

Streszczenie

Przedmiotem niniejszej rozprawy jest kompleksowy opis formatowanej stacji radiowej RMF Classic. Przyjęto zamkniętą cezurę czasową pierwszych 15 lat istnienia stacji (2003-2018), która nadal istnieje i zbliża się już do dwudziestego roku funkcjonowania.

RMF Classic jest jedyną na polskim rynku komercyjną stacją radiową w formacie *classical music*, a więc skoncentrowaną przede wszystkim na promocji kultury wysokiej. Stacja powstała w roku 2003, jako projekt Stanisława Tyczyńskiego, będący rozwinięciem stacji Opera FM. Przez kolejne lata korzystając ze wsparcia kadrowego i finansowego stacji RMF FM, konsekwentnie rozwijano unikatową, jak na polski rynek mediowy, ofertę komercyjnego nadawcy radiowego.

Dysertacja ma charakter studium przypadku, które jest metodologicznie bardzo rozległym narzędziem pozwalającym na kompleksowy opis zjawiska bądź obiektu zainteresowania. Z uwagi na to, że polskie piśmiennictwo naukowe dotyczące rynku radiowego nie jest zbyt rozwinięte i niewiele jest prac monograficznych dotyczących poszczególnych podmiotów rynku, niniejsze opracowanie ma charakter przecierania szlaków.

Pierwsza część rozprawy dotyczy zjawiska formatowania i jego umocowania w historii mediów. Wskazano na bogactwo formatów w mediach zachodnich, a jednocześnie braku prawnej definicji formatowania mediów w prawodawstwie polskim. Nakreślono także bieżące nasycenie rynków medialnych w Europie, a także na świecie w format promowany w RMF Classic, a więc *classical music*, obejmujący muzykę klasyczną, jazz, operę, a także w przypadku RMF Classic dodatkowo muzykę filmową.

Kolejny rozdział skupia się na otoczeniu medialnym RMF Classic. Autor wskazuje na trzy główne jego aspekty: otoczenie korporacyjne, otoczenie formatowe oraz otoczenie geograficzne. Każde z tych ujęć pozwala na lepsze zrozumienie szans i zagrożeń stojących przed nadawcą. Opisano rozwój stacji w obrębie grupy medialnej skupionej wokół stacji RMF FM, a następnie zakupionej przez Bauer Media. Wskazano również na to, że w zakresie formatu, jedynym znaczącym konkurentem jest publiczna „Dwójka”. Porównano wyniki słuchalności obu stacji, które jednakże różnią się swoimi zasięgami, gdyż RMF Classic nadaje tylko na poziomie ponadregionalnym. Autor opisał również konkurencję w kontekście geograficznym, a więc nadawców, których programy nadawane są na tym samym terytorium, co przedmiotowa

stacja, ze szczególnym uwzględnieniem pozycji jedyne konkurenta formatowego, działającego w systemie rozsiewczym, Drugiego Programu Polskiego Radia.

Żadne z przedsiębiorstw, ani medialnych ani prawa handlowego nie może działać bez umocowania prawnego, a w przypadku polskiego rynku medialnego mamy do czynienia z systemem koncesyjnym, z których to koncesji wynikają dla nadawcy określone prawa i zobowiązania. Rozdział trzeci został więc poświęcony analizie aktów prawnych wpływających na bieżącą działalność stacji. Prześlędzono wszystkie dokumenty koncesyjne oraz decyzje odnośne, a także z uwagi na ponadregionalny charakter nadawcy określono wpływ poszczególnych decyzji odnośnych do koncesji na rozwój sieci nadawczej przedmiotowe stacji radiowej.

Rozdział czwarty pełni funkcję opisu działalności nadawcy w sposób bardziej uczłowieczony, gdyż oprócz dokumentów, zasad i firm przedsiębiorstwo medialne tworzą przede wszystkim ludzie, a w kontekście wieloletniej działalności należy zwrócić uwagę nie tylko na stan bieżący redakcji, lecz także na zmiany personalne. Dużą część rozdziału stanowi kalendarium pierwszych piętnastu lat istnienia stacji oraz RMF FM i Opery FM, jako stacji, z których RMF Classic się wywodzi. Opisano skład pierwszej redakcji radiostacji, aby w ciągu następnym opisywanych lat odnotowywać również istotne zmiany w jej składzie. Ostatnimi, lecz nie mniej istotnymi elementami opisu przypadku, jakim jest RMF Classic są sylwetki osób współtworzących stację w roku 2018 oraz istotniejsze audycje i programy.

W aneksach do pracy dołączono kontekstowe wskazanie dwóch gatunków muzycznych prezentowanych przez RMF Classic, a więc muzykę klasyczną oraz filmową, opisując ich pochodzenie oraz historię. Dodatkowo odpowiednio w trzecim i czwartym załączniku opisano tabelarycznie konkurencję geograficzną dla poszczególnych nadajników, z których nadawał RMF Classic w roku 2018 oraz porównanie audytoriów Programu 2 PR oraz RMF Classic w miastach, gdzie nadaje RMF Classic oraz prowadzone są punktowe badania słuchalności.

Słowa kluczowe: RMF Classic, media formatowane, radio formatowane, muzyka klasyczna, muzyka filmowa, classical music