A C T A U N I V E R S I T A T I S L O D Z I E N S I S
FOLIA GEOGRAPHICA SOCIO-OECONOMICA 10, 2009

https://doi.org/10.18778/1508-1117.10.06

Grzegorz Lenart

ROZWÓJ I DZIAŁALNOŚĆ STACJI RADIOWYCH W ŁODZI

Niniejszy artykuł ma na celu zaprezentowanie jednego z najpopularniejszych mediów, jakim jest radiofonia. Jej funkcjonowanie przedstawione zostało na przykładzie jednego z największych lokalnych rynków radiowych w Polsce – miasta Łodzi.

Pierwsza część publikacji dotyczy historii radiofonii na tym obszarze. Przedstawiony został okres od powstania pierwszej rozgłośni radiowej, aż do współczesności. Zaprezentowano tu, jak zmieniała się w tym czasie sytuacja na łódzkim rynku radiowym oraz jakie elementy i wydarzenia miały na nią wpływ.

W kolejnej części przedstawiono obecną sytuację na łódzkim rynku radiowym. Scharakteryzowane zostały wszystkie rozgłośnie słyszalne w tym mieście, zarówno lokalne, jak i nadające z innych miast. Szczególną uwagę zwrócono na takie elementy jak: struktura programowa, właścicielska, czy lokalizacja siedzib rozgłośni. W części tej opisano także infrastrukturę nadawczą znajdującą się w mieście.

W artykule podjęto także próbę określenia struktury słuchalności stacji radiowych w Łodzi. W tym celu przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców. Elementami na jakie zwrócono szczególnie uwagę były: najczęściej wybierane rozgłośnie, powody jakimi słuchacze kierowali się w wyborze programu, określenie miejsca, czasu i sposobu słuchania, a także ocena łódzkiego eteru i preferowane zmiany. Spróbowano także przedstawić, jaki wpływ miała struktura ludności na słuchalność stacji radiowych.

W ostatniej części artykułu przedstawione zostały perspektywy na przyszłość działalności radiofonicznej. Zaprezentowano tu zarówno możliwe zmiany wśród stacji istniejących, jak i także rozwój nowoczesnych rozgłośni, korzystających z innych źródeł sygnału.

Słowa kluczowe: *radio, rozgłośnia radiowa, stacja radiowa, media, Łódź*

1. Wstęp

Ogromny wpływ na funkcjonowanie dzisiejszego świata oraz społeczeństwa mają środki masowego przekazu, a zwłaszcza media elektroniczne. Ich potęga rozwinęła się w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat, rozwój poszczególnych mediów następował jednak w różnych okresach. Do najpopularniejszych mediów elektronicznych należą obecnie trzy: telewizja, radio i Internet. Każde z nich w swoim czasie przeżywało dynamiczny rozwój i powodowało istotne

zmiany w życiu społeczeństw. Najstarszym oraz najbardziej charakterystycznym z nich jest radiofonia. Wyróżnia ją przede wszystkim brak audiowizualnego sposobu przekazu, oddziałuje ona na słuchaczy wyłącznie w sposób foniczny (dźwiękowy). Główną funkcją radia jest informowanie (ze względu na szybkość przekazu). Istotna jest też funkcja rozrywkowa i kulturalna.

Rozwój radiofonii na świecie odbywał się w różnych okresach. W krajach zachodnich, złote lata radiofonii przypadają na połowę XX wieku. W Polsce przełomem był okres transformacji, na początku lat 90. Właściwie, to dopiero od tego momentu można mówić o powstaniu w Polsce rynku radiowego. Jego problematykę rozpatrywać można w skali całego świata, kontynentu, kraju, bądź regionu. W przypadku ostatniej mówi się o radiofonii lokalnej. Jej rozwój w Polsce jest jeszcze silniej związany z transformacją ustrojową, gdyż przed 1989 r., praktycznie nie istniała.

Na lokalny rynek radiowy składają się konkurujące ze sobą rozgłośnie nadające na danym terenie na falach naziemnych. Istnieje kilka podziałów i rodzajów rozgłośni radiowych. Podziały te są związane głównie z zasięgiem sygnału oraz z ich strukturą właścicielską. W pierwszym podziale wyróżnia się rozgłośnie ogólnopolskie, ponadregionalne oraz lokalne. Rozgłośnia ogólnopolska emituje swój program na terenie niemalże całego kraju, posiadając nadajniki w każdym z województw. Rozgłośnia ponadregionalna jest rozgłośnią obejmującą zasięgiem nadawania obszar co najmniej dwóch województw, są to zazwyczaj byłe stacje lokalne, które zwiększyły swój zasięg nadawania o inne miasta, w wyniku rozszerzenia swoich koncesji o kolejne miejscowości. Rozgłośnia lokalna natomiast to stacja radiowa obejmująca swoim zasięgiem niewielki obszar (miasto, region), posiadająca lokalną koncesję i obowiązek koncentrowania uwagi na lokalnych problemach i zagadnieniach (S k r z y p c z a k, 1999). W drugim podziale (według własności) wyróżnia się stacje publiczne i komercyjne. Radio publiczne jest to jedno z mediów w strukturze państwa, będące jego własnością, pełniące funkcję informacyjną, kulturotwórczą i edukacyjno-poradnikową (S k r z y p c z a k, 1999). Radio komercyjne natomiast to rozgłośnia radiowa będąca własnością prywatną, dążąca do powiększenia swojego audytorium, poszukująca reklamodawców i sponsorów, czerpiąca zyski przede wszystkim ze sprzedaży czasu na reklamę, a także sponsoringu i promocji, kierująca swój program do jak najszerszej rzeszy słuchaczy (P i s a r e k, 2006).

Wpływ na działalność rozgłośni radiowych w Polsce ma obowiązujące prawodawstwo. Zapisy dotyczące jej funkcjonowania (a także innych mediów) znaleźć można w kilku aktach prawnych, m.in. Konstytucji RP, ustawie „Prawo prasowe", ustawie o opłatach abonamentowych, czy rozporządzeniach głównego regulatora mediów elektronicznych w Polsce, czyli Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Najważniejszym aktem prawnym w tej dziedzinie jest jednak ustawa

o radiofonii i telewizji[1]. Normuje ona w sposób szczegółowy funkcjonowanie mediów w Polsce. Z najważniejszych przepisów ujętych w tym akcie wymienić należy: prawa i obowiązki dotyczące nadawców programów, przepisy dotyczące działalności nadawców publicznych (m.in. sposób ich finansowania, główne zadania, czy podmioty odpowiedzialne za realizację), a także przepisy dotyczące nadawców komercyjnych (przede wszystkim zasad ich koncesjonowania).

Działalność stacji radiowych zaliczyć należy do trzeciego sektora gospodarki, czyli działalności usługowej. W podziale usług Niewadziego rozgłośnie radiowe zaliczone zostały do sfery usług pozagospodarczych, w skład której weszły m.in. usługi informacyjne (F l e t e j s k i, 2005). K. R o g o z i ń s k i (2000) zaliczył je do działu usług międzysektoralnych (punkt E – łączność i telekomunikacja). Według A. W e r w i c k i e g o (1998) działalność ta zaliczana jest do kategorii usług dla konsumentów, w sferze usług niematerialnych. W Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), nadawanie programów radiofonicznych (podklasa 60.20.Z) znalazło się w sekcji J – informacja i komunikacja. W Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług (PKWiU), usługi nadawania programów radiofonicznych (dział 60.1) weszły w skład sekcji 60, której nazwa brzmi: usługi związane z nadawaniem programów ogólnodostępnych i abonamentowych.

2. Historia łódzkiego rynku radiowego

Historia oraz rozwój radiofonii w Łodzi jest silnie związany z jej rozwojem na terenie całego kraju, a także z ważnymi wydarzeniami w historii Polski. Pierwszy program radiowy w Polsce został wyemitowany ze stacji nadawczej Polskiego Towarzystwa Radiotechnicznego na fali 385 metrów w Warszawie 1 lutego 1925 r. W tym samym roku monopolistyczną koncesję na nadawanie programu na obszarze całego kraju otrzymała spółka „Polskie Radio". Regularną emisję programu rozpoczęła ona rok później. Początkowo program rozgłośni rozwijał się stopniowo, znaczne upowszechnianie radiofonii zaczęło następować w latach 30. XX w. Wiązało się to ze stałym wzrostem liczby abonentów, a także z rozwojem technicznym i programowym. Powstawać zaczęły wtedy także pierwsze rozgłośnie lokalne.

Początki radiofonii w Łodzi sięgają roku 1929, kiedy rozpoczęto tu budowę stacji przekaźnikowej. Uruchomiona została ona rok później. Początkowo nadawała audycje warszawskie i retransmisje niektórych programów zagranicznych. Dnia 1 maja 1931 r. załoga łódzkiej rozgłośni podjęła decyzję o emisji, pomiędzy audycjami ogólnopolskimi, własnych serwisów informacyjnych. Nieoficjalnie to właśnie ten dzień uważa się za początki łódzkiego radia. W dniu

[1] Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (DzU, 07.61.411).

2 lutego 1933 r. Dyrekcja Naczelna Polskiego Radia w Warszawie przyznała Łodzi oficjalne prawo nadawania programów lokalnych. Rozgłośnia zaczęła się rozwijać i nadawać programy dotyczące miasta i jego mieszkańców (związane m.in. z wydarzeniami kulturalnymi, czy ze środowiskiem robotniczym).

Rozwój radiofonii w Polsce i Łodzi przerwał wybuch II Wojny Światowej. W pierwszych dniach września 1939 r. została zniszczona radiostacja nadawcza w Raszynie (wybudowana w roku 1931, posiadająca największą moc wśród radiostacji w całej Europie). Wszystkie stacje radiowe zostały przejęte przez władze niemieckie, łódzką rozgłośnię hitlerowscy okupanci zajęli 6 września 1939 r., wykorzystując ją w czasie wojny do celów wojskowych. Ogólnie wojna przyniosła ogromne straty dla polskiej radiofonii. Wycofujące się wojska niemieckie niszczyły i wywoziły sprzęt, wysadzały w powietrze maszty i budynki radiostacji. Działania te spowodowały, że radiofonia polska praktycznie przestała istnieć i po wojnie musiała zostać odbudowana od podstaw.

W latach PRL-u miał miejsce jej ponowny rozwój. Powstały nowe programy ogólnopolskie, znacząco poprawiła się jakość i treść programów oraz technologia radiowa. W 1949 r. powstał Program II, który odbudowano na podstawie istniejącej przed wojną lokalnej stacji „Warszawa II". W 1958 r. powstał, a w 1962 r. stał się rozgłośnią ogólnopolską, Program III. Stacja ta zaproponowała inny model radia niż dwa dotychczasowe kanały. Jej adresatami stali się przede wszystkim studenci i młoda inteligencja. Pojawienie się Programu Trzeciego rozpoczęło także proces dywersyfikacji programowej Polskiego Radia. W styczniu 1976 r. powstał natomiast Program IV. Rozgłośnia ta nadawała program o charakterze edukacyjnym.

Niestety, w okresie PRL-u monopol na nadawanie programu radiowego miało Państwo, rozgłośnie publiczne były silnie upolitycznione i podlegały cenzurze. Oprócz legalnie nadających mediów, działały także stacje związane z opozycją, nadające z zagranicy (jak Radio Wolna Europa) lub z kraju (Radio Solidarność). Były one jednak zakazane przez władze i systematycznie zagłuszane.

Także w Radiu Łódź nastąpił okres rozwoju programowego i technicznego. W rozgłośni pracowało wielu wybitnych radiowców, propagowała ona polską kulturę i sztukę muzyczną. Rozgłośnia posiadała bardzo nowoczesną siedzibę, pod koniec lat 60. uruchomiła także nową stację przekaźnikową, dzięki czemu przeszła na nadawanie na falach ultrakrótkich (wcześniej nadawała na falach średnich).

W tamtym czasie powstały w Łodzi także dwa radiowęzły studenckie, nadające w akademikach łódzkich uczelni wyższych. Były to: należące do Politechniki Łódzkiej Radio Żak (założone w 1959 r.) oraz nadające na osiedlu Uniwersytetu Łódzkiego Radio Kiks (od roku 1972). Na falach naziemnych stacje te nadawać zaczęły dopiero w latach 90.

Ogromne zmiany na rynku radiowym przyniosły przemiany gospodarcze na przełomie lat 80. i 90. XX w. Polskie Radio przestało być monopolistą na rynku mediów. Powstawać zaczęły wtedy pierwsze stacje komercyjne. Historyczną

datą stał się 15 stycznia 1990 r. kiedy to z Kopca Kościuszki w Krakowie popłynęły pierwsze dźwięki nadane przez Radio Małopolska Fun (przemianowane później na RMF FM). Stacja ta była pierwszą komercyjną rozgłośnią w Polsce, przełamany został tym samym monopol państwa na nadawanie programu radiowego w Polsce. W stolicy natomiast pierwszą komercyjną rozgłośnią było Radio Zet. Obie te stacje w 1994 r. uzyskały koncesję ogólnopolską, można je było dzięki temu usłyszeć także w Łodzi. Trzecią ogólnopolską rozgłośnią powstałą w tamtym czasie było Radio Maryja. Była to stacja katolicka, nadająca program o profilu społeczno-religijnym. Nadawanie rozpoczęła w 1992 r. w Toruniu i Bydgoszczy, sukcesywnie zwiększając swój zasięg.

Początki okresu III Rzeczpospolitej to burzliwy okres dla Polskiego Radia. Sytuacja finansowa instytucji była w tamtym czasie tragiczna. Z tego powodu politycy zastanawiali się czy nie zmniejszyć liczby programów publicznej rozgłośni. Zamiast tego doszło jednak do dużych zmian w programach. Największe dotknęły Program II, który stał się programem artystycznym, prezentującym muzykę klasyczną i ambitną kulturę. W Programie III natomiast zwiększono liczbę informacji i publicystyki, rozgłośnia zaczęła nadawać serwisy informacyjne. Program IV natomiast zmienił nazwę na Radio Bis i stał się stacją o profilu edukacyjno-kulturalnym (początkowo kierowanym do szerokiego grona odbiorców, później głównie do młodzieży).

Transformacja ustrojowa miała także ogromny wpływ na lokalną radiofonię w Polsce. Historia radia lokalnego w Polsce rozpoczyna się w zasadzie dopiero u progu lat 90., czyli wraz z debiutem pierwszych stacji komercyjnych, gdyż działające wcześniej regionalne rozgłośnie Polskiego Radia w niewielkim zakresie zajmowały się lokalną tematyką. Lokalne stacje zaczęły powstawać także w Łodzi. Były one w tamtym czasie bardzo popularne i cieszyły się dużą słuchalnością. Pierwszą taką rozgłośnią było Radio Manhattan. Stacja ta była pierwszym komercyjnym radiem w województwie łódzkim. Nadawanie rozpoczęła w lutym 1993 r., kiedy na antenie po raz pierwszy można było usłyszeć muzykę. Dnia 31 marca o godz. 23.00 po raz pierwszy uruchomiono mikrofon i zapowiedziano pierwszy serwis. Od tamtej pory stacja rozpoczęła nadawanie przez całą dobę. Koncesję Radio Manhattan otrzymało we wrześniu 1993 r.

W dniu 26 czerwca 1993 r. pojawiła się w Łodzi druga komercyjna, lokalna rozgłośnia radiowa – Radio Parada. Stacja ta nadaje po dziś dzień. Od początku istnienia zajmowała czołowe miejsce pod względem słuchalności. Charakteryzowało ją zawsze duże zróżnicowanie programu, znajdowały się w nim audycje zarówno dla osób młodych, jak i starszych. Posiadała ona także opinię kontrowersyjnej. W 1996 r. KRRiT unieważniła koncesję z powodu rozszerzenia zasięgu bez zgody Rady. Ponownie Parada zaczęła nadawać w roku 1997.

Trzecią lokalną rozgłośnią komercyjną było Radio Classic. Nadawanie rozpoczęło 12 czerwca 1994 r. Jej program był dość uniwersalny, z przewagą

muzyki oraz dużą liczbą programów dotyczących lokalnej tematyki. Stacja charakteryzowała się nadawaniem dużej ilości polskich piosenek, w rozgłośni tej zaczynało pracę wielu znanych dziennikarzy, zarówno w Łodzi, jak i Polsce. W 2005 r. zmieniła nazwę na Radio Pogoda.

W dniu 18 września 1994 r. powstało w Łodzi Radio Emaus. Była to diecezjalna rozgłośnia Archidiecezji Łódzkiej. Nadawała ona program o charakterze społeczno-religijnym, początkowo 2 godziny na dobę w godzinach popołudniowych, na częstotliwości Radia Maryja. W 1996 r. program wydłużono do 18 godzin.

Na przełomie XX i XXI wieku rozpoczęła się w Polsce konsolidacja rynku radiowego. Powstawać zaczęły pierwsze sieci radiowe oraz rozgłośnie ponadregionalne. Stacje te zaczęły cieszyć się coraz większą popularnością, w wyniku czego kryzys zaczął dotykać małe, niezależne rozgłośnie lokalne, które nie wytrzymywały konkurencji bogatszych i większych stacji, często sprzedając swoje udziały i przystępując do sieci radiowych.

Pierwszą taką lokalną stacją radiową w Łodzi było Radio Emaus. W 1998 r. weszło ono w skład sieci 26 lokalnych katolickich stacji radiowych z całej Polski, które przyjęły wspólną nazwę – Radio Plus. W tym samym roku powstała także pierwsza rozgłośnia ponadregionalna. Było to mianowicie nadające z Warszawy Inforadio (które po kilku miesiącach zmieniło nazwę na TOK FM).

W ciągu kilku następnych lat pojawiło się w Łodzi więcej rozgłośni związanych z sieciami radiowymi, zarówno lokalnych, jak i ponadregionalnych. W 2000 r. w miejsce Radia Manhattan powstało w Łodzi Radio Eska Łódź. W 2004 r. nadawanie rozpoczęły dwie rozgłośnie związane z sieciami – Radio Złote Przeboje oraz Gold FM (zastąpiło nadające wcześniej lokalne Radio TKM FM). Rok później druga rozgłośnia przemianowana została na Eskę Rock. Powstała wtedy także nowa sieć rozgłośni katolickich – VOX FM, do której przyłączył się także łódzki Plus. Rozgłośniami ponadregionalnymi, które pojawiły się w tych latach były: Radio Niepokalanów (w 2003 r.), Radiostacja (w 2004 r.), Radio Wawa (w 2006 r.) oraz RMF Classic (w 2007 r.).

Duże zmiany na łódzkim rynku radiowym zaszły w roku 2008. Najpierw doszło do przekształcenia Radia Bis w Radio Euro. Następnie miała miejsce zmiana profilu dwóch rozgłośni należących do tego samego właściciela – Eski Rock i Radia Wawa. W większości miast Polski pierwsza z nich (posiadająca więcej nadajników) została zastąpiona przez drugą. W Łodzi, gdzie usłyszeć można było obie rozgłośnie zmianie uległ tylko charakter obu stacji – Radio Wawa stało się rozgłośnią lokalną, a Eska Rock ponadregionalną. W grudniu 2008 r. po 3,5 roku nadawania zniknęło z łódzkiego eteru Radio Pogoda. Przystąpiło ono do sieci radiowej Planeta FM. W roku tym pojawiły się w Łodzi także dwie rozgłośnie ponadregionalne – Radio PiN i Chilli Zet.

Podsumowując, rozwój radiofonii w Polsce i Łodzi odbywał się etapami. Okres przedwojenny to początki radiofonii, pozyskiwanie pierwszych słuchaczy,

a także rozwój techniczny i programowy, przerwany wybuchem II Wojny Światowej. Okres PRL-u to natomiast czas upowszechniania się radiofonii, w którym monopol na nadawanie oraz duży wpływ na nadawców posiadało państwo. Ogromne zmiany przyniosła transformacja ustrojowa w Polsce. Lata 90. XX wieku to okres powstawania i szczytu popularności rozgłośni komercyjnych, zarówno ogólnopolskich, jak i lokalnych. Wiek XXI natomiast to konsolidacja rynku radiowego, powstawanie i wzrost znaczenia sieci radiowych oraz rozgłośni ponadregionalnych.

3. Rozgłośnie radiowe w Łodzi – cechy wyróżniające

Obecnie w Łodzi usłyszeć można 21 rozgłośni radiowych. Składa się na nie 7 rozgłośni ogólnopolskich, 6 ponadregionalnych oraz 8 lokalnych. Wśród nich, 20 stacji posiada nadajniki w granicach administracyjnych miasta. Wyjątkiem jest lokalna rozgłośnia Radio Złote Przeboje, która choć nadaje z Łodzi, swój nadajnik zlokalizowany ma w Pabianicach. Każda rozgłośnia radiowa posiada swoją własną częstotliwość, na której nadaje oraz moc nadawczą (im większa, tym sygnał dociera na większe odległości) (tab. 1) (rys. 1).

T a b e l a 1

Rozgłośnie radiowe słyszalne w Łodzi

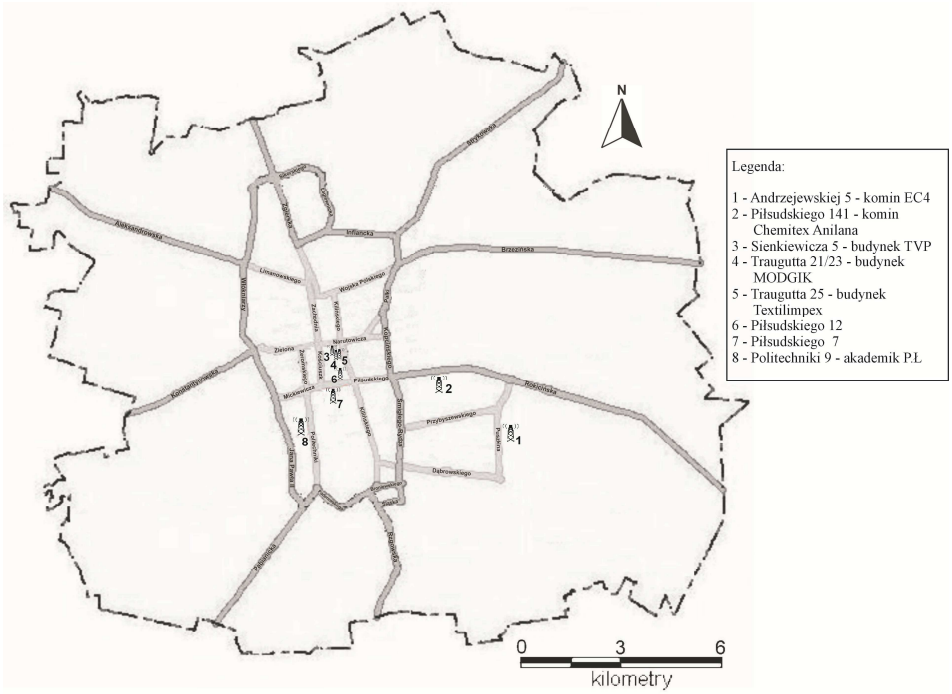
Lp.	Nazwa rozgłośni	Często-tliwość [MHZ]	Moc nadajnika [kW]	Lokalizacja nadajnika	Lokalizacja siedziby
1	2	3	4	5	6
Rozgłośnie ogólnopolskie i ponadregionalne					
1.	Radio Maryja	87,9	10,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Kopcińskiego 1/3 (biuro)
2.	Chilli Zet	89,6	0,6	Traugutta 21/23 (wieżowiec Textilimpexu)	–
3.	Polskie Radio Program II	91,4	10,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
4.	Radio Zet	92,6	12,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Piotrkowska 89 (biuro)
5.	RMF FM	93,5	10,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
6.	TOK FM	97,4	0,5	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
7.	Eska Rock	97,9	0,5	Piłsudskiego 12	Piłsudskiego 7 (biuro)
8.	Radio Niepokalanów	98,6	0,5	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Nawrot 104 (filia)

1	2	3	4	5	6
9.	Radio PiN	102,3	0,1	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
10.	Polskie Radio Program III	103,8	10,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
11.	RMF Classic	105,0	0,1	Sienkiewicza 3 (budynek TVP)	–
12.	Polskie Radio Euro	107,3	1,5	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
13.	Polskie Radio Program I	107,8	30,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	–
Rozgłośnie lokalne					
1.	Radio Żak	88,8	0,1	Al. Politechniki 9 (akademik PŁ)	Al. Politechniki 7
2.	Radio Wawa	90,1	2,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Piłsudskiego 7
3.	Radio Parada	96,0	6,0	Piłsudskiego 141 (komin Chemitex Anilana)	Piłsudskiego 141
4.	Radio Łódź	99,2	30,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Narutowicza 130
5.	Radio Eska	99,8	0,6	Piłsudskiego 12	Piłsudskiego 7
6.	VOX FM	100,4	5,0	Andrzejewskiej 5 (komin EC4)	Piłsudskiego 7
7.	Radio Złote Przeboje	101,3	10,0	Pabianice ul. Grobelna (komin Pamotexu)	Sienkiewicza 72
8.	Planeta FM	104,5	0,2	Traugutta 21/23 (wieżowiec Textilimpexu)	Traugutta 25

Ź r ó d ł o: radiopolska.pl; krrit.gov.pl; oprac. własne.

Największa liczba nadajników zlokalizowana jest na kominie EC4 przy ul. Andrzejewskiej 5. Komin ten znajduje się we wschodniej części miasta i jest jedną z najwyższych budowli w Łodzi. Umiejscowione są na nim przede wszystkim nadajniki rozgłośni ogólnopolskich i ponadregionalnych. Większość z nich posiada duże moce nadawcze, największe Program I Polskiego Radia oraz Radio Łódź. Dzięki temu sygnał większości tych rozgłośni może obejmować obszar całego województwa łódzkiego, a nawet wykraczać poza jego granice.

Wśród stacji lokalnych występuje większe zróżnicowanie lokalizacji oraz mocy nadajników. Bardzo często znajdują się one w sąsiedztwie siedzib rozgłośni (przykładem Radio Parada, Radio Żak czy Planeta FM). W większości położone są one w centrum Łodzi (lub w niedalekiej odległości), a związane jest to ze wspomnianą lokalizacją siedzib rozgłośni i z wysokościami budynków, które w centrum miasta są największe.



Rys. 1. Rozmieszczenie nadajników radiowych w przestrzeni Łodzi

Ź r ó d ł o: oprac. własne

Wśród 7 rozgłośni ogólnopolskich słyszalnych w Łodzi, cztery są stacjami publicznymi. Najstarszą jest ***Program I.*** Swój program emituje zarówno na falach długich (na częstotliwości 225 Khz), jak i ultrakrótkich. Rozgłośnia ta ma charakter uniwersalny, wyróżnia się bogactwem tematyki i form radiowych. W programie przeważają programy informacyjne i publicystyczne, znaleźć można tu także m.in. audycje muzyczne, kulturalne, sportowe, audycje dla dzieci, dla kierowców, programy religijne, reportaże, powieści, słuchowiska radiowe czy spektakle teatralne. Niektóre pasma i programy pojawiają się na antenie nieprzerwalnie od kilkudziesięciu lat; zaliczyć można do nich m.in. „Sygnały dnia", „Cztery pory roku", „Muzyczna Jedynka", „Z kraju i ze świata", czy „Lato z radiem". ***Program II*** jest natomiast rozgłośnią o profilu kulturalnym. Na antenie przeważa muzyka klasyczna (ponad 70% czasu antenowego), przeplatana serwisami informacyjnymi oraz kulturalnymi. Znaleźć można tu także, w mniejszym stopniu, muzykę jazzową oraz folk. Na antenie pojawiają się w związku tym zarówno audycje poświęcone tym gatunkom, a także transmisje i retransmisje wielu koncertów. Oprócz tego w programie znajdują się audycje poświęcone innym elementom kultury, m.in. słuchowiska radiowe czy liczne powieści. ***Program III*** natomiast od początku określał się mianem stacji ekskluzywnej, głównie dzięki formom i audycjom obecnym na

antenie, jak i dziennikarzom je tworzącym. Ważne miejsce w programie rozgłośni zajmuje muzyka, prezentowana zarówno w pasmach prezenterskich, jak i w licznych audycjach autorskich. Prowadzone są one przez wiele znanych osobowości radiowych, związanych z Trójką nawet od kilkudziesięciu lat. Na antenie pojawia się także wielu młodych dziennikarzy. Oprócz propozycji muzycznych w programie stacji znaleźć można też audycje poświęcone tematom politycznym, ekonomicznym i gospodarczym, a także audycje kulturalne i rozrywkowe. Czwartą i ostatnią publiczną rozgłośnią ogólnopolską jest ***Polskie Radio Euro*** (dawniej Program IV i Radio Bis). W dawnych latach rozgłośnia ta miała charakter edukacyjny, początkowo adresowany do wielu grup słuchaczy, od 2005 r. głównie do młodzieży i studentów. Obecnie największy nacisk stacja kładzie na muzykę oraz sport. Znaleźć można tu także programy edukacyjne, kulturalne oraz poradnikowe.

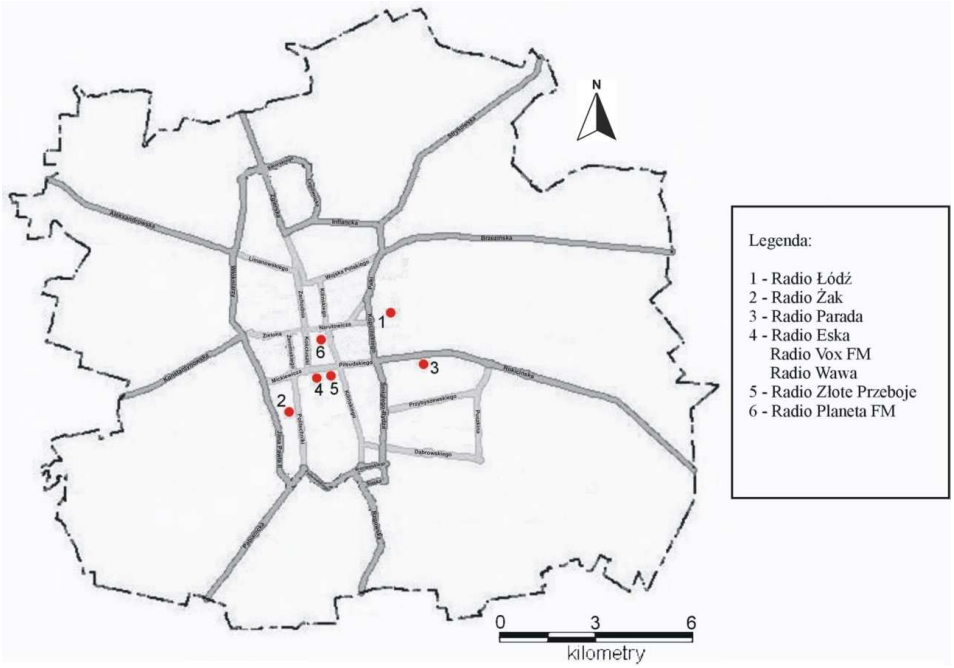
Pozostałe rozgłośnie ogólnopolskie są stacjami niepublicznymi. Składają się na nie dwie stacje komercyjne i jedna społeczno-religijna. ***RMF FM*** jest najstarszą w Polsce komercyjną stacją radiową i najchętniej słuchaną stacją ogólnopolską w kraju. Swój program nadaje z Krakowa, właścicielem rozgłośni jest niemieckie wydawnictwo „Bauer". Rozgłośnia ma charakter muzyczno-informacyjny. Zarówno obecnie, jak i w przeszłości, stacja promowała się kładąc duży nacisk na muzykę, która przeważa w programie. Oprócz niej, ważne dla rozgłośni są także serwisy informacyjne („Fakty"), które pojawiają się na antenie co godzinę przez całą dobę. Serwisy te uznawane są przez wielu za najlepsze w Polsce, radio to ma renomę stacji opiniotwórczej. W latach 90. radio to posiadało zgodę na lokalne rozszczepienia programu, na antenie pojawiały się lokalne serwisy informacyjne i bloki reklamowe. W roku 2001 KRRiT zakazała stosowania tego, rozgłośnia podała Radę do sądu, w 2008 r. Naczelny Sąd Administracyjny przyznał RMF-owi rację. Istnieje prawdopodobieństwo, że po kilku latach na antenę stacji powrócą programy lokalne. Drugą ogólnopolską rozgłośnią komercyjną jest ***Radio Zet***. Swój program nadaje z Warszawy. Właścicielem rozgłośni jest francuski holding medialny „Eurozet". Charakter programu jest bardzo podobny do programu RMF FM, które jest dla Radia Zet największą konkurencją. W programie przeważa więc muzyka (głównie pop). Podobnie jak w RMF-ie, przez całą dobę, co godzinę pojawiają się serwisy informacyjne. Znaleźć tu można także programy publicystyczne, interwencyjne, rozrywkowe oraz podróżnicze. Ostatnią rozgłośnią ogólnopolską jest ***Radio Maryja***. Nadaje ona program wyspecjalizowany o charakterze społeczno-religijnym. Siedziba stacji mieści się w Toruniu. Właścicielem rozgłośni jest Warszawska Prowincja Redemptorystów, dyrektorem – o. Tadeusz Rydzyk. W programie dominują audycje podejmujące tematykę religijną (modlitwy, katechezy, msze św.), społeczną (audycje poradnikowe) oraz publicystyczną. Bardzo ważny dla rozgłośni jest kontakt ze słuchaczami. Radio to jest obiektem szerokiej, publicznej dyskusji, wiele osób zarzuca jej zbytnie angażowanie się w sprawy polityczne, popieranie określonych opcji politycznych, a nawet

antysemityzm. Działalność rozgłośni finansowana jest w głównej mierze z datków od słuchaczy, gdyż jako nadawca społeczny nie może ona m.in. emitować reklam.

Oprócz powyższych rozgłośni ogólnopolskich usłyszeć można w Łodzi także 6 innych stacji nadających z innych miast. Są to rozgłośnie ponadregionalne. Wszystkie z nich są stacjami komercyjnymi. Najdłużej słyszalną jest ***TOK FM***, którą usłyszeć można w 10 największych miastach Polski. Jest to rozgłośnia o charakterze informacyjno-publicystycznym. Skupia się ona głównie na przekazywaniu informacji, w dni powszednie serwisy emitowane są co 20 minut. Oprócz programów informacyjnych znaleźć można tu także audycje publicystyczne, kulturalne, poradnikowe, ekonomiczne czy rozrywkowe. ***Radio Niepokalanów*** natomiast jest najstarszą katolicką rozgłośnią w Polsce. Jej początki sięgają lat 30. XX w. Od 1994 r. rozgłośnia nadaje z terenu gminy Teresin na Mazowszu (ok. 40 km na zachód od Warszawy). Nazwa rozgłośni związana jest ze znajdującym się tam sanktuarium. Właścicielem rozgłośni jest zakon franciszkanów. Program ma charakter społeczno-religijny, dominują tutaj audycje poświęcone religii i Kościołowi. Znaleźć tu można jednak także programy informacyjne, muzyczne, kulturalne oraz poradnikowe. Natomiast ***RMF Classic*** nadaje z Krakowa w 10 miastach Polski. Stacja ta ma charakter muzyczno-literacki. W programie przeważa muzyka klasyczna, znaleźć w nim można także m.in. audycje poświęcone muzyce filmowej, poetyckiej, operze, a także audycje kulturalne (dotyczące teatru, filmu i literatury). ***Eska Rock*** natomiast jest ponadregionalną rozgłośnią muzyczną, nadającą w 18 miastach Polski. Początkowo funkcjonowała jako stacja lokalna, nadająca w czterech miastach, od czerwca 2008 r., po przejęciu częstotliwości Radia Wawa, stała się rozgłośnią ponadregionalną. Właścicielem stacji jest Grupa Radiowa „Time" należąca do Zjednoczonych Przedsiębiorstw Rozrywkowych. Na antenie dominuje muzyka rockowa, utwory zarówno współczesne, jak i starsze. Wraz z rozszerzeniem zasięgu, na antenie zaczęły pojawiać się znane osobowości medialne (m.in. Michał Figurski, Kuba Wojewódzki czy Jerzy Owsiak). Rozgłośnia zaczęła także angażować się w wiele akcji promocyjnych i wydarzeń artystycznych (np.: festiwal rockowy w Szczecinie). Kolejna rozgłośnia – ***Radio PiN*** jest za to pierwszym w Polsce radiem ekonomiczno-biznesowym. Nazwa rozgłośni pochodzi od skrótu „Pieniądz i Nowoczesność". Obecnie nadaje ona w dwóch miastach Polski – Łodzi i Warszawie, niedługo usłyszeć ją będzie można także w innych (m.in. Wrocławiu, Poznaniu i Kielcach). W programie przeważają audycje poświęcone tematyce ekonomicznej, biznesowej, gospodarce, a także serwisy informacyjne, audycje motoryzacyjne, podróżnicze, muzyczne i kulturalne. W ofercie muzycznej przeważa muzyka jazzowa oraz chillout. Największą konkurencją dla niej jest natomiast ***Chilli Zet.*** Właścicielem tej stacji jest firma Eurozet. Ma ona charakter muzyczny, na antenie, podobnie jak w przypadku poprzedniej stacji, przeważają dwa gatunki muzyczne: chillout (w większym stopniu) i jazz. Oprócz muzyki, w programie

pojawiają się także serwisy informacyjne oraz programy poświęcone tematyce kulturalnej (filmowi, literaturze, teatrowi).

Wśród ośmiu lokalnych rozgłośni słyszalnych w Łodzi, sześć to stacje komercyjne, jedna publiczna i jedna akademicka. Każda z nich posiada swoją siedzibę (gdzie znajdują się studia emisyjne, studia nagrań czy biura administracji). Siedziby te w większości zlokalizowane są w centrum miasta (lub w niedalekiej odległości). Spowodowane jest to w głównej mierze występowaniem w tej części miasta dużej liczby budynków posiadających pomieszczenia umożliwiające prowadzenie tego typu działalności (liczne biurowce, itp.). Duże znaczenie w lokalizacji miał aspekt historyczny. Niektóre rozgłośnie obecne siedziby posiadają od początku swej działalności (Radio Łódź, Radio Żak) lub przejęły je po stacjach, które zastąpiły (Radio Eska, Planeta FM) (rys. 2).



Rys. 2. Lokalizacja siedzib łódzkich lokalnych stacji radiowych

Ź r ó d ł o: oprac. własne

Najstarszą wśród rozgłośni lokalnych jest ***Polskie Radio Łódź***. Jako jedyna łódzka stacja posiada także nadajniki w innych miejscowościach (mianowicie w Sieradzu i Wieruszowie). Radio Łódź, jako publiczna rozgłośnia regionalna, posiada ustawowy obowiązek wypełniania tzw. misji regionalnej, czyli programów realizujących potrzeby społeczności lokalnych. Powoduje to, iż jego program jest bardzo zróżnicowany. Znajdują się tutaj audycje dla większości grup społecznych i wiekowych. Duże znaczenie mają programy informacyjne

i publicystyczne, w większości dotyczące zagadnień lokalnych. Oprócz nich na antenie znaleźć można wiele programów muzycznych (zarówno w pasmach programowych, jak i audycjach autorskich), a także programów kulturalnych i sportowych. Drugą pod względem wieku rozgłośnią jest ***Studenckie Radio Żak***, które początkowo było radiowęzłem w jednym z akademików, w latach 90. rozpoczęło nadawanie na falach UKF. Podobnie jak większość rozgłośni akademickich, posiada ono charakter niekomercyjny. W programie nie ma w ogóle reklam, działalność finansowana jest w całości przez Politechnikę Łódzką. Również osoby pracujące w tym radiu nie pobierają wynagrodzenia. Obecnie nadaje ono swój program 24 godziny na dobę, co jednak nie zawsze miało miejsce (do 2005 r. trwał on tylko osiem godzin dziennie, a wcześniej nawet sześć). Kieruje go przede wszystkim do ludzi młodych, w większości studentów. Na antenie dominuje muzyka, głównie rockowa i alternatywna, a także jej różne odmiany. Oprócz niej, znaleźć można także programy kierowane bezpośrednio do studentów, poświecone ich sprawom, a także programy kulturalne, naukowo-edukacyjne oraz podróżnicze.

Pozostałe rozgłośnie lokalne są stacjami komercyjnymi. Najstarszą z nich jest ***Radio Parada***. Jest to rozgłośnia o profilu uniwersalnym. W jej programie znajdują się elementy adresowane do wielu grup słuchaczy. Dominuje w nim (jak w większości stacji komercyjnych) muzyka. Pojawiają się tutaj (w zależności od pory dnia) zarówno nowsze, jak i starsze utwory (głównie muzyka pop). Oprócz niej, w programie można znaleźć wiele elementów dotyczących tematyki lokalnej, audycje publicystyczne, poradnikowe oraz liczne konkursy. ***Radio Eska*** natomiast jest rozgłośnią należącą do największej (liczącej 36 stacji) sieci rozgłośni lokalnych w Polsce. Jej właścicielem jest Grupa Radiowa Time. Jest to rozgłośnia o profilu muzycznym, swój program kieruje do młodszych słuchaczy (w wieku 15–34 lat), na antenie przeważają aktualne hity i przeboje muzyki pop i dance. Stacja ta jako pierwsza w Polsce wprowadziła sieciowane pasma programowe. Polega to na tym, iż dla rozgłośni wchodzących w skład sieci, nadawane są wspólne pasma, prowadzone z jednego studia (z Warszawy). Lokalność takich programów ogranicza się do nadawania własnych serwisów informacyjnych, drogowych, kulturalnych i reklam. Działania takie mają na celu oszczędności w kosztach produkcji programu, gdyż rozgłośnia może zatrudniać mniej prezenterów. Oprócz pasm sieciowych, w łódzkiej Esce nadawane są lokalne pasma od poniedziałku do piątku, w godzinach od 6.00 do 17.00. Radio to jest także organizatorem wielu imprez promocyjnych (np.: letniej zabawy „Eska Summer Patrol", czy cyklu koncertów „Hity na czasie"). Co roku także, w Hali Sportowej w Łodzi, odbywa się widowisko muzyczne – „Eska Music Awards" – w którym rozgłośnia wręcza wykonawcom nagrody pod tym samym tytułem. Kolejną lokalną stacją w Łodzi jest ***Radio Złote Przeboje***. Jest ona częścią sieci radiowej, składającej się z 18 lokalnych stacji radiowych, której właścicielem jest holding medialny Agora. Stacja ta zawsze była radiem o profilu muzycznym, początkowo swój program kierowała do starszych

słuchaczy, na antenie grane były starsze utwory. Obecnie wiek grupy docelowej jest obniżony, w programie przeważają piosenki z lat 80., 90. XX w. oraz początków XXI, pojawiają się także (choć w mniejszym stopniu) nowości muzyczne. Rozgłośnia charakteryzowała się także dużym udziałem lokalności, większość pasm w ciągu dnia były pasmami lokalnymi. W 2007 r. postanowiono jednak zlikwidować lokalne pasma we wszystkich oddziałach. Zastąpiły je wspólne pasma nadawane z warszawskiego studia rozgłośni. Lokalność stacji ogranicza się do lokalnych serwisów informacyjnych i wiadomości drogowych nadawanych rano i popołudniu, a także wieczornej audycji poświęconej wydarzeniom kulturalnym w Łodzi. Największą konkurencją dla powyższej stacji jest ***Radio VOX FM***. Jest to kolejna sieć radiowa należąca do Grupy Radiowej Time, licząca 14 stacji lokalnych. Posiada profil muzyczno-informacyjny. Jej koncesja należy do Archidiecezji Łódzkiej, sieć VOX FM jest tylko producentem programu. W programie znaleźć można tym samym kilka rodzajów audycji związanych z religią. Program kierowany jest do starszych słuchaczy, na antenie grane są utwory muzyczne głównie z lat 60., 70. i 80. Oprócz muzyki ważna dla sieci jest także informacja i publicystyka. Większość pasm nadawana jest wspólnie dla całej sieci z Warszawy, wyjątkiem jest ukazujące się po godzinie 16 lokalne pasmo, w którym dziennikarze podsumowują wydarzenia mijającego dnia, zarówno w Polsce, jak i Łodzi i regionie. Kolejną rozgłośnią należącą do Grupy Radiowej Time jest ***Radio Wawa***. Początkowo stacja ta była warszawską rozgłośnią lokalną, następnie stacją ponadregionalną (zastąpioną przez Eskę Rock), obecnie znów jest rozgłośnią lokalną, słyszalną w czterech miastach Polski (Warszawie, Łodzi, Toruniu i Rzeszowie). Rozgłośnia ta posiada profil muzyczno-informacyjny, jej grupę docelową stanowią osoby w średnim wieku. Stacja ta jako jedyna w Polsce nadaje utwory muzyczne wyłącznie w języku polskim (głównie muzykę pop). Niestety, lokalność programu Radia Wawa nie jest zbyt duża. Składają się na nią cogodzinne ok. dwuminutowe serwisy lokalne nadawane po serwisach ogólnopolskich, lokalna prognoza pogody, a także serwisy dotyczące wydarzeń kulturalnych w mieście. Pozostałe elementy programu, w tym wszystkie pasma prezenterskie, realizowane są wspólnie dla całej sieci i nadawane ze studia w Warszawie. Ostatnią lokalną rozgłośnią słyszalną w Łodzi jest ***Radio Planeta FM***. Do grudnia 2008 r. nadawała jako stacja ponadregionalna, wtedy to w wyniku zastąpienia Radia Pogoda i powstania sieci Chilli Zet, stała się rozgłośnią lokalną. Usłyszeć ją można w 14 miastach Polski. Właścicielem jest holding Eurozet. Program stacji ma charakter muzyczny, kieruje go ona do młodszych słuchaczy. Na antenie przeważają najnowsze utwory muzyczne, głównie gatunki muzyki tanecznej (dance, pop, muzyka klubowa). Na antenie usłyszeć można kilka pasm lokalnych, a także cogodzinne serwisy informacyjne (w dużej części poświęcone Łodzi), a także wieczorne serwisy kulturalne.

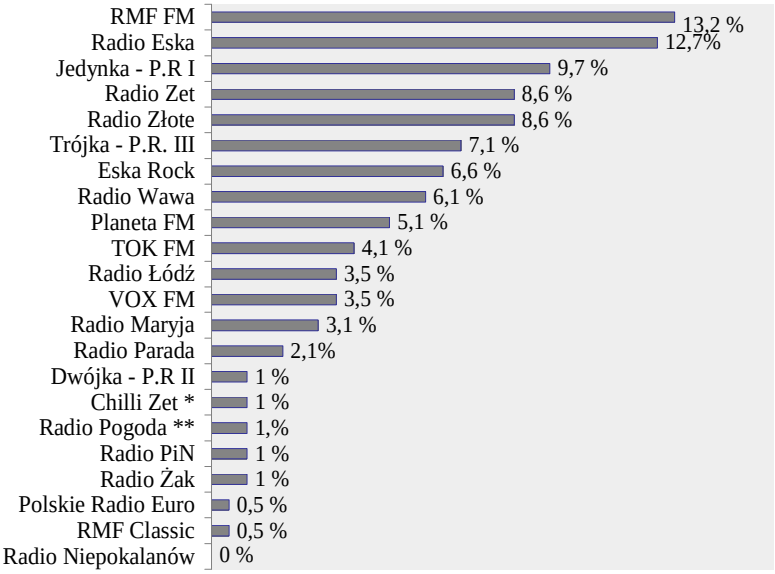
4. Odbiorcy stacji radiowych

Charakterystyki odbiorców stacji radiowych w Łodzi oraz kształtowania się struktury słuchalności w tym mieście dokonano w oparciu o badanie ankietowe[2] (L e n a r t, 2009). Na ich podstawie określono m.in. jakich rozgłośni słuchali łodzianie najchętniej, jakimi czynnikami kierowali się w wyborze programu, a także takie elementy jak czas, miejsce i sposób słuchania przez nich radia oraz preferowane rodzaje programów i ocena łódzkiego eteru.

Przeprowadzone badania wykazały, iż radio jest bardzo popularnym medium. Blisko 65% ankietowanych słuchało radia codziennie, co czwartemu natomiast zdarzało się to kilka razy w tygodniu. Najchętniej słuchanymi stacjami były dwa radia: RMF FM oraz Radio Eska. Pierwszą z nich najczęściej wybierało blisko 13,2% badanych, drugą natomiast niewiele mniej – 12,7%. Na trzecim miejscu uplasował się Program I Polskiego Radia – rozgłośni tej słuchało najchętniej 9,6% badanych. Wysoką słuchalnością cieszyły się także Radio Złote Przeboje i Radio Zet (po 8,6 %), a także takie rozgłośnie jak: Program III, Eska Rock czy Radio Wawa. Pozostałe stacje były już rzadziej wybierane. Jedyną stacją, której nie słuchał żaden z ankietowanych było natomiast Radio Niepokalanów (rys. 3).

Najczęstszym powodem wyboru danej rozgłośni przez ankietowanych była pojawiająca się na antenie muzyka. Dotyczyło to zarówno jej ilości, jak i rodzaju. Aspekt ten wpłynął na wybór stacji przez ponad połowę badanych. Co piąty respondent przy wyborze rozgłośni kierował się informacjami pojawiającymi się na antenie, słuchana stacja była dla niego głównym ich źródłem. Niecałe 15% wybierało rozgłośnie ze względu na rodzaje audycji pojawiające się na ich antenie. Słuchacze ci byli najlepiej zorientowani w programach słuchanych rozgłośni, często słuchali tylko wybranych audycji. Nieco ponad 11% badanych słuchało danej stacji z przyzwyczajenia. Co dziesiąty ankietowany zwracał uwagę na prowadzących programy, niecałe 5% badanych w wyborze kierowało się lokalnością rozgłośni, słuchacze ci w radiu szukali przede wszystkim informacji dotyczących swojego miasta. Dla niewielu (3,5% badanych), ważnym aspektem było zróżnicowanie programu w słuchalnej rozgłośni, pojawiające się w programie konkursy oraz dobry odbiór danej rozgłośni (rys. 4).

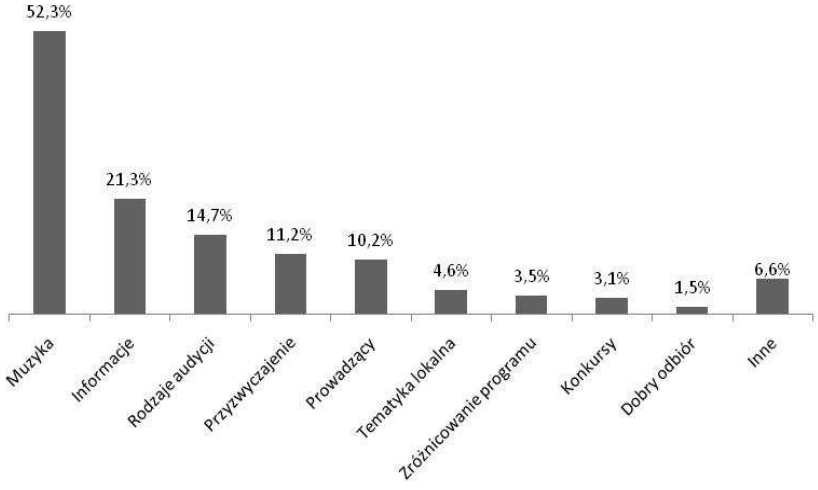
[2] W badaniu przeprowadzonym od listopada 2008 r. do marca 2009 r. wzięło udział 197 respondentów.



* rozgłośnia nadaje od 06.12.2008 r.
** rozgłośnia zakończyła nadawanie 05.12.2008 r.

Rys. 3. Najczęściej słuchane stacje radiowe wśród badanych respondentów

Ź r ó d ł o: oprac. własne (próba 197 osób)



Rys. 4. Powody wyboru danej rozgłośni przez ankietowanych

Ź r ó d ł o: oprac. własne

Na podstawie przeprowadzonych badań sporządzono profil słuchaczy poszczególnych rozgłośni. Ze względu na ograniczoną próbę badanych scharakteryzowani zostali słuchacze stacji, które wybierało co najmniej 3% ankietowanych.

Najpopularniejsza wśród badanych stacja – ***RMF FM*** – była częściej wybierana przez kobiety niż mężczyzn (stanowiły one ponad 65% słuchaczy). Radio to było chętnie słuchane przez wszystkie grupy wiekowe, z wyjątkiem osób najstarszych. Większość słuchaczy tej rozgłośni (ok. 46%) posiadała wykształcenie średnie. Wśród powodów jej wybierania najczęściej wymieniali oni prezentowaną tam muzykę (ok. 73% odpowiedzi) oraz serwisy informacyjne (46%).

Druga pod względem popularności stacja – ***Radio Eska*** – słuchana była tylko w dwóch grupach wiekowych: poniżej 24 lat (64%) oraz 25–39 (36%). Słuchaczami są zarówno kobiety, jak i mężczyźni. Posiadali oni w większości wykształcenie średnie (40% badanych – głównie starsi słuchacze) oraz gimnazjalne (32% – słuchacze młodsi). Ponad połowę słuchaczy stanowili uczniowie i studenci. Aż 84% badanych w wyborze tej stacji kierowało się graną przez nią muzyką (zwracali uwagę przede wszystkim na jej aktualność i żywiołowość).

Program I natomiast nieco chętniej wybierany był przez kobiety (58% słuchaczy). Największą grupę słuchaczy stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym (31,5%) oraz średnim (26%). Radio to było najchętniej słuchane przez osoby starsze, powyżej 60 roku życia (ok. 63%), głównie emerytów i rencistów. Wśród przyczyn wybierania właśnie tej stacji wymieniali oni: informacje (31%), zróżnicowanie oraz rodzaje programów (po 20%), przyzwyczajenie i muzykę (po 16%).

Również ***Radio Zet*** było nieco chętniej wybierane przez kobiety (59%). Największą słuchalność stacja ta miała w grupie wiekowej 25–39 lat (ok. 47% słuchaczy). Najwięcej osób posiadało wykształcenie średnie (53%) oraz wyższe (29%). Ponad 70% słuchaczy posiadało stałe zatrudnienie. W wyborze tejże rozgłośni kierowali się oni przede wszystkim: muzyką (47% odpowiedzi), prowadzącymi (29%), rodzajami programów i serwisami informacyjnymi (po 24%).

Radio Złote Przeboje natomiast było słuchane zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn, głównie w wieku 40–59 lat (ok. 53%), z wykształceniem wyższym (47% słuchaczy posiadało dyplom wyższej uczelni), bądź średnim (29%). Największą grupę stanowiły osoby pracujące (76%). W wyborze tej rozgłośni kierowali się oni głównie: muzyką (76%), informacjami (18%), tematyką lokalną i przyzwyczajeniem (po 12%).

Program III chętniej wybierali natomiast mężczyźni (64%). Pod względem wieku słuchacze ci byli dość zróżnicowani, największą grupę stanowiły osoby w wieku 40–59 (36%) oraz 25–39 (29%). Rozgłośnia ta była słuchana przez najlepiej wykształconych słuchaczy, połowa badanych posiadała wykształcenie

wyższe magisterskie, 21% wyższe licencjackie lub inżynierskie. W wyborze tej stacji kierowali się oni przede wszystkim: muzyką (57%), rodzajami audycji (43%), zróżnicowaniem programu i prowadzącymi (po 21%) oraz informacjami (14%).

Eska Rock słuchana była zarówno przez kobiety, jak i mężczyzn, ze zdecydowaną przewagą osób najmłodszych w wieku do 24 lat (69% słuchaczy), posiadających najczęściej wykształcenie średnie (46%). Byli to głównie uczniowie i studenci (69%). Wszystkie osoby słuchające tej stacji jako powód jej wyboru podawały muzykę prezentowaną na jej antenie, niektórzy z badanych zwracali także uwagę na rodzaje audycji, prowadzących oraz informacje.

Słuchacze ***Radia Wawa*** to także zarówno kobiety, jak i mężczyźni, posiadający wykształcenie średnie (58%) i zawodowe (25%). Pod względem wieku słuchacze są zróżnicowani – głównie osoby młode i w średnim wieku. Preferujący tę stację to przeważnie osoby pracujące (58%), a także uczniowie i studenci (33%). Wszyscy badani słuchający tej stacji w wyborze kierowali się muzyką, niewielka część zwracała też uwagę na rodzaje audycji oraz prowadzących.

Planeta FM – wybierana była głównie przez osoby młode – 70% w wieku poniżej 24 lat, a 30 % 25–39. Starsi słuchacze byli dobrze wykształceni – 60 % posiadało dyplom wyższej uczelni, młodsi natomiast głównie wykształcenie gimnazjalne. Uczniowie i studenci stanowili połowę badanych, pracujący – 40%. W wyborze kierowali się przede wszystkim muzyką (100% badanych), a także małą ilością reklam (20%), prowadzącymi oraz informacjami (po 10%).

TOK FM było natomiast częściej wybierane przez mężczyzn (63%), głównie przez osoby starsze (połowa odbiorców była w wieku powyżej 60 lat, co czwarty w wieku 40–59). Słuchacze ci byli dobrze wykształceni, ponad połowa posiadała ukończone studia wyższe, 25% szkołę średnią. Połowę słuchaczy stanowili emeryci i renciści, 37% osoby pracujące. W swoim wyborze kierowali się oni głównie: rodzajami audycji (50%), informacjami (37%) oraz prowadzącymi (12%).

W przypadku ***Radia Łódź*** słuchaczami byli w zdecydowanej większości mężczyźni (86% badanych), posiadający wykształcenie wyższe (71%) i zawodowe (29%). Ponad połowa słuchaczy była w wieku 40–59 lat. Były to głównie osoby pracujące (71%) oraz emeryci i renciści (29%). Wybór tej rozgłośni spowodowany był głównie przez: tematykę lokalną (71%), zróżnicowanie programu, muzykę oraz prowadzących (po 14%).

VOX FM natomiast nieco chętniej wybierały kobiety (57%). Wiek słuchaczy tego radia był bardzo zróżnicowany, były to osoby zarówno poniżej 24 roku życia (43%), jak i w wieku 25–39 i 40–59 (po 29%). Ponad połowa słuchaczy posiadała ukończone wyższe studia (głównie licencjackie i inżynierskie), 28% posiadało wykształcenie zawodowe. Odbiorcami tej stacji były osoby pracujące (57%) oraz uczniowie i studenci (43%). W wyborze kierowali się oni: muzyką (71%), prowadzącymi (29%) oraz rodzajami programów (14%).

Radio Maryja wybierane było za to przez najstarszych słuchaczy, 83% było w wieku powyżej 60 lat, byli to zarówno mężczyźni, jak i kobiety (po 50%). Posiadali głównie wykształcenie podstawowe i średnie (po 33%), w większości byli to emeryci i renciści (83%). Blisko połowa słuchaczy wybierała tę rozgłośnię ze względu na informacje (niektórzy zwracali uwagę na ich „prawdziwość"), pozostali natomiast ze względu na rodzaje programów (33%), prowadzących oraz charakter audycji (po 17%).

Najczęstszym miejscem, gdzie ankietowani słuchali radia był ich dom. Czynności tej w tym miejscu poświęcało czas ponad 47% badanych. Innymi miejscami były: samochód (26% odpowiedzi) oraz miejsce pracy ankietowanych (22%). W domu radia najczęściej słuchały osoby młode, do 24 roku życia (ponad 65% w tej grupie wiekowej) oraz najstarsze, po 60 roku życia (ponad 71%). Częściej były to też kobiety niż mężczyźni. Wśród osób słuchających radia w pracy i samochodzie większość była w średnim wieku, częściej byli to także mężczyźni.

Źródłem sygnału, z jakiego najczęściej korzystali badani, był odbiornik naziemny. Używało go ponad 88% słuchaczy. Pozostali korzystali z telefonów komórkowych (4%), Internetu (3,5%), telewizji kablowej (3%), anteny satelitarnej (1%) oraz odtwarzaczy MP3 (0,5%). W przeprowadzanym badaniu zapytano także respondentów: czy kiedykolwiek słuchali radia za pośrednictwem coraz popularniejszego medium, jakim jest Internet? Odpowiedzi twierdzącej na to pytanie udzielił co trzeci badany, co świadczy o tym, iż radio internetowe staje się coraz bardziej popularnym medium.

Rodzajami audycji jakich respondenci słuchali najczęściej były audycje muzyczne. Programy te preferowało blisko 67% badanych. Innymi popularnymi audycjami były programy informacyjne (18%) oraz publicystyczne (niecałe 8%). Audycje muzyczne najpopularniejsze były w dwóch grupach wiekowych: do 24 lat oraz 25–39, wśród których wybierało je ponad 85% słuchaczy. W starszych grupach wiekowych, słuchalność programów muzycznych była już mniejsza. W grupie 40–59 lat słuchacze ci stanowili nieco ponad połowę badanych, wśród osób powyżej 60 lat niecałe 23%. Pierwsza z tych grup chętnie wybierała programy informacyjne (blisko 30%) oraz publicystyczne (ok. 10%). W grupie osób najstarszych natomiast, najpopularniejszymi były audycje informacyjne (słuchało ich blisko 40% badanych w tej grupie wiekowej). Bardziej popularne były tu także, w porównaniu do innych grup, programy publicystyczne (niecałe 23%) oraz religijne (ok. 12%).

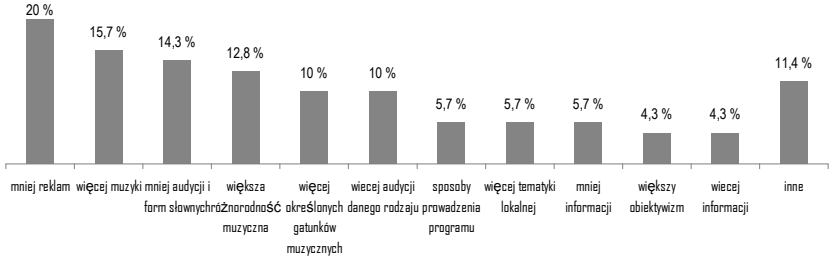
W przeprowadzonym badaniu postanowiono zapytać także ankietowanych jakich audycji nigdy nie słuchają. Najczęściej odrzucanym rodzajem programu były audycje religijne. Nie słuchało ich mianowicie ponad 70% ankietowanych, zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Były to głównie osoby najmłodsze, wraz ze wzrostem wieku liczba badanych nie słuchająca tych audycji malała. O ile w grupie wiekowej do 24 lat programy te odrzucało blisko 82% respondentów, o tyle w grupie powyżej 60 lat „tylko" 45%. Drugim rodzajem audycji, przy

którym badani „przełączali odbiorniki", były programy publicystyczne. Nie słuchało ich ok. 15% badanych, głównie w średnim wieku. Audycje kulturalne były omijane przez ponad 7% badanych, przede wszystkim przez młodszych słuchaczy (w wieku do 24 i 25–39 lat).

Zapytano także respondentów, jak ważna w wyborze rozgłośni była dla nich lokalność (a dokładniej, jak często słuchali oni programów o tematyce lokalnej, czyli dotyczących Łodzi i regionu). Ponad 45% respondentów robiło to rzadko, a ok. 30% czasami. Często audycji tych słuchało tylko ok. 16% badanych, 8% natomiast nie robiło tego wcale. Wyniki te świadczą o tym, iż tematyka lokalna nie jest ważna w wyborze rozgłośni, ani nie jest zbyt chętnie poszukiwanym rodzajem audycji.

Ponad 45% badanych uważało, iż liczba rozgłośni radiowych w Łodzi jest na wystarczającym poziomie. Nieco ponad 16% uważało, że liczba rozgłośni jest za mała, niecałe 7%, że za duża. Co trzeci ankietowany nie miał zdania na ten temat. Wyniki te świadczą o tym, iż słuchacze w Łodzi są zadowoleni z liczby stacji oferujących swe usługi, a także że aspekt ten nie jest dla wielu z nich istotny.

Ponad połowa badanych także nie była zainteresowana żadnymi zmianami w słuchanych rozgłośniach. Wśród osób, które jednak sobie tego życzyły najczęściej pojawiającą się odpowiedzią było zmniejszenie liczby emitowanych reklam (rys. 5). Postulat taki zgłaszał co piąty ankietowany badany. Duża część chciała, aby stacje emitowały jeszcze więcej muzyki na antenie (ponad 15%), nieco ponad 14% chciałoby, aby na antenie było mniej słowa i audycji słownych (zwłaszcza publicystycznych). Niecałe 13% życzyłoby sobie większej różnorodności muzycznej w słuchanych rozgłośniach. Co dziesiąty badany chciałby emisji większej liczby określonych gatunków muzycznych (pojawiały się tu takie propozycje jak: rock, heavy metal, r`n`b, techno, house czy większa ilość polskiej muzyki) oraz więcej audycji tematycznych (kulturalnych, sportowych, językowych, rozrywkowych oraz słuchowisk). Pozostałe odpowiedzi były mniej popularne.



Rys. 5. Proponowane zmiany w słuchanych przez badanych stacjach

Ź r ó d ł o: oprac. własne

Ankietowani zostali także poproszeni o wskazanie jakiej rozgłośni brakuje im najbardziej lub jakiego radia życzyliby sobie, aby się pojawiło. Odpowiedzi te były dość zróżnicowane. Najczęściej pojawiającymi się propozycjami były radia muzyczne grające określony typ muzyki (np.: hip-hop, r`n`b, techno, house, rock, muzyka alternatywna, muzyka poważna, filmowa, jazz czy muzyka łódzkich zespołów). Kilkoro badanych (głównie mężczyzn) chciałoby pojawienia się radia o tematyce sportowo-motoryzacyjnej. Innymi pojawiającymi się propozycjami były: radio poradnikowe, radio dla dzieci, radio o tematyce psychologicznej, turystycznej, kulturalnej, ekonomicznej, historycznej, radio dla osób starszych (zwłaszcza emerytów), czy radio satyryczno-rozrywkowe. Swoją propozycję zgłosił jednak tylko co czwarty badany, co świadczy o tym, iż większości słuchaczy w pełni wystarcza obecna oferta łódzkiego eteru.

Podsumowując, przeprowadzone badania wykazały, że radiofonia jest bardzo popularnym i potrzebnym medium. Radio słuchane było praktycznie we wszystkich grupach społecznych i wiekowych. Różnice polegały tylko na wyborze stacji, poszczególne grupy słuchały często innych stacji, a także innych rodzajów programów.

5. Podsumowanie

Rynek radiowy w Polsce jest rynkiem dynamicznym i silnie zmieniającym się, którego rozwój związany był z wydarzeniami polityczno-gospodarczymi w historii Polski. Największy wpływ na ten rozwój miała transformacja ustrojowa w Polsce w 1989 r. W jej wyniku monopol na nadawanie programów radiowych utraciło Państwo. Powstawać zaczęły wtedy pierwsze rozgłośnie komercyjne, które niemalże od razu zyskały ogromną popularność, wyznaczając nowe trendy i sposoby prowadzenia programu. Transformacja ustrojowa spowodowała także powstanie lokalnego rynku radiowego. Wcześniej w Łodzi usłyszeć można było tylko jedną lokalną rozgłośnię, po 1989 r. powstało wiele lokalnych, komercyjnych stacji, które również zyskały ogromną popularność.

O ile sytuacja i przemiany polityczne miały ogromny wpływ na rozwój radiofonii w XX w., o tyle w wieku XXI najważniejszym czynnikiem stał się aspekt ekonomiczny. W tym ostatnim okresie zaczęło dochodzić do konsolidacji rynku radiowego i powstawania pierwszych sieci radiowych. Największy wpływ i udział w mediach zaczęły mieć duże grupy radiowe. Nadawcy ci „wypychali" z rynku oraz przejmowali mniejsze, nie radzące sobie z konkurencją, rozgłośnie lokalne. Sytuacja taka miała miejsce także w Łodzi. Jeszcze na początku XXI w. usłyszeć tu można było pięć małych, niezależnych rozgłośni radiowych. Obecnie zostały tylko dwie (w tym jedna akademicka).

Zwiększenie się udziałów wielkich nadawców ma zarówno plusy, jak i minusy. Wadą tego faktu jest niewątpliwie zanik lokalności wśród stacji radiowych. Rozgłośnie nadające w sieciach radiowych ograniczają tematykę lokalną w swoich programach, często nadając wspólny program z rozgłośniami z innych miast. Słuchając ich programów trudno jest odróżnić je od stacji ogólnopolskich. Wpływ na taką sytuację ma niewątpliwie wspomniany aspekt ekonomiczny, gdyż łatwiej i taniej produkuje się wspólny program dla całej sieci, niż dla poszczególnych rozgłośni.

Plusem zwiększenia się udziału dużych grup radiowych było natomiast urozmaicenie rynku radiowego. Jeszcze kilka lat temu większość rozgłośni nadawało podobny program. Stacje lokalne wzorowały się na ogólnopolskich, przez co eter był mało różnorodny. Obecnie na rynku występuje większe zróżnicowanie rozgłośni (wpływ na to miał m.in. rozwój stacji ponadregionalnych, a także duża konkurencja na rynku lokalnym). Większość rozgłośni posiada określone profile i formaty. Często są one niszowe, co sprawia, że większa liczba słuchaczy może znaleźć w eterze „coś dla siebie".

Obecnie rynek radiowy w Polsce jest już w miarę ustabilizowany, a konsolidacja kapitałowa, która miała miejsce jeszcze do niedawna powoli dobiega końca. W przyszłości możliwe są więc przejęcia, jednak na dużo większą skalę (np.: wykupienie jednej grupy radiowej przez drugą). Także w Łodzi sytuacja właścicielska jest ustabilizowana. Dominuje tu obecnie pięć dużych grup radiowych. Wśród sześciu lokalnych stacji komercyjnych została tylko jedna nie związana z żadną siecią (tj. Radio Parada). Tylko tę rozgłośnię mogą w przyszłości spotkać zmiany w postaci wykupienia przez większą sieć. Ewentualne zmiany w pozostałych rozgłośniach słyszalnych w mieście, mogą być związane ze wspomnianymi ruchami na większą skalę.

Bardziej prawdopodobne od zmian właścicieli, są zmiany profilów i formatów stacji już istniejących. Ostatnie lata pokazały, iż audytorium stacji radiowych jest dość zmienne. Rozgłośnie często zmieniały swoje profile, starając się dotrzeć do większej liczby oraz nowych słuchaczy. Możliwy jest także powrót niektórych rozgłośni do koncepcji „radia autorskiego", w celu pozyskania bardziej wymagających, a tym samym atrakcyjniejszych dla reklamodawców odbiorców.

Mało prawdopodobne jest pojawienie się w Łodzi nowych naziemnych stacji radiowych. Pasmo UKF, w którym nadają one obecnie, posiada ograniczoną pojemność. Już teraz w Łodzi usłyszeć można 21 rozgłośni i prawdopodobnie nie zostaną wygospodarowane w najbliższym czasie nowe częstotliwości. W wykazie KRRiT nie ma obecnie ani jednej wolnej częstotliwości dla Łodzi i województwa łódzkiego[3].

[3] Za: *Wykaz wolnych zasobów częstotliwości do wykorzystania w radiodyfuzji naziemnej będących w dyspozycji KRRiT (stan na dzień 20.01.2009 r.).*

Bardzo prawdopodobny jest jednak rozwój rozgłośni korzystających z innego rodzaju sygnału. Trzeba wspomnieć tu przede wszystkim o radiach internetowych. Już teraz istnieje ich niezliczona ilość. Do niedawna większość z nich była niszowymi radiami amatorskimi. Obecnie w Internecie konkurują ze sobą także większe grupy radiowe. Swoje kanały muzyczne posiadają zarówno RMF FM (portal Miasto Muzyki), grupa radiowa Agory (portal Tuba FM), a także Radio Zet i Radio Eska. Na razie traktowane są one jako inwestycje w wizerunek i uzupełnienie rozgłośni naziemnych, w niedługim czasie mogą jednak zacząć przynosić zyski.

Rozwój radia internetowego jest więc nieunikniony. Rozgłośnie te posiadają wiele zalet zauważalnych przez odbiorców (m.in. duża różnorodność audycji i programów, dowolny wybór rodzajów muzyki, jej duża różnorodność czy mała ilość reklam). Przyszłością tego medium może być jego przekaz za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnych. Potrzebne do tego byłoby jednak upowszechnienie szerokopasmowego Internetu, telefonii trzeciej generacji (3G), albo sieci bezprzewodowej Wi-Fi.

Innym rodzajem sygnału, który w przyszłości (aczkolwiek nieco dalszej) może zyskać na popularności jest radio cyfrowe. Na świecie staje się ono coraz bardziej popularne, głównie z powodu licznych zalet (m.in. dobrej jakości dźwięku, dużego zasięgu oraz możliwości nadawania programu przez większą liczbę nadawców). Obecnie jednak kwestia digitalizacji radia w Polsce stoi w miejscu. Spowodowane jest to przede wszystkim brakiem inwestycji ze strony rządu, a także niechęcią ze strony nadawców (którzy nie chcą inwestować, gdyż sądzą, iż słuchacze nie będą zainteresowani ofertą, której słuchanie wymaga specjalnych odbiorników). Radiofonia cyfrowa pozostaje w Polsce w fazie projektów i eksperymentów, na jej rozwój poczekać trzeba będzie jeszcze kilka lat.

LITERATURA

D o l i w a U., 2008, *Radio studenckie w Polsce*, Wyd. UWM, Olsztyn.

F l e t e j s k i S., 2005, *Współczesna ekonomika usług*, PWN, Warszawa.

G ł o w i ń s k i K., 2008, *Własny głos w eterze*, PRESS, październik 2008.

G o c z a ł B., 2008, *Musi się zmieniać*, Media&Marketing Polska, marzec–kwiecień 2008.

G r z e l e w s k a D., 2001, *Historia polskiej radiofonii w latach 1926–1989*, [w:] *Prasa radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Wyd. Elispa, Warszawa.

K o w a l c z y k R., 2007, *Radio lokalne w Polsce*, Wyd. INPiD UAM, Poznań.

K o w a l e w s k a - O n a s z k i e w i c z A., 1999, *Radio komercyjne 1990–1999*, [w:] *Media w Polsce w XX w*., Wyd. Press, Poznań.

K u b a c z e w s k a W., H e r m a n o w s k i M., 2008, *Radio – historia i współ-*

czesność, Wyd. Ośrodek Badania Rynku Sztuki Współczesnej, Poznań.

L e n a r t G., 2009, *Rozwój i działalność stacji radiowych w Łodzi i ich odbiorcy*, maszynopis pracy magisterskiej wykonanej w Katedrze Gospodarki Przestrzennej i Planowania Przestrzennego UŁ, Łódź.

L i d a T., 2007, *Cisza przed burzą, czyli radio w sieci*, „Radio Lider", nr 3/4 (99).

P i s a r e k W., 2006, *Słownik terminologii medialnej*, Wyd. Universitas, Kraków.

Polska Klasyfikacja Działalności obowiązująca od 01.01.2008 r., 2008, Wyd. Ekspert, Wrocław.

R o g o z i ń s k i K., 2000, *Usługi rynkowe*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań.

S k r z y p c z a k J., 1999, *Popularna encyklopedia mass-medów*, Wyd. Kurpisz, Poznań.

S m o l e ń s k a H., 2006, *Radio internetowe – nowe ważne medium*, „Radio Lider", nr 3/4 (93).

T u r o b u ś M., 2000, *Rozgłośnie łódzkie w nowej rzeczywistości*, Akademia Muzyczna, Łódź.

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, DzU, 07.61.411.

W e r w i c k i A., 1998, *Transformacja społeczno-ekonomiczna Polski Środkowej*, Wyd. UŁ, Łódź.

W y g n a ń s k i T., 2008, *Cyfra coraz dalej*, Media&Marketing Polska, marzec–kwiecień 2008.

Wykaz wolnych zasobów częstotliwości do wykorzystania w radiodyfuzji naziemnej będących w dyspozycji KRRiT (stan na dzień: 20.01.2009 r.).

Z e g a r ł o w i c z P., 1999, *Polskie Radio SA 1989–1999*, [w:] *Media w Polsce w XX w.*, Wyd. Press, Poznań.

THE ACTIVITY AND DEVELOPMENT OF THE RADIO STATIONS IN ŁÓDŹ

The electronic media has a huge impact on the functioning of the world nowadays. One of the most popular media are radio stations. The article presents the example of the operating these media in Łódź.

The first part of the article presents the history and the development of radio broadcasting in Łódź. It is divided into several periods. The first period of the radio stations in Poland and in Łódź, their technical development and gaining first listeners was before World War II. The years 1945–1989 was the time of popularizing the broadcasting. However, in those days the government had the monopoly of broadcasting and the major impact on the radio stations. The political transformation in Poland brought the enormous changes and in the nineties a lot of radio stations came into existence, both nationwide and locally, and the stations started to became more and more popular. The XXI century is the time of consolidation of the radio market, the emergence and rise of radio networks and radio stations.

The next part of the article presents the characteristics of radio stations in Łódź. At that moment, the 21 radio stations can be heard in the city. These stations include both the local channels (8), and the stations broadcasted from other cities. There are public, commercial and socio-religious radio stations. The article presents in details each radio

station (its history, location of headquarters, the structure of the ownership and software) and describes the broadcasting facilities located in the city.

This article is also the attempt to present the radio listeners in Łódź. They were described and characterized on the basis of conducted public opinion poll. The surveys show that listening to the radio is a very popular activity among residents. The characterized elements were: the most popular radio station, the factors that influence the choice of radio stations, the time and manner of listening, the types of programs as well as the subjective assessment of broadcasts in Łódź. It also provides the profile of an individual radio listener.

The last part of the article presents the outlook for the future of broadcasting including the possible changes of the ownership structure of the radio stations, its formats and profiles as well as the development of modern radio the uses the other sources of signal (Internet and digital radio).

Mgr Grzegorz Lenart
Katedra Gospodarki Przestrzennej i Planowania Przestrzennego UŁ