

Przyszłość mediów publicznych w Japonii

Andrzej Sawicki

W dobie globalizacji rozpoczęła się ostra rywalizacja między mediami publicznymi a sektorem mediów komercyjnych. Te ostatnie zarzucają nadawcom publicznym uprzywilejowaną pozycję. Sektor mediów prywatnych doskonale zdaje sobie sprawę, o co toczy się spór, i próbuje wymusić prywatyzację sektora instytucji publicznego nadawcy. Eliminacja publicznych mediów dałaby prywatnym nadawcom możliwość powiększenia wpływów z reklam.

Pojawienie się komercyjnych stacji radiowych i telewizyjnych nadających programy przez systemy naziemne, kablowe i satelitarne zmieniło współczesny pejzaż masowej komunikacji. Najlepszym rozwiązaniem trudnej sytuacji mediów publicznych byłoby uzyskanie stabilizacji finansowej. Dlatego też nadawcy publiczni tak bardzo zabiegają o wsparcie ze strony państwa lub utrzymanie opłat abonamentowych. Przykładami są tutaj BBC w Wielkiej Brytanii, NHK w Japonii i ARD oraz ZDF w Niemczech¹. Z powodów ekonomicznych wiele instytucji sektora mediów publicznych uzupełnia swój budżet dochodami z reklam. Niestety, nadawcy komercyjni wykorzystują tę sytuację do krytyki swoich konkurentów i zarzucają im łamanie realizacji misji społecznej

oraz samej istoty funkcjonowania tego sektora.

Głównym zadaniem mediów publicznych, w tym japońskiej NHK (Nihon Hōsō Kyōkai), jest wypracowanie skutecznej strategii działania w dobie totalnej globalizacji. Oto kilka problemów, którym nadawcy publiczni muszą stawić czoła. Pierwszy z nich dotyczy zagadnień związanych z finansowaniem instytucji mediów publicznych. Kolejny wynika z konieczności pokrycia rosnących kosztów rozwoju techniki i technologii nadawczej. Nie mniej ważną kwestią jest wypracowanie strategii dotyczącej relacji między nadawcą publicznym a jego odbiorcami. Jak przekonać obywateli do płacenia abonamentu? Jak postępować z widzami, którzy coraz więcej czasu spędzają przed odbiornikami, oglądając łatwe w odbiorze programy rozrywkowe stacji komercyjnych? W jaki sposób ułożyć relacje na płaszczyźnie widz–nadawca oraz słuchacz–nadawca w kontaktach z mediami publicznymi? Być może widownię należy postrzegać bardziej podmiotowo, a nie jedynie jako konsumentów. Według badań z listopada 2006 roku, japońską telewizję publiczną wyprzedzają pod względem czasu oglądalności prywatne stacje telewizyjne. Mieszkańcy Kraju Kwitnącej Wiśni każdego dnia spędzają przed telewizorem

¹ I. Banerjee, K. Seneviratne, *Public service broadcasting in the age of globalization*, Singapore 2006, s. 3.

średnio 3 godziny 58 minut², w tym na programy stacji komercyjnych poświęcają aż 2 godziny 54 minuty, a publicznego nadawcę oglądają przez 1 godzinę i 4 minuty. Niestety, każdego roku wskaźniki oglądalności zmieniają się na niekorzyść publicznego nadawcy. Zasygnalizowane problemy to bolączki nie tylko japońskiego nadawcy – NHK, lecz również podobnych instytucji publicznych mediów na świecie.

Historia NHK

Japoński publiczny nadawca radiowo-telewizyjny rozpoczął swoją działalność w roku 1926. Było to możliwe dzięki połączeniu kilku stacji radiowych, które częściowo kontrolował ówczesny rząd. Rozgłośnie znajdowały się w Tokio, Osace i Nagoi. Łącząc się, utworzyły Japońskie Stowarzyszenie Nadawcze NHK (日本放送協会). Już w 1925 roku z rozgłośni radiowej w Tokio nadano pierwszy sygnał. Japończycy stworzyli podwaliny radiofonii w całej ówczesnej Azji. Wydarzenie to miało wielką wagę dla ówczesnej Japonii ze względu na okres dynamicznego rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. Rozwojowi radiofonii towarzyszył obowiązek powszechnego nauczania. Japonia jako jedyny kraj w Azji podjęła walkę z analfabetyzmem. Świadomość społeczna i szybki rozwój edukacji wpłynęły pozytywnie na rozwój mediów. Radio stało się także elementem sprzyjającym tworzeniu nowoczesnego społeczeństwa³.

Kolejny etap budowania instytucji sektora japońskich mediów publicznych rozpoczął się w roku 1930. Powstała wówczas druga stacja radiowa NHK, i ten kanał przeznaczono do celów edukacyjno-oświatowych. Stacja radiowa z roku 1926 pełniła głównie funkcję informacyjną.

W następnych latach japońska radiofonia uległa wpływowi pravicowych rządów. Narzuciły one społeczeństwu surowe reguły polityki ekspansjonizmu i militarystyki. Radio stało się narzędziem wojskowej propagandy grupy fanatycznych twórców koncepcji Wielkiej Japonii. NHK wypełniło również smutny obowiązek powiadomienia obywateli o kapitulacji kraju w sierpniu 1945 roku – boski cesarz Hirohito ogłosił ją przez stację radiową. Zgodnie z tradycją nikt, poza rodziną i dworem, nie widział cesarza ani nie słyszał jego boskiego głosu. Dowództwo wojsk okupacyjnych upokorzyło Hirohito, zmuszając go do odczytania treści aktu kapitulacji.

W roku 1953, po zakończeniu amerykańskiej okupacji, rozpoczęła swoją działalność telewizja publiczna NHK. W tym samym czasie powstała komercyjna stacja telewizyjna pod nazwą NTV (Nihon Terebi – Japońska Telewizja). Rozwój telewizji zarówno komercyjnej, jak i publicznej przyczynił się do drastycznego spadku słuchalności radia. W latach 50. ubiegłego wieku przeciętny Japończyk spędzał przy odbiorniku radiowym około 3,5 godziny dziennie, natomiast w latach 60. i późniejszych już tylko 30 minut⁴. Obecnie radio jest najbardziej popularne wśród japońskich taksówkarzy, którzy godzinami stoją w miejskich korkach. Odgrywa ono jednak bardzo ważną rolę w czasie klęsk żywiołowych. Japonia leży w rejonie bardzo aktywnym sejsmicznie. W związku z tym Japońskie Stowarzyszenie Nadawców Publicznych uruchomiło specjalny program radiowy, którego zadaniem jest błyskawiczna reakcja na wszelkiego rodzaju wstrząsy i związane z tym katastrofy. W razie braku energii elektrycznej przenośne radioodbiorniki pozwalają śledzić komunikaty o ewentualnych zagrożeniach.

² Y. Nakamura, R. Yonekura, *Public broadcasting and changing audiences in the digital era: Services and social mission*, „NHK Broadcasting Studies” 2008, nr 6, s. 111.

³ J. Tubielewicz, *Historia Japonii*, Warszawa 1984, s. 397.

⁴ A. Cooper-Chen, *Mass communication in Japan*, Ames 1997, s. 126.

W nadzwyczajnej sytuacji stacje radiowe publiczne oraz komercyjne cieszą się ogromnym uznaniem wśród mieszkańców całego kraju.

Regulacje prawne a NHK

Współczesne media – zarówno publiczne, jak i komercyjne – działają na podstawie ustawodawstwa sprzed sześćdziesięciu laty. Zostało ono narzucone Japończykom przez amerykańskie władze okupacyjne (okupacja rozpoczęła się tuż po kapitulacji w sierpniu 1945 i trwała aż do kwietnia 1952 roku)⁵. Amerykanie wprowadzili nowe prawo do systemu medialnego. Władze okupacyjne narzuciły Japończykom również nową konstytucję, która weszła w życie w roku 1947. Japońskie prasa, radio i telewizja zostały podane ścisłej kontroli. Szalejąca cenzura zabraniała przede wszystkim publikacji o trudnej dla Japończyków tematyce amerykańskiej okupacji i o problemach związanych z kwestiami rasowymi. Narzucona przez amerykańskie władze okupacyjne w 1950 roku nowa ustawa medialna była bardzo podobna do tych, które obowiązywały w Europie i USA. Amerykanie wzorowali się na klasycznym, liberalnym modelu komunikowania masowego z jego głównymi zasadami dotyczącymi pluralizmu medialnego oraz poszanowania wolności słowa. Ustawa miała zapobiegać praktykom monopolistycznym oraz uniemożliwić powrót struktur medialnych sprzed 1945 roku. Z niewielkimi zmianami ustawa funkcjonuje do dnia dzisiejszego.

Regulacje mediów dotyczą dwóch aktów prawnych. Są to Ustawa o falach radiowych oraz Ustawa o nadawaniu. Oba akty określają zasady dostępu do mediów. Chodzi o zniesienie barier w procedurach odnoszących się do rynku medialnego. Prawne regulacje określają jedynie ogólne ramy funkcjonowania systemu. Szcze-

gółowymi procedurami zajmuje się Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Telekomunikacji. Do jego obowiązków należy przygotowanie praktycznych przepisów wykonawczych.

Ustawa o falach radiowych precyzuje procedurę przyznawania koncesji mediom elektronicznym, głównie stacjom radiowym. Z kolei Ustawa o nadawaniu dotyczy uregulowań w dziedzinie związanej z działalnością stacji telewizyjnych. Jej przepisy nakreślają zasady prawne systemu medialnego w zakresie rynku telewizyjnego. System telewizji japońskiej na pozór nie różni się niczym nadzwyczajnym od struktury mediów elektronicznych w innych krajach. Oprócz telewizji NHK, która reprezentuje publicznego nadawcę, istnieją również liczne sieci telewizji komercyjnej. Sektor prywatny jest bardzo rozwinięty, a koncentracja kapitału doprowadzona do niespotykanego poziomu.

Ustawa o nadawaniu sprecyzowała również sposoby finansowania Japońskiego Stowarzyszenia Nadawców Publicznych. NHK posiada specjalny status – jest osobą prawną powołaną na podstawie specjalnej ustawy. Instytucja publiczna, w myśl obowiązującego prawa, funkcjonuje dzięki opłatom abonamentowym. Osoby posiadające odbiornik radiowy lub telewizyjny mają obowiązek płacenia abonamentu (na podstawie umowy z NHK). Opłaty nie są wymuszone żadnymi sankcjami prawnymi. NHK nie jest telewizją ani radiem państwowym. Prawo zakazuje NHK korzystania z jakichkolwiek form dofinansowania przez rząd japoński. Wyjątek stanowi pomoc w nadawaniu programów informacyjnych NHK dla zagranicy.

Do roku 2004 Japońskie Stowarzyszenie Nadawców Publicznych miało ogromny autorytet i zaufanie większe niż jakakolwiek inna instytucja⁶. NHK i tradycyjne media drukowane

⁵ J.W. Hall, *Japonia*, Warszawa 1979, s. 292.

⁶ J. Legewie, J. Nashihata, A. Seidler, *Japan's media: Inside and outside powerbrokers*, Tokyo 2010, s. 8.

ciszyły się zaufaniem społecznym na poziomie 70%. Podobny wskaźnik zaufania do NHK – na poziomie 61% – miały jedynie japońskie sądy. Nadawcom komercyjnym ufało jedynie 40% społeczeństwa, rząd mógł się pochwalić tylko 28% poparciem społecznym, natomiast 30% Japończyków postrzegało pozytywnie polityków zasiadających w parlamencie.

W przepisach regulujących kwestie nadawania znalazły się zapisy o bezstronności politycznej. W latach 80. pragmatyka rozwoju rynku medialnego przyczyniła się do kolejnych poprawek w ustawodawstwie. Dynamiczny rozwój telewizji spowodował konieczność przydzielania koncesji telewizjom kablowym. W roku 1988 uregulowano także system przydzielania koncesji dla lokalnych i regionalnych stacji telewizyjnych. W każdej prefekturze (jednostka administracyjna) mogą od tego czasu funkcjonować cztery stacje telewizyjne.

Po opuszczeniu Japonii przez okupacyjne władze amerykańskie media elektroniczne znalazły się w jurysdykcji Ministerstwa Poczty i Telekomunikacji. To właśnie ono przydzielało koncesje (licencje). Taki stan rzeczy trwał do roku 2000. Sytuacja uległa nieznacznej zmianie po reformie administracyjnej rządu – w 2001 roku reorganizacji uległy główne urzędy, ministerstwa i ich agendy. Powstałe po zmianach Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Telekomunikacji przejęło wszystkie uprawnienia dawnego Ministerstwa Poczty i Telekomunikacji.

Wejście na prywatny rynek medialny kolejnego tytułu prasowego, nowej stacji radiowej lub telewizyjnej (naziemnej, kablowej bądź satelitarnej), jest uzależnione od spółek kontrolujących media komercyjne (konglomeraty medialne *keiretsu*). Japończycy bardzo zazdrośnie strzegą swój rynek medialny. Ustawa o falach radiowych zabrania cudzoziemcom zakładania

stacji radiowych i telewizyjnych. Zagranicznym inwestorom nie wolno posiadać pakietów kontrolnych mediów elektronicznych. Cudzoziemcy są pozbawieni możliwości zajmowania stanowisk kierowniczych we wszelkiego typu przedsiębiorstwach związanych z mass media. Rynek medialny Japonii jest chroniony przez restrykcyjne prawo oraz barierę językową.

Przyszłość rynku medialnego w Japonii zregre się wewnątrz istniejącego systemu. Los publicznego nadawcy będzie zależał od sytuacji polityczno-gospodarczej na wyspach japońskich. Coraz częściej i głośniejszy dyskutuje się na temat prywatyzacji sektora publicznego. Przedstawiciele Wielkiej Piątki próbują osłabić mocną pozycję NHK. Wysokie zaufanie społeczne oraz autorytet Stowarzyszenia Nadawców Publicznych zdeprecjonowały afery, które dotknęły nadawcę w latach 2004 i 2006.

NHK dzisiaj

Publiczny nadawca jest potężną instytucją zaufania społecznego o charakterze kulturalnym i edukacyjnym. W swojej strukturze posiada dwa instytuty naukowe oraz własne wydawnictwo. Pierwszy z nich prowadzi badania związane z technologią nadawczą radiową i telewizyjną (Science and Technical Research Laboratories). Drugi zajmuje się szeroko pojętą kulturą (Broadcasting Culture Research Institute). Badania dotyczą problematyki socjologiczno-kulturoznawczej. Instytut badań nad technologią promuje działalność, która jest ściśle powiązana z postępowaniem w dziedzinie techniki radiowo-telewizyjnej. Wkład Japońskiego Stowarzyszenia Nadawców w rozwój technologii był i jest ogromny. NHK jako pierwsze na świecie dokonało transmisji satelitarnej (DBS) w 1984 roku⁷. Wdrożona technologia pozwoliła skutecznie dostarczać sygnał telewizyjny do obszarów

⁷ http://www.ieee.org/about/news/2011/21nov_2011.html [dostęp: 11.02.2013].

górkich i odległych wysp. Postęp techniczny wymusza na Stowarzyszeniu troskę o zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb widzów i słuchaczy. Obecnie NHK posiada szeroką ofertę programową dla odbiorców w kraju i poza jego granicami⁸. Media publiczne emitują programy przez dwa kanały telewizyjne:

- NHK General TV
- NHK Educational TV.

Ponadto NHK posiada dwa kanały radiowe NHK Radio1 i NHK Radio2 oraz jeden w NHK FM. Warto wspomnieć o czterech kanałach telewizji satelitarnej: NHK World, NHK BS-1 i BS-2 oraz NHK Hi-Vision. Publiczny nadawca oferuje również szeroką gamę usług wykorzystujących internet i telefonię komórkową.

Największa i najbardziej prestiżowa agencja informacyjna w Japonii – Kyodo Tsushin (Wspólne Wiadomości) – tworzy spółkę, której udziałowcami są telewizja NHK (główny) oraz 60 japońskich gazet. Do agencji nie weszli reprezentanci Wielkiej Piątki (najbardziej wpływowych ogólnokrajowych dzienników). Kyodo Tsushin zatrudnia około 1000 dziennikarzy oraz ponad 70 korespondentów w różnych częściach świata.

Specyfiką programów informacyjnych Stowarzyszenia Nadawców Publicznych jest bardzo duży udział materiałów dotyczących spraw polityki wewnętrznej kraju. W przeliczeniu na czas antenowy jest to około 45%. Natomiast dziwić może mniej niż 20% treści związanych z problematyką zagraniczną i międzynarodową w programach informacyjnych, gdyż Japończycy zawsze byli i są ciekawi problemów współczesnego świata. Programy informacyjne telewizji publicznej różnią się zdecydowanie od tych w Europie lub USA. Nie znajdziemy w nich sensacji, dynamiki, sporów lub zaciekłych debat politycznych. Wyróżniają się poprawnością



Fot. 1. Budynek NHK w Osace⁹

połączoną ze sztywnym, akademickim w stylu podejściem do komunikowania się z widzem.

Informacje są nacechowane tematami dotyczącymi funkcjonowania struktur państwa. Japonia to kraj o patriarchalnej strukturze w każdej dziedzinie życia. Polityka i media nie odstają od tego modelu. Wiadomości nie koncentrują się na poszczególnych osobach, i tym bardziej – na nazwiskach. Ważniejszym elementem jest ocena wykonywania zadań niż wyróżnianie konkretnych reprezentantów aparatu państwa lub administracji. Takie podejście do polityki programowej nadawcy publicznego wykorzystują elity polityczne.

Cechą charakterystyczną działalności programowej NHK jest jakość programów dokumentalnych i kulturalnych. Warto wspomnieć o istnieniu wielu programów, które propagują

⁸ <http://www.nhk.or.jp/pr/english/operation/index.html> [dostęp: 11.04.2013].

⁹ <http://www.webes.laohost.net/-tgs-NHK> [dostęp: 11.04.2013].

rodzimą kulturę. Trzeba również podkreślić, że w latach 80. telewizja publiczna jako jedyna nadawała regularne programy informacyjne. Nadal wskaźniki oglądalności dzienników informacyjnych NHK są najwyższe spośród wszystkich nadawców. Należy w tym miejscu przypomnieć, że NHK ma status organizacji edukacyjnej i kulturalnej. Do tej pory, mimo spadku zaufania i erozji systemu nadawcy publicznego, z tego zadania wywiązuje się należycie. Przykładem wypełniania misji nadawcy świadczy to, że właśnie NHK wyznacza i ustala standardy poprawności języka japońskiego.

Analogowa telewizja naziemna zakończyła swoją działalność 24 lipca 2011 roku¹⁰. Coraz głośniejszemu mówi się o zmianie ram prawnych nadawania programów radiowych i telewizyjnych. Przypomnijmy, że Ustawa o nadawaniu i Ustawa o falach radiowych funkcjonują, z niewielkimi poprawkami, ponad 60 lat. Regulacje są uważane za niezbędne ze względu na coraz większą konwergencję emisji programów medialnych z systemami telekomunikacyjnymi. Znaczący spadek oglądalności programów NHK nastąpił w latach 80. na skutek dynamicznego rozwoju telewizji komercyjnej i wyjątkowo dużej aktywności sektora mediów prywatnych.

Do głównych konkurentów Japońskiego Stowarzyszenia Nadawców Publicznych należy zaliczyć stacje komercyjne: Tokyo Broadcasting System (TBS), Nippon Television (NTV), Fuji Television (CX), TV Asahi (ANN) oraz lokalnych nadawców TV Tokyo (TN). Wymienione podmioty medialne korzystają ze wsparcia kapitałowego i programowego pięciu największych firm na rynku medialnym. Ich właścicielami są najbardziej wpływowe ogólnokrajowe dzienniki (Wielka Piątka). Trzeba jednak podkreślić, że NHK

stanowi większą grupą medialną niż wszystkie podmioty komercyjne razem wzięte. Chodzi tutaj o budżet i liczbę osób, które są zatrudnione przez publicznego nadawcę – ogółem zespół NHK liczy ponad 17 tysięcy pracowników.

Kryzys publicznego nadawcy

Kryzys NHK rozpoczął się w momencie tworzenia nowej ustawy medialnej po zakończeniu wojny. Kilka miesięcy przed opuszczeniem Japonii przez amerykańskie wojska okupacyjne gen. Douglas MacArthur zaproponował ówczesnemu premierowi utworzenie japońskiego odpowiednika amerykańskiej Federalnej Komisji Łączności. Komisja miała być niezależna od rządu, mieć uprawnienia do wyznaczania przewodniczącego NHK i przydzielania koncesji radiowo-telewizyjnych. Shigeru Yoshida nie popierał entuzjazmu generała. Oficjalnie wyraził zgodę na kontynuowanie prac komisji, ale potajemnie kwestionował koncepcję MacArthura. Dwa miesiące później wojska amerykańskie opuściły terytorium Japonii. Premier Shigeru Yoshida rozwiązał wówczas komisję, a jej kompetencje przekazał Ministerstwu Poczty i Telekomunikacji. W ten sposób media publiczne zostały ponownie oddane pod kontrolę i jurysdykcję państwa.

Wydarzenia te miały i wciąż mają ogromny wpływ na przyszłość i niezależność mediów publicznych w Japonii. W praktyce oznaczało to, i nadal oznacza, że przywódcy partii rządzącej wybierają prezydenta NHK i zarząd mediów publicznych. Proces obsadzania stanowisk kadry kierowniczej niższych szczebli jest również upolityczniony przez instytucjonalne powiązania partii rządzącej z Ministerstwem Spraw Wewnętrznych i Telekomunikacji¹¹.

¹⁰ I. Motozawa, *Comparative analysis of public broadcasting: NHK, PBS, AND THE BBC*, "USJP Occasional Paper" 08–09, Cambridge 2008, s. 30.

¹¹ E.S. Krauss, *Broadcasting politics in Japan: NHK and television news*, New York, 2000, s. 123–124.

Japońskie media to przede wszystkim silna telewizja publiczna. Konkurentem nadawcy publicznego jest sektor mediów komercyjnych. Główną rolę odgrywają tutaj grupy medialne Wielkiej Piątki, którą tworzą przedstawiciele największych dzienników. Funkcjonują one na wzór korporacji przemysłowo-gospodarczych. Lokalne stacje radiowe i telewizyjne są powiązane kapitałowo oraz programowo z sieciami ogólnokrajowymi.

Należy również zwrócić uwagę na powiązania mediów z polityką. W sektorze komercyjnym są one naturalną konsekwencją kontaktów przedstawicieli biznesu z reprezentantami partii politycznych. Natomiast media publiczne powinny być wolne od jakichkolwiek wpływów i nacisków, a nadawcy publiczni – być odpowiedzialni bezpośrednio przed osobami płacącymi abonament. Przez 60 lat Japońskie Stowarzyszenie Nadawców wydawało się oazą spokoju na tle burzliwych dyskusji nad mediami publicznymi w Europie. Sytuację tę zmieniła seria skandali w 2004 roku, która wstrząsnęła japońską opinią publiczną. Dopiero one spowodowały radykalne próby zmian w postępowaniu publicznego nadawcy. Skandale dotyczyły między innymi defraudacji środków finansowych przeznaczonych na realizację programów NHK¹². Warto przypomnieć szefa produkcji sekcji sportowej w Sapporo, który sprzeniewierzył około 150 tys. dolarów na fikcyjne podróże służbowe, zakup odzieży oraz wystawne przyjęcia w ekskluzywnych restauracjach. Tetsushi Oshita wyłudzał pieniądze od firmy przez cztery lata i nikt nie dopatrzył się sprzeniewierzenia tak ogromnych sum z publicznej kasy. W latach 2001–2006 wykryto 242 przypadki malwersacji finansowych dokonanych przez pracowników NHK. Afera szefa produkcji programów spor-

towych ujrzała światło dzienne w najgorszym momencie dla mediów publicznych. W tym czasie rząd rozważał bowiem wprowadzenie obowiązkowej opłaty abonamentowej. Afera spowodowała wzrost liczby osób, które nie wносиły opłaty za odbiór programów telewizji publicznej, do 1 mln 300 tys.

Najpoważniejsze zarzuty dotyczyły podejrzeń o naciski członków partii rządzącej na audycje emitowane w publicznej telewizji¹³. Po serii artykułów w prestiżowym dzienniku „Asahi Shimbun” prezes NHK został zmuszony do rezygnacji ze stanowiska. Zarzucono mu uległość wobec ekipy rządowej premiera Junichiro Koizumi, która usiłowała zmienić treść kontrowersyjnego filmu dokumentalnego z okresu ostatniej wojny. Dotyczył on wykorzystywania seksualnego kobiet i zbrodni wojennych w okupowanych krajach dokonanych przez żołnierzy armii japońskiej. Z dokumentu celowo usunięto relację wykorzystywanych seksualnie kobiet, które przeżyły koszmar wojny. W miejsce wypowiedzi poszkodowanych osób zamieszczono wyjaśnienie naukowca. Twierdził on, że większość z nich była prostytutkami, które w ten sposób zarabiała na życie.

Profesor Keiichi Katsura z Taisho University powiedział, że naciski polityków w treści programowe są przykładem zobowiązań mediów wobec partii rządzącej, a nie – względem widzów. Reakcja odbiorców była bardzo ostra i skończyła się bojkotem płacenia abonamentu – taką deklarację złożyło ponad 100 tys. widzów. Trzy miesiące po odwołaniu prezesa liczba osób, które przestały uiszczać opłatę abonamentową, wzrosła do 500 tys. Afery i skandale wywołały dyskusję na temat prywatyzacji medialnego imperium NHK. Zmianę układu sił najgłośniej deklarowali reprezentanci mediów komercyjnych.

¹² Kyodo News Service, *Japan: NHK badly shaken by new scandal* <http://blogs.rnw.nl/medianetwork/japan-nhk-badly-shaken-by-new-scandal> [dostęp: 11.06.2013].

¹³ A. Faiola, *Scandals force out Japanese TV chief*, “Washington Post Foreign Service” 2005, January 26, s. A15.

Prywatyzacja sektora publicznego dałaby im ogromne korzyści finansowe z tytułu zwiększonych dochodów z reklam. Od pewnego czasu sektor prywatny usiłuje zdeprecjonować silną pozycję NHK. Media komercyjne w widoczny sposób odczuwają światowy kryzys gospodarczy. Zmniejszone dochody z reklam zmuszają do poszukiwań nowych źródeł finansowania.

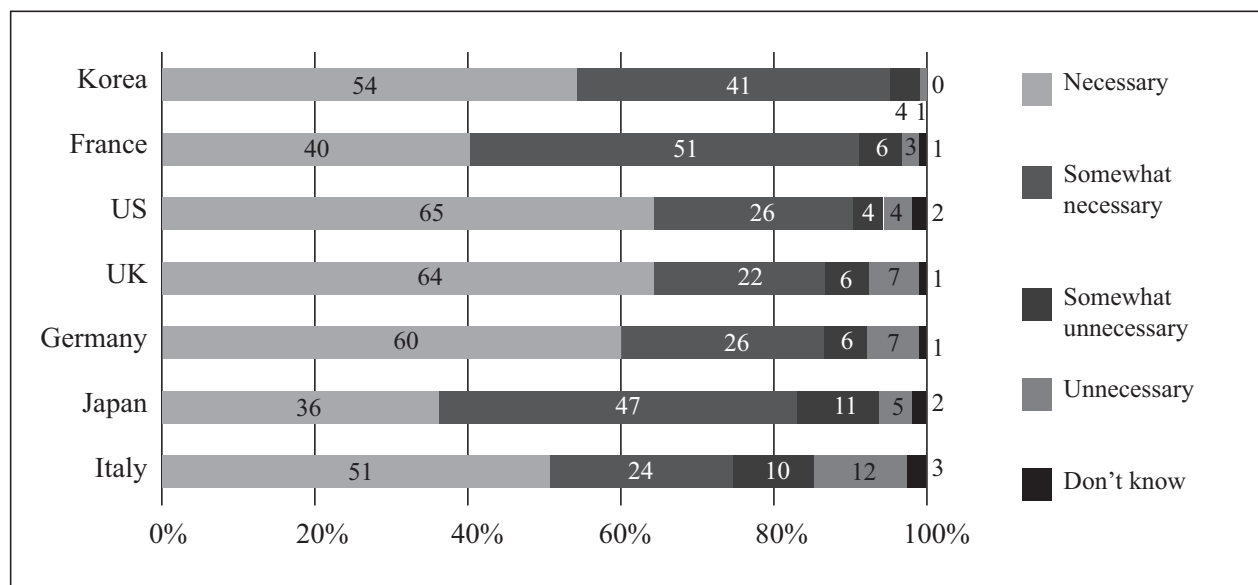
Przyszłość NHK

System medialny Japonii nie zmienił się od 1953 roku. Powiązania polityczno-finansowe zastąpiły wolną konkurencję. Podobne problemy dotyczą również japońskiej gospodarki. Przez ponad 50 lat w branży medialnej nie było upadłości, wykupu lub wrogiego przejęcia. Między mediami komercyjnymi, Wielką Piątką i publicznym nadawcą zbudowano polityczny układ zapewniający korzyści wszystkim stronom.

W ostatnich latach ten system został naruszony przez afery wewnątrz NHK, wzrost świadomości społecznej oraz zmianę struktury

demograficznej japońskiego społeczeństwa. Obecnie NHK jest zmuszony do działań, które zapewnią wizję rozwoju na najbliższe lata. Pierwsze podjęto jeszcze w roku 2005. Rok później w kilku państwach świata przeprowadzono sondaż zrealizowany przez NHK Broadcasting Culture Research Institute. Należy pamiętać, że był to okres największej medialnej nagonki na NHK.

Badanie należy uznać za bardzo cenne ze względu na możliwość porównania podejścia widzów do konieczności istnienia mediów publicznych. Okazało się, że widzowie w krajach o odmiennych systemach społeczno-kulturowych pozytywnie opowiedzieli się za ich funkcjonowaniem. Wyniki sondy były korzystne również dla Japońskiego Stowarzyszenia Nadawców. Ponad 80% widzów, mimo skandali i afer wokół publicznych mediów, nadal wyraziło aprobatę dla NHK. Kierownictwo organizacji odebrało to jako sygnał do podjęcia działań. Należało więc opracować główne założenia wyjścia z impasu. Najtrudniejszymi zadaniami



Wykres 1. Sondaż wśród widzów o potrzebie funkcjonowania nadawcy publicznego¹⁴

¹⁴ Y. Nakamura, R. Yonekura, S. Yokohama, *Popular views on public service broadcasting: A report of an NHK survey in seven countries*, NHK Broadcasting Culture Research Institute 2006, s. 2.

okazały się głęboka reforma oraz wyjaśnienie roli NHK jako nadawcy publicznego i jego zdefiniowanie w erze cyfrowej globalizacji. Problem polegał na potwierdzeniu jego funkcjonowania w dotychczasowej formie lub próbie budowy nowej struktury. Nie zabrakło również głosów podważających sens istnienia sektora publicznego. Kryzys zaufania do mediów publicznych spowodował, że część polityków rządzącej partii LDP usiłowało doprowadzić do ich prywatyzacji. Heizo Takenaka, ówczesny minister spraw wewnętrznych i telekomunikacji w rządzie Koizumiego, zapowiedział działania zmierzające do deregulacji systemu prawnego na wzór modelu amerykańskiego. Nowatorską wizję ministra zablokował premier.

Dużym wyzwaniem stojącym przed mediami publicznymi w Japonii jest zatrzymanie spadku opłat abonamentowych. Największą stratę odnotowano w latach 2001–2005 (z 79% do 69%). Kierownictwo organizacji postanowiło również dokonać redefinicji zasady jawności oraz zmienić nazwę z publicznego nadawcy na Media Publiczne. W ten sposób usiłowano pokazać społeczeństwu, że NHK jest własnością wszystkich obywateli. Redefinicja jawności stanowi kolejny kompleks działań o długofalowym charakterze. NHK sformułowało zasadę działalności programowej, zgodnie z którą widzowie stanowią centralną pozycję, a wszystkie wysiłki są skierowane na odbiorców. Po raz pierwszy nadawca musi wsłuchiwać się w potrzeby środowisk, które odbierają jego program. Kierownictwo NHK, zgodnie z zasadą jawności, wyjaśnia strukturę kosztów poniesionych na całokształt działań. Roczny budżet i podwyżki opłat podlegają zatwierdzeniu przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Telekomunikacji oraz obie izby parlamentu. Sprawozdania są dostępne dla każdego zainteresowanego obywatela.

Warto wiedzieć, jakimi środkami dysponuje NHK. W 2011 roku przychody z tytułu opłat abonamentowych wyniosły ponad 7 mld dolarów. Za roczny abonament cyfrowej telewizji naziemnej (kontrakt z NHK) należało zapłacić 168,29 dolarów. Z kolei abonament za usługę satelitarną kosztował niemalże 290 dolarów¹⁵. Statystyki pokazują, że 72% gospodarstw domowych wnosi te opłaty.

Należy także podkreślić problem związany ze spadkiem oglądalności. Według badań, średni czas oglądania telewizji w 2010 roku wyniósł 3 godziny 35 minut (w tym 56 minut NHK i 2 godziny i 39 minut telewizji komercyjnej). Programy NHK są niechętnie oglądane przez młodzież, która woli korzystać z internetu i telewizji komercyjnej, gdzie znajduje programy rozrywkowe, filmy fabularne, popularne seriale, talk-show i teleturnieje. Wskaźniki oglądalności wzrastają natomiast wśród osób starszych. To poważne zadanie dla nadawcy. Osoby młode, pomiędzy 13 a 20 rokiem życia, każdego dnia poświęcają średnio tylko 10 minut na oglądanie programu NHK. Wkrótce może się więc okazać, że telewizję publiczną będą oglądać jedynie osoby powyżej 60. roku życia. Dzisiaj jest to poważna część widowni publicznego nadawcy. Zmiany demograficzne w Japonii nie są optymistyczne dla mediów publicznych. Spadek oglądalności należy tłumaczyć wspomnianym wcześniej charakterem emitowanych programów. Ich drastyczna zmiana może być postrzegana jako upodobnianie się do telewizji komercyjnej. Już obecnie słychać słowa krytyki wobec produkcji NHK, które trudno odróżnić od komercyjnych programów telewizyjnych.

Istnieje pewna sprzeczność w dążeniu do uzyskania zadowalających wyników zarządzania i jakości oferowanych programów. Mówiąc o zarządzaniu, należy wspomnieć o odpowied-

¹⁵ R. Benson, M. Powers, *Public media and political independence: lesson for the future of journalism from around the world*, New York 2011, s. 40–42.

nich wskaźnikach finansowych. Przy ich realizacji trzeba jeszcze pamiętać, że NHK musi utrzymać swoją tożsamość publicznego nadawcy. Ocena działalności NHK od strony odbiorcy jest włączona do systemu nowego stylu zarządzania organizacją nadawcy. Ten System, wzorowany na BBC, został zaadaptowany do warunków japońskich. Mierzy on ogólną wartość działalności publicznego nadawcy, która jest tworzona z myślą o odbiorcy. Specjaliści zajmujący się mediami twierdzą, że w ten sposób nie można zbudować przyszłości NHK. Plany restrukturyzacji na lata 2009–2011 i 2012–2014 zawierają zbyt wiele zasad wolnego rynku. W trosce o przyszłość publicznego nadawcy popełniono błąd, stosując logikę neoliberalną, która może podważyć samą zasadę publicznych wartości¹⁶.

Internet

Według danych Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Telekomunikacji 93% mieszkańców Japonii ma do czynienia z internetem na co dzień. Odsetek osób, które korzystają z propozycji programowych NHK przez internet, jest jednak zdecydowanie za niski. Działalność oferująca treści online rozpoczęła się w 2000 roku. Została, niestety, ograniczona ze względu na koszty. System NOD (NHK on Demand) jest usługą płatną. Użytkownicy muszą dodatkowo płacić za korzystanie z tej funkcji, mimo że opłacili abonament. W większości krajów nie pobiera się opłat za korzystanie z tej usługi w ramach działalności publicznego nadawcy. NHK tłumaczy użytkownikom, że nie jest to działalność nadawcza, lecz telekomunikacyjna. Stąd dodatkowe koszty. Treści nadawcy publiczniego umieszczane w internecie stanowią jedynie 4,7% oferty programowej. Wiele osób nie może jednak odbierać tych programów ze względu na

brak dostępu do szerokopasmowego internetu. Kolejna przeszkoda to struktura demograficzna. Ludzie młodzi nie są zainteresowani produkcją publicznego nadawcy i korzystają z innych stacji, natomiast osoby starsze należą do pokolenia wykluczonego z sieci.

Obecnie NHK realizuje plany mające na celu wprowadzenie nadawcy w XXI wiek. Problemy, z którymi boryka się Japońskie Stowarzyszenie Nadawców, dotknęły nadawców europejskich w latach 90. Zmiany zostały wymuszone przez afery w latach 2004–2006. Po raz pierwszy zarząd musi się zmierzyć z wyzwaniem, które będą stanowiły o przyszłości mediów publicznych. Ocena specjalistów jest jednoznaczna – NHK wymaga mądrej polityki rozwoju i reform na najbliższe lata. Bez zdecydowanych działań japoński nadawca może mieć w najbliższych latach poważne kłopoty finansowe. Realizacja ambitnych planów restrukturyzacji na lata 2009–2014 bez reform ustrojowych może być poważnie zagrożona. Specjaliści sugerują podstawową reformę ustrojową NHK, tzn. utworzenie agencji na wzór amerykańskiej FCC. Wówczas nie będzie problemów z wiarygodnością organizacji w odbiorze społecznym, zwłaszcza u osób płacących abonament. W ten sposób media zostaną uwolnione od zależności politycznej. Nowy system prawny i deregulacja są niezbędne. Rola NHK powinna być szczegółowo omówiona w debacie publicznej. Te wszystkie działania wymusza budowa nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego, które powinno służyć interesowi publicznemu i demokracji.

NHK posiada doskonałe narzędzia potrzebne do produkcji programów w postaci wysokiej jakości sprzętu. Niestety, ta jakość nie przekłada się na wielkość widowni oraz

¹⁶ H.A. Giroux, *The crisis of public values in the age of the new media*, "Critical Studies in Media Communication" 2011, Vol. 28, nr 1, s. 8–29.

wzrost ściągalności abonamentu. W związku z tym w najbliższej przyszłości należy zmniejszyć liczbę emitowanych programów i liczbę kanałów dystrybucji. W zamian za to widz powinien otrzymać lepszą jakość tego, co ogląda w telewizji. Należy pamiętać, że NHK nie powinna w tym względzie naśladować nadawcy komercyjnego.

Poważne wyzwanie, które stoi przed nadawcą publicznym, wiąże się z problemem rozdziału działalności nadawczej od telekomunikacyjnej. Te kwestie muszą zostać uregulowane w ustawie medialnej. Programy NHK powinny być dostępne bezpłatnie w internecie i sieciach telefonii komórkowej. Nie mniej ważnym za-

gadnieniem jest wyjaśnienie widzom struktury opłaty abonamentowej. Obecnie odbiorca płaci za programy cyfrowej telewizji naziemnej i satelitarnej, mimo że ogląda tylko jedną z nich. Być może należy wprowadzić jedną, wspólną opłatę, która będzie uśrednioną wartością odbioru telewizji naziemnej i satelitarnej.

Nie ma gotowych rozwiązań dla żadnej propozycji, która zapewniłaby dynamiczny rozwój NHK w najbliższych latach. Ważne jest jednak to, że Japończycy postanowili zmierzyć się z tymi wyzwaniami. W końcu podjęli działania, które przybliżą japońską NHK do rozwiązań dyskutowanych i realizowanych w Europie od końca lat 90. ubiegłego wieku.