

# Radio publiczne w Szwecji – dylematy i perspektywy

**Dominika Wiśniewska**

Kraje skandynawskie mają tradycję wspierania mediów publicznych oraz wypracowane modele świadczenia usług publicznych. Ta tradycja wpłynęła na kształt systemów medialnych wszystkich państw Europy Północnej. W Szwecji przyjęto model odpowiedzialności społecznej charakteryzujący się między innymi tym, że państwo broni interesu społecznego przez aktywne działania na rynku medialnym<sup>1</sup>. Jednym z przejawów tej aktywności jest stabilny, silnie regulowany sektor państwowych nadawców publicznych. Obecność państwa widać szczególnie na szwedzkim rynku radiowym, w którym udziały w 2010 r. państwowego radia publicznego Sveriges Radio AB wynosiły 68%<sup>2</sup>. Państwo, chcąc utrzymać dominującą pozycję Sveriges Radio musi więc zmierzyć się z nowymi wyzwaniami i dostosować funkcjonowanie mediów publicznych do wciąż zmieniających się warunków.

W 2011 r. – wraz z rozpoczęciem przez szwedzki rząd prac nad określeniem ram działalności mediów publicznych w kolejnym okresie licencyjnym, tj. w latach 2014–2019 – zrodziła się potrzeba przeprowadzenia debaty nad przyszłością radia publicznego. Trzy główne

kwestie poruszone w dyskusji, czyli problem własności (koncentracja mediów, pojawienie się nowych graczy), cyfryzacja (oraz funkcjonowanie mediów publicznych w internecie), a także rosnąca komercjalizacja rynku stały się przedmiotem wnikliwych analiz. Każde z wymienionych zagadnień to obszerny i interesujący temat badawczy, lecz tu wybrano jedynie najważniejsze kwestie. Rozważania zostaną skoncentrowane na poszukiwaniu odpowiedzi związanych z pytaniem o to, jakie perspektywy otwierają się na najbliższe lata w zakresie funkcjonowania i rozwoju szwedzkiego radiowego nadawcy publicznego. Podstawą wnioskowań o sytuacji rynkowej Sveriges Radio są dane statystyczne dotyczące najważniejszych parametrów, które zaświadczą o jego niezachwianej pozycji, czyli udziałów w rynku oraz udziałów wśród odbiorców. Zasadniczym elementem całego omówienia będzie część poświęcona aktom prawnym. W tym celu dokonano przeglądu zgłoszonych przez rząd propozycji, które wiązały się z zasadami funkcjonowania mediów publicznych w Szwecji w ustawowym okresie licencyjnym, tzn. od 1 stycznia 2014 do 31 grudnia 2019 r.<sup>3</sup> Zostały one ponadto uzupełnione o interpelacje

<sup>1</sup> J. Ohlson, *Spelar medieägandet roll?* [w:] *Nordiskt Ljus*, red. S. Holmberg, L. Weibull, Bokserien nr 50, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg 2010, s. 141–142.

<sup>2</sup> Raport *A nordic public service media map*, red. E. Harrie, Göteborg 2013.

<sup>3</sup> *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019*, Sztokholm 2013.

poselskie oraz o opinię parlamentarnej komisji kultury. Analizowana tu propozycja rządu to obszerny 128-stronicowy dokument zawierający dyrektywy w sprawie działalności szwedzkich nadawców publicznych o podtytule *Edukacja i dostęp – publiczne radio i telewizja w latach 2014–2019*. W przedłożonym tekście poruszono wszystkie znaczące tematy, w tym finansowanie, cyfryzację i konkurencyjność, oraz przedstawiono założenia oferty programowej. Uważny przegląd tego dokumentu pozwala sformułować wyzwania stojące przed państwową spółką Sveriges Radio, jak również umożliwia „projekcję dróg rozwoju” tego przedsiębiorstwa.

### **Niezależność jako podstawa funkcjonowania mediów – najważniejsze aspekty prawne i instytucjonalne**

Niezależność od organów państwa, partii i polityków to podstawa funkcjonowania mediów, która w Szwecji przybiera specyficzną postać. Zgodnie z przyjętą zasadą zachowania dystansu (zwaną *arm's length principle*) w Szwecji właściciel mediów nie może być tożsamy z ich dyrektorem merytorycznym. W przypadku mediów publicznych właściciel jest reprezentowany przez państwo. Jak stwierdza Christian S. Nissen, „rządy – również w państwach skandynawskich – mają skłonność do traktowania państwowego nadawcy publicznego jako jednej spośród wielu broni ze swojego arsenału komunikacyjnego”<sup>4</sup>.

Kwestia niezależności radia od wpływów politycznych była już poruszona w 1925 r. w pierwszej umowie zawartej między państwem szwedzkim a Radiotjänst (przekształconym później w Sveriges Radio)<sup>5</sup>. Kolejne decyzje i akty prawne zawierały również

elementy, które wiązały się z dalszymi gwarancjami niezależności. W latach 90. XX w. właścicielami trzech spółek, które zarządzały mediami publicznymi, czyli Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB i Utbildningsradio AB, zostały odpowiednio trzy niezależne fundacje. Następnie fundacje te połączono w jedną o nazwie Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Taka decyzja dała gwarancję jedności i niezależności szwedzkich mediów publicznych. Członkowie zarządu fundacji są wybierani przez rząd po uprzedniej konsultacji z partiami politycznymi zasiadającymi w parlamencie. W sporządzonym opisie aktualnej sytuacji mediów publicznych – zawartym w dokumencie rządowym z 2012 r. w sprawie funkcjonowania publicznego radia i telewizji – znajduje się jasne stwierdzenie, że „potrzebne są takie radio i telewizja publiczna, które funkcjonują niezależnie od ingerencji politycznej, komercyjnej oraz od innych rodzajów nacisków”<sup>6</sup>. Ustawodawca, wyjaśniając znaczenie mediów publicznych, spojrzął ponadto na problem z perspektywy odbiorcy i wyraźnie podkreślił, że „zasadniczą sprawą jest to, aby publiczność otrzymywała wysokiej jakości ofertę programową charakteryzującą się niezależnością, apolitycznością i rzeczowością”<sup>7</sup>. Odpowiednie uregulowania znajdują się również w zaleceniach dotyczących pracy poszczególnych spółek. Utbildningsradio (UR), na przykład, wśród zasad funkcjonowania ma w swoją działalność wpisana samodzielność i niezależność zarówno od państwowych, jak i ekonomicznych, politycznych i innych rodzajów

<sup>4</sup> Ch.S. Nissen, *What's so special about nordic public service media* [w:] *Public service media from a nordic horizon*, red. U. Carlsson, Göteborg 2013, s. 15.

<sup>5</sup> *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet...*, dz. cyt., s. 7.

<sup>6</sup> Tamże, s. 13.

<sup>7</sup> Tamże, s. 12–13.

nacisku<sup>8</sup>. Zdaniem skandynawskich badaczy szwedzkim sposobem radzenia sobie z zagadnieniem wpływów różnorodnych grup na media publiczne są rozwinięte instytucje publiczne, transparentność oraz dojrzałość kultury politycznej<sup>9</sup>. Analizę zasad, na których oparto szwedzkie pojmowanie niezależności, można przeprowadzić, opisując proces kształtowania się mediów publicznych w kraju. W niniejszym artykule zostaną omówione tylko najistotniejsze elementy systemu prawnego regulującego funkcjonowanie mediów publicznych w Szwecji. Natomiast więcej miejsca zajmą aspekty instytucjonalne oraz praktyka działania.

Każdy, kto emituje programy telewizyjne bądź radiowe w Szwecji podlega ustawie o radiu i telewizji (Radio- och tv-lagen). Ustawa zawiera przepisy odnoszące się do: przyznawania zezwoleń i koncesji na działanie stacji radiowych i telewizyjnych; zawartości programów; lokowania produktów; sponsoringu, reklamy i ogłoszeń w radiu i telewizji; sposobów kontroli oraz nadzoru, także w sprawie kar za nieprzestrzeganie przepisów zawartych w ustawie. Pozwolenie na nadawanie programów telewizyjnych i audycji radiowych finansowanych ze środków publicznych na zasadach zawartych w przepisach ustawy o finansowaniu publicznego radia i telewizji – Lag (1989:41) om finansiering av radio och TV i allmänhetens tjänst – jest przyznawane przez rząd. Natomiast inne podmioty, które chcą prowadzić działalność nadawczą, muszą zarejestrować się w Urzędzie ds. Radia i Telewizji (Myndigheten för radio och tv)<sup>10</sup>. W sierpniu 2010 r. ten urząd przejął kompetencje dwóch innych instytucji, które zlikwidowano z datą jego powstania. Były to: Urząd Radia

i Telewizji (Radio- och TV-verket) oraz Urząd Kontroli Radia i Telewizji (Granskningsnämnden för radio och TV). Ta druga instytucja stała się wewnętrznym organem Urzędu ds. Radia i Telewizji. Zgodnie z zapisem znowelizowanego rozporządzenia z instrukcjami dla Urzędu ds. Radia i Telewizji „co roku, na podstawie raportu przygotowanego przez Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB oraz Sveriges Utbildningsradio AB, ocenia ona stan realizacji zadań powierzonych tym spółkom w zezwoleniu na nadawanie i otrzymywanie subwencji oraz w innych zezwoleniach ustalonych przez rząd i wymienionych w ustawie o radiu i telewizji (Radio- och tv-lagen)”<sup>11</sup>.

Warto podkreślić, że w omawianych dokumentach stosowany jest termin *public service* oraz jego szwedzkie tłumaczenie *allmänhetens tjänst*, co znaczy „w służbie publicznej”. W rządowej propozycji dotyczącej publicznego radia i telewizji *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019* te terminy są używane zamiennie<sup>12</sup>.

### **Komercjalizacja, czyli od monopolisty do dominatora**

W opisie sytuacji sektora mediów publicznych na rynku mediów w Szwecji istotne wydają się trzy elementy: podział rynku nadawców radiowych między głównych graczy, ocena oferty programowej szwedzkiego publicznego nadawcy radiowego, zasięg i charakterystyka odbiorców mediów publicznych.

Szwedzki rynek radiowy jest podzielony między trzech ważnych graczy – publicznego nadawcę Sveriges Radio (SR) i dwa prywatne

<sup>8</sup> Tamże, s. 33.

<sup>9</sup> *Public service media...*, dz. cyt., s. 15.

<sup>10</sup> Par. 3 ustawy o radiu i telewizji Radio- och tv-lagen (2010:696).

<sup>11</sup> Par. 2 zarządzenia Förordning (2010:1062) med instruktion för Myndigheten för radio och tv. Przepis wszedł w życie 1 stycznia 2014 r.

<sup>12</sup> *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet...*, dz. cyt., s. 6.

koncerny mediowe ProSieben/SBS oraz MTG (Modern Times Group). Taki stan jest efektem procesu przemian, które zachodziły na szwedzkim rynku mediów jeszcze przed uaktywnieniem się radiowych stacji komercyjnych. Od 1925 r., kiedy to spółka Sveriges Radio otrzymała koncesję na prowadzenie działalności nadawczej, szwedzki rynek przez kilka dziesięcioleci cechował wysoki poziom stabilizacji. W latach 50. i 60. XX w. wprowadzono drugi i trzeci program radia publicznego (P2 i P3). Natomiast w latach 70. pojawiły się hiperlokalne rozgłosnie sąsiedzkie prowadzone przez różnego rodzaju organizacje oraz związki wyznaniowe. To właśnie one uutorowały drogę lokalnym rozgłosniom prywatnym<sup>13</sup>. Monopol Sveriges Radio (SR) załamał się w 1981 r., gdy koncesję na nadawanie przyznano pierwszemu nadawcy prywatnemu. Następnie w latach 90. ubiegłego wieku parlament szwedzki zdecydował o otwarciu rynku dla nadawców prywatnych rozgłosni lokalnych finansowanych z reklam<sup>14</sup> i dopiero od tego czasu można mówić o powstaniu wolnego rynku. Obecnie „nadawanie jest zdominowane przez media publiczne finansowane z opłat abonamentowych. Nadawca publiczny definitywnie stracił pozycję monopolisty i konkuruje z wieloma nadawcami komercyjnymi na zderegulowanym rynku”<sup>15</sup>. Pozycja SR w tym obszarze jest mimo to niezagrożona – właściwie pod każdym względem – o czym świadczą najnowsze dane statystyczne odnoszące się do najważniejszych aspektów funkcjonowania na rynku medialnym. Wiążą się one z poziomem słuchalności,

udziałem w rynku oraz poziomem zaufania społecznego<sup>16</sup>. Jednym ze źródeł stabilnej pozycji SR wydaje się być odpowiedzialne podejście do odbiorców i do ich potrzeb. Sveriges Radio (tak samo jak pozostałe podmioty – STV i UR) spełnia oczekiwania programowe pojedynczych słuchaczy i dociera z ofertą do jak najszerszych grup odbiorców: „Nadrzędnym zadaniem nadawców publicznych jest przedstawienie możliwie szerokiej oferty programowej, która byłaby dostępna dla wszystkich (...) i cechowała się różnorodnością, wysoką jakością, obiektywizmem i dobrym smakiem”<sup>17</sup>.

Warto zwrócić uwagę na Utbildningsradion (UR) – jednego z dwóch nadawców, poza Sveriges Radio (SR) – który posiada pozwolenie na emisję w całym kraju. UR jest ciekawym przykładem w ramach medialnej gry rynkowej. Jego celem jest produkcja wyłącznie programów edukacyjnych skierowanych do różnorodnych grup odbiorców – nie tylko do dzieci i młodzieży, ale także do osób niepełnosprawnych oraz do członków mniejszości etnicznych i narodowych. Zadania UR od samego początku, czyli od momentu wyodrębnienia się tej spółki jako samodzielnego podmiotu w 1993 r., wiązały się z ofertą szerokiego zakresu programów udostępnianych przez Sveriges Television (SVT) i Sveriges Radio (SR). Poszerzając swoją podstawową działalność, UR (we współpracy z STV) utworzyło specjalny kanał Kunskapskanalen. Są w nim emitowane programy edukacyjne, relacje z konferencji, seminariów, obrady parlamentu. Spółka kontynuuje swoją działalność programową także w internecie<sup>18</sup>.

<sup>13</sup> *Public service media...*, dz. cyt., s. 29.

<sup>14</sup> Raport *Den svenska mediemarknaden 2011*, Göteborg 2011, s. 23.

<sup>15</sup> K.E. Gustafsson, H. Örnebring, D.A.L. Levy, *Press subsidies and local news: the swedish case*, Oxford 2009, s. 3.

<sup>16</sup> Dane za: NORDICOM, TNS oraz L. Weibull, Å. Nilsson, *Tilltro till medier och politik*, [http://www.som.gu.se/digitalAssets/1288/1288333\\_133-148.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1288/1288333_133-148.pdf) [dostęp: 3.07.2012].

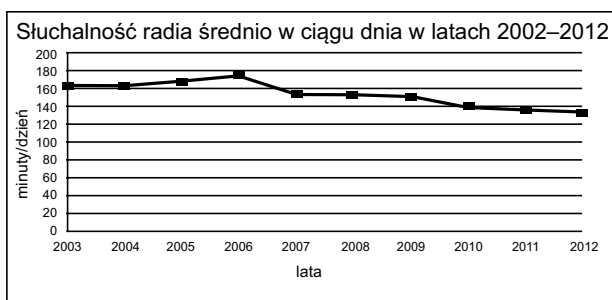
<sup>17</sup> *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet...*, dz. cyt., s. 12–13.

<sup>18</sup> Myndigheten för Radio och TV, *Svenskt medieutbud 2012*, Göteborg 2012, s. 63, 66. Strona internetowa Kunskapskanalen w Utbildnings Radio, [www.ur.se](http://www.ur.se) [dostęp: 22.08.2014].

Tabela 1. Średni czas spędzany na słuchaniu radia w ciągu dnia (w min.) i w tygodniach od 11. do 15. w 2013 r. Grupa wiekowa 12–79 lat (łącznie przez częstotliwości FM oraz internet)<sup>19</sup>

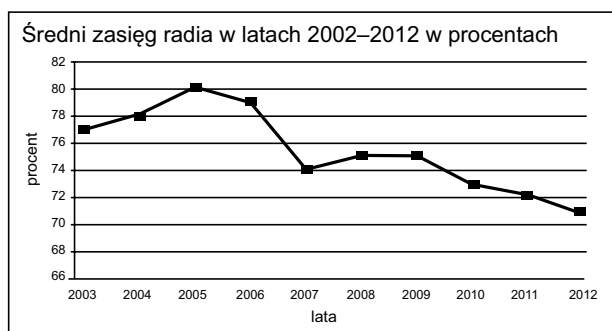
Rok tydzień <sup>20</sup>	2013 11.	2013 12.	2013 13.	2013 14.	2013 15.
Łącznie minut	112	114	111	109	110

Tabela 1. zawiera dane dotyczące czasu poświęcanego w ciągu dnia na słuchanie radia. Wynika z niej, że na słuchanie radia w Szwecji odbiorcy przeznaczają przeciętnie niemal dwie



Wykres 1. Czas (w min.) poświęcany na słuchanie radia średnio w ciągu dnia w latach 2002–2012 przez słuchaczy w wieku 9–79 lat<sup>21</sup>

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu NORDICOM



Wykres 2. Średni zasięg radia w latach 2002–2012 (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu NORDICOM

godziny dziennie. W ogólnym budżecie czasu w 2012 r. radio z wynikiem 22% znalazło się na drugiej pozycji za telewizją (26%), a przed internetem (19%)<sup>22</sup>. Na wykresie 1. znajduje się graficzny obraz zmian słuchalności radia na przestrzeni dziesięciu lat.

Kolejny wykres obrazuje zmiany w zasięgu radia również na przestrzeni dziesięciu lat (2002–2012).

Jak wynika z obu wykresów, czas poświęcony na słuchanie radia w latach 2002–2012 systematycznie malał. Również zasięg radia, chociaż nie w całym obserwowanym okresie, ulegał zmniejszeniu. Mimo widocznego spadku liczby wciąż pozostają wysokie, co oznacza, że rynek – choć mały – jest ważnym elementem gry na rynku mediów w ogóle, a walka konkurencyjna jest zjawiskiem realnym.

Walka konkurencyjna na rynku radiowym w Szwecji przebiega na wszystkich polach. W tabelach 2., 3. i 4. znajdują się dane liczbowe, które oddają stan konkurencji na szwedzkim rynku w trzech głównych obszarach: zasięg, budżet czasu słuchaczy podzielony między głównych graczy rynku oraz udział w rynku. Dane odnoszą się do programów Sveriges Radio – P1, P2, P3, P4, trzech największych anten SBS radio, czyli Mix Megapol, NRJ i Rockklassiker, a także dwóch największych anten korporacji MTG, Rix FM i Bandit Rock.

<sup>19</sup> Dane największego szwedzkiego ośrodka badań rynkowych TNS Sifo, <http://www.tns-sifo.se/rappporter-under-sokningar/radioreultat/radiorappporter-ppm/> [dostęp: 12.07.2013].

<sup>20</sup> Pomiary wykonywane przez TNS dotyczą poszczególnych tygodni roku; w przypadku podanym w tabeli 1. dane liczbowe dotyczą kolejno tygodni od 11. do 15. w 2013 r.

<sup>21</sup> Badanie wykonano w ciągu jednego tygodnia – od poniedziałku do niedzieli.

<sup>22</sup> Raport NORDICOM na temat konsumpcji mediów w Szwecji w 2012 r. [http://www.nordicom.gu.se/eng\\_mt/filer/English\\_Mbar\\_2012.pdf](http://www.nordicom.gu.se/eng_mt/filer/English_Mbar_2012.pdf), s. 3 [dostęp: 22.08.2013].

Tabela 2. Zasięg stacji radiowych (w %) przeciętnie w ciągu dnia w 11. i 15. tygodniu 2013 r. (FM oraz internet)<sup>23</sup>

NADAWCA	2013 11.	2013 15.
SR Radio	62,0%	59,7%
SBS Radio	25,7%	27,0%
MTG Radio	17,5%	17,7%

Tabela 3. Czas spędzony (w min.) na słuchaniu programów każdego z trzech głównych nadawców radiowych przeciętnie w ciągu dnia w tygodniach od 11. do 15. w 2013 r.<sup>24</sup>

NADAWCA	2013 11.	2013 12.	2013 13.	2013 14.	2013 15.
SR Radio	145	148	145	148	145
SBS Radio	52	54	60	55	54
MTG Radio	47	48	49	50	48

Obecność trzech dużych graczy na szwedzkim rynku to wynik procesu koncentracji własności oraz centralizacji produkcji. Dominacja publicznego nadawcy wydaje się niezachwiana, szczególnie w dużych miastach. Poza dużymi miastami konkurencja odbywa się przede wszystkim między programami Rix FM (własność koncernu MTG) oraz Mix Megapol (własność koncernu SBS)<sup>25</sup>.

Zrozumienie fenomenu szwedzkiego publicznego nadawcy radiowego i jego silnej pozycji na rynku szwedzkim wymaga bliższego spojrzenia na ofertę poszczególnych anten radiowych. Tabela 5. zawiera skróconą charakterystykę każdego z programów SR w tym: rok założenia, główny zakres tematyczny programów oraz grupę docelową.

Tabela 4. Udział w rynku (w %) w tygodniu 11. i 15. w 2013 r. (FM oraz internet)<sup>26</sup>

NADAWCA	2013 11.	2013 15.
SR Radio	80,7%	78,8%
SBS Radio	11,9%	13,4%
MTG Radio	7,4%	7,8%

<sup>23</sup> Dane TNS Sifo, <http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radorapporter-ppm/> [dostęp: 12.07.2013].

<sup>24</sup> Tamże.

<sup>25</sup> Raport *Den svenska mediemarknaden 2011...*, dz. cyt., s. 23.

<sup>26</sup> Dane TNS Sifo, <http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radorapporter-ppm/> [dostęp: 12.07.2013].

Tabela 5. Charakterystyka programów szwedzkiego radia publicznego Sveriges Radio (SR)<sup>27</sup>

Program	Data utworzenia	Zawartość	Grupa docelowa (wiek)
SR/P1	1925	rozmowy, wiadomości, debaty, sprawy bieżące, teatr, dokument, sztuka, nauka	20–79 lat
SR/P2	1955	muzyka klasyczna i współczesna, programy edukacyjne, audycje w językach imigrantów i mniejszości narodowych	20–79 lat
SR/P3	1964	muzyka popularna, wiadomości, programy kulturalne i społeczne, rozrywka	13–35 lat
SR/P4 (łącznie z 25 stacjami regionalnymi)*	1993 (stacje regionalne 1987–1989)	wiadomości, sport, programy regionalne, muzyka	30–79 lat

\* SR nadaje również dwa lokalne programy: w Sztokholmie („SR Metropól” – powstało w 2007 r.) oraz w Malmö („Din Gata” – powstało w 2006 r.).

Programy Sveriges Radio nie stanowią dla siebie konkurencji ze względu na zróżnicowaną ofertę. Szwedzcy medioznawcy mówią nawet o komplementarności tych programów i tworzeniu przez nie wspólnej „rodziny programów”<sup>28</sup>. Dzięki swojej różnorodnej ofercie SR może konkurować na rynku ze stacjami komercyjnymi, czyli przede wszystkim z antenami korporacji SBS i MTG. Z zestawienia przedstawionego w tabeli 5. wynika, że oferta programowa czterech stacji Sveriges Radio (SR) jest na tyle zdywersyfikowana i atrakcyjna dla różnych grup odbiorców, iż jako rodzina programów mogą one okazać się silną konkurencją dla programów oferowanych przez rozgłośnie komercyjne. Należy ponadto pamiętać, że na rynku nadawców radiowych „front walki” o słuchaczy przebiega nie tylko na linii nadawca publiczny – stacje komercyjne. Także i rozgłośnie prywatne rywalizują między sobą, co znacząco zwiększa szanse na popularność programów oferowanych

przez SR. Z raportu *Svenskt medieutbud 2012*, przygotowanego przez Urząd ds. Radia i Telewizji, wynika, że trudno jednoznacznie stwierdzić, jakie treści przeważają na każdej z anten omawianych w tabeli 5., a należących do Sveriges Radio. O ile P1 można uznać za kanał głównie informacyjny, a P2 – za artystyczny, o tyle różnorodność programowa P3 i P4 sprawia, że niełatwo w sposób oczywisty je zaklasyfikować, a nawet porównywać.

Charakterystykę kanałów SR warto uzupełnić danymi odnoszącymi się do zasięgu każdego z nich. Ten z kolei kieruje nas do kolejnego aspektu opisu mediów publicznych, a mianowicie do jego odbiorców. Dane zamieszczone w tabeli 6. pokazują, że w kwestii zasięgu bezapelacyjnie dominuje kanał P4. Ma on obecnie również najliczniejszą grupę słuchaczy. Jego największym atutem jest lokalność oraz skierowanie oferty programowej do młodych ludzi.

<sup>27</sup> *Public service media...*, dz. cyt., s. 21.

<sup>28</sup> T. Hujanen, L. Weibull, E. Harrie, *The challenge of public service broadcasting in the nordic countries: contents and audiences* [w:] *Public service media...*, dz. cyt.

Tabela 6. Zasięg programów szwedzkiego radia publicznego Sveriges Radio (przeciętnie w ciągu dnia) w tygodniach 1. i 28. 2013 r. (zasięg ludności w %) <sup>29</sup>

Program SR	2013 1.	2013 28.
P1	12,20%	18,30%
P2	3,10%	3,00%
P3	13,40%	15,60%
P4	41,20%	42,10%

Szwedzki nadawca publiczny już w latach 90. XX w. zorientował się, że jego stacje radio- we będą konkurencyjne na rynku jedynie wtedy, gdy zmieni się oferta programowa dla słuchaczy. Aby osiągnąć ten efekt zdecydowano się na zmianę pojmowania roli radia jako medium uniwersalnego, pluralistycznego i zrównoważonego. W tym celu przeanalizowano model zaproponowany przez stacje komercyjne, które dostosowywały swoją ofertę wedle potrzeb konkretnych grup odbiorców. W rezultacie wyróżniono trzy podstawowe kierunki profilowania kanałów radiowych. Pierwszy kanał miał być nastawiony na emitowanie spokojnej muzyki dla dorosłych słuchaczy; drugi proponował audycje skoncentrowane na rozmowach, kulturze i muzyce (klasycznej); trzeci natomiast skierowano do młodych odbiorców, oferując im głównie muzykę popularną (hity) <sup>30</sup>. Ważną zmianą było poszerzenie grona słuchaczy o nową generację odbiorców – młodych ludzi, którzy chętniej sięgali po internetowe źródła informacji. Sieć stała się dla nich podstawowym źródłem komunikacji oraz pozyskiwania treści – przede wszystkim

muzyki do tej pory dostarczanej głównie przez radio. Badacze podkreślają rolę, jaką w tej dziedzinie odegrało pojawienie się serwisu Spotify. Jednakże odejście młodych słuchaczy od radia miało – ich zdaniem – większe znaczenie dla spadków zanotowanych przez stacje komercyjne. Obniżenie liczby słuchaczy w mniejszym stopniu dotknęło stacje publiczne <sup>31</sup>.

### Główne obszary debaty – propozycje zmian

Warto zwrócić uwagę na kilka debat nad różnymi przejawami funkcjonowania mediów publicznych w Szwecji, w tym kwestii struktury mediów, nowych form opłat abonenckich, czy też harmonogramu cyfryzacji mediów publicznych. Gdy mowa o pierwszym z wymienionych zagadnień, tj. o strukturze mediów, wypada przypomnieć polemikę, która miała miejsce w latach 2007–2008. Jednocześnie należy pamiętać, że w Szwecji od 1993 r. nadawcy publiczni, jako operatorzy, działają w obrębie dwóch oddzielnych spółek. Radio podlega państwowej spółce Sveriges Radio AB, natomiast telewizja SVT jest zarządzana przez Sveriges Television AB <sup>32</sup>. W 2007 r. rozpoczęła się dyskusja – zapoczątkowana przez zarządzające ówczesnie spółkami SVT oraz SR, Evę Hamilton (SVT) oraz Kerstin Brunberg (SR) – nad możliwością fuzji obu przedsiębiorstw na zasadzie współpracy edytorskiej, administracyjnej i wspólnych sieci przesyłowych. Dotyczyłoby to także siedziby obu spółek. Biorąca udział w debacie obecna dyrektor zarządzająca SVT Christina Jutterström zaproponowała, aby SR i SVT połączyć w jedno przedsiębiorstwo

<sup>29</sup> Dane TNS Sifo, <http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radiorapporter-ppm/> [dostęp: 12.07.2013].

<sup>30</sup> Public service media..., dz. cyt., s. 31.

<sup>31</sup> Raport *Medieutveckling 2011*, Myndigheten för Radio och TV, Sztokholm 2011, s. 31.

<sup>32</sup> Obie spółki należą do państwowej fundacji Förvaltningsstiftelse för Sveriges Television AB, Sveriges Radio AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Zarząd fundacji desygnowany jest przez rząd, natomiast członków zarządu Sveriges Radio mianuje zarząd fundacji.



„Public Service Ltd.”. Takie rozwiązanie skutkowałoby optymalizacją kosztów funkcjonowania mediów publicznych. Natomiast telewizyjną opłatę abonamentową – jej zdaniem – mogłaby zająć *public service fee* pochodząca z podatków i płacona przez wszystkich dorosłych Szwedów<sup>33</sup>. Poza przyczynami natury *stricte* finansowej pojawił się też argument, że odbiorcy, którzy wnoszą opłaty abonamentowe powinni mieć bardziej bezpośredni wpływ na produkcję programów. Zaproponowane zmiany spotkały się również z głosami krytyki. Zasiadający w radzie nadzorczej SR Ove Joanson zasugerował, że połączenie obu spółek doprowadzi do podporządkowania radia stacjom telewizyjnym. Tym samym zmniejszy się rola Szwedzkiego Radia, co spowoduje likwidację jego 27 lokalnych rozgłośni<sup>34</sup>. Część pomysłów wpłynęła poza tym na podjęcie skutecznych działań, między innymi w kwestii zdefiniowania zmian, które znalazły się w nowelizacji ustawy o finansowaniu radia i telewizji w służbie publicznej<sup>35</sup> z 1 stycznia 2010 r. W nowelizacji umieszczono zapis o zmianie nazwy opłaty abonamentowej z formuły „opłata telewizyjna” (*tv-avgiften*) na „opłata radiowo-telewizyjna” (*radio- och tv-avgiften*). W ten sposób podkreślono fakt, że z wpływów pochodzących z tej właśnie opłaty korzysta również publiczny nadawca radiowy. Ponadto zobligowano szwedzkich przedsiębiorców do płacenia jednej opłaty abonamentowej,

a nie – jak to miało miejsce do tej pory – kilku opłat uzależnionych od liczby posiadanych odbiorników<sup>36</sup>.

Kolejnym przedmiotem debaty stała się kwestia cyfryzacji szwedzkiego radia. Już jesienią 1995 r. SR oraz UR otrzymały zgodę na wykonanie testów nadawania z wykorzystaniem technologii DAB. Wśród uwag, jakie Szwedzkie Radio przedstawiło do rządowej propozycji w sprawie pełnej digitalizacji planowanej na 2022 r., pojawiła się obawa, że stopniowe przechodzenie – a co za tym idzie równoczesne nadawanie FM i DAB – będzie generowało zbyt duże koszty. Zaniepokojenie dotyczyło też jednoczesnego wyłączenia wszystkich kanałów nadających na falach FM. Mimo obaw przedstawionych rządowi, zdaniem SR przechodzenie na nadawanie cyfrowe – dla dobra słuchaczy – powinno się odbywać stopniowo<sup>37</sup>.

Spośród wypowiedzi zgłoszonych w dyskusji najmniej odnosiło się do problemu przygotowania infrastruktury i ewentualnego czasowego odcięcia grup słuchaczy od audycji nadawanych przez państwowego nadawcę publicznego. Pod względem dostępu do internetu oraz zaawansowania technicznego urządzeń nadawczych i sieci przesyłowych Szwecja znajduje się w światowej czołówce. Bez obaw więc, tak jak pozostałe państwa skandynawskie (wśród których najbardziej zaawansowany poziom prezentuje Norwegia), planuje w następnych latach przej-

<sup>33</sup> Obecnie działalność programowa Sveriges Radio jest finansowana ze środków gromadzonych z opłaty radiowo-telewizyjnej, która zgodnie z ustawą o finansowaniu publicznego radia i telewizji – Lagen (1989:41) om finansiering av radio och TV i allmänhetens tjänst – pobierana jest od każdego posiadacza odbiornika telewizyjnego.

<sup>34</sup> Przebieg debaty śledziły z zainteresowaniem szwedzkie media, w tym największy dziennik „Dagens Nyheter”, na którego łamach w listopadzie 2007 r., w dziale „Debata”, dyrektor zarządzająca SVT Eva Hamilton oraz dyrektor zarządzająca SR Kerstin Brunberg zamieściły swoje artykuły: [http://nordicom.gu.se/eng\\_mt/minletter.php?id=93#Should%20the%20public%20service%20companies%20SVT%20and%20SR%20be%20merged?](http://nordicom.gu.se/eng_mt/minletter.php?id=93#Should%20the%20public%20service%20companies%20SVT%20and%20SR%20be%20merged?) [dostęp: 20.07.2013].

<sup>35</sup> Ustawa o finansowaniu publicznego radia i telewizji – Lag (1989:41) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.

<sup>36</sup> Więcej szczegółów dotyczących omówionych tu prawnych aspektów funkcjonowania szwedzkiego radiowego nadawcy publicznego znajduje się na stronie <http://www.radiotjanst.se/sv/Avgiften/Lagar-och-regler/> [dostęp: 12.07.2013].

<sup>37</sup> *Regeringens proposition 2012/13:164. Bildning och tillgänglighet...*, dz. cyt., s. 69.

ście z nadawania FM na sieć cyfrową DAB. Ten proces nie przebiega jednak bez kontrowersji, ponieważ spośród państw skandynawskich Szwecja niestety w tym zakresie jest najmniej zaawansowana. Norwegia i Dania termin przejścia na DAB ustaliły odpowiednio na 2017 i 2019 r. W lipcu 2013 r. na łamach dziennika „Dagens Nyheter” szwedzka minister kultury Lena Adelsohn Liljeroth opublikowała materiał, w którym przedstawiła plany rządu dotyczące zbliżającego się kolejnego 6-letniego okresu funkcjonowania mediów publicznych. Artykuł zawiera między innymi informację, że data przejścia na DAB jest planowana na 2022 r. Szwedzka minister podkreśliła też, że ten proces ma przebiegać zgodnie z zasadami rynkowymi. Ponadto w efekcie cyfryzacji pojawiają się możliwości tworzenia nowych stacji radiowych, co przyczyni się do większego dostępu do radia<sup>38</sup>.

Do debaty nad cyfryzacją i innymi planami zmian w działalności publicznych nadawców w Szwecji dołączył Axel Björklund – dziennikarz największej szwedzkiej gazety „Dagens Nyheter”. Odpowiadając na artykuł Leny Adelsohn Liljeroth, poddał w wątpliwość niektóre z proponowanych zmian. Część z nich dotyczyła planów cyfryzacji SR. Axel Björklund zwrócił uwagę na fakt, że zwiększenie liczby stacji radiowych wcale nie musi się przełożyć na zwiększenie ich dostępności. Podkreślił ponadto, że zmiany będą kosztowne, choć uważa, że są niezbędne. Dużo zastrzeżeń zgłosił także z powodu ilości środków przeznaczanych na funkcjonowanie elektronicznych mediów publicznych, które są niemal porównywalne ze środkami inwestowanymi w strony internetowe tych mediów. Jego zdaniem – jako pracownika

mediów drukowanych (sam używa określenia „mediów tekstowych”) – wzbudza to kontrowersje<sup>39</sup>. Kończąc artykuł, konkluduje, że nadszedł już czas na odejście od przestarzałego modelu mediów publicznych. Media publiczne bezspornie wymagają wprowadzenia innowacji, ponieważ rynek mediów szybko się zmienia, a za sześć lat samo DAB już nie wystarczy.

## Podsumowanie

Szwedzki radiowy nadawca publiczny Sveriges Radio AB podjęło próbę obrony wysokiej pozycji, którą przez ostatnie lata udało mu się wypracować. Ale z każdym rokiem walka jest coraz trudniejsza. Przeobrażenia zachodzące na rynku mediów dotyczą właściwie każdego obszaru ich funkcjonowania, gdyż zmienia się nie tylko technologia, lecz również odbiorcy oczekują innych rodzajów usług. W przypadku mediów publicznych sprawą podstawową jest informowanie o sposobach wydatkowania środków publicznych. Nie muszą się z tym mierzyć nadawcy prywatni. Punktem wyjścia do dyskusji nad perspektywami rozwoju Sveriges Radio jest przede wszystkim propozycja rządowa, o czym już była mowa w artykule. Jest to bardzo obszerny dokument, który zawiera projekty zmian niemal w całym obszarze działalności radia. Wśród poruszonych zagadnień znalazły się więc kwestie związane z zawartością programową (zwiększenie udziału programów kulturalnych), ze strukturami organizacyjnymi, kontrolą, formami finansowania oraz z cyfryzacją. Duży nacisk został położony na zwiększenie zakresu działań zmierzających do udostępnienia treści przekazywanych przez nadawców publicznych do różnych grup społecznych, szczególnie do członków mniejszości czy osób niepełno-

<sup>38</sup> Debata odbywała się na łamach dziennika „Dagens Nyheter” w lipcu 2013 r., <http://www.dn.se/debatt/digitaliserat-marknat-gor-det-mojligt-att-sanda-fler-kanaler/> [dostęp: 2.07.2013].

<sup>39</sup> Odpowiedź Axela Björklunda na artykuł minister kultury, <http://www.dn.se/kultur-noje/axel-bjorklund-matte-vi-slippta-dab-radiodebatten/> [dostęp: 2.07.2013].

sprawnych. W tym celu nałożono obowiązek powiększenia kwot wydatkowanych na programy edukacyjne, co wzmocni rolę edukacyjnej UR. Ponadto UR i SVT otrzymają dodatkowe instrukcje w sprawie kwot przeznaczanych na programy nadawane między innymi w języku migowym oraz z napisami. Wszystkie podjęte działania będą się musiały wiązać z większymi wydatkami na działalność SR i UR. W propozycji rządowej została podkreślona konieczność niezależności i transparentności w działaniach nadawców publicznych oraz obowiązek określenia jasnych zasad finansowania ich aktywności i użytkowania posiadanych funduszy. Ponadto uznano, że celem, do którego należy dążyć, musi być masowość radia – minimum 99,8% ludności (stałych mieszkańców) powinna mieć dostęp do oferty nadawców publicznych. Wskazane cele, choć ambitne, są niewystarczające.

Do rozwiązania wciąż pozostaje problem modelu licencjonowania dostępu do rynku oraz zasadność finansowania tak dużych inwestycji w zakresie misji publicznej środkami publicznymi, a nie za pomocą środków zewnętrznych (w całości bądź częściowo). Ponadto wciąż nie została zdefiniowana obecność radiowego nadawcy publicznego w internecie. Wśród propozycji parlamentarnej komisji kultury znalazł się jednakże pomysł włączenia działalności prowadzonej przez SR w internecie do ustawowych zadań tej spółki jako nadawcy publicznego<sup>40</sup>. Wydaje się, że w propozycji rządowej na kolejny okres licencyjny ta oferta będzie musiała się pojawić jako następny konieczny krok, tak jak wiele innych, o czym dyskutowano w trakcie przygotowywania zasad funkcjonowania szwedzkiego radiowego nadawcy publicznego w latach 2014–2019.

---

<sup>40</sup> Opinia parlamentarnej komisji kultury, *Kulturutskottets betänkande 2013/14:KrU3*, s. 1, [https://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Utskottens-dokument/Betankanden/201314Bildning-och-tillgagli\\_H101KrU3/](https://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Utskottens-dokument/Betankanden/201314Bildning-och-tillgagli_H101KrU3/) [dostęp: 2.07.2014].