

LECHOSŁAW BARAN

*Znaczenie i polityczno-społeczne mechanizmy funkcjonowania  
mediów w Hiszpanii*

---

The media concentration in Spain, Spanish media system, press, radio and television,  
media groups, media market

MEDIA W ŚWIETLE PROBLEMATYKI ŻYCIA SPOŁECZNEGO I POLITYCZNEGO

Trudno nie docenić roli, jaką spełniają media we współczesnym świecie. Oprócz pozytywnych funkcji służących komunikacji, informowaniu społeczeństw czy też forum, na którym krzewione są pożyteczne idee i myśli w celu rozwoju pokoju i współpracy, posiadają media także drugie oblicze, jakże odmienne od pierwszego. Bywają, aż nazbyt często, miejscem negatywnej propagandy, wywołują niepokój, nieufność, podsycają fobie. Są płaszczyzną twardej walki politycznej i ekonomicznej, przyczyniają się tym samym do tworzenia podziałów społecznych i politycznych, które nie tylko wywołują spory i nieporozumienia, ale też utrwalają wrogość.

Trudno z całą pewnością stwierdzić, że świat ulegający ustawicznej presji mediów stawał się coraz lepszy. Jest jednak zupełnie inny niż wówczas, kiedy „otrzymaliśmy” go od poprzednich pokoleń. Media, które przecież stworzył człowiek, tak głęboko wrosły w otaczającą nas rzeczywistość, tak mocno przywykliśmy do ich obecności, że powszechne wydaje się przekonanie o wyłącznie dobroczynnym wpływie środków masowego przekazu na wszystkie sprawy i wydarzenia, które są udziałem człowieka. I to zarówno w skali jednostkowej dotyczącej jego samego, a także społeczeństwa jako całości, jak i w skali najszerszej, bo globalnej. Nie ulega wątpliwości, że media są wynikiem postępu i przyczyniają się do niego, ułatwiają życie i pracę, są źródłem edukacji, ale także kształtują człowieka pod względem indywidualnym i społecznym przez co wpływają na widzianą przezeń rzeczywistość.

Warto w tym miejscu zauważyć, że mass media stały się potężnym narzędziem wywierania wpływu i nacisku nie tylko przez władze, organizacje społeczne, polityczne i ekonomiczne, ale również przez ekstremistów, organizacje terrorystyczne, związki religijne i inne. Sfera i sposoby oddziaływania przybrały tak znaczne rozmiary i różnorodność, że jednostka już nie tylko czuje się zagubiona i zepchnięta na margines, ale nawet socjologowie i znawcy problematyki społecznej wątpią, żeby czytelnik lub widz przed telewizorem był w stanie wejść w skuteczną interakcję z mediami. Media, a głównie telewizja, gdyż jej wpływ jest szczególnie widoczny, stwarza szereg pozorów, organizując różnego rodzaju programy, które mają stworzyć wrażenie otwartości i prowadzenia partnerskiego dialogu z widzem. Jest to tylko jednak złudzenie, jak pisze S. Juszczak, twierdzi on bowiem, że telewizja jest medium pięciokrotnie mniej angażującym widza intelektualnie niż druk. Bierność oglądania obrazów staje się regułą, a wspomniana interakcja jest pozorna.<sup>1</sup>

Co więcej, nie ulega wątpliwości, że współczesne media doskonalały swoje formy przekazu, wykorzystując do tego celu najnowsze osiągnięcia i badania w sferze wychowania lub psychologii społecznej. Widz, słuchacz czy czytelnik w większości przypadków nie zdaje sobie sprawy z faktu, że jest poddawany oddziaływaniu różnych metod socjotechnicznych, którymi w sposób dowolny kształtuje się jego świadomość, w wyniku czego dokonuje on wyborów zgodnie z intencjami nadawcy komunikatu. Odbiorca jest bowiem przekonany, że zna sposób funkcjonowania mediów. Najczęściej jednak widzowie myślą schematycznie zgodnie z podsunętymi im wzorami.<sup>2</sup> Media chcąc zyskać wiarygodność, uciekając przed zarzutami manipulacji i propagandy, szerzą hasła o wolności prasy, prawie człowieka do informacji, pluralizmie i konkurencji wśród mediów. Zdawać by się mogło, że w tym bogactwie, lawinie informacji ich odbiorca ma możliwość autonomicznego wyboru, jest to niestety kolejne złudzenie, albowiem wszystkie media „drażą” te same tematy, pokazując je często w formie wycinkowej, fragmentarycznej bez ukazywania całokształtu problemu lub celowo w określonym kontekście. Taka masa informacji przy ewidentnym braku jej różnorodności, ma na celu jak sądzę, wywołać przekonanie o wiarygodności mediów, zaufaniu do informacji i swobodnego ich wyboru. Warto zauważyć, że media licząc na fakt podobnego zachowania całej rzeszy odbiorców, uciekania od ekstremalnych zachowań i myślenia w kategoriach „prawda jest po stronie większości”, stwarzają kolejny pozór o słuszności pewnych poglądów, prawidłowości odczuć i reakcji społecznych. Jest to forma nacisku, pozwalająca w sposób łatwy i skuteczny manipulować opinią publiczną, albowiem widz angażując się w problematykę usłyszaną w telewizji, często bezkrytycznie i nieświadomie powiela zasłyszane tam opinie. Często więc

---

<sup>1</sup> Por. S. Juszczak, *Czy cyberprzestrzeń stanowi zagrożenie dla życia społecznego*, [w:] W. Strykowski, *Media a edukacja*, Oficyna Edukacyjna Wydawnictwa eMPI2 s.c., Poznań 1998, s. 60.

<sup>2</sup> *Ibid.*, s. 61.

można wręcz odnieść wrażenie, że manipulacja jest wpisana na stałe w styl pracy mediów.

Potwierdzenie tego wszystkiego co tutaj powiedziano z łatwością można odnaleźć zarówno w literaturze przedmiotu traktującej o mediach, jak i w faktach, których całą obfitość dostarcza codzienność.

Trzeba w tym miejscu powiedzieć, że o sile oddziaływania mediów, głównie telewizji, decyduje szereg czynników. Głównym jest wartość widowiskowa materiału i właśnie pod tym kątem dokonuje się ich selekcji, programy i informacje żywe, niepozabawione drastycznych scen, jak wojny, kataklizmy pokazywane są najczęściej w porze najlepszej oglądalności. Wydarzeniom o spokojnym charakterze poświęca się znacznie mniej czasu niż poprzednim i pokazuje je w gorszych porach np. późno wieczór, lub kiedy widzowie zajęci są swoimi obowiązkami. Często również, dla podkreślenia rangi wiadomości czy programu, nadania mu waloru powagi zaprasza się i pyta o opinie na dany temat ważne osobistości. W sprawach politycznych, środowiska, czy jakiegokolwiek innej, dziennikarz zadaje pytanie, nierzadko naiwne i bez znaczenia, a naukowiec bądź osoba uznawana społecznie udziela odpowiedzi. Działanie takie ze strony nadawcy służy jedynie nadaniu materiałowi waloru ważności i prawdziwości. Telewizja tworzy „koloryt” także ważniejszych wydarzeń politycznych w życiu krajów. Współcześnie żadne wybory prezydenckie lub parlamentarne nie mogłyby się odbyć bez jej udziału.

Tego typu praktyki są na porządku dziennym, „można powiedzieć, że żyjemy w wieku, który charakteryzują próby masowej perswazji. Za każdym razem gdy włączamy telewizor, otwieramy książkę, magazyn ilustrowany czy gazetę, ktoś stara się nas pouczać, a nawet nakłaniać, abyśmy kupowali jego produkt, głosowali na jego kandydata, podpisali się pod jego poglądami”<sup>3</sup>

Celują w tym stylu prezentowania informacji nie tylko stacje komercyjne, których właściciele w pogoni za zyskami chwytają różne sensacje i przedstawiają je w sposób przynoszący liczne szkody społeczne i kontrowersje wywołujące podziały nawet w rodzinach. Ten styl stał się normą nawet sieci dotowanych z podatków obywateli. Służą temu różne programy, w których w sposób sensacyjny porusza się ważne sprawy społeczne nie zwracając uwagi na konsekwencje takiego postępowania. Do końca też nie wiadomo, o czemu służy pokazywanie różnego rodzaju afer, które w oczach opinii publicznej są jawną kpina z prawa i powagi instytucji państwowych, a swój epilog powinny znaleźć przed trybunałem. Służy to w każdym razie ignorowaniu prawa przez obywateli, co w konsekwencji prowadzi do poważnego naruszania norm społecznych.

Synonimem dzisiejszych czasów, jak wspomniano, są nowoczesne środki przekazu informacji, jednak ich obraz byłby niepełny, jeżeli nie uwzględniałby najmłodszego osiągnięcia w sferze komunikowania – Internetu. Szybko dostrzeżono

<sup>3</sup> E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 62.

wysoką użyteczność i bogate możliwości zastosowania nowej techniki. Wykorzystywane początkowo jedynie w celach komercyjnych sieci komputerowe znajdują coraz szersze zastosowanie w komunikacji, handlu, bankowości, jak również w edukacji.

Internet jest miejscem, do którego nieograniczony dostęp posiadają wszyscy – agendy rządowe, instytuty badawcze, instytucje charytatywne, medyczne, sekty i ekstremiści – bez najmniejszych ograniczeń, wirtualna rzeczywistość pełna jest najprzeróżniejszych treści, obrazów i informacji. Znaleźć tam można obok rzeczy wartościowych całą masę treści i obrazów niegodziwych, szkalujących, propagujących zło i nieobyczajowych, często wręcz wrogich. W tym gąszczu, a chciałoby się rzec dżungli, potrzebna jest umiejętność oceny, samodzielność i krytyczne myślenie, aby w sposób świadomy ocenić wartość i użyteczność poszczególnych informacji. Jest to paląca konieczność, ponieważ odbiorca jako osoba często niekompetentna, kierując się nawet dobrymi intencjami, może w sposób opaczny rozumieć niektóre treści i korzystać z informacji bezwartościowej, a nawet fałszywej. Niebezpieczne stać się mogą dla odbiorcy informacje rozproszone, niesprawdzone, bałamutne, tworzące tylko wrażenie prawdy. Internet – „demokratyczna struktura”, który mógł zostać ideą łączącą ludzi, podzielił dość szybko los pozostałych mediów i przyjął reguły w nich panujące.

#### PRASA WOBEC PRZEMIAN SPOŁECZNYCH I POLITYCZNYCH W HISZPANII

System medialny, a w szczególności wolna, niezależna i powszechna prasa stanowią podstawy wyznaczające stopień zdemokratyzowania każdego państwa. Dzięki zmianom prawnym, jakie nastąpiły w okresie „przejścia”, dziś możemy mówić o prawdziwej wolności słowa i prasy w Hiszpanii. Wolność ta wyraża się w ramach prawnych, jakie warunkują swobodę działania prasy jak również w liczbie i różnorodności dostępnych na rynku czasopism, dzienników czy periodyków.

Spoglądając wstecz, zauważymy, że czytelnictwo w Hiszpanii charakteryzuje się specyficznymi cechami zależnymi od czasu, a także innymi licznymi uwarunkowaniami, takimi jak: społeczne, polityczne czy też ekonomiczne. Lata dyktatury generała Franco cechuje szczególnie ścisła i szeroka kontrola prasy i mediów ze strony państwa. Z drugiej jednak strony, pomimo kurateli państwa nad prasą, liczba czasopism, gazet i dzienników znacznie przewyższała tę, jaką dysponuje Hiszpania obecnie. Państwowy koncern prasowy Prensa de Movimiento wydawał je w ponad trzydziestu miastach, rozszerzając swoją działalność na cały kraj. Rozwój szkolnictwa i nakłady na naukę spowodowały, że prasa stawała się dostępna dla coraz to większej rzeszy czytelników. W kolejnych latach, 1975–1981 i aż do końca lat dziewięćdziesiątych daje się dostrzec znaczne zmiany w sferze prasy i czytelnictwa. Upadek dyktatury generała Franco spowodował przejście do struktur demokratycz-

nych w funkcjonowaniu prasy. Stagnacja okresu dyktatury zastąpiona została poprzez gwałtowną falę pozytywnych zmian na ówczesnym rynku prasy. Wraz ze zmianą kursu w polityce pojawiło się zapotrzebowanie na nowe wzorce. Wiele starych dzienników i czasopism uległo likwidacji, a ich miejsce zajęły nowe dobrze zapowiadające się redakcje. Kłopoty ekonomiczne, jakie ujawniły się pod koniec lat siedemdziesiątych w Hiszpanii dopełniły dzieła i spowodowały wypadnięcie z rynku wydawnictw, a tym samym czasopism nieprzynoszących zysków i nienadążających za potrzebami społecznymi. „W 1979 r. oceniono, że spośród 85 dzienników niepaństwowych, które wydawano w Hiszpanii, jedynie 15 było opłacalnych, 20 ledwie pokrywało koszty, a 50 przynosiło straty”<sup>4</sup>. Wiele nierentownych gazet nie miało szans na pomoc ze strony państwa, a zdane na własne siły kończyły żywot, bankrutując.

Okres lat osiemdziesiątych przyniósł ostateczne rozliczenie się z czasem dyktatury. Los Medios de Comunicación Social del Estado<sup>5</sup> przestały istnieć, a tytuły wcześniej istniejących czasopism i dzienników zostały zlicytowane i sprzedane. Względna stabilizacja polityczna i zdobycie większości w parlamencie pozwoliły socjalistom na całkowite przejęcie władzy. Wydawcy korzystając z okazji i względnego spokoju w kraju umocnili swoją pozycję lub też rozszerzyli działalność, kupując licytowane tytuły.

Okres lat dziewięćdziesiątych to pierwsze oznaki ożywienia gospodarczego kraju. Hiszpania wchodząc do EWG skorzystała ze znacznej pomocy finansowej wspólnoty, nowe inwestycje, napływ obcego kapitału i wzrost gospodarczy kraju otworzyły przed Hiszpanią nowe możliwości rozwoju. Konkurencyjność w gospodarce kraju uwidoczniła się również w mediach. Rynek prasy nie tylko zmienił strukturę, ale też rozszerzył swój dotychczasowy zasięg. Mniejsze przedsiębiorstwa prasowe łącząc się, tworzą spółki i duże koncerny prasowe grupujące po kilkanaście tytułów gazet czy czasopism. Dopływ środków finansowych i technicznych wpłynął na poprawę szaty graficznej i jakość wydawanej prasy a inwestycje reklamowe znacznie podniosły sprzedaż czasopism i tym samym wzbogaciły budżet poszczególnych wydawców. Wzrastająca konkurencja wymusza ponadto cały szereg działań odnoszących się do sfery poszukiwania coraz to nowych rozwiązań systemowych, administracyjnych, bogatszych ofert i form wydawniczych, w działalności prasy.

---

<sup>4</sup> P. Perez Lopez, *Środki masowego przekazu w Hiszpanii w latach 1975–1995*, [w:] *Współczesne systemy komunikowania*, Bogusława Dobek-Ostrowska, Wrocław 1998, s. 93.

<sup>5</sup> W dosłownym tłumaczeniu: Państwowe Środki Masowego Przekazu.

TELEWIZJA WOBEC PRZEMIAN SPOŁECZNO-POLITYCZNYCH I GOSPODARCZYCH  
HISZPANII

Wśród środków masowego przekazu prasa posiada najdłuższą historię, prawdziwym jednak przełomem w dziedzinie mediów okazała się telewizja. Liczne głosy krytyki i sceptycyzmu, jakie towarzyszyły narodzinom nowego medium, bardzo szybko zdołały wkroczyć na drogę szerokiego i dynamicznego upowszechnienia. Rozpowszechnienie telewizji zapoczątkowało serię zmian i wywarło olbrzymie piętno na dotychczasowej strukturze społeczno-politycznej kraju. Obecność telewizji w świadomości społecznej i życiu jest tak głęboka, że nie sposób wyobrazić sobie funkcjonowania nowoczesnego społeczeństwa bez tego medium. Wśród bogactwa programów telewizyjnych, publicystyki, wiadomości czy bezpośrednich transmisji z wydarzeń sportowych, stwierdzenie Marshalla McLuhana odnoszące się do otaczającej nas rzeczywistości, iż „świat to globalna wioska”<sup>6</sup> nabiera szczególnego znaczenia i podkreśla istotę mass mediów.

Wraz z narodzinami telewizji w Hiszpanii i pierwszymi emisjami, jakie miały miejsce 28 października 1956 roku, nowoczesny wynalazek wzbudził szerokie zainteresowanie w kraju. W ogarniętej dyktaturą Hiszpanii telewizja od samego początku odgrywała szczególną rolę. Aparat władzy i nacisku generała Franco upatrywał w przekazie telewizyjnym alternatywę dla dotychczas istniejących mediów – radia i prasy, stanowiących do tej pory jedyny masowy sposób oddziaływania społecznego. Postęp techniczny umożliwił nie tylko emitowanie propagandowych treści, ale również wzbogacenie ich o obrazy. W powstającej telewizji dostrzeżono doskonały sposób na realizację politycznych planów, a zamiary wdrożenia i upowszechnienia jej na skalę całego kraju włączono do szeregu zadań i planów ówczesnej władzy. Możliwości techniczne nowego środka przekazu uwarunkowały w dużej mierze jego dalszy rozwój i egzystencję w kraju. Liczne inwestycje w rozwój i monopol państwowy w telewizji wywołały cały szereg zmian na ówczesnym rynku medialnym. Realizacja rządowych przedsięwzięć związanych z telewizją pochłaniała znaczne środki finansowe i spowodowała zmniejszenie kontroli aparatu władzy nad radiem i prasą, dając jej wprawdzie więcej swobody, lecz pozostawiając je w gorszej sytuacji materialnej.

Wykorzystując położenie szczytu Sierra de Guadarrama, uruchomiono doskonały maszt nadawczy, za pośrednictwem którego rozpoczęto emisję programów telewizyjnych na cały kraj. W ten sposób powstał pierwszy kanał telewizji państwowej TVE 1, a październik 1956 roku stanowi umowną datę powstania pierwszej krajowej telewizji hiszpańskiej. W lutym 1960 roku telewizję jako pierwsi oglądać mogli mieszkańcy Walencji, w grudniu dotarła również do Bilbao w Kraju Basków, a w październiku 1961 roku do Galicji i Andaluzji.

<sup>6</sup> Por. M. McLuhan, *Wybór pism*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1975, s. 31.

W krótkim czasie stworzono infrastrukturę zapewniającą odbiór na terytorium całego kraju.

Historię telewizji w Hiszpanii, jaka ukształtowała obecny rynek medialny kraju, podobnie jak w przypadku radia, o którym będzie jeszcze mowa, podzielić możemy na trzy okresy, w jakich dokonywały się różne istotne dla tego sektora zmiany.<sup>7</sup> Pierwszy obejmuje wydarzenia od początku lat siedemdziesiątych do połowy lat osiemdziesiątych, zaś drugi dekadę od połowy lat osiemdziesiątych do połowy lat dziewięćdziesiątych. Ostatni przedział czasowy dotyczy dziesięciu lat, obejmując również ostatnie zmiany zachodzące na rynku medialnym Hiszpanii.

Lata siedemdziesiąte to okres bardzo wielu przemian znajdujących swój początek pod koniec lat sześćdziesiątych. Przynosi on bowiem dalszy rozwój infrastruktury telewizyjnej, co powoduje, że bardzo szybko obszar całego kraju objęty zostaje zasięgiem radiowo-telewizyjnym. Okres ten to również dalszy rozwój powstałej w 1965 roku państwowej „dwójki”, drugiego kanału telewizji, która 15 listopada 1966 roku zaczęła nadawać regularnie w całym kraju. Powstanie tego kanału dało telewidzom możliwość wyboru wobec przepelnionej treściami ideologicznymi „jedyńki”. Początki lat siedemdziesiątych przynoszą również wydłużenie programu nadawczego do trzech godzin dziennie i do pięciu w weekendy. Pojawiła się bogatsza oferta programowa: filmy, pierwsze serie dokumentalne, muzyka i programy kulturalne weszły w skład programu telewizji hiszpańskiej.<sup>8</sup>

Omawiany okres istotny jest również z punktu widzenia ekonomicznego. Okazało się, że telewizja może przynosić pokaźne zyski. W ówczesnym czasie Hiszpania w odróżnieniu od reszty nadawców europejskich zezwalała na emisję reklam. Pozwoliło to gromadzić pokaźne środki i czerpać z tego tytułu zyski. Postępujący rozwój sieci telewizyjnej oraz podział administracyjny kraju z 1978 roku doprowadził do powstania licznych ośrodków regionalnych. W ramach tych jednostek regionalna działalność telewizyjna i radiowa w kraju podlegała państwowym przedsiębiorstwom radiowo-telewizyjnym. Zarządzanie tak dużą siecią w ramach całego kraju wymusiło utworzenie odpowiedniej struktury umożliwiającej kontrolowanie i administrację sieci telewizyjnej. Usiłowano również rozwiązać problem braku dostępu do odbiorników telewizyjnych, zarówno z powodu ich wysokiej ceny, jak i braku krajowej produkcji telewizorów. „W 1975 r. telewizor znajdował się w 63% wiejskich domów. Władze sponsorowały tzw. Telekluby:

---

<sup>7</sup> Podobny podział przyjąłem w przypadku charakterystyki przemian społeczno ustrojowych radia. Ramy czasowe odpowiadają okresom, w których zaszły istotne zmiany dla rynku komunikacyjnego Hiszpanii. Chronologicznie obejmują one wydarzenia związane z upadkiem dyktatury i stopniową liberalizacją rynku, ze stworzeniem gospodarki opartej o zasady rynkowe aż po powstanie systemu medialnego w stadium multimedialnym. Ten ostatni oparty jest o rywalizację licznych koncernów medialnych. Charakteryzuje go podział rynku pomiędzy koncerny i grupy medialne inwestujące i władające różnymi rodzajami mediów zarówno w kraju, jak i za granicą.

<sup>8</sup> Por. L. Diaz, *Informe sobre la televisión en España*, Ediciones B, Barcelona 1999, s. 39.

Ministerstwo Informacji przekazywało bezpłatnie odbiornik każdej wsi, która chciała urządzić świetlicę telewizyjną’’<sup>9</sup>.

Lata siedemdziesiąte to okres bardzo wielu zmian społeczno-politycznych w całym kraju. Po śmierci generała Franco w 1975 roku Hiszpania wkroczyła na drogę przemian demokratycznych. Zmiany polityczne doprowadzają do liberalizacji polityki informacyjnej w kraju, o czym wspominałem także w trakcie omawiania prasy. Telewizja jako najpotężniejsze medium staje się praktycznie jedyną formą umożliwiającą bezpośrednią komunikację z milionami obywateli w kraju. Jedną z wielu przyczyn tak szybkiej zmiany prawa i systemu politycznego w po frankistowskiej Hiszpanii stała się właśnie telewizja. Propagowanie wzorców i przemian demokratycznych w kraju umożliwiło zmianę poglądów społeczeństwa. To dzięki telewizji udało się osłabić wartości i treści wpajane Hiszpanom w okresie dyktatury. Dzięki masowemu charakterowi telewizji i możliwości dotarcia z informacją do każdego zakątka kraju możliwe było poinformowanie społeczeństwa o rezultacie wyborów z 1977 roku, przekazanie narodowi nowej ideologii i nowych wartości, zaszczepienie wartości demokratycznych.

Kolejna dekada przynosi następną falę zmian. Lata osiemdziesiąte to okres licznych zmian prawnych, prób stworzenia ustaw regulujących nowo powstałą rzeczywistość. Lata osiemdziesiąte to również kontynuacja procesów demokratyzacji państwa, wejście Hiszpanii do NATO i Wspólnoty Europejskiej. Stopniowa liberalizacja rynku i gospodarki powoduje napływ inwestycji do kraju. Na rynku pojawiają się prywatni przedsiębiorcy, rodzi się konkurencja, powstają prywatne firmy konkurujące z kapitałem państwowym. Wraz z przyjęciem 10 stycznia 1980 roku Statutu Radia i Telewizji rozpoczęto liczne próby uporządkowania dotychczasowego systemu telewizyjnego w Hiszpanii. W wyniku wielu walk politycznych i nieustannych sporów na łonie parlamentu wspomniany dokument powstał w wyniku konsensusu zawartego pomiędzy rządzącą UCD<sup>10</sup> i partią opozycyjną PSOE<sup>11</sup> i na długie lata stanowić miał podstawę prawną dla organizacji i funkcji telewizji w kraju.<sup>12</sup> Statut pomimo licznych nowelizacji i zmian funkcjonuje do dziś i stanowi pierwszy istotny dokument prawny w historii telewizji hiszpańskiej. Zwrócono szczególną uwagę na konieczność powołania specjalnego niezależnego organu sprawującego kontrolę i administrację nad telewizyjną działalnością nadawczą w kraju.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> P. Machcewicz, *Historia Hiszpanii*, Ossolineum, Wrocław 1998, s. 445.

<sup>10</sup> Unión del Centro Democratico, UCD w tłumaczeniu Unia Centrum Demokratycznego.

<sup>11</sup> Partido Socialista Obrero Espanol, PSOE w tłumaczeniu Hiszpańska Socjalistyczna Partia Robotnicza.

<sup>12</sup> Por. E. Górski, *O demokracji w Hiszpanii 1975–1995*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1997, s. 88.

<sup>13</sup> Art. 5.1 Estatuto de RTV. Aktualna treść artykułu wprowadzona została przez ustawę Ley 31/1987 de Ordenación de las Telecomunicaciones, [http://www.ucm.es/info/dinforma/legisla/LEYES/Ley\\_Orden\\_Telecom/Ley\\_Orden\\_Telecom.html](http://www.ucm.es/info/dinforma/legisla/LEYES/Ley_Orden_Telecom/Ley_Orden_Telecom.html), z dn. 26.05.2004

Omawiany okres przynosi również potrzebę uregulowania prawnego telewizji regionalnych, które nie czekając na prawną legitymizację swojej działalności, rozpoczęły emisje własnych programów. W 1982 roku rozpoczęła emisję pierwsza telewizja regionalna Euscal Telebista w Kraju Basków. Rok później dołączyli Katalończycy z regionalną stacją TV 3. W latach osiemdziesiątych władze regionów autonomicznych przeznaczyły na rozwój własnych kanałów telewizyjnych sumę o łącznej wartości 425 000 milionów peset, uznając ten wydatek za potrzebny i całkowicie uzasadniony.<sup>14</sup> Bardzo szybko do istniejących stacji dołączyły Telemadrid, Canal Sur nadający w Andaluzji, Canal 9 z Walencji i Televisión Gallega, tworząc krajową sieć telewizji regionalnej.

Równoległe prowadzono prace nad stworzeniem regulacji prawnych i administracyjnych dotyczących funkcjonowania telewizji prywatnych w kraju. Owocem burzliwych prac parlamentarnych stały się Ley de la Televisión Privada z 1988 roku i przyznanie trzech koncesji na nadawanie prywatnym telewizjom w kraju. „Jednakże nowe prawo regulujące nadawanie programów telewizyjnych miało charakter wyraźnie interwencyjny: telewizje prywatne rozumiały je jako rodzaj koncesji udzielanej przez państwo; istniała ponadto cała seria ograniczeń, które ułatwiały w znacznej mierze kontrolę ze strony organów państwowych”<sup>15</sup> Ustawa zapoczątkowała budowę nowoczesnego rynku telewizyjnego Hiszpanii.

Z perspektywy czasu wydaje się, że omawiany okres to próby przeniesienia na ekran telewizora nowego obrazu demokratycznej Hiszpanii. Zmieniono zupełnie program telewizyjny tak, że zaczął on przypominać ten, jaki aktualnie przyjęły telewizje europejskie.<sup>16</sup> Nowe kolorowe filmy i reklamy wypełniły czas antenowy, zaczęto inwestować w krajową produkcję telewizyjną, a gospodarka hiszpańska weszła na drogę szybkiego rozwoju. Przemiany lat osiemdziesiątych wprowadziły hiszpański rynek medialny w nowoczesną fazę. Nieustanne współzawodnictwo i konkurencja pomiędzy prywatnym a państwowym nadawcą kształtowała coraz klarowniej obraz rynku i całkowicie zniósła monopol państwowy.

W ostatnim wyróżnionym przeze mnie okresie obejmującym lata dziewięćdziesiąte i wydarzenia aktualne nowego stulecia przeanalizujemy zmiany, jakie bezpośrednio wpłynęły na obecny wizerunek rynku telewizyjnego w Hiszpanii. Okres ten dotyczy ostatnich zmian, jakie ukształtowały hiszpański rynek medialny i wpłynęły na jego strukturę tak, iż wszedł on w fazę multimedialną. Dzięki licznym zmianom ekonomicznym i dalszemu dynamicznemu rozwojowi i liberalizacji rynku wraz z szeregiem zmian politycznych w kraju nastąpiła drastyczna zmiana wizerunku hiszpańskiej telewizji. Lata dziewięćdziesiąte przynoszą powstanie licznych telewizji prywatnych, telewizji kablowej, cyfrowej

<sup>14</sup> Por. P. Perez López, *op. cit.*, s. 106.

<sup>15</sup> *Ibid.*, s. 104.

<sup>16</sup> Por. L. Diaz, *op. cit.*, s. 66.

i proliferację oferty telewizyjnej również na poziomie lokalnym. „W 1990 r., kiedy prywatne stacje telewizyjne rozpoczęły emisję własnych programów, Hiszpanie spędzali każdego dnia średnio trzy godziny i cztery minuty przed telewizorem. W 1994 r. średnia wynosiła już trzy godziny i trzydzieści minut; w ten sposób Hiszpania znalazła się na czwartej pozycji po Portugalii, Wielkiej Brytanii i Włoszech”.<sup>17</sup> Wizerunek dominujący we wcześniejszych okresach, niejako narzucający oglądane treści, odszedł w przeszłość. Wzrastająca konkurencja i walka o widzów spowodowała upowszechnienie i znaczne rozszerzenie oferty programowej.

Zasady wolnego rynku wpływające na kondycję poszczególnych przedsiębiorstw medialnych wymusiły podjęcie działań przystosowujących telewizję do zmieniającej się rzeczywistości i nowych wymogów społeczeństwa. Owa nowa logika polegała na zdobyciu jak największej liczby widzów, zapewniając sobie tym samym stałe grono widzów i dochody. Strategie dotyczące nadawania reklam, a więc te dotyczące pozyskania znacznych środków finansowych bardzo często działają na granicy obowiązującego prawa, wypełniając maksymalnie czas antenowy. W przypadku nadawanych treści Hiszpanie zyskali na różnorodności programu, jednak w procesie umasowienia stracili znacznie na jego jakości.<sup>18</sup> Telewizja lat dziewięćdziesiątych przerodziła się w maszynę finansową i potężnego gracza rynku medialnego. To największe i najpotężniejsze medium zdominowało pozostałe środki masowego przekazu i na trwałe wpisało się w rzeczywistość obecnego społeczeństwa.

Napływ najnowszej technologii, inwestycje podejmowane w celu restrukturyzacji przedsiębiorstw medialnych czy realizacja polityki informacyjnej powodują procesy koncentracji medialnej. Swobodny przepływ kapitału i wolny rynek kształtują obraz rynku medialnego Hiszpanii. Dziś trudno mówić o jednym przedsiębiorstwie, konkurencja i rynek wymusiły powstanie grup medialnych zarządzających całymi sieciami telewizji, stacji radiowych, a nawet prasą. „Dziś jeden akcjonariusz może w Hiszpanii przejąć nawet sto procent kapitału spółki. Większościowymi pakietami akcji dysponują w tej chwili podmioty inwestujące w stacje prywatne. Telewizję Antena 3 kontroluje Grupo Telefonica SA, stację Tele 5 włoska firma Mediaset, a trzecią prywatną telewizję hiszpańską kodowany Canal+ wydawca El Pais, grupa Prisa”.<sup>19</sup> Złożoność istniejących obecnie zależności jest bardzo duża. Grupy medialne inwestują poza granicami macierzystego kraju, wykorzystują nowe technologie, łączność satelitarną i Internet. Oplatając gęstą sieć informacji współczesne społeczeństwa, media stały się podstawowym wyznacznikiem na drodze do powstania nowego typu społeczeństwa, społeczeństwa informacyjnego.

<sup>17</sup> P. Perez López, *op. cit.*, s. 106.

<sup>18</sup> Por. L. Diaz, *op. cit.*, s. 104.

<sup>19</sup> Por. R. Sajna, *Współczesny system medialny Hiszpanii*, „Studia Medioznawcze” 2003, 4 (14), s. 51.

Reasumując, lata dziewięćdziesiąte stanowiły próbę uporządkowania skomplikowanego funkcjonowania hiszpańskiego systemu telewizyjnego. Okres obecny odnosi się do stabilizacji funkcjonowania w pełni ukształtowanego i koherentnego rynku medialnego. Zachodzące zmiany przebiegają jednak tak szybko, że trudno przewidzieć, co przyniesie przyszłość. Pewne jest jednak, że zapoczątkowany rozwój pluralizmu światopoglądowego w Hiszpanii będzie kontynuowany, czego gwarancję stanowią niezależne media w wolnej i równej Europie.

#### RADIO WOBEC PRZEMIAN SPOŁECZNO-POLITYCZNYCH I GOSPODARCZYCH HISPANII

Radio stanowi drugie po telewizji medium służące przekazowi informacji na świecie. Pomimo niższej pozycji w stosunku do popularnej i potężnej telewizji posiada pewną zaletę, jakiej nigdy nie miała telewizja. Niekwestionowaną przewagą radia jest właśnie sposób, w jaki odbieramy przekazywane komunikaty. Słuchacz na swój własny, indywidualny sposób wyobraża sobie przekazywane treści, nie korzystając z gotowych obrazów, jakie przesyła telewizja.

Rozwój radia w społeczeństwach europejskich, w tym również w Hiszpanii, oparł się na audytorium podlegającym w dużej mierze gustom i osobistym upodobaniom słuchaczy niż na masowym odbiorcy. Dzisiejsze osiągnięcia techniczne pozwalają bowiem w znacznie większym stopniu docierać do pojedynczych odbiorców. Liczna sieć lokalnych rozgłośni radiowych, krajowi nadawcy czy powstanie radia cyfrowego dostępnego w Internecie wykluczyło raz na zawsze konieczność posiadania tradycyjnych odbiorników i jeszcze bardziej ułatwiło szeroki dostęp potencjalnym odbiorcom.

W 2004 roku w Hiszpanii obchodzono osiemdziesięciolecie istnienia i działalności radia. Jubileusz ten potwierdził i uroczyście podkreślił szczególną rolę, jaką radio odegrało w trakcie ubiegłego stulecia, stając się symbolem przemian i demokracji w owładniętej dyktaturą Hiszpanii. Dziś po długoletniej walce o wolność wypowiedzi, hiszpańskie radio cieszy się ogromnym uznaniem wśród społeczeństwa, pełni funkcję edukacyjną, informuje oraz dostarcza rozrywki.

Koniec dyktatury i liberalizacja informacji radiowej w październiku 1977 roku na trwałe wpłynęły na historię i rozwój radia w Hiszpanii. Po okresie cenzury, zdominowane i kontrolowane stacje radiowe mogą w zupełnie inny sposób wypełniać powierzone im funkcje. Hiszpańskie stacje radiowe uzyskały możliwość informowania społeczeństwa, funkcję jaka dotychczas przypisana była wyłącznie Radiu Narodowemu Hiszpanii.<sup>20</sup> Liberalizacja następowała powoli, w miarę jak sytuacja polityczna ulegała rozluźnieniu. Stosowanie polityki bardziej liberalnej niż dotychczas pozwoliło na swobodniejsze działania nadawcom państwowym i prywatnym stacjom radiowym.

<sup>20</sup> Nazwa w języku hiszpańskim brzmi: Radio Nacional de Espana (RNE).

Bardzo duże znaczenie mają zmiany w dziedzinie techniki, zmieniając stare mało wydajne stacje radiowe na nowe o znacznie większej mocy i zasięgu. Liberalizacja rynku, napływ kapitałów i technologii bardzo szybko wpłynęły na rozwój infrastruktury radiowej w kraju. Na rynku obok państwowych sieci pojawiają się prywatne stacje radiowe, a w poszczególnych regionach rozwijają się lokalne sieci nadawcze. Szybki wzrost liczby nadawców, rozwój krajowych i regionalnych sieci nadawczych to skutek wcześniej podjętych działań.

Dzieje radia kształtujące obecny rynek medialny kraju podzielić możemy na trzy okresy czasu, w jakich dokonywały się różne istotne dla tego sektora zmiany. Pierwszy etap obejmuje lata siedemdziesiąte, a właściwie okres od śmierci generała Franko w 1975 roku, poprzez liberalizację prawa, aż do połowy lat osiemdziesiątych. Drugi etap to kolejne dziesięć lat przemian od 1985 roku i początki funkcjonowania wolnego rynku w Hiszpanii. Ostatni, trzeci okres obejmuje lata od 1995 roku do dziś, charakteryzujący aktualną sytuację sektora radiowego w tym kraju.

Lata siedemdziesiąte to okres wielu istotnych wydarzeń w historii radia i społeczeństwa hiszpańskiego. Oprócz zakończenia monopolu, a więc i cenzury reżimu Franco, okres ten przynosi liczne zmiany w dotychczasowym systemie radiofonicznym. Następuje restrukturyzacja stacji radiowych oraz modyfikacja tych starych stworzonych jeszcze na potrzeby wojny domowej. W początkowym okresie wszystkie stacje należały do jednego organizmu, jakim było „Medio de Comunicación del Estado”.<sup>21</sup> W ten sposób w 1978 stworzono Radio Cadena Espanola, które złączyło wszystkie wcześniejsze stacje państwowe, a następnie przekształciło się w dzisiejsze RTVE. Umowę łączącą dawne Radio Nacional z Radio Cadena Espanola przygotowano i podpisano stosunkowo późno, bo dopiero w 1989 roku.

Niezmiernie ważnym wydarzeniem mającym początek pod koniec lat siedemdziesiątych było powstanie licznych stacji nadawczych w poszczególnych regionach autonomicznych kraju. Przyjęta w 1978 roku konstytucja podzieliła prawnie kraj na siedemnaście regionów autonomicznych. Uznano za niezbędne stworzenie im własnych kanałów radiowych. Pierwszymi, jakie założyły własne stacje nadawcze, były Kraj Basków, Katalonia oraz Galicja. Szybko dołączyły do nich region Madryt, Walencja i inne, tworząc nieistniejącą do tej pory państwową sieć stacji regionalnych.<sup>22</sup> Kontrola informacji utrzymywana jest przez Radio Nacional do roku 1977, kiedy to następuje przełom. Liberalizacja informacji pozwala stacjom radiowym na nadawanie, oprócz normalnego programu radiowego, własnych serwisów informacyjnych.

Plan Techniczny Radiofonii sporządzony w listopadzie 1978 roku i zarządzenie Głównej Dyrekcji Radiofonii wydano w celu uregulowania sytuacji nadawczej wobec nowej rzeczywistości politycznej, jaką była zmiana dotychczasowego

<sup>21</sup> Medio de Comunicación del Estado w tłumaczeniu: Państwowe Środki Przekazu.

<sup>22</sup> Por. L. Diaz, *La radio en Espana*, Alianza Editorial, Madrid 1995, s. 398.

reżimu. Śmierć Franko, koniec monopolu państwowego na informacje i liberalizacja wolności wypowiedzi zapoczątkowały swoisty „boom” radiowy w latach osiemdziesiątych. Można powiedzieć, że od tego momentu radio weszło na drogę, jaką podążają dzisiejsi nadawcy.

Kolejny etap to okres lat osiemdziesiątych i charakterystyczny dla niego rozwój instytucji radia w poszczególnych regionach autonomicznych Hiszpanii. Zaczynają powstawać stacje w południowych regionach kraju, kształtuje się odpowiednia infrastruktura i organizacja. Szybko tworzone są nowe stacje oferujące słuchaczom cały szereg propozycji od radia informacyjnego do jego roli kulturalno-edukacyjnej. Wraz z rozwojem telewizji tworzone są stacje radiowe w ramach regionalnych przedsiębiorstw radiowo-telewizyjnych.<sup>23</sup> W lutym 1989 zaczęła nadawać stacja Sur, wraz z poparciem Radiotelevisión Andalucía, dysponowała ona 20 stacjami rozmieszczonymi na południu Hiszpanii. W 1984 w Katalonii powstaje Radio Associació de Catalunya, po czym bardzo szybko oferta zostaje poszerzona o stacje Catalunya Musica i Catalunya Informació. Kraj Basków posiadał trzy stacje radiowe na poszczególne części regionu. Stacja w Guipuzcoa nadawała wyłącznie w dialekcie Euskera, stacja w Vizcaya po hiszpańsku i w Euskera i trzecia mieszcząca się w Victoria nadająca jedynie po hiszpańsku. W 1985 roku dzięki połączenym wysiłkom Radiotelevisión de Galicia powstają stacje w Galicji. Madryt stworzył swoją stację w 1986 roku w oparciu o Radiotelevisión Madrid i z słynnej Onda Madrid zmienił nazwę na Radio Telemadrid. Bardzo szybko dołączały kolejne regiony jak Walencja, Murcia czy Extremadura. Zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z 28 czerwca 1989 roku przyznano poszczególnym regionom autonomicznym liczbę 179 koncesji radiowych.<sup>24</sup> W ten sposób bardzo szybko zorganizowano i zarejestrowano sieci radiowe na terytorium całego kraju.

Lata osiemdziesiąte przyniosły również powstanie wielu stacji, które bardzo szybko zdobyły zaufanie i uznanie słuchaczy. W lutym 1989 roku powstała Onda Cero, stacja Państwowej Organizacji Niewidomych oraz szereg stacji nadających na częstotliwości FM. W maju 1981 roku na rynku pojawia się Radio Antena 3 nadające w paśmie FM, które bardzo szybko zdobywa sobie dużą popularność.<sup>25</sup> Na początku zaczyna z 23 stacjami, ale liczba ta szybko sięga 54 nadawców. Stacja ta bardzo często nazywana jest symbolem „okresu przejścia”, porzucenia dyktatury i przyjęcia demokracji, respektująca zawsze Konstytucję, monarchię parlamentarną i wolności obywatelskie.

Do decydującego wydarzenia odmieniającego sytuację w kraju doszło 23 lutego 1981 roku, kiedy to do Korteżów wkroczył oddział wojskowy z pułkownikiem Antonio Tejero na czele, siłą zajmując parlament. Zamach stanu mający

<sup>23</sup> Por. M. Jurez, *V informe sociológico sobre la situación social en España: sociedad para todos en el año 2000*, Fundación Foessa, Madrid 1994, s. 2178.

<sup>24</sup> Por. L. Díaz, *La radio...*, s. 439.

<sup>25</sup> *Ibid.*, s. 438.

na trwale odmienić orientację polityczną kraju nie powiódł się. Pomimo zajęcia telewizji i wzięcia w niewolę parlamentarzystów nie udało się po kryjomu dokonać zamachu stanu i obalić dopiero co rodzącą się demokrację. Odpowiedzialność za informowanie społeczeństwa przejęło radio, relacjonując społeczeństwu, co zaszło tego dnia. Wydarzenie to przeszło do historii jako „Noc tranzystorów”, a radio stało się bohaterem hiszpańskiego społeczeństwa i jedynym obrońcą upragnionej demokracji.<sup>26</sup>

Fakty te to jedynie wybrane wydarzenia z burzliwej historii radia, mimo tego dzięki przemianom, jakie dokonały się w latach osiemdziesiątych, możemy mówić o niezależnym i zorganizowanym sektorze, jakim jest radio. Do państwowych nadawców na rynku doszli prywatni przedsiębiorcy i prywatne sieci radiowe.<sup>27</sup> Napływ kapitału i technologii oraz rodząca się konkurencja między nadawcami ukształtowała podstawy rynku medialnego, z jakim mamy do czynienia, analizując aktualny obraz Hiszpanii.

Trzeci etap obejmujący chronologicznie lata dziewięćdziesiąte do dnia dzisiejszego, a więc aktualne, najnowsze wydarzenia z historii Hiszpanii charakteryzuje cały szereg wydarzeń znamienych dla działalności radia w oparciu o zasady rynkowe. Lata dziewięćdziesiąte to bardzo szybki wzrost liczby nadawców i popularności radia w szczególności nadawców regionalnych. Pojawiają się nowe rozgłośnie, upadają stacje nierentowne, pojawia się silna konkurencja i walka o audytorium. Okres ten przynosi też liczne zmiany w sferze technologii i zagospodarowania nowych osiągnięć na własne potrzeby nadawcze. Charakteryzuje go bardzo szybki rozwój sieci radiowych oraz próby poszukiwania nowych rozwiązań i nowych dróg rozwoju na przyszłość. W pełni ukształtowany rynek medialny przechodzący w fazę multimedialną wymusza na mediach podjęcie odpowiednich działań w celu jak najlepszego przygotowania się i dostosowania do nieustannie zmieniającej się rzeczywistości.

Struktura sieci radiowych funkcjonuje w oparciu o przyznanie koncesji na emisję dla poszczególnych pasm radiowych. W wyniku podjętych regulacji stworzono radio publiczne, w skład którego wchodzi liczne stacje państwowe, nadawcy działający w poszczególnych regionach autonomicznych kraju, radia miejskie oraz pozostałe, często małe o niewielkim zasięgu, uzależnione w dużej mierze od zdobytego audytorium.<sup>28</sup> Z drugiej strony funkcjonuje radio prywatne o dużej swobodzie i niezależności, którego właścicielami są przedsiębiorstwa nadawcze lub potężne koncerny medialne. Jedyne warunki i ograniczenia ich działalności wiążą się z ograniczeniami, jakie nakłada na nie państwo. Wiążą się one jednak z zalegalizowaniem działalności nadawczej i uzyskaniem koncesji na nadawanie w eterze.

<sup>26</sup> Por. P. Machcewicz, *op. cit.*, s. 445.

<sup>27</sup> Por. P. Sawicki, *La Espana del cambio*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1993, s. 383.

<sup>28</sup> Por. M. Jurez, *V informe sociológico...*, s. 2179.

Lata dziewięćdziesiąte odznaczają się swoistym „boomem” w przypadku stacji lokalnych. Radia te charakteryzują się niewielkim zasięgiem, nadają na określonym obszarze wyłącznie na potrzeby mieszkańców danego terenu. Radio z miast i miasteczek prowadzące regionalną działalność nadawczą napotyka wiele problemów. Najpoważniejsze to te dotyczące finansowania działalności, własnej produkcji oraz funkcji informacyjnej.<sup>29</sup> Nie mogą równać się z dużymi rozgłościami ani w formie prowadzonej działalności, ani metod pracy, ale podejmują inne działania w celu oparcia się silnej konkurencji. Najczęstszym rozwiązaniem jest wejście w skład dużych rozgłośni radiowych będących w stanie doinwestować mało wydajne stacje radiowe. Zapewniając im dostęp do zasobów informacyjnych, kapitału i techniki, tym samym zapewniając im dalszy rozwój i przyszłość.

Ostatni okres, a więc najnowsze dzieje radia to przede wszystkim walka o słuchaczy nie tylko pomiędzy poszczególnymi sieciami radiowymi, ale również z potężnym konkurentem, jakim jest telewizja. Nieustanna konkurencja i walka na rynku wymaga ciągłej modernizacji stacji radiowych, zmiany nadawanych programów i czynienia ich bardziej atrakcyjnymi, wkraczania tam, gdzie konkurencja nie ma dostępu. Rozwój nowych technologii umożliwił wejście radia w globalną sieć informacji i dotarcie poprzez Internet do każdego słuchacza z osobna. Dzięki Internetowi i komputerom nie potrzeba już tradycyjnego odbiornika radiowego. Audycji słuchać możemy za pomocą komputera, co więcej możemy słuchać stacji lokalnych, których odbiór niemożliwy byłby w sposób tradycyjny. Podłączając się do sieci, słuchacz może wybrać stację odpowiadającą jego gustom oraz zindywidualizować ofertę nadawcy zgodnie ze swoimi upodobaniami.

Przyglądając się hiszpańskim programom radiowym zarówno publicznym, jak i prywatnym, zauważymy, że repertuar przedstawianych treści jest bardzo podobny. Ta różnorodność prezentowanych treści czy rodzaju muzyki powodowana jest walką o słuchacza. Zdobycie jak największego audytorium wymusza na nadawcach dostosowanie programu do gustów jak największej liczby osób, często obniżając jakość oferowanych audycji.<sup>30</sup> Przedstawiane zależności nie są jedynie cechą systemu medialnego Hiszpanii. Podobną sytuację widzimy w sąsiednich państwach europejskich opierających rynki medialne na zasadach gospodarki rynkowej.

Utrwalona pod koniec lat dziewięćdziesiątych i trwająca do dziś dominacja Radio Nacional de Espana, Onda Cero, COPE oraz SER wchodzącego w skład prywatnej grupy Prisa zdobyły rynek medialny i ustaliły zasady gry. Aktualnie media hiszpańskie weszły w stadium multimedialne. Ciągła rywalizacja na rynku i działalność grup medialnych dowodzą, że proces ten wkroczył w Hiszpanii w zawansowaną fazę.

<sup>29</sup> Por. L. Diaz, *op. cit.*, s. 423–425.

<sup>30</sup> *Ibid.*, s. 480–481.

## SUMMARY

This article presents a review of the media development in post-Franco Spain within the context of changes in the nation's political, social and economic landscape. The article suggests that, after a fascist regime, the healthy democracy with political stability have provided the foundation and the impetus for a flourishing market in the media sector. The article examines the generic aspects of Spanish media market compared with the situation currently unfolding in this country. The Spanish media market depends on many interlinked variables and is determined by a few very powerful companies, so-called media groups. It reports the considered problems of new mass-media involved in the field of press and audiovisual media.