

Reforma łotewskich mediów publicznych w perspektywie rozwoju nowoczesnych technologii dystrybucji treści, ewolucji potrzeb odbiorców oraz skomplikowanych relacji na linii Łotwa–Rosja

Tomasz Fraszczyk

Na początku stycznia 2013 roku łotewska Narodowa Rada ds. Elektronicznych Mediów Masowych (NEPL Padome) ogłosiła nową strategię dla publicznego radia (LR) i telewizji (LTV). Zakłada ona odbudowę pozycji nadawców publicznych (LSM) po potężnym kryzysie z lat 2009–2010, który nadszarpnął zarówno finanse tych instytucji, jak i ich pozycję na rynku. W najmłodszych grupach wiekowych te udziały są zdecydowanie najmniejsze i nie przekraczają 20% w przypadku telewizji oraz 8% – w przypadku radia¹. Wobec powyższego, z punktu widzenia łotewskiej racji stanu, szczególnie niekorzystna wydaje się rynkowa siła, dodatkowo umocniona w okresie kryzysu rosyjskojęzycznych kanałów komercyjnych (w tym Pierwszego Bałtyckiego Kanału PBK). Wśród celów swojej działalności

mają one m.in. wspieranie różnych instytucji Federacji Rosyjskiej w polityce „wielokierunkowej dyskredytacji Łotwy i jej władz” – jak to ujęto w raporcie Biura Ochrony Konstytucji (SAB LR) z 2011 roku, przygotowanym dla rządu w Rydze².

Nowa strategia, opublikowana 8 stycznia 2013 roku przez NEPLP, ma przywrócić mediom publicznym nadzorowanym przez instytucje państwa łotewskiego na tyle istotne miejsce w krajowym pejzażu medialnym, aby były one w stanie podjąć skuteczną rywalizację ze stacjami rosyjskojęzycznymi, m.in. w zakresie swoistej potyczki o wizerunek kraju, toczonej zarówno na wizji, jak i w mediach internetowych. Dotarcie z przekazem do młodego widza, czy też szerzej – odbiorcy treści dostarczanych przez media elektroniczne za pośrednictwem

¹ Dane z okresu VIII–X 2012 roku. Por. *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveides koncepcijas detalizācija*, oprac. zbiorowe, NEPL Padome Latvijas Republikas 2013, s. 70–72.

² Por. *Annual Report 2011*, fragment *Propaganda campaigns against Latvia – examples of activities by the Russian TV broadcasting company TV Centre, Foundation Historical Memory (Istoricheskaya Pamyat) and news agency Regnum*, oprac. zbiorowe, Latvijas Republikas Satversmes Aizsardzības Birojs 2012, <http://www.sab.gov.lv/index.php?lang=en&page=16&sid=&nid=285> [dostęp: 19.01.2013].

wielu kanałów dystrybucji – to jeden z głównych, perspektywicznych celów wdrażanej właśnie reformy.

W przedstawianym artykule zostanie ukazany zarys ewolucji łotewskiego rynku mediów audiowizualnych (po 1988 roku), wpływ załamania gospodarczego w 2009 roku na podmioty medialne oraz główne wątki dyskusji i decyzje, które w reakcji na kryzys zostały podjęte przez łotewskie instytucje odpowiedzialne za ład medialny. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na nową ustawę o elektronicznych mediach masowych oraz te elementy projektu reformy, które wynikają z dynamicznego rozwoju nowoczesnych technologii dystrybucji treści i zmieniających się potrzeb i przyzwyczajzeń odbiorców, zwłaszcza w młodszych grupach wiekowych. W ostatniej części tekstu będzie poruszony niełatwy, złożony temat relacji łotewsko-rosyjskich i wieloaspektowego udziału mediów masowych w ich kształtowaniu.

Zarys ewolucji mediów audiowizualnych w Republice Łotewskiej (1988–2009)

Proces pierwotnego kształtowania, a następnie ewolucji systemu mediów publicznych na Łotwie, od zarania odznaczał się gwałtownym przebiegiem zachodzących zjawisk oraz zasadniczym charakterem zmian, które dokonywały się w ich wyniku. Proces, o którym mowa, tradycyjnie jest dzielony na trzy główne etapy:

- Transformacja – od komunistycznego modelu mediów masowych, nastawionych na propagandę, do modelu mediów mocno

zaangażowanych w Łotewskie Przebudzenie, czyli narodowy zryw mający na celu doprowadzenie dotychczasowej republiki radzieckiej do niepodległości utraconej po 1939 roku.

- Próba zrozumienia, czym powinny być media publiczne w państwie demokratycznym, w wyniku której starano się odsunąć tę instytucję od bezpośredniego uczestnictwa w bieżących procesach społeczno-politycznych i uczynić z niej platformę jak najszerzej debaty publicznej z określoną misją i celami działania.
- Komercjalizacja rynku mediów audiowizualnych, a w szczególności telewizji, co obserwowano również w innych krajach europejskich³.

Początek ostatniej z wymienionych uprzednio faz rozwoju rynku datuje się na rok 1995, gdy po kilku latach dyskusji, w obliczu stale pogarszającej się pozycji nadawców publicznych, uchwalono pierwszą łotewską ustawę, która w sposób całościowy regulowała zasady działania mediów elektronicznych⁴. Przyjęcie wzmiankowanej ustawy i powołanie państwowego urzędu nadzorującego rynek RTV nie zakończyło dyskusji nad miejscem i rolą mediów publicznych w łotewskim systemie medialnym, wciąż przecież bardzo młodym w porównaniu z krajami zachodnimi, bez większych praktycznych doświadczeń, które ułatwiałyby stosowanie nowego prawa, czy też zabezpieczały nadawców przez potencjalną ingerencją ze strony klasy politycznej⁵.

Dynamiczny wzrost sektora audiowizualnych mediów komercyjnych oraz nierzadkie

³ Por. I. Brikše, *Public service broadcasting in Latvia: Old images, new user needs and market pressure*, „Central European Journal of Communication”, nr 1 (2010), s. 71 i nast.

⁴ Ustawa o radiu i telewizji, ang. *The radio and television law*. Więcej o tym dokumencie: I. Brikše, *Public service broadcasting in Latvia...*, dz. cyt., s. 72.

⁵ Więcej o głównych punktach, wokół których koncentrowały się owe rozważania: I. Brikše, *Public service broadcasting in Latvia...*, dz. cyt., s. 73 oraz A. Rožukalne, *Media ownership trends in Latvia: political parallelism and concentration*, „Media Transformations” 2012, Vol. 6, s. 113–114.

sygnały o próbach nieformalnego wpływania przez polityków na działalność radiofonii i telewizji spowodowały, że już kilka lat po przyjęciu wskazanej wyżej ustawy zaczęła być ona oceniana jako nieprzystająca do szybko zmieniającego się otoczenia rynkowego oraz praktycznych relacji, które ukształtowały się na styku świata mediów i polityki. NRTC w 2003 roku podjęła prace nad przygotowaniem nowych rozwiązań w zakresie prawa medialnego, część propozycji pojawiła się nawet na forum łotewskiego Sejmu, jednak aż do 2009 roku nie udało się żadnej z nich przeprowadzić przez cały proces legislacyjny. Nadto, zwraca się uwagę, że w przeciwieństwie do szerokiej dyskusji, toczonych w pierwszej połowie lat 90., odnośnie do sytuacji nadawców elektronicznych, próby reform zainicjowane w 2003 roku nie cieszyły się, paradoksalnie, zbyt dużym zainteresowaniem samych mediów, a tym samym opinia publiczna nie została zaproszona do aktywnego udziału w debacie⁶.

Załamanie gospodarcze w 2009 roku a rynek medialny na Łotwie

Sytuacja przeciągających się, jałowych dyskusji uległa zasadniczej zmianie w 2009 roku. Doszło wówczas do gwałtownego załamania gospodarki Łotwy: wartość PKB zmniejszyła się (w ujęciu rok do roku) o 17,7%, zaś stopa bezrobocia skoczyła z 7,5% na koniec 2008 roku do 16,9% na koniec 2009 roku⁷. Powyższe dane błyskawicznie przełożyły się na kondycję krajowego rynku reklamowego, a tym samym – na instytucje medialne, których budżety w zasadniczej mierze były uzależnione od zleceń reklamodawców⁸.

Tabela 1. Wpływy reklamowe poszczególnych typów mediów w okresie załamania gospodarki Łotwy⁹

Sektor rynku medialnego	Zmiana między 2008 a 2009 r.
dzienniki	-57%
czasopisma	-63%
telewizja	-40%
radio	-39%
internet	-32%

Kłopoty gospodarcze kraju w dwójnasób wpłynęły na pozycję łotewskich nadawców publicznych. Po pierwsze, szokowa reforma finansów publicznych, zaordynowana przez rząd premiera Valdisa Dombrovskisa, zakładająca m.in. ograniczenie szeregu wydatków budżetowych, nie oszczędziła państwowej dotacji dla radia i telewizji. Po wtóre, te instytucje boleśnie odczuły krach na rynku reklamy, jako że około 30–40% łącznych wpływów LR i LTV stanowiły w owym czasie środki pozyskiwane ze źródeł komercyjnych¹⁰. Całkiem realna groźba utraty płynności finansowej przez media publiczne skłoniła łotewskich decydentów do podjęcia bardziej konkretnych działań w celu dostosowania ustawy z 1995 roku do zupełnie odmienionego otoczenia i warunków, w których przyszło funkcjonować krajowym nadawcom audiowizualnym. W październiku 2009 roku Sejm powołał grupę roboczą złożoną z ekspertów, naukowców i praktyków zajmujących się na co dzień mediami. Przygotowany przez nich raport zawierał pięć propozycji kluczowych reform, które miałyby skutecznie odpowiedzieć na wyzwania stawiane łotewskim nadawcom elektronicznym zarówno przez dynamicznie

⁶ Por. I. Brikše, *Public service broadcasting in Latvia...*, dz. cyt., s. 74.

⁷ Za: www.img.org [dostęp: 11.03.2013].

⁸ Zob. też A. Rožukalne, *Media ownership trends in Latvia...*, dz. cyt., s. 111.

⁹ Tamże, s. 113.

¹⁰ Por. A. Rožukalne, *From PBS to PSM: The shape of „new” public media in the Baltic States*, <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/2950/Rozukalne%20paper%202012.pdf>, s. 8-9 [dostęp: 3.03.2013].

zmieniającą się sytuację gospodarczą w kraju, jak i przez globalne trendy, związane choćby z konkurencją nowych mediów internetowych, czy ewolucją preferencji (w szczególności młodych) odbiorców. W debacie parlamentarnej, która rozpoczęła się już na początku 2010 roku, kluby sejmowe odrzuciły większość eksperckich propozycji, choć w ostatecznym tekście ustawy medialnej udało się zachować niektóre zapisy postulowane przez grupę roboczą¹¹. Finałny efekt kilkumiesięcznych prac – swego rodzaju kompromis między nieodpartą pokusą klasy politycznej, pragnącą zachować określone wpływy w państwowej instytucji nadzorującej rynek i w mediach publicznych, a propozycjami zaproszonych do współpracy fachowców – uchwalono 12 lipca 2010 roku.

Ustawa o elektronicznych mediach masowych (2011 r.)

Nowe prawo medialne (ang. *Electronic Mass Media Law*) na Łotwie zaczęło obowiązywać po ponad 15 latach od przyjęcia poprzedniej ustawy, która oficjalnie otwierała historię pluralistycznego rynku nadawców audiowizualnych w tym kraju. Oto najważniejsze rozwiązania zawarte w ustawie:

- Powołano nową instytucję państwową odpowiedzialną za nadzór nad rynkiem mediów elektronicznych – Narodową Radę ds. Elektronicznych Mediów Masowych (ang. *The National Electronic Mass Media Council*; rozdz. XI).
- Utrzymano wyłączne kompetencje tego organu w zakresie nadzoru nad całym rynkiem mediów elektronicznych (art. 57, 58, 60, 62).
- Utrzymano dotacje budżetowe jako podstawowe źródło finansowania mediów publicznych, przy czym ustawodawca dopisał zasadę, że w danym roku budżetowym te dotacje nie mogą być niższe niż w roku poprzednim;

nadto – utrzymano prawo nadawców publicznych do czerpania zysków z działalności komercyjnej. Ten zapis zdaje się mieć charakter przejściowego kompromisu w procesie przygotowywania nowego, pozabudżetowego sposobu finansowania tych instytucji, gwarantując im *ad hoc* względną stabilność wysokości środków pozyskiwanych ze źródeł publicznych (art. 70).

- Stworzono Społeczną Radę Doradczą (ang. *Public Advisory Council*) działającą przy Narodowej Radzie, której celem ma być zapewnienie udziału w procesie „wyznaczania zadań realizowanych w ramach misji publicznej oraz kształtowania narodowej strategii rozwoju rynku mediów elektronicznych” przedstawicielom „stowarzyszeń, fundacji, organizacji zawodowych i innych podmiotów aktywnych w obszarze mediów masowych, edukacji, kultury, nauki i praw człowieka” (art. 63).
- W 24 punktach opisano zadania realizowane przez audycje misyjne produkowane w ramach środków z dotacji budżetowej (art. 71, pkt 1).
- Zadania związane z realizacją misji publicznej co do zasady winny być wypełniane przez publiczne media elektroniczne. Narodowa Rada otrzymała jednak prawo (ale nie obowiązek) do zlecania produkcji audycji misyjnych nadawcom niepublicznym (ogólnokrajowym, regionalnym i lokalnym; art. 72, pkt 2–4).
- Definicje różnych typów mediów elektronicznych (art. 3–14).
- Procedury koncesyjne i rejestracyjne (art. 15–21).

Reforma mediów publicznych na Łotwie (2012/2013)

Wyraźne przyspieszenie działań odnoszących się do reformy łotewskich mediów publicznych,

¹¹ Więcej: I. Brikše, *Public service broadcasting in Latvia...*, dz. cyt., s. 75–76.

zaobserwowane jesienią 2009 roku, nie zakończyło się wraz z przyjęciem nowej ustawy medialnej. Co więcej, stosunkowo szybkie i dość skuteczne ustabilizowanie sytuacji gospodarczej w kraju¹² (choć oczywiście nie bez licznych negatywnych reperkusji w życiu społecznym i politycznym kraju) zachęciło klasę polityczną do kontynuowania prac w duchu postulatów parlamentarnej grupy roboczej, przedstawionych w 2009 roku, oraz w kierunku wzmocnienia nadawców publicznych.

W styczniu 2012 roku, zgodnie z postanowieniami ustawy medialnej, Sejm wszczął procedurę wyboru członków nowej Narodowej Rady ds. Elektronicznych Mediów Masowych. Jak pisze jedna z łotewskich autorek, „po raz pierwszy w najnowszej historii Łotwy proces ten odbył się w sposób całkowicie transparentny, poprzedzony szeroką dyskusją i publiczną autoprezentacją wszystkich 40 kandydatów”¹³. Tuż po wyborze swego składu Rada podjęła decyzję o przygotowaniu od podstaw nowej koncepcji reformy publicznego radia i telewizji, z uwzględnieniem m.in. następujących założeń:

- Zachowania spójności krajowej przestrzeni informacyjnej w celu obrony interesów narodowych w zakresie kultury, edukacji, integralności państwa, bezpieczeństwa ekonomicznego. To założenie bezpośrednio wiąże się z absolutną dominacją kapitału zagranicznego (rosyjskiego i szwedzkiego) na rynku mediów komercyjnych oraz negatywną oceną działalności niektórych nadawców rosyjskojęzycznych przez łotewskie służby państwowe odpowiedzialne za bezpieczeństwo kraju.

- Zapewnienia mediom publicznym niezależności od bieżących czynników politycznych i ekonomicznych.
- Wdrożenia profesjonalnych procedur jakościowych (*public value assessment, market impact assessment*).
- Stworzenia warunków zapewniających ciągłość produkcji radiowo-telewizyjnej oraz bezpieczeństwo i dostępność od strony technologicznej¹⁴.

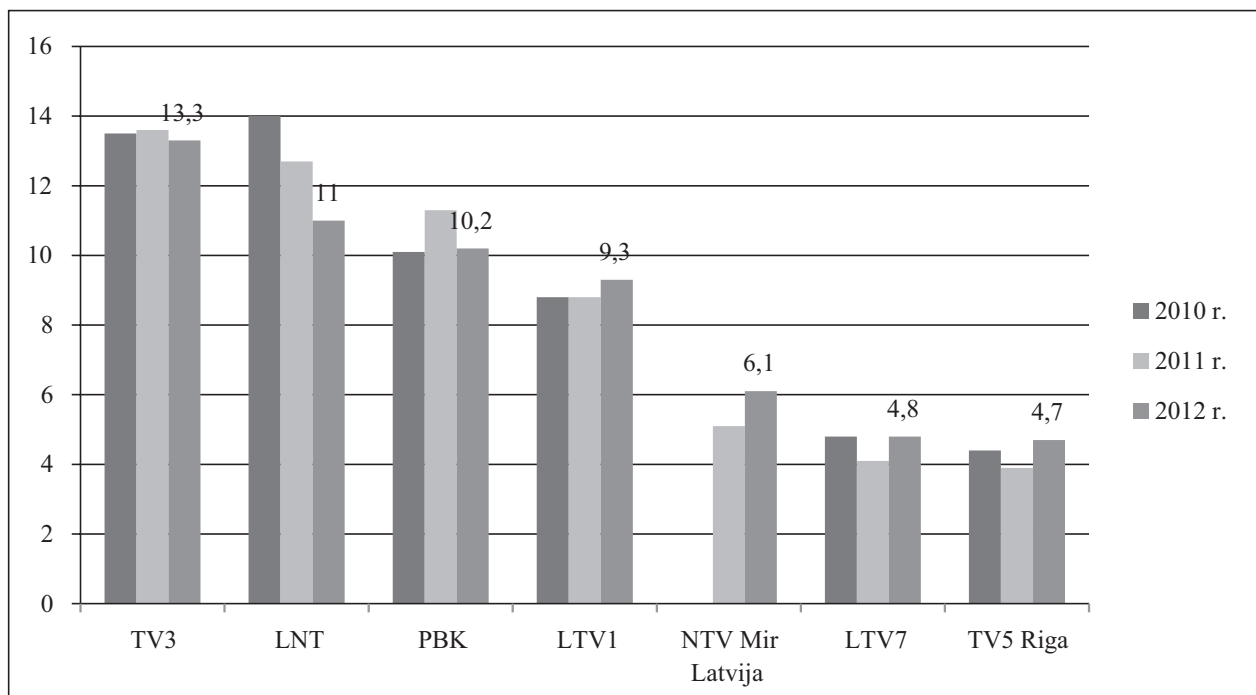
Następnie Narodowa Rada, w porozumieniu z rządem, powołała komisję, w której skład weszło ponad 200 ekspertów z sześciu krajów europejskich, w celu opracowania szczegółowego projektu kompleksowych zmian w systemie łotewskich mediów publicznych uwzględniających powyższe założenia. Komisja obradowała od sierpnia do grudnia 2012 roku, łącznie w 45 podgrupach roboczych, a wyniki prac zostały zaprezentowane 8 stycznia 2013 roku.

Można wskazać trzy zasadnicze elementy charakterystyczne dla łotewskiego rynku mediów audiowizualnych, które w szczególności musiały zostać wzięte pod uwagę przez autorów koncepcji reformy. Po pierwsze, należało się przyjrzeć pozycji publicznego radia i telewizji na tle licznych nadawców komercyjnych. Trudniejsza wydaje się tu sytuacja dwóch kanałów telewizyjnych (LTV 1 oraz LTV 7), które muszą rywalizować z silnymi, należącymi do zagranicznych koncernów multimedialnych, podmiotami prywatnymi. Dane z lat 2010–2012 wskazują, że stacje publiczne zajmowały odpowiednio czwarte i szóste miejsce w rynku oglądalności (SHR) nadawców ogólnokrajowych i regionalnych.

¹² Dość powiedzieć, że w marcu 2013 roku Łotwa była jednym zaledwie czterech państw członkowskich UE (obok Austrii, Luksemburga i Finlandii), które spełniały wszystkie ekonomiczne kryteria konwergencji nominalnej, opisane w traktacie z Maastricht. Zob. Też: A. Aslund, V. Dombrovskis, *How Latvia came through the financial crisis*, Institute of International Economics 2011; K. Dudzińska, *Baltic states' success story in combating the economic crisis: Consequences for regional cooperation within the EU and with Russia*, „Policy Paper” 2013, No 6 (54).

¹³ A. Rožukalne, *From PBS to PSM...*, dz. cyt., s. 18.

¹⁴ Tamże.



Wykres 1. Średnie udziały (w %) w rynku oglądalności największych stacji telewizyjnych na Łotwie w latach 2010–2012¹⁵

Tabela 2. Język nadawania oraz podległość właścicielska czołowych nadawców telewizyjnych na Łotwie¹⁶

Stacja	TV3	LNT	PBK	LTV1	NTV Mir	LT7	TV5 Riga
Język nadawania	łotewski	łotewski	rosyjski	łotewski	rosyjski	łotewski	rosyjski
Własność	MTG (Szwecja)	MTG (Szwecja)	BMA (Rosja)	skarby państwa	BMA (Rosja)	skarby państwa	MTG (Szwecja)

Od wielu lat liderami rynku oglądalności pozostają dwa podmioty komercyjne – TV3 oraz LNT, należące do szwedzkiego koncernu medialnego Modern Times Group Broadcasting

AB (MTG)¹⁷. Natomiast miejsca trzecie i piąte zajmują rosyjskojęzyczne stacje Pierwyj Baltiskij Kanał (PBK) oraz NTV Mir Latwija, które wchodzi w skład operującego we wszystkich

¹⁵ Opracowanie własne na podstawie: *Vsia „Latvijas Televizija”. Sabiedriskais pasutijums 2012. gadam projekts*, oprac. zbiorowe, Riga 2011, s. 7; *Vsia „Latvijas Televizija”. Sabiedriskais pasutijums 2013 projekts*, oprac. zbiorowe, Riga 2012, s. 7.

¹⁶ Opracowanie własne na podstawie stron internetowych nadawców oraz A. Rožukalne, *Media ownership trends in Latvia...*, dz. cyt., s. 141–142.

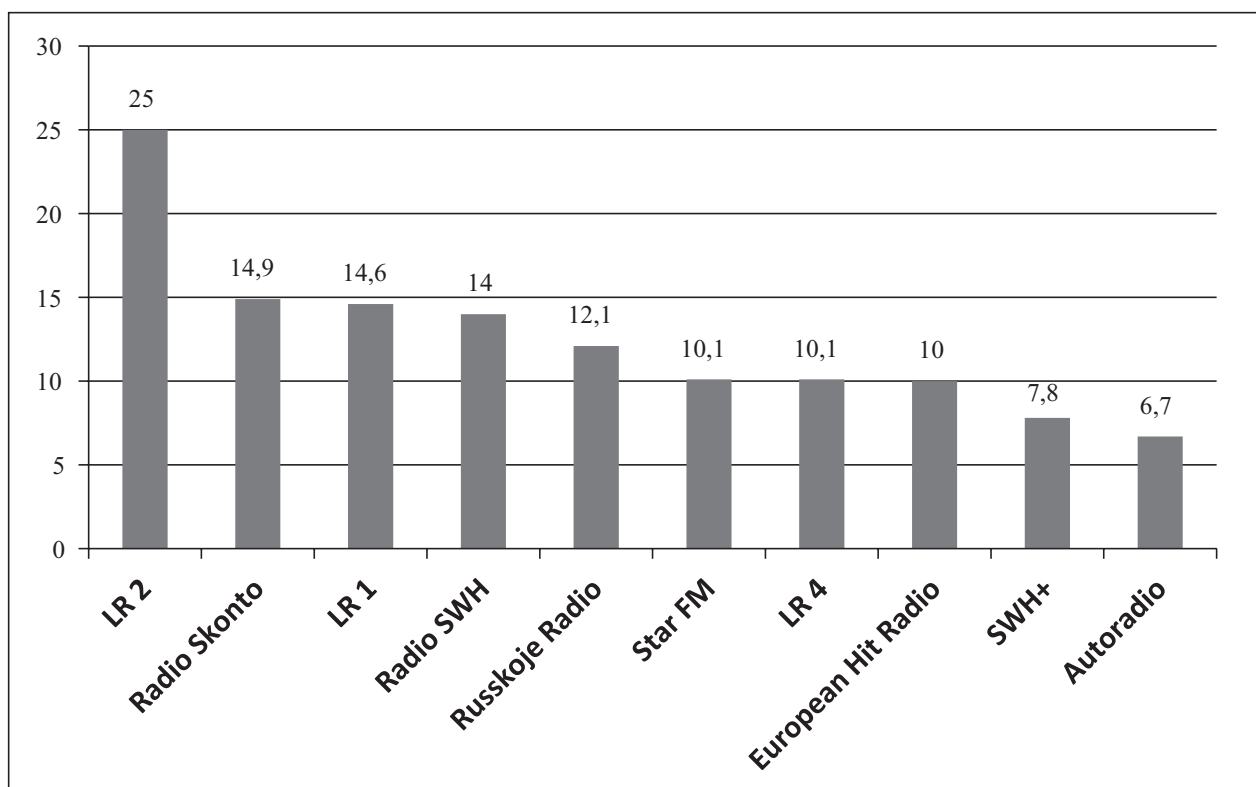
¹⁷ W 2012 roku koncern MTG, posiadający dotąd telewizje TV3 i TV6, zakupił swego największego konkurenta – stację LNT, która zarządza również rosyjskojęzycznym, regionalnym nadawcą TV5 Riga. Tym sposobem Szwedzi stali się zdecydowanym hegemonem łotewskiego rynku telewizyjnego. Omawiana transakcja stała się przedmiotem długiej dyskusji na forum publicznym oraz w ramach analiz przeprowadzanych przez miejscowy Urząd ds. Konkurencji, gdyż połączone podmioty, skupione w grupie MTG, ocierały się o ustawowy limit 35-procentowego udziału w rynku. Ostatecznie wspomniany urząd zgodził się, pod wieloma szczegółowymi warunkami, na przeprowadzenie transakcji, argumentując, że z uwagi na kryzys gospodarczy, wciąż słaby rynek reklamy (zob. wykres 1.), ewoluujące

krajach bałtyckich konglomeratu Baltic Media Alliance (BMA), kontrolowanego przez Rosjanina z łotewskim obywatelstwem Olega Sołodowa oraz obywatela Federacji Rosyjskiej Aleksieja Plusjanowa¹⁸.

W wyraźnie lepszej sytuacji znajdują się cztery rozgłośnie zarządzane przez Łotewskie

w przypadku LTV inwestycji we własne interaktywne projekty internetowe.

Niezagrożonym liderem rynku słuchalności jest drugi program LR, który oferuje głównie audycje o charakterze rozrywkowym oraz współczesną muzykę popularną. Trzecie miejsce zajmuje publiczna „jedenka” nadająca



Wykres 2. Średnia słuchalność (w %) najpopularniejszych łotewskich rozgłośni radiowych, zima 2012 r.¹⁹

Radio (LR), co może wynikać z bogatszej oferty programowej, mniejszej koncentracji kapitałowej wśród komercyjnych konkurentów, większej liczby podmiotów konkurujących o słuchacza oraz wcześniejszych i szerszych niż

w formacie *general news*. Jest to jedyna stacja radiowa na Łotwie zapewniająca całodobowy program informacyjny, wzbogacony licznymi audycjami o charakterze publicystycznym, analitycznym itp. Rosyjskojęzyczna

w kierunku internetu preferencje widzów oraz dużą konkurencją, zaostrożoną w wyniku procesu cyfryzacji, TV3 i LNT zostały osłabione na tyle, że dodatkowo, rywalizując między sobą o pieniądze, mogłyby nie być w stanie kontynuować działalności w dotychczasowej formie i skali. Zob. też A. Rożukalne, *Media ownership trends in Latvia...*, dz. cyt., s. 122.

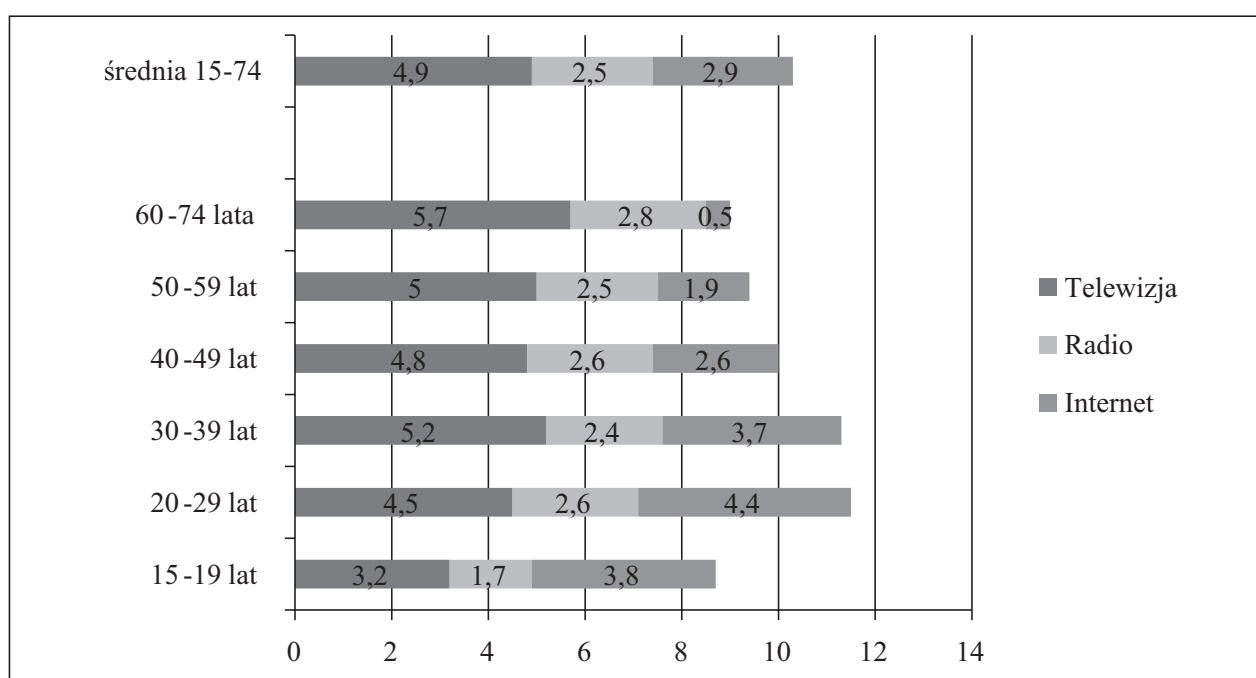
¹⁸ Do grupy BMA na terenie Łotwy należy także m.in. mniejsza stacja REN-TV, kilka tygodników oraz duża agencja reklamowa Baltic Media Advertising. Więcej o kontrowersjach związanych z BMA – w dalszej części tekstu.

¹⁹ Źródło: A. Rożukalne, *From PBS to PSM: The shape of „new” public media in the Baltic States*, <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/2950/Rozukalne%20paper%202012.pdf>, s. 15 [dostęp: 3.03.2013].

„czwórka” plasuje się na miejscu siódmym, z dwucyfrowym wskaźnikiem słuchalności. Można to uznać za sukces, zwłaszcza w kontekście słabości telewizji publicznej, która póki co nie jest w stanie (czy też raczej – nie miała dotąd tego celu wśród swoich ważnych zadań) dotrzeć ze swoim programem do łotewskich Rosjan²⁰. Wreszcie, ostatnia ze stacji LR, kulturalna „trójka” zajmująca siedemnaste miejsce w rankingu, to antena kierowana do odbiorców poszukujących muzyki klasycznej,

i słuchaczy w najmłodszych grupach wiekowych. Co do zasady – im młodszy odbiorca, tym rzadziej korzystają z oferty LR i LTV, choć zarazem nie odbiegają od średniej (a niekiedy nawet ją przewyższają) w kwestii łącznego czasu poświęcanego na „konsumpcję” treści medialnych²¹.

I wreszcie, trzecim punktem wyjścia do projektowanych zmian, ściśle związanym z danymi zaprezentowanymi na wykresie 3. okazała się konstatacja, że najmłodszy Łotysz nie odwraca się od oferty medialnej jako takiej,



Wykres 3. Średni dzienny czas (w godzinach) poświęcony odbiorowi treści w trzech typach mediów w poszczególnych grupach wiekowych w okresie luty–maj 2012 r.²²

jazzowej, dyskusji historycznych, wartościowej literatury itp.

Drugą obserwacją wstępną, która determinowała kierunek reform łotewskich mediów publicznych, jest stała, postępująca utrata widzów

lecz poszukują jej gdzie indziej niż ci starsi – tzn. w internecie. Jak zauważają miejscowe badaczki, „rozwój Internetu na Łotwie osiągnął zapierające dech w piersiach tempo: w latach 2000–2007 liczba użytkowników globalnej

²⁰ Zob. też I. Beitika, *Development of Latvian public service broadcasting: Creation of public value*, <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/2882/Beitika%20paper%202012.pdf>, s. 10 [dostęp: 7.03.2013].

²¹ Pozytywnym (i zarazem jedynym) wyjątkiem w ofercie mediów publicznych jest muzyczno-rozrywkowy drugi program LR, który skutecznie rywalizuje z komercyjnymi konkurentami o młodych słuchaczy (12–34 lata). Zob. też A. Rožukalne, *From PBS to PSM...*, dz. cyt., s. 16; *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 70–73.

²² Opracowanie własne na podstawie: *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 70–73.

sieci wzrosła tu o 713,3% i był to najlepszy wynik w Europie²³.

Tabela 3. Liczba użytkowników internetu na Łotwie²⁴

Rok	Liczba użytkowników internetu	Procent populacji
2000	150 000	6,5
2007	1 070 800	47,0
2010	1 503 400	67,8
VI 2012	1 570 925	71,7

Zestawienie powyższych danych wyraźnie sugeruje, że – chcąc przełamać niekorzystny trend utraty słuchaczy i widzów w najmłodszych grupach wiekowych – zreformowane media publiczne muszą zwrócić się w kierunku internetu i starać się wykorzystać wszelkie możliwości (w tym – w zakresie dystrybucji treści m.in. przez kanały mobilne, tworzenia aplikacji dla poszczególnych nieliniarnych platform odbiorczych, wdrażania projektów interaktywnych, promocji, budowania sieci społecznościowych itp.), które daje światowa sieć. Internet jest właśnie tym miejscem, gdzie owi młodzi odbiorcy oczekują na skierowaną do nich ofertę. Kwestia wydaje się istotna również dlatego, że jak dotąd publiczni nadawcy na Łotwie nie posiadali spójnej strategii działań w przestrzeni sieciowej²⁵.

Po niemal półrocznych pracach komisja ekspercka, działająca przy Narodowej Radzie ds. Elektronicznych Mediów Masowych, opublikowała obszerny raport wraz z szeregiem

dokumentów szczegółowych, które w sumie składają się na projekt gruntownej, rozłożonej w czasie aż do roku 2018, reformy łotewskich mediów publicznych. Spośród wielu proponowanych rozwiązań zostanie przedstawione pięć najważniejszych postulatów, które mają stanowić filary nowej struktury nadawców.

Pierwszy z postulatów odnosi się do kwestii zmiany sposobu finansowania mediów publicznych, o której od wielu już lat się dyskutuje. Po wielokroć krytykowana, przyznawana corocznie dotacja budżetowa miałyby zostać zastąpiona przez mechanizm, który – z jednej strony – uniezależniałby te podmioty od decyzji politycznych, z drugiej zaś – zapewniał stosunkowo stabilne dochody, niezbędne w celu właściwego wypełniania licznych zadań misyjnych opisanych w ustawie. W pracach symulacyjnych uwzględniono dwie możliwości: albo odpis od podatku dochodowego od osób fizycznych w wysokości 0,3–0,4% w pierwszej fazie reformy, albo opłatę audiowizualną wnoszoną przez aktywne zawodowo osoby fizyczne i osoby prawne w kolejnej fazie. Początek zmian planuje się na 2014 rok, a docelowo miałyby pozostać ten drugi mechanizm, zwłaszcza jeśli okaże się skuteczny w tych krajach, które obecnie decydują się na jego wprowadzenie (np. Finlandia od 2013 roku²⁶). Przy założeniu, że sytuacja ekonomiczna Łotwy będzie ulegać stopniowej poprawie, przeprowadzona symulacja zakłada stały wzrost środków finansowych pozyskiwanych ze źródeł publicznych.

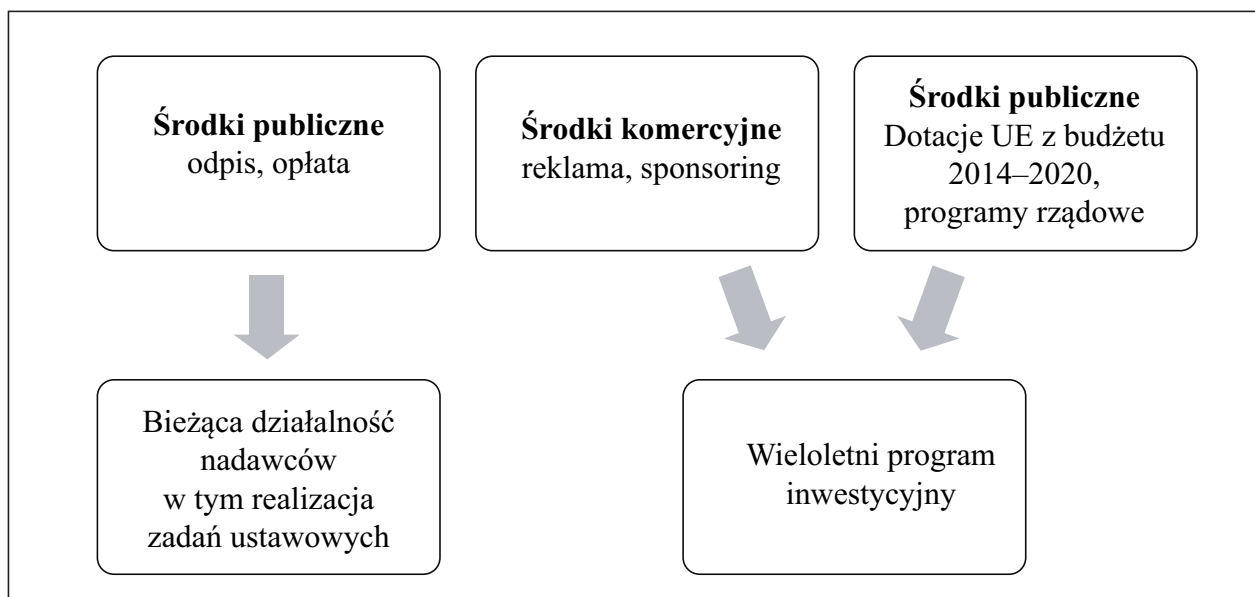
Nadto w każdym z wariantów zakłada się utrzymanie możliwości pozyskiwania przez

²³ I. Briške, V. Zelče, *The Latvian media in the new millennium: Trends in development, content and usage and the emergence of a community of media users*, „Informācijas Moksli” 2008, nr 47 s. 102.

²⁴ Opracowanie własne na podstawie: <http://www.internetworldstats.com/eu/lv.htm> oraz <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm> [dostęp: 3.05.2013].

²⁵ Por. I. Beitika, *Development of Latvian public service broadcasting...*, dz. cyt., s. 9.

²⁶ Więcej: M. Ala-Fossi, *Public service and broadcasting in the post-broadcast era. Finnish media policy reform and the challenges of YLE new strategy*, <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/2788/AlaFossi%20paper%202012.pdf> [dostęp: 5.03.2013].



Rysunek 1. Projekt reformy finansowania łotewskich nadawców publicznych

Źródło: Opracowanie własne.

nadawców publicznych dochodów z działalności komercyjnej, a także składanie wniosków o środki z programów rządowych i unijnych na realizację szeregu planowanych inwestycji technologicznych (platformy internetowe i inne działania z obszaru innowacyjności). Te dwa elementy, mniej więcej w stosunku 50:50, mają złożyć się na finansowanie wieloletniego, ambitnego programu inwestycyjnego LR i LTV i zapewnić jego skuteczne wdrożenie²⁷.

Drugi postulat obejmuje zasadniczą zmianę sposobu organizacji systemu mediów publicznych, zwłaszcza w kontekście ich wzajemnych relacji i wykorzystania efektu konwergencji. Początkowo pod dyskusję poddano trzy potencjalne warianty nowych nadawców:

- Częściowa konwergencja pomiędzy nadawcami zakładająca jednak pozostawienie instytucjonalnej odrębności Łotewskiego Radia i Łotewskiej Telewizji. Oba podmioty brałyby udział w licznych wspólnych projektach, co pozwoliłoby zwiększyć jakość

i dostępność przygotowywanych treści; niemniej tempo niezbędnych reform byłoby zapewne wolniejsze, aniżeli obserwowane dynamiczne zmiany preferencji odbiorców w zakresie korzystania z oferty medialnej.

- Pełna konwergencja nadawców publicznych i stworzenie dla nich całkowicie nowych ram instytucjonalnych. Ten wariant zakłada wykorzystanie efektu synergii między istniejącymi zasobami obecnego LR i LTV, bliską współpracę przy tworzeniu projektów multimedialnych i budowę nowoczesnej, wspólnej infrastruktury technicznej. Powyższy model wymagałby zdecydowanie największych nakładów finansowych.
- Zgodnie z ostatnią propozycją, instytucja mediów publicznych miałaby się skupić na zapewnieniu powszechnej, wielokanałowej dostępności treści, które zamawiano by u niezależnych producentów; jedynie serwisy informacyjne tworzone by, wykorzystując własne zasoby kadrowe. Ocenia się,

²⁷ Szczegóły programu znajdują się w dalszej części artykułu. Zob. też *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija ...*, dz. cyt., s. 362.

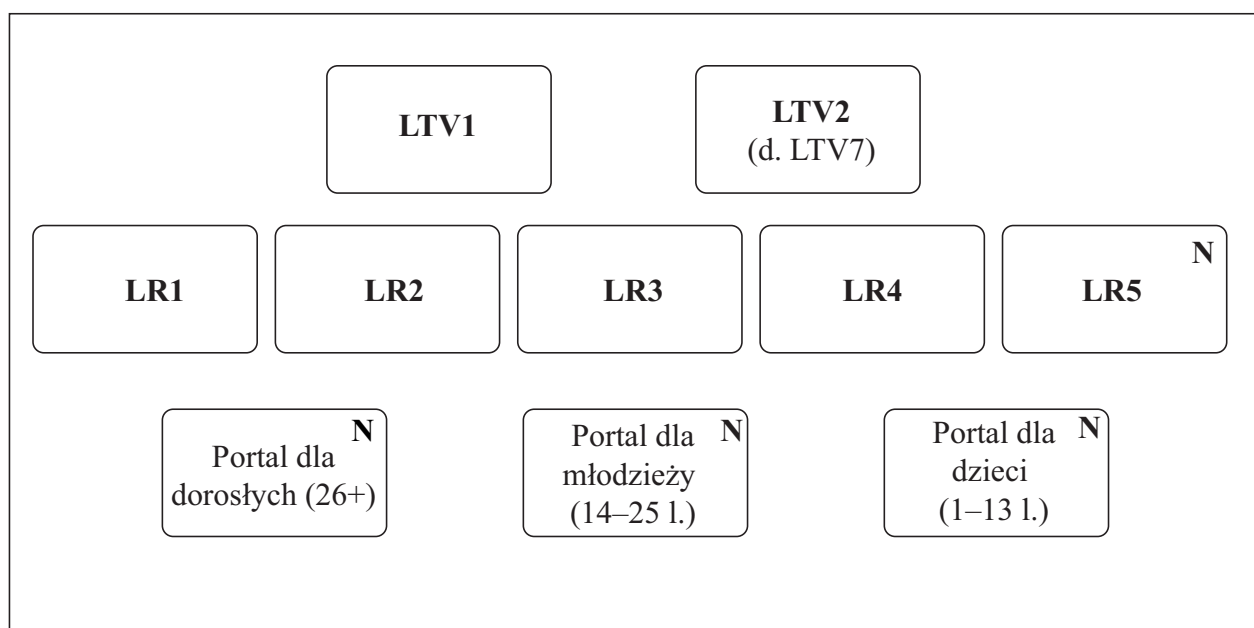
że ten wariant byłby najmniej kosztowny, zarazem jednak stwarzałby wysokie ryzyko dla realizacji długofalowych, ustawowych zadań w zakresie misji publicznej²⁸.

Rząd łotewski już wcześniej skłaniał się ku drugiemu wariantowi, taką też koncepcję wybrała komisja ekspercka²⁹. Postawiła ona na pełną konwergencję nadawców i stworzenie „wiodącego w skali kraju dostawcy treści multimedialnych”. Dostawcy działającego równoległe na trzech platformach: radiowej, telewizyjnej i sieciowej, oferującego dostęp do produkowanych treści za pośrednictwem wszystkich popularnych, zaawansowanych technicznie urządzeń, zarówno stacjonarnych, jak i mobilnych.

Realizacji powyższej strategii konwergencji ma towarzyszyć reorganizacja obecnej struktury mediów publicznych polegająca m.in. na:

- Uporządkowaniu identyfikacji kanałów telewizyjnych (LTV7 przekształcony w LTV2).

- Wyraźniejszemu sprofilowaniu obu odświeżonych anten (LTV1 i LTV2)³⁰.
- Stworzeniu nowej, kierowanej do młodzieży stacji radiowej LR5 – na bazie istniejącej już studenckiej rozgłośni Radio Naba, prowadzonej wspólnie przez Łotewskie Radio oraz Uniwersytet Łotewski w Rydze.
- Budowie trzech nowych portali internetowych – centralnego (grupa docelowa 26+), kierowanego do młodzieży (14–25 lat) oraz kierowanego do dzieci (1–13 lat). W przeciwieństwie do modelu funkcjonującego obecnie, te podmioty nie będą powiązane z konkretnymi rozgłościami i kanałami telewizyjnymi, lecz będą agregować treści powstające w LR i LTV przeznaczone dla poszczególnych grup wiekowych odbiorców, a także – produkować własne materiały i jak najszerzej wykorzystywać możliwości, jakie daje współczesny internet.



Rysunek 2. Konwergentny nadawca: trzy platformy, dziesięć podmiotów³¹

Litera „N” oznacza podmiot budowany od podstaw lub poddany gruntownej przebudowie.

²⁸ Por. A. Rožukalne, *From PBS to PSM...*, dz. cyt., s. 19.

²⁹ Tamże.

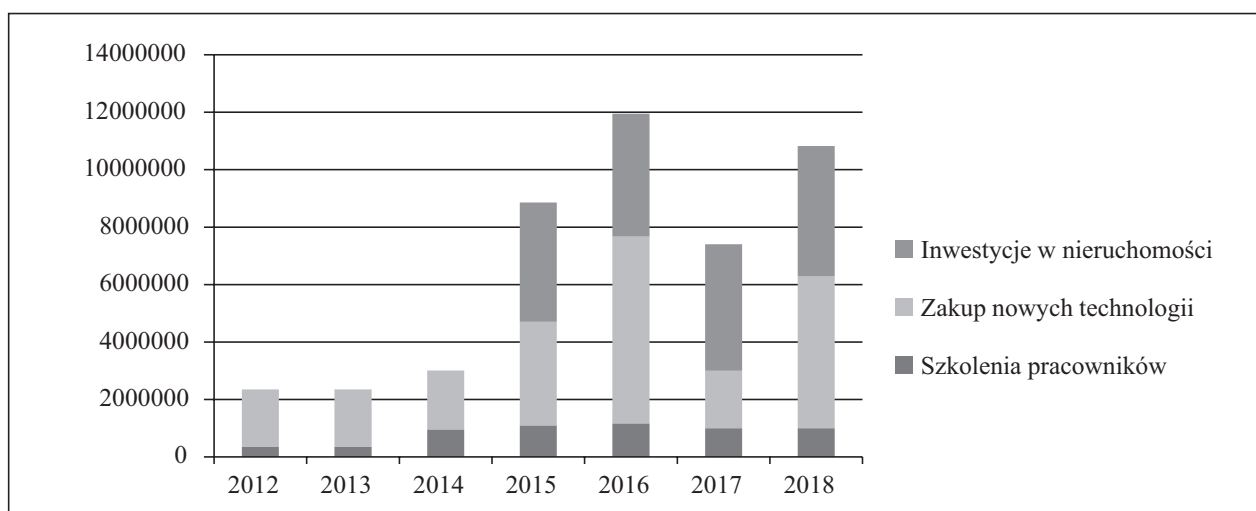
³⁰ Zob. *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 80–81.

³¹ Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 78.

Reorganizacja struktury LR i LTV, lepsza i bardziej precyzyjna segmentacja grup docelowych oraz zaawansowane projekty multimedialne z wykorzystaniem platform internetowych i mobilnych mają przyczynić się do corocznego zwiększania średniego dziennego zasięgu poszczególnych mediów wchodzących w skład łotewskiego nadawcy publicznego³². Bardzo ambitne założenia odnośnie do rozwoju multimedialnej oferty programowej będą możliwe do zrealizowania wyłącznie w przypadku towarzyszących im odpowiednio wysokich inwestycji w produkcję oryginalnych, jakościowych treści własnych. Właśnie ta kwestia została przedstawiona przez komisję ekspercką jako trzeci kluczowy postulat reformy. Zakłada się m.in. stały wzrost liczby godzin premierowych audycji emitowanych przez LR i LTV, a także wdrożenie procedur kontrolnych wzorowanych na brytyjskim *Public Value Test*³³. Główne

obszary tematyczne, na których, zdaniem autorów, winny się skupić media publiczne, to: wiadomości i pogłębiona publicystyka, edukacja i nauka, programy dla dzieci i młodzieży oraz programy kulturalne³⁴.

Postulat czwarty łączy niejako wszystkie poprzednie, wskazując na potrzebę wdrożenia wieloletniego programu inwestycyjnego, który objąłby właściwie wszystkie elementy składające się na nowy system mediów publicznych na Łotwie – od nieruchomości, przez infrastrukturę techniczną, po szkolenia dla pracowników. Zakłada się, że najważniejsze inwestycje zostaną przeprowadzone w latach 2014–2018 i pochłoną 42 mln łatów (LVL). Jak już zasygnalizowano, około 47% kosztów programu zostanie pokryte z dochodów własnych nadawcy³⁵, zaś pozostałe – z budżetu Unii Europejskiej na lata 2014–2020 oraz dotacji celowych z budżetu państwa³⁶.



Wykres 4. Najważniejsze pozycje inwestycyjne mediów publicznych w kolejnych latach (w LVL)³⁷.

³² Tamże, s. 53.

³³ Por. A. Rožukalne, *From PBS to PSM...*, dz. cyt., s. 19.

³⁴ Por. *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 78.

³⁵ Dochody własne mediów publicznych w latach 2014–2018 szacowane są na niemal 20 mln łatów. Por. *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 360.

³⁶ Tamże, s. 362–363.

³⁷ Opracowanie własne na podstawie: *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija...*, dz. cyt., s. 360.

I wreszcie – ostatni postulat – powrót do dyskutowanej już w 2009 roku, i jedynie w częściowo wprowadzonej w ustawie z 2010 roku, reformy w zakresie nadzoru nad mediami publicznymi, powoływania zarządu tych mediów oraz zwiększenia roli czynnika społecznego zarówno w wymienionych wyżej procesach, jak i np. przy ocenie oferty programowej nadawców³⁸. Kluczową zmianą systemową byłoby powołanie dwóch nowych instytucji: Rady Mediów Publicznych³⁹, która przejęłaby od Narodowej Rady ds. Elektronicznych Mediów Masowych niemal wszystkie zadania w zakresie nadzoru nad nadawcami publicznymi i wyznaczania strategii ich rozwoju oraz Rady Odbiorców, ciała doradczego, pełniącego funkcję „kolegialnego rzecznika interesu publicznego”⁴⁰. Ponadto stworzono by jeden wspólny zarząd nowej instytucji nadawczej (LSM)⁴¹ stawiającej na pełną konwergencję.

Reforma mediów publicznych a relacje lotewsko-rosyjskie

Uważna analiza zapisów art. 71 pkt 1 ustawy o elektronicznych mediach masowych prowadzi do wniosku, że przy określaniu zadań misyjnych bardzo duży nacisk położono na kwestie związane z ochroną integralności Łotwy, budową postawy patriotycznej, ochroną

i promowaniem języka lotewskiego itp. Z pewnością jednym z powodów tego typu polityki medialnej są relacje lotewsko-rosyjskie, obecność licznej mniejszości rosyjskiej oraz rola, którą pełnią niektórzy nadawcy rosyjskojęzyczni zarówno w stosunkach między oboma narodami, jak i w wewnętrznych sprawach państwa. Nie bez kozery Narodowa Rada ds. Elektronicznych Mediów Masowych w anglojęzycznej informacji prasowej opublikowanej na swojej stronie internetowej wskazała, że także po planowanej reformie jednym z celów nowych mediów publicznych będzie „obrona interesów społeczeństwa”⁴².

Dane ze spisu powszechnego przeprowadzonego w 2011 roku wskazują, że Rosjanie stanowią niemal 27% społeczeństwa Łotwy, a język rosyjski jest używany w domach jako podstawowy przez jedną trzecią mieszkańców kraju⁴³. Ta sytuacja, wzmocniana niejako przez niełatwą wspólną historię, determinuje powstawanie szeregu napięć we wzajemnych stosunkach między Łotyszami i Rosjanami. Od chwili odzyskania niepodległości przez bałtyckie państwo ci pierwsi zarzucali drugim, że większą lojalnością darzą Federację Rosyjską aniżeli Łotwę; ci drudzy zaś twierdzili np., że Łotysze utrudniają im uzyskanie obywatelstwa, aby wykluczyć ich z wpływu na sprawy publiczne⁴⁴.

³⁸ Z badań lotewskiej opinii publicznej wynika, że respondenci zgadzają się z opinią, że obecnie „wzrostowi nie mają wpływu na zawartość prezentowaną przez media publiczne”. Z drugiej strony – w większości nie utożsamiają się ze stwierdzeniem, że „media publiczne nie są potrzebne, gdyż nadawcy komercyjni mogą z powodzeniem wypełniać ich funkcje”. Por. I. Beitika, *Development of Latvian public service broadcasting...*, dz. cyt., s. 21.

³⁹ Łot. Sabiedriskā mediija padome (SMP).

⁴⁰ Narodowa Rada ds. Elektronicznych Mediów Masowych pozostałaby profesjonalnym regulatorem rynku mediów audiowizualnych odpowiedzialnym za procesy koncesyjne, monitoring przekształceń własnościowych w podmiotach medialnych itp.

⁴¹ Latvijas sabiedriskā mediija (LSM), ang. Latvian Public Service Media (LPSM). Zob. też G. Mikelsons, Z. Culkstena, *Jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā mediija izveides koncepcijas detalizācija*, NEPL Padome Latvijas Republikas 2013, prezentacja multimedialna, http://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/JSEM/SAB_MED_final_WEB.ppt [dostęp 5.02.2013].

⁴² Por. <http://nepl.lv/en/home/news.html> [dostęp: 9.05.2013].

⁴³ Dane za Łotewskim Urzędem Statystycznym (www.csb.gov.lv).

⁴⁴ Więcej o mniejszości rosyjskiej na Łotwie – „kraju będącym najsłabszym ogniwem wśród państw bałtyckich” – w kontekście wydarzeń na Ukrainie (2013/2014 r.) zob. A. Poczobut, *Łotwa następnym celem Putina?*,

Jednymi z ostatnich mocnych akordów w omawianych relacjach były wybory parlamentarne z 2011 roku⁴⁵ oraz ogólnokrajowe referendum konstytucyjne w sprawie uznania statusu języka rosyjskiego za równorzędny łańkowskiemu z 2012 roku⁴⁶.

Współczesne media, jako ważne narzędzie prowadzenia polityki, także w kontekście międzynarodowym, często stają się aktywnym i niezwykle użytecznym atrybutem w rękach swych mocodawców⁴⁷. Ich rola staje się nawet większa, gdy nadają z terytorium kraju, który jest celem nieprzyjaznej dyplomacji ze strony państwa, na rzecz którego owi mocodawcy pracują, a taka właśnie sytuacja, w ocenie łańkowskich służb bezpieczeństwa i wielu ekspertów, występuje na Łotwie. Jak pisze w raporcie z 2011 roku krajowe Biuro Ochrony Konstytucji SAB, rosyjska polityka zagraniczna stawia sobie za cel „prowadzenie ciągłej kampanii dyskredytacyjnej wobec Łotwy, w której Rygę oskarża się m.in. o dążenia do rozbudzenia w społeczeństwie nastrojów faszystowskich, gloryfikację funkcjonariuszy SS i fałszowanie historii; nadto, przedstawia się ją jako kraj upadły, a szczególny nacisk kładzie się na kwestię rzekomej dyskryminacji ludności rosyjskojęzycznej. (...) Istotnym narzędziem

tej strategii staje się obecnie polityka informacyjna oraz ściśle ukierunkowane kampanie propagandowe, prowadzone za pośrednictwem mediów masowych i wyspecjalizowanych organizacji”⁴⁸.

Z powyższą oceną współbrzmia opinie łańkowskich medioznawców. Anda Rożukalne z Uniwersytetu Łotewskiego w Rydze zwraca uwagę na kilka istotnych zjawisk dotyczących podmiotów medialnych powiązanych z Rosją:

- Spółki i osoby kontrolujące media rosyjskojęzyczne niejednokrotnie starają się ukryć swoją kapitałową rezydenturę, stosując techniki typu *off-shore*, jednak z dostępnych danych często daje się wyśledzić ich związek np. z konkretnym rosyjskim bankiem.
- Rosyjskie telewizje zwiększyły swoje wpływy na łotewskim rynku oglądalności w okresie kryzysu gospodarczego, przyciągając widzów dzięki atrakcyjnym, nowoczesnie realizowanym programom i oryginalnym formatom.
- Szczególne miejsce na rynku zajmuje Pierwszy Kanał Bałtycki PBK należący do multimedialnej grupy Baltic Media Alliance. Jednym z celów jego działalności jest „wspieranie sił politycznych reprezentujących interesy ludności rosyjskojęzycznej

„Gazeta Wyborcza” 2014, nr 99, 29.04.2014, s. 13; M. Czarniecki, *Łotwa to nie Ukraina*, „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 90, 17.04.2014, s. 10; *Rosja potajemnie przeprowadza sondaż na Łotwie. Pytają o Krym*, http://wyborcza.pl/1,75477,15798261,_Rosja_potajemnie_przeprowadza_sondaze_na_Lotwie_.html [dostęp: 27.04.2014].

⁴⁵ Zob. też K. Dudzińska, *Wybory parlamentarne na Łotwie – problemy z powołaniem rządu koalicyjnego*, „Biuletyn PISM” 2011, nr 92 (841).

⁴⁶ Zob. też K. Dudzińska, *(Nie)rozwiązany problem mniejszości narodowych w państwach bałtyckich*, „Biuletyn PISM” 2012, nr 30 (895).

⁴⁷ Zob. np. *Pouzilnac: Dyplomacja się kończy. Polska powinna założyć telewizję po angielsku*, http://forsal.pl/artykuly/528053,pouzilnac_dyplomacja_sie_konczy_polska_powinna_zalozyc_telewizje_po_angielsku.html [dostęp: 3.04.2013]; W. Lorentz, *Telekatasznikow*, <http://www.rp.pl/artykul/605306.html> [dostęp: 4.04.2013].

⁴⁸ *Annual Report 2011*, fragment *Propaganda campaigns against Latvia – examples of activities by the Russian TV broadcasting company TV Centre, Foundation Historical Memory (Istoricheskaya Pamyat) and news agency Regnum*, oprac. zbiorowe, Latvijas Republikas Satversmes Aizsardzibas Birojs 2012, <http://www.sab.gov.lv/index.php?lang=en&page=16&sid=&nid=285> [dostęp: 19.01.2013]. Bardzo podobny opis stosowanych metod, a także zbliżone wnioski i oceny odnośnie do działalności rosyjskojęzycznych mediów i organizacji na terenie Estonii formułuje w corocznych raportach tamtejsza Służba Bezpieczeństwa Wewnętrznego; zob. <http://www.kapo.ee/eng/annual-reviews> [dostęp: 13.02.2013].

oraz polityków prokremlowskich. Nie można nie zwrócić uwagi na fakt, że np. najpopularniejszy polityk prorosyjskiej partii Centrum Zgody, a zarazem burmistrz Rygi Nil Uszakow pojawia się na antenie PBK wyraźnie częściej niż reprezentanci pozostałych stronnictw. (...) Niegdyś Uszakow był pracownikiem PBK, nawiązał wówczas liczne kontakty z szefostwem stacji i jej dziennikarzami, które obecnie szeroko wykorzystuje do budowania wizerunku swojego i swojej partii. (...) Symptomatyczna była także postawa PBK w okresie poprzedzającym referendum konstytucyjne z 2012 roku, które głęboko poruszyło całe łotewskie społeczeństwo. Rosyjskie media odegrały kluczową rolę w procesie organizacji plebiscytu. PBK nie tylko zdecydowanie zachęcał swoich odbiorców do poparcia podwyższenia statusu języka rosyjskiego w materiałach redakcyjnych, ale też wyprodukował klip propagandowy, wspierający to rozwiązanie⁴⁹.

- Szefowie PBK i innych powiązanych z Moskwą mediów tłumaczą zwykle, odpowiadając na zarzuty o skrajną stronniczość, że to rosyjska publiczność żąda od nich określonego, politycznie ukierunkowanego przekazu; jednak nie wydaje się to do końca wiarygodne, gdyż badania oglądalności wskazują, że np. atrakcyjny program PBK (serwisy informacyjne, filmy, seriale, *tv shows*) przyciąga również wielu widzów łotewskojęzycznych⁵⁰.

Bardziej stanowcze tezy można znaleźć w licznych publikacjach łotewskich i estońskich dziennikarzy śledczych, którzy wykazali bezpośrednie powiązania Olega Sołodowa, Aleksieja Plusjanowa, PBK i całej grupy BMA nie tylko z Nilem Uszakowem, lecz także z wieloma innymi politykami i urzędnikami pochodzącymi ze wszystkich trzech krajów bałtyckich⁵¹.

W innej publikacji autorzy śledczego cyklu zwracają uwagę, że wymienieni wyżej ludzie tworzą gęstą, sprawnie funkcjonującą sieć powiązań politycznych, biznesowych i towarzyskich, a węzłami owej sieci, wokół których organizuje się działalność jej członków, są rosyjskojęzyczne podmioty medialne, agencje reklamowe, domy wydawnicze z Łotwy i Estonii (oraz w mniejszym stopniu – z Litwy⁵²), które są zarządzane przez Baltic Media Alliance. W opinii reporterów, a także cytowanych w tekstach rosyjskich dziennikarzy (m.in. Olega Samorodnego, byłego dziennikarza „Komsomolskiej Prawdy”), nie ma też cienia wątpliwości co do pochodzących z za wschodnich granic państw bałtyckich źródeł inspiracji i finansowania projektów grupy BMA⁵³.

Wobec powyższych danych oraz szeregu innych przypadków, szczegółowo opisywanych przez łotewskie i estońskie służby kontrwywiadowcze oraz dziennikarzy, nie może dziwić, że oba państwa starają się, w miarę dostępnych środków, przeciwdziałać, tudzież równoważyć rosyjską politykę *soft power* oraz „operacje wpływu z wykorzystaniem środków masowego

⁴⁹ A. Rožukalne, *Media ownership trends in Latvia...*, dz. cyt., s. 124–125.

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ Pełny schemat powiązań zob. I. Springe, S. Benfelde, M. Salu, *The unknown oligarch*, http://www.rebaltica.lv/en/investigations/money_from_russia/a/686/the_unknown_oligarch.html [dostęp: 30.01.2013].

⁵² Zob. też N. Maliukevicius, *Russia's information policy in Lithuania. The spread of soft power or information geopolitics?*, „Baltic Security & Defence Review” 2007, Vol. 9, s. 150–170.

⁵³ O mechanizmach funkcjonujących w medialno-politycznym układzie BMA, źródłach finansowania itp. zob. M. Salu, I. Springe, *Who is the puppet and who is the master?*, http://www.rebaltica.lv/en/investigations/money_from_russia/a/688/who_is_the_puppet_and_who_is_the_master.html [dostęp: 30.01.2013].

przekazu”⁵⁴. Każę to także uwzględnić tę specyficzną motywację wśród istotnych czynników determinujących kierunki reformy i wzmocnienia łotewskich mediów publicznych.

Podsumowanie

Instytucje odpowiedzialne za ład medialny na Łotwie, przy poparciu rządu Valdisa Dombrovskisa, podjęły ważną decyzję odnośnie do gruntownej przebudowy całego systemu mediów publicznych w tym kraju, z uwzględnieniem aktualnych szeroko rozumianych trendów i wyzwań technologicznych, struktury demograficznej odbiorców oraz sytuacji geopolitycznej państwa. Czy projekt reformy, proponowany przez komisję ekspercką działającą przy

Narodowej Radzie ds. Elektronicznych Mediów Masowych, zostanie przyjęty w całości, czy też nastąpią w nim pewne zmiany – trudno w tej chwili przewidzieć. Jeszcze trudniej ocenić, czy ambitne plany wielopłaszczyznowych zmian udałoby się zrealizować w zakładanym czasie i zakresie, biorąc pod uwagę choćby sytuację gospodarczą w Europie. Są to zagadnienia ważne, jednak równie istotne są diagnozy, które już udało się postawić w wyniku omówionych tu szczególnie półrocznych prac ekspertów oraz – wcześniejszych dyskusji. Łotewskie media publiczne i ich odbiorcy mogą więc liczyć na to, że nie zostaną zapomniani, a reforma odłożona *ad acta*⁵⁵.

⁵⁴ Por. *Annual Review 2012*, oprac. zbiorowe, Estonian Internal Security Service 2013, s. 4–10; http://www.kapo.ee/cms-data/_text/138/124/files/kapo-aastaraamat-2012-eng.pdf [dostęp: 2.05.2013].

⁵⁵ Zob. też G. Lowe, *Developing public service broadcasting in Latvia*, <http://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/JSEM/Gregory%20Lowe.pdf> [dostęp: 4.04.2013].