

# Lokalność znika z mediów, a rozwój mediów „non profit” utrudniony

9 czerwca 2024

W Polsce brakuje odpowiednich regulacji, które pozwoliłyby na rozwój koncesjonowanych mediów non-profit, skupiających się na lokalnych tematach – zauważa medioznawczyni dr hab. Urszula Doliwa, prof. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (UWM). Dodaje, że z mediów znika lokalność, bo jest coraz mniej lokalnych rozgłośni i dzienników.

„Media obywatelskie odgrywają ważną rolę w demokracji. Warte są zauważenia i wsparcia” – powiedziała PAP dr hab. Urszula Doliwa, prof. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (UWM), która wraz z zespołem badawczym tworzy Katalog Internetowych Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur oraz prowadzi badania naukowe dotyczące tego sektora mediów. „Oprócz mediów komercyjnych i publicznych, potrzebny jest trzeci sektor mediów – niezależnych od rządowych instytucji czy sfer biznesowych, działających nie dla zysku” – zaznaczyła ekspertka. Na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim od lat prowadzone są badania dotyczące takich mediów. Jej zdaniem „lokalność znika z mediów”. Jak wynika z danych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w 2001 roku działało jeszcze 91 niezależnych, nienależących do dużych sieci prywatnych rozgłośni lokalnych, w 2008 roku mieliśmy już tylko 43 takie stacje. „Rozgłośnie należące do dużych sieci radiowych swój lokalny charakter zachowują zaś jedynie w ograniczonym stopniu” – zauważyła Urszula Doliwa.

W jej opinii system niezależnych lokalnych stacji telewizyjnych nadających w eterze (poza krótkim okresem początku lat 1990.) „nigdy nie rozwinął się w Polsce na większą skalę”. „Telewizje lokalne działają w Polsce głównie w

sieciach kablowych i obecnie balansują na krawędzi przetrwania. Jak zauważa Adam Szynol (2017), zaczęły też zanikać dzienniki lokalne” – podkreśliła ekspertka. Zaznaczyła, że „te zjawiska mają charakter globalny, dlatego liczne kraje podejmują działania i przyjmują regulacje prawne dotyczące trzeciego sektora mediów, które mają za zadanie je wspierać”.

Media obywatelskie, podobnie jak w poprzednich latach, nie są prawnie uznane w Polsce jako trzeci sektor nadawców non-profit, z wyjątkiem niewielkiej grupy „nadawców społecznych” (zgodnie z art. 4 ust. 10 ustawy o radiofonii i telewizji z 1992 r.). „W Polsce nie ma odpowiednich regulacji, które pozwoliłyby na rozwój koncesjonowanych mediów non-profit” – podkreśliła Urszula Doliwa. Pewnego rodzaju problem stanowi też rozwój mediów samorządowych, które – zdaniem ekspertki – „udają media lokalne, drenują lokalne rynki reklamowe i przeznaczają środki publiczne na promocję lokalnych polityków, tym samym pogarszając sytuację mediów lokalnych”. Medioznawczyni zaznaczyła, że sytuacja prawna mediów obywatelskich w Polsce jest palącym problemem. „Brak odpowiednich regulacji prawnych w Ustawie o radiofonii i telewizji dotyczących mediów obywatelskich to wciąż rzadko poruszany temat w toczącej się debacie na temat założeń nowej ustawy medialnej” – powiedziała.

Zauważyła, że funkcjonująca obecnie w prawodawstwie kategoria „nadawcy społecznego” nie jest na tyle rozbudowana, by włączyć w nią wszystkie projekty tworzone oddolnie. Jej beneficjentem są wyłącznie podmioty powiązane z Kościołem. „Brak wsparcia działalności takich twórców ze środków publicznych również zdaje się być bolączką tego środowiska” – dodała badaczka. Jak opisała, z dotychczasowych badań Centrum Monitoringu Internetowego Dziennikarstwa Obywatelskiego UWM, odnoszących się do działających lokalnie dziennikarzy, wyłania się „typ twórcy-pasjonata, z poczuciem misji, który – nie zważając na przeszkody – stara się realizować w zakresie działań

obywatelskich". Zdaniem Doliwy regulacje prawne i możliwość wsparcia finansowego mogłaby poprawić stan mediów non-profit, nie tylko na Warmii i Mazurach, gdzie tworzony jest Katalog Internetowych Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

„Wśród problemów wskazywanych przez badanych przez nas twórców mediów obywatelskich często też pojawia się wątek tzw. hejtu” – zaznaczyła. Jak wyjaśniła, mimo że nie było to zagadnienie, które znajdowało się w zestawie pytań kierowanych do przedstawicieli mediów obywatelskich, to temat ten pojawił się w większości prowadzonych wywiadów. „Twórcy postrzegają to jako poważny problem w komunikacji internetowej. Co więcej, część rozmówców deklaruje, że doświadczyła bezpośrednio przypadków hejtu skierowanego w ich kierunku” – powiedziała badaczka. Jej zdaniem jest to tym bardziej bolesne, że badani „prowadzą działalność społeczną”. „Ich główną motywacją nie jest generowanie zysków. Często inwestują nie tylko swój czas, ale też środki finansowe, aby taką działalność prowadzić. Twórcy starają się na hejt uodpornić i do jakiegoś stopnia go zaakceptować jako nieodłączny element komunikacji internetowej” – dodała. W jej ocenie dowodzi to realistycznego podejścia do działalności prowadzonej w internecie, ale też jest wyrazem bezradności, gdyż ofiary hejtu „nie bardzo wiedzą, co innego mogłyby zrobić”. „Strategie postępowania z hejterami, o których wspominają nasi rozmówcy, obejmują jedynie ich ignorowanie, blokowanie lub podejmowanie spokojnej dyskusji z nimi” – zaznaczyła.

Jednym z celów realizowanego projektu badań mediów obywatelskich na Warmii i Mazurach było zdiagnozowanie problemów, z jakimi borykają się twórcy mediów obywatelskich, co może – zdaniem badaczki – posłużyć do zaprojektowania różnych systemów wsparcia dla tego wartościowego sektora mediów. „W kontekście omawianych wyników badań istotne wydaje się organizowanie szkoleń mających na celu przekazywanie wiedzy na temat tego, jak radzić sobie z hejtem w sieci. Dodatkowo warto wspierać działania mające na celu zwiększenie

odpowiedzialności platform internetowych za tego rodzaju zjawiska” – zaznaczyła Doliwa.

Ekspertka opisuje, że „tradycyjnie media obywatelskie są postrzegane jako media alternatywne do mediów głównego nurtu, promujące – w znacznie większym stopniu niż media publiczne i komercyjne – uczestnictwo i dialog”. „W swoich działaniach kierują się raczej chęcią samorozwoju ich twórców i rozwoju społeczności, której służą, niż logiką rynkową” – zaznaczyła medioznawczyni. Doliwa prowadziła m.in. badania na temat niekomercyjnych rozgłośni radiowych, a zasady działania stacji społecznych opisała w książce „Radio społeczne – trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy”.

Doliwa badała również m.in. udział rozgłośni pirackich w procesie transformacji systemu medialnego. Poświęciła temu nagrodzoną nagrodą Karola Jakubowicza książkę „Pirate waves: Polish Private Radio Broadcasting in the Period of Transformation 1989–1995”. „W rozwoju trzeciego sektora radiowego, ale także radia komercyjnego, ważną rolę odegrały rozgłośnie pirackie. Szczególną rolę ich działalność odgrywała w Europie, gdzie aż do przełomu lat 1970. i 1980. utrzymywał się monopol państwowy w zakresie nadawania” – powiedziała. Jak opisuje badaczka, zakaz tworzenia prywatnych stacji „zaowocował masową falą niekontrolowanych i nielegalnych inicjatyw radiowych”. „Początkowo nazwa rozgłośnie pirackie była stosowana w stosunku do stacji nadających ze statków pływających po wodach międzynarodowych” – informuje badaczka. Celem stacji pirackich była zmiana restrykcyjnych przepisów dotyczących koncesjonowania radia. Większość z nich działała wbrew polityce rządu w zakresie koncesjonowania, zmierzającej do ograniczenia pluralizmu politycznych poglądów wyrażanych drogą radiową. „Podczas gdy część nadawców koncentrowała się na możliwości prezentowania treści w sposób niezależny, z pominięciem oficjalnych kanałów przekazu, inne traktowały prowadzoną działalność jako źródło przychodu” – podała Doliwa.

Niektórzy badacze wręcz odróżniają komercyjne zjawisko zwane

radiem pirackim, które nie było nacechowane ideowo i nakierowane na realizację określonych celów społecznych, od ruchu tzw. wolnego radia, który te cechy miał. „Włoskie i francuskie rozgłośnie silnie związane były z lewicowymi ruchami społecznymi. To rozgłośnie pirackie wywierały oddolną skuteczną presję na rządy poszczególnych państw, by dopuścić do eteru nadawców prywatnych, a później także nadawców niekomercyjnych, obywatelskich” – powiedziała. Przypomniała, że w krajach skandynawskich, takich jak Szwecja, Norwegia i Dania, stosowne regulacje w zakresie stacji społecznych wprowadzono nawet jeszcze zanim dopuszczono do eteru nadawców komercyjnych. Stopniowo następowało to również w innych krajach, głównie Europy Zachodniej. „To działalność pirackich rozgłośni, takich jak Tilos Radio (Zakazane Radio) na Węgrzech przyczyniła się do stworzenia specjalnej kategorii nadawcy działającego nie dla zysku w pierwszej kompleksowej ustawie regulującej działalność radiofonii i telewizji w tym kraju, przyjętej w 1996 roku” – podkreśliła badaczka.

Doliwa jest członkiem Community Media Forum Europe (CMFE) – organizacji stworzonej, by promować rozwój trzeciego sektora medialnego w Europie oraz Rady Ekspertów działającej przy tej organizacji.

Autorstwo: Anna Mikołajczyk-Kłębek (PAP)

Źródło: [NaukawPolsce.pl](http://NaukawPolsce.pl)