



Bogusław Nierenberg  <https://orcid.org/0000-0002-2178-2406>

RECENZJA MONOGRAFII STANISŁAWA JĘDRZEJEWSKIEGO *MEDIA PUBLICZNE W ERZE POSTTELEWIZYJNEJ*

Profesor Stanisław Jędrzejewski to uczony o dorobku naukowym cenionym nie tylko w Polsce. Zwłaszcza jego publikacje dotyczące radia są nie do przecenienia. Wydaje się, że źródeł rangi osiągnięć naukowych Stanisława Jędrzejewskiego należy szukać w dwóch obszarach. Po pierwsze to wysokiej próby warsztat badawczy, który ma solidne oparcie w praktyce w organizacjach medialnych. Przez kilkadziesiąt lat Jędrzejewski był związany z Polskim Radiem, w którym pełnił między innymi funkcję dyrektora programowego PR, dyrektora Programu I; był także członkiem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. W uznaniu dla dokonań badawczych Profesora oraz jego praktyki w organizacjach medialnych społeczność międzynarodowa powierzyła mu funkcję wiceprzewodniczącego sekcji badań nad radiem European Communication Research and Education Association (ECREA) oraz członka International Radio Research Network (IREN). Był także wiceprzewodniczącym komisji radiowej Europejskiej Unii Nadawców Radiowych (EBU). Renomę naukową i uznanie międzynarodowe Jędrzejewski zawdzięcza wybitnym publikacjom. Wśród nich najistotniejsze są bodaj: *Radio Renesans. Od monopolu do konkurencji* (1997, Warszawa: AKT); *Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe* (2003, Warszawa: Profi-Press); *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej* (2010, Kraków: Universitas); *Radio publiczne w Europie. Program, finansowanie, technologia, audytorium* (2015, Warszawa: Poltext); *Od radia Marconiego do mediów strumieniowych. Rewolucja technologiczna, ewolucja przekazu i odbioru* (2020, Warszawa: Poltext). Jego ostatnia monografia, opublikowana przez Poltext w 2024 roku, nosi tytuł *Media publiczne w erze posttelewizyjnej*. Autor rozważa w niej kwestię rudymენტarną z punktu widzenia nas konsumentów mediów:

(...) jak w czasie tych wszystkich przełomowych zmian, głównie technologicznych, ma funkcjonować sektor publicznych (państwowych) mediów? Jakie wyzwania technologiczne

i finansowe stoją przed sektorem mediów publicznych? Jak nadawcy publiczni dostosowują się do zmieniających się preferencji i zachowań widzów/odbiorców? (...) Jak media publiczne mogą zapewnić obiektywność, niezależność i różnorodność informacji w erze fake newsów i dezinformacji? (...) Jak sektor publicznych mediów może wykorzystać nowe technologie, takie jak sztuczna inteligencja czy wirtualna rzeczywistość, w celu poprawy swojej oferty, pozycji rynkowej i rozszerzania zasięgu?

Odpowiedzi, których udziela Autor, są krzepiące. Już we wprowadzeniu przywołuje badania Lizzie Jackson i Michała Głowackiego z lat 2015–2019 przeprowadzone w ośmiu krajach, a dotyczące skłonności publicznych mediów do eksperymentowania z zaawansowanymi technologiami i przepływami danych. Głównym powodem niechęci tych organizacji jest opór wobec zmian. Są jednak organizacje, które mają świadomość nieuchronności zmian i do nich się sposobią.

Stanisław Jędrzejewski podzielił swoją monografię na sześć rozdziałów, a ich tytuły doskonale odzwierciedlają zagadnienia, które stały się *signum temporis* świata mediów. Pierwszy rozdział nosi tytuł: *Nowe technologie u progu ery posttelewizyjnej: szanse i zagrożenia*. Możemy się z niego dowiedzieć, że wkraczamy w erę zmierzchu tradycyjnej telewizji, bowiem światem mediów zawładnęły algorytmy i platformy cyfrowe. Trendy, które królują w tym świecie, to konwergencja, personalizacja treści, wzrost znaczenia mediów społecznościowych, multimedialność oraz kwestie, którymi także zajmuje się niżej podpisany: demokratyzacja twórczości oraz monetyzacja i ekonomia uwagi. Walka o odbiorców, a w gruncie rzeczy o ich uwagę, staje się coraz ostrzejsza. Jest w zasadzie walką na śmierć i życie. W tym przypadku życie danej organizacji medialnej. Na naszych oczach umiera tradycyjna prasa. Nie zawsze przeniesienie treści w domenę cyfrową stanowi remedium na kłopoty. Wciąż trawa szukanie skutecznych sposobów na monetyzację treści. A do tego giganty z platform cyfrowych bez zażenowania powielają (kradną) treści medialne będące tworem dziennikarskim. Czynią to bez poszanowania praw autorskich i żadnej rekompensaty za wykorzystywane treści. Jędrzejewski przywołuje pozew, który „The New York Times” złożył przeciwko Open AI i Microsoftowi. Zarzuca się cyfrowemu gigantowi, że „wykorzystuje miliony tekstów, naruszając prawa autorskie, tworząc na ich podstawie usługę (...) Korporacje big tech powinny oczywiście płacić za oryginalne treści, które wykorzystują do napędzania ruchu na swoich stronach” (s. 32). Autor gorzko konstatuje:

Pierwsza korporacyjna zasada Google’a „Nie czynź zła” od dawna jest nieaktualna. Dzisiaj utopia, do której niegdyś dążyli jej założyciele, coraz bardziej przypomina dystopię – od cyfrowej inwigilacji i utraty prywatności przez szerzenie fałszywych informacji i mowę nienawiści po drapieżne algorytmy, których celem są bezbronni i słabi, oraz produkty, które zostały wymyślone w ten sposób, by manipulować ludzkimi pragnieniami, aspiracjami, potrzebami (s. 33).

To jedna strona medalu. I nie ma co obwiniać nowych technologii. Przywołany cytat to raczej opowieść o ludzkiej chciwości, niż przerażająca wizja AI, która nas sprowadzi do roli bezwolnych *homo sapiens*. Profesor Jędrzejewski ma rację, kiedy

pisze, że nie tyle technologie definiują media cyfrowe, ile sposób ich wykorzystania (s. 85). To stanowi istotę rozważań Autora w drugim rozdziale zatytułowanym *Zmiany technologiczne, zmiany kulturowe a ewolucja audytorium*. Nowe technologie, takie jak VR, AI czy IoT, oferują nowe perspektywy, zarówno dla twórców, jak i użytkowników. Kiedy czytałem rozważania dotyczące przetwarzania, języka, mowy, VR czy AI, pomyślałem sobie, że Marshall McLuhan (2004) miał po stokroć rację, gdy w połowie XX wieku pisał, że media to przedłużenie zmysłów człowieka i że środek przekazu w gruncie rzeczy sam jest przekazem. W ostatnim rozdziale zatytułowanym *Automatyzacja. Uczenie się życia* McLuhan pisze (2004, s. 453):

(...) wzorce społeczne i edukacyjne ukryte w automatyzacji to wzorce pracy na własny rachunek i artystycznej autonomii. Panika związana z automatyzacją jako czymś, co niesie niebezpieczeństwo ujednoczenia wszystkiego na skalę światową, świadczy o przenoszeniu w przyszłość mechanicznej standaryzacji i specjalizacji, które należą do przeszłości.

Ten geniusz z Toronto przenikliwie dostrzegał, że nasz strach czy wręcz panika związane z nowymi technologiami są owocem naszej ignorancji.

Jędrzejewski wskazuje, opierając się przy tym na dociekaniach Fydrych i Herrmana, że branża medialna zareagowała na AI w sposób mieszany i cokolwiek podobny do tego, o czym pisał McLuhan. Profesor Jędrzejewski twierdzi:

Pierwsze reakcje branży medialnej na sztuczną inteligencję i automatyzację dziennikarstwa są zróżnicowane i związane z możliwościami – głównie finansowymi, ale i kompetencyjnymi – korzystania z narzędzi AI. Na ich podstawie można budować scenariusze przyszłości. Dzisiaj najbardziej prawdopodobne wydają się trzy: sztuczna inteligencja zastąpi dziennikarstwo, będzie wspierać i udoskonalać dziennikarstwo, wreszcie – całkowicie pochłonie media i dziennikarstwo (s. 95–96).

Autor nie opowiada się za żadną z trzech wskazanych dróg. Stwierdza nad wyraz celnie, że obecny czas to eksperymenty i testy, z których nie wiadomo, co się wyłoni.

Rozdział trzeci zatytułowany *Perspektywy badań nad korzystaniem i konsumpcją mediów* przynosi rozważania, które ze względu na socjologiczną proveniencję Autora wydają się szczególnie mu bliskie. Mieszają się w tym rozdziale – w najlepszym tego słowa znaczeniu – konteksty technologiczne, kulturowe, socjologiczne. Wszystkie ze sobą powiązane w procesie społecznego komunikowania. To banalne stwierdzenie, ale niestety w tym przypadku nad wyraz prawdziwe: każdy medal ma dwie strony. Możliwości komunikacyjne, które oferują nowe technologie, mają też wady. Wyrafinowane algorytmy w równie wyrafinowany, co i skryty sposób w gruncie rzeczy sterują naszym myśleniem, ergo działaniem. Autor przytacza myśl Scotta Gallowaya: „Dzięki sztucznej inteligencji możemy dzisiaj śledzić zachowania z niewyobrażalną wcześniej dokładnością i w niewyobrażalnej wcześniej skali” (s. 241).

W tym rozdziale Profesor obszernie przytacza własne badania, które były częścią międzynarodowego projektu i pokazują, jak za pomocą nowych mediów

użytkownicy tworzą indywidualne repertuary medialne, np. w rozmowach z rodziną i przyjaciółmi (s. 115–116). Przeglądając wyniki badań w kwestii inspiracji medialnej do dyskusji, można by powtórzyć za Markiem Twainem zdanie: „Pogłoski o mojej śmierci były mocno przesadzone”. Ten tekst sprostowania, które autor *Przygód Tomka Sawyera* zamieścił na łamach „New York Journal” 2 czerwca 1897 roku, pasują jako żywo do tradycyjnych mediów elektronicznych, takich jak radio i telewizja. Jak wynika z badań Stanisława Jędrzejewskiego, to właśnie te dwa media dostarczają najwięcej tematów do rozmów z bliskimi. Internet jest dopiero na trzecim miejscu (s. 116).

A skoro mowa o danych dotyczących polskiego rynku, to Profesor celnie wskazuje, że polski regulator medialny KRRiT nie wywiązuje się ze swoich ustawowych obowiązków badawczych, bowiem mając dostęp do danych RPD (danych z dekodów telewizji kablowej), zaniechał przetwarzania ich, choć w 2018 roku powołał Krajowy Instytut Mediów. Co nie znaczy, że polski rynek medialny nie jest badany. Stanisław Jędrzejewski zasadnie wskazuje anomalie, które dotyczą tego obszaru.

Rozdział czwarty zatytułowany jest *Nadawcy publiczni w nowym krajobrazie mediów*. W zasadzie sam tytuł rozdziału zapowiada zagadnienia, które są przedmiotem eksploracji naukowej Profesora. Zwłaszcza dwa obszary wydają się wspólne Autorowi oraz niżej podpisanemu: zarządzanie organizacjami nadawców publicznych oraz finansowanie tychże nadawców. Profesor wnikliwie przywołuje sposoby działania w tym względzie w rozmaitych krajach świata, by na tym tle przedstawić polskie doświadczenia w tym względzie. Odwołując się do rozmaitych przykładów, wskazuje na niechlubny udział mediów publicznych w kampaniach wyborczych, pokazujący zaangażowanie tychże mediów po jednej ze stron, akurat tej, która sprawowała władzę. Taki sposób działania niewiele miał wspólnego z bezstronnością czy pluralizmem, które winny być znakiem firmowym mediów publicznych (s. 158–165).

Rozdział piąty, zatytułowany *Media publiczne w nowym środowisku technologicznym – obietnice ery posttelewizyjnej*, jest niejako kontynuacją rozważań zawartych w rozdziale czwartym. Różnica z grubsza polega na tym, że o ile o kierunkach zarządzania czy finansowania, a także niezależności decydują ludzie, osoby stojące na czele organizacji medialnych, o tyle to nowe środowisko technologiczne wymusza określone rodzaje decyzji. Poszczególne państwa Unii Europejskiej są suwerenne w swoich decyzjach, jednak Komisja Europejska stara się wskazywać pewne obszary, w których regulacje dotyczące członków Wspólnoty winny być podobne. Profesor wskazuje te dziedziny, ale też przywołuje własne rozwiązania, charakterystyczne dla danego państwa. W dziedzinie usług interaktywnych jest nim na przykład „BBC Red Button”. Za jego pomocą BBC oferuje rozmaite usługi tekstowe oraz wideo – od wiadomości, przez wyniki i komentarze, po treści na temat imprez sportowych czy aktualnej prognozy pogody (s. 239).

Wzmiankowane działania organów regulacyjnych poszczególnych państw europejskich winny mieścić się w pięciu głównych obszarach (s. 248–249): (1) licencjonowanie; (2) ustanawianie standardów jakości; (3) troska o zrównoważenie interesów; (4) ustanawianie zasad finansowania; (5) polityka medialna.

Wskazane obszary są przedmiotem antycypowania Autora w ostatnim, szóstym rozdziale zatytułowanym *Przyszłość mediów publicznych*. Zwłaszcza interesujące są dla polskiego czytelnika rozważania dotyczące przyszłości mediów publicznych w naszym kraju. Autor, w latach 2022–2023 należał do grupy niezależnych ekspertów (obok Jana Dworaka, Jacka Wekslera, Tadeusza Kowalskiego, Karola Kościńskiego i Moniki Śliwińskiej-Kaczmarek), która przygotowała projekt pod tytułem „Nowe media publiczne – media obywatelskie”. W sferze organizacyjnej koncepcja przewiduje istnienie KRRiT jako zbiorowego ombudsmana z czteroletnią kadencją i coroczną rotacją (s. 269). Projekt zakłada, że „członków KRRiT wybieraliby, tak jak obecnie, Sejm, Senat, Prezydent, przy czym w Sejmie kandydaci zgłaszani przez każdy klub musieliby uzyskać większość kwalifikowaną (do ustalenia)” (s. 269).

Wzmiankowana koncepcja zakłada konsolidację Telewizji Polskiej i Polskiego Radia. W jej wyniku miałyby powstać 16 spółek regionalnych w każdym województwie, a następnie w skali ogólnokrajowej. Nowy byłby także sposób powoływania władz mediów publicznych. Projekt zakłada powołanie 13–15 osobowych Rad Powierniczych, które byłyby wybierane spośród przedstawicieli sejmików wojewódzkich, wyższych uczelni, organizacji artystycznych i społecznych. Rady Powiernicze łączyłyby funkcje dotychczasowych Rad Nadzorczych i Rad Programowych. Ich kadencja trwałaby sześć lat. Rady Powiernicze wybierałyby jednoosobowe zarządy, udzielały absolutorium, opiniowały Kartę Powinności, egzekwowały realizację Kodeksu Etycznego. Likwidacji uległyby abonament, a środki na działalność pochodziłyby z Funduszu Misji Publicznej, który byłby zasilany z powszechnej składki audiowizualnej. Byłaby to kwota około 3 mld zł. Około 10% tej sumy byłoby przeznaczane na programy produkowane przez nadawców spoza sektora publicznego. W trakcie tego procesu finansowania mediów publicznych wygaszane byłyby emitowane przez nie reklamy (s. 271–272).

Nieco inny projekt zaproponowało Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Likwidacji miałyby ulec Rada Mediów Narodowych, a Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji byłaby na powrót dziewięcioosobowa, z rotacją 1/3 składu co dwa lata. Media byłyby finansowane poprzez budżet państwa. Także w kwocie około 3 mld zł. Wybór jednoosobowego zarządu spółek mediów publicznych byłby dwuetapowy, a o wyborze najlepszego kandydata decydowałaby KRRiT. To są propozycje. Czy tak się stanie, zależy będzie od polityków i ciągle przejawianej od lat woli wpływania na treści prezentowane w polskich mediach publicznych. Historia poucza nas, że nad wyraz rzadkie były przypadki, w których król z własnej, nieprzymuszonej woli oddawał kawałek swojej władzy, by lud mógł być naprawdę suwerenem.

Profesor Stanisław Jędrzejewski, Autor tej znakomitej książki, pisze w ostatnim zdaniu, że „media służby publicznej w największym stopniu mają służyć budowie i wzmocnieniu społeczeństwa obywatelskiego” (s. 279). Obiema rękami podpisując się pod tym stwierdzeniem.

Bibliografia

- Jędrzejewski S. (2024). *Media publiczne w erze posttelewizyjnej*. Warszawa: Poltext.
- McLuhan M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.