

Olga Dąbrowska-Cendrowska

Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

cendrowska@ujk.edu.pl

Recenzja rozprawy doktorskiej mgra Krzysztofa Kota

pod tytułem: *Radio RMF FM w latach 1990-2001.*

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie,

Wydziału Politologii i Dziennikarstwa.

Promotor dr hab. Bogdan Borowik, prof. UMCS

Promotorka pomocnicza dr Anna Szwed Walczak

Pan Krzysztof Kot tematem swojej pracy uczynił funkcjonowanie radia *RMF FM* na polskim rynku medialnym w latach 1990-2001. Za wybór tematu należy się Doktorantowi pochwała, gdyż ta ważna, komercyjna rozgłośnia radiowa nie doczekała się ani kompleksowej charakterystyki i oceny działania, ani analizy jej roli i znaczenia dla rozwoju rynku radiowego w Polsce w ostatniej dekadzie XX w.

Dynamiczne zmiany w systemie politycznym, gospodarczym i społecznym zapoczątkowane w 1989 r. stworzyły przestrzeń dla pojawienia się radiofonii komercyjnej. Jej początki, jak podkreślił Autor dysertacji „były utrudnione ze względu na brak uregulowań prawnych wynikających z braku konsensusu politycznego” (s. 5). Pan Krzysztof Kot słusznie potraktował przedmiot swoich badań jako ważny element systemu medialnego i w tym kontekście badał jego kształtowanie się w okresie transformacji ustrojowej w Polsce.

Podkreślam zatem, że zaproponowany temat rozprawy wpisuje się w zakres dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, a świadczą o tym temat i charakter pracy, wynikający z nich przedmiot badań, postawiony cel główny, pytania i hipotezy badawcze oraz zaproponowany przez Doktoranta warsztat naukowy.

Cel pracy, pytania badawcze i hipotezy badawcze

Pan Krzysztof Kot, we wstępie, jasno sformułował cel swojej rozprawy doktorskiej, który jest w zasadzie kompilacją dwóch celów. Po pierwsze, chodziło o „ukazanie procesu ewolucji rynku radiowego, ze szczególnym uwzględnieniem wyłaniania się radiofonii komercyjnej na przykładzie radia *RMF FM*” (s. 5). Po drugie o „ocenę wpływu tych przemian na segment radiofonii do 1992 roku państwowej a później publicznej” (s. 5). Kluczowa dla osiągnięcia celów była także identyfikacja czynników społeczno-gospodarczych i politycznych, które przyczyniły się do dynamicznych przemian w branży radiowej oraz analiza strategii zarówno marketingowych, jak i programowych, wywierających wpływ na popularność *RMF FM*.

Realizacji postawionych celów posłużyły cztery, poprawnie sformułowane pytania badawcze:

- 1) Jakie były uwarunkowania powstania *RMF FM*?
- 2) Co charakteryzowało *RMF FM* jako podmiot medialny przed uzyskaniem koncesji?
- 3) Jakie elementy i czynniki złożyły się na sukces *RMF FM* na rynku ogólnopolskim?
- 4) Jakie były efekty działalności *RMF FM* w kontekście rynku radiowego w Polsce? (s. 9-10).

Do tak sprecyzowanych pytań badawczych Pan Krzysztof Kot postawił właściwe hipotezy badawcze:

- 1) Głównym uwarunkowaniem powstania *RMF FM* były zmiany w systemie politycznym, które umożliwiły założenie komercyjnej rozgłośni radiowej, aczkolwiek pojawiło się też społeczne zapotrzebowanie na odmienny od *Polskiego Radia* styl i treści.
- 2) Budowanie wiarygodności w sferze informacyjnej oraz publicystycznej było ważnym elementem do zdobycia pozycji rynkowej.
- 3) Akcje o charakterze promocyjnym były elementem wspierającym budowanie szerokiego grona odbiorców.
- 4) Bliski kontakt ze słuchaczami, za sprawą oddziałów lokalnych, był kluczowy dla wzrostu słuchalności (s. 10).

Merytoryczna ocena pracy

Przedłożona do recenzji rozprawa doktorska ma charakter chronologiczno-problemowy, liczy 281 stron i składa się ze spisu treści, wstępu, czterech rozdziałów, zakończenia, wykazu źródeł i opracowań, inaczej bibliografii oraz spisu rysunków, schematów, tabel i wykresów.

Pracę rozpoczyna wstęp, w którym Autor przedstawił założenia metodologiczne przyjęte w dysertacji. Poza omówionymi już w recenzji celami badawczymi, pytaniami badawczymi i hipotezami, w tej części pracy, znalazło się także uzasadnienie przyjętych ram czasowych, które zostały określone właściwie. Pierwsza data to powstanie radia *RMF FM*. Druga natomiast to zakończenie pierwszego okresu koncesyjnego. Dobrze, że w swoich rozważaniach Pan Krzysztof Kot sięgnął także do tych wydarzeń, które miały miejsce w Polsce i w polskich mediach w 1989 r., gdyż tym samym nakreślił tło, klimat i atmosferę, w jakich powstawało badane przez Niego radio.

Istotnym komponentem wstępu, ze względu na przyjęty temat pracy i jej budowę, było wskazanie i zdefiniowanie najważniejszych pojęć, tj. system medialny, modele systemów medialnych (typologie), rynek medialny i jego elementy składowe, rozgłośnia radiowa, przedsiębiorstwo medialne, program radiowy, ramówka, pasma nadawcze, audycja radiowa, format radiowy, gatunki radiowe, wzorzec gatunkowy, rozszczepienie programu. Podoba mi się, że Doktorant dokonał selekcji i wybrał z ogromnej liczny dostępnych definicji te, które jego zdaniem, były najistotniejsze dla przyjętych założeń metodologicznych.

We wstępie zostały także wskazane metody badawcze, które wykorzystano do zrealizowania celu pracy, odpowiedzi na pytania badawcze i weryfikacji hipotez. Autor wybrał i poprawnie zastosował w swoich badaniach metody jakościowe, które jego zdaniem w „naukach medioznawczych są niezbędne do zrozumienia złożonych i często subiektywnych aspektów mediów i komunikacji” (s. 6). Ze względu na przedmiot badań została wykorzystana metoda *desk research* (analiza materiałów zastanych, dokumentów, artykułów, nagrań, kontentu i stron www). Pan Krzysztof Kot nie pominął także raportów, artykułów prasowych, danych statystycznych, dokumentów wewnętrznych i materiałów archiwalnych. Wsparciem dla metody *desk research* było użycie *case study*, która „pozwala na szczegółowe zbadanie konkretnego zjawiska,

procesu czy instytucji medialnej w określonym kontekście” (s. 9). Przedstawione powyżej informacje dotyczące metod badawczych wykorzystanych w dysertacji nieco giną w ogólnej charakterystyce jakościowych metod badawczych i triangulacji metod. Zastanawiam się, czy ze względu na spójność wywodu w kontekście przyjętego celu i pytań badawczych, nie można by tego fragmentu pominąć. Ciekawa jestem, co Autor sądzi na ten temat.

Budowę pracy zdeterminował zebrany materiał oraz przyjęty jej chronologiczno-problemowy charakter. Pierwszy rozdział pt. *Rynek radiowy w Polsce w latach 1989-2001* został poświęcony ważnej kwestii, mianowicie zmianom politycznym, mającym miejsce w 1989 r. Autor, bazując na licznych źródłach i opracowaniach, o czym świadczą przypisy, wskazał, jak te zmiany wpłynęły na tworzenie mediów masowych w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem radiofonii, gdyż to ten segment systemu medialnego był przedmiotem badań Autora dysertacji. Analiza uwarunkowań prawnych, technicznych i ekonomicznych powstania rynku radiowego, rozpoczynająca ten rozdział, to właściwe podglebie dla charakterystyki poszczególnych segmentów rynku radiowego, tj. radiofonia publiczna, komercyjna oraz społeczna, z uwzględnieniem stacji kościelnych. Podejmując kwestie dotyczące radiofonii studenckiej i samorządowej, Panu Krzysztofowi Kotowi udało się odtworzyć istniejące wówczas otoczenie medialne, w którym powstawała, a następnie funkcjonowała komercyjna stacja *RMF FM*. W tym rozdziale pracy znalazły się obszernie przypisy wyjaśniające, które uzupełniają narrację główną, nie zaburzając jej logicznej spójności. W nich Autor przedstawił m.in.: sylwetki ważnych postaci, doprecyzowywał rolę i znaczenie obowiązujących aktów prawnych, charakteryzował ważniejsze audycje radiowe.

Radio RMF FM w okresie przedkoncesyjnym to tytuł drugiego rozdziału, w którym Doktorant, w jasny i przejrzysty sposób przedstawił, w jaki sposób funkcjonowało badane przez niego radio w okresie przed przyznaniem koncesji, czyli w czasie braku jasnych uregulowań prawnych i powszechnie panującej uznaniowości w nadawaniu koncesji. Ten rozdział rozpoczyna się od wnikliwej, opartej na materiałach źródłowych, charakterystyki początków powstania i funkcjonowania radia *RMF FM*. Autor przybliżył sylwetkę Stanisława Tyczyńskiego – twórcy *RMF FM* – uwypuklając

jego determinację oraz znajomość rynku radiowego (s. 85-86), nie zapominając o pokazaniu, w jaki sposób badane radio pozyskało siedzibę, gdzie się ona znajdowała, jakim dysponowało sprzętem. Ważnym uzupełnieniem tych rozważań były, moim zdaniem, te dotyczące programu radiowego. Doktorant uchwycił i przekazał czytelnikom zarówno zaangażowanie twórców – profesjonalnych radiowców – w tworzenie programu o charakterze muzyczno-informacyjno-publicystycznym, jak i stosunek odbiorców do nowo powstałej rozgłośni. W tym rozdziale nie zabrakło także analizy funkcjonowania radia od strony ekonomicznej, gdyż *RMF FM* jako stacja komercyjna, nie mogła liczyć na żadne dotacje państwowe. Uważam, że Autor dowiódł, jak dużą rolę odegrało powstanie *RMF FM* z perspektywy „demokratyzacji systemu politycznego i budowy nowego ładu medialnego o charakterze duopolu działającego w oparciu o poszanowanie wolności słowa” (s. 133).

Rozdział trzeci *Radio RMF FM jako przedsiębiorstwo medialne* to wnikliwa analiza działalności badanego podmiotu, jako jednego z trzech najistotniejszych elementów z perspektywy rozwoju systemu medialnego w Polsce. Poza *RMF FM* należy wspomnieć o *Radiu Zet* i *Radiu Maryja*. Do powstania przedsiębiorstwa medialnego działającego na szeroką skalę doprowadził szereg podjętych działań. Autor przedstawił proces przyznania koncesji na działanie radia, uwypuklając ważny aspekt, czyli „przedstawienie prognoz finansowych” (s. 136), które ze względu na wysoką wówczas w Polsce inflację były bardzo trudne do oszacowania. Wskazał także te postaci, które odegrały znaczącą rolę w przygotowywaniu wniosku koncesyjnego (s. 139-140). Samodzielność analityczno-syntetyczną Doktoranta widać wyraźnie we fragmencie dotyczącym kwestii własnościowych (s. 144-153). Na szczególną uwagę zasługuje, moim zdaniem, schemat ilustrujący strukturę spółki „Radio Muzyka Fakty” (nr 1, s. 147), który powstał na bazie materiałów dostępnych w archiwum *RMF FM*. Ten rozdział kończą rozważania dotyczące działalności marketingowo-reklamowej, które od samego początku funkcjonowania podmiotu były ważnym elementem strategii promocyjno-wizerunkowej. Należały do nich „Inwazja Mocy” oraz liczne konkursy i eventy, budujące rozpoznawalność marki w społeczeństwie. Pan Krzysztof Kot, opierając się na analizie dostępnych danych, przekonał mnie, że radio *RMF FM* „stało się przedsiębiorstwem medialnym na polu radiowym, promocyjnym, reklamowym,

eventowym i kulturalnym. Rozpoczynając działalność w strukturach fundacji w omawianym okresie RMF FM przeszło zmiany strukturalne i właścicielskie do stania się własnością spółki akcyjnej wyłącznie” (s. 208).

Radio RMF FM jako podmiot nadawczy to tytuł czwartego, ostatniego rozdziału, w którym omówiono zawartość programową badanego radia. Ze względu na przyjęty charakter stacji, mianowicie muzyczno-informacyjno-publicystyczny, Autor zwrócił uwagę na prezentowaną muzykę, stanowiącą bazę programową rozgłośni. Wskazał na najistotniejsze programy rozrywkowe, informacyjne i publicystyczne, czyli te oparte na przekazie werbalnym. Dzięki rozwojowi technologicznemu radia możliwe było szybkie przygotowanie i emisja wysokiej jakości materiałów dziennikarskich. Odniesienie się Doktoranta do wyników słuchalności i udziału w rynku reklamowym pozwoliło potwierdzić znaczenie i popularność *RMF FM* na polskim rynku radiowym w latach 1990-2001.

W zakończeniu pracy Autor odniósł się do czterech postawionych hipotez badawczych, które dzięki poprawnemu postępowaniu metodologicznemu zostały w całości (H1, H2, H3) lub częściowo zweryfikowane (H4).

Zanim przejdę do wniosku końcowego chciałbym się jeszcze odnieść do wykorzystanej, bogatej literatury przedmiotu (s. 256-277). Na szczególną uwagę zasługują materiały źródłowe, czyli dokumenty, raporty z działalności *RMF FM*, źródła wywołane w postaci wywiadów z Krzysztofem Nepelskim, ówczesnym dyrektorem ds. marketingu *RMF FM* oraz Markiem Dworakiem, byłym wiceprezesem radia *RMF FM*, prezesem *BROKER FM*, przeprowadzonych przez Doktoranta. Dzięki dotarciu do wyżej wymienionych źródeł oraz materiałów niepublikowanych w postaci artefaktów, tj. odręczne notatki, maszynopisy oraz prezentacje, dysertacja przyczyniła się do zwiększenia stanu wiedzy dotyczącej początków kształtowania się radiofonii komercyjnej w Polsce.

Dysertację doktorską Pana Krzysztofa Kota czytałam z wielką przyjemnością. Autor zadbał o jej logiczną budowę, spójną narrację i staranne formatowanie, w tym także materiału graficznego, tj. tabel, wykresów i schematów.

Wniosek końcowy

Zaprezentowane w recenzji opinie, mające na celu posłużyć ostatecznej ocenie przedstawionej rozprawy doktorskiej magistra Krzysztofa Kota, pozwalają pozytywnie ocenić przygotowaną pracę. Doktorant przekonał mnie, że potrafi poruszać się w literaturze przedmiotu, formułować cele badań, hipotezy i dobierać właściwe metody badawcze, myśli analitycznie i wyciąga wnioski. Pomimo wskazanych w recenzji uwag krytycznych, stwierdzam, iż wniosek o dopuszczenie Pana magistra Krzysztofa Kota do kolejnych etapów przewodu doktorskiego jest uzasadniony. Biorąc pod uwagę powyższe stwierdzam, że rozprawa doktorska Pana magistra Krzysztofa Kota pt. ***Radio RMF FM w latach 1990-2001*** spełnia wymogi ustawowe, co pozwala mi wyrazić pozytywną opinię w kwestii dopuszczenia jej Autora do kolejnych etapów przewodu doktorskiego.

Ołpa Dobysko -
.....
Podpis recenzentki
- Cedunasto