



Redakcja: Milena Abdel-Massih, Anna Malewska-Szałtygin
Redakcja Techniczna: Milena Abdel-Massih, Katarzyna Samoraj Stanczew
Tłumaczenie: Euroscript Polska Sp. z o.o.
Skład, łamanie, druk: Bronowski Studio, Coma2
Warszawa 2012



wspominając

RADIO

Luxembourg

W PRL

Partnerzy



GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ambassade en Pologne



Patroni medialni



TELEWIZJA POLSKA



SPIS TREŚCI

Wspominając *Radio Luxembourg* w PRL...

1. ALL YOU NEED IS <i>LUXY</i> Conrad Bruch, Ambasador Wielkiego Księstwa Luksemburg w Polsce	5
2. <i>RADIO LUXEMBOURG</i> Prof. Elżbieta Barbara Zybert, Dziekan Wydziału Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego	9
3. KOLOROWY ŚWIAT <i>RADIA LUXEMBOURG</i> – OPOWIEŚĆ O POWSTAWANIU WYSTAWY Dr hab. Anna Malewska-Szałygin, IEiAK UW	11
4. WSZYSCY TEGO SŁUCHALI – REKONSTRUOWANIE ZJAWISK KULTUROWYCH ZE WSPOMNIENÍ Jacek Żukowski, IEiAK UW	15
5. WSPOMINAJĄC <i>RADIO LUXEMBOURG</i> W PRL... – scenariusz wystawy Dr hab. Anna Malewska-Szałygin, Jacek Żukowski	19
6. <i>RTL</i> – WCZORAJ, DZIŚ, JUTRO RTL Group	43
7. PRZEKSZTAŁCENIE LUKSEMBURGA W WĘZEL ICT Service des Médias et de la Communication du Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg	47



1. ALL YOU NEED IS LUXY

Kiedy jesienią 2010 r. przybyłem do Polski jako nowy ambasador Luksemburga, już w trakcie pierwszych kurtuazyjnych wizyt składanych polskim politykom, wysokiej rangi urzędnikom państwowym i biznesmenom uderzyło mnie, że tak wielu spośród moich rozmówców odruchowo kojarzyło mój kraj przede wszystkim z *Radiem Luxembourg*. Istotnie, liczni przedstawiciele obecnej polskiej elity politycznej, gospodarczej i kulturalnej w czasach swojej młodości regularnie słuchali programów nadawanych przez *Radio Luxembourg* w języku angielskim. Wkrótce po moim przybyciu do Polski przypadkiem miałem okazję zobaczyć „*Był Luxembourg...*” – fascynujący telewizyjny film dokumentalny Piotra Boruszkowskiego i Zbigniewa Sabata z 2008 r., opowiadający o ogromnej sile oddziaływania *Radia Luxembourg* w komunistycznej Polsce pod koniec lat 60. i w latach 70. XX wieku. Jako były rockowy muzyk amator i miłośnik rocka byłem zafascynowany tym tematem.

Jedno odkrycie wkrótce doprowadziło do następnego. Duże wrażenie zrobił na mnie obraz naszych polskich przyjaciół, słuchających w czasach swojej młodości w ustroju komunistycznym najczęściej zniekształconego sygnału ich ulubionego radia „*Luxy*” (gdyż tak potocznie nazywano *Radio Luxembourg*), zazwyczaj przez tak zwane „*zielone oko*” – aparat radiowy z czasów komunistycznych, bardzo często przy pomocy anteny własnej konstrukcji. Za pośrednictwem wspólnych przyjaciół nawiązałem kontakt z Zakładem Historii XX wieku Uniwersytetu Warszawskiego. Wówczas narodził się projekt przygotowania wystawy prezentowanej w Warszawie na terenie Ambasady Luksemburga, i prace nad nim nabrały tempa.

Wśród młodych Polaków słuchanie *Radia Luxembourg* cieszyło się w późnych latach 60. i wczesnych latach 70. niesłychaną popularnością. Było to naprawdę wyjątkowe zjawisko społeczne. Dla młodych ludzi w ówczesnej Polsce, mimo zimnej wojny i *żelaznej kurtyny*, *Radio Luxembourg* stało się oknem na wolny świat, pomostem do alternatywnych kultur młodzieżowych na Zachodzie. *Radio Luxembourg* umożliwiło im snucie własnych marzeń i oddawanie się wizjom pełnego kolorów świata, tak bardzo różniącego się od szarej i przytłaczającej komunistycznej rzeczywistości.

Oczywiście prawdziwy jest też fakt, że w owym czasie liczne uznane stacje radiowe w Europie Zachodniej były bardzo konserwatywne i odmówiłyby nadawania muzyki

z gatunku tak bardzo poszukiwanego przez młodych słuchaczy. *Radio Luxembourg* stanowiło pod tym względem bardzo znaczący czynnik modernizacyjny.

W przeciwieństwie do *Radia Wolna Europa* i *Głosu Ameryki* władze komunistyczne nigdy nie uciekały się do systematycznego zagłuszania sygnału *Radia Luxembourg*, prawdopodobnie z uwagi na apolityczny charakter tej stacji. *Radio Luxembourg* było typową rozgłośnią komercyjną, niezwiązaną z polityką, w zamierzeniu skierowaną do znających język angielski słuchaczy w Europie Zachodniej. Ze względu na dostępną wówczas technologię sygnał radiowy przeznaczony dla słuchaczy na Zachodzie docierał również na Wschód, Południe i Północ. Ówczesni dyrektorzy programowi – mimo iż mamy całkowitą pewność, że przynajmniej niektórzy z nich doskonale zdawali sobie sprawę z obecności przy radioodbiornikach słuchaczy zza *żelaznej kurtyny* – nie koncentrowali się rozmyślnie na regionie Europy Środkowej i Wschodniej.

Mam nadzieję, że nasza wystawa przyciągnie wielu młodych Polaków. Może pozwoli im odkryć, że mimo często bardzo trudnych warunków materialnych w komunistycznych czasach, licznych niedoborów i braków, również pokolenie ich rodziców miało kontakt z młodzieżową kulturą muzyczną. Popowe i rockowe ikony tamtych czasów, takie jak the Beatles i the Rolling Stones, przetrwały i nadal są słuchane. Zaryzykowałbym nawet stwierdzenie, że the Beatles, Rolling Stones i wiele innych zespołów w znacznej mierze przyczyniło się do obalenia *żelaznej kurtyny*, doprowadzając w ten sposób do zakończenia zimnej wojny i podziału świata na Wschód i Zachód.

W samym Luksemburgu mało kto zdaje sobie sprawę z ogromnej roli, jaką Radio Luxembourg odgrywało w czasach komunizmu w polskiej kulturze młodzieżowej oraz w rozwoju autentycznej polskiej kultury muzycznej obejmującej rock i pop (Polska była pierwszym krajem za żelazną kurtyną, w którym taka kultura powstała), prawdopodobnie z wyjątkiem jedynie nielicznych specjalistów ściśle związanych z rozwojem i historią RTL. Mam wielką nadzieję, że nasza wystawa przyczyni się do zmiany tej sytuacji i do zbliżenia obydwu narodów w ramach Europy i Unii Europejskiej, umożliwi poszerzenie wiedzy o naszych krajach i lepsze poznanie się. Głowy państw JKW Wielki Książę Henri z Luksemburga i Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej Bronisław Komorowski uprzejmie zgodzili się objąć patronat nad naszą wystawą.

Jako obywatel Luksemburga i jego przedstawiciel dyplomatyczny w Polsce jestem bardzo dumny z pionierskiej roli, jaką mój kraj odegrał w dziedzinie mediów elektronicznych na długo przed nadejściem ery Internetu. Pragnę zwrócić uwagę Państwa na krótką prezentację „*Przemiana Luksemburga w centrum technologii informacyjnych i komunikacyjnych*” włączoną do katalogu wystawy. Świadczy ona niewątpliwie o żywotności i dynamicznym charakterze mojego kraju w dziedzinie mediów i komunikacji, która ma coraz większe znaczenie dla gospodarki Luksemburga.

Na zakończenie chciałbym bardzo gorąco podziękować pani prof. dr hab. Annie Ma-
lewskiej-Szałygin z Uniwersytetu Warszawskiego oraz wszystkim pozostałym inicjato-
rom, autorom i twórcom wystawy poświęconej wpływom *Radia Luxembourg* w Polskiej
Rzeczypospolitej Ludowej. Spędziliśmy nad tym projektem, realizowanym w ramach
partnerstwa publiczno-prywatnego, wiele roboczogodzin, przy wydatnej pomocy rządu
Luksemburga i *Grupy RTL*, a także wsparciu ze strony licznych partnerów sektora pry-
watnego z Luksemburga, którzy prowadzą interesy handlowe w Polsce.

Conrad Bruch
Ambasador Wielkiego Księstwa Luksemburga



2. Radio Luxembourg

Efektom porozumienia zawartego w 2011 roku pomiędzy Ambasadą Luksemburga w Warszawie a Wydziałem Historycznym Uniwersytetu Warszawskiego jest wystawa ukazująca rolę *Radio Luxembourg* w Polsce w okresie tzw. zimnej wojny.

Nadające od prawie osiemdziesięciu lat *Radio Luxembourg*, adresujące swoje audycje do słuchaczy głównie z Europy Zachodniej i Centralnej, odgrywało istotną rolę także w Polsce okresu przedtransformacyjnego. Było oknem na świat dla wielu Polaków, zwłaszcza w okresie 1968-88, kiedy osiągnęło szczyt swojej popularności. Choć nadawało głównie muzykę młodzieżową, to także starsi słuchacze znajdowali coś dla siebie w ramach programów popularyzujących muzykę dla ludzi w różnym wieku.

Dzięki audycjom *RL* nadawanym na fali 208 MHz można było zapoznać się z nowościami zachodniego rynku muzycznego, niedostępnymi w kraju – gdyż nie mieliśmy gdzie ich posłuchać, ani gdzie kupić płyt popularnych zachodnich wykonawców. A audycja *Top Twenty* – naj-

popularniejszych w danym czasie utworów, pozwalała na iluzję, że dobrze wiemy co się dzieje w europejskiej muzyce młodzieżowej.

Jednakże znaczenie RL nie ograniczało się jedynie do popularyzacji muzyki. Było to dużo więcej. Wiadomości serwowane w skrótovej formie, dowcipne rozmowy z członkami grup muzycznych i artystami, niekonwencjonalny sposób prowadzenia audycji przybliżały nam inne dziennikarstwo radiowe, nieznane nam w tamtym okresie, nie wspominając o gratisowych lekcjach języka angielskiego podczas słuchania tych audycji. Jeśli jakiemuś szczęśliwcowi udało się dotrzeć do *Fabulous208* – magazynu wydawanego przez rozgłośnię *Radio Luxembourg* zawierającego wiadomości, zdjęcia zespołów, piosenkarzy czy prezenterów np. Jimmy'ego Savile'a – było to również przedstawianie nowych dla nas tendencji, zachowań czy mód. *Radio Luxembourg* to była możliwość wyboru, była to także lekcja demokracji, która była nam wówczas obca.

Nie ulega także wątpliwości, że dla wielu osób z mojego pokolenia *Radio Luxembourg* to lata młodości i tym samym powrót do nich to zwielokrotnianie tego co było dobre i piękne, a takim było i pozostanie w moich wspomnieniach *Radio Luxembourg*.

Prof. Elżbieta Barbara Zybert
Dziekan Wydziału Historycznego
Uniwersytetu Warszawskiego



3. Kolorowy świat *Radia Luxembourg* – Opowieść o powstawaniu wystawy

Pomysłodawcą wystawy „Wspominając *Radio Luxembourg* w PRL...” jest Ambasador Wielkiego Księstwa Luksemburga w Warszawie pan Conrad Bruch. Objąwszy placówkę w Polsce zauważył, że pierwszym skojarzeniem Polaków z nazwą jego kraju jest *Radio Luxembourg*. Chcąc zgłębić to zjawisko zwrócił się do pani profesor Barbary Zybert, Dziekana Wydziału Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego, z inicjatywą zorganizowania wystawy dokumentującej wpływ *Radia Luxembourg* na polskich słuchaczy w latach 60' i 70'.

Społeczne oddziaływanie mediów jest fascynującym zjawiskiem, badanym przez medioznawców, socjologów i antropologów, którzy od dawna podkreślali, że odbiór mediów nie jest bierną konsumpcją emitowanych dźwięków, obrazów i treści. Jest raczej dekodowaniem, twórczą adaptacją do lokalnego podłoża kulturowego, słowem „użytkowaniem” przekazu na wiele możliwych sposobów. Nasza wystawa ma na celu pokazanie w jaki sposób muzyka i informacje na-

dawane przez *Radio Luxembourg* były wykorzystywane, przetwarzane i adaptowane przez Polaków w latach 60' i 70'.

Przygotowanie wystawy Pani Dziekan powierzyła Instytutowi Etnologii i Antropologii Kulturowej Wydziału Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego. Wybór wykonawcy zdeterminował specyfikę wystawy. Antropologiczne podejście do przeszłości kładzie nacisk na kulturowe i społeczne konteksty zdarzeń przeszłych, skupia się na odtwarzaniu „światów zapamiętanych”, a nie na poszukiwaniu prawdy wydarzeń minionych. Zwyczajową metodą postępowania etnologiczno/antropologicznego jest posługiwanie się źródłami wytworzonymi, najczęściej zapisami wypowiedzi i rozmów przeprowadzanych na potrzeby projektu (zwykle także zapisami obserwacji). Taką też procedurę zastosowaliśmy gromadząc informacje o słuchaniu *Radia Luxembourg* w czasach PRL.

Opracowanie ekspozycji poprzedziliśmy badaniami antropologicznymi przeprowadzonymi na niedużą skalę. Grupa młodych badaczek – studentek studiów magisterskich na kierunku etnologia (Aleksandra Dudzińska, Alina Kaczmarek, Anna Stępień, Marta Wiesławska) przeprowadziła pod naszym kierunkiem, a często wraz z nami wywiady

otwarte, pogłębione z dawnymi słuchaczami *Radia Luxembourg*. Byli wśród nich zarówno „zwykli” miłośnicy tego radia jak i dziennikarze muzyczni oraz osoby rozpoznawalne publicznie. Wypowiedzi były bardzo emocjonalne! Rozmówcy z przyjemnością wspominali lata młodości i rolę, jaką odegrało w nich *Radio Luxembourg*. Obraz, który kreślili w swoich opowieściach był dla studentek etnologii wspinałym uzupełnieniem sztywnych podręcznikowych opisów czasów PRL.

Słuchanie *Radia Luxembourg* w PRL uwikłane było w różne życiowe sytuacje. Niektórzy rozmówcy przywoływali spokój wieczorów, kiedy to wśród otaczającej ciszy kręcąc gałką radioodbiornika wyłapywali wśród szumów i trzasków muzykę tak odmienną od dostępnej w ówczesnym Polskim Radio. Mówili o radości, jaką sprawiało im otrzymanie płyty z muzyką wysłuchaną na falach *Radia Luxembourg*. Wspominali prywatki i tańce przy tej muzyce oraz łączące się z nimi romantyczne (i nieromantyczne) zdarzenia. Dla przyszłych radiowców objawieniem był nowy sposób prowadzenia audycji, dla przyszłych muzyków nowe rytmy i melodie.

Scenariusz wystawy przygotowywałam wraz z Jackiem Żukowskim, doktorantem w IEiAK UW. Jego pomysłem było podkreślenie ciągłości pomiędzy ówczesną fascynacją *Radiem Luxembourg* a współczesnym rozwojem mediów cyfrowych. Trudnym zadaniem jakie stanęło przed autorami scenariusza było uporządkowanie barwnych, emocjonalnych opowieści naszych rozmówców, znalezienie klucza, według którego zostaną zaprezentowane zgromadzone materiały tak, aby nie zniszczyć ich uroku, a jednak umożliwić widzowi odnalezienie się w mnóstwie przywoływanych szczegółów. Materiały podzieliśmy na 9 bloków tematycznych dotyczących: tego czym dla ówczesnych słuchaczy było *Radio Luxembourg*; utrudnień odbioru; przenikania informacji z radia do społeczności klasowych; stowarzyszenia słuchaczy *Radia Luxembourg*; apolityczności przekazów *RL*, sprowadzania oryginalnych płyt do Polski; prywatek; wpływu *RL* na polskich i muzyków.

Kolejny problem – jak przygotować atrakcyjną wizualnie wystawę prezentującą materiały tekstowe – niezwykle twórczo rozwiązał pan Marek Mikulski przygotowując tak atrakcyjny i pomysłowy projekt ekspozycji, że zauroczył wszystkich zaangażowanych w prace nad wystawą. Pomysł zbudowania kiosków wystawienniczych przypominających radioodbiornik z pokrętkiem za pomocą którego można opuścić szarą rzeczywistość PRL i przenieść się w kolorowy świat muzyki *Radia Luxembourg* zamienił teksty w atrakcyjną wizualnie ekspozycję. Kolorowe kolaże i rozwiązania graficzne pana Macieja Mikulskiego oraz realizacja wykonana przez *Passe Partout – Galerię Przedmiotów i Usług Artystycznych* składają się na plastyczny efekt wystawy.

Moją opowieść o powstawaniu wystawy chcę zakończyć gorącym podziękowaniem panu Ambasadorowi Conradowi Bruchowi przede wszystkim za pomysł tego przedsięwzięcia, za uruchomienie niezbędnych środków, za emocjonalne i koncepcyjne za-

angażowanie w ten projekt i wreszcie za użyczenie pięknych pomieszczeń Ambasady przy ulicy Słonecznej. Szczególne podziękowania kieruję do pań Mileny Abdel-Massih i Katarzyny Stanczew, które z wielkim zaangażowaniem współpracowały z nami z ramienia Ambasady i wzięły na siebie znaczną część obowiązków związanych z promocją wystawy oraz do pana Patricka Hemmera, który naszą współpracę rozpoczął i gorąco poparł wybraną przez nas drogę realizacji wspólnego projektu. Jestem niezmiernie wdzięczna Panu Davidowi Dominguez Mullerowi, badaczowi i archiwście RTL Group oraz panu Charlesowi Fosterowi za udostępnienie nam materiałów wizualnych i fonograficznych związanych z *Radiem Luxembourg*. Za wsparcie finansowe, bez którego ekspozycja by nie powstała, dziękuję głównemu sponsorowi wystawy – firmie RTL Group S.A., a także firmom Astra CEE Sp. z o.o., Banque International à Luxembourg S.A., Euroscript Polska Sp. z o.o. oraz Ministerstwu Kultury i Spraw Zagranicznych Wielkiego Księstwa Luksemburg, a także Service Information et Presse. Mam nadzieję, że nasza wystawa spełni oczekiwane zadanie popularyzacji w Polsce tego kraju i ogromnych możliwości jego przemysłu medialnego.

Odtworzenie atmosfery słuchania *Radia Luxembourg* nie byłoby możliwe bez autentycznych eksponatów z lat sześćdziesiątych. Podziękowania kieruję do państwa Haliny i Adama Markowskich, którzy udostępnili nam swoją kolekcję radioodbiorników wraz ze wspaniałą, oryginalną radiolą i pocztówkami dźwiękowymi. Pan Jan Świącicki uzupełnił ten zbiór często wspominanym radioodbiornikiem „Aga”, a pan Witold Sikorski analogowymi *longplayami* z tamtych lat. Niepowtarzalny klimat prywatki współtworzą stroje i akcesoria z trudem zdobyte i kompetentnie dobrane przez kostiumologa – panią Zuzannę Żubkę-Chmielewską.

Serdecznie dziękuję Pani Dziekan profesor Barbarze Zybert za to, że zdecydowała się powierzyć realizację projektu wystawy etnologom/antropologom kultury. Mam ogromną wdzięczność dla wszystkich współrealizatorów projektu za życzliwość, wzajemne zaufanie i twórcze zaangażowanie, które towarzyszyły nam na wszystkich etapach realizacji wystawy. Szczególnie ciepłe podziękowania kieruję do naszych rozmówców, którzy otworzyli przed nami świat słuchaczy *Radia Luxembourg* w Polsce lat 60' i 70'.

Dr hab. Anna Malewska-Szałygin, IEIAK UW



4. *Wszyscy tego słuchali* – rekonstruowanie zjawisk kulturowych ze wspomnień

Badacz przeszłości napotyka w swoich eksploracjach na fenomeny życia codziennego, które wymykają się utartym schematom analizy źródeł zastanych. Nie wszystkie z nich, mając duży wpływ na życie społeczne i kulturowe właściwych sobie czasów, pozostawiają trwałe ślady materialne, takie które później zdobią kolekcję muzeów, galerii, archiwów i bibliotek. Wynika to w dużej mierze z symbolicznego wymiaru przekazu kulturowego. Wiedzy o życiu codziennym nie przekazuje się w postaci artefaktów, a poprzez działania i narracje, którym towarzyszą lub z których mogą wynikać te pierwsze. Nasza wystawa, jest próbą zamiany tychże działań i narracji, na materialny dowód przeszłości.

Dokonując tej materializacji korzystaliśmy ze wspomnień osób, którym zjawisko kulturowe *Radia Luxemburg*, było bliskie i wiązało się z czasami młodzieńczych eksperymentów i poznawania świata. Wywoływanie źródeł wśród osób emocjonalnie zaangażowanych

w badane zjawisko wiąże się, tak z efektywnymi badaniami pozwalającymi zebrać pełne kolorowych opisów relacje zawierające nieuchwytne inaczej niuanse (Mędrzecki, 2005, s. 63)¹, jak i z zagrożeniem celowego ubarwiania i uwzniośniania zarówno przedstawianych faktów, jaki i własnego w nim udziału. Takie wspomnienia stają się wtedy odzwierciedleniem całej własnej przeszłości danego okresu, najważniejszym wydarzeniem w nim, któremu wspominający przypisuje rolę powszechnej i pełnej reprezentacji przeszłości – pamiętką po niej (Lowenthal, 1991, s. 8)². Częścią życia codziennego każdego człowieka w procesie zapamiętywania i narratywizowania otaczającego świata. Gromadzona na postawie takich źródeł wiedza (Kaniowska, 1999, s. 83)³, nie rości sobie prawa do obiektywności, jest wytworem subiektywnych relacji uczestni-

¹ „...możliwość bezpośredniego kontaktu badacza z uczestnikami analizowanej rzeczywistości nie tylko nie stanowi dla historyka problem, ale powinna być wykorzystana jako niepowtarzalna szansa postawienia pytań badawczych, na które źródła zastane z natury rzeczy nie mogą dać satysfakcjonującej odpowiedzi. Warunkiem powodzenia takich badań jest sięgnięcie do dorobku metodologicznego innych dyscyplin humanistycznych, zaś antropologii kultury w szczególności...”

² „...Pamiętki to ulubione wspomnienia, które pamięć wylawia spośród wielkiej masy przypominanych rzeczy. Pamiętki pełnią rolę podobną do relikwii: wszystko co ma powiązanie z przeszłością, może być użyte do wywołania wspomnień; z wielkiej masy potencjalnych pomocy mnemotechnicznych zachowujemy parę wspomnień po to, by przypomnieć sobie naszą własną i powszechną przeszłość...”

³ „...Wiedza może być oparta na fundamencie pamięci a nie na dowodzie, udokumentowanym źródle, opisie czy tekście o jakiejś konkretnej materialnej formie, które dają się zinterpretować, poznać, zrozumieć...”

ków danego zjawiska, opowiadających tę samą historię. Opowiadając ją badaczowi, uczestnicy umieszczają w niej swoje doświadczenie przeszłości i teraźniejszości, tworząc na bieżąco wersję dostosowaną do kontekstu rozmowy z badaczem (Kaniowska, 2003, s. 58)⁴. Wizja przeszłości wyłaniająca się z takich przedstawień jest zasadniczo odmienna od przedstawianej z perspektywy wielkich wydarzeń społecznych i kulturowych. Te, często nawet w niej nie występują, a nawet jeśli się pojawiają, to w charakterze kontekstu dla ówczesnych działań opowiadających. W materiałach do naszej wystawy polityka władz, kłopoty gospodarcze i próby izolacji PRL pojawiają się zawsze tylko, jako kontekst dla „budowania” kultury młodzieżowej, „heroicznego” zdobywania muzyki na płytach czy „walki” podczas nocnego strojenia radioodbiornika.

Czy na pewno *wszyscy tego słuchali*? Analizując wypowiedzi naszych rozmówców nie sposób nie dać się uwieść deklaracjom o powszechności *Radia Luxembourg*, zwłaszcza że niejednokrotnie było ono artykułowane wprost. Choć te deklaracje, biorąc pod uwagę problemy z dostępnością do mediów w tamtym okresie należy traktować podejrzliwie, to w tym przypadku zawiera ono w sobie wiele racji. *Radio Luxembourg* było wyjątkowe, przez co niewątpliwie miało wpływ na kulturę młodzieżową pokolenia lat 60' i 70'. Nawet jeśli bezpośrednio nie wszyscy młodzi Polacy mieli możliwość zetknięcia się i zafascynowania nadawanym programem, to pośrednio czy to poprzez szkolne gazetki, czy przez znajomych, czy przez muzykę na prywatkach pochodzącą wprost z anteny *RL* byli pod jego wpływem. Wynikająca z tego wspólnota doświadczenia przełożyła się na wspólną dla wszystkich Rozmówców opowieść, w której nie tylko wybrani ale wszyscy byli słuchaczami (Szacka, 2005, s. 28)⁵. Dlatego też zdecydowaliśmy się przedstawiać *Radio Luxembourg* nie jako ciekawy epizod z życia wybranych osób, ale jako zjawisko kulturowe będące częścią życia codziennego PRL. Jednym z pierwszych fenomenów popkultury mającym silny wpływ na mieszkańców naszego kraju.

Mgr Jacek Żukowski, IEiAK UW

⁴ „...Uznanie subiektywizmu jako dodatkowej wartości oraz dostrzeżenie, że wartość ta pojawia się w dialogu, który buduje wiedzę obu uczestników tegoż dialogu, jest ważne, ponieważ tym samym dostrzega się, że wiedza antropologii wyrasta z subiektywnego doświadczenia, przeżycia, interpretowania (czasem także rozumienia) świata przez badacza, i to zarazem jego własnego świata, jak i rzeczywistości badanej...”

⁵ „...Zbiorowa pamięć przeszłości to wyobrażenia o przeszłości własnej grupy, konstruowane przez jednostki z zapamiętanych przez nie – zgodnie z odkrytymi przez psychologów regułami – informacji pochodzących z różnych źródeł i docierających do nich rozmaitymi kanałami. Są one rozumiane, selekcjonowane i przekształcane odpowiednio do własnych standardów kulturowych i przekonań światopoglądowych. Standardy te zaś są wytwarzane społecznie, a zatem wspólne członkom danej zbiorowości, co prowadzi do ujednolicania ich wyobrażeń o przeszłości i tym samym pozwala mówić o pamięci zbiorowej dziejów własnej grupy...”

Literatura

Kaniowska Katarzyna

- 1999 Opis. *Klucz do rozumienia kultury*, „Łódzkie Studia Etnograficzne”, t. XXXIX
2003 *Antropologia i problem pamięci*, „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa”, nr 3-4

Lowenthal David

- 1991 *Przeszłość to obcy kraj*, „Res Publica”, nr 3

Mędrzecki Włodzimierz

- 2005 Dwadzieścia pięć lat etnograficznych doświadczeń historyka, [w:] *Horyzonty antropologii kultury: tom w darze dla Profesor Zofii Sokolewicz*, red. Wasilewski J., Zadrożyńska A., Bruckowska A., Warszawa

Szacka Barbara

- 2005 Pamięć zbiorowa, [w:] *Wobec przeszłości. Pamięć przeszłości jako element kultury współczesnej*, red. Szpociński A., Warszawa

Warszawski klub miłośników zachodniej muzyki popularnej *Popul Fan Club* był jedynym tego typu zrzeszeniem oficjalnie działającym w PRL. Społeczność PFC koncentrowała się na wymianie muzyki i informacji dostarczanych między innymi przez dostępne w klubie brytyjskie czasopiśmiśno-muzyczne *New Musical Express*. Przeważała klubowa atmosfera zapraszana do Polski czołowych zespołów tanecznych lat.



5. WSPOMINAJĄC *RADIO LUXEMBOURG* W PRL... – scenariusz wystawy

Dzisiejsza młodzież poznaje muzyczne uniwersum za pośrednictwem ogólnosięciowego medium, jakim jest Internet. Skuteczniejszym sposobem poznania jest selekcja z napastliwego natłoku informacji i dźwięków niż słuchanie i czytanie wszystkiego. Świat naszych Respondentów funkcjonował zupełnie inaczej – dotarcie do muzyki i informacji wymagało pokonania szeregu barier, a informacyjno-dźwiękowy miszmasz był niezwykle pożądanym.

Pierwszą barierą było samo „odkrycie” muzycznego źródła *Radia Luxembourg*. Zachwyciło ono odmiennością muzyki i swobodą prowadzenia audycji nie spotykaną w Polskim Radio lat 60’ i 70’. Dla słuchacza kontakt z *Radiem Luxembourg* stanowiący, swoisty szok kulturowy działał jak magnes. Młodzież odkrywała bardziej rozrywkowy charakter przekazu radiowego, dopasowany do ich otwartości i chęci doświadczenia czegoś innego. Dostęp do najświeższej muzyki i wieści ze świata to podwaliny dzisiejszej ery informatycznej. Odkrycie *Radia Luxembourg* było dla ówczesnych słuchaczy jak pierwszy kontakt z portalem internetowym

umożliwiający słuchanie muzyki z innych kontynentów – innego świata.

Znajomość listy przebojów – pogoń za nowością, dzielenie się ze znajomymi i budujące się dzięki temu porozumienie wewnątrz grup rówieśniczych to dobrze nam dziś znane zagadnienia. Wspomnienia naszych Rozmówców doskonale korespondują z tym zjawiskiem, uświadamiając że jego korzenie sięgają daleko wstecz. Podobnie do dzisiejszych portali, grup społecznościowych i forów – słuchacze *Radia Luxembourg* spotykali się i wymieniali muzyką, najświeższymi informacjami i kontaktami. To, co dzisiaj odbywa się wirtualnie, wtedy miało miejsce w „realu”. Zmienił się fizyczny aspekt zjawiska – kiedyś posiadanie nawet jednej oryginalnej, zachodniej płyty było wyznacznikiem statusu w grupie porównywalnym albo nawet jeszcze ważniejszym niż dzisiejsze posiadanie kilku gigabajtów plików mp3.

Konsumpcja dobra kultury, jakim jest muzyka młodzieżowa, mimo zmienności form i środków wyrazu, zawsze stanowi źródło wspomnień na całe życie – jest częścią młodości, jednym z kanałów jej wyrazu. Staje się przez to źródłem ulubionych wspomnień – pamiątek, do których powrót jest zawsze miłym doświadczeniem.

Czy słuchacz *RL*, siedzący w nocy przy radioodbiorniku z uchem niemalże wlepionym w głośnik, ciągle kręcący gałką szukając uciekającego pasma nie przypomina dzisiejszego internauty, z wlepionym w monitor wzrokiem, klikającego w poszukiwaniu interesującej go zawartości? Warto to poczuć – doświadczyć tego wspólnie.



Kiosk 1: *Śłuchanie i słuchacze*

Czy można mówić o słuchaczach *RL* jako o grupie społecznościowej? Ten sam wiek, podobne wykształcenie, status materialny, hobby. Jedyna przeszkoda to rozproszenie po całej Polsce. Od Bałtyku do Tatr – *Radio Luxembourg* łączyło ludzi z różnych części kraju. Tak jak dziś, do jednej grupy społecznościowej należą ludzie z różnych części świata.

„*Radio Luxembourg* jakimś cudem docierało do Polski z dość przyzwoitym sygnałem. Przyzwoitą jakością rozumiem tak, że wśród szumów, pisków, świstów można było rozróżnić melodię, a nawet usłyszeć zapowiedź. Poza tym *Luxembourg* nadawał zarówno na falach średnich (208 metrów) jak i krótkich (49,6 metra). Tam rozciągał się ocean muzyki, o jakiej marzyłem. Wstrząsająca była nie tylko różnica repertuarowa, ale również sposób prowadzenia programów, wzorowany na stacjach amerykańskich. Jeśli ktoś przyzwyczajony był do statecznego i nieśpiesznego tonu i rytmu Polskiego Radia, to pierwszy kontakt z *Luxembourg* musiał być dla niego szokiem (...) Siedziałem przy odbiorniku z głową niemal wepchniętą w głośnik i chłonałem wszystko. Piosenki,

tytuły, informacje o wykonawcach, płytach, język, wszystkie – nawet strzępki – wiadomości. Ukoronowanie moich wieczorów z *Luxembourg* było **dźwiękowe wydanie Top Twenty, czyli dwudziestki najpopularniejszych piosenek tygodnia**. Prowadził to obdarzony fantastycznym, lekko nosowym głosem Australijczyk Barry Alldis”.

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny (RockMann 2010, s. 34)

„Szalone lata sześćdziesiąte w PRL? Dla urodzonych jak ja, kilka lat po zakończeniu wojny, oknem na świat i przepustką do wolego świata było, oczywiście radio. Radio, a więc muzyka. Dekadę wcześniej królował jazz, potem był rock and roll. W tej „mojej” dekadzie pojawił się pop – choć wtedy tak nie nazwalibyśmy tych odkrywczo prostych i cudownie melodyjnych kompozycji Beatlesów, Stonesów, Animalsów, Yardbirdsów... Od wiosny 1957 roku słuchaliśmy Radiostacji Harcerskiej, emitującej – na amatorskim paśmie 40 m – z gmachu warszawskiej YMCA; kto miał choćby średniej jakości odbiornik i kilka metrów spiralnego drutu łąpał także na falach średnich – wiadomo co – *Radio Luxembourg*! „208 – Twoje Radio Gwiazd” (*Two Hundred Eight – Your Station of the Stars*) – reklamowy slogan przypominał o długości fal, precyzyjnie dobranej przez radiowców tak, aby odbite od jonosfery uzyskały możliwie daleki zasięg”.

Prof. Tadeusz Cegielski – Dziekan Wydziału Historycznego Uniwersytetu Warszawskiego

Muzyka stanowiła niemal od dzieciństwa jedną z najważniejszych nut mojego życia. Któregoś wiosennego dnia 1969 lub w 1970 roku jeden z kolegów powiedział mi o *Radio Luxembourg* i niedługo potem tak skąpo wydzielane przez PRL-owskie radio utwory brytyjskich i amerykańskich blues i rockmanów towarzyszyły mi codziennie. Do dziś pamiętam atmosferę oczekiwania na to wieczorne i późnonocne granie i walkę o w miarę czysty odbiór audycji słuchanej na krótkich falach. Dzięki *Radio Luxembourg* Beatlesi, Christie, Moody Blues, John Fogerty i jego grupa Creedence, Clearwater Revival oraz wielu innych wykonawców do dziś grają w moich myślach i wprowadzają mnie w sferę wspomnień.

Prof. Jerzy Miziołek – Dyrektor Muzeum Uniwersytetu Warszawskiego

„*Radio Luxembourg* słuchało wielu ludzi w latach 60-tych, mam tu na myśli **nastolatków i studentów w dużych miastach, raczej tych zamożniejszych**, bo trzeba było mieć niezłe radio... *Radio Luxembourg* było dla nich takim oknem na świat...”

Prof. Jerzy Eisler – Dyrektor Oddziału Instytutu Pamięci Narodowej

„Naprawdę **wszyscy w całej Polsce tego słuchali**, to się rozeszło niesamowicie. (...) Ta muzyka szybko się włąła do Polski dzięki *Radiu Luxembourg*. Słuchaliśmy my **licealiści, studenci** potem...”

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„*Radio Luxembourg* słuchali ludzie odważni. To tak jakbym zapytał cię, kto słucha muzyki punk dzisiaj. I generalnie powiesz, że to są **ludzie nie układni**. Manifestujący coś, spragnieni czegoś”.

Jerzy Gluziński – słuchacz z Warszawy

„Dzieciństwo spędziłem w **Domu Dziecka**. Dość dużo dzieci było, no i mieliśmy utrudniony dostęp do odbiorników radiowych, ale mieliśmy takiego majsterkowicza, który skleił radio, no i jedną z osławionych stacji była właśnie stacja *Luxembourg*, szczególnie dlatego że było po prostu mnóstwo muzyki i nie dość, że **zachodnia muza, to z pierwszej ręki**”.

Roman Kostrzewski – muzyk rockowy

„Ja pamiętam, że tak regularnie to słuchałam tego w soboty wieczorem i tam tyle było tej muzyczki popularnej i dającej mniej więcej rozeznanie co się dzieje na świecie. I pamiętam ten charakterystyczny głos spikera, który mówił „Radio Luxembourg” i to się ciągle powtarzało. Wtedy po raz pierwszy przez to radio usłyszałam Beatlesów i **to była kompletna fascynacja i szal niesamowity**”.

Słuchaczka pochodząca z Gorzowa

„To radio było takim **muzycznym oknem na świat, gdzie można było posłuchać muzyki, tego co się dzieje, nowych trendów, no i przy okazji też gadać ze sobą**.”

A potem, w latach '70tych, Radio Luxembourg swój blask już traciło, bo Polska sama już sprzedawała płyty zachodnie, które tłoczyliśmy na zachodnich licencjach”.

Słuchacz pochodzący z Chełma

„No na pewno to radio było dla ludzi w młodym wieku, **jakiś powiew czegoś innego niż otaczało nas tutaj. Okno, to chyba za dużo powiedziane, raczej „duży lufcik”**. Był to powiew inności, po prostu młodzież na świecie się bawiła, radowała, a tu trzeba było nie wiadomo czego, żeby mieć to samo co oni mieli na wyciągnięcie ręki”.

Słuchacz z Pruszkowa

„Po za tym teksty tych piosenek „Kalifornia” i inne, przez przywołanie konkretnych miejsc na świecie powodowały, że ten świat zaczynał istnieć bardziej konkretnie w naszej świadomości. Więc to był taki łącznik, w tej takiej świadomości mojego pokolenia to była dość istotna sprawa, może bez przesady, ale to **była jedna z niewielu więzi, które nas łączyły z innym światem**”.

Słuchacz z Warszawy

„U nas [w PRL] było... przede wszystkim było dużo wolnego czasu, tak to bym nazwał... Kolorowo nie było, było szaro i kolor był głównie czerwony. **Tam był ten inny świat, a tutaj to można było sobie... posłuchać tego Radia Luxembourg**”.

Roman Gradek – informatyk

nie papierosów carmen (siedem złotych sztuka) i popielniczka. **A na majowo-czerwcowej Top Twenty moje ulubione – do dziś – kawałki w stylu pop: No Milk Today („My love has gone away...”) zespołu Herman’s Hermits i Bus Stop The Hollies (“Bus stop, wet day, she’s there, I say please share my umbrella”).** (...) W tamtych latach audycje *Radia Luxembourg* kończyły się – jak Pan Bóg przykazał – równo o północy. *It’s High Midnight* – anonsował spiker, po czym odgrywano (z płyty) hymn państwowy. Zanim jednak przebrzmiały ostatnie takt *God Save the Queen*, aksamitny głos spikera oznajmiał: *Good Night and God bless!* Niekiedy dodawał: *and sweet dreams!* Nie chodziłem spać o północy i nie bardzo wierzyłem w pocziwego Boga czuwającego nad snem nas tu, za „żelazną kurtyną”. Ale uwodzicielski głos spikera sprawiał, że rodziła się we mnie wiara, że może kiedyś Oko Opatrzności spojrzy łaskawiej także w moją, naszą stronę... Zapalałem *Carmena*, by powrócić do lektury *Sztuki cenniejszej niż złoto*.

Prof. Tadeusz Cegielski – Dziekan Wydziału Historycznego
Uniwersytetu Warszawskiego

„Miałam duże radio, takie ze skalą podświetlaną, gdzie wypisane były różne miasta w tym Luxembourg. Głośnik był pociągnięty takim rodzajem płótna, bo to było w takiej skrzynce obudowane to radio i **doskonale pamiętam to zielone oczko, które tak świeciło.** Ale jakie to było radio to nie pamiętam”.

Słuchaczka pochodząca z Gorzowa.

„To było szwedzkie radio „Aga”. I to była taka ładna skrzynka z jasnego drewna, głośnik był obłożony płótnem. **I była namalowana skala na szkłe i świecącymi literkami były napisane nazwy miejscowości, było ich na pewno kilkadziesiąt, a wśród nich Luxembourg.** Jak się kręciło gałką to mniej więcej się trafiało, że to stamtąd była nadawana audycja”.

Słuchaczka pochodząca z Łowicza

„*Radio Luxembourg* było i na średnich i na krótkich, ale w nocy było lepiej słyszeć zdecydowanie na średnich. W dzień średnich w ogóle nie było słyszeć, tylko na krótkich. Ja miałem takie miejsca pozaznaczane na skali i tam szukałem gdzie to *Radio Luxembourg* jest. **No i ta cała atmosfera tego, że to się słuchało... człowiek na tych falach tam „bip, bip”, szumy i te takie odbiorniki, które miały to oko magiczne, które się tam zestawiało i oglądało się na tym czy ta stacja się zgrywa lepiej czy gorzej.** Czy się osiągnęło optimum, czy się już odstraja. I to człowiek nasłuchiwał wśród tych trzasków i dźwięków, tak jakby Wolną Europę, więc w tym sensie to miało ten posmak czegoś, co nie jest oficjalnie dostępne. Ja w ogóle słuchałem *Radia Luxembourg* jak się dało. Lista przebojów to jest coś takiego, co mi się wryło w pamięć. (...) I ja tej **listy przebojów musiałem słuchać w nocy**, rodzina szła spać, a ja nielegalnie słuchałem radia, żeby mnie tam [nie gonili do łóżka]”.

Witold Sikorski – wykładowca, Politechnika Warszawska

„W całej Polsce, **nigdy nie można było słuchać tak, żeby to dawało się nagrać na magnetofony**. Tylko można było lekko słuchać, zorientować się o co chodzi, usłyszeć nazwiska wykonawców i tytuły utworów (...). Więc **to było przede wszystkim źródło informacji**. Przy tym radiu **nie dało się zdecydowanie tańczyć**, można było tylko słuchać. Poprzez trzaski, przyptywanie i odpływanie fali można było coś zrozumieć, ale na prywatkach to już były tylko płyty”.

Sluchacz z Gdyni

„*Radio Luxembourg* się zupełnie inaczej się słuchało. Po pierwsze trzeba było je złapać. A **żeby Radio Luxembourg docierało to musiało być ciemno**. Bo w ciągu dnia to radiacja fal średnich nie pozwalała na to. I to też było dosyć daleko od nas, więc ja np. **robiłem specjalną antenę, która z okna miała jakieś 20-30 metrów**. I to się robiło specjalnie dla tego radia, żeby móc słuchać i mieć jaki taki sygnał. Bo Radio wtedy miało inny dźwięk niż dziś i nawet nie wiesz jak to na krótkich falach brzmiało.

Jerzy Gluziński – słuchacz z Warszawy

„[Żeby odebrać] *Luxembourg*, to trzeba było mieć **do radia podłączony kabel i najlepiej do kaloryfera** jako do takiej dużej anteny i dopiero wtedy odbierało, bo tak to zawsze ta fala uciekała. W tamtych czasach w ogóle nie było co robić, no to wszyscy w domku, kabelek do kaloryfera, fale średnie i już”.

Irek Loth – muzyk rockowy



Kiosk 3: *Z radia do klasy*

Znajomość najnowszej listy przebojów *Radia Luxembourg* stała się wyznacznikiem „bycia na czasie”. Informacje o „Top Twenty” były na tyle ważne, że były odnotowywane w specjalnych zeszytach i przypinane na szkolnych gazetkach ściennych. Zapisywanie wysłuchanych tytułów utworów i nazwisk wykonawców narażało wielu trudności i zmuszało do nauki języka angielskiego.

„I nastąpiło szaleństwo i dzisiaj z pewnym zażenowaniem to wspominam bo **zachowałem się jak taka pensjonarka, wpisując w zeszyty to, co udało mi się wyłowić, czyli nazwiska i nazwy zespołów i nazwiska prowadzących, którzy byli wtedy dla mnie, przesadzam mówiąc – pół bogami, ale byli tymi, którzy te wszystkie fantastyczne nagrania mieli w zasięgu ręki, a myśmy toczyli bój, żeby to na pocztówce dźwiękowej uzyskać**”.

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny

„Podobnie jak wielu moich kolegów prowadziłem **zeszyt z notowaniami Luxembourg** i śledziłem ruchy

poszczególnych tytułów na liście z taką uwagą, z jaką dziś obserwuje się notowania giełdowe”.

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny (*RockMann 2010*, s. 34)

„Ja prowadziłem gazetkę szkolną, znam dobrze angielski, to **ja robiłem nasłuch Radia Luxembourg, tej listy przebojów**. Spisywałem z tej listy przebojów wszystkie tytuły, co weszło, jakie ma miejsce i tak dalej. Później o piątej rano siadałem do maszyny do pisania, **przepisywałem to na maszynie do pisania i w poniedziałek rano mieliśmy na gazetce**. Szkoła była najbardziej poinformowana jeżeli chodzi o aktualności *Radia Luxembourg*”.

Witold Sikorski – wykładowca, Politechnika Warszawska

„I też nieodłącznym elementem tego słuchania było zapisywanie tych piosenek, **mieliśmy takie zeszyciki i wszyscy z tamtych lat pamiętają, że się zapisywało np. kolejności listy przebojów**, albo ale to było kiepsko słyhać, zapisywało tytuł jakiejś piosenki, niezbyt poprawnie i nazwę wykonawcy. Bo początkowo to całą naszą wiedzę o muzyce czerpaliliśmy z *Radia Luxembourg* i **ja absolutnie mogę powiedzieć, że dzięki Radiu Luxembourg i tej muzyce anglosaskiej nauczyłam się angielskiego**. Ale nie tylko ja, bo i Andrzej Olechowski: niegdyś Minister Spraw Zagranicznych i szef

banku, on tak samo, Wojtek Mann, tak samo. Bo wszyscy dążyliśmy do tego, żeby zrozumieć co tam mówią do nas i co śpiewają i co mówi ten disc jokey, bo to było bardzo ciekawe. I to była taka motywacja, że ja się bardzo szybko nauczyłam tego angielskiego. Bo w szkole miałam francuski, więc angielskiego tylko się uczyłam poprzez słuchanie piosenek, słuchając tego Radia i zapisując to wszystko. (...) **Ścigaliśmy się między sobą, kto lepiej spíše ten tekst i doszliśmy do takiej wprawy dużej.** I pamiętam, że Mann i Olechowski chodzili razem do prywatnego nauczyciela angielskiego i go mordowali, żeby spisać Presleya Blue Suede Shoes czy coś takiego i ten nauczyciel wcale nie potrafił, niektórych rzeczy usłyszeć i nie wiedział o co chodzi. A oni jak się zasadzili, to słuchali tej płyty tyle razy aż spisali, a nauczyciel im wcześniej powiedział, że to jest niemożliwe, żeby to całe spisać. A oni spisywali i to było coś niesamowitego, bo myśmy poświęcali temu tyle energii i to było dla nas tak ważne, ta muzyka”.

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„W tamtym czasie nie znałam dobrze języka angielskiego, gdyż jako nastolatka uczyłam się języka niemieckiego. Przyznam szczerze, że **angielskie słownictwo poznawałam właśnie przez teksty piosenek.** Bardzo chciałam dowiedzieć się, o czym śpiewają Beatlesi, Rolling Stonesi i inne zespoły, czy soliści”.

Jolanta Kwaśniewska – była Pierwsza Dama Rzeczypospolitej Polskiej

„Nauka angielskiego, to jest w ogóle oddzielna sprawa, moja matka była uparta, żebym ja się nauczył angielskiego. Ja nie miałem kompletnie do tego chęci i nie widziałem jakiegokolwiek sensu w uczeniu się angielskiego. Prawdopodobieństwo wyjazdu mikre, a że to takie „okno na świat” to... jakoś to do mnie nie przemawiało. Co było do przeczytania, to jeszcze było dużo po polsku, więc bez sensu. No, ale z kolei **mus to mus i rzeczywiście Radio Luxembourg i ta muzyka, było takim bodźcem, który dawał cel temu wszystkiemu. W moim przypadku to była kluczowa decyzja życiowa, gdybym ja nie znał angielskiego, to nie bardzo wiem, gdzie byłbym teraz.** Taka może najważniejsza decyzja jaką podjąłem w moim życiu, to było nauczyć się angielskiego”.

Andrzej Olechowski – ekonomista, były Minister Spraw Zagranicznych,

„Lista przebojów – to było święto w tygodniu i my wtedy wszyscy **szlifowaliśmy naszą kulawą angielszczyznę słuchając tej audycji.** Spisywaliśmy oczywiście tytuły piosenek i to chyba była taka największa przygoda, której wysłuchiwaliliśmy z kolorami na policzkach i usiłując przewyciężyć trzaski i piski, bo to nie były optymalne warunki do słuchania muzyki. (...) To był też bodziec, żeby się tym angielskim głębiej zainteresować. Ja chodziłem na kursy do Metodystów, przy pl. Zbawiciela. Byłem przekonany, że to tak nie do końca jest potrzebne w życiu, ale potem jak byłem w Anglii to się w metrze zorientowałem, że rozumiem co ludzie wokoło mówią. **I to się tak ładnie jedno z drugim połączyło, słuchanie Radia Luxembourg i Metodyści”.**

Marek Dutkiewicz – dziennikarz muzyczny, autor tekstów piosenek

„Ja pamiętam na przykład, to był sześćdziesiąty siódmy rok, to miałem wtedy problemy, bo czasami **nowa nazwa zespołu i człowiek nie wie jak to napisać**. Ja pamiętam właśnie, nie wiem czy pani kojarzy zespół Procol Harum i to był zespół znikąd, znaczy on był wtedy w ogóle nieznany i on na tej liście *Radio Luxembourg* wszedł od razu na drugie miejsce. (...) Jak później człowiek napisał to i chyba nawet jakiś błąd w tym Procol Harum zrobiłem, nie pamiętam”.

Witold Sikorski – wykładowca, Politechnika Warszawska



Kiosk 4: Muzyka na własność

Zdobycze cywilizacyjne odbierają radość ze zdobywania czegoś wyjątkowego. Masowo pobierana z Internetu muzyka pojawia się błyskawicznie i błyskawicznie znika. Dla naszych rozmówców kontakt z muzyką był odkrywaniem i zdobywaniem nowo odkrytego. Pokonywane trudności dodawały smaku, potęgowały radość zdobywców oraz prestiż w grupie rówieśniczej. Posiadać oryginalną płytę, to było coś!

„Wtedy kupno płyt było niezwykle luksusem. Były nieosiągalne. Jedynym sposobem na ich zdobycie było poproszenie kogoś, kto miał szansę wyjazdu na Zachód, o nabycie czarnych krążków z nagraniami i przywiezienie ich do kraju. Problemem była również cena zagranicznych płyt – dla młodych ludzi w Polsce były one szalenie drogie.”

Jolanta Kwaśniewska

– była Pierwsza Dama Rzeczypospolitej Polskiej

„Płyty zachodnie były w ogóle niedostępne! Były sprowadzane do Polski tylko prywatnymi kanałami i sprzedawane w bardzo osobliwych miejscach,

na ogół w antykwiariatach po horrendalnych cenach. Były takie punkty, które istnieją do tej pory, ale już nie handlują płytami np. „Fotoplastykon” w Alejach Jerozolimskich. Pamiętam, że jak kupiłem tam płytę The Beatles, to spacer, który trwał zwykle 5 minut do Marszałkowskiej, zajął mi z pół godziny, bo po drodze ze 20 osób mnie pytało gdzie ją nabyłem, co wynikało z faktu, że posiadałem tę płytę być może jako jedyny człowiek w całym mieście. **I w tej sytuacji to Radio Luxembourg to było naprawdę takim lufikiem na muzykę inną.**

Marek Dutkiewicz – dziennikarz muzyczny, autor tekstów piosenek

„My byliśmy w tej lepszej sytuacji niż reszta kraju, bo Trójmiasto posiadało dużą grupę ludzi, którzy pływali na statkach i przywozili te płyty. (...) Na Zachodzie płyty kosztowały po kilkadziesiąt dolarów, kiedy dodatek dewizowy dla osób pływających na statkach był za każdy dzień pływania za granicą między 90 centów a dolar. A taka płyta potrafiła czasem kosztować nawet 20 dolarów, więc robiąc taki prezent dziecku to taki człowiek się pozbawiał prawie całego miesięcznego dodatku dewizowego. Ale wiele osób robiło tak, że wywoziło jakieś rzeczy z Polski, które tam sprzedawali i za to mieli dewizy. Ale to już była działalność nielegalna”.

Śluchacz z Gdyni

„Marynarze to tylko w Trójmieście i tam rzeczywiście Marek Tarnowski, Janusz Popławski, czyli ci muzycy, którzy wyrosli z Trójmiasta i w Trójmieście korzystali z marynarzy. **A my korzystaliśmy ze sportowców i z tych, którzy latali samolotami. Czasami jakiś ojciec handlował w jakiejś centrali handlu zagranicznego i przywoził płyty,** które potem jak cenne relikwie pożyczaliśmy sobie na kilka godzin, żeby przegrać albo, to było najważniejsze, żeby spisać z okładki wiadomości. **Wiadomości na płytach, nie tylko tytuły utworów, ale również informacje o zespołach.** Zachód czyli Ameryka, tak jakby wiedzieli że my na to czekamy! Coraz większe były opisy, coraz ciekawsze!”

Marek Gaszyński – dziennikarz muzyczny

„Z *Radio Luxembourg* się dowiedzieliśmy, że jest taka i taka piosenka i mając jakichś krewnych za granicą, ja miałam wujka w Ameryce, a np. Wojtek Mann miał kogoś w Londynie, no to prosiliśmy wujka, żeby nam przysyłał płyty. No i jak już ta płyta do tarła to była skarbem! **To nie jest do opowiedzenia, co to znaczyło, jak przychodziła paczka z Ameryki** i ja wyjmowałam z niej płytę. I to wyjmowanie tej płyty... I najpierw się jej przyglądałam, a potem dopiero się rozpakowywało. Płytę, w odróżnieniu od muzyki z radia można było przesłuchać wielokrotnie! (...) A też te płyty to były takim obiektem szpanu, jak się dostawało nową płytę, to były czarne płyty, widoczne, duże, więc bardzo **fajnie było ją sobie wziąć pod pachę i na przykład przejść tak zwanym „szlakiem”,** myśmy to nazywali, czyli od Nowego Świata do Krakowskiego Przedmieścia, bo tamtędy sobie spacerowaliśmy, no i się niosło tą płytę pod pachą i koledzy widzieli, że tu mamy właśnie nową płytę, jakichś Beatlesów czy Stonesów. (...) No tak, bo to w ogóle było, naprawdę wtedy się **czuł człowiek taki jak z innego świata, taki lepszy trochę, proszę, mam płytę.** I też niechętnie te płyty się pożyczano do przegrania kolegom, bowiem mogli zniszczyć przegrywając. No i też potem jak już zaczęliśmy się w radiach pojawiać, to było takie hasło, które z kolei chyba Kaczkowski ukuł, że **kto ma płytę, ten może pracować w radiu”.**

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„Muszę powiedzieć, że kontrast między szaro burą Polską a tym co się czasem udawało zdobyć, powodował ogromne te emocje związane z płytami. **Dla nas płyta, to był zapach, otwieranie tego, umiejętność wkładania, uczenie się na pamięć** wszystkiego co było na niej napisane, pamiętanie zdjęcia, podziwianie projektu tej płyty, czyszczenie, żeby żaden pyłek jej nie uszkodził, to był cały rytuał i to było nieprawdopodobne, więc emocje są nieporównywalne. **Jak ja dostałem płytę, której nie miał nikt, to ja byłem najważniejszy przez miesiąc i wszędzie byłem witany jak gwiazdor!** I dlatego zacząłem w radiu pracować, bo miałem płytę”.

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny

**Pops Fun Club i
New Musical Express**
The Pops Fun Club and the
New Musical Express

„Wojciech Mann, dziennikarz muzyczny (RockMann 2010, s. 41, 43)

„This was the decision to translate our musical interests. This is how the idea of the club was born, with quite unspecified but mutually concerned goals [...] Therefore with Andriej [Olechowski] we created a club, with a very particular interest – because it was English – name of Pops Fun Club. The intention of the Warsaw Music Society was to create a place where we could go to see one of the concerts of Henryk Górecki [...] Information about the existence of the club circulated very quickly by word of mouth, and before long we had a large crowd of rock 'n' roll music lovers at our meetings. In fact, the club was not so much a meeting place for the members of the Warsaw Music Society, but a place for the English country New Musical Express. The atmosphere was fantastic.

Wojciech Mann, dziennikarz muzyczny (RockMann 2010, s. 41, 43)

Kiosk 5: *Pops Fun Club i New Musical Express*

Warszawski klub miłośników zachodniej muzyki popularnej *Pops Fun Club* był jedynym tego typu zrzeszeniem oficjalnie działającym w PRL. Społeczność PFC koncentrowała się na wymianie muzyki i informacji dostarczanych między innymi przez dostępne w klubie brytyjskie czasopismo muzyczne *New Musical Express*. Prezesi klubu zainspirowali zaproszenie do Polski czołowych zespołów tamtych lat.

„Nasze zainteresowania muzyczne postanowiliśmy pewnego dnia sformalizować. **Tak narodziła się idea klubu o dość nieokreślonych, ale związanych z muzyką celach (...)** Wymyśliliśmy więc z Andrzejem [Olechowskim] klub o bardzo niepolitycznej, bo brzmiącej z angielską nazwie *Pops Fun Club*”. Władze Warszawskiego Towarzystwa Muzycznego ujęte naszą miłością do sztuki, udostępniły nam salę mieszczącą się w jednej z suterren kamienicy na Nowym Świecie. (...) **Informacje o istnieniu naszego klubu rozchodziły się pocztą pantoflową, i to bardzo szybko, toteż w krótkim czasie na naszych spotkaniach gromadził się spory tłumek rockand-**

rollowych melomanów. Na stołach pojawiały się prawdziwe płyty gramofonowe, a także zaczytywane na śmierć egzemplarze ówczesnej biblii wszystkich warszawskich fanów muzyki, angielskiego tygodnika *New Musical Express*. Atmosfera była fantastyczna!”

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny (*RockMann 2010*, s. 41, 43)

„Mielśmy własny klub na Nowym Świecie *Pops Fun Club*, który Wojtek Mann z Andrzejem Olechowskim stworzyli, dostali papiery z warszawskiego Towarzystwa Muzycznego, że my możemy się tam zbierać. **Myśmy się tam spotykali, wymieniali te płyty, ktoś grał na gitarze, opowiadał co przeczytał w jakimś *New Musical Express*.** Jak ktoś dostał to z Londynu **to całe się wyczytywało do końca**, nie wszyscy znali angielski, no to myśmy tam tłumaczyli. (...) **Z tego wszystkiego narodziły się też koncerty tych grup angielskich w latach '60, w Sali Kongresowej**, ponieważ to myśmy znali te zespoły: nie mówię o Beatlesach i Rolling Stonesach, ale jakieś tam mniejsze: Billy J. Kramer, Animals czy Hollies. To było tak, że ówczesny szef Pagartu, a to była jedyna instytucja, która mogła zapraszać artystów do Polski i bardzo światły człowiek, pan Władysław Jakubowski usłyszał o tym naszym Klubie na Nowym Świecie, ktoś mu tam powiedział, że tam się młodzież zbiera, słucha płyt i słucha tych no-

wych artystów, o których Pan Jakubowski nic nie wiedział, bo to były lata '60 jeszcze. I on zaprosił wtedy do siebie Wojciecha Manna i Andrzeja Olechowskiego, którzy byli wtedy prezesami tego naszego Klubu i pytał ich kogo on powinien sprowadzić do Sali Kongresowej dla młodzieży. I oni na karteczce napisali nazwy tych zespołów, od Animalsów zaczynając, przez Hollies, napisali też Beatlesów i Rolling Stonesów. I wszyscy ci, których oni napisali przyjechali do Polski! No, z wyjątkiem Beatlesów. Więc to było niesamowite, że jedno małe radyjko, może wywołać taką falę”.

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„Próbowaliśmy uzupełnić naszą wiedzę o tej muzyce. Istniało takie czasopismo, tygodnik *New Musical Express*, który prezentował te listy przebojów. *NME* na świeżo zamieszczał wszelkie nowiny ze świata muzyki. Żeby otrzymywać kolejne numery czasopisma trzeba było mieć wuja w Ameryce, a ja akurat nie miałem takiej szansy, z powodu braku takiego wuja. Było też inne źródło informacji – do Polski przychodziło takie pismo dla nastoletnich dziewczynek, nazywało się *Girl* i ono na ogół prezentowało takie historyjki miłosne (o seksie wtedy nie było mowy). Myślę, że żadna z polskich dziewczynek nie miała tego czasopisma w rękach, ponieważ staliśmy taką gromadą dziesięciu chłopców – rockandrollowców w kolejce i przejmowaliśmy od razu te czasopisma, ponieważ w środku były wiadomości o świecie muzyki. W każdym numerze był też plakat z zespołem, co było bezcenne! Więc *Radio Luxembourg* wpisywało się w ten klimat rewolucji muzycznej lat 60tych, która wtedy przebiegała i myślę, że to było fantastyczne dopełnienie naszej młodzieńczej, muzycznej edukacji.

Marek Dutkiewicz – dziennikarz muzyczny, autor tekstów piosenek

„*Radia Luxembourg* zacząłem słuchać ze względu na listy przebojów. *New Musical Express* prezentował te listy przebojów. W latach sześćdziesiątych miałem prenumeratę *New Musical Express*. Przychodziło pocztą co tydzień – powiedzmy, bo to było różnie, czasami zginął numer, czasami przyszły trzy razem po dwóch tygodniach, ale generalnie miałem ten *New Musical Express*.

Witold Sikorski – wykładowca, Politechnika Warszawska



Kiosk 6: Prywatki

W latach sześćdziesiątych spotkania towarzyskie w domu nazywano „prywatki”. Królowała tam muzyka puszczana ze zdobytych z trudem płyt. Posiadanie płyty podnosiło prestiż właściciela, ale było też źródłem ciągłego niepokoju o cenną zdobycz. Bezpieczniejsze były tak zwane pocztówki muzyczne. Pocztówki były polskimi odpowiednikami zachodnich singli, tłoczonymi przez rzemieślników, zwanych w PRL „prywaciarzami”. Były tanie, łatwo dostępne i bardzo nietrwałe.

„Płyty były bardzo drogie i ktoś kto posiadał nowe nagranie czy nowy long play Presleya, Paul Anki to był zapraszany na wszystkie prywatki i to też było wyznacznikiem pozycji w grupie, bardzo wysokiej. **Wystarczyło mieć jeden, dobry long play, żeby być zapraszany na wszystkie prywatki.** Prywatka to z reguły to było 10-12 osób, bo więcej się w mieszkaniu nie mieściło, młodzież starała się, aby rodzice byli nieobecni i **wtedy były adaptory, najbardziej popularne Bambino, do których się wkładało long play'a i się puszczało.** Niektórzy przynosili jakieś al-

kohole w postaci taniego wina, bo mocnych alkoholi się wtedy nie piło. Po pewnym czasie prywatki puszczało się coraz wolniejsze nagrania. Panowie przystępowali do obcałowywania dziewcząt, światło gasło i jak rodzice wracali to było prawie ciemno w mieszkaniu i wtedy gonili wszystkich do domu i się wychodziło”.

Sluchacz z Gdyni

„Dzięki **posiadaniu płyt mogłem zawrzeć znajomości z dziewczynami!** Przycho-
dziłem na spotkania tego klubu *O muzyce przy muzyce* i mówiłem: ja mam komplet płyt Beatlesów, może chcesz posłuchać? Autentycznie jedną koleżankę w ten sposób poznałem — ona przyszła do mnie posłuchać płyt Beatlesów, bo ja miałem te wszystkie płyty i do dziś jesteśmy w kontakcie. Poznaliśmy się u Kaczkowskiego, przy okazji tych właśnie moich płyt. **Ja też dzięki płytom szkolną gazetkę prowadziłem, i audycje w radiu akademickim no i robiliśmy prywatki — tak to się wtedy nazywało”.**

Witold Sikorski — wykładowca, Politechnika Warszawska

„Na prywatkach to czasami było dosyć burzliwie, a że trzeba było szanować te z trudem zdobyte płyty, to jak ktoś je przyniósł na prywatkę to jednak był skazany na to, że musiał jak dyżurny **pilnować tych płyt.** Tak że czasami było to dość niewdzięczne”.

Marek Dutkiewicz — dziennikarz muzyczny, autor tekstów piosenek

„Na **prywatce najważniejsze były płyty**. Co tam kto miał to przynosił. Czasem się przegrywało te płyty i puszczało muzykę z magnetofonu, ponieważ czarna płyta się niszczy. Były też pocztówki dźwiękowe. Tego nie znosili artyści, których wydawano bez ich zgody na pocztówkach dźwiękowych, zarabiano na tym jakieś krocie, a oni nic z tego nie mieli! **Jednak pocztówki dźwiękowe odegrały swoją rolę w popularyzacji tej muzyki**, ponieważ były najbardziej dostępne w całej Polsce. Pocztówki dźwiękowe robili tak zwani prywatciarze znienawidzeni przez władzę ludową, która z nimi walczyła, ale ludzka przedsiębiorczość jest nie do zwalczania jednak, no i pocztówki dźwiękowe były w całej Polsce. Z tym, że **u nas to był nie honor, żeby pocztówkę dźwiękową przynieść. To taki jednak był obciach**”.

Maria Szablowska – dziennikarka muzyczna

„Na prywatkach nie słuchaliśmy radia. Raczej były te pocztówki, które się na bazarach szybko pojawiały, tak tłoczone, że jeden kawałek na jednej pocztówce. Jedne nagrania były lepsze drugie gorsze i starczały tylko na kilka odtworzeń”.

Słuchacz z Warszawy

„**Pocztówki były nośnikami podłej jakości dźwięku** zapisanego na tworzywie pokrywającym widokówkę albo wizerunek pięknego kwiatu. W środku była dziurka i po umieszczeniu [pocztówki] na talerzu gramofonu z **głośnika chrypiał Elvis Presley**. (...) Jeśli prywatnie tłoczona płytka ulegała pewnemu zużyciu (po parunastu przesłuchaniach), można było ratować prywatkę kładąc na ramieniu gramofonu ciężarek. Igła wówczas bardziej konsekwentnie ryła rowek, a wycieńczony Elvis raz jeszcze rzucał się do boju”

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny (*RockMann 2010*, s. 36)

Radio „cudownie apolityczne
i zupełnie bezpartyjne”
„Beautifully apolitical” radio



Kiosk 7: Radio „cudownie apolityczne i zupełnie bezpartyjne”

Indywidualizm, zachodnia muzyka, wolność – te hasła nie kojarzą się automatycznie z PRL. Wydawać by się mogło, że *Radio Luxembourg* było zwalczane przez aparat państwowy wszelkimi dostępnymi środkami. Nic bardziej mylnego. Rozrywkowy charakter RL powodował, że nie było ono zakazane. Melomani nie byli zagrożeni, bo sami nie byli zagrożeniem.

„Radio Luxembourg nie było nielegalne i nie było zagłuszane, (...) choć tej muzyki nie było w oficjalnym obiegu. Nielegalna była *Wolna Europa* i *Głos Ameryki*. (...) Dzisiaj bym powiedział, że *Radio Luxembourg* miało tę zaletę, że **było cudownie apolityczne i zupełnie bezpartyjne”.**

Piotr Śmietanowski
– redaktor czasopism muzycznych

„Radio Wolna Europa miało wyraźny element polityczny, było próbą przeciwwagi wobec oficjalnej propagandy. Radio Luxembourg nie rodziło jakiegos specjalnego oporu i protestu władz, dlatego że ono

było czysto komercyjnym radiem i się nie bawiło w jakieś gadki polityczne. **Ono mówiło o muzyce”.**

Roman Gradek – słuchacz z Warszawy

„Takiego politycznego przesłania wprost nie było. Oni po prostu przedstawiali muzykę, jakiej wtedy nie uświadczył człowiek na antenie *Polskiego Radia* i to było może takie przesłanie polityczne nie wprost. To była muzyka inna ... ona nie była zakazana w sposób jakiś formalny, ale jej po prostu w ówczesnej Polsce nie było. To była muzyka **zza żelaznej kurtyny i siłą rzeczy jak ona do nas docierała, to docierała jako coś może nie zakazanego, ale na pewno jako przejaw takiej wolności. Wolności i czegoś nowego, nowoczesnego!”**

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„To radio nigdy nie było związane z polityką. Jeżeli, to jedynie z chęcią robienia tego, co się chce. Ze zmniejszeniem ciśnienia tego pasa, który ograniczał nasze horyzonty”.

Marek Gaszyński – dziennikarz muzyczny

„Słuchanie tego radia nigdy nie było zabronione w formalnym tego słowa znaczeniu. Natomiast było pewnym wyłomem w stosunku do rzeczywistości PRL. I jak

ktoś miał taką potrzebę wewnętrzną to Ignął do tego jak pszczoła do ula. I powiem ci co jest najciekawsze, bo ja przez długi czas byłem przekonany, że to była specyfika Polska, że powodowała to *żelazna kurtyna*. *Radio Luxembourg* tworzyło wrażenie, że to jest muzyka obowiązująca na całym Zachodzie, a to wcale nie było prawdą. Bo na Zachodzie *Radio Luxembourg* to też była **muzyka młodych i zbuntowanych**. I tego nie można było posłuchać ani w BBC ani gdzie indziej, więc oni byli w bardzo podobnej sytuacji. Zresztą nie wiem czy pamiętasz film „Stowarzyszenie umarłych poetów”, jak oni konstruują antenę i jakiegoś radia słuchają na dachu? I dopiero potem skojarzyłem, że oni słuchali albo *Luxembourg* albo *Caroline*”.

Jerzy Gluziński – słuchacz z Warszawy

„Nie sądzę, żeby ktokolwiek z nas myślał o Radiu Luxembourg w takich kategoriach – ideologicznych. Tam była muzyka, której nie było w *Polskim Radiu*. Co więcej, tam była muzyka, której nie było w angielskim radiu wtedy. Dlatego to było radio, które nadawało po angielsku z Luksemburga, bo w Anglii tego typu programu nie można było jeszcze nadawać”.

Andrzej Olechowski – ekonomista, były Minister Spraw Zagranicznych



Kiosk 8: Wzór dla młodych radiowców

Wyjątkowość *Radia Luxembourg* to nie tylko muzyka, to także sposób jej prezentowania słuchaczowi. Całe pokolenie polskich radiowców i prezenterów telewizyjnych, można nawet powiedzieć, ludzi mediów, uczyło się kształtowania przekazu właśnie z *RL*. Współczesne media, bazujące na bezpośredniości i wyolbrzymieniu ewoluowały na antenie radiowej, między *jinglami* a ekscytacją prezentera.

„**To był dla nas wzór!** Słuchaliśmy prezenterów *Radia Luxembourg* i to było dla nas niesamowite, ponieważ oni mówili tak zupełnie inaczej niż spikerzy w *Polskim Radio*. Wtedy to była epoka kiedy spikerzy *Polskiego Radia* przed wejściem na antenę ćwiczyli głos, modulowali, mówili z namaszczeniem niesamowitym: *tu Warszawa, w Programie Pierwszym Polskiego Radia*. A tam nagle w tym radiu ja słyszę, że facet – nie widzę tego, ale słyszę – że **facet niemalże skacze na fotelu, wrzeszczy, entuzjazmuje się, jest bardzo naturalny** i tak dalej. To było dla nas **bardzo wielką lekcją**. Jeszcze wtedy nie wiedzieliśmy, że będziemy pracowali w radiu, ale to na pewno gdzieś tam w nas zostało. Ja, jak już tutaj przeszłam do radia, to wiedziałam, że mam nie mówić modulowanym głosem, tylko mam mówić normalnie. Oni byli dla nas wielkim wzorem, wielkim tak!”

Maria Szablowska – dziennikarka muzyczna

„I do dzisiaj pamiętam taki niesamowity **kontrast atmosfery tego radia!** Dziś jak się młodemu człowiekowi o tym powie, to on tego nie pojmie. Ale *Polskie Radio* było wtedy koturnowe, cenzurowane, nagrywane. Audycji na żywo nie było praktycznie, wszystko było wypieszczone, wyczyszczone, warsztatowo na wysokim poziomie, ideologicznie na jeszcze wyższym. A **tam była swoboda, luz i tempo zupełnie inne!** U nas jeszcze były echa tych rosyjskich spikerów, obwieszczających wszystko. A tam **siedział facet, nawijał, napędzał to wszystko i pasował rytmem do tej muzyki, którą pokazywał, więc to był szok!** Niektóre rzeczy były puszczane na żywo, to jeszcze bardziej podziwiałem!”

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny

„Gwiazdą był importowany z Kalifornii disc jockey **Mike Pasternak**, znany jako „**Emperor Rosko**” (...) demonstrujący dynamiczny, amerykański styl prowadzenia progra-

mu". Potem „zaczęli wchodzić **lekko zwariowani, szybkostrzelni DJ-e**. Taki na przykład **Jimmy Savile**, dziś już sir James Wilson Vincent Savile, legenda brytyjskiego radia muzycznego."

Wojciech Mann – dziennikarz muzyczny (*RockMann 2010*, s. 32, 33)

„*Radio Luxembourg* nie tylko pokazywało nam nowości muzyczne, ale również uczyło nas, mnie i Witka Pogranicznego, również innego sposobu mówienia, zapowiadania rock and rolla w radiu. No i ci wspaniali DJ-e! Mój ulubieniec **Barry Alldis!** (*Your DJ BA! Whether at home or on highway, thanks for tuning my way!*) Prawie w każdą niedzielę w nocy słuchałem jego „**Top 20**” a w sobotę „**Presenting Elvis Presley**”. No i inni DJ-e: **Alan Freeman, Brian Matthew, Jimmy Savile, David Jacobs, Sam Costa, Pete Murray, Jimmy Young**. Miesiąc temu zdobyłem album zespołu **The Hunters**. Gdy grano ich „*Teen scene*” prezentując nagrania artystów Philips/Fontana dostawałem gęsiej skórki. Szaleństwo!”

Mirosław Desperak – dziennikarz muzyczny, Częstochowa

„W *Radio Luxembourg* były tak zwane **jingle**, czyli takie przerywniki dźwiękowe, które **dynamizowały sposób mówienia i tempo audycji**. Przyspieszały je. Pan Lucjan Kydryński, który dla nas był, jak byliśmy młodymi mężczyznami, takim wzorem kulturalnego mówienia o muzyce opowiadał o Brendzie Lee, o francuskich piosenkarzach – snuł opowieści. A **Radio Luxembourg nas nauczyło zupełnie innego mówienia. Skrótowego**. Nikt nie chce słuchać jakiś historii zawitych o tym czy jakiś Claude François jakież ma przemyślenia, a to na bazie tego Kydryński snuł swoje opowieści. Z drugiej strony wtedy o muzyce trzeba było mówić. *Radio Luxembourg* uczyło nas, przyszłych prezenterów, tego żeby mówić innym językiem, żeby **mówić młodzieżowym językiem do młodzieżowego słuchacza**, a nie jak pan Kydryński – eleganckim językiem do eleganckiego słuchacza.

Marek Gaszyński – dziennikarz muzyczny



Kiosk 9: *Inspiracja dla polskich muzyków*

Czym skorupka za młodu nasiąknie... Tak można w skrócie określić wpływ *Radia Luxembourg* na polskich muzyków tamtego pokolenia. The Beatles w polskich domach i mieszkaniach lat 60' gościł głównie za jego sprawą. Wchłaniając inne dźwięki uczyli się nowego sposobu wyrazu, konstrukcji piosenek, odmiennych brzmień i aranżacji. Nie sposób też nie przypomnieć występu polskiego zespołu Niebiesko-Czarni w *Radiu Luxembourg* w 1967 roku. Było to wielkie, niezapomniane wydarzenie!

„Czerwono-Czarni, Niebiesko-Czarni, Dzikusy, Cho-
choły te wszystkie warszawskie zespoły, krakowskie
Szwagry, zespoły z Trójmiasta, Poznania, Kolna
i wszyscy mówią, że **właściwie zarazili się rock and
rollem z Radia Luxembourg**”.

Marek Gaszyński – dziennikarz muzyczny

„Pamiętam jak jako dziennikarka rozmawiałam z niezującym już Bogusławem Wyrobkiem, który był takim pierwszym, polskim rockandrollowcem i on powoływał się na inspiracje *Radiem Luxembourg*. Jedna

z pierwszych formacji muzycznych nazywała się **Luxembourg combo**, oczywiście dlatego, że oni tam słuchali tych piosenek i uczyli się na nich grać i śpiewać. Śpiewali niejednokrotnie w takim „lenglidżu”, onomatopieczny był ten język, ale śpiewali i się chodziło na koncerty. (...) **Potem już zaczęły powstawać te big beatowe zespoły**, no to też ta nazwa taka dziwna. Tę nazwę wymyślił Franek Walicki, żeby władza się nie denerwowała, że tu jakiś rock and roll jest w Polsce. Bo rock and roll to wiadomo był imperialistyczny wymysł i wroga kultura, więc Franek wymyślił „muzyka mocnego uderzenia”, czyli big beat. No to **te zespoły „mocnego uderzenia”** i Franek Walicki, który wszystkie je stworzył, co też jest niesamowicie zupełnie, to się jak najbardziej **wzorowały na tamtych zespołach grających w Radiu Luxembourg**. I często bardzo grali, często bardzo grali takie covery”.

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„Radio Luxembourg” zajęło mi kawał mojej młodości i ukierunkowało coś, co przez długi czas akceptowałem. Efektem tego było to, że potem zacząłem się też interesować muzyką poważną, a nie w odwrotnej kolejności. Bo prawdopodobnie w odwrotnej kolejności pewnie bym tego nie „kupił”. A ponieważ taka muzyka ma swoje walory energetyczne, natomiast z dystansu czasu, jak człowiek ma jakieś pętle mózgowe, to ona

po prostu nie wystarcza jako źródło doznań. Ale ona była z jednej strony czymś, co dało mi ogromny margines wolności. Zespół potem oczywiście był na podwórku, **Ani-malsów graliśmy i śpiewaliśmy. A co najzabawniejsze, gitary były podłączone do tego samego radia, z którego słuchaliśmy *Radia Luxembourg*, na wejście adapterowe, bo nie było wtedy jeszcze takiego pojęcia jak wzmacniacz**".

Jerzy Gluziński – słuchacz z Warszawy

„Byliśmy gośćmi słynnej rozgłośni *Station of the Stars Radia Luxembourg*. I to jako pierwszy zespół rockowy zza *żelaznej kurtyny*. W nocy z 31.10 na 1.11.1967 r. Colin Nicol – angielski prezenter, bardzo popularny w tym czasie i opiniotwórczy – przeprowadził z zespołem wywiad [na antenie], ilustrowany nagraniami. (...) **Niebiesko-Czarni byli pierwszym polskim zespołem, który gościł na falach *Radia Luxembourg***"

Franciszek Walicki – twórca zespołów, autor tekstów
(Szukaj, burz, buduj 1995, s. 145)

„**Franek Walicki z *Niebiesko-Czarnymi* pojechał do Luksemburga i oni w *Radia Luxembourg* występowali na żywo:** udzielili wywiadu i grali tam swoje piosenki (...) To były takie lata, że żeby władze troszeczkę ułaskawić i żeby tak krzywym okiem na tę muzykę nie patrzyła, to wymyślono takie hasło: „Polska młodzież śpiewa polskie piosenki”, no i żeby nie robić tych coverów, tylko coś własnego, to zespoły zaczęły też sięgać do muzyki ludowej. Niebiesko-Czarni zrobili tam *Mamo, nasza mamo, Stary niedźwiedź mocno śpi*. My, słuchacze strasznie tego nie lubiliśmy uważaliśmy, że to jest jakieś koniunkturalne pójście władzy na rękę i tak dalej. W ogóle nie szanowaliśmy tych piosenek. A kiedy oni pojechali do tego Luksemburga, to nie pamiętam jaki tam był DJ, ale jemu się najbardziej to właśnie podobało! Co śmieszne to było dla niego oryginalne, a nie to, co było kopią muzyki zachodniej”.

Maria Szabłowska – dziennikarka muzyczna

„**Wiadomość, iż w studio naszej *Station of the Stars* wystąpić ma Wojciech Korda wraz z zespołem Niebiesko-Czarni poruszyła w październiku 1967 roku milionową rzeszę polskich słuchaczy.** Popularny prezenter stacji, Colin Nicol informując, że zespół jest pierwszym zaproszonym zza *żelaznej kurtyny*, nie mógł zdawać sobie sprawy, jak wielkie znaczenie miał ten fakt dla nas tu, po jej wschodniej stronie. Tak jak i wszyscy w Polsce poczułem silne wzruszenie, kiedy na luksemburskiej fali usłyszałem *Płynie Wisła, płynie* w wykonaniu *Niebiesko-Czarnych*".

Prof. Tadeusz Cegielski – Dziekan Wydziału Historycznego
Uniwersytetu Warszawskiego

„Jest jedno wydarzenie, o którym może nie słyszałaś. **Słyszałaś, że Niemen był w *Radia Luxembourg*? Bo ja to słyszałem na żywo!** I pamiętam jak to usłyszałem w radiu na antenie!”

Jerzy Gluziński – słuchacz z Warszawy

Mieszkańcy Luksemburga nie doceniali popularności *Radia Luxembourg* w krajach za żelazną kurtyną:

„Dla mnie było najdziwniejsze to, że większość Luksemburczyków nie zdawała sobie sprawy, jakim podarunkiem dla Europy Wschodniej było Radio Luxembourg. Oni nawet nie wiedzieli, że to jest ich radio! Bardzo dziwili się, że pierwsze skojarzenie Polaków z tego pokolenia '50- 60'-'70 o Luksemburgu to *Radio Luxembourg*”.

Barbara Labuda – Ambasador RP w Luksemburgu (2005–2010)

Podsumowanie:

Szkoła, dom, praca – rock and roll, prywatka, koncert. Taka opozycja wyłania się ze wspomnień o *Radiu Luxembourg*. Tam gdzie kończyła się szara rzeczywistość PRL, zaczynał kolorowy świat *RL*. Okno na świat, przez które wdzierał się powiew świeżości i nowoczesności. Tak pamiętają je nasi Respondenci. Oderwanie od codzienności, doświadczenie czegoś niedostępnego, tworzyło aurę wyjątkowości i ekskluzywności, a także swoistej intymności, gdyż odbieranie *RL* wymagało od słuchacza stałego kontaktu z rozstrajającym się radioodbiornikiem. Przyglądając się temu zjawisku z dzisiejszej perspektywy nie sposób dostrzec analogii między przeszłością a teraźniejszością, swoją uniwersalność, jakim jest funkcjonowanie społeczności młodzieżowych koncentrujących się na muzyce. Wszystkie one potrzebują kanału komunikacyjnego, swojej przestrzeni i miejsca, gdzie mogą się rozwijać jako grupa rówieśnicza ze wszystkimi swoimi uniesieniami i pasją. Taką własną przestrzenią i kanałem było *Radio Luxembourg*. Dziś jest nim Internet. Co będzie jutro?

Dr hab. Anna Malewska-Szałygin, Mgr Jacek Żukowski,

Pomysłodawca projektu:

Conrad Bruch, Ambasador Wielkiego Księstwa Luksemburg

Partner projektu: Barbara Elżbieta Zybert, Dziekan Wydziału Historycznego
Uniwersytetu Warszawskiego

Kurator: Anna Malewska-Szałygin, Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej,
Wydział Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego (IEiAK WH UW)

Koordynator: Jacek Żukowski, IEiAK WH UW

Scenariusz wystawy: Anna Malewska-Szałygin i Jacek Żukowski

Grupa badawcza: Aleksandra Dudzińska, Alina Kaczmarek,
Anna Malewska-Szałygin, Anna Stępień, Marta Wiesławska,
Jacek Żukowski z IEiAK WH UW

Konsultacja historyczna: David Dominguez Muller, RTL Group S.A.

Projekt scenografii i grafiki wystawy: Marek i Maciej Mikulski

Realizacja wystawy: Galeria Passe Partout

Działania promocyjne, organizacja otwarcia i koordynacja prac edytorskich:

Milena Abdel-Massih, Katarzyna Samoraj-Stanczew z Ambasady
Wielkiego Księstwa Luksemburg w Warszawie
oraz Anna Malewska-Szałygin i Jacek Żukowski z IEiAK WH UW

Współpraca techniczna: Tomasz Brzeski z Ambasady Wielkiego Księstwa
Luksemburg oraz Jacek Żukowski z IEiAK WH UW

Obsługa finansowa: Hubert Kowalski, Muzeum Uniwersytetu Warszawskiego

Udostępnienie archiwalnych materiałów dźwiękowych: Charles Foster

Ekspozycje:

Radioodbiorniki – kolekcjonerzy: Halina i Adam Markowscy, Jan Świąćicki

Płyty – kolekcjoner: Witold Sikorski

Stroje – Zuzanna Żubka-Chmielewska, historyk sztuki, kostiumolog

Film: „Był Luksemburg”, reż. Piotr Boruszkowski i Zbigniew Sabat,
realizacja Telewizja Polska

Partnerzy wystawy:

RTL Group S.A., Astra CEE Sp. z o.o.,
Banque Internationale à Luxembourg S.A.,
Ministerstwo Spraw Zagranicznych Wielkiego Księstwa Luksemburg,
Ministerstwo Kultury Wielkiego Księstwa Luksemburg,
Service Information et Presse

Tłumaczenie: Euroscript Polska Sp. z o.o. (Kraków)



6. RTL – WCZORAJ, DZIŚ, JUTRO

Grupa RTL ma już ponad 80-letnią, bogatą w wydarzenia historię – stanowiącą okres, w którym firma rozwijała się i rozrastała z prywatnej stacji radiowej w wiodącą europejską sieć rozrywkową, tworząc rodziny stacji radiowych i kanałów telewizyjnych w różnych państwach Europy. Obecnie jest nie tylko nadawcą telewizyjnym i radiowym numer 1 w Europie, ale również globalnym liderem w produkcji treści audiowizualnych.

Osiągnięcia te były możliwe dzięki ciągłemu wprowadzaniu innowacji technologicznych i programowych, a nawet pewnej odwadze w działaniu, przez co firma zaczęła być postrzegana jako opiniotwórcza w środowisku mediów. W historii RTL istotne znaczenie ma międzynarodowa orientacja firmy, której zawsze towarzyszyła troska o bliski kontakt z widzami w ramach proponowanych kanałów.

Grupa RTL – wiodąca europejska sieć rozrywkowa

Zarządzająca 45 kanałami telewizyjnymi i 29 stacjami radiowymi w dziewięciu krajach Grupa RTL jest wiodącą europejską siecią rozrywkową. Firma ma siedzibę w Luksemburgu i jest operatorem kanałów telewizyjnych oraz stacji radiowych w Niemczech, Francji, Belgii, Niemczech, Luksemburgu, Hiszpanii, Rosji, na Węgrzech i w Chorwacji. Jest jednym z najważniejszych światowych producentów formatów telewizyjnych, takich jak konkursy talentów i teleturnieje, serialowe dramaty, a także opery mydlane i telenowele, w tym *Idol*, *Mam talent!*, *X Factor*, niemieckojęzyczny serial *Dobre czasy, złe czasy* oraz *Familiada*.

Luksemburskie korzenie firmy sięgają do 1924 roku, kiedy entuzjasta radia François Anen rozpoczął regularne emisje radiowe ze swojego strychu. W 1925 roku stacja działała pod nazwą „Association Radio Luxembourg”. Anen był współzałożycielem SLER – Luksemburskiego Towarzystwa Studiów Radiofonicznych, które uzyskało wyłączną koncesję na nadawanie programów radiowych w 1930 roku, a rok później przekształciło się w nową firmę o nazwie Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion (CLR) posiadającą głównie francuskich udziałowców. Wykorzystując najsilniejszy nadajnik w Europie, w roku 1933 CLR rozpoczęła nadawanie unikalnego programu w kilku językach w tym samym paśmie częstotliwości. Wkrótce Radio Luxembourg zdobyło pozycję wiodącej stacji komercyjnej w Europie. W latach pięćdziesiątych „radio gwiazd” – *The Station of the Stars* wyznaczało trendy i zyskało największą popularność.

W 1955 roku firma, która rok wcześniej zmieniła nazwę na CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion), weszła w nową erę, rozpoczynając działalność telewizyjną rozwijaną w latach osiemdziesiątych.

Grupa RTL została utworzona wiosną 2000 roku w wyniku połączenia CLT-UFA z siedzibą w Luksemburgu z brytyjską firmą zajmującą się produkcją treści Pearson TV, będącą własnością brytyjskiej grupy medialnej Pearson PLC. CLT-UFA powstała w 1997 roku, gdy udziałowcy UFA (Bertelsmann AG) i słynnej CLT (Audiofina) połączyli swoją działalność telewizyjną, radiową i w zakresie produkcji telewizyjnej.

Bertelsmann AG jest większościowym udziałowcem Grupy RTL od lipca 2001 roku i posiada obecnie 92,3 procent udziałów w Grupie. Pozostałe 7,7 procent Grupy RTL znajduje się w obrocie publicznym na giełdach w Brukseli i Luksemburgu.

Dziedziny działalności

Telewizja Grupa RTL jest największym europejskim nadawcą telewizyjnym. Codziennie miliony telewidzów w całej Europie oglądają kanały Grupy RTL, w tym te skupione w rodziny kanałów wokół sztandarowych RTL Television w Niemczech, M6 we Francji, RTL 4 w Niderlandach i RTL-TVI w Belgii. Firma prowadzi ponadto działalność nadawczą na Węgrzech (RTL Klub i siedem kanałów kablowych), w Chorwacji (RTL Televizija, RTL 2), a także posiada udziały w Grupo Antena 3 w Hiszpanii oraz National Media Group w Rosji.

Treści Gałąź Grupy RTL związana z produkcją treści telewizyjnych FremantleMedia jest jednym z największych międzynarodowych producentów poza Stanami Zjednoczonymi. Każdego roku produkuje 9 200 godzin nagradzanych programów emitowanych w najlepszym czasie antenowym w 58 krajach. Grupa RTL jest również jednym z największych na świecie niezależnych dystrybutorów poza Stanami Zjednoczonymi, sprzedając prawa do ponad 20 000 godzin programów w 150 krajach na całym świecie.

Radio Stacje radiowe Grupy RTL docierają codziennie do milionów słuchaczy. Sztandarową stacją firmy jest RTL we Francji, a ponadto posiada ona stacje – lub ma w nich udziały – w Niemczech (104,6 RTL, Antenne Bayern), Belgii (Bel RTL, Radio Contact), Hiszpanii (Onda Cero, Europa FM) i Luksemburgu (RTL Radio Lëtzebuerg).

Strategia Grupy

Strategia Grupy RTL opiera się na dwóch głównych celach: pierwszym z nich jest ciągła optymalizacja działalności podstawowej głównych stacji radiowych i telewizyjnych, a drugim stymulowanie rozwoju Grupy.

Dalsza optymalizacja działalności podstawowej

W nadchodzących latach wysoki udział w oglądalności będzie nadal podstawą sukcesu Grupy RTL. W związku z tym tworzenie i rozwijanie rodzin kanałów pozostaje

ważnym zadaniem wobec wzrastającej fragmentacji widowni w cyfrowym świecie wielu kanałów. Grupa stworzyła już silne rodziny kanałów w Europie Zachodniej, z których wszystkie zajmują pierwsze lub drugie miejsca na swoich rynkach. Działania te zintensyfikowano, dodając ofertę kanałów cyfrowych o jasno zdefiniowanych profilach. Należą do nich W9 we Francji, RTL Lounge i RTL Crime w Niderlandach, RTL 2 w Chorwacji, a także Passion, RTL Crime oraz RTL Living w Niemczech. W 2011 roku Grupa RTL nabyła pakiet siedmiu węgierskich kanałów telewizji kablowej oraz dalsze 33 procent udziału w RTL Klub – kanale będącym numerem jeden w tym kraju. W efekcie Grupa RTL zdobyła 100% udziałów w RTL Klub i zapewniła idealną platformę, na której może tworzyć uzupełniającą się rodzinę kanałów i opierać swe dążenia do objęcia wiodącej pozycji na węgierskim rynku.

Optymalizacja działalności podstawowej obejmuje również środki zmierzające do utrzymania cen na rynkach reklam telewizyjnych na stabilnym poziomie, coraz bliższą i bardziej elastyczną współpracę z reklamodawcami oraz rozwijanie innowacyjnych form reklamy poza klasyczną 30-sekundową reklamą telewizyjną.

Wspomaganie przyszłego wzrostu

Jednym z celów strategii wzrostu jest znaczące zwiększenie przychodów niezwiązanych z reklamą przez zapewnienie drugiego strumienia przychodów, rozszerzenie produkcji treści i dywersyfikację działalności.

Celem Grupy RTL jest uzyskiwanie adekwatnego udziału w przychodach ze swoich marek i programów od głównych platform dystrybucji – operatorów sieci kablowych, operatorów satelitarnych i dostawców telewizji internetowej – a w przyszłości w przychodach z nowych usług, takich jak kanały telewizji wysokiej rozdzielczości, platformy „na żądanie” oraz płatne kanały cyfrowe, i wreszcie z sygnału najważniejszych kanałów bezpłatnej telewizji, które stanowią podstawę działalności operatorów platform.

Gałąź produkcji treści FremantleMedia również odgrywa kluczową rolę we wzmacnianiu strumienia przychodów Grupy RTL niezwiązanych z reklamą i firma chce znacząco rozwinąć tę działalność na wszystkich rynkach. Treść jest życiodajnym źródłem dla współczesnej branży nadawczej i perspektywy wzrostu są obiecujące, ponieważ treści, których „nie można przegapić” zyskują na wartości w erze cyfrowej. Nowe platformy dystrybucji – internetowe, mobilne, linearne i na żądanie – wymagają atrakcyjnych treści, aby przyciągnąć widzów, abonentów i reklamodawców.

Ponadto Grupa RTL będzie kontynuować pracę nad dywersyfikacją działalności, na przykład przez wspieranie własnych marek – jak w przypadku współpracy w zakresie komunikacji mobilnej między M6 i Orange – poprzez wydarzenia na żywo, takie jak *The American Idol Experience* w parku rozrywki *Walt Disney World Resort* na Flory-

dzie, włączanie tradycyjnych gier do formatów telewizyjnych, jak w przypadku *Familiady*, a także poprzez zaangażowanie w handel elektroniczny i handel prawami.

Drugi cel strategiczny odzwierciedla silny wzrost w nielinearnym odbiorze telewizji. Kanały Grupy RTL szybko doprowadziły do stworzenia własnych platform usług na żądanie, oferujących możliwość oglądania już wyemitowanych programów. Przykłady obejmują RTL Now w Niemczech, M6 Replay we Francji, RTL XL w Niderlandach i RTL Most na Węgrzech. Szybkie tempo wzrostu świadczy o zadowoleniu widzów z tych usług: jeśli nie zobaczą jakiegoś odcinka lub programu, mogą go obejrzeć później bez dodatkowej opłaty w Internecie.

Aktualne dane dotyczące użytkowania wskazują jasno, że szeroko znane formaty nadawców, takie jak *Idol*, *X Factor* czy *Ugotowani* są siłą napędową usług na żądanie. W kontekście tych usług dostawcy oferujący najlepsze treści i programy osiągają największe korzyści – a są nimi i pozostaną główne kanały telewizyjne.

Tworzenie zyskownego modelu biznesowego na bazie tego wzrastającego popytu będzie jednym z najważniejszych zadań dla Grupy RTL w nadchodzących latach. Strategicznym celem firmy jest bycie obecnym wszędzie tam, gdzie widzowie poszukują jej programów.

Ekspansja geograficzna w regionach wysokiego wzrostu również zajmuje ważne miejsce w programie działania Grupy RTL. Dzięki obecności w dziewięciu krajach portfel geograficzny firmy jest odpowiednio wyważony. Mając już tak silną pozycję na europejskich rynkach telewizyjnych, Grupa RTL ostrożnie podejmuje decyzje inwestycyjne. Jednak jeśli zidentyfikuje cel, który pomoże wdrożyć jej strategię i stworzyć wartość dla Grupy, kierownictwo będzie go realizować.

Po ponad 80 latach obecności na antenie, Grupa RTL jest dziś silniejsza niż kiedykolwiek – jako największa europejska sieć rozrywkowa, z setkami milionów widzów i słuchaczy oraz stabilną niczym skała pozycją finansową. I jest gotowa na nowe wyzwania!

RTL Group



7. PRZEKSZTAŁCENIE LUKSEMBURGA W WĘZŁ ICT

Luksemburg, jako wielojęzyczny ośrodek leżący na skrzyżowaniu kultur francusko- i niemieckojęzycznych, był pionierem w dziedzinie kształtowania europejskiego krajobrazu medialnego. Prawa do transmisji radiowych zostały przyznane sektorowi prywatnemu w latach 30. XX wieku, w czasie, gdy media nadawcze nadal stanowiły własność publiczną. Tego samego dokonano w odniesieniu do praw do transmisji telewizyjnych w latach 50., kiedy to Luksemburg ponownie jako pierwsze państwo w Europie przekazał wspomniane prawa spółce prywatnej. Utorowało to drogę do utworzenia Grupy RTL, wiodącej europejskiej spółki medialnej. Dzisiaj Grupa RTL jest jednym z głównych europejskich nadawców, obsługując ponad 45 europejskich kanałów telewizyjnych i radiowych.

Działalność medialna Luksemburga sięga nawet przestrzeni kosmicznej. W 1985 r. rząd przekazał prawa do wykorzystania pozycji orbitalnych do transmisji satelitarnych i przyznał koncesję handlową spółce SES, Société Européenne de Satellites. SES jest dzisiaj wiodącym operatorem satelitarnym na świecie, obejmującym swoim zasięgiem 99% ludności świata.

Te pionierskie spółki doprowadziły do rozwoju dynamicznego sektora technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) w Luksemburgu, obejmującego usługi w dziedzinie rozpowszechniania treści cyfrowych, archiwizacji danych elektronicznych, a także zarządzania i e-handlu.

Swe siedziby w Luksemburgu założyły liczne przedsiębiorstwa, opierając się na dwóch filarach, jakie stanowią RTL i SES, i czerpiąc korzyści z ich umiejętności oraz sieci telekomunikacyjnych najwyższej klasy. W związku z tym obecny sukces Luksemburga jako węzła ICT bezpośrednio wynika z jego długotrwałego doświadczenia i renomy w sektorach mediów i telekomunikacji. Spółki takie jak Amazon.com, iTunes, ebay, PayPal, Vodafone, Rakuten, Skype i wiele innych wybrały Luksemburg jako platformę umożliwiającą im dostęp do światowych rynków. Rząd Luksemburga aktywnie wspiera ten perspektywiczny rozwój państwa jako węzła ICT.

Od 2005 r. przeprowadzono wiele ważnych inicjatyw, zarówno rządowych, jak i prywatnych, dotyczących między innymi lokalnych sieci telekomunikacyjnych, międzyna-

rodowych sieci światłowodowych, łączności Wi-Fi, centrów danych o poziomie III i IV, satelitarnych ośrodków nadawczych oraz centrów ciągłości biznesowej. Inwestycje w obszarze ICT w Luksemburgu są wspierane dzięki zapewnieniu sieci zapasowych światłowodów na terytorium całego kraju i udostępnieniu jej operatorom, integratorom systemów i firmom hostingowym. Luksemburg jest nie tylko usytuowany w sercu Europy pod względem geograficznym, ale również „cyfrowo” połączony z wszystkimi głównymi węzłami europejskimi poprzez sieć rezerwowych światłowodów, gwarantujących niezawodne łącza o wysokiej przepustowości z wszystkimi znaczącymi ośrodkami w Europie. W ramach strategii rządu dla sieci internetowych nowej generacji przewiduje się ambitny plan wdrożenia szerokopasmowego dostępu o bardzo wysokiej prędkości na terenie całego kraju, zapewniając mieszkańcom przesył danych z prędkością od 100 Mbit/s do 1 Gbit/s do 2013 r. Inicjatywy te przyczyniły się do osiągnięcia przez Luksemburg uznania na arenie międzynarodowej dzięki jego najnowocześniejszej infrastrukturze o wielkiej przepustowości, nowoczesnym centrom danych najwyższej klasy oraz najniższym wskaźnikom w zakresie opóźnień przesyłu w Europie.

Rząd Luksemburga zapewnia także przyjazne dla przedsiębiorców ramy prawne w zakresie działalności ICT. Luksemburg był na przykład pierwszym krajem, który przyjął pełne ramy regulacyjne dotyczące e-handlu. Luksemburg był także pierwszym europejskim krajem posiadającym krajową infrastrukturę klucza publicznego, zapewniającą certyfikaty zarówno do zastosowań w zakresie e-administracji, jak i dla sektora prywatnego (e-bankowość, e-handel itd.). Wprowadzony niedawno w Luksemburgu innowacyjny system prawny dotyczący protokołu IP sprawia także, iż kraj ten staje się atrakcyjnym miejscem do rejestracji adresu IP, zapewniając przyjazne dla inwestorów środowisko prawne do zarządzania portfelem nazw domenowych.

Biorąc pod uwagę niezwykle tło historyczne Luksemburga, zaangażowanie w innowacje, kompleksowy system prawny oraz efektywną infrastrukturę ICT, nie jest zaskoczeniem, iż Luksemburg został oficjalnie nazwany przez Międzynarodowy Związek Telekomunikacyjny w 2010 r. drugim najbardziej rozwiniętym krajem pod względem technologii ICT, a sieć kompetencji zapewnianych przez wszystkie spółki medialne i teleinformatyczne mające obecnie siedzibę w Luksemburgu dobrze rokuje dla przyszłego rozwoju gospodarczego kraju jako centrum doskonałości w dziedzinie działalności medialnej, ICT oraz przetwarzania danych.

*(Service des Médias et de la Communication du Gouvernement
du Grand-Duché de Luxembourg)*

Więcej informacji:

www.investinluxembourg.lu/ict
<http://www.ictcluster.lu/>
<http://www.mediacom.public.lu/>