

Józef Stanisław Jędrzejewski
SZOCKI **Radiofonia publiczna w Europie
w erze cyfrowej**

Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac
Naukowych Universitas w Krakowie
Kraków 2010, ss. 284

Stanisław Jędrzejewski,
**Public Broadcasting in Europe
in the Digital Age**

Nakładem Towarzystwa Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas w Krakowie wyszedł drukiem podręcznik akademicki autorstwa Stanisława Jędrzejewskiego, poświęcony radiu publicznemu w różnych krajach europejskich w procesie jego przekształceń w związku z digitalizacją mediów. Dzieło to zdaje się stawiać sobie poza tym, że jest zbiorem wiadomości przydatnych dla studentów, dwa główne cele. Po pierwsze, stanowi próbę nadania realnego wymiaru przesunięciu się władzy w mediach, w tym też radiu publicznym w kierunku odbiorców. Jak wiadomo, miliony ludzi realizują się w Internecie. Umożliwiają to takie serwisy społecznościowe, jak MySpace, Facebook, Twitter i Bebo. Ta interaktywność nie omija radia. Po drugie, przedstawia przemiany radia publicznego związane z konkurencją rynkową, regulacjami prawnymi, finansowaniem, również zmianami demograficznymi, przekształceniami kulturowymi, zmianami w sposobach i stylu życia ludzi.

W tej książce omówiono sześć głównych problemów (tytuły rozdziałów): 1. *Media publiczne w społeczeństwie demokratycznym*; 2. *Narodziny radiofonii publicznych*; 3. *Radiofonia publiczna a ład demokratyczny*; 4. *Pogram — audytorium — rynek — finansowanie*; 5. *Perspektywy rozwojowe radia*; 6. *Model radiowego nadawcy w Polsce*. Pracę zamykają: zakończenie, bibliografia, słowniczek pojęć używanych w pracy i indeks nazwisk. Jeśli weźmie się pod uwagę, że medioznawstwo jest wciąż nauką kształtującą się, a zarazem interdyscyplinarną, obejmującą szerokie i złożone spektrum zagadnień, często niejednoznacznie definiowanych i omawianych, to takie ujęcie przedmiotu zainteresowania jako ściśle związane z tematem pracy dobrze

przysłużyło się klarowności książki. Tym bardziej to należy podkreślić, gdyż mamy do czynienia z publikacją podręcznikową.

*

Jeżeli chodzi o pierwszy problem, autor wyszczególnia na wstępie swych rozważań trzy sposoby uczestniczenia mediów w procesie komunikowania publicznego: pośredniczą i inicjują komunikację między instytucjami systemu politycznego a obywatelami; wywołują zainteresowanie sprawami społecznymi (szczególnie to widać podczas kampanii wyborczych) i wreszcie samodzielnie tworzą lub tylko przyczyniają się do kształtowania i wyrażania opinii publicznej w różnych kwestiach społecznych i politycznych. Mówiąc o ładzie medialnym, wyodrębnia podejścia: monocentryczne (media powinny zależeć od swojego statusu własnościowego), radykalnie liberalne (absolutna wolność generowanych treści) i umiarkowanie liberalne.

Autor stara się dostrzegać dwie drogi postępowania radiofonii państwowych w trakcie przeobrażania się w publiczne w krajach zachodnioeuropejskich, w Japonii i wielu państwach Commonwealthu, a w latach 90. również w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Pierwsza, bliższa dla BBC, CBC i japońskiej NHK, charakteryzuje się szeroką ofertą programową dla radiosłuchaczy bez względu na wiek, sytuację społeczną i miejsce zamieszkania. Druga droga, typowa dla radiofonii publicznej w USA (np. NPR), polega bardziej na aktywizowaniu radiosłuchaczy, charakteryzuje się uboższą ofertą programową. Radio i telewizja w Europie przyjęły model brytyjski, firmowany przez J. Reitha, wyłączający elementy biznesowe, zakładający kontrolę mediów przez państwo.

Nadawcy publiczni muszą godzić misję publiczną z koniecznością konkurowania z mediami komercyjnymi. Ich przekazy muszą cechować się uniwersalnością zawartości i dostępu, niezależnością wydawców, wysokimi wartościami oferty programowej i odpowiedzialnością społeczną. To je odróżnia od mediów komercyjnych.

Autor stara się dość precyzyjnie przedstawić rolę mediów publicznych, w tym radiofonii, w okresie transformacji ustrojowej w Europie Środkowo-Wschodniej. Zaznaczyły się jako czynnik zasadniczy w takich oto zakresach: w rewolucyjnych zmianach politycznych, jakie się dokonały, w przekształcaniach partyjno-państwowych mediów publicznych, w roli państwa i społeczeństwa obywatelskiego w przemianach demokratycznego pluralizmu, w rozwiązywaniu problemów związanych z denacjonalizacją i prywatyzacją, poszukiwaniem suwerenności i oczywiście liberalizacją systemów medialnych. Jednakże w dalszym ciągu kraje tego regionu borykają się z następującymi trudnościami: słabość lub brak społeczeństwa obywatelskiego, dominująca rola państwa i „społeczeństwa politycznego”, mała wiarygodność władz w powszechnych wyborach w połączeniu z wysokim poziomem korupcji, nie-

wielki stopień identyfikacji społeczeństwa z procesami demokratycznymi. W ustawodawstwie można wyszczególnić trzy orientacje polityki medialnej: idealistyczną, cechującą się radykalną wizją demokracji partycypacyjnej w mediach i systemie komunikowania, mimeryczną, charakteryzującą się prostą transplantacją zachodniego systemu medialnego z wolną prasą i systemem dualnym radia i telewizji, wreszcie atawistyczną z typową niechęcią nowych elit do pozbycia się kontroli nad mediami łącznie z odziedziczonymi umiejętnościami wywierania wpływu na środki przekazu.

*

Drugi problem, jaki autor omawia, dotyczy narodzin radiofonii publicznych. Początki radia przypadają na koniec XIX wieku, zaś jego rozwój nastąpił w latach dwudziestych XX wieku. Radio publiczne (BBC) powstało najwcześniej w Wielkiej Brytanii. W tym samym czasie (1922) radiofonie zrodziły się w Danii, Szwecji, w niektórych krajach późniejszego Commonwealthu. Rok później pojawiło się w Belgii, Czechosłowacji, Niemczech i Hiszpanii, w 1924 r. w Finlandii i Włoszech, a w 1925 r. w Norwegii, Polsce, Meksyku i Japonii. W Kanadzie i Francji równolegle funkcjonowały radiofonie państwowe i prywatne.

W czasie powstawania radia dało się zauważyć następujące systemy jego funkcjonowania: ściśle monopolistyczny — zależny od państwa, monopolistyczny — z istnieniem korporacji tworzonych i zarządzanych przez państwo, partnerski — dualny o współistnieniu korporacji państwowych i prywatnych, wreszcie prywatny — o działaniu radia pod zarządem prywatnym.

Jędrzejewski poświęca dużo uwagi czynnikom, które decydowały o kształcie organizacyjnym systemu radiofonicznego w ciągu lat: system polityczno-ekonomiczny (ZSRR, którego radiofonia była elementem doktryny politycznej i wprzęgnięta w rozwój rewolucji na świecie), tradycja i władza (radiofonia brytyjska wyrosła na gruncie dążeń do dominacji imperialnej i kontroli państwa nad systemem ekonomicznym i politycznym), religia (dominacja Kościoła katolickiego w krajach łacińskich, co wywierało wpływ na radiofonię), kultura (Kanada i Australia, w których zachowywano spistość kulturową jako podstawę nowej tożsamości narodowej), etnografia (konieczność utrzymania równowagi w podzielonym kulturowo, etnicznie i językowo społeczeństwie), skala ekonomii (w USA, gdzie spodziewano się korzyści handlowych, wynikających z potęgi wolnego rynku, zaś w ZSRR cechującym się dążeniami ideologicznymi), zależność polityczna kraju (w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie decydował o wszystkim ZSRR, także w Japonii i Niemczech, w których decydujący głos mieli Amerykanie), indywidualna wizja Johna Reitha jako wzór dla innych krajów.

Upowszechniły się serwisy zagraniczne radiofonii publicznych. Przede wszystkim wielkie radiofonie je posiadają. Są to: BBC World Service, Deutsche Welle, RFI, Radio Netherlands, Radio Watykańskie, Radio Wolna Europa. Do tego trzeba dodać rozgłośnie finansowane z budżetu państwa: Głos Ameryki, Radio Pekin, Radio Rosja.

*

Trzeci problem, o jakim czytamy w książce Stanisława Jędrzejewskiego, to znaczenie radiofonii publicznej dla kształtowania ładu demokratycznego. Autor wyszczególnia trzy sposoby pełnienia przez radio roli w definiowaniu życia demokratycznego. Pierwszym jest sam instytucjonalny charakter tego medium, ze swej istoty demokratyczny, powszechny, przeznaczony dla wszystkich realnych i potencjalnych odbiorców. W tej sytuacji nie ma się czemu dziwić, że radiowcy pokroju BBC czy ARD, Radio France mówią o sobie jako o „narodzie mówiącym do narodu”. Drugi sposób polega na stosowaniu języka typu: stacje radiowe i ich audycje jako głos ludu, który przemawia do ludzi władzy. Wreszcie trzeci sposób sprowadza się do bycia medium demokratycznym, którego programy są kształtowane z udziałem odbiorców.

Autor słusznie zauważa powstanie radia typu *community*, czyli lokalnego. Szczególnie widoczne ono było w krajach zachodnich, gdzie rozwój radiofonii w latach 20. zawdzięcza się głównie radioamatorom. Współczesne radia lokalne są najczęściej komercyjne, co nie oznacza, że nadają tylko reklamy.

Jeżeli chodzi o historię europejskich mediów publicznych, autor słusznie podkreśla, że sprowadza się ona w gruncie rzeczy do ustalania przestrzeni niezależności od rządu i starania się o zachowanie publicznego charakteru organizacji finansowanych ze środków społecznych. Szczególnie to się obserwuje w przypadku radia brytyjskiego. Regulacje prawne, jakie przeprowadza się w krajach demokratycznych, nie zawsze mogą zapewnić dochowanie reguł demokratycznych.

*

Aby ułatwić czytelnikowi zrozumienie znaczenia współczesnego radia publicznego na świecie, szczególnie w Europie, autor obszernie omówił programy, audytarium, rynek i finansowanie tego medium (czwarty problem, jaki został omówiony w książce). Ciekawie przedstawił programy uniwersalne i wyspecjalizowane, programy dla młodzieży. Podkreślił przy tym podstawową rolę radia jako medium służące-

go wszelkiego rodzaju mniejszościom: językowym, narodowym, etnicznym. Jednocześnie poświęcił sporo uwagi audytorium radia. Zaznacza, że wiedza na ten temat jest ciągle na nowo generowana.

W przypadku mediów publicznych samo to, że są one traktowane w kategoriach kulturowych, ideologicznych i politycznych, relacje między nimi a odbiorcami muszą być dostrzegane właśnie z tej perspektywy. Istotne staje się w tej mierze pytanie, „czego audytorium potrzebuje”. Jeżeli chodzi o media komercyjne, przekaz ich programu kształtuje się w interakcji audytorium z reklamodawcą. Mamy więc dwie metodologie traktowania wiedzy o audytorium w zależności od tego, czy chodzi tu o publiczne czy komercyjne radio.

Przy okazji omawiania audytorium radia autor zamieścił swoją ocenę wiedzy o badaniach odbioru. Wyszczególnił w uproszczeniu dwie grupy badań nad mediami. Pierwsza to dociekanie procesu komunikacji medium (stacji, programu itp.) z odbiorcami. Rezultaty tych badań służą głównie do celów marketingowych i do pomiaru efektów wprowadzonych zmian programowych. Druga grupa to badania mające na celu zdobycie wiedzy naukowej o znaczeniu mediów dla odbiorcy. Odnoszą się one głównie do jego wartości i zachowań.

Szczególnością wartością tej książki jest charakterystyka radiofonii publicznych w poszczególnych regionach Europy. Autor dokonał jej według takich atrybutów, jak: różnorodność muzyki, lokalny charakter wiadomości i informacji o pogodzie, inteligentne prowadzenie audycji i łatwość dostępu. Wyszczególnił pięć regionalnych grup radiowych organizacji publicznych: Europa Zachodnia — wielkie organizacje (BBC, ARD, Radio France, RNE, RAI), Europa Zachodnia — organizacje średniej wielkości, Europa Zachodnia — grupa państw nordyckich, Europa Środkowo-Wschodnia i region śródziemnomorski. Finansowanie radia publicznego odbywa się z trzech źródeł: abonament, reklama i dotacje budżetowe.

*

Do cennych spostrzeżeń autora na temat perspektyw rozwojowych radia (piąty problem omawiany w książce) w sytuacji stale postępującej konwergencji standardów cyfrowych, takich jak DAB, DRM, DMB, należy zwrócić szczególną uwagę na kontekst technologiczny tego problemu. Wyszczególnia następujące tendencje w rozwoju radia: od technologii analogowej do cyfrowej, od radiowych usług liniarnych do nielinearnych, od broadcastingu (prosty przekaz radiowy) do narrowcastingu (najszerokie spektrum gatunkowe i treściowe), od jednej do wielu platform, od jednego do wielu standardów, od odbioru pasywnego do aktywnego wyboru. Mediamorfoza w tej sytuacji cechuje się dwiema tendencjami: przejście od technologii analogowej do cyfrowej oraz przejście do technologii informatycznej (IT). A oto właściwości

nowych technologii, na które autor zwrócił szczególną uwagę: stosowanie cyfrowego zapisu i przetwarzanie sygnałów, interaktywność, integracja sieci i rozproszenie.

Przedstawiając strukturę nowego radia i związaną z tym partycypację społeczną słuchaczy-użytkowników, wyszczególnia Jędrzejewski dziesięć wybranych platform, w tym trzy systemy dystrybucyjne, które wykorzystują obecnie intensywnie radiowi nadawcy publiczni. Są one następujące: naziemne radio cyfrowe powszechnego dostępu (DAB, DMB, DVD, DRM), naziemne płatne radio (DVB-H, DAB-IP), radio satelitarne powszechnego użytku, płatne radio satelitarne, Web-radio (radio internetowe), podcasting-iPod-iPhone, wymiana nagrań muzycznych (filesharing), serwisy społecznościowe, sieci ruchomej telefonii i wreszcie telefonia mobilna 3G w wersji audio i wideo.

Autor zwraca uwagę na radio w Internecie. Jak wiadomo, większość stacji radiowych w Europie prowadzi własne portale i strony internetowe. Ten rodzaj medium staje się powszechny. W związku z tym można spotkać w książce Jędrzejewskiego ciekawe rozważania na temat różnic między radiem tradycyjnym (broadcasting) i radiem internetowym (webcasting). Przede wszystkim te oto okoliczności wyraźnie je różnią: w przypadku pierwszego medium obserwujemy duży zasięg i działalność licencjonowaną, zaś drugiego — nieograniczony, wprost globalny i brak konieczności licencjonowania.

Interesujące są uwagi autora o przyszłości radiofonii publicznej i rynku oraz rewolucji technologicznej. Przewiduje, że w ciągu 5–10 lat nastąpią następujące zmiany w krajobrazie mediów: nasili się jeszcze bardziej konkurencja, audytorium ulegnie jeszcze większej fragmentacji i zróżnicowaniu, zmienią się sposoby finansowania, rozszerzy się oferta programowa i łatwiejszy dostęp do niej, Internet zaofiaruje bogatsze merytoryczne treści, lepszą jakość dźwięku, interesujące formy multimedialne, będzie niwelowana stopniowo istniejąca dzisiaj ostra granica między radiem a telewizją.

Jędrzejewski przytacza przewidywania ok. 50 europejskich ekspertów radia cyfrowego co do rozwoju radia. Rozwój tego medium będzie przebiegać według czterech scenariuszy: pierwszy (można nazwać Wieżą Babel) będzie polegał na utrzymaniu *status quo*, drugi (DAB DReaM) zakłada analogowe *status quo* przy jednoczesnym szybkim rozwoju technologii cyfrowej, trzeci (Digital Diversity) oznacza, że radio cyfrowe będzie powszechne, wreszcie czwarty (Multimedia Market) oznacza, że nastąpi szybki rozwój radia cyfrowego opartego na jednym standardzie dominującym. Jednakże autor zaznacza na końcu tego wywodu, że losy radiofonii publicznej w Europie uzależnione są w dużej mierze od postawy poszczególnych rządów wobec prywatyzacji sektora publicznego, a przede wszystkim od uregulowań prawnych.

*

Ostatni rozdział swej książki Jędrzejewski poświęca modelowi radiowego nadawcy publicznego w Polsce. Na wstępie zaznacza, że nasz kraj w dalszym ciągu znajduje się w okresie transformacji ustrojowej i gospodarczej. Aby ułatwić czytelnikowi zrozumienie ewolucji radia w Polsce, autor powołuje się na ustawę z 22 grudnia 1992 r. o Radiofonii i Telewizji, która umożliwiła tworzenie radiowych i telewizyjnych stacji prywatnych o charakterze komercyjnym. Obecnie obok Polskiego Radia jako radia publicznego istnieją w Polsce RMF FM, Radio Zet, Radio Maryja, Katolicka Sieć Radiowa Plus, Radio Eska, nie licząc mniejszych sieci radiowych. Większość ich otrzymała koncesję na nadawanie programu uniwersalnego. Okazuje się, że pod względem średniorocznych procentowych zasięgów dziennych PR I zajęło dopiero trzecie miejsce po RMF FM i Radio Zet.

Szczególnie interesujące są informacje na temat rynku reklamy radiowej jako kontekstu działania radiofonii publicznej (nie tylko). Okazuje się, że radio zajmuje pod względem wielkości środków zarobionych na reklamie dopiero szóste miejsce po telewizji, magazynach, internecie, reklamie zewnętrznej (poza mediami) i dziennikach. Jeżeli chodzi o audytorium tego medium, zasięg tygodniowy wynosi stale około 95 proc. Internet stał się jeszcze jednym sposobem docierania tego medium do słuchaczy.

Oprócz cennych spostrzeżeń na temat charakterystyki słuchaczy radia publikacja zawiera wyniki badań nad znaczeniem tego medium. Jego dwie funkcje wydają się dominujące: informacyjna i rozrywkowa. Wyodrębnia się pięć wymiarów w tej mierze: 1. „Moje radio” charakteryzujące się emocjonalnym przywiązaniem i przyzwyczajeniem do określonego środka przekazu; 2. „Radio na poziomie” o profesjonalnych i rzetelnych informacjach; 3. „Radio komercyjne” służące do korzystania w celach reklamowych i rozrywkowych; 4. „Radio dla niewymagających” o plotkarskim charakterze; 5. „Radio upolityczone” cechujące się brakiem obiektywizmu.

Cenne są uwagi autora na temat obecnej formy prawnej nadawców publicznych. Forma spółek Skarbu Państwa ma duże niedogodności, jeżeli chodzi o zadania nadawcy publicznego. Należą do nich: 1. Zbyt wielka trudność zorganizowania instytucji nadawczej wokół programu i uczynienia z tego głównego kryterium oceny działalności zarządu; 2. Formuła spółki akcyjnej Skarbu Państwa sprowadza się ze swej istoty do traktowania publicznego radia i telewizji jako podmiotów gospodarczych z głównym zadaniem osiągnięcia zysku; 3. Traktowanie przez nadawców publicznych informacji o sobie jako tajemnicy handlowej; 4. Zmiany formy prawnej czy zasad działania stacji ograniczane są przez status radia jako spółki prawa handlowego; 5. Zbyt wiele związków zawodowych, na co pozwalają aktualne regulacje prawne, działających w radiu powoduje zbyt duże roszczenia płacowe kosztem dobra ogółu. W rezultacie tego wszystkiego odpowiedzialność społecznego nadawcy za właściwą realizację misji publicznej schodzi na dalszy plan.

Dyskusje, jakie obecnie toczą się na temat nadawców publicznych, a o których autor wiele pisze, niewiele będą znaczyć, jeżeli nie powstaną nowe regulacje prawne uwzględniające najbardziej racjonalne propozycje w tej mierze. Także problem abonamentu powinien być w sposób racjonalny rozwiązany.

Ofertę programową według autora tworzyłyby 4 wzajemnie uzupełniające kanały, których profile byłyby zbieżne ze zróżnicowaniami słuchaczy: Jedyńka o programie uniwersalnym i masowym, cechującym się przede wszystkim informacją i publicystyką, kierowanym do słuchaczy dorosłych; Trójka o programie muzyczno-słownym, przeznaczonym dla słuchaczy dojrzałych, lecz nieco młodszych, głównie mieszkańców miast; Dwójka jako stacja wyspecjalizowana w dziedzinie kultury wysokiej, sztuki; Rozgłośnie regionalne Polskiego Radia obecnie nie są w dostatecznym stopniu wykorzystane w programie radiofonii publicznej, mają do odegrania w przyszłości większej roli w tej mierze.

*

We wprowadzeniu do książki czytamy, że autor proponuje ją przede wszystkim ludziom radia. Na drugiej stronie karty jest uwidocznione, że to podręcznik akademicki dotowany przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Oceniając publikację z tego punktu widzenia, trzeba jej wytknąć pewne uchybienia.

Po pierwsze, nie posiada ona przystosowania dydaktycznego. Mogłyby być zamieszczone na końcu każdego rozdziału wykazy określonych lektur i pytania służące do studiowania przedmiotu. Bibliografia znajdująca się na końcu książki mimo swoich zalet naukowych nie jest tutaj przydatna.

Po drugie, w książce znalazło się wiele stwierdzeń, które pochodzą z toczących się powszechnie dyskusji o mediach. Są one kontrowersyjne i nie powinny znajdować się w podręczniku, który ze swej natury powinien zawierać wiedzę pewną, nie budzącą wątpliwości. Do toczących się dyskusji w tej mierze można nawiązać było w pytaniach, których tutaj zabrakło.

Po trzecie, książce jako podręcznikowi o radiofonii publicznej w Europie brakuje kompleksowości. Przydałoby się przynajmniej w skrócie nawiązać do takich problemów, jak zarządzanie radiem, etyka dziennikarza radiowego, radio jako sztuka.