

Spojrzyć chłodnym okiem na konferencje medioznawcze – refleksje po seminarium poświęconym mediom publicznym w „epoce cyfrowej”

Wiesław Sonczyk

Zorganizowane przez Zakład Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego trzecie już Seminarium Medioznawcze, tym razem na temat „Media publiczne w epoce cyfrowej w Europie i na świecie – przyszłość czy przeszłość?”, odbyło się w Sali Senatu UW 22 marca 2013 r.

W programie znalazło się 28 referatów, z których 25 zostało wygłoszonych. Zakwalifikowano je do czterech grup tematycznych (paneli): I – *Nowe wyzwania społeczne i technologiczne dla mediów publicznych w epoce cyfrowej* (prowadził go prof. dr hab. Janusz Adamowski, Dziekan WDiNP); II – *Modele telewizji publicznych w różnych krajach* (prowadzący – prof. Akademii Leona Koźmińskiego dr hab. Stanisław Jędrzejewski); III – *Media publiczne w Polsce – problemy i perspektywy* (prowadząca – dr hab. Alicja Jaskiernia) oraz IV – *Oblicza mediów publicznych w Europie i na świecie* (prowadzący – dr Łukasz Szurmiński, wicedyrektor ID). Od razu trzeba jednak dodać, że był to podział czysto formalny, który wprawdzie ustalił porządek obrad seminarium, a także, choć tylko częściowo, wpłynął na zakres tematyczny prezentowanych wystąpień. Rychło okazało się jednak – twierdząc tak po wysłuchaniu wszystkich – że faktycznie tylko panel III miał „własny” profil (zgodny z tytułem), natomiast tematyka referatów wygłaszanych w pozostałych trzech panelach była podobna, a więc przypisanie ich do któregoś z nich było albo

przypadkowe, albo wyłącznie subiektywne (do czego organizatorzy mieli oczywiście prawo).

Nie trzeba przekonywać, że obecna sytuacja, a jeszcze bardziej – przyszłość mediów publicznych to problem niezwykle trudny, ważny i aktualny, nie tylko zresztą w naszym kraju (i to zarówno z perspektywy ekonomicznej, politycznej, społecznej, jak i medioznawczej). Media publiczne szybko tracą bowiem znaczenie praktycznie we wszystkich krajach (nie tylko europejskich), nie wytrzymując coraz silniejszej konkurencji i coraz bezwzględniejszej rywalizacji z mediami komercyjnymi (które w wielu państwach zdecydowanie dominują na rynku mediów elektronicznych), przegrywając zwłaszcza w warunkach dynamicznego rozwoju internetu i tzw. mediów społecznościowych (co zresztą mocno komplikuje sytuację ekonomiczną i społeczną wszystkich „starych” środków masowego przekazu).

Nie ulega wątpliwości, że zaproponowany w tytule zakres tematyczny seminarium został określony bardzo szeroko – zarówno w sensie geograficznym, jak i chronologicznym (czasowym). Nie wiem, czy był to przypadek, czy jednak – co bardziej prawdopodobne – świadomy zamysł organizatorów, ale z pewnością okazał się ryzykowny. To prawda, że tak ogólny temat i zakres merytoryczny seminarium dały możliwość wypowiedzenia się medioznawcom z różnych uczelni i ośrodków akademickich, zajmującym się środkami masowego

przekazu w różnych, czasem nawet egzotycznych krajach. Dzięki temu uczestnicy seminarium (niestety, głównie referenci, bo innych słuchaczy było niewiele) mogli poznać różne perspektywy (ujęcia) badawcze i – co ważniejsze – rozmaite determinanty kulturowo-społeczne, które współdecydują m.in. o strukturze, prawnych podstawach organizacji i funkcjach społecznych mediów publicznych, ich roli w różnych społeczeństwach, m.in. w krajach bałtyckich czy arabskich, w krajach Ameryki Południowej, w Republice Chińskiej, w Japonii itd. Nie była to wprawdzie wiedza szczegółowa, ale wystarczająca, by dojść do wniosku, że zarówno aktualna sytuacja, jak i przyszłość mediów publicznych nie tylko w Polsce wymaga pogłębionej analizy (diagnozy) i opracowania czegoś w rodzaju „programu naprawczego”, który pozwoliłby im przetrwać i rozwijać się, szczególnie w kontekście rozwoju nowych mediów i technologii komunikacyjnych. Chociaż, szczerze mówiąc, o takiej potrzebie mówi się w naszej literaturze przedmiotu od co najmniej dziesięciu lat.

Ale jest druga strona tego medalu. Ustalając szeroki zakres merytoryczny seminarium, organizatorzy mogli (musieli?) przyjąć właściwie każdą propozycję tematu (jeśli tylko w tytule referatu pojawiło się pojęcie „media publiczne”) i cieszyć się tak dużym odzewem ze strony głównie doktorantów i młodych pracowników naukowych z różnych uczelni. Szybko jednak okazało się (już w trakcie panelu I), że

z tego powodu program seminarium jest „zsympowy” (przypadkowy). Między poszczególnymi referatami nie było żadnego związku, ponieważ autorzy z różnych punktów widzenia przedstawiali wybrane tematy, co w praktyce wykluczało choćby możliwość porównania sposobów rozwiązywania jakiejś konkretnej kwestii związanej z działalnością mediów publicznych w różnych krajach (np. ich struktury czy sposobów finansowania). Wydaje się więc, że zamiast pytać o „przyszłość czy przeszłość” mediów publicznych, należało sformułować parę konkretnych pytań (hipotez) badawczych odnoszących się do najbardziej podstawowych zagadnień, od których zależy ich „być albo nie być” w najbliższej przyszłości (bo na przeszłość można właściwie zawsze patrzeć z optymizmem)¹.

Większość przedstawionych referatów miała albo bardzo wąski, wysoce specjalistyczny charakter (profil), albo wręcz przeciwnie – bardzo szeroki i jednocześnie powierzchowny. Co gorsza, ich autorzy ograniczali się najczęściej do mniej lub bardziej szczegółowego opisu struktury wybranych mediów publicznych w jakimś kraju (m.in. na Łotwie, w Japonii, Hiszpanii, Niemczech), właściwie rezygnując z analizy ich formuły programowej, a zwłaszcza jej ewolucji, opinii odbiorców itd., nie mówiąc już o próbie odpowiedzi na pytanie sformułowane w tytule seminarium. W konsekwencji wartość naukowa takich „analiz” jest co najmniej dyskusyjna. Szczególnie wyraźnie

¹ Trzeba przyznać, że organizatorzy – dookreślając zakres tematyczny seminarium – wskazali siedem zagadnień, godnych szczególnego zainteresowania, sugerując potencjalnym autorom referatów ich podjęcie: 1) jakie główne problemy i wyzwania stoją przed mediami publicznymi w dobie cyfryzacji w różnych krajach, nie tylko europejskich, i czy są one niezbędne w społeczeństwie gospodarki rynkowej; 2) jak finansować media publiczne w warunkach wolnego rynku, czy należy je wspierać poprzez pomoc publiczną i/lub prywatną oraz jak przedstawia się pod tym względem sytuacja w różnych krajach; 3) czy państwo powinno dotować media publiczne, ingerując tym samym w sferę wolnej konkurencji w obszarze mediów; 4) jaki sposób finansowania – poza abonamentem – może zapewnić mediom publicznym możliwość funkcjonowania w warunkach rynkowych, nie uzależniając ich od źródeł tego finansowania (państwa, reklamodawców); 5) w jaki sposób określić zadania (misję) mediów publicznych w państwach UE, nie gubiąc „ducha” Protokołu Amsterdamskiego i pozostając w zgodzie z zasadami wolnego rynku i wymogami UE; 6) czy cyfryzacja stwarza warunki dla zwiększenia różnorodności rynku mediów, w tym także dla rozwoju mediów publicznych; 7) jak media publiczne powinny wykorzystywać nowe technologie dla realizacji swoich zadań wynikających z misji publicznej. Okazało się jednak, że tylko nieliczni referenci próbowali podjąć niektóre z tych zagadnień, czyniąc to zresztą powierzchownie i fragmentarycznie.

widać to było w tych referatach, których autorzy próbowali m.in. konstruować – czyniąc to w sposób nadzwyczaj powierzchowny i metodologicznie wątpliwy, chaotycznie i chyba nieco „na siłę” – własne modele „zarządzania i nadzoru nad mediami elektronicznymi” w wybranych krajach z różnych kontynentów, nie podając nawet – według jakiego klucza dobranych. To prawda, że porównywanie, przynajmniej teoretycznie, jest zawsze możliwe, ale przecież nie zawsze warto to robić, jeśli chce się wyprowadzić wartościowe wnioski.

Autorów wystąpień (bo dyskusji praktycznie nie było, już to ze względu na brak czasu, już to ze względu na brak chętnych do zabrania głosu), także ze względu na sposób ich podejścia do przedstawianego w referacie problemu, można podzielić na trzy grupy. Pierwszą – niestety, chyba najliczniejszą – stanowili ci, którzy chcieli sobie po prostu „pogadać”. dywagując „o wszystkim i o niczym”, ściślej – powtarzając m.in. powszechnie znane definicje i zapisy prawne, „odkrywając” prawdy od dawna znane (np. o braku określenia zakresu znaczeniowego pojęć „media publiczne” czy „misja mediów publicznych”) itp. Co gorsza, nie byli to bynajmniej młodzi, niedoświadczeni pracownicy naukowi czy doktoranci (choć kilkoro z nich też zademonstrowało swą umiejętność „gadulenia”).

Drugą grupę referentów stanowili ci, którzy przedstawiali – powiedzmy ogólnie – jednostkowe przykłady (lub pojedyncze aspekty) związane z funkcjonowaniem mediów publicznych, bez jakiegoś szerszego kontekstu (tła) i bez porównania choćby z podobnymi aspektami funkcjonowania tych mediów w takich samych sytuacjach w innych krajach. Dla przykładu: jeden z referentów opowiadał z powagą i z przekonaniem – co warto podkreślić, bo postawę nie wszystkich referentów można tak ocenić – o mediach publicznych na Ukrainie w trakcie ostatnich wyborów parlamentarnych (nawiasem mówiąc, było to jedyne wystąpienie

w języku angielskim), ale właściwie poza opisaniem tego przypadku nic konkretnego z tego referatu nie wynikało, choćby dla oceny postawy tych mediów poza czasem trwania kampanii wyborczej. Można było odnieść wrażenie, że autorzy z tej grupy świadomie poprzestawali na encyklopedycznym opisie jakiegoś problemu (instytucji, organizacji, rozwiązań prawnych itp.), przy czym taki opis (charakterystykę) można łatwo znaleźć w ogólnodostępnych źródłach, zwłaszcza w internecie. Sądząc więc, że bardziej zależało im na samej obecności na seminarium – takie intencje przypisywałbym przede wszystkim doktorantom – niż na udzieleniu odpowiedzi na jakieś konkretne pytanie naukowe. Co więcej, w taki sposób napisanych referatów nie można też uznać za prace twórcze, bo przecież autorzy nie stawiali jakichkolwiek hipotez badawczych, nie dokonywali żadnej autorskiej analizy „badanego” problemu (choćby chętnie operowali pojęciem analizy) ani nie rozwiązywali żadnego problemu naukowego.

Trzecią grupę tworzyli ci referenci, którzy stwarzali, a przynajmniej próbowali stwarzać wrażenie monograficznego podejścia (całościowego ujęcia) do omawianego problemu. Pozostając na wysokim poziomie ogólności swoich rozważań i operując nieprecyzyjnymi pojęciami typu „nadawcy publiczni”, „pluralizm kulturowy”, „epoka cyfryzacji”, „system medialny” itp., przejawiali zdumiewającą łatwość budowania modeli i teorii, a także formułowania prognoz i uogólnionych rozwiązań systemowych, jakby nie biorąc pod uwagę, że – przykładowo – system medialny to przecież bardzo złożona całość, którą tworzą wprawdzie w tym sensie podobne do siebie instytucje medialne, że biorące udział w procesie komunikowania masowego o charakterze periodycznym, ale jednocześnie bardzo różne gdy chodzi o status formalnoprawny, strukturę organizacyjną, ofertę programową, pozycję społeczną itd. Odnosi się to również do mediów

publicznych, traktowanych jako subsystem w obrębie systemu medialnego danego kraju, które jednak funkcjonują przecież w szerszym i bardzo złożonym kontekście medialnym (a także społeczno-kulturowym), w którym szczególną rolę odgrywają choćby media komercyjne. Mówienie więc o mediach publicznych „w ogóle” jest – moim zdaniem – właściwie bezzasadne, ponieważ tworzące ten sektor podmioty są pod wieloma względami zupełnie różne; dla przykładu: nie można jednakowo traktować (i oceniać) TVP Kultura i Programu I TVP SA, podobnie jak ogólnopolskiego Programu I Polskiego Radia SA i programu któregoś z rozgłośni publicznej radiofonii regionalnej. Co najmniej wątpliwe metodologicznie i bardzo ryzykowne (jeśli nie niedopuszczalne) jest też bezkrytyczne i mechaniczne odwoływanie się np. do rozmaitych modeli proponowanych przez zagranicznych badaczy i orzekanie, na ile polskie media publiczne są zgodne z którymś z nich.

Swoistym wspólnym mianownikiem dla zdecydowanej większości referatów było wykorzystywanie prezentacji, rozumianej jako możliwość przedstawienia jakichś istotnych treści w formie graficznej. Od razu powiem, że nie jestem przeciwnikiem korzystania z prezentacji w PowerPoincie, ale uważam, że z tej formy komunikowania należy korzystać rozważnie i tylko wtedy, gdy jest to niezbędne, a przede wszystkim – gdy w formie graficznej (i tylko w ten sposób) można twórczo uzupełnić warstwę słowną wygłaszanego referatu (wykładu). Na pewno warto więc korzystać z prezentacji wtedy, gdy na slajdzie umieszczona jest tabela albo wykres, schemat itp. Ale jeśli na slajdach podaje się np. słowną treść jakiejś definicji albo wymienienia „litanię” tytułów pism (nazw stacji radiowych/telewizyjnych) lub różnego typu „obrazki” (np. logo kolejnych podmiotów sceny medialnej w danym kraju), wtedy dochodzi do (być może – niezamierzonej przez referenta) tabloidyzacji treści samego wykładu, a niekiedy –

wręcz do autokompromitacji (jeden z referatów zapowiedział słuchaczom, że – ze względu na ograniczony czas wystąpienia – będzie mógł jedynie „pomachać slajdami”).

Twierdząc, że – niestety – prezentacje stały się już i „plagą”, i – co gorsza – istotnym zagrożeniem dla poziomu dyskursu naukowego (przynajmniej gdy chodzi o dyscypliny humanistyczne i społeczne). To prawda, że – być może – wizualizacja ułatwia przyswojenie niektórych treści, ponieważ dopuszcza do głosu np. emocje, ale raczej utrudnia ich zrozumienie, ponieważ zwykle dekoncentruje (rozprasza) zarówno niejednego słuchacza (widza?), jak i samego referenta (prezentera?). Widać to było również w trakcie wielu wygłaszanych referatów, mających właśnie formę prezentacji, których autorzy ograniczali się do omawiania tego, co słuchacze (widzowie) widzieli na slajdach. Konsternację i przysłowiową „rozpaczą” w ich oczach powodowały sytuacje, gdy z przyczyn technicznych kolejne slajdy nie „otwierały się” natychmiast po naciśnięciu klawisza komputera.

Nawiasem mówiąc, coraz bardziej rozpowszechniająca się moda na wizualizację referatów, wykładów i innych wystąpień publicznych ma też negatywne konsekwencje już na poziomie prac studenckich, np. licencjackich czy magisterskich. Sam tego doświadczyłem jako ich promotor, usiłując – nie zawsze skutecznie – przekonywać autorów, że nie wszystkie dane statystyczne warto podawać na wykresach; dość powiedzieć przykładowo, że w pracy monograficznej o pewnym tygodniku (w rozdziale o kręgu odbiorców pisma i ich opiniach o jego formule wydawniczej) autor zamieścił, zajmujący prawie pół strony, wykres kołowy, z którego wynikało, że czytelnicy pisma to – po połowie – mężczyźni i kobiety. Gdy próbowałem mu wytłumaczyć, że taki wykres jest zbędny, a informację o strukturze kręgu odbiorców pisma można podać krócej słownie, odpowiedział, że „tak się teraz robi”.

Podsumowując dorobek seminarium, trzeba stwierdzić, że – niestety – żaden z autorów wygłoszonych referatów nie tylko nie odpowiedział na pytanie zawarte w jego tytule, ale nawet nie próbował odnieść się merytorycznie do sformułowanej w nim hipotezy. Trzeba też jednak przyznać, że na tak sformułowane pytanie w istocie nie sposób udzielić odpowiedzi jednoznacznej i wartościowej merytorycznie. Szczerze mówiąc, po wysłuchaniu wszystkich wystąpień zacząłem mieć wątpliwości natury ogólnej – czy w ogóle nauka na poziomie akademickim zdolna jest wypracować i zaproponować jakieś konstruktywne rozwiązanie w odniesieniu do przyszłości mediów publicznych, które – i to od dawna – znajdują się przecież w sytuacji kryzysowej. Czy może jest w stanie tylko opisać tę sytuację i porównywać – choć tylko powierzchownie i fragmentarycznie – z istniejącą w innych krajach. Powodów do ostrożnego optymizmu dostarczył referat Jana Krefta, tyle tylko, że autor występował raczej jako przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia Gdańsk (co zresztą wyraźnie zaznaczył na początku swej wypowiedzi).

Nawiasem mówiąc, po wysłuchaniu większości referatów przedstawionych na seminarium, skłonny jestem zaakceptować zyskującą coraz więcej zwolenników tezę, iż w dyskursie publicznym (także – naukowym) mamy do czynienia z coraz poważniejszym obniżeniem progu kompetencji wypowiedzi o mediach publicznych. Inaczej mówiąc: polski system medialny, a w szczególności właśnie media publiczne stały się łatwym (bo wielowątkowym), głośnym (bo społecznie i politycznie drażliwym) i wygodnym (bo wiedza merytoryczna nie jest niezbędnym warunkiem zabrania głosu) tematem do często nieodpowiedzialnego wypowiedzania się i to nie tylko dla medioznawców, ale także – polityków i politologów, specjalistów od marketingu i PR, socjologów, prawników itd. Każdy z nich zwraca uwagę – w zależności od reprezentowanej

dyscypliny – na inny aspekt funkcjonowania mediów publicznych, ale z łatwością formułuje na tej podstawie wnioski dotyczące ich w ogóle. W ten sposób z roku na rok przybywa publikacji na ten temat, rośnie też liczba konferencji, sympozjów i seminariów, ale od tego kondycja mediów publicznych nie poprawia się.

Program seminarium

Panel I

- prof. dr hab. Jacek Sobczak (Uniwersytet Warszawski) *Refleksja na temat mediów państwowych na Białorusi* (w trakcie wystąpienia autor zmienił tytuł na: *O potrzebie ścisłości terminologii dotyczącej mediów publicznych (w kontekście mediów państwowych na Białorusi)*)
- prof. dr hab. Stanisław Jędrzejewski (Akademia Leona Koźmińskiego) *Nadawcy publiczni w środowisku nowych mediów*
- dr hab. Magdalena Ratajczak (Uniwersytet Wrocławski) *Pluralizm kulturowy w mediach publicznych. Relikt przeszłości czy zadanie „służby publicznej” w przyszłości?*
- dr Marta Jas-Koziarkiewicz (Uniwersytet Warszawski) *Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów publicznych w krajach Unii Europejskiej – analiza na wybranych przykładach*

Panel II

- dr hab. prof. UW Ewa Stasiak-Jazukiewicz (Uniwersytet Warszawski) *Nadawcy publiczni w Niemczech – walka o utrzymanie pozycji dominującej na rynku*
- dr hab. Alicja Jaskiernia (Uniwersytet Warszawski) *Model mediów publicznych w USA: jak się wyróżnić i nie zginąć na skomercjalizowanym rynku?*
- dr Radosław Sajna (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy) *Telewizja publiczna w Ameryce Łacińskiej – dylematy i perspektywy*

- dr Łukasz Szurmiński (Uniwersytet Warszawski) *Media publiczne w Republice Chińskiej i ich finansowanie*
- dr Andrzej Sawicki (Uniwersytet Warszawski) *Przyszłość mediów publicznych w Japonii*
- dr Katarzyna Gajlewicz-Korab (Uniwersytet Warszawski) *Przyszłość francuskiego sektora mediów publicznych w dobie funkcjonowania TNT*
- mgr Tomasz Fraszczyk (Uniwersytet Warszawski) *Reforma łotewskich mediów publicznych w obliczu rosnącej konkurencji nadawców rosyjskojęzycznych i skomplikowanych relacji na linii Łotwa – Rosja*
- mgr Maciej Krzysztozek (Uniwersytet Warszawski) *Pozycjonowanie telewizji publicznych we Włoszech w epoce cyfryzacji. Problemy i wyzwania*

Panel III

- dr Katarzyna Konarska (Uniwersytet Wrocławski) *Media publiczne w Polsce – pomiędzy nowym medialnym ekosystemem a „starym” systemem regulacji*
- dr hab. Jan Kreft (Uniwersytet Gdański) *Nowe media + reklama szansą dla mediów publicznych – doświadczenia Radia Gdańsk SA*
- mgr Magdalena Grabarczyk-Tokaj (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej) *Wykorzystanie mediów społecznościowych w praktyce dziennikarskiej w Polsce: media publiczne a media komercyjne*
- Katarzyna Tołoczko (Uniwersytet Warszawski) *Social media o mediach – polska i brytyjska telewizja publiczna na Facebooku*

Panel IV

- mgr Karol Janoś (Uniwersytet Warszawski) *Wybrane aspekty funkcjonowania telewizji publicznych w RFN*
- mgr Katarzyna Czajkowska (Uniwersytet Warszawski) *Hiszpańskie media publiczne w epoce cyfrowej – misja i rozwój*
- mgr Pavel Kolotvin (Akademia Humanistyczna im. A. Gieysztora w Pułtusku) *Public service media in the digital age in Ukraine during the Parliamentary election 2012*
- mgr Ewa Świątkowska (Uniwersytet Warszawski) *Źródła finansowania misji mediów publicznych – wybrane zagadnienia*
- mgr Iwona Miedzińska (Uniwersytet Warszawski) *Dozwolona pomoc państwa dla mediów publicznych w prawie i praktyce Unii Europejskiej*
- mgr Agnieszka Obaid (Uniwersytet Warszawski) *Pogoń za wojennym newsem. Konflikty zbrojne w telewizji publicznej a ich obraz w codziennej prasie drukowanej*
- Michalina Guzikowska (Uniwersytet Warszawski) *Al-Jazeera Media Network – od instytucji publicznej do prywatnej instytucji użyteczności publicznej*
- Marta Dudek (Uniwersytet Warszawski) *Komunikacja z odbiorcą – podobieństwa i różnice między publicznymi i komercyjnymi nadawcami*
- mgr Katarzyna Czajkowska, mgr Karol Janoś (oboje z (Uniwersytetu Warszawskiego) *Modele zarządzania i nadzoru nad publicznymi mediami elektronicznymi w wybranych państwach Afryki, Ameryki Południowej, Azji i Europy*