

Sprawozdanie z Międzynarodowego Forum „Public Policies and Media Pluralism. The Future of Community Radio in Central and Eastern Europe”, Budapeszt, 13–14 listopada 2012 roku

Urszula Doliwa

Trójczłonowy system mediów elektronicznych, składający się z sektorów: publicznego, komercyjnego i społecznego, istnieje już w ponad stu krajach¹. Trzeci z nich, przede wszystkim w postaci setek niewielkich społecznych stacji radiowych, wpisał się również w krajobraz medialny Europy. Jednym z pierwszych krajów, w którym takie stacje zaczęły się pojawiać, były Włochy, gdzie w 1977 r. Sąd Najwyższy uznał monopol państwa w zakresie nadawania za nielegalny. W 1983 r. do Włoch dołączyła Francja – kraj, który do dziś jest liderem w zakresie nadawania społecznego, z ponad 500 stacjami tego typu. Dziś niemal wszystkie kraje Europy Zachodniej dysponują wyodrębnionym sektorem społecznym².

Jedną z pierwszych okazji, by podyskutować o roli i przyszłości nadawania społecznego w Europie Środkowo-Wschodniej – regionie, w którym ten sektor nadawania jest, zwłaszcza w porównaniu z krajami Europy Zachodniej, stosunkowo słabo rozwinięty, było spotkanie w Budapeszcie. Spotkali się tam przedstawiciele stacji społecznych, naukowcy zajmujący się tym tematem, jak również reprezentanci organów regulujących rynek audiowizualny z 20 krajów zarówno Zachodniej, jak i Środkowo-Wschodniej

Europy. Ten ostatni region reprezentowany był przez takie państwa, jak: Węgry, Polska, Czechy, Chorwacja, Serbia, Macedonia, Słowenia, Ukraina i Gruzja. Organizatorami byli: AMARC Europe – europejskie przedstawicielstwo World Association of Community Radio Broadcasters Europe – światowej organizacji skupiającej radiowych nadawców społecznych, Center for Media & Communication Studies – centrum badawcze na Uniwersytecie Środkowowschodnim (Central European University) w Budapeszcie oraz Węgierska Federacja Wolnego Radia.

Głównym tematem konferencji była przyszłość rozwoju trzeciego sektora medialnego w Europie Środkowo-Wschodniej i pluralizm na rynku mediów w tym regionie. Jeszcze kilka lat temu temat mediów społecznych był, zwłaszcza w krajach postkomunistycznych, mało znany. Dziś wydaje się, że trójpodział rynku medialnego jest już na tyle powszechny, że również w krajach Europy Środkowo-Wschodniej trudno wyobrazić sobie możliwość pominięcia tego trzeciego – społecznego – filaru w projektowaniu rynku audiowizualnego. Jak się okazuje, w coraz większej liczbie państw regionu sektor ten istnieje i jest wyodrębniony w prawie medialnym, wciąż jednak w wielu miejscach dostęp do eteru, który nale-

¹ K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 44.

² *Introduction*, [w:] *Community Media. A good practice handbook*, auth. S. Buckley and oth., comp. and ed. S. Buckley, Paris 2011, s. 7–8, <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002150/215097e.pdf> [dostęp: 26.01.2013].

ży przecież postrzegać jako dobro publiczne, dla niewielkich społecznych inicjatyw medialnych jest bardzo utrudniony.

Za pierwsze radio o charakterze społecznym w Europie niektórzy uznają słoweńskie Radio Student z Lublany, które zostało założone przez Stowarzyszenie Studentów w 1969 r.³ W 1990 r. dołączyło do niego Radio MARS ulokowane w drugim co do wielkości mieście Słowenii – Mariborze⁴.

Dziś do liderów w Europie Środkowo-Wschodniej w zakresie nadawania społecznego należą Węgry, w których ten sektor z powodzeniem funkcjonuje od 1996 r. Wtedy to w ustawie regulującej rynek mediów elektronicznych wyodrębniono trzy sektory: publiczny, komercyjny i niekomercyjny. Na mocy tej ustawy utworzono także specjalny fundusz wspierający nadawców niekomercyjnych⁵. W 2010 r. działało na Węgrzech łącznie 68 stacji niekomercyjnych⁶. To z pewnością czyniło z tego kraju lidera w Europie Środkowo-Wschodniej pod względem zakresu rozwoju radiofonii tego typu. Uzasadnione zaniepokojenie budzą więc nowe regulacje ograniczające swobodę mediów – nie tylko tych społecznych – które zaczęły na Węgrzech obowiązywać na początku 2011 r. Media niekomercyjne w węgierskim prawie zostały zastąpione przez tzw. media społeczne. Ramy tego społecznego nadawania okazały się jednak na tyle nieostro nakreślone, że doprowadziły do zatracenia wyjątkowego charakteru takich mediów. O taki status bowiem może się od tej pory ubiegać bardzo wiele podmiotów, w tym te komercyjne. Wiele rozgłośni prawdziwie społecznych zostało zamkniętych. Trudną sytuację na Węgrzech referował na konferencji przedstawiciel Węgierskiej Federacji Wolnego Radia Gergely Go-

sztonyi oraz reprezentanci dwóch największych rozgłośni tego typu na Węgrzech – Tilos Radio i Civil Radio.

Jednym z krajów, gdzie trzeci sektor nadawania jest stosunkowo dobrze rozwinięty, jest też Chorwacja. W jej prawodawstwie ten sektor występuje pod nazwą mediów non-profit. O środki przekazu o takim statusie mogą starać się mniejszości narodowe, szkoły, stowarzyszenia obywateli, organizacje pozarządowe, które istnieją co najmniej od trzech lat. Na podstawie koncesji na nadawanie niekomercyjne działa jedno radio o zasięgu krajowym, które nadaje program o charakterze religijnym, katolickim. Ponadto istnieje pięć niekomercyjnych stacji o zasięgu lokalnym. W 2012 r. koncesję na nadawanie otrzymała również kablowa stacja studencka. W Chorwacji 3 proc. środków pochodzących z abonamentu radiowo-telewizyjnego (około 4 mln euro) przekazuje się na specjalny fundusz promujący pluralizm i różnorodność w mediach elektronicznych, z którego mogą korzystać zarówno nadawcy lokalni, jak i nadawcy niekomercyjni. Sytuację nadawców społecznych w tym kraju i plan rozwoju tego sektora przedstawił na konferencji Ernest Strika – przedstawiciel regulatora rynku audiowizualnego z Chorwacji Agencije za elektroničke medije.

Warto również podkreślić, że trzeci sektor mediów jest wyodrębniony prawnie także w serbskim systemie medialnym. W 2002 r. wprowadzono w Serbii podział mediów elektronicznych na trzy sektory: publiczny, komercyjny oraz media obywatelskie. Te ostatnie zostały zdefiniowane jako stacje radiowe lub telewizyjne, których rolą jest zaspokajanie specyficznych potrzeb poszczególnych grup społecznych i stowarzyszeń obywatelskich. Twórcami

³ *Introduction*, s. 7.

⁴ M. Plansak, *Slovenia and the origins of its Community Radio*, [w:] *Radio Content in the Digital Age: The Evolution of a Sound Medium*, eds. A. Gazi, G. Starkey, S. Jędrzejewski, Bristol 2011, s. 227.

⁵ P. Bajomi-Lázár, *Press Freedom in Hungary 1998–2001*, [w:] *Reinventing Media: Media Policy Reform in East Central Europe*, ed. M. Sükösd, P. Bajomi-Lázár, Budapest 2003, s. 108.

⁶ Tamże, s. 302.

mediów obywatelskich mogą być niekomercyjne organizacje pozarządowe lub stowarzyszenie obywateli. Program stacji powinien być dopasowany do profilu działalności organizacji. Stacje tego typu mogą mieć jedynie lokalny zasięg. Finansowanie takich mediów opiera się na grantach, datkach, sponsoringu i w ograniczonym stopniu na reklamie⁷.

Konferencja w Budapeszcie zbiegła się w czasie z debatą publiczną zainicjowaną przez regulatorów rynku audiowizualnego w Polsce i Czechach. W Polsce konsultacje publiczne w zakresie zmian prawa medialnego ogłoszone w maju 2012 r. przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji objęły problem tzw. nadawców społecznych, którzy co prawda istnieją na polskim rynku audiowizualnym, ale jest ich zaledwie ośmiu i są to wyłącznie stacje religijne. Rozwój mediów społecznych został wpisany nie tylko jako jeden z ważnych punktów konsultacji społecznych w zakresie zmian prawa medialnego, ale również został uwzględniony w sprawozdaniu z rocznej działalności przygotowanym przez KRRiT w 2012 r. Znaczenie rozwoju trzeciego sektora medialnego jest dostrzegane również przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, czego wyrazem jest odpowiedź resortu na konsultacje społeczne ogłoszone przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Z kolei w Czechach trzeci sektor medialny dotąd nie został wyodrębniony i obecnie w tej sprawie prowadzone są konsultacje społeczne, które mają się zakończyć w lutym 2013 r.

Nie można zatem powiedzieć, że nadawanie społeczne jest zjawiskiem całkowicie obcym w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Trudno jednak nie dostrzegać, że ten sektor jest w regionie stosunkowo słabo rozwinięty.

W spotkaniu w Budapeszcie wziął udział Gabriel Nissim – przewodniczący Komisji Praw Człowieka Konferencji Międzynarodowych Organizacji Pozarządowych Rady Europy (Human Rights Committee of the Conference of INGOs of the Council of Europe). Przypomniał on, że Rada Europy, a tym samym 47 państw wchodzących w skład tej organizacji, przyjęła 11 lutego 2009 r. ważny dokument dotyczący mediów społecznych⁸, w którym wyraźnie określono zarówno znaczenie, jak i sposoby wspierania tego sektora mediów, które państwa powinny zastosować, by mógł on się rozwijać. Jednak, zdaniem Nissima, wiele krajów, zwłaszcza z Europy Środkowo-Wschodniej, zdaje się ignorować ten dokument.

Zaproszenie na debatę przyjęła też Emmanuelle Machet z European Platform of Regulatory Authorities – organizacji zrzeszającej regulatorów rynku audiowizualnego w Europie. Poinformowała ona, że w ramach organizacji, którą reprezentuje, powołano specjalną grupę roboczą zajmującą się tematem mediów lokalnych i społecznych, i przedstawiła plany działań tego zespołu⁹.

Podczas konferencji zorganizowano kilka paneli dyskusyjnych. W pierwszym z nich zatytułowanym *Polityka państwa a pluralizm mediów: przyszłość mediów społecznych w Europie Środkowo-Wschodniej* do grona panelistów zaproszono wspomnianych już Emmanuelle Machet i Ernesta Strikę, Sally Galianę, przedstawicielkę AMARC Europe, oraz Gergeliego Gosztynyi – przedstawiciela Węgierskiej Federacji Wolnego Radia. Drugi panel był poświęcony edukacji medialnej i zaangażowaniu społecznemu obywateli. Uczestniczyli w nim: Jack Byrne

⁷ L. Rankovic, *Community Media in Europe and the Possibility of Adopting the Best Practices in Serbia* [założenia pracy doktorskiej w trakcie realizacji].

⁸ Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue, The Council of Europe, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919> [dostęp: 28.01.2013].

⁹ Prezentację przedstawioną przez Emmanuelle Machet na konferencji można znaleźć pod adresem: <http://prezi.com/pvrmp168kmb0/public-policies-and-media-pluralism-the-future-of-community-media-in-central-and-east-europe/> [dostęp: 2.12.2012].

i Irena Cvetcovic z Near Media Co-op z Irlandii, Kate Coyer – badaczka mediów społecznych z Central European University w Budapeszcie, Helmut Peissl reprezentujący COMMIT – organizację zajmującą się szkoleniami w zakresie kompetencji medialnych w Austrii, jak również promującą rozwój trzeciego sektora medialnego w Europie organizację Community Media Forum Europe (CMFE) oraz Urszula Doliwa z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, reprezentująca również CMFE. Uczestnicy panelu podkreślali, że media społeczne dają możliwość rozwinięcia kompetencji medialnych grup najbardziej zagrożonych wykluczeniem społecznym. Czynią to często w bardzo nieformalny, ale za to wyjątkowo skuteczny sposób.

Ostatnia sesja była poświęcona przyszłości wolności wypowiedzi oraz pluralizmu w Europie Środkowo-Wschodniej. O możliwościach i ograniczeniach w zakresie wypowiedzi w swoich krajach opowiadali Maka Jahua z Radia Green Wave w Gruzji, Robert Mohorić z Radio Student w Słowenii, Andriy Kulakov reprezentujący organizację Internews z Ukrainy oraz Daniel Varga z Tilos Radio na Węgrzech. Słuchając tych wystąpień, a także dyskusji, która toczyła się podczas panelu, można było odnieść wrażenie, że zwłaszcza w krajach Europy Środkowo-Wschodniej wolność mediów nie może być traktowana jako coś oczywistego i niezmiennego. Trzeba o nią wciąż zabiegać, monitorować jej zakres i prowadzić pracę u podstaw, by poszerzać zakres swobody wypowiedzi, która bywa ograniczana nie tylko przez państwo, ale także duże koncerny medialne, które monopolizują rynek.

Podczas konferencji nie zabrakło także spotkań o charakterze typowo roboczym. Debatoowano na temat tego, co regulatorzy rynku, ba-

dacze, przedstawiciele mediów społecznych mogą zrobić, by wpłynąć na poprawę sytuacji mediów społecznych w regionie. Rozmawiano także o konsekwencjach zmian w prawie medialnym na Węgrzech i możliwości wsparcia stacji społecznych, które zniknęły z eteru w okresie rządów Victora Orbána. Podkreślano, że rozwój radia społecznego w tym kraju stanowi wzór dla innych krajów regionu i dlatego szczególnie warto chronić i wspierać węgierskich nadawców społecznych.

Jednym z głównych celów, jaki postawili sobie organizatorzy konferencji, była promocja idei mediów społecznych, a tym samym przyczynienie się, choćby w niewielkim stopniu, do rozwoju tego sektora w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Należy mieć nadzieję, że tak się właśnie stanie. Radio społeczne w eterze w krajach o tzw. ugruntowanej demokracji jest standardem, ale w Europie Środkowo-Wschodniej często pozostaje zjawiskiem mało znanym i niedocenianym. A szkoda, gdyż radio społeczne może się przyczynić do przezwyciężenia bolączek, z którymi od lat boryka się ten region, takimi jak: niski poziom zaufania społecznego czy niewielki stopień zaangażowania obywatelskiego. Nie można też nie zgodzić się ze stwierdzeniami zawartymi w deklaracji przyjętej na zakończenie forum: „Rozgłośnicie społeczne odgrywają trudną do przecenienia rolę we wspieraniu praw człowieka i promowaniu aktywności społecznej. Prawo do komunikacji, do którego można zaliczyć dostęp do informacji i wolność wypowiedzi, stanowi podstawę istnienia demokratycznych społeczeństw. Ważnym elementem tego prawa jest prawo do komunikowania za pomocą platform, które są niezależne od wpływów rządowych czy komercyjnych”¹⁰.

¹⁰ Tłumaczenie własne. Pełną treść tego stanowiska można znaleźć pod adresem: <http://cypruscommunitymedia-centre.wordpress.com/2012/11/14/the-future-of-community-media-in-central-and-eastern-europe-access-independence-and-rights> [dostęp: 2.01.2013].