

## Ewa Stasiak-Jazukiewicz, Marta Jas-Koziarkiewicz *Polityka medialna w Unii Europejskiej*

Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011, 544 s., ISBN 978-83-7561-125-0

Monografia dwóch badaczek z Katedry Europeistyki Uniwersytetu Warszawskiego na temat systemów medialnych we współczesnej Europie, dodajmy imponujących rozmiarów, bo liczącej ponad pół tysiąca stron, zasługuje na uważną lekturę, w znaczącym stopniu wzbogaca bowiem dorobek polskiej literatury naukowej poświęconej temu obszarowi badań<sup>1</sup>. Publikację cechuje przy tym przewaga zgromadzonego materiału źródłowego, w postaci oddzielnych raportów krajowych, opracowanych przez obie autorki, nad częścią analityczną autorstwa wyłącznie prof. Ewy Stasiak-Jazukiewicz. Książka ma wyraźny charakter naukowo-dydaktyczny, o czym świadczą pytania i zagadnienia kontrolne zamieszczone, wraz z zalecaną literaturą, na końcu każdego z rozdziałów.

Na czym polega szczególnie walor omawianej publikacji? Po pierwsze, na uwagę zasługuje szeroko zakrojony zakres pracy obejmujący prezentację polityk medialnych oraz regulacji mediów we wszystkich bez wyjątku państwach członkowskich Unii, według jednolitego klucza. Rezultatem takiego założenia jest część druga pracy zatytułowana *Polityki medialne państw członkowskich. Raporty*, w których czytelnik może znaleźć skondensowany materiał na temat polityki medialnej wybranego państwa według logicznego ciągu: 1) ramy prawne, 2) cele polityki medialnej, 3) podmioty (administracja państwowa, ciała regulujące oraz samoregulacja), 4) narzędzia polityki medialnej (koncesje, subwencje bezpośrednie i pośrednie). Po drugie, czytelnik znajdzie w książce interesującą część analityczną autorstwa prof. Ewy Stasiak-Jazukiewicz, która dokonała refleksji teoretycznej na temat polityki medialnej Unii Europejskiej na tle praktycznych rozwiązań na szczeblu unijnym oraz na tle polityk medialnych państw członkowskich. Jest to część pierwsza mono-

grafii zatytułowana *Polityka medialna*, i podzielona na cztery rozdziały z tytułami w formie pytań: *Nowy obszar działalności? Po co nam polityka medialna? Kto kreuje politykę medialną? Czy tylko pieniądze?*

Tytuł części pierwszej nie zawęża jej treści jedynie do polityki medialnej samej Unii. W rozdziale pierwszym znajdują się także teoretyczne rozważania, nie odnoszące się tylko do polityki unijnej, ale zawierające także ogólne definicje polityki medialnej, zakres tego pojęcia i jego odniesienia do innych polityk na poziomie krajowym czy też międzynarodowym. Autorka pisze, że polityka medialna jest „częścią polityki komunikacyjnej” (s. 20) i jako taka musi znaleźć się w obszarze zainteresowania badaczy innych dziedzin, jak choćby socjologii czy ekonomii (s. 19–20). Rodzaje polityki medialnej uzależnione zaś są od jej przejawów w różnych płaszczyznach: obszaru (systemowa, sektorowa), sposobu (operacyjna) lub natężenia (aktywna, pasywna).

Drugi podrozdział jest poświęcony polityce Unii w obszarze mediów, a w szczególności ewolucji stanowiska wobec konieczności prowadzenia jednolitej polityki medialnej na jednoczącym się wspólnym rynku, trzeci zaś uwarunkowaniom polityk medialnych państw członkowskich. Zauważa słusznie, że ewolucja tegoż stanowiska po Traktacie w Maastricht spowodowała, że polityka medialna przestała też być wąsko postrzegana jako proces ujednolicania systemów medialnych państw członkowskich, Autorka przedstawia główne osiągnięcia polityki medialnej, jak: wspólne regulacje i standardy techniczne wspierające rozwój mediów audiowizualnych czy programy nakazujące ochronę dziedzictwa kulturowego i promocję europejskiej kinematografii (s. 32–33). Zauważa, że na razie jednak polityka ta nie jest do końca skuteczna, skoro w kinach całej Unii dominuje produkcja z USA (s. 33).

<sup>1</sup> K. Jakubowicz, *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką*, Warszawa 2010; A. Jaskiernia, *Rada Europy a problemy mediów masowych*, Warszawa 2002; C. Mik, *Media masowe w europejskim prawie wspólnotowym*, Toruń 1999; E. Stasiak-Jazukiewicz, *Polityka medialna Unii Europejskiej*, Warszawa 2005.

Ewolucja stanowiska Unii po Traktacie w Maastricht spowodowała, że polityka medialna przestała też być wąsko postrzegana jako proces ujednoczenia systemów medialnych państw członkowskich, a „władza unijna zaczęła przejawiać zainteresowanie istnieniem niezależnych, pluralistycznych mediów” (s. 37). Struktury unijne zaczęły wykazywać zainteresowanie polityką medialną także jako istotnym instrumentem ich „demokratycznej legitymizacji” (s. 35). Ta obserwacja zaowocowała nowym myśleniem strategicznym o mediach w Unii, które doprowadziło do wielu istotnych inicjatyw europejskiej przestrzeni medialnej (s. 38–39).

Ostatnia część tego rozdziału prezentuje specyfikę krajowych polityk medialnych, która wynika z tradycji politycznej i prawnej, uzależniona jest też od poziomu konsolidacji demokracji, poziomu kultury politycznej wśród decydentów oraz profesjonalizmu dziennikarskiego. W związku z tym w politykach państwowych zachodzi proces internalizacji, w którym znaczenia nabierają standardy międzynarodowe i decyzje podmiotów zewnętrznych, takich jak UE czy Global Media Governance (s. 49). Na te uwarunkowania nakładają się oczekiwania odbiorców, w dużej mierze ukształtowane już przez procesy globalizacji przekazów medialnych oraz koncentracja i logika działania wielkich koncernów, w dużej mierze działających według podobnych schematów (s. 49).

W rozdziale drugim zatytułowanym *Po co nam polityka medialna?* autorka przedstawia cele polityki medialnej Unii jako całości wobec interesów poszczególnych jej członków. Cele polityki unijnej wynikały ze zderzenia z narodowymi potrzebami, a także dostrzeżenia przez samą Unię konieczności prowadzenia takiej polityki, co wcale na początku nie było tak oczywiste<sup>2</sup>. Obecnie polityka medialna Unii ma dwa cele systemowe: wspieranie budowy europejskiej sfery publicznej oraz społeczeństwa informacyjnego (s. 56), które są przedmiotem stałej debaty państw członkowskich z podmiotami unijnymi. Potrzeby narodowe znajdują odzwierciedlenie

w polityce medialnej Unii w wyniku niejednokrotnie ostrego starcia w kwestiach szczegółowych. Przykładem może tu być szeroka debata nad kształtem nowego Komunikatu Komisji w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej z 2009 r.<sup>3</sup>, która stanowi element polityki Unii wobec nadawców publicznych. Jest to ciągle problem niezwykle kontrowersyjny, nawet po przyjęciu Protokołu Amsterdamskiego z 1997 r., i powinien zostać bardziej wyeksponowany w książce, choćby ze względu na liczne decyzje KE i orzeczenia Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości w tej sprawie<sup>4</sup>, o czym autorka wspomina dość marginalnie. Wielu określa ją wręcz nawet jako wrogą wobec tych nadawców, nieustępliwie narzucającą ostre wymogi kontroli nie tylko ze strony Komisji, lecz w pierwszej kolejności ze strony państwa<sup>5</sup>.

W rozdziale trzecim *Kto kreuje politykę medialną?* zaprezentowane zostały podmioty uprawiające politykę medialną na szczeblu struktur Unii oraz krajów członkowskich. Polityka medialna, za którą odpowiada w Unii Komisja Europejska, znajduje się w gestii dyrekcji generalnych, w szczególności DG Społeczeństwo i Media (Grupa Robocza ds. Mediów, czyli *Media Task Force*). Coraz większą rolę odgrywają jednak Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej, a także Europejski Trybunał Sprawiedliwości (s. 71), różne podmioty i ciała doradcze wewnątrzunijne (s. 72) oraz zewnętrzni interesariusze z obszaru komunikacji i mediów (s. 73–75). Krajowe podmioty, tak jak i polityka medialna, leżą – zgodnie z zasadą subsydiarności – w gestii państw członkowskich, choć, jak stwierdza autorka, „przewaga administracji państwowej świadczyć może o aktywnej polityce medialnej” (s. 76). Pełen przegląd krajowych podmiotów kreujących i prowadzących politykę medialną we wszystkich państwach członkowskich znajduje się, jak już wspomniano na początku, w części drugiej książki.

Rozdział czwarty i ostatni pod intrygującym tytułem *Czy tylko pieniądze?* sugeruje próbę

<sup>2</sup> Zob. C. Mik, *Media masowe...*, s. 48–52.

<sup>3</sup> A. Jaskiernia, *Polityka Unii Europejskiej w sprawie zasad pomocy państwa dla publicznej radiofonii i telewizji*, „*Studia Medioznawcze*” 2010, nr 4, s. 93–108.

<sup>4</sup> K. Jakubowicz, *Unia Europejska...*, s. 142–144.

<sup>5</sup> Tamże, s. 145–146.

znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy media to tylko fragment rynku, czy może jednak coś więcej. Autorka dokonuje w nim przeglądu narzędzi polityki medialnej zarówno unijnych, jak i krajowych, do których należą w szczególności: regulacje prawne, polityka koncesyjna, subwencje dla mediów oraz edukacja medialna. Dostrzega przy tym słusznie, że najważniejsze dokumenty paneuropejskie z obszaru mediów są dziełem nie Unii, lecz Rady Europy, której Europejska Konwencja Praw Człowieka z 1950 r., Deklaracja o Wolności Słowa i Informacji (tzw. Europejska Karta Mediów z 1982 r.) i wiele innych dokumentów (s. 85) stanowią fundament aksjologiczny i prawny europejskiego ładu medialnego<sup>6</sup>.

W ostatnich dwóch dekadach Unia stworzyła wiele instrumentów polityki medialnej, w tym w postaci programów ramowych, służących realizacji konkretnych celów. Przykładem mogą być tu programy MEDIA, służące wspieraniu i aktywizacji europejskiego przemysłu audiowizualnego i zachowania dziedzictwa kulturowego Europy (s. 90–91). Dzięki nim zrealizowano setki projektów filmowych, kulturalnych i szkoleniowych dla sfery audiowizualnej w całej Europie, także w koprodukcji z państwami spoza Unii (s. 92).

Polityki medialne poszczególnych państw członkowskich Unii, aczkolwiek nacechowane specyfikami narodowymi, wykazują pewne cechy wspólne. Autorka wskazuje choćby na standardy gwarancji wolności słowa z reguły o charakterze konstytucyjnym (s. 94–95), zakaz cenzury (s. 95), prawo do informacji czy też zasady funkcjonowania mediów elektronicznych (s. 96). Ten ostatni obszar jest stosunkowo najlepiej zunifikowany poprzez wymóg implementacji Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, która ujednocila ramy prawne nadawców telewizyjnych na wspólnym rynku Unii (s. 96). Należy dodać, że polityka Unii w tym zakresie rozpoczęła się stosunkowo wcześniej, bo już pod koniec lat 80. XX w., kiedy to przy-

jęto dyrektywę 89/552/EWG harmonizującą prawo krajowe odnoszące się do nadawania telewizyjnego, znaną jako dyrektywa „Telewizja bez granic”<sup>7</sup>. Stosunkowo nowym, ale niezwykle istotnym obszarem działań Unii jest natomiast edukacja medialna, w ramach której powstały programy na rzecz upowszechniania umiejętności korzystania z internetu, bezpieczeństwa w sieci czy wyrównywania różnic w edukacji medialnej w społeczeństwach w całej Europie. A jest tu jeszcze wiele do zrobienia, bo jak pokazuje Raport z 2010 r., umiejętności korzystania z mediów w Finlandii czy Danii są oceniane jako 2,5-krotnie wyższe niż w Rumunii czy Bułgarii, a nawet w Grecji (s. 107).

Książka stanowi wielowątkowe i cenne poznaczo kompendium wiedzy na temat polityki medialnej samej Unii oraz poszczególnych krajów członkowskich. Przejrzysty układ pracy powoduje, że w tym obszernym i starannie zredagowanym dziele czytelnik dość łatwo dotrze do interesujących go treści. Zdarzają się także drobne potknięcia, jak choćby kwestia finansowania BBC (s. 51)<sup>8</sup>, lecz nie obniżają one zasadniczych walorów całego opracowania.

We wstępie do książki możemy przeczytać, jest ona unikatową publikacją, zarówno w polskiej, jak i zagranicznej literaturze przedmiotu „analizującej polityki medialne organizacji międzynarodowej, jaką jest Unia Europejska i 27 państw ją tworzących” (s.15). Jej niezaprzeczalnym walorem jest fakt, że dotyczy istotnego sektora gospodarki UE, będącego w awangardzie strategii rozwoju opartej na nowych technologiach oraz innowacyjności<sup>9</sup>. Publikacja będzie niewątpliwie nieocenionym źródłem dobrze udokumentowanej wiedzy o polityce medialnej w krajach Unii, zarówno dla badaczy i studentów różnych kierunków studiów, jak i – miejmy nadzieję – także dla praktyków, zajmujących się jej kształtowaniem w Polsce.

*Alicja Jaskiernia*

<sup>6</sup> Zob. A. Jaskiernia, *Rada Europy...*

<sup>7</sup> Zob. C. Mik, *Media masowe...*, s. 239 i n.

<sup>8</sup> Opłatę wnosi się w zależności od rodzaju odbiornika, na ten temat zob. [www.bbc.co.uk/aboutthebbc/inside-thebbc/whoware/licencefee](http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/inside-thebbc/whoware/licencefee) [dostęp: 21.01.2012].

<sup>9</sup> A. Jaskiernia, *Polityka medialna Unii Europejskiej jako czynnik kształtowania europejskiego ładu demokratycznego*, [w:] *Strategie rozwoju Unii Europejskiej*, red. nauk. J.W. Adamowski, K.A. Wojtaszczyk, Warszawa 2010, s. 63–90.