

KATARZYNA KAMIŃSKA-MOCZYŁO

Z PRZEMIAN ESTOŃSKICH MEDIÓW PUBLICZNYCH W PROCESIE TRANSFORMACJI

Transformacja mediów estońskich rozpoczęła się pod koniec lat osiemdziesiątych i trwała – w zależności od źródeł, na które będziemy się powoływać – do 1994 lub do 2001 r.¹ Tak dużą rozbieżność w datach można wytłumaczyć tym, że ukształtowanie się rynku medialnego w Estonii do 1994 r. i okres stabilizacji, który po nim nastąpił, mogły dowodzić, iż krajobraz estońskich mediów masowych jest już ugruntowany. Jednak wydarzenia z początku XXI w. udowodniły, że powstawanie nowych struktur systemowych to proces wyjątkowo żmudny i długofalowy, a stawianie cezur czasowych nie zawsze jest skuteczne. Niewątpliwie jednak sukcesem procesu transformacji mediów estońskich było pojawienie się już w początkowym okresie prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych oraz lokalnych radiostacji prywatnych.

W każdym z krajów pozostających w sferze wpływów ZSRR zewnętrzne uwarunkowania transformacji były podobne. Jak każda zmiana, tak i przekształcanie się mediów, z kontrolowanych przez państwo w samodzielnie zarządzane instytucje, nie przebiegało bez zakłóceń. W literaturze wymienia się wiele barier pozostawionych przez realny socjalizm, a wynikających przede wszystkim z rozwoju gospodarczego, których nie udało się zniwelować w początkowym

¹ Pierwszą cezurę wyznacza J. Darski w swojej pracy: *Estonia, historia, współczesność i konflikty narodowe*, Warszawa 1995, s. 100 i n. Z kolei w książce P. Vihailem (red.): *Baltic Media in Transition*, Tartu 2002, w rozdziale *The Transformation of Estonian Society and Media: 1987–2001*, s. 17–47, autorzy M. Lauristin i P. Vihailem podają, że transformacja obejmowała lata 1987–2001. Wyznaczają przy tym cztery okresy: 1987–1991 – okres politycznego przedzierania się, 1991–1994 – okres radykalnych reform, 1995–1999 – okres stabilizacji i 2000–2001 – kryzys w rozwoju mediów. Autorka przyjmuje, że wydarzenia po 1994 r. były okresem utrwalenia rynku prasowego, kryzys zaś na początku następnego stulecia, mimo iż mógł zagrozić stabilizacji mediów, jednak nie doprowadził do zniszczenia systemu prasowego, ale, w konsekwencji, do umocnienia jego – wypracowanych w poprzednim okresie – struktur.

procesie transformacji². Podobnie było w Estonii, gdzie najważniejszymi elementami utrudniającymi przeprowadzanie zmian na początku transformacji był brak kapitału i niedobór wykształconych na europejskim poziomie dziennikarzy, zaspokajających zwiększające się zainteresowanie Estończyków elektronicznymi nośnikami informacji³. Stacje radiowe i telewizyjne, które powstawały na rynku mediów, oraz zwiększająca się liczba odbiorników satelitarnych stanowiły silną konkurencję dla prasy drukowanej.

W czasie przynależności terenów Estonii do Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich władza podejmowała próby ujednoczenia tematów poruszanych przez prasę we wszystkich republikach związkowych. Na początku lat siedemdziesiątych telewizja i radio państwowe podlegały ścisłej kontroli Gławlitu⁴ i partii komunistycznej. Stałą praktyką było zastraszanie dziennikarzy. Zdarzało się, że władze telefonicznie wydawały zalecenia dotyczące zawartości programów czy decydowały o zdjęciu z anteny audycji niektórych autorów⁵. Telewizja podlegała szczególnej kontroli, ponieważ od początku swego istnienia była nośnikiem informacji najbardziej wpływającym na społeczeństwo. Za ewentualne błędy popełnione na wizji i poza nią, a dotyczące przede wszystkim spraw politycznych, redaktorów spotykała bardziej dotkliwa kara, niż miałyby to miejsce w innych środkach przekazu. Programy informacyjne, zarówno te nadawane z Moskwy, jak i redagowane lokalnie, przygotowywano według ściśle ustalonego schematu, obowiązującego na terytoriach i w państwach zależnych od władzy ZSRR⁶.

Zmiany nastąpiły dopiero wówczas, gdy w mediach elektronicznych pojawiły się nowe formy wypowiedzi dziennikarskich oraz redaktorzy o wybitnych osobowościach. Osoby zbyt znane i publicznie szanowane, aby władza nie zauważała ich wpływu w społeczeństwie. Byli oni mniej zagrożeni konsekwencjami za

² Zwraca na to uwagę M. Golka w swojej pracy: *Transformacja systemowa a kultura w Polsce po 1989 roku*, Warszawa 1997, s. 10–17 oraz s. 13.

³ W latach osiemdziesiątych przeciętny Estończyk oglądał telewizję średnio przez 1 godzinę i 52 minuty oraz słuchał radia przez 3 godziny i 41 minut. W następnej dekadzie wartości te wzrosły odpowiednio do 3 godzin i 17 minut w wypadku telewizji oraz 4 godzin i 23 minut dla radia. Za: <http://www.Estonica.org>: Development of the public field – dwujęzyczna encyklopedia internetowa publikująca materiały przygotowywane przez Instytut Estoński (data odczytu: 18.02.2003).

⁴ Gławlit to skrót określający Główny Zarząd do spraw Literatury i Sztuki – urząd cenzorski powstały w 1922 r. i działający z ZSRR.

⁵ Jak podaje M. Lõhmus w swoim artykule pt. *Normatywne modele totalitarnych mediów i kontroli wypowiedzi publicznych na przykładzie Republiki Estonii*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2003, nr 3–4, „jednym z problemów badania praktyk radzieckiej cenzury jest to, że jej działania nie są udokumentowane. Cenzorzy, dziennikarze, redaktorzy i naczelni stale otrzymywali wiele instrukcji, zapisów cenzorskich i rad – działo się to jednak w prywatnych rozmowach lub przez telefon”. Również w książce S. Høyera, E. Lauk i P. Vihalemma (red.): *Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity and Journalism*, Tartu 1993, s. 215, można znaleźć informację, że w rok po odzyskaniu niepodległości zaczęto w Estońskiej Telewizji szukać spisu redaktorów usuwanych z wizji. Listy takiej nie odnaleziono i wydaje się możliwe, iż niewygodnych autorów programów odsuwano od realizacji bez jakiegokolwiek pisemnej notatki, a tylko na podstawie ustnego polecenia władz.

⁶ S. Hoyer, E. Lauk, P. Vihaemm (red.): *ju.*, s. 216.

ewentualne stopniowe obchodzenie wymogów cenzorów. O niestabilności okupacyjnego reżimu świadczyła także możliwość korzystania z innych niż krajowe środków przekazu, szczególnie skandynawskich, co umacniało poczucie odrębności narodowej Estończyków. Pod koniec lat osiemdziesiątych, w czasie kryzysu gospodarczego oraz na skutek zdewaluowania się idei komunizmu, różne grupy społeczne Estonii zaczęły prowadzić ze sobą rozmowy, posługując się w tym celu prasą i innymi mediami⁷. Podkreśla się także, że to właśnie media starały się zminimalizować skutki coraz bardziej widocznych różnic między obywatelami żyjącymi w różnych regionach kraju⁸.

Do 1990 r. w Estonii działała jedna radiostacja – Estońskie Radio, Eesti Radio (ER) – z trzema kanałami, a do 1993 r. jedna stacja telewizyjna – Estońska Telewizja, Eesti Televisioon (ETV). Właścicielem tych stacji było państwo. W październiku 1990 r. Estońska Telewizja oraz Estońskie Radio stały się dwiema oddzielnymi organizacjami. Od tego czasu rozpoczął się proces przeobrażania mediów elektronicznych, które – podobnie jak i prasa drukowana – uległy tendencji do koncentracji własności. Jednak w porównaniu z prasą drukowaną na rynek mediów elektronicznych napłynęło więcej kapitału zagranicznego. Dodatkowym elementem zmian było złamanie przez nadawców komercyjnych monopolu publicznego radia i telewizji. W 1991 r. założono pierwsze prywatne radiostacje – Radio Tartu i Radio Kuku. W 1999 r. funkcjonowało już 35 prywatnych radiostacji⁹. Pierwszą licencję dla prywatnego nadawcy telewizyjnego wydano w 1992 r., a w 1997 r. działało już pięć stacji komercyjnych¹⁰. W trakcie przemian ustrojowych zmagano się także z problemami przydziału częstotliwości i czasu transmisji dla nowo powstających stacji. Największa zmiana w krajobrazie nadawców telewizyjnych miała miejsce, gdy w marcu 1994 r. wygasł kontrakt stacji Ostankino TV, a środki transmisji podzielono pomiędzy prywatnych nadawców¹¹. Obecnie nadawcy prywatni oferują swoje programy na falach około 30 stacji radiowych ogólnokrajowych i lokalnych oraz dwóch prywatnych ogólnokrajowych stacji telewizyjnych: Kanal 2 i TV3¹².

Transformacja systemowa, która dokonała się w Estonii, nie doprowadziła telewizji publicznej do gwałtownej utraty wiodącej pozycji. Eesti TV do 1999 r. pozostawała liderem. Swoją pozycję utraciła jednak w 2001 r., gdy najpopular-

⁷ P. Vihalemm: *Medien in Transformationsprozess in Estland*, [w:] B. Thomass, M. Tzankoff (red.): *Medien und Transformation in Osteuropa*, Wiesbaden 2001, s. 114–115.

⁸ M. Lauristin i P. Vihalemm: *juw.*, s. 32–33.

⁹ Podawanych jest wiele dat rozpoczęcia nadawania przez pierwszą prywatną stację radiową. Przyjęta tutaj pochodzi z artykułu E. Lauk: *Practice of Soviet Censorship in the Press. The Case of Estonia*, <http://www.nordicom.gu.se/reviewcontents/ncomreview/ncomreview299/lauk.pdf> (data odczytu: 18.07.2003).

¹⁰ T. Tammerk: *The Estonian Media Landscape*, [w:] *Biuletyn European Journalism Centre*, 2000.

¹¹ Za: *Aktualności Telewizyjne* 1998, nr 3.

¹² Wykorzystane informacje pochodzą z publikacji internetowej Instytutu Estońskiego: http://www.einst.ee/factsheets/factsheets_uus_kuju/estonian_media.htm, które uaktualniono na podstawie informacji ze strony: <http://mediarun.pl> (daty odczytu: 17.07.2002, 20.07.2004 i 10.06.2012).

niejszą telewizją w Estonii stała się istniejąca od 1996 r. komercyjna stacja TV3. Stacja ta, wówczas z 19-procentowym udziałem w rynku nadawców telewizyjnych, wchodziła w skład sieci telewizyjnej Viasat¹³. Pod względem popularności TV3 wyprzedzała Kanal 2, czyli najstarszą telewizję prywatną powstałą w 1993 r., której właścicielem jest norweski Schiebsted.

Autorka opracowania na temat estońskiej telewizji publicznej, H. Shein, wyróżnia cztery etapy w rozwoju ETV po odzyskaniu przez Estonię niepodległości¹⁴. Pierwszy to lata 1990–1994, czyli osłabienie pozycji ETV i umożliwienie działalności podmiotów prywatnych na rynku mediów elektronicznych. Drugi etap, lata 1995–1997, został nazwany okresem „Ustanowienia telewizji publicznej”. Jego cechy to przede wszystkim głębokie zmiany dokonywane nie tylko w wizerunku ETV, ale także w sposobie jej finansowania oraz związane z tym kontrowersje. Mimo korzystania przez nadawcę z pieniędzy państwowych oraz reklam, jednocześnie utrzymywanie pozycji lidera, spełnianie oczekiwań społecznych i wypełnianie zobowiązań programowych nałożonych na telewizję publiczną okazało się niemożliwe.

Lata 1998–1999, aż do wiosny 2000 r., to czas zmian i kryzysu w Eesti Televisioon. Porozumienie z nadawcami prywatnymi zaowocowało wstrzymaniem emisji reklam na antenie ETV i ustaniem sporów między nadawcami. Niezbyt korzystne dla telewizji publicznej okazały się także decyzje zapadające w zarządzie stacji, przede wszystkim te dotyczące zwiększenia wydatków na wzbogacenie zawartości programowej. Wzrost zobowiązań finansowych spowodował zwiększenie długów i w konsekwencji przyczynił się do upadku porozumienia o nieemitowaniu reklam w ETV. W czasie, gdy Eesti Televisioon popadła w tarapaty finansowe, stacje prywatne zwiększały udział inwestorów zagranicznych w strukturze własności i wzbogacały zawartość programową. W konsekwencji wyrównały poziom oglądalności z ETV. Recesja na rynku uniemożliwiła poprawę sytuacji finansowej nadawcy publicznego, który wycofał się z produkowania programów na zakładaną wcześniej skalę, ale zaszkodziła także kondycji nadawców prywatnych.

Ostatni etap określony został przez H. Stein jako: „Radzenie sobie z kryzysem oraz oczekiwana stabilizacja w ETV”. Za jego początek przyjęto wiosnę 2000 r., kiedy to uchwalono zmianę w Ustawie o nadawaniu telewizyjnym i radiowym. Wprowadzono wówczas szersze niż dotychczas uprawnienia i większą odpowiedzialność Rady Nadawczej – instytucji kontrolującej działalność mediów publicznych. Podjęte przez Radę kroki to przede wszystkim zdymisjonowanie urzędującego dyrektora generalnego ETV oraz opracowanie, wraz z rządem, nowych strategii rozwoju sektora publicznego. Omawiany etap zakończył się je-

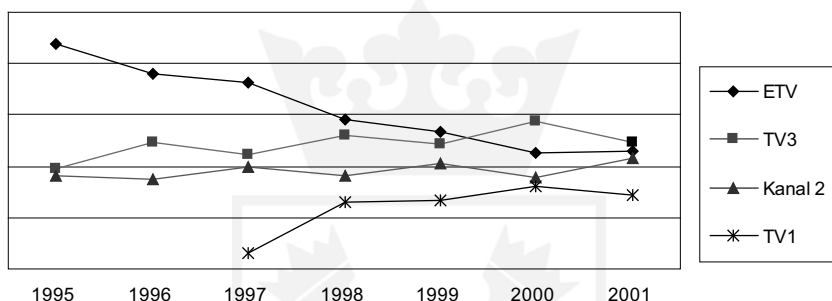
¹³ Właścicielem Viasat jest Modern Times Group MTG AB. MTG to szwedzka kompania medialna założona przez holding Kinnevik.

¹⁴ Wyznaczenie i omówienie wszystkich etapów na podstawie rozdziału autorstwa H. Stein: *Development Trends of Public Television in Estonia: 1991–2001*, [w:] P. Vihaelemm (red.): *ju.*, s. 135–168.

sienią 2001 r., gdy – zgodnie ze zmianą wprowadzoną w Ustawie o nadawaniu telewizyjnym i radiowym – zrezygnowano z emisji reklam w Eesti Televisioon i opracowano nową politykę finansową dla nadawców publicznych.

Utratę przez ETV pozycji lidera wśród telewizji dostępnych w Estonii przedstawia poniższy wykres. Zaznaczono na nim zmiany w wynikach oglądalności telewizji ogólnokrajowych w latach 1995–2001, które informują o popularności nadawców wśród Estończyków w przedziale wiekowym 12–74 lata.

Wykres 1. Wyniki oglądalności estońskich stacji telewizyjnych 1995–2001
(dane w % z czwartego kwartału w latach 1995–2000 i z trzeciego kwartału 2001 r.)



Źródło: na podstawie wykresu 4.3 w rozdziale H. Stein: *ju.*, s. 154.

Zawartość programowa stacji telewizyjnych w Estonii nie różni się znacznie od siebie. Nawet ETV, jako telewizja publiczna zobligowana do przestrzegania preferowanych przez państwo wartości i mająca spełniać przede wszystkim funkcję edukacyjną, sięga po sprawdzone środki w celu zdobycia jak największej widowni. Audycje schlebiają przede wszystkim masowemu gustowi, ponieważ tak przygotowane produkty najłatwiej się sprzedają i pozwalają na utrzymanie się na rynku bez zbędnych i kosztownych eksperymentów. Można nawet przyjąć, że publiczna telewizja w Estonii nie różni się od stacji komercyjnych niczym, oprócz sposobu finansowania, ponieważ co do treści proponuje podobny program.

Estońska telewizja publiczna ETV została założona 19 lipca 1955 r. Nadaje na jednym kanale i obejmuje swoim zasięgiem 99,96% terytorium kraju. Na stronie internetowej ETV można znaleźć opis zadań, jakie ta telewizja przed sobą stawia. Szczególną uwagę zwraca się na misję, którą ma do spełnienia. Zgodnie bowiem z założeniami, powinna dbać o kulturę narodową i wpływać na rozwój społeczeństwa. Preferowane są przy tym następujące wartości: kreatywność – pozwalająca na właściwe przekazywanie procesów zachodzących we wciąż zmieniającym się narodzie i jego kulturze; odpowiedzialność, która owocuje komentowaniem wy-

darzeń otaczającego świata; profesjonalizm, który powinien – zdaniem autorów owych wytycznych – skutkować zadowoleniem ze swojej pracy, osiągającej poziom porównywalny z dziełami najlepszych w branży telewizyjnej. Jak zakładają autorzy tej publikacji, ETV ma być przyjacielem odbiorców, a praca dla nich – służbą publiczną. Abstrahując od infantylności stwierdzeń zawartych na stronie internetowej nadawcy publicznego, należy założyć, że telewizja publiczna, jak i szereg telewizji tego typu w innych krajach, powinna spełniać przede wszystkim rolę informacyjną i edukacyjną. A jednak w materiałach promocyjnych przygotowanych przez ETV starano się udowodnić, że jest ona telewizją wyjątkową. W jednym z punktów, zatytułowanym patetycznie „Wizja”, można znaleźć wiele szumnie brzmiących zapewnień i postulatów, jak np. ten, że ETV nie jest już tylko telewizją, ale stała się „organizacją kulturalną”, „otwartym forum dyskusyjnym i strażnikiem profesjonalizmu w mediach estońskich”¹⁵. Zważywszy, że produkcje samodzielne zapełniają około 62% czasu antenowego i charakteryzują się wyjątkowo małym eksportem oraz znikomą liczbą rodzimych programów uznanych w świecie, zapewnienia te wydają się nieco przesadzone.

Mimo sukcesów telewizji, największą popularnością w Estonii cieszyło i cieszy się radio. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych aż 96% estońskiej populacji słuchało radia regularnie¹⁶. Popularność radia w okresie transformacji w Estonii wynikała przede wszystkim z jego dostępności oraz szerokiej sieci nadawców regionalnych. Duża konkurencja na rynku, na którym od 1992 r. mogą funkcjonować prywatni nadawcy, przyczyniła się do wzrostu jakości publikowanych przekazów, ale z drugiej strony wymusiła dostosowanie się do gustów jak najszerzego grona, co najbardziej było i jest widoczne w proponowanej przez stacje muzyce. Stacje ogólnokrajowe najczęściej nie starają się być mediami wyspecjalizowanymi i przygotowują swoje audycje przede wszystkim dla masowych odbiorców.

Publiczne radio nadaje na czterech różnych kanałach. Pierwszym jest ogólnoinformacyjna stacja Vikerraadio. To najstarszy i najpopularniejszy ogólnoinformacyjny kanał publicznego Estońskiego Radia, któremu – podobnie jak i radiom publicznym w innych krajach – przypisuje się szczególną rolę w informowaniu i edukowaniu społeczeństwa. Jako narzędzie wpływu na opinię publiczną powinno zapoznawać słuchaczy z kulturą wyższą, dostarczać przeżyć estetycznych i rozrywki. Audycje przygotowywane przez Vikerraadio starają się wypełniać wymienione zadania. Na drugim kanale nadaje Raadio 2, które po zmianach w maju 1993 r. zaczęło przypominać zawartością stacje komercyjne i obecnie jest adresowane przede wszystkim do młodych odbiorców. Trzeci to Klassikaraadio nadające muzykę klasyczną, a czwarty kanał, Radio 4¹⁷, przeznaczony jest dla

¹⁵ Omówienie na podstawie informacji zawartych na stronie internetowej: <http://www.etv.ee> (data odczytu: 23.06.2005 i 12.04.2010).

¹⁶ Za broszurą Baltic Media Facts, 1999.

¹⁷ Za: http://www.einst.ee/factsheets/factsheets_uus_kuju/estonian_media.htm (data odczytu 20.07.2004 i 12.06.2012) oraz M. Lõhmus: Peaks and Crises of Estonian Radio: 1987–2001, [w:] P. Vihailemm (red.): *ju.*, s. 181.

mniejszości rosyjskojęzycznej. Prywatnych nadawców irytowała wysoka w rankingach popularności pozycja Raadio 2, które jest finansowane zarówno z reklam, jak i z dotacji państwowych. Raadio 2 korzysta z przywilejów stacji publicznej, ale zawartością nie różni się od stacji typowo komercyjnych.

Na rynku mediów masowych w Estonii, w wyniku zmian, które zachodziły w procesie transformacji, zaczęła przeważać tendencja do koncentracji własności. Prasa drukowana w mniejszym stopniu jest związana z zagranicznymi grupami kapitałowymi niż radio i telewizja. Zmniejszające się nakłady oraz malejąca liczba nadawców telewizyjnych i radiowych wykazują, że choć transformacja ustrojowa nie doprowadziła do załamania na rynku mediów, to jednak pozostawiła na nim tylko najsilniejsze grupy finansowe o największym kapitale, często wspierane przez inwestorów zagranicznych¹⁸.

Na mocy umowy zawartej między ETV a stacjami prywatnymi, od 1 stycznia 1998 r. do wiosny 1999 r. ETV nie emitowała reklam. W 1997 r., czyli w roku poprzedzającym porozumienie, budżet ETV prezentował się następująco: 61% stanowiły dotacje państwowe, pieniądze z reklam dostarczały 32,6% wpływów, a innymi źródłami dochodów były: działalność wydawnicza, sponsoring oraz pieniądze za usługi techniczne¹⁹. Uгода zawarta między nadawcą publicznym i nadawcami prywatnymi miała być ważna do czasu wygaśnięcia licencji nadawczych TV3 i Kanal 2, czyli do sierpnia 1999 r. Jednak trudności finansowe ETV spowodowały wcześniejsze wypowiedzenie przez telewizję publiczną umowy o nieemitowaniu reklam²⁰. Jesienią 2001 r. zmieniono zapisy Ustawy o przekazie telewizyjnym i radiowym i – jak już wspomniano – zgodnie z ich nowym brzmieniem zrezygnowano z reklam w ETV. Przychody telewizji publicznej w latach 1995–2000 przedstawia tabela 1.

Jak wynika z tabeli, mimo wzrostu dochodów z reklam, co było charakterystyczne dla ETV od początku omawianego okresu do 1997 r., z roku na rok wzrastały także dotacje państwowe. W 1998 r. obowiązywała umowa mówiąca o nieemitowaniu reklam przez ETV i otrzymywaniu w tym czasie wynegocjowanych od prywatnych nadawców kwot jako rekompensaty za taki stan rzeczy. W kolejnym roku, choć nie był on najgorszym pod względem finansowym dla ETV, spodziewane dochody z reklam stanowiły najmniejszą część przychodów. Znacznie wzrosły zatem subwencje państwowe. Taki stan rzeczy był skutkiem m.in. kłopotów telewizji prywatnych, które nie przekazując na czas wynegocjowanych opłat dla ETV za nieemitowanie reklam, spowodowały spadek kondycji finansowej nadawcy publicznego. Dodatkowym elementem niekorzystnie wpły-

¹⁸ K. Kamińska: Koncentracja własności na rynku prasy drukowanej w Polsce i w Estonii, [w:] E. Polak, M.J. Malinowski (red.): Polska wobec współczesnych wyzwań globalnych i regionalnych, Gdańsk 2007, s. 374–380.

¹⁹ Dane liczbowe za biuletynem informacyjnym o estońskim rynku mediów *Newsletter*, styczeń 1998, s. 4.

²⁰ Oficjalnie ETV ogłosiła, że „prywatne kanały nie wypełniły na czas swoich zobowiązań finansowych, spóźniły się z płatnościami dla ETV”. Za: H. Shein; jw., s. 162.

wającym na sytuację w mediach była zła koniunktura w estońskiej gospodarce. W 2000 r. dofinansowanie państwa dla ETV było już nieco niższe w porównaniu z rokiem poprzednim. Prawie dwukrotnie wzrosły za to dochody z reklam, co mogło być również skutkiem wypowiedzenia przez ETV umowy zawartej z prywatnymi nadawcami o ich nieemitowanie.

Tabela 1. Przychody ETV w latach 1995–2000 (dane w milionach EEK)

	Dotacje z budżetu państwowego	Dochody z reklam*	Suma przychodów**
1995	59,9	30,8	110,6
1996	67,5	38,5	113,2
1997	71,0	49,6	134,0
1998	81,2	36,0	131,4
1999	93,6	25,4	134,7
2000	90,3	40,0	154,3

* od 1998 r. do wiosny 1999 r. była to kwota negocjowana i finansowana przez telewizje komercyjne,
** uwzględnia również przychody z innych źródeł.

Źródło: na podstawie danych ze strony internetowej <http://etv.ee> (data odczytu: 22.04.2005).

Około 10% środków finansowych inwestowanych na rynku reklam w Estonii trafiało do radia. Z przedstawionej poniżej tabeli wynika jednak, że z roku na rok w budżecie ER zmniejszał się procentowy udział środków pochodzących z reklamy. W ciągu pięciu lat dochód z reklam zmalał o prawie 8,5%. W ślad za tym wzrosła pomoc państwa, ale dotacje nie przyrastały w tak znacznym stopniu jak niedobór środków z reklam. W 2000 r., w porównaniu z 1995 r., subwencje wzrosły o 4,4%. Mimo zmian w strukturze budżetu, w 1996 r. radio publiczne dysponowało ponad 17 milionami EEK więcej niż w roku poprzednim. Kwota ta wzrastała do 1999 r., aby zmaleć o ponad 10 milionów w 2000 r., co było związane z kryzysem na rynku mediów i ogólną recesją w Estonii. Dochody estońskiego radia w latach 1995–2000 przedstawia tabela 2.

Transformacji ustrojowej w Estonii towarzyszyły zmiany nie tylko w finansowaniu, lecz także w funkcjonowaniu mediów. Estonia jest państwem, które nie posiada ustawy o prawie prasowym²¹. Funkcjonują jednak odnoszące się do mediów regulacje prawne, które porządkują ich działanie. W 1994 r. uchwalono Ustawę o przekazie telewizyjnym i radiowym, która zdefiniowała Estońską

²¹ Funkcjonowanie prasy estońskiej charakteryzuje zasada samokontroli wydawców, więcej: K. Kamińska: Obiektywizm i samokontrola w wypowiedziach estońskiej prasy codziennej na początku XXI w., [w:] L. Pokrzycka, W. Mich (red.): Media a demokracja, Lublin 2007, s. 283–292.

Telewizję i Estońskie Radio jako instytucje użyteczności publicznej i przedsiębiorstwo państwowe. Ustawa ta nie dotyczy, co prawda, prywatnych nadawców, ale mimo to jest ważnym elementem regulującym funkcjonowanie wszystkich mediów w Estonii. Gwarantuje wolność nadawania, ochronę źródeł informacji i praw autorskich oraz reguluje prawo do wyrażania sprzeciwu. Ustawa zobowiązuje nadawców do moralnego i zgodnego z prawem korzystania z możliwości, które stwarzają te środki przekazu, i ustala podstawowe kwestie stosujące się do nadawania i zawartości programów. W akcie prawnym z 1994 r. ustanowiono także pięć kategorii licencji na nadawanie, które przydzielane są przez Ministerstwo Kultury i Oświaty²². Licencje lokalne wydaje się w wypadku funkcjonowania tylko jednego nadajnika, a regionalne – gdy nadawca chce emitować swój program na część terytorium Estonii z jednego nadajnika lub ich sieci. Kolejną kategorią są licencje narodowe przyznawane dla sieci albo jednego nadajnika, który umożliwia odbiór sygnału na 80–100% terytorium kraju. Wydaje się także zezwolenia na emitowanie tymczasowe lub międzynarodowe. W licencji określa się minimalne proporcje udziału audycji estońskich autorów w programie na co najmniej 51%²³. Wynika to przede wszystkim z obawy przed zalaniem mediów przez tanie produkcje zachodnie, które doprowadzą jedynie do obniżenia poziomu nadawanych programów. Stawki za emisje ustala Ministerstwo Łączności.

Tabela 2. Dochody publicznego estońskiego radia w latach 1995–2000

	Zsumowany dochód w mln EEK	Dotacje z budżetu państwowego w %	Dochód z reklam w %
1995	64,3	76,0	21,7
1996	81,5	81,9	18,0
1997	85,3	82,8	16,0
1998	95,6	80,3	14,6
1999	98,8	80,4	13,7
2000	88,5	80,5	13,3

Źródło: M. Lõhmus: *Peaks and Crises of Estonian Radio*, jw., s. 178.

²² Użyte w niniejszym tekście słowo „licencja” może wzbudzać kontrowersje, ponieważ w języku polskim użylibyśmy słowa „koncesja”. Jednak w przytaczanej ustawie w języku estońskim widnieje wyraz „litsents”, a nie „kontsessioon”, i stąd używanie określenia „licencja” wydaje się odpowiednie. Uregulowania dotyczące przyznawania licencji zostały doprecyzowane w Ustawie o komunikacji elektronicznej z 2005 r., o czym będzie mowa w dalszej części artykułu.

²³ Na podstawie tekstu Ustawy o przekazie telewizyjnym i radiowym, opublikowanej w języku angielskim, znajdującej się na stronie internetowej http://www.rhn.ee/dokumendid/seadusandlus_eng/Broadcasting%Act.pdf (data odczytu: 12.04.2006, 7.04.2011).

Kolejnym uregulowaniem dotyczącym mediów jest uchwalona w czerwcu 1997 r. Ustawa o reklamie. Wraz z regulacjami zapisanymi w Ustawie o przekazie telewizyjnym i radiowym oraz innymi aktami prawnymi, jak np. Ustawą o produktach medycznych, określa typy artykułów i usług, których reklama jest niedozwolona lub ograniczona²⁴. Wprowadzone regulacje są zgodne z obowiązującymi w większości krajów europejskich. Estonia – podobnie jak i inne kraje, w których nie stosowano reklam na przyjętą dziś skalę – podczas tworzenia się rynku reklamowego nie posiadała żadnego doświadczenia w tej kwestii, a swoje pomysły legislacyjne czerpała z doświadczenia państw europejskich, gdzie takie uregulowania istniały od wielu lat. Specyfika Estonii polega jednak na tym, że szeroki rynek mediów, przekraczający potrzeby odbiorców, narażony jest na bardziej agresywną konkurencję na rynku reklam niż większość państw europejskich. Według Estońskiego Związku Nadawców, Ustawie o reklamie brakuje precyzyjnych definicji prawnych, a kryteria oceny reklam są zbyt mocno uzależnione od subiektywnych odczuć urzędników badających i egzekwujących przestrzeganie prawa w reklamie, co często prowadzi do wymierzania nadawcom niesłusznych i dotkliwych kar²⁵.

Instytucją nadrzędną, kontrolującą działalność publicznej telewizji i radia, jest Rada Nadawcza składająca się z dziewięciu osób: pięciu polityków wybranych zgodnie z reprezentacją partyjną obecną w parlamencie i czterech specjalistów do spraw mediów. Radę powołuje Riigikogu na sześcioletnią kadencję. Z kolei Rada proponuje osobę na stanowisko dyrektora generalnego telewizji publicznej, a następnie kandydaturę przedstawia do zatwierdzenia przez parlament. Po wyborze dyrektora ETV Rada Nadawcza nadzoruje jego pracę. Rada aprobuje również statuty ETV i ER²⁶. Mimo kontroli ze strony Rady Nadawczej, nadawcy publiczni nie są zależni w tworzeniu swoich audycji od jakiegokolwiek instytucji.

Działania wszystkich mediów elektronicznych koordynuje z kolei Estoński Związek Nadawców (AEB, The Association of Estonian Broadcasters). Jest to instytucja, do której głównych zadań należy ochrona interesów nadawców radiowych i telewizyjnych. Założono ją w kwietniu 1992 r., początkowo jako Związek Radia Lokalnego, a latem 1994 r. przekształcono w AEB. Członkami założycielami były prywatne stacje radiowe i telewizyjne oraz producenci wideo. AEB reprezentuje ponad 90% wszystkich nadawców estońskich, nie tylko prywatnych, ale także telewizję publiczną. Publicznego radia nie dopuszczono do członkostwa, ponieważ działania kanału publicznego Raadio 2 na rynku reklam uznano za nieuczciwe. AEB współpracuje z instytucjami światowymi, jak np. z The World As-

²⁴ Informacje zaczerpnięte z: H. Harro: Development of Media Regulation in Estonia: 1988–2001, [w:] P. Vihalemm (red.): *ju.*, s. 232.

²⁵ W biuletynie *Newsletter*, luty 1997, oraz materiałach uzyskanych od U. Loita, dyrektora zarządzającego Estońskiego Związku Nadawców, Estonia: self regulation rather than state-regulation, lipiec 2001, znajdują się podobne oceny tej sytuacji.

²⁶ H. Shein: *ju.*, s. 163.

sociation of Community Radio Broadcasters (AMARC) i National Association of Broadcasters (NAB).

Wbrew przewidywaniom proces transformacji ustrojowej nie spowodował masowego zamykania tytułów i upadku wydawnictw, a rynek mediów elektronicznych ustabilizował się. Zmiany w strukturze mediów sprawiły, że prasie drukowanej trudniej było i jest konkurować z mediami elektronicznymi, oferującymi coraz więcej programów zrealizowanych z myślą o masowym odbiorcy. Dziennikarze oraz wydawcy musieli zrezygnować z roli przewodnika politycznego i kulturalnego, aby dopasować się do nowych wymogów w świecie gospodarki rynkowej. Zmieniło się zapatrywanie na rolę dziennikarzy w systemie społecznym. Nowe pokolenie nie doświadczyło losów swoich starszych kolegów, więc nie odczuwało potrzeby pełnienia ważnych politycznie ról w społeczeństwie, a komercjalizację uznało za proces naturalny. Na łamach mediów znajdowały swoje miejsce różnorodne stanowiska i opinie, ale jednocześnie konsekwencją pogoni za dopasowaniem się do reguł gry rynkowej była utrata przez nie roli przewodnika zmian zachodzących w społeczeństwie. Ideologią głównie obowiązującą stały się zasady marketingu. Nie umniejsza to jednak roli mediów – dla Estończyków najbardziej wpływowego źródła informacji – w opisywaniu i wyjaśnianiu zasad funkcjonowania w nowej rzeczywistości oraz otwieraniu społeczeństwa na zachodzące zmiany.

Mimo iż okres transformacji rynku mediów w Estonii – zgodnie z cezurą wyznaczoną przez H. Shein – dobiegł końca w 2001 r., to proces dostosowywania czy kreowania prawa w odpowiedzi na wymogi zmieniającej się rzeczywistości i w zależności od dynamiki rozwoju mediów nie skończył się przecież w tym samym czasie. Nie były to już jednak przeobrażenia drastyczne na tyle, by je nazywać transformacją, lecz zasłużyły raczej na miano ewolucyjnego dostosowywania się do zmian zachodzących na rynku mediów masowych. Od 2001 r. podjęto próby wyłączenia reklam z publicznej telewizji i radia estońskiego, w 2002 r. brak reklam w ETV stał się faktem, w trzy lata później usunięto reklamy także z publicznego radia. W 2007 r. publiczne radio i telewizję połączono w jedno przedsięwzięcie finansowe, którego działalność określono w ustawie opisującej cele i działania odnoszące się do publicznego nadawcy.

W 2005 r. weszła w życie Ustawa o komunikacji elektronicznej, która uzupełniła uregulowania zawarte w Ustawie o przekazie telewizyjnym i radiowym. Ministerstwo Kultury utrzymało swoje kompetencje pozwalające na ustalanie, jakie treści powinny przekazywać media, którym przyznano licencję na nadawanie, zaś Urząd Nadzoru Technicznego Estonii wyznacza wymogi techniczne, jakie trzeba spełnić przy ubieganiu się o określone licencje. Patrząc na strukturę rynku mediów w Estonii z perspektywy 2012 r., należy zauważyć przede wszystkim to, że główni nadawcy, którzy przetrwali trudny okres koncentracji własności na rynku środków masowego przekazu, nadal na nim funkcjonują. Niedawny kryzys, który dotknął gospodarkę światową, w tym również estońską, spowodował niekorzystne zmiany w mediach, ale przede wszystkim negatywnie wpłynął na rynek prasy

drukowanej. Niewielkie wydawnictwa zostały zmuszone, z uwagi na pogarszające się warunki ekonomiczne, do zakończenia publikowania, tytuły zamknięto, dziennikarze utracili możliwość uprawiania zawodu. Gospodarnością musieli się wykazać także więksi nadawcy i wydawcy, którzy oszczędności poszukiwali przede wszystkim w redukcji etatów dziennikarskich oraz zmniejszaniu nakładów finansowych na przygotowanie rozbudowanych serwisów zagranicznych czy wprowadzanie nowych własnych produkcji. Tego typu praktyki nieuchronnie prowadzą do tabloidyzacji i prasy, i mediów elektronicznych, produkcji programów marnej jakości, których zaletą jest jedynie kalkulacja ekonomiczna wykazująca przewidywany dochód właściciela. Rynek mediów elektronicznych w Estonii jest jednak w znaczący sposób powiązany z interesami skandynawskich podmiotów gospodarczych, stąd łatwiej było mu przetrwać okres spadku koniunktury bez znaczącego pogorszenia zawartości programów. Od początku 2011 r. widoczne jest ożywienie na rynku mediów estońskich, które świadczy o wychodzeniu z kryzysu. Nawet rynek reklam, który również ucierpiał na skutek gospodarczego impasu, wykazał się nieznaczną aktywizacją w przyciąganiu nowych reklamodawców.

Najprężniej rozwijającym się sektorem omawianego rynku jest obecnie obszar nowych mediów. Ponad 74% społeczeństwa estońskiego aktywnie korzysta z łącz internetowych i tam poszukuje informacji²⁷. Na ten fakt zwrócili uwagę nadawcy mediów elektronicznych i wydawcy prasy drukowanej, którzy oferują odbiorcom wersje wiadomości dostosowane do ich nowoczesnych, mobilnych urządzeń. Większość wydawców przygotowuje zatem równoległe, oprócz drukowanej, także wersję dostępną *online*²⁸. Informatyzacja społeczeństwa jest procesem bardzo aktywnie wspieranym przez państwo²⁹ i – jak zawsze w odniesieniu do szeroko oddziałujących środków komunikacji – podejmuje się próby formalnego uregulowania zasad, na których podstawie mogą one funkcjonować.

W 2010 r. estońskie Ministerstwo Sprawiedliwości wprowadziło przepisy, na mocy których właściciele portali czy witryn internetowych mogą zostać ukarani za komentarze godzące w dobro innych podmiotów, a umieszczane przez użytkowników Sieci. Powszechne jest jednak nastawienie, że Internet ma być miejscem wolnym od jakichkolwiek nacisków, samoregulującym się. Próbę for-

²⁷ Można spotkać różne dane procentowe dotyczące stopnia informatyzacji społeczeństwa Estonii. Podane w artykule pochodzą ze strony Freedom House, Freedom of the Press 2011 – Estonia, 14 września 2011, <http://www.unhcr.org/refworld/docid/4e70938bc.html> (data odczytu 12.06.2012).

²⁸ Tak jak w wielu państwach, media elektroniczne usiłują wprowadzić opłaty za możliwość korzystania z serwisów rozsyłanych odbiorcom. Nie wydaje się jednak, że czytelnicy, przyzwyczajeni do masowego i nieskrępowanego korzystania z zasobów Sieci, przyjmą takie rozwiązanie bez oporów.

²⁹ Więcej informacji na temat wykorzystywania nowych mediów w bieżącej praktyce politycznej w Estonii można znaleźć w artykule K. Kamińska: Nowe media w służbie demokracji – rozwój społeczny czy zagrożenie?, [w:] S. Mrozowska, G. Piwnicki (red.): Jednostka, społeczeństwo, państwo wobec megatrendów współczesnego świata, Gdańsk 2009, s. 398–406.

malnego uregulowania odpowiedzialności prawnej za komentarze umieszczane w Internecie skierowano do Europejskiego Trybunału Praw Człowieka.

Można zatem zauważyć, że odpowiedzialność prasy drukowanej za publikowane materiały bierze się głównie z wpajania kolejnym pokoleniom dziennikarzy zasad autocenzury i wynikającej z niej odpowiedzialności za słowo. Estońskie media elektroniczne, cieszące się znacznie większą siłą oddziaływania na odbiorców, podlegają ścisłym regulacjom prawnym. Z kolei na twórcach przekazów rozpowszechnianych przy wykorzystaniu Internetu próbuje się wymóc zaakceptowanie uregulowań, które będą oznaczać kontrolę tam, gdzie nie jest ona społecznie akceptowana.

Key words: Estonia, public media, transformation

SUMMARY

Katarzyna Kamińska-Moczyło: CHANGING OF THE ESTONIAN PUBLIC MEDIA IN THE PROCESS OF TRANSFORMATION

The transformation of the Estonian press began in the late eighties of the 20th century. There is quite a large discrepancy in the dates of the end of this process which could be explained by the fact that the formation of the newspaper market in Estonia started in 1994. However, the events of the early 21st century showed that the formation of new structures was an extremely laborious and very long process. Undoubtedly, the success of the transformation process was the emergence of the Estonian media already in the initial stage of private radio and television stations as well as local private radio stations. The transformation of the political system, which took place in Estonia, did not lead to a rapid loss of leadership of public television – Eesti TV. Eesti TV had remained the market leader in the electronic press until 1999 and in 2001 it lost its position to the most popular TV in Estonia, the commercial station TV3, which had existed since 1996. The article describes the changes that occurred in the public media in this neuralgic period.