi, którym przyświecała idea stworzenia małych, lokalnych telewizji. Potem z powodu recesji i załamania rynku reklamowego miały one kłopoty finansowe. Stąd idea współpracy zrealizowana pod koniec lat 90.

W praktyce okazało się, że lokalne rynki reklamowe są zbyt płytkie, by stacje tworzące Porozumienie „Odra” mogły się utrzymać. Telewizje w dorzeczu Odry postawiły na współpracę (koordynowane zakupy programowe oraz reklama). Porozumienie „Odra” stworzono też jako przeciwwagę dla TVN (ta stacja, po otrzymaniu koncesji w roku 1996, przejęła kontrolę nad ponadregionalną TV Wisła). Głównymi architektami Porozumienia byli związani (w owym czasie) z właścicielem Polsatu Andrzej Kuchar (były koszykarz, prezes Telewizji Dolnośląskiej, twórca wcześniejszej wrocławskiej TV Echo) i Tomasz Kurzewski (późniejszy długoletni prezes TV4).

Porozumienie szybko znalazło się „w objęciach” grupy Polsatu⁷. Dostawcą programu do sieci była wrocławska spółka PAI Film należąca do Polsatu. Po urucho-

⁵ Zob. T. Mielczarek: *Monopol pluralizm koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007, s. 358.

⁶ Więcej szczegółów – zob. R. Kowalczyk: *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2009, s. 192–194.

⁷ Zob. m.in. P. Walicki: *Ukryte zależności. Czy Polsat podporządkowuje sobie stacje lokalne?*, *Media i Marketing Polska* 2000, nr 13, s. 19.

mieniu Naszej Telewizji (17 stycznia 1998) sieć „Odry” zaczęła retransmitować jej program. Własnych audycji nadawała tylko tyle, ile wymagały koncesje. Po przekształceniu programu Naszej TV w TV4 (kwiecień 2000) – stacje Porozumienia „Odra” retransmitują bloki programowe tej stacji (tzn. TV4). W 2001 roku KRRiT wyraziła zgodę na dokonanie zmian w poszczególnych koncesjach umożliwiających objęcie przez spółkę Trans Media Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (będącą równocześnie głównym akcjonariuszem spółki Polskie Media S.A. rozpowszechniającej program TV4) większościowych udziałów w stacjach należących do Porozumienia.

Kolejnym krokiem tej ewolucji było przejście od grupy stacji lokalnych „Odra” do TV Odra. W 2004 roku już jedynie Telewizja Dolnośląska i Telewizja Zagłębia Miedziowego nadawały jeszcze własne programy regionalne (cztery pozostałe stacje już nie). 17 grudnia 2004 roku KRRiT przyznała nową koncesję na nadawanie naziemnego programu telewizyjnego⁸:

- we Wrocławiu (TeDe – Telewizja Dolnośląska),
- w Gorzowie (TV Vigor),
- w Zielonej Górze (TV 51),
- w Lubinie (Telewizja Zagłębia Miedziowego),
- w Jeleniej Górze (TV Aval).

Z zestawu miast dotychczas będących w zasięgu działania „Odry” wypadł natomiast w tym czasie Szczecin (na miejsce TV Bryza powstała w 2005 roku niezależna od grupy – TV Gryf).

Dzięki tym przekształceniom własne programy lokalne mogą wciąż jeszcze oglądać mieszkańcy zachodniej części kraju. Program, w wymiarze dwu godzin dziennie, nadaje Telewizja Odra (jako nowy podmiot w miejsce sześciu dotychczasowych nadawców). Pozostałą część czasu antenowego zapełnia TV4 (co zwiększa jej zasięg do 79% tzw. pokrycia ludnościowego). Warunkiem zgody na powstanie spółki TV Odra było przywrócenie programów lokalnych.

Nowy program TV Odra (w obecnym kształcie organizacyjnym – po przyznaniu koncesji) debiutował 15 kwietnia 2005 roku. Stacja ma do dziś pięć odmian regionalnych i zajmuje średnio w każdej stacji po dwie godziny dziennie, a tzw. wypełniaczem jest TV4. Audycje o tematyce lokalnej były przygotowywane przez zespoły reporterów – korespondentów odrębnie dla każdego z miast. W każdym z tych programów nadawany był codziennie lokalny dziennik „Flesz”, lokalne użyteczne informatory, magazyny reporterów (itd.) oraz audycje publicystyczne (np. „Czas dla...”, „Temat dnia”). Dostarczały one bieżących informacji, prezentowano działania lokalnych instytucji i samorządów, wyjaśniano lokalne problemy społeczno-gospodarcze, popularyzowano wiedzę z zakresu historii regionu, promowano regionalną twórczość artystyczną. We wszystkich programach trzon oferty stanowiły audycje informacyjne i publicystyka (od 87% we Wrocła-

⁸ Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, KRRiT, marzec 2006.

wiu do 72% w Legnicy). Ponadto nadawano audycje poradnikowe (z wyjątkiem Gorzowa i Zielonej Góry), magazyny i transmisje z lokalnych imprez sportowych (oprócz Wrocławia). Audycje o tematyce lokalnej nadawane były codziennie w czterech pasmach czasowych (od 10 do 50 minut każde)⁹.

Na oddzielną uwagę zasługuje, moim zdaniem, casus TV Gryf w Szczecinie. Wiosną 2003 roku w Szczecinie pojawiła się TV Gryf, początkowo – tylko jako program w sieciach kablowych. Od 2005 roku działała już jako telewizja naziemna (na miejsce dawnej TV Bryza, współpracującej z grupą „Odra”). TV Gryf nadawała 17-godzinny (w godz. 7.00–24.00) program regionalny – odbierany w promieniu 50 km od Szczecina. Od października 2005 roku stacja emitowała co godzinę serwisy lokalne. Nadawała też programy o tematyce społeczno-gospodarczej, politycznej, rozrywkowej, kulturalnej i sportowej. Stacja podobno nie miała problemów finansowych, utrzymywała się z reklam. Według jednego z ówczesnych z badań, 50% widzów województwa zachodniopomorskiego co najmniej raz w tygodniu oglądało program TV Gryf.

W sprawozdaniu KRRiT (za rok 2005) doceniono rodzaje audycji oraz różnorodność podejmowanej tematyki lokalnej. Codziennie, z wyjątkiem dni weekendowych, nadawano realizowaną na żywo audycję „Poranek z Gryfem”, w której zaproszeni goście rozmawiali o sprawach lokalnych (np. inicjatywy społeczne, wydarzenia kulturalne regionu). W godz. 9.00–16.00 (o pełnej godzinie) emitowano dwuminutowe lokalne serwisy informacyjne („Gryf Serwis”), o godz. 20.00 – 12-minutowy „Obiektyw” (serwis rozszerzony), a raz w tygodniu – półgodzinny przegląd najważniejszych wydarzeń tygodnia. Publicystyka lokalna to np. audycje „Nasz gość” (dyskusja – z udziałem dziennikarzy, ekspertów, radnych, parlamentarzystów, lokalnych polityków – o najważniejszych wydarzeniach dnia w regionie), „Szczecińskie forum” (o istotnych dla miasta i regionu zagadnieniach i problemach), „Nasze miasto” (o pomysłach i inicjatywach wpływających na ożywienie Szczecina) oraz satyryczna audycja „Naturalnie Szczecin” (o wydarzeniach i decyzjach urzędniczych). W innych, cyklicznie nadawanych audycjach pokazywano najciekawsze miejsca w Szczecinie, relacjonowano wydarzenia kulturalne (także z udziałem artystów amatorów), sportowe, wydarzenia w środowisku akademickim, a w magazynie katolickim omawiano sprawy dotyczące lokalnego kościoła. Nadawano także audycje dla dzieci (w tym lekcje języka angielskiego), relacje z odbywających się w Szczecinie koncertów, audycje poradnikowe (głównie motoryzacyjne i kulinarne), *talk-show* i listy przebojów.

Mieszkańcy Szczecina i Pomorza Zachodniego niezbyt długo mogli korzystać z oferty nowej TV Gryf. O stacji stało się głośno w marcu 2006 roku, gdy zmarł właściciel koncesji – Łukasz Borowiecki. Ponieważ koncesja była wystawiona imiennie, dla osoby fizycznej (a nie prawnej), zgodnie z prawem z dnia na dzień (8 marca 2006) stacja musiała zamilknąć (koncesja tego typu automatycznie wygasa po śmierci właściciela). Czterdzieści osób zatrudnionych w niej udało się na

⁹ Zob. tamże.

urlopy bezpłatne. Wprawdzie chory właściciel koncesji próbował przed śmiercią przepisać ją na rodzinę, ale prawnie jest to niemożliwe (w świetle ustawy o rtv); koncesjami nie można handlować, nie można ich dziedziczyć ani wnosić aportem do spółek. KRRiT była bezradna w świetle prawa. Członkowie nowej Rady obiecywali jednak, że jeśli tylko spadkobiercy założą spółkę i wystąpią z wnioskiem o koncesję, zostanie ona szybko rozpatrzone pozytywnie. Ostatecznie stacja już nigdy nie wróciła na antenę.

3. Rynek naziemnych komercyjnych stacji lokalnych w 2012 roku

Obecnie rynek naziemnych komercyjnych telewizji lokalnych jest dosyć skromny. Drogą naziemną nadaje swój program lokalny **czterech nadawców**¹⁰:

- **TV Odra** – nadaje program w pięciu wariantach regionalnych:
Odra Jelenia Góra,
Odra Wrocław, Świdnica, Opole,
Odra Gorzów Wlkp.,
Odra Zielona Góra,
Odra Głogów, Lubin, Legnica;
- **NTL Radomsko** – niegdyś współpracowała z Porozumieniem „Odra” (uzupełniając czas antenowy programem TV4), obecnie należy do Grupy TVN, wypełniaczem jest program TVN;
- **TV Łużyce** (do połowy 2008 roku znana jako TV Lubań–Bolesławiec) – zasięg: cztery powiaty, około 250 tys. osób, wypełniacz: TVN;
- **TVT Rybnik** – najmłodsza (start – 2007 roku), program z dominacją muzyki rozrywkowej i edukacji; wypełniacz (od sierpnia 2010): TVN.

Wszystkie stacje nadają program lokalny przez około dwie godziny dziennie, natomiast resztę czasu wypełniają retransmitowanym programem stacji ponadregionalnych: TV4 (stacje Odry) lub TVN (reszta).

4. Nowość: satelitarna TV regionalna/lokalna

W ostatnich latach powstało kilka stacji lokalnych, które mają wyłącznie koncesję satelitarną typu *free-to-air* (oczywiście program może też trafić do kablówek):

- **TVS (TV Silesia)** – od marca 2008 do dziś;
- **TVN Warszawa** – od grudnia 2008 (zawieszona formalnie w marcu 2011; do końca maja 2011 nadawała jeszcze powtórki, po czym całkowicie przeszła do Internetu);

¹⁰ Zob. Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, rozdz. IV, KRRiT, marzec 2011.

- **CSB TV** – od sierpnia 2010 (regionalna stacja informacyjno-rozrywkowa w Rumi; nadawała program w jęz. polskim i kaszubskim); po zmianie właściciela jesienią 2011 roku nadawała program coraz bardziej uniwersalny, a wiosną 2012 – znikła z anteny.

O podobną koncesję starał się kanał satelitarny **CTV**; w stacji miałyby się pojawiać produkcje lokalnych telewizji kablowych (przy współudziale PIKE)¹¹.

4.1. Od TV Silesia do TVS

Wielce pouczający jest, jak się wydaje, casus śląskiej TVS (TV Silesia), dlatego zajmiemy się nim obszerniej. Stacja debiutowała 29 marca 2008 roku (z programem 12-godzinny: 10.00–22.00). Właściciel, Arkadiusz Hołda, to śląski biznesmen (branża budowlana), a równocześnie kanclerz WST. Koszt początkowy uruchomienia sięgnął 20 mln zł. Stacja miała swą siedzibę w centrum Katowic. Program, jako niekodowana telewizja satelitarna (Hot Bird), dostępny jest też na platformach satelitarnych i w kablówkach. Założono wstępnie pięć lat jako czas osiągnięcia rentowności, ale potem dwukrotnie go skracano. Na czele pierwszego składu redakcji stali: dyrektor programowy Sławomir Zieliński (z TVP1) oraz szef informacji i publicystyki Marek Czyż (z TVP Katowice; w 2011 roku wrócił do TVP Info). Pozyskano dziennikarzy ze stacji radiowych i miejscowych gazet. Zaplecze techniczne stanowiło 14 wozów reporterskich i wóz satelitarny; wszystkie programy produkowano w standardzie HD, cała obróbka – komputerowa. Razem z telewizją ruszył portal (Tvs.pl) i internetowe Radio Silesia.

Szczególnie interesująca wydaje się ewolucja koncepcji programowej stacji, jaka dokonała się w ciągu czterech lat jej istnienia.

Założenia programowe na starcie (2008 rok) były bardzo optymistyczne: powstawała pierwsza stacja satelitarna o charakterze regionalnym. *Ludzie chcą oglądać telewizję, która mówi o ich codziennych problemach. Największą wartością takiej stacji jest jej bliskość. Tego nie dadzą widzom programy ogólnopolskie*¹². *Jak zapcham ramówkę tasiemcowymi serialami, to psu na budę taka telewizja śląska. Naszą konkurencją są wszystkie polskie stacje telewizyjne i czymś musimy się wyróżnić*¹³. Zamierzano więc pokazywać to, co się dzieje na Śląsku, zwłaszcza w kontekście pozytywnym, nie kupować gotowych formatów, ale wymyślać własne, szukać swoistości. Tak zdefiniowana ramówka – to *miks nowoczesności z ukłonem w kierunku tradycji*¹⁴. Obejmowała m.in. takie programy, jak: „Silesia informacje” (pięć razy dziennie; główne wydanie – godz. 21.00), „Reporter”, „Propozycja do śląskiej listy szlagierów” (piosenka biesiadna w gwarze śląskiej),

¹¹ Presserwis, 21.02.2011.

¹² Wypowiedź pierwszego dyrektora TVS – Sławomira Zielińskiego jeszcze przed uruchomieniem stacji. Zob. E. Rutkowska: *Komiwojażerka*, *Press* 2007, nr 9, s. 56–59.

¹³ P. Jedlecki: *Śląska wizja*, *Press* 2008, nr 7, s. 38–39.

¹⁴ Tamże.

„Koncert życzeń” (śląskie przeboje), a także magazyny: sportowy, hobbystyczny, policyjny, studencki, kulinarny, kulturalny¹⁵.

Zarzuty pod jej adresem pojawiły się wkrótce po starcie. Mówiono, że to „śląska cepelia” – kultura śląska nie najwyższych lotów, wytykano brak materiałów z sąsiadującego Zagłębia czy regionu częstochowskiego.

Znamienna i pouczająca jest ewolucja programu TVS (2008–2011), którą przedstawimy pokrótce w świetle dostępnych źródeł (głównie serwisów internetowych: Presserwis i WirtualneMedia.pl, a także kilku publikacji w branżowym miesięczniku *Press*¹⁶).

- Jesień 2008: wprowadzono filmy fabularne.
- Wiosna 2009: nowy naczelny TVS – Andrzej Andrzejewski wprowadza generalnie więcej rozrywki w TVS (teleturniej o tematyce podróżniczej, program satyryczny, nowy *talk-show*, programy własne dla Polaków na emigracji) oraz programy i serie zakupione od innych producentów. *Moją największą ambicją jest stworzenie rozrywkowego show, który będzie lokomotywą TVS. Będzie mniej „radia w telewizji”*¹⁷.
- Jesień 2009: jest nowy dyrektor programowy – Marek Czyż (odeszli z TVS: Sławomir Zieliński oraz Jarosław Hasiński – ten został prezesem Polskiego Radia). Generalne założenia: ciąć koszty, dawać **mniej informacji lokalnych**, dotrzeć do widzów młodszych i mieszkających nie tylko na Śląsku, skrócić czas osiągnięcia rentowności do trzech lat (czyli do roku 2011)¹⁸.
- Wiosna 2010: duże zmiany organizacyjne w stacji (pod kierownictwem A. Andrzejewskiego). Czas osiągnięcia rentowności skrócony został do trzech miesięcy (czyli do połowy 2010 roku), południowe „Silesia Informacje” przybrały formułę „Teleexpressu”, nastąpiła likwidacja redakcji sportowej i biznesowej, odświeżenie pasma programowego „Radio Silesia” (o 7.00 i 22.00). *Nie ma sensu walka o młodych widzów, bo kierowane do nich stacje muzyczne rosną jak grzyby po deszczu. Stwierdziliśmy, że będziemy robić program dla osób starszych, powyżej 30. roku życia. Dlatego zamiast najnowszych przebojów, w „Radiu Silesia” prezentowane mają być utwory z formatu oldies i tzw. muzyka śląska*¹⁹.
- Jesień 2010: przesunięcie głównych „Silesia Informacji” na godz. 20.00 (z 21.30), *morning show*, serial erotyczny (codziennie 22.05 i 23.15), codzienne pasmo z polskimi filmami, telenowela meksykańska „Pasion Mo-

¹⁵ Rozmowa Patryka Pallusa ze Sławomirem Zielińskim na portalu WirtualneMedia.pl, 13.04.2009. Obszernie początki TVS portretuje także Przemysław Jedlecki, jw.

¹⁶ P. Jedlecki: jw.; M. Koziełski: Masowe gusta, *Press* 2009, nr 9, s. 14; koz: Telewizja (nie)śląska, *Press* 2009, nr 12, s. 18; E. Rutkowska: Rynek dla żaby, nie dla bociana, *Press* 2011, nr 4, s. 13.

¹⁷ Presserwis, 4.01.2009.

¹⁸ Presserwis, 29.09.2009; Presserwis, 3.11.2009; Jarosław Hasiński rezygnuje z pracy w TVS-ie, WirtualneMedia, 23.11.2009.

¹⁹ TVS ma być rentowna w ciągu kwartału, WirtualneMedia, 23.03.2010; Presserwis, 26.04.2010.

rena”, w weekendy: „Muzyczny Weekend” oraz „Super Film TVS”, produkowany przez mniejszość niemiecką dwujęzyczny program „Schlesien Journal” (11-minutowy magazyn dwujęzyczny).

- Zima/wiosna 2011: odchodzi dyr. M. Czyż; nie będzie następcy (funkcję pełni sekretarz programowy stacji)²⁰; wprowadzono trzy wydania „Silesia Informacji” (17.45, 20.00, przywrócono serwis o godz. 22.00)²¹; nastąpiło poszerzenie serwisów informacyjnych o doniesienia z kraju i zagranicy (umowa na *kontent wideo* z Agencją Reutersa); powrót weekendowej telewizji śniadaniowej („Okno na południe”). Nadawano nowe programy lifestyle’owe i poradnikowe; wyemitowano „Rozmowę z powerem” – wywiady ze znanymi osobami (nagrywane w stolicy); „Katowicką olimpiadę kabaretową”; na antenę weszła nowa telenowela meksykańska „Zakazana namiętność” (280 odcinków) i serial erotyczny.

Śląska TVS osiągnęła rentowność po dwóch i pół roku, ale stało się tak dlatego – w opinii prezesa i właściciela Arkadiusza Hołdy – że TVS **stała się stacją ogólnopolską**. *Po starcie zobaczyłem, jak mało jest reklam w regionu. Duże firmy i tak szły do domów mediowych w Warszawie*. Postarano się więc o reklamy ogólnopolskie. Zachowano w programie elementy lokalne, ale zaczęto go kierować do widzów w całym kraju. Zaplanowano stworzenie oddziału TVS w stolicy; pojawił się zamiar „postawienia” na rynek ogłoszeń drobnych²².

Trzy lata meandrów tej stacji podsumował pod koniec 2011 roku miesięcznik *Press*²³. Przywołajmy z tego tekstu tylko dwie opinie ekspertów. Według naukowca Bohdana Dzieciuchowicza z UŚ: *Uruchomienie TVS było wielkim sukcesem. Od początku jednak było widać, że właściciel mocno przedobrzył z kosztami. [...] W efekcie zaczęło znikać to, co powinno być jej znakiem rozpoznawczym, czyli lokalne dzienniki i dobra publicystyka*. Zdaniem Joanny Nowakowskiej z brokerskiej firmy Atmedia, telewizji Hołdy udało się to, czego nie udało się TVN Warszawa: *...stacja potrafi skroić program na miarę osiąganych przychodów reklamowych. [...] TVS udowodniła, że zgrabny mariaż programingu regionalnego z ogólnotematycznym pozwala z sukcesem powalczyć zarówno o ogólnopolskiego widza, jak i ogólnopolskie budżety marketingowe*. I ona przyznaje, że u źródeł sukcesu TVS leży śląska tożsamość i silna identyfikacja z regionem²⁴.

4.2. Wzloty i upadek TVN Warszawa

Nadawanie rozpoczęło 15 grudnia 2008 roku (wcześniej przeprowadzano testy), właściciel: Grupa TVN, program TV SAT, do 2010 roku – niekodowany, dostępny na platformie N i Cyfra+, a także w stołecznych kablówkach, a od końca

²⁰ Presserwis, 2.02.2011.

²¹ Presserwis, 13.01.2011; Presserwis, 15.02.2011.

²² E. Rutkowska: Rynek dla żaby..., jw.

²³ Zob. P. Jedlecki: Prezes z wizją, *Press* 2011, nr 10, s. 42–44.

²⁴ Tamże, s. 44.

2009 roku – w całej sieci UPC (cyfrowej). Osiągnięcie rentowności wyznaczono początkowo na dwa lata, potem na rok 2011. Kierownik stacji: Maciej Maciejewski; program całodobowy, lokalny – miejski (warszawski); adresat: generalnie mieszkańcy Warszawy i miast peryferyjnych (ci, którzy się w stolicy urodzili, oraz ci, którzy przyjechali tu studiować i pracować). Zespół liczył około 80 osób na starcie, a w 2011 roku – już 100.

Program TVN Warszawa także podlegał znamiennej ewolucji. Składał się, ogólnie biorąc, z trzech pasm programowych:

- porannego: „Witaj Warszawo” (7.00–9.00), w nim krótkie serwisy „Stolica”, trafiki „Ulica”, prognozy pogody, rozmowy z gośćmi;
- popołudniowego (16.00–19.00): „Odrobina miasta” (znane i nieznane załatki stolicy), serwisy: „Stolica”, „Klimat”, sportowy; raporty drogowe, kulturalno-rozrywkowy magazyn „Rytm miasta” (bliskie koncerty, pikniki, uroczystości, recenzje spektakli, filmów, wystaw), interwencyjny „Miejski reporter”;
- wieczornego (20.00–22.00): kontynuacja magazynu „Rytm miasta”, główne wydanie serwisu „Stolica” (21.30).

Ramówka weekendowa była bardziej rozrywkowa, mieściła wiele magazynów lifestyle’owych, poradnikowych. Ciekawsze magazyny (nadawane w weekendy i w ciągu tygodnia – między głównymi pozycjami ramówki) to: „Goście, goście” Elisabeth Dudy (życie w stolicy oczami obcokrajowców); „Warszawianka” Ewy Pacuły (dla kobiet); „Coś dla siebie” Mai Popielarskiej (lifestyle’owy); „Smaki miasta” Krystiana Zalejskiego (kulinarny); „Kinetyka” Tomasza Kina (rozmowy ze znanymi ludźmi); „Jest dobrze!” – Michała Ogórka (satyryczny); „Agencja nieruchomości”; „Kawaleria” – śledczy; „Kontrakt” – sportowy; „Nasza Legia” – dla kibiców Legii Warszawa (dołączył później)²⁵.

Zapowiedź kłopotów pojawiła się znieca zimą 2011 roku. Na początku lutego 2011 roku wprowadzono sporo zmian programowych. Komentowano, że odświeżony „Rytm miasta” może być początkiem poważnych zmian w TVN Warszawa²⁶. Nieoficjalnie mówiono o oszczędnościach w stacji. Miałyby one doprowadzić do zmniejszenia liczby magazynów tematycznych. Autor jednego z nich opowiadał, że od kilkunastu dni nie zna losów swojego programu w wiosennej ramówce. Według pogłosek, TVN Warszawa miał się odtąd skoncentrować na programie informacyjnym, kulturalnym i porannym.

Tymczasem wkrótce nastąpił nieoczekiwany koniec TVN Warszawa. 25 marca 2011 roku Grupa TVN poinformowała o zakończeniu w dniu następnym emisji sygnału telewizyjnego TVN Warszawa oraz przeniesieniu wszystkich aktywności związanych z tym projektem na platformę internetową www.tvnwarszawa.pl, a tak-

²⁵ TVN Warszawa odślania karty, WirtualneMedia.pl, 5.12.2008; Sitcom, nowe twarze i magazyny w TVN Warszawa, Presserwis, 25.02.2010.

²⁶ TVN Warszawa zmienia „Rytm miasta”, Presserwis, 1.02.2011.

że do nowego serwisu www.tvn.pl. Uzasadnienie podał Piotr Walter, wiceprezes Grupy TVN: *Rynek reklamy lokalnej nie daje w naszej ocenie gwarancji, że kanał TVN Warszawa stanie się rentowny w 2011 roku. Jednocześnie zmiany w sposobie konsumpcji mediów, w tym szczególnie treści audiowizualnych, doprowadziły nas do przekonania, że koncentracja naszej aktywności w sieci pozwoli zarówno zoptymalizować model biznesowy TVN Warszawa, jak i najpełniej wykorzystać największe atuty tego projektu, do których bez wątpienia należy zaliczyć serwis tvn.warszawa.pl²⁷. Do 31 maja 2011 roku nadawano już tylko program z powtórkami.*

Po tej decyzji pojawiło się sporo spekulacji. Podnoszono kwestie ekonomiczne: przychody stacji nigdy nie zrównały się z kosztami (i brakowało nadziei na szybką zmianę). Podkreślano także niską oglądalność (dane: TNS OBOP 1 I – 15 III 2011): kanał miał średnio 4 tys. widzów (wobec TVP Warszawa – 66 tys.), którzy poświęcali mu niespełna 11 minut dziennie (TVP Warszawa – 33 minuty). W opinii ekspertów *Problem TVN Warszawa tkwił w grupie celowej i sposobie sprzedaży czasu. Sama regionalność to za mało, bo warszawska społeczność jest słabo związana emocjonalnie ze swoim miastem, patriotyzm lokalny nie jest tu zjawiskiem powszechnym. Spekulowano, że TVN Warszawa powinien był zdecydować się na jakąś grupę celową: młodzież, kobiety albo osoby starsze zainteresowane problemami stolicy. I do tego dostosować sposób sprzedaży reklam²⁸.*

4.3. Rok po kaszubsku czyli telewizja CSB TV

Na podstawie koncesji satelitarnej (typu *free-to-air*) uzyskanej w lipcu 2010 roku stacja wystartowała w sierpniu tegoż roku. Nadawca kanału – spółka Media Kaszëbë, była równocześnie właścicielem podobnego w charakterze *Radia Kaszëbë* (od 2004 roku). Stacja ma siedzibę w Rumi (woj. pomorskie). Ramówkę CSB TV (od łac. słowa *Cassubia*) po połowie wypełniać miały lokalny kontent (m.in. magazyny tematyczne – np. o turystyce, sportach wodnych) oraz codzienne pasmo informacyjne z doniesieniami z Pomorza. Ponadto miały się tam znaleźć produkcje zakupione. Część programu nadawano w języku kaszubskim. Dystrybucja obejmowała pomorskie sieci kablowe; pogram znalazł się też na platformach satelitarnych (N, platforma TP). Utrzymanie miały zapewnić reklamy oraz ministerialna dotacja na programy w języku kaszubskim²⁹.

Program stacji obejmował po części programy nadawane na żywo: poranne pasmo poradnikowo-plotkarskie (godz. 10.00–12.00) i popołudniowy blok informacyjny (godz. 17.00–19.00). Resztę ramówki wypełniały magazyny tematyczne, reportaże, filmy dokumentalne, filmy fabularne i seriale (te od jesieni 2010).

²⁷ TVN: Grupa TVN zamyka kanał telewizyjny TVN Warszawa, 25.03.2011 (14.44); <http://biznes.interia.pl/gieldy/news/uwaga-znika-kanal-tvn-u,1615511>. Podobnie: TVN Warszawa kończy nadawanie, będzie tylko w internecie, WirtualneMedia.pl, 25.03.2011.

²⁸ E. Rutkowska: Rynek dla żaby..., s. 13.

²⁹ Telewizja po kaszubsku ma już koncesję, [Presserwis](http://Presserwis.pl), 21.07.2010; Telewizja CSBTV rozpoczęła nadawanie, [Presserwis](http://Presserwis.pl), 2.08.2010.

Nieco później dołączono comiesięczne debaty „Kaszubi”, poprzedzane filmami dokumentalnymi poświęconymi sprawom najważniejszym dla etniczności Kaszubów, oraz cotygodniowy program „Rządzimy się sami” – o sprawach samorządowych³⁰. W dni powszednie pojawił się też program „Kolory kuchni” (kuchnie świata i przepisy regionalne) oraz azjatycki serial „Skazani na miłość”, emitowany po kaszubsku z polskimi napisami (od poniedziałku do piątku). W 2011 roku, wraz z pojawieniem się problemów finansowych, w ramówce znalazło się sporo programów otrzymanych za darmo od śląskiej TVS, a także wiele powtórek i koncertów życzeń. W lecie 2011, po roku nadawania, stacja miała wciąż bardzo niską oglądalność (0,02% udziału w rynku), kłopoty finansowe, wdrażała politykę oszczędnościową, a właściciel szukał nabywcy³¹. *Problemem CSB TV jest grupa odbiorców: Ślązaków mieszkających w Polsce mamy prawie pięć milionów, a rdzennych Kaszubów jest niewiele* – mówił wówczas A. Hołda, właściciel i prezes śląskiej TVS. Przyznał, że nawet wiernych widzów programów śląskich jest za mało, by utrzymać kanał. *Gdybym nie przeformatował TVS, dawno musiałbym ją zamknąć. W Polsce nie może się utrzymać telewizja wyłącznie regionalna, czego sam jestem najlepszym przykładem*³².

Wczesną jesienią 2011 roku stacja została kupiona przez Polcast Television Sp. z o.o., polską spółkę medialną z udziałem kapitału włoskiego, nadawcę takich kanałów, jak Polonia 1, Tele 5 czy Top Shop. Dalsze zmiany potoczyły się szybko: od grudnia 2011 roku stacja zmieniła miejsce na satelicie, stopniowo także format nadawania (na jeszcze bardziej uniwersalny, choć wspomniano także o profilu rolniczym), wiosną 2012 roku (prawdopodobnie od kwietnia) marka CSB TV znikła całkowicie³³, zastąpiona nowym kanałem w portfolio Polcastu. Zapowiedziano wówczas³⁴, że niektóre pogramy poświęcone kaszubskiej kulturze znane z CSB TV pojawią się na antenie Polonii 1. Nowy właściciel do końca 2012 roku zachował prawa do materiałów CSB TV; w połowie marca (2012) nie było jeszcze znane logo nowego kanału (nadawca wprowadził potem dwa: Nove-la TV oraz Water Planet).

5. Programy własne telewizji kablowych

Obecnie szacuje się, że **działa ponad 400 operatorów** telewizji kablowej (w latach 90. było ich ponad 800), którzy zarządzają łącznie ponad **4 mln** (niektórzy mówią o 4,5 mln) gniazd abonenckich. Od kilku lat większą liczbę abonentów

³⁰ Debaty i program kulinarny w CSB TV, Presserwis, 25.10.2010.

³¹ Zob. M. Koziełski: Za mało Kaszubów, *Press* 2011, nr 9, s. 11.

³² Obydwa cytaty pochodzą z tekstu M. Koziełskiego: Za mało Kaszubów, jw.

³³ Dość trudno znaleźć jakies potwierdzenie tego, co stało się z CSB TV i kiedy dokładnie. Wzmianki znajdujemy tylko w serwisach Media2.pl oraz SatKurier.pl oraz wpisie z 16.05.2012 na Wikipedii.pl (Polcast Television).

³⁴ Podaję za: <http://media2.pl/media/89860-Koniec-CSBTV-bedzie-nowy-kanal-TV.html>; 14.03.2012.

mają satelitarne platformy cyfrowe (około **6 mln**). Pamiętajmy, że liczba gospodarstw domowych szacowana jest na 13,5 mln.

W odróżnieniu od zwykłego, typowego dla kabłówek rozprowadzania programów obcych (wymaga tylko zgłoszenia do rejestru Przewodniczącego KRRiT) inną, rzadziej spotykaną formą działalności jest **przekaz programów własnych**. To ostatnie wymaga uzyskania standardowej koncesji na rozpowszechnianie programów, zgodnie z procedurą przewidzianą w art. 33 Ustawy o radiofonii i telewizji.

W latach 1993–2004 KRRiT wydała łącznie **283** koncesje na rozpowszechnianie programów w sieciach telewizji kablowej (w tym cztery – na program radiowy). Jednakże w 2001 roku w środowisku kablowców szacowano, że faktyczna liczba nadawców tego typu własnych programów telewizyjnych jest znacznie niższa (rzędu **120–140**). W ostatnich latach widać pewną intensyfikację tych działań nadawców: przybyło wiele nowych koncesji. Według Sprawozdania KRRiT za rok 2010 – takich koncesji wydano już łącznie **482**, ale wykonywano jedynie **208** (czyli mniej niż połowę – 43%)³⁵.

Wiele kabłówek zamiast takiego programu (zwykle lokalnego), którego produkcja nie jest tania, zamieszcza po prostu plansze informacyjno-reklamowe. Nawet potentaci, jak np. Aster, zrezygnowali, przynajmniej przejściowo, z produkcji programu lokalnego (kiedyś był taki: TV Stolica). Natomiast aktywnymi producentami lokalnych programów informacyjno-publicystycznych są przeważnie operatorzy kabłówek średniej wielkości (15–50 tys. abonentów), działający w miastach średniej wielkości (50–100 tys. mieszkańców).

Małe, słabsze ekonomicznie sieci kablowe mają siłą rzeczy mniejsze możliwości realizacji tego typu ambicji. Ich programy informacyjno-publicystyczne pojawiają się zwykle znacznie rzadziej (1–3 razy w tygodniu, a nawet raz na dwa tygodnie bądź wręcz nieregularnie), programy trwają krócej i powtarzane są kilkakrotnie w kolejne dni tygodnia. Czasem program lokalny współfinansują miejscowe władze samorządowe.

Nadawcami programów lokalnych w sieciach kablowych są przeważnie operatorzy tych sieci, ale nie zawsze. W niektórych miastach, ale także i niewielkich miejscowościach działają nadawcy, którzy produkują programy lokalne dla kabłówek, nie posiadając własnej sieci – np. TV Porion korzystała niegdyś z sieci Aster City w Warszawie; Miejska Telewizja Opole korzystała z sieci UPC w Opolu; Wydawnictwo GM Sp. z o.o. oraz Fundacja Mediów i Kultury im. Zdzisława Krudzielskiego w Jaworznie produkowały dwa konkurencyjne programy dla obydwu miejscowych sieci – UPC oraz Stream Communications; TV MIL korzystała z sieci Jarsat w Miliczu; Wielkopolska Telewizja Kablowa (WTK) jest dystrybuowana w wielu sieciach wielkopolskich, zwłaszcza sieci INEA.

Zarówno małe, jak i średnie czy nawet niektóre duże sieci kablowe nadające program własny nie są w stanie wypełnić 24-godzinnego czy nawet tylko kilkuno-stogodzinnego dobowego czasu emisji. Nawet liderzy pokrywają zaledwie około

³⁵ Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji, KRRiT, marzec 2011, s. 33.

trzech godzin dziennie. Zatem produkcja własna jest „wszywana”: albo w informacji tekstowe (plansze informacyjno-reklamowe), albo też wykorzystywane są specjalne wypełniacze. Najpopularniejszym wypełniaczem o zasięgu krajowym był niegdyś, u progu XXI wieku, program Twoja Telewizja Miejska (TTM). Koncesja na ten program została jednak cofnięta w 2001 roku.

5.1. *Casus: Wielkopolska Telewizja Kablowa (WTK)*

WTK to największa w Wielkopolsce lokalna, komercyjna stacja telewizyjna, a ściślej – producent programów lokalnych dla sieci telewizji kablowej. Jej współwłaścicielem jest TVK Poznań (obecnie: INEA) – najpoważniejszy operator kablowy w Zachodniej Polsce. WTK jest spółką akcyjną (udziały ma m.in. zarząd miasta Poznania). Nadaje swój program codziennie w godzinach od 8.00 do 3.00 w nocy. Rozpowszechniana jest przez sieci kablowe na terenie Poznania i Wielkopolski. Ostatnio WTK docierała do ponad 615 tys. widzów (w 2009 roku było to 560 tys.). W 2010 roku w konkursie telewizji lokalnych „To Nas Dotyczy” WTK otrzymała pierwszą nagrodę – Kryształowy Ekran w kategorii najlepszego programu informacyjnego za swój serwis informacyjny „Puls dnia”.

W programie WTK zaszło w ostatnich miesiącach kilka zmian. Od jesieni 2010 flagowy program „Wieczór WTK” (nadawany na żywo) wydłużono do 5,5 godziny (17.00–22.30). Wprowadzono też nowy magazyn prezentujący reportaże z Poznania i regionu pt. „Studio Reportaże WTK”. W tym samym czasie WTK przeszła na nadawanie w formacie 16 : 9. Pojawiły się dwa nowe magazyny tematyczne, jeden dotyczy premier filmowych w usługach wideo na żądanie i kanałach dostępnych w telewizjach kablowych. Do 2009 roku stacja nadawała na żywo transmisje z obrad Rady Miasta Poznania. W czasie wyborów samorządowych 2010 przygotowała nawet wieczór wyborczy z własnym sondażem typu *exit poll*. Od końca lutego 2011 roku WTK ma własny dwugodzinny program poranny (początkowo co dwa tygodnie) – z poznańskiej Galerii Malta (m.in. rozmowy z gośćmi, autorskie przeglądy prasy i lekcje aerobiku). Podczas niedawnych halowych mistrzostw świata kobiet i mężczyzn w hokeju na trawie WTK była głównym producentem sygnału tv; nadaje zresztą transmisje zawodów w hokeju na trawie już od kilku lat³⁶.

6. *Lokalna telewizja samorządowa – kablowa*

Samorządy terytorialne nie posiadają naziemnych stacji nadawczych, ale są właścicielami lokalnej telewizji kablowej. W 2007 roku koncesję na nadawanie lokalnego programu telewizyjnego drogą kablową posiadało łącznie 17 instytucji samorządowych, w tym: osiem gmin, osiem miejscowych ośrodków kultury, jeden

³⁶ Wszystkie informacje o programie WTK pochodzą z serwisów internetowych Presserwis oraz WirtualneMedia.pl.

powiat. Udział tych instytucji na rynku lokalnej telewizji kablowej jest niewielki – niespełna 8% (7,65%). Najczęściej z inicjatywą powołania lokalnej telewizji kablowej wychodzą gminy, które samodzielnie prowadzą działalność programową, lub zajmuje się tym podporządkowany im ośrodek kultury. Tylko jeden powiat (kozienski) powołał taką telewizję (TV Nasz Powiat)³⁷.

Oferta programowa tych telewizji jest dosyć skromna i przypomina propozycje komercyjnych kablówek w małych miejscowościach: program informacyjny podsumowujący tydzień, jakieś magazyny (np. sportowy, młodzieżowy) powtarzane kilka razy w ciągu tygodnia, transmisja niedzielnej mszy świętej z miejscowej parafii, wreszcie transmisja obrad samorządu lokalnego (rady gminy czy powiatu) – to dość typowe składniki takiej oferty.

7. Doświadczenia dwóch dekad

Przeszło dwudziestoletnie już doświadczenia z budowaniem lokalnej telewizji komercyjnej w III RP nie są, na pierwszy rzut oka, zbyt optymistyczne. Dotyczy to praktycznie wszystkich form tradycyjnej telewizji (naziemnej, kablowej czy – w ostatnich latach – także satelitarnej), przynajmniej jeśli nasze wyobrażenia i oczekiwania co do ilości i różnorodności gatunkowej audycji związanych z lokalnością będą miały charakter maksymalistyczny.

Ilościowy bilans działalności naziemnych stacji lokalnych nie imponuje. Nigdy od czasu pierwszego procesu koncesyjnego (1994) nie udało się powtórzyć entuzjazmu nadawców obserwowanego w czasach „pirackich”, gdy działało 19 stacji lokalnych (choć w tym wypadku, jak pamiętamy, większość z nich – 12 – w 1993 roku związała się z siecią Polonia 1 i szybko odchodziła od formuły stacji lokalnej na rzecz dostarczyciela uniwersalnej i niewyszukanej rozrywki). Większość stacji, które otrzymały koncesje w latach 1994–1995 i późniejszych, nie podołała wyzwaniom rynku albo została zmuszona do ratowania się na drodze konsolidacji, prowadzącej np. od „luźnego” Porozumienia „Odra” (współpraca programowa i reklamowa około 10–11 stacji) do TV Odra (to już spółka w ramach pięciu odmian programowych koordynująca finansowo, organizacyjnie i merytorycznie programy o tematyce lokalnej w dziewięciu miastach zachodniej Polski³⁸).

Dzisiaj oprócz TV Odra działa jeszcze tylko trzech nadawców (naziemnych). Cechą wspólną ich wszystkich jest, przypomnijmy, zapewnienie nadawania programu lokalnego w wymiarze dwóch godzin dziennie i wypełnienie reszty czasu antenowego programem jednej z dwóch stacji formalnie ponadregionalnych, ale rywalizujących na rynku ogólnokrajowym (TV4 albo TVN), co rozciąga obszar wpływów tych stacji na tereny, na których nie mają własnych nadajników.

³⁷ Zob. R. Kowalczyk, *ju.*, s. 190–192.

³⁸ Tamże, s. 194.

W XXI wieku odnotowano tylko jeden chlubny wyjątek – szczecińskiej TV Gryf, której ambicją było nadawanie kilkunastogodzinnego, urozmaiconego programu lokalnego. Stacja nadawała swój program (jako naziemna) tylko niespełna rok i zaprzestała działalności z powodów niezależnych (losowych), ale fakt, że nie wznowiła pracy mimo życzliwości KRRiT, może sugerować (jesteśmy tu zdani wyłącznie na spekulacje), iż dla spadkobierców zmarłego właściciela perspektywy osiągnięcia rentowności okazały się zbyt mgliste, by podjąć ryzyko kontynuacji.

Od początku 2012 roku nadaje na pierwszym multipleksie (MUX-1) nowy kanał – telewizja TTV, która co prawda, jak wszystkie programy w ramach naziemnej telewizji cyfrowej, ma zasięg ogólnokrajowy, ale jest programem o charakterze społeczno-interwencyjnym, z dużym udziałem audycji i materiałów reporterskich o charakterze lokalnym, z różnych miejscowości całej Polski. Ambicją szefów stacji (większościowe udziały w spółce Stavka ma obecnie Grupa TVN, co daje stabilność organizacyjną) jest zorganizowanie gęstej sieci dziennikarzy obywatelskich w terenie, a ważnym krokiem do jej realizacji stała się umowa podpisana z wydawcami tygodników lokalnych, zgrupowanych w Stowarzyszeniu Gazet Lokalnych (dotycząca zasad korzystania przez redakcję TTV z materiałów przygotowanych przez dziennikarzy tych gazet)³⁹.

Nie tylko zaledwie około 2/5 spośród 482 koncesji na lokalny program w sieci kablowej (2010 rok) nadawało taki program, ale jego realizacja także wydaje się skromna. Ogromna większość (brak niestety dokładniejszych danych) kablówek poprzestaje na informacjach planszowych, albo też na produkowaniu kilkunastu czy kilkudziesięciu minut serwisów informacyjnych, materiałów reporterskich czy innego typu magazynów w skali tygodnia (powtarzanych kilkakrotnie). Do nielicznych chlubnych wyjątków zaliczyć można, jak pamiętamy, poznańską WTK, realizującą codziennie wszechstronny kilkunastogodzinny program lokalny.

Również zawiodły w praktyce lokalne czy regionalne stacje satelitarne, które pojawiły się dopiero w ostatnich czterech latach, nawet te, które – jak się wydawało – oparte były na solidnych podstawach biznesowych. Obronną ręką (co do kondycji finansowej) wychodzi co prawda najstarsza z nich – śląska TVS, ale wyrzekła się ambicji bycia stacją regionalną; w jej programie (oprócz już tylko dwóch obecnie serwisów informacyjnych) zachowały się jedynie relikty „śląskości” (i to raczej o charakterze rozrywkowym – lista szlagierów, biesiady, kulinaria, Radio Silesia na wizji).

Niewiele ponad dwa lata przetrwała rzeczywiście bogata pod względem oferty stacja TVN Warszawa, ale mimo potężnego zaplecza organizacyjnego TVN nie rokowała, zdaniem właścicieli, osiągnięcia rentowności na zasobnym stołecznym rynku. Podobnie najmłodsza w tym gronie – kaszubska CSB TV – mimo wsparcia publicznego dla produkcji programów w języku kaszubskim także popadła w tarapaty finansowe i utrzymała się na rynku niewiele ponad rok.

³⁹ M. Maciejewski: Kolego, przyślij namiar, *Press* 2012, nr 5, s. 44–46.

Opinie nadawców i uczestników rynku także mają wydźwięk pesymistyczny. Przytoczymy kilka wielce wymownych. Juliusz Braun, były szef KRRiT, tak komentował zgodę KRRiT w 2004 roku na nową, kompromisową (dwie godziny programu lokalnego, a reszta – tzw. wypełniacz dużej stacji) koncesję dla TV Odra: *Życie pokazało, że słuszna idea istnienia telewizji lokalnych o znaczeniu dla małych społeczności nie jest możliwa do realizacji. Dlatego tak przyznane koncesje mają zapewnić ekonomiczne istnienie firm nadających programy lokalne*⁴⁰. Z drugiej strony także pracownicy TVP wyrażają się podobnie o swych komercyjnych konkurentach: *Nawet jeśli rynek reklamy rośnie, to i tak w większości regionów szansę przetrwania ma tylko regionalna telewizja publiczna (bo bez abonamentu i wsparcia z centrali nie da się utrzymać na tak małym rynku)*⁴¹. I wreszcie wypowiedź właściciela TVS tłumacząca meandry programowe tej stacji w kierunku uniwersalizacji programu i pozyskania widza (i reklamodawcy) ogólnopolskiego: *Trzeba wyjść w Polskę: telewizji lokalnej nie da się utrzymać. Może kablówkę, bo ma mniejsze koszty. Ale nadawanie satelitarne to 150 tys. zł miesięcznie. Do tego program, ludzie, sprzęt*⁴².

Przytoczone wypowiedzi można traktować jako wskazujące na skalę realnych trudności, choć nasuwają podejrzenia, czy aby nie są częściowo próbą usprawiedliwienia własnej nieudolności biznesowej. Jednakże bez wątpienia nadawcy telewizji lokalnych – oprócz wszelkich innych problemów – muszą się zmierzyć z obiektywnie potężną barierą: idzie tu o stopień zapotrzebowania na problematykę lokalną (przynajmniej w telewizji jako jednym z wielu mediów masowych).

Stwierdzony wyżej minimalizm oferty lokalnej stacji jest, jak się wydaje, dopasowany do tych potrzeb informacyjnych i w ogóle poziomu zainteresowania lokalnością w zglobalizowanym świecie. Nawet telewizja publiczna, zasilana ze środków abonamentowych, budując kanał TVP3 Regionalna (2002–2007), nadała w nim zaledwie około czterech godzin programów produkowanych przez oddziały regionalne w ciągu doby, resztę czasu antenowego wypełniając produktami centrali czy zakupami zewnętrznymi o charakterze rozrywkowym.

Model korzystania z telewizji zakłada zdecydowanie nastawienie na ofertę rozrywkową, a *zapping* jest drugą naturą współczesnego telewidza. Dość trudno sobie wyobrazić masowego widza, który chciałby spędzić przed telewizorem wiele godzin, oczekując jedynie materiałów regionalnych czy lokalnych, choć zapewne wielu z nich chętnie poświęci kwadrans czy pół godziny przed telewizorem na obejrzenie serwisu lokalnego i ewentualnie przylegającego magazynu publicystycznego. Może należałoby zatem dla ratowania nadawców lokalnych przemyśleć możliwość wsparcia finansowego udzielanego ze środków publicznych i kierowanego do nadawców niepublicznych (w formie np. konkursów na realizację „misji” w społeczności lokalnej)?

⁴⁰ Zob. K. Lubiniecka: Odra nadaje wzdłuż Odry, *Gazeta Wyborcza*, 20.12.2004, s. 31.

⁴¹ E. Rutkowska: *Komiwojażerka*, s. 59.

⁴² E. Rutkowska, *Rynek dla żaby...*, s. 13

8. Perspektywy: hipotezy i spekulacje

Najbliższe lata dla stacji telewizyjnych i jej odbiorców oznaczają przechodzenie na naziemną telewizję cyfrową (*switch-off* podstawowych analogowych kanałów naziemnych zaplanowany jest w Polsce na 31 lipca 2013). Po uruchomieniu trzech zaplanowanych multipleksów cyfrowych (konkursy na ich obsadzenie zostały już, choć *de facto* nie do końca, rozstrzygnięte, nadajniki zaś obejmują coraz większe terytorium kraju) widzowie niekorzystający z sieci kablowych lub platform satelitarnych będą mieli do dyspozycji, w miejsce dotychczasowych siedmiu kanałów analogowych – ponad 20 kanałów cyfrowych (niektóre w standardzie HD). W ich zestawie znajdzie się kanał TVP Info – jedyny, w którym znajdują miejsce jakieś programy lokalne (ale z planami nadawcy publicznego, by od tych programów uwolnić kanał informacyjny TVP⁴³). Stacjom lokalnym TV Odra wygasa koncesja (analogowa) w roku 2014 (a już rok wcześniej stracą wsparcie swoich dotychczasowych wypełniaczy – TV4 czy TVN, które będą dostępne cyfrowo na MUX-2); podobnie niejasna przyszłość czeka NTL Radomsko, TV Łużyce czy na koniec – TVT (jej koncesja wygaśnie pewnie w roku 2016).

Na żadnym z dzisiejszych multipleksów nie przewidziano miejsca na jakiegokolwiek inne programy lokalne czy choćby na jakiś jeden kanał wspólny, integrujący produkcje lokalne (a nie ma jeszcze konkretnej wizji zagospodarowania kolejnych multipleksów). Czy ich przyszłość to przejście na nadawanie drogą satelitarną (FTA), mimo iż nie jest to tanie? Czy też może ich miejsce jest wyłącznie w sieciach kablowych albo tylko w Internecie? W tym ostatnim wypadku wykorzystywany jest efekt *streamingu*: przekaz dociera do odbiorcy na życzenie, o każdej porze dnia i nocy, a stosunkowo niewielka liczba widzów w danym momencie nie zakłóca odbioru (oczywiście, w wypadku jakiegoś bardzo ważnego wydarzenia w skali danej społeczności lokalnej, wywołującego bardzo duży ruch na portalu – serwery mogą się zablokować, choć to nadzwyczaj rzadkie przypadki). Zauważmy, że według przewidywań ekspertów w nieodległej przyszłości w ogóle tak właśnie będziemy korzystać z telewizji jako takiej – w sposób zindywidualizowany, w dogodnym momencie czasowym, wręcz interaktywnie, często w systemie VoD, nie tylko na ekranie nowoczesnego telewizora (z funkcją Smart TV) czy na ekranie komputera (stacjonarnego lub przenośnego), ale i na tabletach czy nawet smartfonach (tzw. mobilna TV). Wprawdzie koszty nadawania programu przez Internet bardzo się wówczas kurczą, ale i przychody są niskie: jak zapewnić rentowność takiego projektu dla nadawcy? Pewne jest tylko, że około 2015 roku obraz oferty rynku telewizyjnego w naszym kraju może się bardzo różnić od dzisiejszego.

⁴³ J. Braun: Bez programów regionalnych w TVP Info, *WirtualneMedia.pl*, 2.10.2012.

Key words: digitalization, local Internet TV, local programs in their own cable television, local TV broadcasters, satellite stations, terrestrial TV stations

SUMMARY

Ryszard Filas: IS THERE ANY PLACE FOR LOCAL COMMERCIAL TELEVISION IN POLAND? EXPERIENCES AND PROSPECTS

The article attempts to summarize more than two decades of the development of local commercial television in Poland. The initial spontaneous flowering of local earth station during the 'piracy period' (1990–1994), when 19 stations operated (including 12 within the network Polonia 1) was hampered by the regulator (KRRiT – the National Broadcasting Council) after the first licensing process (1994) when Polonia 1 was eliminated and 12 licences were granted.

After two decades of changes, the market of ground stations consolidated (especially stations operating in western Poland known as TV Oder). Today there are only four broadcasters (however, TV Odra broadcasts in five regional variants), the programs of local interest take only about 2 hours per day, and the remaining air time is used for retransmissions of programs of nationwide stations – TV4 or TVN.

The future of the station after switch off (July 2013) is unclear, because none of these stations has a licence for digital broadcasting. Of the three competing satellite stations in 2008–2010 only one survived (Silesian TVS), but at the cost of reducing regional materials in favour of the universal content, especially entertainment. There are few examples of successful local programs in their own cable television (one of the glorious exception is Poznań WTK).

The so-called local Internet TV is only the beginning of real television: such stations produce video content occasionally or once a week (which is short). However, in view of popularising the offer of twenty nationwide channels within the framework of digital terrestrial television in the near future (and plans to transform the public channel TVP Info into the one detached from its regional roots) the Internet will probably be the only enclave to continue the activities of local commercial television.