

Grzegorz Kościński

ARTE
TELEWIZJA POROZUMIENIA

Grzegorz Kościński – doktor Uniwersytetu Jagiellońskiego w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej (promotor: prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas). Wykładowca Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie (od 2015 r.), zatrudniony na stanowisku adiunkta. Ekspert medialny, dziennikarz i producent telewizyjny. Bierze czynny udział w konferencjach naukowych organizowanych w Polsce. Prowadzi badania nad ewolucją mediów w kontekście procesu konwergencji i digitalizacji. Jest ekspertem w dziedzinie problematyki francuskiej oraz mediów publicznych w Europie, w kontekście realizowanej przez nich misji, ze szczególnym uwzględnieniem roli i znaczenia kultury.

Wieloletni dziennikarz polskich i zagranicznych mediów, były korespondent w Paryżu, Brukseli i Strasburgu (TV Polsat, TVP i Europe by Satellite – EbS, media KE). Twórca telewizyjny, przez lata związany z TVP. Autor kilkuset reportaży, dokumentów oraz programów artystycznych, w tym filmowych portretów znanych kompozytorów i artystów.

ARTE
TELEWIZJA POROZUMIENIA

Grzegorz Kościński

**ARTE
TELEWIZJA POROZUMIENIA**

**Fenomen telewizji publicznej
jako narzędzia budowania porozumienia
między narodami oraz wspierania
procesu integracji europejskiej,
na przykładzie francusko-niemieckiej
telewizji kultury ARTE**

Kraków

Publikacja dofinansowana z subwencji dla Uniwersytetu
Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

© Copyright by Grzegorz Kościński, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II
w Krakowie and Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych
UNIVERSITAS, Kraków 2023

ISBN 978-83-242-4043-2
(TAiWPN UNIVERSITAS, wersja drukowana)

ISBN 978-83-63241-08-7
(Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, wersja online)

DOI: <https://doi.org/10.15633/9788363241087>

Recenzje

ks. prof. dr hab. Michał Drożdż

dr hab. Katarzyna Gajlewicz-Korab

Opracowanie redakcyjne
Agnieszka Misiaszek-Wylandowska

Projekt okładki i stron tytułowych
Paweł Sepielak

www.universitas.com.pl

Spis treści

Wstęp	9
1. Koncepcja telewizji dzisiaj – czym jest to medium, kierunki rozwoju	15
1.1. Fenomen telewizji w dobie rozwoju mediów cyfrowych	16
1.2. Era nowych technologii w telewizjach europejskich	18
1.3. Zmiany w procesie zarządzania telewizją i mediami w dobie konwergencji	20
1.4. Zarządzanie mediami publicznymi w Europie w erze konwergencji i digitalizacji mediów	23
1.4.1. W jaki sposób finansować media publiczne w Europie?	25
1.5. Telewizja we Francji i w Niemczech	31
1.5.1. System telewizji publicznej we Francji	32
1.5.1.1. Finansowanie mediów we Francji	35
1.5.1.2. Ramy prawne i cele strategiczne France Télévisions	42
1.5.1.3. Struktura i sposób działania – grupa medialna France Télévisions	43
1.5.2. System telewizji publicznej w Niemczech	45
1.5.2.1. Ogólne regulacje prawne i założenia dotyczące niezależności politycznej i ekonomicznej telewizji w Niemczech	46
1.5.2.2. Finansowanie ZDF i ARD	47
1.5.2.3. ARD – pierwszy program telewizji niemieckiej i telewizja regionalna	49
1.5.2.4. ZDF – drugi program telewizji niemieckiej (Zweites Deutsches Fernsehen)	51
1.5.2.5. Struktura i zarząd ZDF	51
1.6. Założenia metodologiczne	53
1.7. Metody i techniki badawcze wykorzystane w pracy	56
1.8. Zakres badań	58
1.9. ARTE na tle telewizji ponadnarodowych – wybrane przykłady	58
2. ARTE – studium przypadku	63
2.1. Geneza powstania ARTE – wola polityczna źródłem kreacji nowej telewizji	63
2.1.1. Różne koncepcje kultury (<i>Kultur Begriff</i>)	65

2.1.2. Od projektu telewizji kultury do ARTE	69
2.1.3. Trudne początki i krytyka europejskiej telewizji ARTE	75
2.1.4. Od idei do emisji programu ARTE	78
2.1.5. Powstanie ARTE GEIE (<i>Association relative à la télévision européenne</i>)	81
2.1.6. Stacja telewizyjna La Sept – etap przejściowy w procesie tworzenia ARTE	83
2.2. Fenomen ARTE	86
2.2.1. Organizacja, struktura oraz sposób funkcjonowania ARTE	87
2.2.2. Szczególny status prawny	89
2.2.3. Finansowanie ARTE	89
2.2.4. Budżet, niezależność finansowa i zarządcza ARTE	91
2.3. Misja ARTE	92
2.3.1. Komunikacja międzykulturowa i kompetencje międzykulturowe w kontekście ARTE	92
2.3.1.1. Francusko-niemiecki dualizm ARTE	93
2.3.1.2. Kompetencje międzykulturowe	94
2.3.2. ARTE – laboratorium Europa	98
2.3.3. Od dualizmu francusko-niemieckiego do wspólnej Europy	102
2.3.4. Umowy z innymi kanałami publicznymi w Europie – partnerzy ARTE	104
2.3.5. Wpływ rozwiązań technologicznych na ewolucję ARTE	107
2.3.6. Ewolucja technologiczna ARTE	107
2.3.7. Strategia ARTE w zakresie wykorzystania nowoczesnych technologii	108
2.4. Ramówka i program ARTE	114
2.4.1. Oglądalność ARTE	114
2.4.1.1. Oglądalność i odbiór ARTE we Francji	115
2.4.1.2. Oglądalność i odbiór ARTE w Niemczech	117
2.4.2. ARTE europejską telewizją w sześciu językach	121
2.4.3. Profil programowy ARTE	123
2.5. Analiza zawartości programowej ARTE	125
2.5.1. Analiza zawartości jako metoda badawcza	125
2.5.2. Ramówka programowa ARTE	130
2.5.3. Wybrane cykle programów w ramówce tygodniowej	134
2.5.3.1. Zachowanie proporcji tematycznych	134
2.5.3.2. Sobota w ARTE	135
2.5.3.3. Niedziela w ARTE	137
2.5.3.4. Ramówka ARTE od poniedziałku do piątku	139
3. Rola mediów w procesie integracji europejskiej i kreacji dyskursu	145
3.1. Europejska sfera publiczna	145
3.1.1. Polityka audiowizualna Unii Europejskiej a przekaz medialny	145
3.2. Media w Europie w świetle regulacji prawnych UE	148
3.2.1. <i>Telewizja bez granic</i>	150
3.2.2. <i>Traktat amsterdamski</i>	151

4. Zakończenie: konkluzja i rekomendacje do dalszych badań	153
4.1. ARTE narzędziem budowania porozumienia i modelowym przykładem międzynarodowej współpracy medialnej	153
4.1.1. Podsumowanie – podstawy działania i strategii ARTE	154
4.1.2. Podsumowanie – uwagi końcowe	157
4.2. Rekomendacje	158
4.2.1. Francusko-niemiecka „binatonalność” – dualizm ARTE	158
4.2.2. Refleksje wokół ARTE w kontekście projektu telewizji wyszehradzkiej	159
4.2.3. Czynniki warunkujące sukces ARTE	163
Bibliografia	165
Publikacje zwarte	165
Artykuły opublikowane w czasopiśmie naukowych	167
Encyklopedie, słowniki i leksykony	168
Artykuły w czasopiśmie popularnonaukowych, materiały prasowe i medialne (RTV)	168
Prezentacje i referaty wygłoszone na konferencjach	171
Raporty, sprawozdania, analizy, ekspertyzy i komunikaty z badań opinii publicznej	171
Akty prawne: raporty, dokumenty prawne	172
Zasoby internetowe: źródła wtórne	173
Aneks	179
MISJA I STRATEGIA W ŚWIETLE DOKUMENTÓW ARTE	179
Dokumenty ARTE	179
Sprawozdania roczne ARTE	181
<i>Sprawozdanie roczne ARTE z lat 2014–2015</i> (2015)	182
WYWIADY Z EKSPERTAMI	184
Wywiad Grzegorza Kościńskiego z Emmanuelem Suardem, dyrektorem zarządzającym ARTE (gerant et directeur de la gestion) (lipiec 2019, Strasburg, siedziba ARTE GEIE)	184
Wywiad Grzegorza Kościńskiego z Berndem Mütterem, dyrektorem programowym ARTE (lipiec 2019, Strasburg, siedziba ARTE GEIE) ...	197
DEBATA PARLAMENTARNA	206
Posiedzenie Komisji Kultury, Edukacji i Komunikacji – Senat Francji (kwiecień 2019 roku)	206

Wstęp

Potrzebujemy nośnika kulturalnego, aby dać wyraz (signifier), że budujemy na serio porozumienie francusko-niemieckie. Dlatego to zrobimy.

François Mitterrand¹

„Association relative à la télévision européenne” to akronim francuskiej nazwy ARTE, oznaczający w tłumaczeniu na język polski „stowarzyszenie na rzecz telewizji europejskiej”. Arte, to niemiecko-francuski kanał europejskiej telewizji kultury, działającej w sferze medialnej od 1992 roku². ARTE składa się z dwóch oddziałów – ARTE France i ARTE Deutschland, a jej centrala – ARTE GEIE, mieści się w Strasburgu. Kultura, przez wieki stanowiąca zarzewie konfliktu i wykorzystywana w celach propagandowych, miała w wydaniu francusko-niemieckiej telewizji ARTE stać się spoiwem porozumienia między narodami, a zarazem – głównym przesłaniem programowym ARTE.

Niniejsza monografia została opracowana na podstawie dysertacji doktorskiej poświęconej roli i znaczeniu tej francusko-niemieckiej telewizji kultury, jako narzędzia budowania porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej³, a napisanej pod kierunkiem prof. dr. hab. Teresy Sasińskiej-Klas i obronionej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w 2021 roku.

¹ Słowa prezydenta Francji François Mitterranda, w których zdecydował o powołaniu do życia europejskiej telewizji kultury: *Nous avons besoin d'un moyen culturel pour signifier que nous construisons un accord franco-allemand de manière sérieuse. C'est pourquoi nous le ferons* (wypowiedź oryginalna w języku francuskim).

² W 1991 roku powstał statut ARTE, powołujący do życia tę stację telewizyjną, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.12.2022).

³ Tytuł oryginalny: *Fenomen telewizji publicznej jako narzędzia budowania porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej (studium przypadku na przykładzie francusko-niemieckiej telewizji ARTE)*.

Wprowadzone w niniejszej publikacji pewne aktualizacje i uzupełnienia wynikają z faktu dynamicznych przemian medialnej sfery publicznej w Europie, której podlega także ARTE. Są one skutkiem zarówno ewolucji technologicznej, jak i zmian o charakterze polityczno-prawnym. Uaktualnieniu wymagał na przykład fakt modyfikacji sposobu finansowania mediów publicznych we Francji, spowodowany likwidacją abonamentu radiowo-telewizyjnego przez prezydenta Francji Emmanuela Macrona, co nastąpiło na mocy ustawy parlamentarnej w sierpniu 2022 roku.

Poszczególne rozdziały ujęte zostały w kontekście wybranych do analizy trzech zagadnień:

- koncepcja międzynarodowej współpracy w dziedzinie telewizji w dobie cyfryzacji i konwergencji mediów;
- fenomen europejskiej telewizji kultury na podstawie analizy działalności ARTE –studium przypadku;
- europejska publiczna sfera medialna w kontekście założeń polityki Komisji Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem telewizji.

Treścią pierwszego rozdziału jest rozwój współczesnej telewizji w dobie ewolucji cyfrowej i daleko posuniętego procesu konwergencji mediów. Przemiany technologiczne stanowią istotny element rozwoju telewizji, jednocześnie – w sposób nieodwracalny, przeobraża się ona na naszych oczach – nie dając się do końca zdefiniować. Te zmiany prowadzą do przetasowań związanych z dotychczasowymi przyzwyczajeniami w odbiorze telewizji, a sfera rozwoju Internetu i cyfrowego przekazu mocno wpływa na takie zjawiska. Aktualnie program telewizyjny jest obecny na wszelkich dostępnych nośnikach – ekranie komputera, smartfonie, Facebooku. Obserwujemy dynamiczny rozwój „telewizji na życzenie” (VoD) oraz mediów interaktywnych. Procesowi temu towarzyszy także ekspansja dziennikarstwa internetowego. Wielkie korporacje informacyjne, takie jak: Twitter, Google, Facebook decydują coraz częściej nawet o przebiegu kampanii wyborczych⁴.

W rozdziale tym opisany został model telewizji publicznej w Europie, który nadal koncentruje się na realizacji misji, zgodnej z zapisami dokumentów Unii Europejskiej, a ponieważ tematem przedstawianej dysertacji jest europejska telewizja kultury ARTE, która funkcjonuje w obrębie dwóch systemów medialnych, dlatego w rozdziale tym nakreślona zostanie działalność telewizji publicznej we Francji i w Niemczech.

W drugim rozdziale uwaga została skupiona na badaniu „przypadku” telewizji ARTE. Ta europejska telewizja kultury została opisana przede wszystkim w kontekście jej specyfiki programowej, opartej na dwóch przesłaniach: Europa i kultura. Opisana została struktura ARTE, jej system prawny, sposoby finansowania oraz przyjęte metody zarządzania.

⁴ Źródło: <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/how-facebook-twitter-decided-take-down-trump-s-accounts-n1254317> (dostęp 21.02.2021).

Wnikliwej analizie poddana została także oferta programowa ARTE, której główne założenia znalazły się w zapisach statutowych stacji.

„ARTE to kreacja polityczna, bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, którą sama przekracza, a której na imię Europa” – jak to ujęła dyrektor ARTE France – Véronique Cayla, w swoim wystąpieniu podczas debaty we francuskim parlamencie, w kwietniu 2019 roku⁵. Opisana zostanie także struktura ARTE, jej system prawny, sposoby finansowania oraz przyjęte metody zarządzania. Wnikliwej analizie poddana zostanie oferta programowa ARTE, której główne założenia znalazły się w zapisach statutowych stacji.

ARTE jest francusko-niemieckim kanałem o europejskiej misji zblżenia narodów Europy poprzez kulturę. Misja ta jest wyraźnie opisana w traktacie międzypaństwowym podpisanym w 1990 roku przez prezydenta Republiki Francuskiej z kanclerzem Niemiec i szesnastoma niemieckimi landami⁶. Umowa, stanowiąca fundament europejskiego kanału kulturalnego, zawiera następujące sformułowanie, dotyczące celu: „stworzenie wspólnej niezależnej spółki telewizyjnej o charakterze kulturalnym i europejskim z siedzibą w Strasburgu, zwanej dalej „Europejskim Kanałem Kulturalnym” (EKK), w celu wzmocnienia zrozumienia się narodów w Europie i ich zbliżenia się do siebie, z zamiarem zaferowania obywatelom Europy wspólnego programu telewizyjnego służącego przedstawianiu dziedzictwa kulturowego oraz życia kulturalnego w państwach, regionach i wśród obywateli Europy i Świata (...)”⁷. Arte kieruje się zasadą niezależności, zarówno ustawowej, finansowej, jak i redakcyjnej.

W rozdziale telewizja ARTE zostanie ukazana jako swoisty „fenomen”, w kontekście jej efektywnej współpracy francusko-niemieckiej, traktowanej jako wyzwanie w zakresie komunikacji międzykulturowej. Dualizm francusko-niemiecki dotyczy zarówno sposobu zarządzania, procesu decyzyjnego, planowania ramówki programowej, jak i codziennej współpracy. „ARTE można traktować jako modelowy przykład w Europie francusko-niemieckiego współdziałania (synergii), które na wszystkich polach działania odnosi sukces” – podkreślał prezes ARTE GEIE Peter Boudgoust⁸.

Ważnym aspektem działalności stacji jest jej zdolność do wykorzystania nowych technologii. ARTE została zaprojektowana nie tylko dla grupy

⁵ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000 (dostęp 12.07.2019).

⁶ Strona telewizji ARTE, *Narodziny stacji*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/jak-powstalo-arte/> (dostęp 12.12.2019).

⁷ Strona telewizji ARTE, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/traite_in-ter-etatique.pdf (dostęp 01.05.2019).

⁸ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

docelowej odbiorców w Niemczech i we Francji, ale od początku miała na uwadze perspektywę europejską. Wykorzystała dla tego celu nowe możliwości digitalizacji, aby rozszerzyć swoją ofertę nieliniową na europejską publiczność, co nie było możliwe w momencie tworzenia kanału, ze względu na ograniczenia technologiczne⁹.

Trzeba także zaznaczyć, że ARTE od wielu lat współpracowała z TVP. W listopadzie 2000 roku prezes TVP S.A. Robert Kwiatkowski podpisał umowę stowarzyszeniową, a Telewizja Polska została członkiem stowarzyszonym Europejskiej Telewizji Kulturalnej ARTE. Luźne kontakty i wymiana programów pomiędzy TVP z ARTE rozpoczęły się już wcześniej, w grudniu 1996 roku, kiedy TVP podpisała pierwszą umowę o współpracy, na mocy której w ramówce TVP umieszczono m.in. francuski kulturalny cykl programowy. W 2016 roku umowa została zawieszona, a powodem tego były rozbieżności między partnerami w podejściu do mediów w Polsce¹⁰, a konkretnie tzw. mała ustawa medialna¹¹, uchwalona przez Sejm w grudniu 2015 roku (po raz pierwszy ARTE zawiesiła współpracę z TVP w 2009 roku)¹². W tym kontekście ARTE jawi się jako jedno z niewielu mediów publicznych, które reaguje w sposób właściwy na wątpliwości natry deontologicznej i etycznej mediów.

Europejska publiczna sfera medialna w kontekście założeń polityki Komisji Europejskiej to treść kolejnego rozdziału niniejszej monografii. Jest to próba opisanie sposobu funkcjonowania europejskiej sfery publicznej, ze zwróceniem uwagi na to, w jaki sposób problematyka europejska prezentowana jest w mediach państw członkowskich UE.

Jak podkreśla Agnieszka Stępińska – „Zagadnienie roli mediów w kształtowaniu wiedzy, opinii i postaw wobec integracji europejskiej i Unii Europejskiej prowadzi do jednego z kluczowych obszarów badań nad mediami, tj. problemu efektywności oddziaływania mediów na społeczeństwo”¹³.

Komisja Europejska stale podkreśla, iż wszyscy Europejczycy mają prawo do rzetelnej informacji na temat zasad funkcjonowania polityki

⁹ Ibidem.

¹⁰ „Gazeta Wyborcza” 29.01.2016, źródło: <http://wyborcza.pl/1,75398,19554081,francuska-telewizja-arte-konczy-wspolprace-z-tvp-poki-nie.html?disableRedirects=true> (dostęp 12.10.2018).

¹¹ Dz. U. 2016 poz. 25; Ustawa z dnia 30 grudnia 2015 r., źródło: <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU2016000025/T/D20160025L.pdf> (dostęp 12.10.2020).

¹² „Gazeta Prawna” 05.03.2019, źródło: <http://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/117424,telewizja-arte-zrywa-wspolprace-z-tvp-z-powodu-wartosci-prezesa-farfala.html> (dostęp 12.10.2018).

¹³ A. Stępińska, *Ile Europy w europejskich mediach informacyjnych? Rola mediów w kształtowaniu europejskiej sfery publicznej*, „Rocznik Integracji Europejskiej” nr 8/2014, Poznań 2014, s. 172, źródło: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/14727/1/A_Stepinska_Ile_Europy_w_europejskich_mediach_informacyjnych.pdf (dostęp 22.01.2019).

UE. Tematyka ta nie cieszy się zainteresowaniem obywateli, ponieważ komunikacja powinna opierać się na zasadach wzajemnego uczestnictwa, wymiany opinii, a jest realizowana wyłącznie jednostronnie. Informowanie o Europie, to znaczy o jej działalności i o prowadzonej przez instytucje europejskie polityce, jest zadaniem bardzo trudnym i złożonym, jednak niezwykle potrzebnym w procesie tworzenia wspólnoty państw członkowskich Unii Europejskiej.

Komisja Europejska z właściwą sobie wrażliwością wychodzi na przeciw liczny problemom związanym z nierespektowaniem przez media zasad demokracji. We wrześniu 2022 roku KE przyjęła projekt europejskiego aktu o wolności mediów – nowego zbioru przepisów chroniących pluralizm i niezależność mediów w UE oraz poruszających kwestie właściwego finansowania mediów sektora publicznego¹⁴: „W ostatnich latach widzieliśmy różne formy nacisków na media. Najwyższy czas na podjęcie działań. Musimy ustanowić jasne zasady: żaden dziennikarz nie powinien być szpiegowany ze względu na swoją pracę. Żadne media publiczne nie powinny być przekształcane w kanały propagandowe. To właśnie proponujemy dziś po raz pierwszy w historii: wspólne zabezpieczenia służące ochronie wolności i pluralizmu mediów w UE” – stwierdziła komisarz Věra Jourová.

W tym kontekście ARTE jawi się jako jedno z niewielu mediów publicznych w Europie, które w swoją strategię działania wpisało tematykę europejską na stałe, podobnie jak kwestie dotyczące budowania zbliżenia między mieszkańcami i narodami Europy. „Europa jest nadal postrzegana przez swoich obywateli jako biurokratyczne monstrum. Choć w Europie są już pewne podwaliny dla sfery publicznej, nie zazębiają się one ze sobą: informacje są obecne w elitarnych kręgach lub w granicach narodowych mediów, a europejska sfera publiczna nadal jest raczej mrzonką¹⁵ – uważają autorzy opracowania o mediach w Europie.

ARTE to temat bliski autorowi publikacji, który od wielu lat pozostaje w kręgu zainteresowań związanych z telewizją publiczną w Europie. Przez kilka lat osobiście zajmował się relacjami TVP z ARTE, piastując w latach 2003–2007 stanowisko szefa Działu Instytucjonalnego w Biurze Współpracy Międzynarodowej i Handlu TVP S.A. w Warszawie. Jako przedstawiciel TVP czynnie uczestniczył w spotkaniach i obradach ARTE: w Strasburgu, Mainz, Kolonii, Lyonie, Warszawie i innych miastach. Były to obrady Walnego Zgromadzenia ARTE (*l'Assemblée générale*), Konferencji

¹⁴ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, źródło: https://poland.representation.ec.europa.eu/news/europejski-akt-o-wolnosci-mediow-2022-09-16_pl (dostęp 18.09.2022).

¹⁵ *Europa w mediach, media w Europie, w: Raport o kulturze. Postępy Europa*, red. E. Baran, Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, 2008.

Programowej (*Conférence des programmes*) i inne spotkania¹⁶. W 2004 roku przygotował dla TVP analizę dotyczącą dotychczasowej współpracy programowej pomiędzy TVP a ARTE – w latach 1996–2003. Od lat regularnie śledzi programy telewizyjne ARTE, analizując zawartość jej „ramówki programowej”, co daje możliwość lepszego rozumienia tej stacji telewizyjnej i jej oceny z perspektywy medioznawczej.

Także rola i znaczenie kultury w mediach sfery publicznej w kontekście realizowanej przez nie misji to tematyka bliska autorowi tej monografii. Od roku 1986, z racji pracy w TVP w roli redaktora i twórcy, a także realizatora programów kulturalnych, miał wpływ na kształtowanie tej sfery, czego dowodem jest bogaty dorobek programowy w postaci kilkuset emisji dla różnych anten TVP, realizowanych w latach 1986–2016. Wśród form i tematyki dominują: dokumenty, reportaże i programy artystyczne o profilu kulturalnym i muzycznym oraz historycznym i międzynarodowym. Wśród nich znajdują się filmy o instytucjach muzycznych, kompozytorach, a spora część to portrety znanych artystów oraz telewizyjne realizacje koncertów, baletów i oper.

Natomiast w pełniejszym rozumieniu europejskiej sfery publicznej pomocne były doświadczenia autora związane z jego działalnością w roli korespondenta polskich mediów, akredytowanego przy Komisji Europejskiej, oraz czteroletnim okresem (w latach 2007–2010) pracy dla medium Komisji Europejskiej – Europe by Satellite (EBS).

¹⁶ W listopadzie 2000 roku TVP podpisała partnerską umowę z telewizją ARTE, źródło: <https://film.wp.pl/tvp-w-kulturalnej-telewizji-arte-6024865506272385a> (dostęp 12.03.2020).

1. Koncepcja telewizji dzisiaj – czym jest to medium, kierunki rozwoju

„Media zgubiły przymiotnik «masowe», przez dziesięciolecia określający ich charakter. Największe zmiany związane są z nadejściem «nowych mediów», czyli z ich charakterem społecznościowym, a pod względem technologicznym z popularnością mobilnego Internetu oraz powszechnym używaniem urządzeń przenośnych. Web 2.0 i Web 3.0 to popularne określenia, które opisują te nowe typy i formy wirtualnej rzeczywistości”¹⁷ – zaznacza Alicja Jaskiernia.

ARTE została przedstawiona w kontekście przemian zachodzących obecnie w mediach. Na przykładzie publicznej telewizji w Europie nakreślony zostanie jej obecny kształt, wyłaniający się w trakcie dynamicznych przemian, powiązanych z procesem cyfryzacji i konwergencji mediów¹⁸. ARTE jest jednym z tych francuskich kanałów, które najlepiej zareagowały na cyfrową ewolucję¹⁹. Jako „mały gracz rynkowy” – telewizja ta musiała znaleźć dla siebie odpowiednią niszę, w ramach której mogła wzmocnić swe działania tylko poprzez odpowiednie wykorzystanie nowych technologii, co uczyniła w sposób modelowy, pozostawiając wszelką konkurencję w tyle i „wygrywając” dla siebie pozycję na rynku międzynarodowym. Odpowiednie wykorzystanie technologii od samego początku było istotnym elementem strategii tej stacji, ponieważ otwarcie na Europę dokonuje się w ARTE właśnie poprzez technologię.

¹⁷ *Publiczność mediów w epoce cyfrowej*, red. A. Jaskiernia, K. Gajlewicz-Korab, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2020, s. 8.

¹⁸ K. Gajlewicz-Korab, *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej* Klausa Schwaba, „Media Biznes Kultura” nr 2 (9) 2020, Warszawa 2020.

¹⁹ S. Audeguy, *25 ans d'Arte, joyeux Geburtstag*, 2017, źródło: <https://www.la-croix.com/Debats/Chroniques/25-ans-dArte-Joyeux-Geburtstag-Stephane-Audeguy-2017-06-02-1200852169> (dostęp 15.07.2017).

1.1. Fenomen telewizji w dobie rozwoju mediów cyfrowych

Zacznijmy od znaczenia pojęcia „fenomen” (w języku francuskim: *un phénomène*, w języku greckim: *phainómenon*). Definicja w słowniku PWN: „to, co się zjawia, pokazuje (...) wszelki fakt empiryczny, będący punktem wyjścia badań naukowych”²⁰. W przypadku telewizji znaczenie będą miały „obraz i dźwięk” oraz „interakcja społeczna”. I tu dotykamy istoty „fenomenu telewizji”, która, starając się jak najpełniej docierać do odbiorcy, stawia na formy przekazu i na jakość.

Sposób transmisji i odbioru sygnału programu telewizyjnego to jedna z metod klasyfikacji tego medium na telewizję cyfrową i analogową. „Mamy dziś świadomość, że cały ten klasyczny podział przechodzi do historii, bo dzisiaj jedynym i głównym czynnikiem zmiany jest technologia. Rynek mediów należy dziś do najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów, ale to technologia jest wyznacznikiem przemian”²¹.

Sytuacja ta rodzi wiele pytań: Jak dzisiaj rozwijają się media audiowizualne? Czy proces ten bliższy jest ewolucji, czy może to już prawdziwa „rewolucja medialna”²²? Dokąd podąża rozwój telewizji w dzisiejszym świecie YouTube’a i Netfliksa? Na to ostatnie pytanie próbował odpowiedzieć brytyjski medioznawca John Thomas Prescott: „Prawda jest taka, że nikt jeszcze tego nie wie. Jedyne co jest absolutnie pewne, to że stare prawdy się zdezaktualizowały, a pewniki zginęły na dobre”²³. Prescott podkreśla, że tak szybkich zmian w tradycyjnych mediach nie odnotowano dotąd nigdy wcześniej i że czeka nas era zmian na niespotykaną dotąd skalę.

Czy zatem już wkrótce nastąpi koniec telewizji? (*Bientôt la fin de la télévision?*) – zadają pytanie autorzy jednego z francuskich opracowań na temat tego medium, a autor publikacji zauważa²⁴: „Pytanie o to, jaka jest przyszłość telewizji i jej przydatność, jest dziś już właściwie tylko stwierdzeniem, opisem sytuacji, w jakiej media znalazły się w dobie daleko posuniętego procesu cyfryzacji i konwergencji, wykluczającej «krok w tył» i patrzeć na telewizję w kontekście jej kilkudziesięcioletniej historii”.

²⁰ Encyklopedia PWN, źródło: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/fenomen;4008233.html> (dostęp 12.05.2021).

²¹ K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?*, w: *Publiczne media elektroniczne w Europie*, red. A. Jaskiernia, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

²² M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji: interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 12.

²³ J. T. Prescott, *Media management manual: a handbook for television and radio practitioners in countries-in-transition*, w: *Communication and Information Sector UNESCO*, New Delhi 2009.

²⁴ *Médias: bientôt la fin de la télévision?*, źródło: https://www.challenges.fr/media/medias-bientot-la-fin-de-la-television_186726 (dostęp 12.09.2020).

Alicja Jaskiernia podkreśla, że współczesne scenariusze dotyczące śmierci starych mediów głoszone wraz z rozwojem nowych technologii medialnych dzisiaj są formułowane szczególnie dobitnie²⁵. Zmiany telewizji wywołane rozwojem technologicznym oraz stylem życia współczesnych klas średnich są bardzo istotne. Dokonujący się przełom technologiczny odgrywa ogromną rolę, także w życiu codziennym. Technologia cyfrowa głęboko zmienia relacje z widzem, dzięki nowym usługom, takim, jak VOD czy telewizja typu *catch-up*²⁶. Pod wpływem rozwoju Internetu platformy cyfrowe zmieniają telewizję w medium interaktywne, umożliwiające większą autonomię odbiorców, którzy mogą wybierać już nie tylko, co chcą oglądać, ale też „kiedy i gdzie”²⁷. Wyrazistą cechą przemian jest odchodzenie od narodowego charakteru, stąd wątpliwości, czy dane media, działające na terytorium wybranego państwa można nazwać systemem medialnym, czy raczej terminem „kultury medialne”? „Postęp technologiczny wpływa na przeobrażenia w prasie, radiu, telewizji i Internecie, powoli zacierając między nimi granice. Tradycyjny podział mediów jest nadal widoczny w systemach medialnych, choć digitalizacja spowodowała, że coraz częściej w stosunku do nich będzie się używać sformułowania «cyfrowe platformy multimedialne» o zasięgu globalnym”²⁸ – zauważa Katarzyna Korab-Gajlewicz.

„Telewizja znika na naszych oczach, a my nie jesteśmy tego w pełni świadomi. Tonie w oceanie ekranów, terminali, sieci i telefonów komórkowych. Eksploduje w pakietach programów, rozbijając się na ultrateatralne kanały, rozbijając się na wideo na żądanie, pakując się w usługę «push service» w telefonie komórkowym, pobierając z Internetu, podkasując na i-Podzie, indywidualizując się na blogach i vlogach. Jest wszędzie i nigdzie. Wkraczamy w świat wszechobecnych obrazów i nieobecnych mediów. Zawsze więcej obrazów i zawsze mniej telewizji. Będziemy doświadczać społeczeństwa bez telewizji” – prognozuje francuski socjolog mediów Jean Louis Missika²⁹. Potwierdzeniem takiego postrzegania przemian jest wypowiedź szefa Arte Brunona Patino, który zauważa, że telewizja przestała być tylko „ekranem”, przed którym siedziała cała rodzina, aby oglądać ten sam

²⁵ A. Jaskiernia, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016, s. 12.

²⁶ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.

²⁷ J. Van Dijk, *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego (homecasting)*, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s. 313–340.

²⁸ K. Gajlewicz-Korab, *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej* *Klausa Schwaba*, „Media Biznes Kultura” nr 2 (9) 2020, Warszawa 2020.

²⁹ J. L. Missika, *La fin de la television*, w: *Republique des Idees*, źródło: <http://www.repid.com/+-television-+.html> (dostęp 12.09.2020).

program, choć: „sam telewizor nie zniknął, bo każdego wieczoru trzydzieści milionów Francuzów wciąż zasiada przed ekranem telewizora, który bardzo szybko się starzeje, ale pozostaje włączony w ciągu dnia. To, co się dzieje z pokolenia na pokolenie, to swoboda w stosunku do chronologii programów, ponieważ technologia umożliwiła «oglądanie na żądanie»»³⁰.

Alicja Jaskiernia podkreśla, że „oderwana od tradycyjnych form przekazu i odbioru – od nadajników naziemnych platform cyfrowych, konkurująca z nowymi zastosowaniami technologicznymi, telewizja sama musi się na nowo określić»³¹.

1.2. Era nowych technologii w telewizjach europejskich

Michał Drożdż podkreśla, że dynamika zmian technologicznych wpłynęła i nadal wpływa na nową jakość mediów i skuteczności ich oddziaływania, a pod ich wpływem nowoczesne społeczeństwo przechodzi procesy transformacji. „Na początek możemy wymienić tylko niektóre z nich: przekształcenia form komunikacji interpersonalnej i medialnej (dywergencja, konwergencja i intermedialność), rozwój nowych kanałów transmisji (cyfryzacja), kompresja przestrzenna i czasowa możliwości komunikacyjnych i informacyjnych (translokacja czasu i przestrzeni), zmiana masy charakteru skali, unifikacja form i treści przekazu (globalizacja)” – konstatuje Drożdż.

Sfera mediów cyfrowych tworzy się na naszych oczach, dlatego jest jeszcze sporo problemów z wypracowaniem odpowiedniej terminologii i definicji. Sam termin „media” pochodzi od łacińskiego słowa „medium”, co oznacza droga. Natomiast słowo „cyfrowy”, choć coraz częściej spotykane w naszym słowniku, wciąż rodzi problemy z jego zrozumieniem. Określenia „cyfrowe media” używamy często wraz ze słowem „elektroniczne”. Jest ono często używane jako synonim określenia „nowe media”. Pod pojęciem mediów cyfrowych rozumie się media elektroniczne lub komputerowe, czyli zakodowane cyfrowo. To środki komunikacji działające w oparciu o technologie informacyjne i komunikacyjne (np. Internet). Media cyfrowe stanowią głęboką zmianę w stosunku do poprzednich mediów analogowych³². „Aktywność internautów tworzy szaleńczy społeczny użytek z nowych ofert cyfrowych. Ten ruch o historycznym wymiarze jest podobny do masowej migracji ludności na nowy kontynent, ale w tym przy-

³⁰ C. Chartier, *La télévision a tellement changé*, „L'Express” 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).

³¹ A. Jaskiernia, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, op. cit.

³² M. Vitali-Rosati, M. Sinatra, *Pratiques de l'édition numérique*, źródło: <http://parcours-numeriques-pum.ca/pour-une-definition-du-numerique> (dostęp 22.03.2010).

padku dotyczy nowego porządku cyfrowego” – podkreśla obecny dyrektor ARTE France Bruno Patino³³. Nowe sposoby odbioru związane są z określoną terminologią: „telewizja na żądanie” określana jest w języku polskim skrótem angielskim VoD (*Video on Demand*) i SVoD (*Subscriber VoD*, jeśli jest abonowana), jej odmiana to – OTT TV (*over-the-top TV*). Specyfika internetowej formy przekazu, jaką jest YouTube (te serwisy stanowią dziś część Google’a), polega na tym, że oferuje tak różnorodne formy, gatunki i treści, że trudno scharakteryzować je w kategoriach: nagranie – emisja – produkcja. To część procesu, w który niebawem z pewnością włączą się i inne „softwary”, określane dziś mianem – „nadawania i odbioru prywatnego”³⁴. Stanisław Jędrzejewski we wstępie do książki *Nowe media a praktyki komunikacyjne* podkreśla: „podczas, gdy w mediach tradycyjnych przekaz był dostarczany masowej publiczności bez jej udziału, w przypadku nowych mediów najważniejszym elementem jest interaktywność i czynne uczestnictwo w działaniach społeczności internetowej”³⁵.

„Media w Internecie pokonały barierę związaną z przydziałem częstotliwości. Przekształciły się ze scentralizowanego jednokierunkowego systemu komunikacji w zróżnicowany zdecentralizowany system nadawczy” – zauważa Alicja Jaskiernia, odnosząc się do wypowiedzi hiszpańskiego socjologa Manuela Castellsa³⁶. Chodzi o to, że *broadcasting service* jest w odwrocie, bowiem powszechnie zastępowany jest systemem cyfrowym, a nowe media cyfrowe charakteryzują się szerokim dostępem i tym, że nie muszą już być w żaden sposób „reglamentowane”. Cechuje je także nowa jakość technologiczna, której konsekwencją są wolność dostępu oraz interaktywność, wyrażana w rozmaity sposób.

Wraz z powszechnym dostępem do szerokopasmowego Internetu oraz rozwojem technologii mobilnych i aplikacji, zmieniają się formy aktywności społecznej. „W siedem lat po uruchomieniu YouTube’a, co minutę na platformę trafia odpowiednik kilkudziesięciu godzin filmów. Sześć lat po

³³ „Le Monde” 04.05.2013, źródło: https://www.lemonde.fr/livres/article/2013/04/05/la-condition-umerique_3153736_3260.html (dostęp 12.10.20).

³⁴ *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, źródło: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/7754/Zmierzch%20telewizji.Przemiany%20medium.%20Antologia_T.Bielak%2CM.Filiciak%2CG.Ptaszek.pdf?sequence=1&isAllowed=y (dostęp 12.10.2018).

³⁵ K. Koniecko, *Spółczesność i mass media. Wybrane aspekty badań socjologicznych*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 11/1, Muzeum Historii Polski, Warszawa 2015, źródło: http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Media_Kultura_Komunikacja_Spoleczna/Media_Kultura_Komunikacja_Spoleczna-r2015-t11-n1/Media_Kultura_Komunikacja_Spoleczna-r2015-t11-n1-s11-23/Media_Kultura_Komunikacja_Spoleczna-r2015-t11-n1-s11-23.pdf (dostęp 15.07.2017).

³⁶ A. Jaskiernia, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, op. cit., s. 12.

uruchomieniu Twittera każdego dnia wysyłanych jest trzysta czterdzieści milionów tweetów, a ponad dziewięćset milionów ludzi ma konto na Facebooku. Pięć lat po stworzeniu aplikacji ponad sześćdziesiąt pięć miliardów z nich jest w obiegu na telefonach i tabletach” – zauważają autorzy publikacji we francuskim dzienniku „Le Monde”³⁷.

To właśnie innowacyjność, będąca podstawą rozwoju nowych mediów, odgrywa współcześnie kluczową rolę w procesie budowania konkurencyjności państw oraz dobrobytu społeczeństw. Szczególne znaczenie posiada dynamiczny postęp naukowo-techniczny, którego rezultatem są innowacje technologiczne³⁸. Warte podkreślenia jest zdanie, że „innowacje w mediach nie muszą pochodzić od głównych graczy o dużych możliwościach inwestycyjnych, ale często od nowych i bardziej sprawnych «graczy rynkowych» czy firm.

Wspieraniu innowacyjności służą instrumenty europejskiej polityki innowacyjnej, prowadzonej zarówno na poziomie państw, jak i regionów. Transfer technologii posiada kluczowe znaczenie dla skutecznego funkcjonowania systemu innowacji. Obecnie podstawę polityki innowacyjnej UE stanowi strategia *Europa 2020*³⁹. Wśród celów częściowych, mających szczególne znaczenie dla polityki innowacyjnej UE, znalazły się m.in. realizacja idei „społeczeństwa cyfrowego”, w tym upowszechnienie dostępu do szybkiego Internetu oraz poprawa konkurencyjności europejskich przedsiębiorstw sektora ICT pod egidą programu „Europejska agenda cyfrowa”⁴⁰. ICT to nowy sektor technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Składa się z sektorów produkcyjnych i usługowych, których główna działalność związana jest z rozwojem, produkcją, komercjalizacją i intensywnym wykorzystaniem nowych technologii⁴¹.

1.3. Zmiany w procesie zarządzania telewizją i mediami w dobie konwergencji

Cyfryzacja oraz komercjalizacja mediów doprowadziły do sytuacji, w której odbiorcy stanęli przed niespotykanymi dotychczas możliwościami wy-

³⁷ „Le Monde”, źródło: https://www.lemonde.fr/livres/article/2013/04/05/la-condition-umerique_3153736_3260.html (dostęp 02.04.2021).

³⁸ *UE istotne szanse i wyzwania*, red. E. Latoszek, M. Proszek, A. Szczerba-Zawada, Polskie Stowarzyszenie Badań Wspólnoty Europejskiej (PECSA), Warszawa 2018, s. 169, źródło: http://www.pecsa.edu.pl/sites/default/files/docs/AME2_ksiazka.pdf (dostęp 09.05.2019).

³⁹ *Innowacje – czym są i jaka jest ich rola? Przykład Unii Europejskiej*, red. A. Masłoi, M. Oracz, E. Osuch-Rak, Warszawa 2018, źródło: http://www.pecsa.edu.pl/sites/default/files/docs/AME2_ksiazka.pdf (dostęp 19.04.2019).

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Eustat, Baskijski Instytut Statystyczny, źródło: https://en.eustat.eus/estadisticas/tema_373/opt_0/tipo_5/ti_ict-sector/temas.html (dostęp 12.02.2020).

boru źródła informacji. Wieloletni tradycyjny podział mediów na prasę drukowaną, radio, telewizję oraz już trwale zagnieżdżone nowe media traci na znaczeniu⁴². Bogusław Nierenberg zwraca uwagę, że cyfryzacja i postępująca konwergencja mediów oraz stale rosnące oczekiwania klientów oddziałują na wszystkie istotne obszary funkcjonowania współczesnych organizacji, implikując konieczność zmian i dostosowania się do burzliwego otoczenia zewnętrznego⁴³. Nowe technologie i konwergencja mediów powodują ogromne zmiany nie tylko w sposobie dystrybucji mediów, zmieniając ich dotychczasową strukturę i funkcję, ale także w zachowaniu konsumentów⁴⁴. Konsumenti mediów z roli „odbiorców” przechodzą płynnie do roli „kreatorów”, na co pozwala im współczesna technologia cyfrowa⁴⁵.

Przedsiębiorstwa medialne działają w kontekście otwartych innowacji, w których są one generowane poza ich granicami⁴⁶. „Konsumpcja treści telewizyjnych współcześnie nie musi odbywać się za pomocą tradycyjnego ekranu jako podstawowego interfejsu korzystania z telewizji – zauważa Alicja Jaskiernia. Taką «wypożyczalnią» był na progu swej działalności Netflix i ten sposób działania przyjmują także inne serwisy strumieniowe. W takim modelu odbiorca ma władzę nad produktem: ogląda tyle, ile chce i kiedy chce⁴⁷. Bruno Patino uważa, że Netflix, Amazon, YouTube lub Google już wygrały tę bitwę o dostęp: „Jednym z wielkich wyzwań telewizji w nadchodzących latach będzie bitwa między telewizją IP, czyli telewizją, którą otrzymujesz za pośrednictwem swojego dostawcy usług internetowych i OTT, która będzie bezpośrednio w telewizorze za pośrednictwem sygnału wi-fi za pośrednictwem skrzynki lub klucza, aby połączyć się z telewizorem w celu przechwycenia sygnału⁴⁸.”

W pracy zbiorowej poświęconej przemianom medialnym w czasach nowych technologii – *Komunikacja społeczna i kompetencje medialne*, pod redakcją Katarzyny Pokornej-Ignatowicz i Grzegorza Ptaszka, autorzy

⁴² B. Romiszewska, *Pozycja mediów publicznych we współczesnych systemach medialnych – wnioski dla Polski*, Warszawa 2008, s. 76.

⁴³ B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011, s. 15.

⁴⁴ C. Chartier, *La télévision a tellement changé*, Tygodnik „L’Express” 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).

⁴⁵ *Komunikacja społeczna i kompetencje medialne w czasach nowych technologii*, „Państwo i Społeczeństwo” nr 3, Oficyna Wydawnicza AFM, Warszawa 2017.

⁴⁶ J. Farchy, R. Gasnemer, *Chaînes publiques de télévision en France et innovation numérique*, źródło: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-161.htm#> (dostęp 19.04.2019).

⁴⁷ A. Jaskiernia, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, op. cit., s. 12.

⁴⁸ C. Chartier, *La télévision a tellement changé*; Tygodnik „L’Express” 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).

zwracają uwagę, iż: „Ten niezwykle dynamiczny rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych stanowi obecnie wyzwanie dla badaczy zajmujących się mediami i komunikacją społeczną, także w kontekście edukacyjnym”⁴⁹.

Jednakże, mimo obserwowanych procesów przemian, które dokonują się na naszych oczach, mimo świadomości, że zmiany w obrębie mediów mają charakter „rewolucyjny” – nie można dokładnie określić, dokąd prowadzą i jak w tym procesie odnajdzie się tradycyjna telewizja. „Proces ten wyraża postawę technomiopii, czyli przeceniania długofalowego oddziaływania nowych technologii i niemożności oceny ich skutków w przyszłości” – pisze Alicja Jaskiernia, zwracając uwagę, że zjawisko wymierania i zaniku „starych mediów” nie daje podstaw do przewidywań na przyszłość. „(...) nowa sytuacja mediów powodująca rewolucyjne zmiany, sprzyjające rekonfiguracji systemu, które nie muszą oznaczać zerwania z przeszłością, zakłada pewne kontynuacje w systemie medialnym”⁵⁰. Oznacza to, że mimo wrażenia, iż nie sposób ocalić cokolwiek ze znanego nam krajobrazu medialnego, wyznaczanego przez lata tradycyjnym odbiorem prasy, radia i telewizji, doświadczenie uczy, że nie wszystko ulegnie przekształceniu i radykalnej zmianie. Pewne elementy „starego świata” mediów pozostaną, tylko ich forma nie jest obecnie możliwa do przewidzenia. Podobnego zdania jest analityk rynku, zajmujący się mediami społecznościowymi Michał Moneta, który stwierdza, że: „To jeszcze nie czas na stypę – eksperci są zgodni, że na wypisywanie nekrologów tradycyjnej telewizji jest jeszcze zbyt wcześnie. Raport *Limelight* pokazuje⁵¹, że zaledwie 12% obecnych użytkowników TV jest skłonna rozwiązać swoje umowy i bazować w stu procentach na technologii *Video on Demand*, *live streaming* i YouTube”⁵². Claire Chartier zadaje pytanie na łamach tygodnika „L’Express”: czy telewizor w salonie nie stał się symbolem telewizji ludzi starych, której młodzi nie potrafią lub nie chcą oglądać?⁵³.

Nigdy w historii telewizji zawartość tematyczna i programowa tego medium nie była tak bogata. Ale ten „złoty wiek” jest zagrożony: kanały telewizyjne kończą się, bo nie starcza im pieniędzy, a nowi gracze sieci, tacy jak Netflix i Amazon łamią wszystkie dotychczasowo obowiązują-

⁴⁹ *Komunikacja społeczna i kompetencje medialne w czasach nowych technologii*, „Państwo i Społeczeństwo” nr 3/2017; Oficyna Wydawnicza AFM, Warszawa 2017, s. 9.

⁵⁰ *Ibidem*, s. 13.

⁵¹ Portal: *Media – technologia mediów cyfrowych*, źródło: <https://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/Online-Video-vs.-TV-Have-We-Finally-Reached-the-Tipping-Point-110819.aspx> (dostęp 09.01.2019).

⁵² M. Moneta, *Streaming – czy telewizja i Netflix naprawdę ze sobą walczą?*, źródło: <https://questus.pl/blog/streaming-walka-tv-netflix/> (dostęp 09.01.2019).

⁵³ C. Chartier, *La télévision a tellement changé*, Tygodnik „L’Express” 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).

ce modele⁵⁴. Bruno Patino, dyrektor ARTE France, zauważa, że jednak „nawet w dobie konwergencji mediów nadal jest miejsce dla tradycyjnej telewizji”⁵⁵.

1.4. Zarządzanie mediami publicznymi w Europie w erze konwergencji i digitalizacji mediów

Zmiany w sposobie podejścia do telewizji, wywołane procesem konwergencji i przemian technologicznych, wpłynęły także na sposób zarządzania mediami. Próbę sformułowania definicji dotyczącej tego, czym jest „zarządzanie mediami” podejmuje Bogusław Nierenberg, pisząc, że: „zarządzanie mediami (w ujęciu systemowym) jest to zespół wzajemnie powiązanych procesów i czynności obejmujących planowanie, organizowanie, przewodzenie, motywowanie i kontrolowanie, odnoszących się do wszystkich przejawów i poziomów systemu medialnego”⁵⁶. Wydaje się, iż zaproponowana definicja jest na tyle pojemna, że obejmuje wszystkie obszary odnoszące się do definiowanych zagadnień, i na tyle funkcjonalna, by pozwoliła rozróżnić, co zarządzaniem mediami jest, a co nie jest. Nierenberg wychodzi z założenia, że zarządzanie mediami publicznymi musi stanowić połączenie dwóch celów: komercyjnego i interesu publicznego, bowiem mediom nadano formę spółek prawa handlowego, które ze swej natury są nastawione na zysk.

„Zarządzanie mediami publicznymi jest szczególnym obszarem zarządzania, który wymaga gruntownej analizy ze względu na wspomnianą już uprzednio misję” – zauważa Nierenberg⁵⁷. Misja zawiera się w obowiązku spełnienia pewnych określonych zadań. „W finansowaniu mediów publicznych w perspektywie europejskiej i krajowej chodzi o pieniądze, które dają mediom niezależność w zamian za programy wysokiej jakości” – podkreśla Alexander Scheuer, niemiecki prawnik, który odpowiada za politykę medialną i regulacje dotyczące mediów w ramach Instytutu Prawa Europejskiego⁵⁸.

⁵⁴ *Médias: bientôt la fin de la télévision?*, „Challenges” 08.10.2013, źródło: https://www.challenges.fr/media/medias-bientot-la-fin-de-la-television_186726 (dostęp 09.07.2017).

⁵⁵ Źródło: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/missions-131> (dostęp 17.12.2019).

⁵⁶ B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami, ujęcie systemowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2001, s. 79.

⁵⁷ B. Nierenberg, B. *Zarządzanie mediami – geneza, istota, koncepcje badawcze*, „Problemy Zarządzania”, nr 4 /11, s. 154.

⁵⁸ Wystąpienie A. Scheuera na konferencji *Rola i znaczenie mediów publicznych w Europie*, źródło: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/dm_konf_080415_spraw.pdf (dostęp 12.09.2020), Warszawa 2016.

Medioznawcy zwracają uwagę, że choć zarządzanie mediami posiada interdyscyplinarny charakter, przedmiotem refleksji badawczej jest dopiero od kilku dziesięcioleci. I do tej pory nie wypracowano jeszcze narzędzi teoretycznych i badawczych, a fachowe piśmiennictwo należy do rzadkości. „Zarządzanie mediami odwołuje się przede wszystkim do medioznawstwa i ekonomii mediów. Czerpie także z dorobku ekonomii politycznej i komunikowania, które łącznie składają się na macierzyste dyscypliny zarządzania mediami” – zauważa Jan Kreft⁵⁹. Zwraca uwagę, że interdyscyplinarność tej dziedziny, przekraczająca bariery dyscyplin naukowych, pozostaje „w służbie” osiągnięcia celów biznesowych: bogactwa właścicieli (akcjonariuszy), maksymalizacji zysku i wzrostu udziału rynkowego przedsiębiorstw medialnych. Zarządzanie mediami różni się w zależności od charakteru instytucji. Podział przebiega według rozróżnienia na media publiczne i prywatne – komercyjne. W zależności od tego, do której z tych dwóch kategorii można zaliczyć dane medium czy też daną telewizję – w określony sposób jest ona zarządzana, tak od strony ekonomicznej, jak i programowej. Stanisław Jędrzejewski podkreśla, że w przypadku zarządzania mediami publicznymi, jednym z istotnych elementów jest brak motywacji komercyjnej. Jest to możliwe wtedy, gdy media publiczne nie muszą szukać znaczących środków finansowania na rynku komercyjnym⁶⁰.

„Obecny stan w obszarze mediów elektronicznych nie odpowiada ani nadawcom publicznym, ani nadawcom komercyjnym” – zauważa Nierenberg. Na specyficzną naturę przedsiębiorstw medialnych zwraca uwagę Robert Picard, pisząc, że: „Podstawą rynku medialnego są organizacje medialne, których natura jest odmienna od innych przedsiębiorstw, biorąc choćby pod uwagę ich dualność”⁶¹. Chodzi o to, że na złożoną strukturę i „osobowość prawną” tego typu przedsiębiorstwa składają się zarówno kultura i misja, jak i strategia oraz styl zarządzania. Jan Kreft cytując wypowiedź Picarda zauważa ponadto, że: „zarządzanie mediami wyróżnia fakt, że mamy do czynienia z wyjątkową cechą mediów, jaką jest ich oddziaływanie w życiu politycznym i kulturalnym. Jednocześnie są one dobrem ekonomicznym i dobrem kulturowym. Są produktami rynkowymi oraz „nośnikiem wartości i idei uczestniczącym w pełnym doświadczaniu niektórych społecznych funkcji (socjalizacji, orientacji, rekreacji, edukacji, krytyki i kontroli)”⁶².

⁵⁹ J. Kreft, *Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami, próba definicji*, „Zarządzanie humanistyczne” nr 1/ 2015, Kraków 2015.

⁶⁰ Ibidem, s. 42.

⁶¹ R. Picard, *Media Economics. Concepts and Issues*, Sage Publications, Londyn 1989.

⁶² J. Kreft, *Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami – próba definicji*, „Zarządzanie humanistyczne”, Kraków 2015, s. 6.

Interesujące propozycje związane z różnicami w zarządzaniu mediami komercyjnymi a mediami publicznymi podnosi Bogusław Nierenberg, który twierdzi, że należy skupić się na unikatowym aspekcie zarządzania większością mediów, który polega na łączeniu misji komercyjnej z misją społeczną. Nierenberg formułuje tezę, że przedmiotem zarządzania mediami są organizacje publiczne realizujące interes publiczny, które w przeciwieństwie do organizacji biznesowych nie są nastawione na zysk. Ich cel wyznacza właściciel, czyli państwo, i na jego realizację przeznaczają publiczne środki⁶³. To bardzo ważny aspekt w zarządzaniu mediami sfery publicznej, albowiem pozwala lepiej zrozumieć założenia dotyczące finansowania, istotne w kontekście opisywanej tu stacji telewizyjnej ARTE – europejskiej francusko-niemieckiej publicznej telewizji kultury.

1.4.1. W jaki sposób finansować media publiczne w Europie?

Model funkcjonowania mediów publicznych osadzony jest w sferze publicznej, która w Europie ma swoją długą tradycję, sięgającą europejskich nurtów oświeceniowych XVIII wieku, kiedy kształtowała się ona ponad narodowymi czy regionalnymi strukturami. W kulturze cechującej się istnieniem sfery publicznej jest ona przestrzenią wolności – poza kontrolą państwową, gdzie jednostki swobodnie i w sposób demokratyczny wymieniają poglądy i wiedzę⁶⁴. Używane przez Jürgena Habermasa w języku niemieckim określenie sfery publicznej – *Öffentlichkeit*, można przetłumaczyć jako „społeczeństwo” lub „opinia publiczna”. W opinii Jürgena Habermasa sfera publiczna zajmuje istotne miejsce w funkcjonowaniu naszych społeczeństw, a powinno ją cechować uniezależnienie od władzy rządowej. W systemie demokracji bezpośredniej sfera ta jest niezbędna zarówno dla prowadzenia debat nad sprawami wagi publicznej, jak i dla funkcjonowania mechanizmu dyskursu wpływającego na proces decyzyjny⁶⁵.

To stanowi podstawę funkcjonowania mediów publicznych w Europie, określaną w języku francuskim mianem *service publique* (w języku polskim: „służba publiczna”), co najpełniej wyraża ich specyfikę. Warto przypomnieć, że cały czas gwarantem mediów, wpisanych w sferę publiczną, których głównym celem to realizacja misji, jest europejskie prawodawstwo

⁶³ B. Nierenberg, *Publiczne przedsiębiorstwo medialne – zarządzanie, systemy, modele*, „Zarządzanie w Kulturze”, nr 7/2006, s. 113–122.

⁶⁴ M. Lits, *L'espace public: concept fondateur de la communication*, „Hermès, La Revue” 2014/3, Paryż 2014, s. 77–81, źródło: <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm> (dostęp 12.05.2021).

⁶⁵ J. Habermas, *Public critique et raison communicationnelle*, w: *Encyklopedyczny krytyczny słownik odbiorców*, źródło: <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/habermas-jurgen/> (dostęp 14.05.2021).

i regulacje unijne, które przekładają się na prawne zapisy w poszczególnych państwach członkowskich. Polska także przyjęła je w momencie akcesji do UE, podpisując stosowne dokumenty unijne. Odpowiednie zapisy odnajdziemy w dokumentach UE.

Rada Europy uznaje ważną rolę mediów publicznych w obronie podstawowego prawa do wolności wypowiedzi i informacji, zgodnie z art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka mają promować wartości demokracji, różnorodności i spójności społecznej oraz umożliwić każdemu szukanie lub swobodne otrzymywanie informacji. Media sfery publicznej, z racji swojego mandatu są ważnym publicznym źródłem bezstronnych informacji i różnorodnych opinii politycznych. Szczególnie nadają się do promowania pluralizmu i różnorodności opinii⁶⁶. W dokumencie Rady Europy czytamy dalej „media sfery publicznej mają umożliwić różnym grupom społecznym otrzymywanie lub przekazywanie informacji, wyrażanie siebie i wymianę poglądów. Powinny wносить znaczący wkład w promowanie spójności społecznej, różnorodności kulturowej i pluralistycznej komunikacji dostępnej dla wszystkich. W szczególności muszą zachować odpowiedni stopień niezależności od tych, którzy sprawują władzę gospodarczą i polityczną, uzyskać odpowiednie finansowanie, dostosować się do ery cyfrowej i utrzymać wysoką jakość redakcyjną na konkurencyjnym rynku⁶⁷. Media publiczne mają być rodzajem forum dla debaty publicznej i w praktyce urzeczywistniać gwarancje pluralizmu, co jest realizowane m.in. przez sprzyjanie swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli. Jak pisze Maciej Miżejewski, „określenie modelu tego finansowania bezpośrednio wpływa na niezależność publicznej radiofonii i telewizji, ich autonomię redakcyjną oraz poziom komercjalizacji programów. Istotna jest tu zwłaszcza niezależność od świata polityki oraz od presji rynku⁶⁸”.

Aby działać niezależnie i bezinteresownie, trzeba mieć zapewnione odpowiednie środki. Zapisy dotyczące tej zasady także są podstawą polityki medialnej Unii Europejskiej. Warte podkreślenia jest stanowisko Komisji Europejskiej, która precyzuje, że tam, gdzie istnieją media publiczne, ich finansowanie powinno być odpowiednie i stabilne, bowiem to ono w dużej mierze ma zapewnić niezależność redakcyjną mediów⁶⁹. Finansowanie mediów publicznych w Europie opiera się w dużej mierze na środkach pochodzących z „daniny publicznej”, czyli z abonamentu. Jest on głównym

⁶⁶ Oficjalna strona Conseil de l'Europe „Les médias de service public”, źródło: <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/public-service-media>, (dostęp 21.05.2021).

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ M. Miżejewski, *Finansowanie mediów publicznych w polityce medialnej UE*, Politeja, Księgarnia Akademicka, Kraków 2013.

⁶⁹ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, źródło: https://poland.representation.ec.europa.eu/news/europejski-akt-o-wolnosci-mediow-2022-09-16_pl (dostęp 18.09.2022).

źródłem finansowania w większości państw UE⁷⁰. Z raportu Europejskiej Unii Nadawców (EBU) wynika, że abonament radiowo-telewizyjny funkcjonuje w blisko połowie krajów Unii⁷¹. Abonament płacony przez obywateli, finansujący działalność mediów publicznych, wymusza obowiązek wywiązywania się z tego, co określa się szerokim mianem: „misji mediów publicznych”. Zalecenie Rady Europy gwarantuje mediom publicznym swobodę w podejmowaniu decyzji finansowych dotyczących ich działalności programowej⁷². Zgodnie z nim finansowanie nadawców publicznych powinno być długofalowe, aby zapewnić mediom publicznym stabilne podstawy funkcjonowania i rozwój. Zdaniem Komisji Europejskiej stworzenie efektywnego mechanizmu finansowania nadawców publicznych w poszczególnych państwach członkowskich winno być adekwatne do ich obowiązków ustawowych w zakresie realizacji misji. Dlatego KE bada, czy i w jaki sposób został określony w ustawie zakres działań mediów publicznych⁷³. W szczególności muszą zachować odpowiedni stopień niezależności od tych, którzy sprawują władzę gospodarczą oraz polityczną i dlatego powinny uzyskać odpowiednie finansowanie, dostosować się do ery cyfrowej i utrzymać wysoką jakość redakcyjną na konkurencyjnym rynku⁷⁴. Stworzenie efektywnego mechanizmu finansowania nadawców publicznych, w poszczególnych państwach członkowskich, winno być adekwatne do ich obowiązków ustawowych w zakresie realizacji misji. Komisja Europejska bada to, czy i w jaki sposób został określony w ustawie zakres działań mediów publicznych. Zalecenie Rady Europy z 2006 roku gwarantuje mediom publicznym swobodę w podejmowaniu decyzji finansowych dotyczących ich działalności programowej. W sposób szczególnie akcentowane jest zachowanie niezależności nadawców publicznych od wpływów rządowych.

⁷⁰ Raport TVP *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.2019), Warszawa 2012.

⁷¹ A. Woźniak, P. Ściepka, *Finansowanie mediów elektronicznych ze środków publicznych – analiza porównawcza na przykładzie wybranych państw europejskich*, Biuro KRRiTV, Warszawa 2009.

⁷² *Declaration of the Committee of Ministers on the Guarantee of the Independence of Public Service Broadcasting in the Member States* (Adopted by the Committee of Ministers on 27 September 2006 at the 974th meeting of the Ministers' Deputies), źródło: <https://mediainitiatives.am/wp-content/uploads/2017/01/Council-of-Europe-Declaration-on-the-Independence-and-Functions-for-the-Broadcasting-Sector-in-English-1.pdf> (dostęp 20.05.2022).

⁷³ Oficjalna strona Parlamentu Europejskiego, *Polityka audiowizualna i medialna, podstawy prawne*, źródło: https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/pl/FTU_3.6.2.pdf (dostęp 22.05.2022).

⁷⁴ *Declaration of the Committee of Ministers on the guarantee of the independence of public service broadcasting in the member states*, źródło: <https://www.gov.pl/web/krrit/rada-europy> (dostęp 14.05.2022).

„Powstaje wiele pytań w kwestii finansowania mediów: kto decyduje o środkach i wysokości finansowania oraz kto płaci? Czy pieniądze pochodzą z abonamentu, czy z budżetu państwa? Czy powinny istnieć dodatkowe źródła dochodu, jak np.: reklamy, sponsoring czy abonament w telewizji kodowanej? Kto jest odpowiedzialny za uregulowanie powyższych kwestii?⁷⁵ – wskazuje Alexander Scheuer, dyrektor Europejskiego Instytutu Prawa Mediów w Saarbrücken. Jednak w większości państw europejskich media publiczne sięgają właśnie po środki budżetowe w formie abonamentu RTV⁷⁶. Istnieje przy tym prosta zależność: abonament płacony przez obywateli w celu sfinansowania działalności mediów publicznych wymusza obowiązek wywiązywania się z tego, co określa się szerokim mianem: „misji mediów publicznych”. Z tego obowiązku wynika wiele nakazów, oczekiwań i obowiązków.

Abonament to europejski standard – podstawa finansowania telewizji publicznej w Europie. Krajobraz audiowizualny tworzą jednak operatorzy audiowizualni, którzy starają się zdywersyfikować źródła finansowania⁷⁷. Pod presją państw zaangażowanych w proces redukcji wydatków wszędzie stawiane są pytania o oszczędności, we wszystkich możliwych formach. I tak na przykład we Francji na wiosnę 2022 roku prezydent Emmanuel Macron zaproponował reformę finansowania radiofonii i telewizji publicznej. Mimo że nie obyło się bez fali protestów, a na ulice miast francuskich wyszli pracownicy sektora mediów publicznych, stosowny projekt ustawy został przedłożony pod głosowanie parlamentu (*l'Assemblée nationale*) i już 16 sierpnia 2022 roku uzyskał akceptację. Nową ustawą nr 2022-1157 likwiduje abonament⁷⁸, zastępując go innym środkiem finansowania, pochodzącym bezpośrednio z podatku VAT. Szerzej na ten temat w następnym rozdziale, dotyczącym sposobów finansowania telewizji publicznej – France Télévisions.

Abonament RTV jest głównym źródłem finansowania w 20 z 40 państw, gdzie przychody z abonamentu stanowią średnio 71% całego dochodu, a w 18 krajach nadawcy publiczni finansowani są głównie ze środków pu-

⁷⁵ A. Scheuer, wystąpienie na konferencji *Rola i znaczenie mediów publicznych w Europie*, Warszawa 2016, źródło: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/dm_konf_080415_spraw.pdf (dostęp 12.09.2020).

⁷⁶ *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, TVP, Warszawa 2012, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).

⁷⁷ A. Kaźmierska, *Źródła finansowania mediów publicznych w Europie*; „SAT Kurier” 01.03.2014, źródło: <http://satkurier.pl/news/97982/zrodla-finansowania-mediow-publicznych-w-europie.html> (dostęp 16.04.2020).

⁷⁸ Ustawa nr 2022-1157 z dnia 16 sierpnia 2022 r. w sprawie zmiany finansów na 2022 r.; strona rządowa RP, zbiór dokumentów prawnych, źródło: <https://www.actu-juridique.fr/> (dostęp 12.12.2022).

blicznych (pomoc publiczna, granty, podatki). Abonament jest głównym źródłem finansowania w następujących państwach UE: Wielka Brytania / BBC – 70,9%; Niemcy / ZDF – 84,2%, ARD – 84,3%; Finlandia / YLE – 96,0%; Szwecja / SVT – 95,6%; Czechy / CRO – 89,8%; Grecja / ER – 91,0%; Chorwacja / HRT – 81,7%; Szwajcaria / SRG SSR – 71,4%; Serbia / RTS – 77,3%; Bułgaria / BNR – 95,5%; Hiszpania / RTVE – 96,4%; Estonia / ERR – 86,9%; Cypr / CyBC – 86,0%; Węgry / MTV – 71,5% Belgia / RTBF – 71,5%, a także stowarzyszona z UE Norwegia / NRK – 96,1%⁷⁹. Największy (kwotowo) udział środków publicznych przeznaczanych na media publiczne (radio i telewizja) w przeliczeniu na jednego mieszkańca w Europie, według standardu siły nabywczej, odnotowano w Niemczech, w Wielkiej Brytanii, krajach skandynawskich oraz Słowacji i Austrii.

Polska jest jedynym państwem w Europie, w którym to reklamy były przez wiele lat głównym źródłem finansowania mediów publicznych – jak wynika z raportu Europejskiej Unii Nadawców⁸⁰. Obecnie sytuacja jest jeszcze bardziej kuriozalna: ponieważ system opłat abonamentowych w naszym kraju nie działa, dlatego rządzący wprowadzili mechanizm rekompensaty za utracone w latach 2018–2019 opłaty: to niemal dwa miliardy złotych płacone każdego roku na media publiczne z budżetu rządowego, z czego 1,12 mld zł trafia do telewizji publicznej. „Na podobne prezenty w takiej wysokości nie może liczyć żaden nadawca publiczny w Unii” – pisze Mateusz Madejski (UW)⁸¹.

Jak zauważa Maciej Miżejewski, „Abonament pomaga stworzyć bezpośredni związek między społeczeństwem a nadawcą publicznym, którego program jest finansowany przez obywateli”⁸². W raporcie przygotowanym w 2012 roku przez TVP we współpracy z KRRiT przedstawiono, że wybór modelu finansowania uzależniony jest m.in. od następujących czynników, takich jak: kontekst historyczny/kulturowy; poziom zamożności kraju – Produkt Krajowy Brutto (PKB); poziom emisji reklam; akceptacja

⁷⁹ Praca zbiorowa: *Abonament RTV w Europie*, Telewizja Polska S.A., Warszawa 2013, s. 4, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).

⁸⁰ Wirtualne Media, źródło: <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/tvp-wyniki-finansowe-w-2019-roku-finansowanie-z-budzetu-panstwa-jacek-kurski-licze-ze-swiat-polityki-zalatwi-to-systemowo> (dostęp 12.02.2020).

⁸¹ M. Madejski, *Finansowanie mediów publicznych. Polska to europejski fenomen*, źródło: <https://www.money.pl/gospodarka/finansowanie-mediow-publicznych-polska-to-europejski-fenomen-6486004013508225a.html> (dostęp 20.05.2022).

⁸² M. Miżejewski, *Finansowanie radiofonii i telewizji publicznej w polityce medialnej UE. Przykłady Polski, Węgier, Francji i Niemiec*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013, s. 222.

opłaty abonamentowej przez społeczeństwo⁸³. W raporcie zwrócono uwagę, że zmiany modelu finansowania mediów publicznych w wybranych państwach UE dokonywały się następująco:

- Holandia (NPO, telewizja publiczna): W 2000 roku zniesiono opłatę abonamentową i zastąpiono ją finansowaniem ze środków publicznych. Zaobserwowano wówczas wzrost przychodów nadawcy NPO o 6%⁸⁴.
- Francja (France Télévisions): W 2009 roku nastąpiło wprowadzenie częściowego zakazu emisji reklam (po godz. 20) oraz zwiększenie finansowania ze środków publicznych. Strata wynikająca z częściowego zakazu emisji reklam została w całości zrekompensowana finansowaniem ze środków publicznych. Nastąpił wzrost przychodów o 10%.
- Hiszpania (RTVE – Corporación Radio y Televisión Española): W 2010 roku wprowadzono całkowity zakaz emisji reklam oraz całkowite finansowanie ze środków publicznych. Planowana strata wpływów została w całości zrekompensowana przychodami ze środków publicznych. Przychód nadawcy pozostał niezmienny⁸⁵.

Tak odważne podejście do decyzji związanych ze sposobem finansowania mediów publicznych w wielu państwach wspólnoty europejskiej wskazuje, że za tymi decyzjami kryje się pewien określony sposób myślenia, opierający się na założeniu, że ze względu na ewolucję w systemie mediów podyktowaną rozwojem nowych technologii i Internetu, wpływy z reklam będą maleć. I dlatego wymagana jest korekta systemu wpływów do budżetu opłat ze środków publicznych. „Od tego, czy przyjęto właściwy sposób zarządzania, zależy harmonijny sposób funkcjonowania mediów publicznych⁸⁶” – zauważa Alicja Jaskiernia. Uważa ona, że skuteczny system, służący interesom publicznym, musi spełniać pewne warunki strukturalne, określane, przede wszystkim, przez takie czynniki, jak: właściwie dobrana podstawa danej działalności w postaci statutu i misji; co najmniej – częściowe finansowanie ze środków publicznych; niezależność od rządu; stworzenie mechanizmów zapewniających odpowiedzialność wobec społeczeństwa i odbiorców. Te wszystkie, wymienione przez Alicję Jaskiernię, przesłanki i postulaty zawarte są w strategii zarządzania ARTE, zostały też wpisane w dokumenty założycielskie stacji, co przedstawia Tabela 1.

⁸³ *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, op. cit.

⁸⁴ *Ibidem*.

⁸⁵ *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, op. cit.

⁸⁶ A. Jaskiernia, *Publiczne media elektroniczne w Europie*, ASPRAJR, Warszawa 2006, s. 208.

Tabela 1. Model rozwoju ARTE w kontekście kryteriów rozwoju mediów⁸⁷

Postulaty Alicji Jaskierni	Podstawy i założenia funkcjonowania ARTE
Właściwy status	Media publiczne. Europejska Grupa Interesów Gospodarczych (GEIE); Association Relative à la Télévision Européenne Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE)
Określona misja	Misją ARTE jest jednocześnie Europejczyków poprzez kulturę. Kultura ma być żywym łącznikiem między obywatelami Europy. ARTE angażuje się w tematy bliskie obywatelom Europy: walkę z nierównościami społecznymi i tematy kulturalne, gospodarcze, inne.
Finansowanie ze środków publicznych	ARTE jest jak dotąd w 95% finansowana ze składek publicznych Francji i Niemiec. Nadaje bez reklam, ale możliwe są dochody ze sponsoringu.
Niezależność od rządu	ARTE ma specjalny status prawny, gwarantujący jej pełną niezależność.
Mechanizmy zapewniające odpowiedzialność wobec społeczeństwa	Kanał francusko-niemiecki ARTE nie podlega kompetencjom francuskich lub niemieckich organów regulacyjnych, ale jedynie kontroli członków, „z wyłączeniem jakiegokolwiek interwencji władz publicznych, w tym niezależnych organów regulacyjnych, sektora audiowizualnego w kraju siedziby” (art. 1 traktatu założycielskiego). Nad przestrzeganiem założeń czuwa Rada Nadzorca, która kontroluje proces zarządzania w ARTE.

Źródło: opracowanie własne.

1.5. Telewizja we Francji i w Niemczech

Wszystkie media audiowizualne w Europie – film, telewizja, filmy wideo objęte są unijnymi zasadami obowiązującymi na jednolitym rynku europejskim, niezależnie od sposobu, w jaki usługi te są dostarczane (telewizja tradycyjna, filmy na żądanie, Internet). W Unii Europejskiej, mimo wspólnych regulacji prawnych wynikających z dokumentów unijnych, występują różnice w podejściu do telewizji publicznej w poszczególnych krajach członkowskich, wyrażone w odrębnie sformułowanych zapisach prawnych danych państw.

Ponieważ ARTE funkcjonuje w dwóch systemach – telewizji i radia publicznego w Niemczech oraz telewizji i radia publicznego we Francji – w tym rozdziale zostanie opisana specyfika zarządzania mediami publicznymi w obu tych państwach. Stacja działa w systemie dwukulturowym,

⁸⁷ Opracowanie własne na podstawie: *ibidem*.

opartym na dwóch językach i stałej codziennej współpracy francuskich i niemieckich zespołów twórców i redaktorów, którzy tworzą jedną, spójną instytucję: to wspólny program – jedno przedsiębiorstwo, jedna telewizja, jeden organizm. Jest ona mocno osadzona w systemie finansowania mediów publicznych w Europie, a stabilność tego systemu i płynność finansowania wpływają na wszelkie jej działania. ARTE utrzymuje się ze środków publicznych: Niemcy i Francja są jej akcjonariuszami dzielącymi wspólne udziały i wpływy w równej części – po 50%. Zasada parytetu obowiązuje w całej strategii zarządzania stacją, która jest częścią zarówno telewizji francuskiej, jak telewizji niemieckiej.

1.5.1. System telewizji publicznej we Francji

Credo programowe France Télévisions brzmi: Informuj, edukuj, wspieraj tworzenie (*Informar, éduquer, soutenir la création*). Na stronach francuskiej CSA (Najwyższa Rada Audiowizualna – *Conseil supérieur de l'audio-visuel*) wskazano, że: „France Télévisions stawia widza w centrum swoich działań; oferuje swoim odbiorcom bogaty, ambitny i różnorodny program, którego celem jest informowanie, edukowanie i animowanie debaty demokratycznej na poziomie krajowym, lokalnym i międzynarodowym”⁸⁸. Rolą France Télévisions jest oferowanie oryginalnych programów, kierujących się ambicjami kulturalnymi.

Dewiza France Télévisions – *Télévision de tous les Français* (w języku polskim: „telewizja wszystkich Francuzów”), określa wytyczne jej strategii.

Podstawową zasadą jest zachowanie pluralizmu i różnorodności programowej w taki sposób, by program telewizyjny budował porozumienie. Jako grupa francuskiej telewizji publicznej, France Télévisions jest częścią służby publicznej, dlatego w centrum uwagi i troski stawia telewidza, o którego się zabiega i dla którego realizuje się program, w pełni respektując różnorodną strukturę społeczeństwa Francji. Realizuje go w ramach sześciu komplementarnych kanałów telewizji publicznej, z których każdy zachowuje swoją indywidualną tożsamość.

Zamierzając trafić do jak najszerszego grona odbiorców, stara się również zachować różnorodność i chronić odrębność kulturową⁸⁹. France Télévisions oferuje każdemu odbiorcy szeroki wybór wysokiej jakości programów, od kultury po sport. To program oparty na globalnej strategii,

⁸⁸ Oficjalna strona France Télévisions, źródło: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/missions-131> (dostęp 19.12.2019).

⁸⁹ Oficjalna strona France Télévisions, źródło: <http://www.francetelevisions.fr/missions> (dostęp 09.07.2017).

budowany według zasad komplementarnej palety programowej. W tym kontekście rozwój tożsamości redakcyjnej każdej anteny jest najistotniejszym elementem strategicznym grupy, a jego wyznacznikiem jest niezależność, uniwersalność, innowacyjność i nowoczesność oraz wiarygodność informacji, nie wspominając o promowaniu różnorodności, tak aby program telewizji publicznej był odzwierciedleniem struktury francuskiego społeczeństwa.

Ponadto, France Télévisions dba o wsparcie dla rodzimej twórczości audiowizualnej (fabuła, dokument, animacja, występy na żywo) i kinematografii. Obszerne informacje na temat podejścia władz Francji do roli i misji mediów publicznych znajdujemy we wspólnym dokumencie *Les enjeux et missions de France Télévisions (Wyzwania i misje Francuskiej Telewizji)*, opracowanym dla trzech francuskich ministerstw: Ministerstwa finansów i rachunków publicznych; Ministerstwa gospodarki, przemysłu i cyfryzacji; Ministerstwa kultury i komunikacji⁹⁰. Polityka wsparcia dla rodzimej i europejskiej produkcji audiowizualnej jest zgodna ze strategią polityki audiowizualnej, prowadzoną od lat przez instytucje europejskie wobec mediów publicznych na naszym kontynencie. Stąd wynika jedno z głównych założeń misji, realizowanej przez publiczną telewizję we Francji – France Télévisions, czyli wsparcie dla francuskiej i europejskiej twórczości. France Télévisions jest również pierwszym partnerem kina francuskiego, a wsparcie to dotyczy także twórców, producentów i niezależnych autorów⁹¹.

Starając się stawić czoła wyzwaniom związanym ze współczesnymi zmianami technologicznymi, władze państwowe postanowiły uprościć i zmodernizować zawartość misji telewizji publicznej, co przedstawiono w trzech głównych punktach: „Informować, edukować, dostarczać rozrywkę”. Przyjęto założenie, że trzeba wprowadzić nowe znaczenie tych terminów i zmierzać w kierunku zaangażowania i interakcji, na zasadzie: „zrozum, kultuwuj, uczestnicz”. W raporcie rozwinięto następujące założenia.

a) **Zrozum:** Chodzi przede wszystkim o lepsze i pełniejsze zrozumienie współczesnego świata oraz o korzystanie z przywilejów „bycia obywatelem”, co oznacza umiejętność roszyfrowania złożoności dzisiejszego świata. Radiofonia i telewizja publiczna mają do odegrania określoną rolę w odbudowie kultury politycznej i obywatelskiej, poprzez zaferowanie pluralistycznej, ambitnej i swobodnej informacji, która sprzyja poszerza-

⁹⁰ Oficjalna strona francuskiego Ministerstwa Kultury (serwis prasowy), źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Dossiers-de-presse-2011-2018/Annee-2015/Les-enjeux-et-missions-de-France-Televisions> (dostęp 12.02.2021).

⁹¹ Oficjalna strona Assemblée Nationale, źródło: http://www2.assemblee-nationale.fr/static/14/comaffcult/COM%20FTV%202016-2020_projet.pdf (dostęp 12.09.2020).

niu perspektyw, rozszyfrowywaniu świata i analizie, a także ma na celu rozwój umiejętności krytycznego myślenia. Oferta programowa, która zawiera różne punkty widzenia, ma wpływ na ożywienie debaty publicznej toczącej się w społeczeństwie francuskim. To oznacza konieczność wzmocnienia publicznej oferty informacyjnej oraz nawiązania ścisłej współpracy z innymi nadawcami publicznymi⁹².

b) **Kultuwuj**: promocja francuskiej kultury i jej kreatywności. Ambicją France Télévisions jest oferowanie odbiorcom francuskiej innowacyjności i oryginalności. Autorzy raportu wychodzą z założenia, że Francja jest znana na całym świecie ze swojej kreatywności, zatem telewizja publiczna musi być „na topie”: ma być kreatywna, stanowić impuls do tworzenia innowacji redakcyjnych i technologicznych na wszystkich polach. Jej rolą jest podejmowanie ryzyka redakcyjnego i wyzwań. France Télévisions musi odgrywać rolę inkubatora młodych talentów. Powinna także informować o rozwoju gospodarki i wspierać politykę inwestycji, które przyczyniają się do lepszego ustrukturyzowania i profesjonalizacji sektora produkcji, tak aby programy francuskie mogły dotrzeć na rynek międzynarodowy⁹³.

c) **Uczestnicz: „zaangażuj się”**: Ponieważ dzięki rozwojowi Internetu era pasywnego widza dobiega końca, media muszą przemyśleć swoje relacje z telewidzami, pozwalające na kreację, otwierając się na różnorodność publiczności i jej oczekiwania. Chodzi o debatę na temat kultury otwartości i uczenia się inności. Zaangażowanie oznacza także konkretną implikację wszystkich talentów w projekcie telewizji publicznej we wszystkich jej komponentach oraz aktywne promowanie różnorodności.

Ważnym dokumentem, będącym podstawą działalności tej instytucji jest „karta antenowa”, w której sformułowano m.in. prawo do wizerunku, misję służby publicznej, jak i to, w jaki sposób korzystać z serwisów społecznościowych: słowem najważniejsze kwestie, wokół których jest określana i organizowana przestrzeń wolności i działania grupy France Télévisions⁹⁴. Specyfika France Télévisions opiera się również na wartościach, bo to właśnie one decydują o różnicy między telewizją publiczną a innymi mediami. Są nimi: niezależność, oryginalność i kreatywność dostosowana do wyzwań naszych współczesnych czasów oraz etyka zawodowa. „Działalność France Télévisions i jej strategiczne wybory muszą być zgodne z interesem ogólnym i troską o dobre zarządzanie pieniędzmi publicz-

⁹² Oficjalna strona francuskiego Ministerstwa Kultury i Komunikacji, *Les enjeux et missions de France Télévisions* z 04.03.2015, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Dossiers-de-presse-2011-2018/Annee-2015/Les-enjeux-et-missions-de-France-Televisions> (dostęp 27.12.2019).

⁹³ Ibidem, s. 4.

⁹⁴ Oficjalna strona francuskiego Ministerstwa Kultury, *Les enjeux et missions de France Télévisions* z 04.03.2015, źródło: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/nos-valeurs/charte-des-antennes-93>, (dostęp 12.12.2019).

nymi, ponieważ media te korzystają z pieniędzy publicznych⁹⁵. Regulatorem mediów publicznych we Francji, w tym także France Télévisions, jest Najwyższa Rada Audiowizualna (CSA), działająca od 1989 roku⁹⁶. Jej poprzedniczką była Krajowa Komisja ds. Komunikacji i Wolności Mediów – La Commission Nationale de la Communication et des Libertés (często w skrócie CNCL).

Od 2010 roku France Télévisions tworzy w pełni globalny projekt cyfrowy, obecny we wszystkich mediach⁹⁷. Jest to reakcja na wyzwania „rewolucji cyfrowej”, ponieważ zmieniło się społeczeństwo i krajobraz audiowizualny, a przede wszystkim – zmieniła się technologia. Dlatego do władz państwa francuskiego należy opracowanie założeń tej metamorfozy – napisano w raporcie ministerialnym w 2015 roku⁹⁸. W dalszej części raportu podkreśla się, że telewizja publiczna jest jednym z filarów spójności narodowej, bowiem dociera do wszystkich Francuzów i wprowadza w ich życie francuską twórczość i kulturę.

Katarzyna Gajlewicz-Korab pisze o ogromnym przywiązaniu do tradycji i kultury we Francji, które przekłada się na określony sposób odbierania i wyboru pewnych mediów przez Francuzów. „Największym zagrożeniem dla kultury francuskiej wydaje się amerykańizacja (globalizacja) rodzimych mediów. W sferze informacji widoczny jest francuski punkt widzenia, a media mainstreamowe, takie jak główne sieci telewizyjne czy portale internetowe (będące głównie sieciowym odpowiednikiem francuskiej prasy drukowanej) są zależne od sympatii politycznych wydawców i dziennikarzy⁹⁹ – zauważa Gajlewicz.

1.5.1.1. Finasowanie mediów we Francji

Ujęcie historyczne

La Contribution à l'Audiovisuel Public to abonament audiowizualny, który został utworzony we Francji na mocy ustawy z dnia 31 maja 1933 roku, w okresie rozkwitu radiofonii, a opłata za odbiorniki radiowe została zniesiona w marcu 1980 roku, dekretem nr 80-201. W lipcu 1949 roku na

⁹⁵ Ibidem, s. 7.

⁹⁶ Źródło: <http://www.chartes.psl.eu/fr/positions-these/commission-nationale-communication-libertes-1986-1989> (dostęp 12.10.2019).

⁹⁷ F. Marty, *Le service public audiovisuel français face à sa mission éducative: l'épreuve numérique*, „Les Enjeux de l'information et de la communication” nr 2, Paryż 2013, s. 149–159.

⁹⁸ Oficjalna strona francuskiego Ministerstwa Kultury i Komunikacji, *Les enjeux et missions de France Télévisions*, s. 2, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Dossiers-de-presse-2011-2018/Annee-2015/Les-enjeux-et-missions-de-France-Televisions> (dostęp 18.12.2019).

⁹⁹ K. Gajlewicz-Korab, *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej* Klausa Schwaba. *Wybrane zagadnienia*, „Media Biznes Kultura” nr 2 (9) 2020, Warszawa 2020.

mocy Ustawy nr 49-1032 rozszerzono abonament audiowizualny na odbiorniki telewizyjne¹⁰⁰.

To opłata na nadawców publicznych (France Télévisions, ARTE France, Radio France, France Médias Monde, TV5 Monde oraz INA – Narodowy Instytut Audiowizualny). Stopień finansowania mediów publicznych z abonamentu wyglądał w sposób następujący: telewizja – 65,3%, radio – 97%¹⁰¹. Podział dochodów z abonamentu: France Télévisions (67%), Radio France (18%), ARTE (Francja) (8%), INA (3%) – Institut National de l’Audiovisuel (Narodowy Instytut Audiowizualny)¹⁰². Wszystkie wymienione media są częścią służby publicznej (*service publique*), której ochrona to powracający temat debaty politycznej. Opłata ta do roku 2022 stanowiła prawie 90% finansowania mediów publicznych we Francji, ale od kilku lat była przedmiotem krytyki, uzasadniającej jego usunięcie. Abonament został określany jako „przestarzały”, ponieważ pozostaje związany z posiadaniem telewizora, podczas gdy Francuzi coraz częściej korzystają z publicznych programów audiowizualnych na innym sprzęcie (komputery, tablety, smartfony itp.). Każde gospodarstwo domowe, niezależnie od dochodu, musiało go zapłacić w formie podatku mieszkaniowego (który także został zniesiony w 2023 roku). Likwidacja tego podatku lokalnego to dodatkowy argument za zniesieniem składki na nadawcę publicznego¹⁰³.

Po zreformowaniu sposobu płacenia abonamentu w 2009 roku – po uproszczeniu procedur jego pobierania – ściąganie opłat stało się prostsze i tańsze, a płaci się go razem z podatkami lokalnymi¹⁰⁴. Każdy, kto jest zobowiązany do uiszczenia podatku od nieruchomości mieszkalnych i posiada odbiornik telewizyjny, jest zobowiązany do uiszczenia publicznego wkładu audiowizualnego. W przypadku osoby fizycznej abonament płacił właściciel nieruchomości wyposażonej w odbiornik; w przypadku osoby prawnej abonament płacił właściciel nieruchomości wyposażonej

¹⁰⁰ Oficjalna strona administracji, akty prawne, źródło: <https://www.actu-juridique.fr/fiscalite/fiscal-finances/la-suppression-de-la-redevance-et-la-reforme-du-financement-de-laudiovisuel-public/#:~:text=Imprimer-,La%20suppression%20de%20la%20redevance%20et%20la,financement%20de%20l'audiovisuel%20public&text=La%20loi%20n%C2%B0%202022,elle%20constitue%20la%20principale%20ressource> (dostęp 12.12.2022).

¹⁰¹ Oficjalna strona Radio France, źródło: <https://www.radiofrance.fr/notre-financement> (dostęp 17.12.2019).

¹⁰² Oficjalna strona rządowa Ministerstwa Ekonomii i Gospodarki Republiki Francji, źródło: <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/contribution-audiovisuel-public> (dostęp 27.12.2019).

¹⁰³ Oficjalna strona administracji francuskiej Suppression de la redevance télé, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/actualites/A15693> (dostęp 12.12.2022).

¹⁰⁴ D. Psenny, *La réforme audiovisuelle*, „Le Monde” 01.12.2008, źródło: https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2008/12/01/la-reforme-de-l-audiovisuel-en-5-questions_1125435_3236.html (dostęp 22.08.2020).

w odbiornik; obowiązywała jedna opłata bez względu na liczbę odbiorników¹⁰⁵.

Zgodnie z prawem francuskim, zmodyfikowanym przez prezydenta Francji Nicolasa Sarkozy'ego w 2009 roku, telewizja publiczna nie może nadawać reklam na swej antenie między godziną 20:00 wieczorem a 6:00 rano, ponadto ich czas nie może przekraczać 6 minut na godzinę¹⁰⁶. Reforma telewizji polegała na tym, że w pierwszym etapie, od stycznia 2009 roku reklamy zniknęły z pasm telewizji publicznej między godziną 20:00 a 6:00¹⁰⁷. W zamian za opłatę abonamentową Grupa France Télévisions (do której przynależą cała telewizja publiczna we Francji – wszystkie jej programy) zobowiązywała się nie robić żadnych przerw reklamowych w trakcie emitowanych filmów. Ewentualne straty finansowe mediów publicznych miały być zrekomensowane opodatkowaniem wpływów z reklam telewizji prywatnych na poziomie 1,5–3% oraz obrotów operatorów komórkowych na poziomie 0,9%¹⁰⁸.

W 2007 roku opłata abonamentowa stanowiła 74% wpływów finansowych radiofonii i telewizji publicznej. Po wprowadzeniu abonamentu – na zasadzie podatku lokalowego – obniżyło to koszty jego ściągłości o ponad 41 mln euro¹⁰⁹. Wielu ekspertów krytykowało decyzje prezydenta, upatrując w nich partykularne interesy Sarkozy'ego – wspierającego szefów mediów komercyjnych, choć inspiracją jego działania były raporty dotyczące zmian na rynku reklamy w mediach francuskich¹¹⁰. Jednakże prezydent Francji, podejmując tak radykalne kroki, uniezależnił media publiczne od wahań występujących na rynku reklam – przewidując (na podstawie informacji pochodzących z analizy zamówionych przez rząd raportów), że reklamodawcy zaczną „odpływać” z telewizji, bo bardziej będą się angażować w Internet, co się niebawem potwierdziło¹¹¹. Jednak nie tylko abonament stanowi źródło, z którego utrzymują się media audiowizualne. Część zasobów finansowych pochodzi w dalszym ciągu

¹⁰⁵ Oficjalna strona internetowa francuskiego resortu administracji państwowej, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88> (dostęp 26.12.2019).

¹⁰⁶ *We Francji abonament RTV płaci się wraz z podatkiem lokalnym*, w: www.bankier.pl z 11.09.2007, źródło: <https://www.bankier.pl/wiadomosc/We-Francji-abonament-RTV-placi-sie-wraz-z-podatkiem-lokalnym-1670170.html> (dostęp 12.10.2018).

¹⁰⁷ B. Mitosek, *Prezydent Sarkozy próbuje przejść media publiczne*, „Gazeta Wyborcza” 28.06.2008.

¹⁰⁸ *Médias: bientôt la fin de la télévision?*, „Challenges”, źródło: https://www.challenges.fr/media/medias-bientot-la-fin-de-la-television_186726 (dostęp 09.07.2017).

¹⁰⁹ Oficjalna strona internetowa francuskiego resortu administracji państwowej Redevance télé, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88> (dostęp 22.01.2020).

¹¹⁰ *Francuska tv publiczna bez reklam*, portal TVP z 06.01.2009, źródło: <https://www.tvp.info/321231/francuska-tv-publiczna-bez-reklam> (dostęp 22.01.2020).

¹¹¹ G. Kościński, *Telewizja bez reklam, ale z misją*, „Dziennik Polski” 12.01.2009.

z przychodów z reklam. Przepisy w tym względzie są regulowane przez CSA (Najwyższą Radę Telewizji)¹¹².

Ważna zmiana

We Francji media publiczne były finansowane dzięki abonamentowi oraz ograniczonemu nadawaniu reklam¹¹³. Tak było do sierpnia 2022 roku, ale decyzją prezydenta Francji Emmanuela Macrona wdrożona została reforma, która w połowie 2022 roku doprowadziła do zniesienia *la redevance audiovisuelle* – abonamentu telewizyjnego.

Jak czytamy w biuletynie informacji publicznej, wydanym przez francuski portal administracji państwowej¹¹⁴: „opłata abonamentowa (składka na nadawanie publiczne) zostaje zniesiona dla wszystkich podatników na rok 2022 i lata kolejne”. Opłata licencyjna za audiowizualne produkty została ostatecznie zniesiona 1 stycznia 2023 roku i żaden podatek francuski nie musi teraz płacić tego podatku. Zniesienie *la redevance tele* było jedną z obietnic wyborczych prezydenta Francji Emmanuela Macrona, który zwolnienie z rocznych opłat abonamentowych w wysokości 138 euro przedstawiał jako „dźwignię wsparcia siły nabywczej Francuzów”. Doprowadzając do przegłosowania we francuskim parlamencie nowelizacji znoszącej *la redevance tele*, Macron odniósł polityczne zwycięstwo.

Zniesienie abonamentu telewizyjnego nastąpiło na mocy nowelizacji ustawy o finansach na 2022 rok, opublikowanej w Dzienniku Urzędowym z dnia 17 sierpnia 2022 roku. Od 2022 roku znosi ona abonament radiowo-telewizyjny w dotychczas pobieranej formie, która do sierpnia 2022 roku umożliwiała finansowanie radiofonii i telewizji publicznej. W reakcji na tę radykalną decyzję – szybko przygotowany projekt nowelizacji i „pozytywne” głosowanie w pierwszy dzień po okresie letnich wakacji, Rada Konstytucyjna poddała uprawomocnienie przepisów dotyczących finansowania radiofonii i telewizji publicznej zastrzeżeniom interpretacyjnym: „Najpierw zbadamy treść reformy finansowania radiofonii i telewizji publicznej. Przekonamy się wówczas, decyzja z 12 sierpnia 2022 roku w sprawie zmiany ustawy o finansach na 2022 rok zawiera zastrzeżenia” – brzmiało oświadczenie. Rada Konstytucyjna wyraziła „dwa zastrzeżenia interpretacyjne określające przyszłe wybory ustawodawcy”. Wymagała od ustawodawcy określenia kwot przeznaczonych na finansowanie radiofonii i telewizji publicznej, tak aby organizacje „mogły wykonywać powierzone

¹¹² Oficjalna strona CSA – Conseil supérieur de l’audiovisuel, źródło: <https://www.csa.fr/Protector/Publicite-et-communications-commerciales/La-publicite> (dostęp 20.08.2020).

¹¹³ Oficjalna strona ToutSurMesFinances.com – francuska grupa mediów cyfrowych, źródło: <https://www.toutsurmesfinances.com/impots/contribution-a-l-audiovisuel-public-tout-savoir-sur-l-ex-redevance-tv.html> (dostęp 22.08.2020).

¹¹⁴ Oficjalna strona francuskiej administracji publicznej, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88> (dostęp 20.1.2023).

im zadania służby publicznej”. Mimo protestów ze strony lewicowej opozycji parlamentarnej, Rada Konstytucyjna zatwierdziła w końcu zniesienie abonamentu audiowizualnego¹¹⁵. Zamiast rocznej składki, budżety publicznych telewizji i radia będą odtąd czerpać środki finansowe z części podatku VAT. Ustawa nr 2022-1157 z 16 sierpnia 2022 roku zastępuje bowiem wpływ z dotychczasowego opodatkowania przez przeznaczenie na publiczny sektor audiowizualny ułamka wpływów z podatku od wartości dodanej (VAT), którego podatek VAT jest obecnie głównym zasobem fiskalnym państwa (abonament od czasów tzw. Reformy Sarkozy’ego był częścią podatków lokalowych). Warto tu jednak zaznaczyć, że pierwotny projekt ustawy przewidywał zastąpienie abonamentowej daniny dotacją z budżetu państwa (!).

Jednak, jak przyznaje poseł Quentin Bataillon, który wniósł poprawkę poselską, „ta metoda będzie obowiązywać tylko do 2025 roku ! Od tego dnia ustawa o finansach publicznych nie będzie już pozwalać na przeznaczanie wpływów z podatku VAT na sektory, które nie mają z nim związku. Rząd będzie więc musiał w ciągu trzech lat znaleźć inny mechanizm gwarantujący finansowanie nadawców publicznych”¹¹⁶.

Pod koniec czerwca 2022 roku główne związki zawodowe Radio France i France Télévisions wezwały do strajku w obronie publicznych mediów i ich zrównoważonego finansowania¹¹⁷. Przez Francję przeszła fala protestów i manifestacji pracowników sektora zaniepokojonych perspektywą osłabienia sposobu finansowania tego sektora. Chcieli w ten sposób zaprotestować nie tylko przeciwko planom zniesienia abonamentu i przeciw drugiemu projektowi Senatu, który zakładał połączenie różnych firm medialnych w jedną grupę¹¹⁸. „Widmo fuzji grupy Radio France, France Télévisions i France Médias Monde, która w efekcie przyniesie drastyczne oszczędności i zmniejszenie pluralizmu, wzmaga poczucie niepokoju” – czytamy w tekście francuskiego dziennika „Le Monde”¹¹⁹.

Komentarz

Prócz deklaracji wyborczych kandydata do urzędu prezydenckiego – Emmanuela Macrona nic nie zapowiadało tak radykalnych, wręcz „rewolucyjnych”

¹¹⁵ T. Kerkour, *Rada Konstytucyjna zatwierdza zniesienie abonamentu audiowizualnego*, „Le Figaro” 12.08.2022.

¹¹⁶ A. Franque, *Posłowie głosują za zniesieniem tantiem*, „Liberation” 23.07.2022, rubryka analiz.

¹¹⁷ Dotyczy to mediów publicznych grupy: France Télévisions, France radio, France Médias Monde, Arte i INA.

¹¹⁸ Strona Radio France, źródło; <https://mediateur.radiofrance.com/infos/les-raisons-de-la-greve-a-radio-france-ce-28-juin/> (dostęp 12.12.2022).

¹¹⁹ S. Cassini, A. Dassonville, *Radiofonia publiczna strajkuje w obronie swojej przyszłości*, „Le Monde” 28.06.2022.

zmian. Deklaracje często padają z ust kandydatów biorących udział w kampanii wyborczej, dlatego większość społeczeństwa odnosi się do nich z pewną rezerwą. Spokój po stronie zagrożonego sektora audiowizualnych mediów publicznych spowodowany był i tym, że od bardzo wielu lat media publiczne realizowały misję, a sektor funkcjonował we Francji bez zarzutu, korzystając z mocnych i stabilnych podstaw finansowania – dzięki abonamentowi (*la redevance audiovisuelles*). Atak na jedną z „świętości” demokratycznego porządku nastąpił w sposób niespodziewany, a Macron okazał się niezwykle skutecznym politykiem, który manipulując sloganami dotyczącymi „zwiększenia mocy nabywczej Francuzów”, bardzo szybko przygotował projekt nowelizacji ustawy i równie zręcznie doprowadził do jej przegłosowania na pierwszej powakacyjnej przerwie sesji obrad parlamentu francuskiego 2022 roku.

„To całkowicie improwizowana decyzja, podjęta w pośpiechu. Nikt nie domagał się zniesienia opłaty, to czysta i twarda wyborcza demagogia” – skomentował na łamach tygodnika „Télérama” Pascal Rogard, szef Stowarzyszenia Autorów i Twórców Dramatycznych (SACD)¹²⁰. Według opinii wielu medioznawców reforma zagraża jakości programów usług publicznych, ale także jej niezależności redakcyjnej. Francuski historyk Jean-Noël Jeanneney, były dyrektor Radia France (w latach 1982–1986), zauważa: „Od teraz wszyscy będą płacić, nawet niewidomi i głuchoniemi! Chociaż władza wykonawcza wymachuje argumentem dotyczącym siły nabywczej – nie ma on racji bytu, a sama inflacja wkrótce zniweczy wszelkie korzyści”¹²¹. Włączone do budżetu państwa finansowanie radiofonii i telewizji publicznej znalazło się w rękach władzy wykonawczej. Nie wiadomo w jakiej wysokości przeznaczony zostanie ułamek VAT mający zastąpić opłaty abonamentowe, a jedno jest pewne – do „wyrównania” pozostaje spora kwota – 3,7 mld euro rocznie!

Wiadomo było od dawna, że rewolucja medialna, z którą mamy obecnie od czynienia, wynikająca ze zjawiska konwergencji i digitalizacji mediów, zmieniła przyzwyczajenia odbiorców, którzy odeszli od tradycyjnego odbioru telewizji na korzyść Internetu. Należało podjąć wyzwanie i zaproponować zmianę, dostosowując tradycyjną opłatę do stanu obecnego – dzisiaj to nie telewizor, ale ekran komputera, smartfona czy tabletu jest źródłem odbioru mediów, zatem łączenie opłat abonamentowych z faktem posiadania telewizora wydaje się archaiczne. Protestujący wobec projektu zniesienia abonamentu posłowie lewicy, nawet jeśli zgadzali się

¹²⁰ R. Seneyoux, *Dlaczego zniesienie abonamentu jest realnym zagrożeniem dla informacji*, „Panorama” 20.09.2022, źródło: <https://www.telerama.fr/debats-reportages/pourquoi-la-suppression-de-la-redevance-est-un-vrai-danger-pour-l-information-7012145.php> (dostęp 12.12.2022).

¹²¹ Ibidem.

co do przestarzałego charakteru opłaty abonamentowej, zjednoczyli się przeciwko temu radykalnemu rozwiązaniu, znoszącemu ją całkowicie¹²². Kwestia mechanizmu jest istotna: przeciwnicy zniesienia abonamentu obawiają się, że nadawcy publiczni stracą niezależność. Chodzi o gwarancje dotyczące ciągłości płynnego sposobu finansowania sektora mediów publicznych – i tego domagali się strajkujący i na to zwracają uwagę medioznawcy. W oczekiwaniu na stały system zastosowano mechanizm przejściowy – zastąpienie abonamentu dochodami z podatku VAT, obliczonymi procentowo. Został zaproponowany w lipcu, a opublikowano go w raporcie Generalnego Inspektoratu Finansów (IGF) i Generalnego Inspektoratu ds. Kultury (IGAC). Według tego raportu reformie muszą towarzyszyć „zwiększone gwarancje niezależności nadawców publicznych”, pod groźbą zakwestionowania przez Radę Konstytucyjną. Aby uspokoić obawy, rząd planuje powołanie komisji nadzorującej finansowanie nadawców publicznych¹²³.

Wkład w publiczny sektor audiowizualny wymaga stałego monitorowania w kontekście tego, w jaki sposób przestrzegana jest misja publiczna. Działalność France Télévisions i jej strategia muszą być zgodne z interesem ogólnym i troską o dobre zarządzanie środkami, ponieważ media te korzystają z publicznych pieniędzy¹²⁴. Opłaty abonamentowe finansują działalność publicznych nadawców telewizyjnych i radiowych, których zadaniem jest oferowanie jak najszerszemu kręgowi odbiorców zróżnicowanej oferty programowej o wysokiej jakości. Ponadto termin „usługa publiczna” odnosi się do dwóch różnych elementów: misji, która jest działaniem interesu ogólnego, oraz sposobu organizacji, polegającego bezpośrednio lub pośrednio na wykonywaniu działań na rzecz interesu ogólnego przez osoby publiczne (państwowe, lokalne, instytucje publiczne) lub prywatne, ale pod kontrolą osoby publicznej¹²⁵.

W 2023 roku dotacja dla nadawców publicznych wynosi 3,8 mld euro, w tym 2,4 mld euro dla France Télévisions (+1% w porównaniu z 2022 rokiem). „W ogóle nie obejmuje inflacji”, skomentowała Delphine Ernotte, która dodała, że musi „znaleźć 45 milionów euro”, aby skompletować

¹²² A. Franque, *Posłowie głosują za zniesieniem tantiem*, „Liberation” 23.07.2022, rubryka analiz.

¹²³ Dziennik „La Voix du Nord” 04.09.2022, źródło: <https://www.lavoixdunord.fr/1213402/article/2022-08-04/c-est-quoi-exactement-la-redevance-tele-et-pourquoi-est-elle-supprimee> (dostęp 14.12.2022).

¹²⁴ Oficjalna strona francuskiego Ministerstwa Kultury i Komunikacji, *Les enjeux et missions de France Télévisions* 04.03.2015, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Dossiers-de-presse-2011-2018/Annee-2015/Les-enjeux-et-missions-de-France-Televisions> (dostęp 27.12.2019), s. 7.

¹²⁵ *Abonament RTV w Europie*, TVP, Warszawa 2013, s. 23, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).

budżet na 2023 rok. France Télévisions w 2018 roku zanotowała 3,09 mld euro przychodów¹²⁶. Bilans roku 2018: sprawdzony i poddany audytowi przez Komisję Kultury i Edukacji parlamentu na podstawie zapisów *Contrat d'Objectifs et de Moyens*, w rezultacie ocena bardzo pozytywna.

W raporcie zwrócono uwagę na:

- dużą liczbę programów i wydarzeń kulturalnych (580), emisja w pierwszej części wieczoru;
- bardzo dobrą kondycję finansową spółki France Télévisions i jej stabilną sytuację budżetową;
- dobre inwestycje w ramach wspierania twórczości audiowizualnej i filmowej, które z roku na rok wzrastają;
- wspieranie twórczości audiowizualnej (*Soutien à la création*). Ta uwaga dotyczy jednego ze strategicznych założeń polityki FT. Kontrakt na lata 2016–2020 przewiduje wspieranie twórczości audiowizualnej i filmowej do wysokości 400 mln euro na każdy rok¹²⁷.

1.5.1.2. Ramy prawne i cele strategiczne France Télévisions

Misja telewizji publicznej we Francji realizowana jest w oparciu o stosowne dokumenty prawne, takie jak ustawa z 30 września 1986 roku¹²⁸ (tzw. *Loi Leotard*). Podobnie jak w przypadku wszystkich spółek i firm krajowych (*societe nationale*) ustawa ta określa zakres usług publicznych (służby publicznej, tzn. *service public*), a także znaczenie pojęcia „misja” i ogólne wytyczne dla każdego kanału współtworzącego spółkę/grupę audiowizualną France Télévisions – francuskiej telewizji publicznej. Obecnie założenia strategiczne dotyczące polityki stacji telewizyjnej wpisane są w dwa dokumenty, które wyznaczają jej działalność:

- *Cahier des charges* i *Contrat d'objectifs et moyens* (tłum. polskie: „Specyfikacja i Umowa dotycząca celów i środków”). Dokument wytycza ogólne zasady i zadania – wcześniej zapisane w ustawie, a dotyczące misji oraz roli i sposobu funkcjonowania kanałów publicznych telewizji francuskiej. Te zapisy i regulacje mogą być zmienione tylko decyzją rządu.

¹²⁶ Źródło: <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/przychody-tvp-i-telewizji-z-inych-krajow-porownanie/dg7xbq8> (dostęp 12.08.2020).

¹²⁷ Oficjalna strona Assemblée-Nationale (Francuskie Zgromadzenie Narodowe), *Contrat d'objectifs et de moyens 2016-2020*, źródło: http://www2.assemblee-nationale.fr/static/14/comaffcult/COM%20FTV%202016-2020_projet.pdf (dostęp 12.09.2020).

¹²⁸ Oficjalna strona rządowa francuskiej służby publicznej Legifrance.gouv.fr, *la loi nr 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication -Loi Léotard*, źródło: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930> (dostęp 09.07.2017).

- *Le contrat d'objectifs et de moyens* (tłum. polskie: „Umowa celów i środków”, w skrócie COM), jest dokumentem regulującym stosunki między France Télévisions a jej akcjonariuszem, to znaczy państwem francuskim, ustanawiając rodzaj zobowiązań grupy medialnej, dotyczących treści i założeń programowych, rozwoju firmy oraz sposobu jej finansowania. Jednocześnie określa gwarancje państwa na pełną realizację programu (ramówki programowej), w trakcie gwarancyjnego okresu pięciu lat, w oparciu o zapisy kierunków rozwoju strategicznego przedsiębiorstwa (grupy audiowizualnej France Télévisions).

1.5.1.3. Struktura i sposób działania – grupa medialna France Télévisions

Ciałem nadzorczym France Télévisions jest Rada Dyrektorów (Rada Nadzorcza) spółki, która obejmuje, oprócz prezesa, czternastu członków, wybieranych na pięć lat: dwóch parlamentarzystów wyznaczonych przez komisję ds. kultury Parlamentu i Senatu; pięciu przedstawicieli państwa, pięć niezależnych osób mianowanych przez KRRiTV (*Conseil supérieur de l'audiovisuel*), jednego reprezentanta stowarzyszenia konsumenckiego i dwóch przedstawicieli społecznych.

Na czele spółki France Télévisions stoi prezes telewizji. Podlegają mu poszczególni dyrektorzy stacji telewizyjnych. Prezydent Nicolas Sarkozy, w ramach reformy w roku 2009, wprowadził zmianę trybu obsadzania stanowiska prezesa France Télévisions, który miał być odtąd mianowany przez rząd, po zawiadomieniu o tym Najwyższej Rady Mediów Audiowizualnych (CSA) i pod warunkiem, że większość nie zablokuje tej kandydatury.

France Télévisions jako grupa medialna zajmuje pierwsze miejsce we Francji, a tworzą ją poszczególne kanały: France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô oraz 24 anteny regionalne w ramach France 3¹²⁹. Oto ich krótka charakterystyka:

a) France 2

Antena o charakterze ogólnym, nowoczesna i dynamiczna, bardzo chętnie oglądana i popularna wśród Francuzów. Jej program stanowi mozaikę różnorodnych audycji i obejmuje bardzo szeroki wachlarz: od sportu, informacji, debat TV po magazyny, reportaże i filmy. Zapewnia dostęp do wszystkich gatunków telewizyjnych i odgrywa wiodącą rolę we wspieraniu i tworzeniu francuskiej kultury.

¹²⁹ Oficjalna strona France Télévisions, źródło: <https://www.francetelevisions.fr/groupe/qui-sommes-nous/missions-131> (dostęp 19.12.2019).

b) France 3

Kanał narodowy o charakterze regionalnym i lokalnym, nastawiony na informacje z sąsiedztwa, regionu, miasta. Stara się być blisko spraw widzów, opiera się na czterech filarach: regionalnych korzeniach, historii, dziedzictwie i kulturze masowej. Sporo uwagi poświęca kulturze: emituje seriale TV skierowane do widowni rodzimej; adaptacje dzieł literackich, emisje o sztuce, programy muzyczne i teatralne – często transmitowane na żywo.

c) France 4

Kanał skierowany do młodej widowni TV: od dzieci do młodzieży.

d) France 5

Kanał edukacyjny, który powstał 13 grudnia 1994 roku pod nazwą *La Cinquième France*. Dominują w nim programy poradnikowe, dokumenty, magazyny dotyczące: nauki i edukacji, historii, stylu życia, programy ekonomiczne i społeczne. Celem jest poznawanie współczesnego świata i jego zjawisk oraz promocja edukacji i stymulowanie myślenia.

e) France Ô

Kanał przeznaczony dla mieszkańców zamorskich kolonii francuskich. Akcentuje bogactwo tych terenów, zrodzone ze skrzyżowania się kultur.

Tabela 2. Udział France Télévisions w stacjach i kanałach telewizyjnych¹³⁰

Mezzo: kanał tematyczny – muzyka klasyczna, taniec, jazz	60% Lagardère Active 40% France Télévisions
TV5 Monde francuskojęzyczny kanał międzynarodowy	49% France Télévisions 12,64% France Médias Monde + 6 autres actionnaires
ARTE HD europejska stacja niemiecko-francuska	45% France Télévisions 25% État français 15% Radio France 15% INA
Euronews kanał paneuropejski, międzynarodowy	53% Media Globe Networks 10,73% France Télévisions + 23 autres actionnaires
Planete plus HD kanał tematyczny	66% Groupe Canal+ 34% France Télévisions

Źródło: opracowanie własne.

¹³⁰ Oficjalna strona France Télévisions, źródło: <http://www.francetelevisions.fr> (dostęp 09.07.2017).

Uzupełniający opis do tabeli:

Mezzo jest to płatny francuski kanał muzyczny założony w marcu 1998 roku, a specjalizujący się w emisjach dotyczących muzyki klasycznej i jazzu.

TV5 Monde działa od 1984 roku, ma swoją siedzibę w Paryżu. To francuskojęzyczna telewizja obecna na wszystkich kontynentach, której celem jest promocja kultury i języka francuskiego. To wspólne przedsięwzięcie Francji, francuskojęzycznej Szwajcarii, Belgii i Kanady (prowincja Quebec).

Euronews to stacja o charakterze informacyjnym, która nadaje w kilkunastu językach (13) i posiada redakcje w 25 państwach. Działa od 1993 roku i ma swoją siedzibę w Lyonie.

Planette to francuski płatny kanał tematyczny, działa od września 1988 roku i jest poświęcony filmom dokumentalnym i reportażom.

We Francji oferowane kanały telewizyjne łączą różne systemy odbioru: kablowe, satelitarne, ADSL, naziemną telewizję cyfrową¹³¹. Katalizatorem przemian było powstanie francuskiej platformy cyfrowej TNT, oddanej do użytku 31 marca 2005 roku¹³². Ostatnie francuskie regiony przełączyły się na nadawanie cyfrowe 29 listopada 2011 roku.

1.5.2. System telewizji publicznej w Niemczech

System nadawania w Niemczech opiera się na dwóch filarach: nadawania publicznego i prywatnego. Do połowy lat 80. XX wieku funkcjonowały w Niemczech wyłącznie media publiczne. W okresie powojennym najważniejszym medium było radio. Zaraz po zakończeniu drugiej wojny światowej alianci przejęli kontrolę nad niemieckimi mediami, kładąc podwaliny pod strukturę regionalną i publiczną pierwszych organizacji nadawczych¹³³. Wynikało to, przede wszystkim, z doświadczeń wojennych oraz wprowadzonych zasad w powojennej okupacji Niemiec. Z uwagi na silną propagandową rolę mediów w okresie funkcjonowania hitlerowskich Niemiec, alianci uznali wtedy, że zastosowanie w powojennych Niemczech modelu znanego z brytyjskiego radia BBC będzie najlepszą gwarancją, służącą demokratyzacji niemieckich mediów publicznych¹³⁴. Od 1950 roku nadzór nad nimi przejęły kraje związkowe: sześć zachodniemieckich

¹³¹ J. Farchy, M. Gansemer, *Chaînes publiques de télévision en France et innovation numérique*, „Les Enjeux de l'information et de la communication” 2013/2, Heritiana Ranaivonson, Paryż 2013, s. 161–184.

¹³² Oficjalna strona Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), źródło: <https://www.csa.fr/Informer/PAF-le-paysage-audiovisuel-francais/Les-chaines-de-la-TNT> (dostęp 04.09.2020).

¹³³ Źródło: <https://www.ndr.de/geschichte/Bewegte-Bilder-Die-Geschichte-des-Fernsehens,fernsehen240.html> (dostęp 10.12.2019).

¹³⁴ K. Janoś, *System medialny Niemiec – próba zarysu*, w: *O mediach i polityce w Niemczech*,

nadawców radiowo-telewizyjnych zawarło w Bremie porozumienie w sprawie utworzenia Związku Niemieckich Nadawców Publiczno-Prawnych¹³⁵.

1.5.2.1. Ogólne regulacje prawne i założenia dotyczące niezależności politycznej i ekonomicznej telewizji w Niemczech

ZDF i ARD: niemiecka telewizja publiczna jest podzielona na dwie części składowe:

- ARD – *Arbeitsgruppe der öffentlich – rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* – Związek Niemieckich Nadawców Publiczno-Prawnych (pierwszy program telewizji publicznej);
- ZDF – *Zweites Deutsches Fernsehen* (drugi ogólnoniemiecki program telewizji publicznej). Zgodnie z ustawodawstwem niemieckim, ZDF i ARD (dla którego wzorem była brytyjska BBC) są instytucjami publicznymi, mającymi osobowość prawną, których celem jest służenie społeczeństwu poprzez informację, edukację i rozrywkę.

W ramach systemu niemieckich mediów publicznych funkcjonuje także Deutsche Welle (DW), czyli państwowy nadawca radiowo-telewizyjny poświęcony zagranicy, który funkcjonuje w ramach ARD. DW nadaje swe audycje w trzydziestu językach, a jej oferta programowa obejmuje: telewizję (DW-TV), radio i Internet (dw.de). Deutsche Welle propaguje także rozwój mediów edukacyjnych, w ramach Akademii DW (dostępnej za darmo, podobnie, jak i jej zasoby w Internecie).

Ważnym zadaniem publicznych stacji radiowych i telewizyjnych jest zachowanie niezależności politycznej i ekonomicznej¹³⁶. Niezależność ta zagwarantowana jest przez zapisaną zasadę solidarnego finansowania radiofonii i telewizji publicznej¹³⁷. Gwarantuje ona wszystkim obywatelom, uwzględniając ich możliwości finansowe, bezpłatny i nieszyfrowany dostęp do ofert programowych ARD, ZDF i Deutschland Radio¹³⁸.

Zarówno pod względem zasobów finansowych, struktury organizacyjnej, jak i oferty programowej, niemieccy nadawcy publiczni należą do

2013, źródło: <https://carlswelt.wordpress.com/2013/03/27/system-medialny-niemiec-proba-zarysu/> (dostęp 12.01.2020).

¹³⁵ Portal Fakty o Niemczech, źródło: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/pl/node/242> (dostęp 12.08.2020).

¹³⁶ K. Konarska, *Systemy medialne Polski i Niemiec, w: Interakcje. Leksykon komunikowania polsko-niemieckiego*, źródło: <http://www.polska-niemcy-interakcje.pl/articles/show/10> (dostęp 12.10.2018).

¹³⁷ Ibidem.

¹³⁸ Oficjalna strona telewizji ARD: „Mandat nadawania publicznego wynika z art. 5 ust. 1 pkt. 2 ustawy zasadniczej i jest określony w ustawach o radiofonii i telewizji oraz w umowie o radiofonii i telewizji międzystanowej”, źródło: https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html (dostęp 17.12.2009).

największych przedsiębiorstw medialnych na świecie. Pomimo występujących fragmentaryzacji niemieckiego rynku, ARD zajmuje w tym segmencie trzecią pozycję (na drugim miejscu plasuje się prywatna stacja RTL), a ZDF od lat jest najpopularniejszym kanałem telewizyjnym Niemiec.

Powinności i zadania mediów publicznych w Niemczech są ściśle określone. Nadawcy publiczni w Niemczech są ustawowo zobowiązani do wypełniania zadań programowych i realizacji misji publicznej. Publiczne radio i telewizja nadają programy „służące informowaniu, kształceniu oraz rozrywce”. Media publiczne zobowiązane są do obiektywizmu i ponadpartyjności przekazów oraz do uwzględniania zróżnicowania opinii i wyważania poglądów w ofercie i programach¹³⁹.

W Niemczech to instytucje federalne zajmują się regulacją obszarów związanych z mediami. W 2005 roku Urząd Regulacji Telekomunikacji i Poczty został przekształcony w Federalną Agencję ds. Sieci (*Grundgesetzagentur*). To agencja, która odpowiada m.in. za ustalanie procedur dot. podziału częstotliwości na cele naziemnej telewizji cyfrowej¹⁴⁰.

Niemiecka Ustawa Zasadnicza z 1949 roku określa podstawowe prawa w dziedzinie wolności prasy oraz wolności przekazu (*Grundgesetz*, Art. 5), które mogą być ograniczone przepisami ustaw powszechnych, ustawowymi postanowieniami o ochronie młodzieży i prawem do ochrony osobistej¹⁴¹. Działalność prasowa nie jest objęta federalną ustawą prasową, natomiast takie ramy prawne mogą przyjmować poszczególne kraje związkowe (*Landespressegesetz*), w których mocy pozostaje również prawo uchwalania ustaw radiowo-telewizyjnych (*Landesrundfunkgesetz*), regulujących działalność nadawców publicznych i ustaw medialnych (*Landesmediengesetz*), wprowadzających porządek w systemie nadawców prywatnych, nad czym czuwa Urząd ds. Mediów *Landesmedienanstalt*¹⁴².

1.5.2.2. Finansowanie ZDF i ARD

Publiczna radiofonia i telewizja w Niemczech określane są mianem *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk*. Zarówno ARD, jak i ZDF są finansowane z abonamentu (*Rundfunkgebühren, Rundfunkbeitrag* – nazwa obowiązująca

¹³⁹ „Media Perspektiven Dokumentation“, Nr 1, źródło: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/dokumentation/> (dostęp 12.10.2017), Berlin 2007, s. 9.

¹⁴⁰ Strona niemieckiego ministerstwa sprawiedliwości i ochrony konsumentów, źródło: <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html> (dostęp 11.02.2020).

¹⁴¹ *Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet.* („Każdy ma prawo do swobodnego wyrażania i rozpowszechniania swoich poglądów w mowie, piśmie i obrazie oraz do informowania się bez przeszkód z ogólnie dostępnych źródeł. Gwarantuje się wolność prasy oraz wolność informowania przez radio i film”).

¹⁴² Ibidem.

dzisiaj)¹⁴³. W Niemczech abonament radiowo-telewizyjny to obowiązkowa opłata, która jest głównym źródłem finansowania publicznych nadawców. Niezależna Komisja ds. Ustalania Potrzeb Finansowych Nadawców Publicznych – w skrócie KEF, *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (polski: Komisja do określenia potrzeb finansowych nadawców) ocenia potrzeby nadawców publicznych na okres czterech lat, a następnie ustala wysokość opłat, które zatwierdzane są dodatkowo w umowie z krajami związkowymi w sprawie nadawców. KEF przedstawia propozycje szesnastu rządów i parlamentom krajów związkowych odnośnie wysokości opłaty abonamentowej. Ostatecznie to właśnie tych szesnastu rządów i parlamentów krajów związkowych decyduje o wysokości opłat abonamentowych. Komitety ZDF i państwowe urzędy kontroli kontrolują wykorzystanie środków przez ZDF.

Wpływy ARD i ZDF w 2018 roku wyniosły 8,8 mld euro, a większość tych środków pochodziła z abonamentu, jedynie kilka procent stanowiły dochody z reklam oraz sponsoringu¹⁴⁴: ZDF otrzymuje 84,4% budżetu, a ARD – 83,5% budżetu. Co to znaczy? Podział zysków jest następujący: ZDF otrzymuje 4,36 euro miesięcznie z łącznej składki w wysokości 17,50 euro, którą płaci każde gospodarstwo domowe. ARD otrzymuje miesięcznie 12,31 euro, Deutschlandradio – 0,50 euro. Natomiast niemiecka instytucja zwana *Landesmedienanstalten* (w języku polskim: Państwowe Organ ds. Mediów) otrzymuje 0,33 euro. Landesmedienanstalten są organami nadzorującymi prywatne programy radiowe i telewizyjne oraz teledemia działające w Niemczech. Zgodnie z konstytucyjną odpowiedzialnością krajów związkowych, każdy kraj związkowy powołał odrębny stanowy organ ds. mediów.

W Niemczech opłata abonamentowa regulowana jest przez ustawę o finansowaniu radiofonii i telewizji, którą znowelizowano w 2013 roku, kiedy został zreformowany system ściągania opłat. Obecnie, od 2013 roku zajmuje się tym instytucja pod nazwą Beitragservice: *Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland* (w języku polskim: Centralny Pobór Opłaty za Nadawanie Zgodnie z Prawem Publicznym w Niemczech). Wcześniej było to Centrum Poboru Opłat (GEZ), które funkcjonowało od 1976 do 2012 roku. Do 1976 roku instytucją odpowiedzialną w Niemczech za pobieranie abonamentu radiowo-telewizyjnego była poczta niemiecka (Deutsche Post)¹⁴⁵.

¹⁴³ *Polsko-niemieckie dni mediów*, źródło: <http://www.dnimedia.org/arttykul-telewizja-publiczna-w-niemczech,238.html> (dostęp 23.03.2020).

¹⁴⁴ *Business Insider Global Trends Report for 2021–2023*, źródło: <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/przychody-tvp-i-telewizji-z-innych-krajow-porownanie/dg7xbq8> (dostęp 12.08.2020).

¹⁴⁵ Źródło: <https://polen.diplo.de/pl-pl/02-themen/02-1-willkommen/06-medien/tv-radio/485816> (dostęp 12.07.2017).

Opłata pobierana jest od wszystkich gospodarstw domowych, a także od firm prywatnych i instytucji publicznych.

W 2020 roku wynosiła ona 17,50 euro miesięcznie na każde gospodarstwo domowe, niezależnie od liczby osób oraz liczby i rodzaju posiadanych odbiorników. Każdy pełnoletni najemca (lub właściciel mieszkania) jest prawnie zobowiązany do zarejestrowania się i uiszczenia opłaty. Wystarczy, że zarejestruje się jedna z osób żyjących w danym gospodarstwie domowym. Zgodnie z zapisem konstytucji – wolą prawodawcy jest, by obejmował on wszystkie urządzenia, z których można korzystać w ramach ofert nadawczych dystrybuowanych przez Internet, co poszerzyło zakres płatników¹⁴⁶.

1.5.2.3. ARD – pierwszy program telewizji niemieckiej i telewizja regionalna

ARD – *Arbeitsgruppe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* (w języku polskim: Związek Niemieckich Nadawców Publiczno-Prawnych)¹⁴⁷. ARD istnieje od 1950 roku, a program telewizyjny emituje od października 1954 roku, pierwotnie pod nazwą *Erstes Deutsches Fernsehen* (Pierwsza Telewizja Niemiecka), dziś zwany oficjalnie *Das Erste* (Pierwszy Program). Jak już wspomniano – założycielami ARD w 1950 roku było sześć rozgłośni radiowych, działających w krajach związkowych. Ustawowym zadaniem ARD jest produkcja i rozpowszechnianie programów informacyjnych, oświatowych i rozrywkowych w radiu i telewizji.

ARD nie ma swojej głównej siedziby (w odróżnieniu od ZDF), co podkreśla autonomię i równowagę poszczególnych partnerów medialnych i regionów, wpisującą się w założenia federalnej polityki państwa. Nie istnieje żaden centralny ośrodek *Das Erste* (koordynacją i zarządzaniem w imieniu ARD zajmuje się jeden z jego członków – *Bayerischer Rundfunk* – BR¹⁴⁸), zajmujący się wytwarzaniem programów dla tego kanału.

Zasady funkcjonowania ARD reguluje statut oraz specjalna radio-telewizyjna ustawa państwowa¹⁴⁹. Głównym organem ARD jest zgromadzenie doradców dyrektorów, którzy mianują przewodniczącego na roczną kadencję. Ponadto, zgromadzenie doradców wybiera dyrektora programowego. Do jego kompetencji należy wspólnie z Radą Programową

¹⁴⁶ Strona niemieckiego Ministerstwa Sprawiedliwości i Ochrony Konsumentów, źródło: <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html> (dostęp 11.02.2020).

¹⁴⁷ Strona internetowa telewizji ARD, źródło: http://www.ard.de/home/intern/organisation/mitglieder-der-ard/Mitglieder_der_ARD,323262/index.html (dostęp 09.07.2017).

¹⁴⁸ Strona internetowa telewizji br.de, źródło: <http://www.br.de/index.html> (dostęp 05.02.2020).

¹⁴⁹ Oficjalna strona internetowa telewizji ARD, regulacje prawne, źródło: <https://www.ard.de/home/Rundfunkgesetz/554696/index.html> (dostęp 12.10.2019).

koordynacja udziału kanałów regionalnych w programie ogólnokrajowym i produkcja programów.

Strukturę ARD – wspólnej sieci telewizyjnej dla nadawców w krajach związkowych, tworzy dziesięć stacji: Bayerischer Rundfunk – BR, Deutsche Welle – DW, Hessischer Rundfunk – HR, Mitteldeutscher Rundfunk – MDR (od 1991 roku), Norddeutscher Rundfunk – NDR, Radio Bremen – RB, Rundfunk Berlin-Brandenburg – RBB (od 2003 roku), Saarländischer Rundfunk – SR, Südwestrundfunk – SWR oraz Westdeutscher Rundfunk – WDR, który posiada 21,25% udziału w programie ARD i jest jego największym producentem¹⁵⁰. Placówki ARD znajdują się także w niektórych dużych ośrodkach miejskich: redakcja ARD-Aktuell w Hamburgu produkuje programy informacyjne: *Tagesschau*, *Tagesthemen* i *Nachtjournal*; Studio Stołeczne ARD – w Berlinie; ARD Play-Out-Center – w Poczdamie (zajmuje się przekazem cyfrowym). Poza tym ARD utrzymuje sieć korespondentów zagranicznych na całym świecie. Wizytówką ARD jest kanał telewizyjny o zasięgu ogólnokrajowym – Das Erste (pierwszy), znany wcześniej pod nazwą *Erstes Deutsches Fernsehen* (Pierwsza Telewizja Niemiecka). Na program Pierwszy (*Das Erste*) składają się materiały wspólne oraz materiały poszczególnych stacji członkowskich. Te pierwsze stanowią 55% całego programu i są albo wspólnie finansowane (np. zakup filmów), albo wspólnie produkowane.

Ważne podkreślenia jest, że 100% emisji stanowią programy produkowane przez udziałowców ARD lub zamawiane przez nich u producentów zewnętrznych¹⁵¹. 45% programu pierwszego stanowią materiały różnych rozgłośni regionalnych. Poszczególne stacje dostarczają je według następującego klucza: Bayerischer Rundfunk – 15,6%, Hessischer Rundfunk – 7,4%, Mitteldeutscher Rundfunk – 11,05%, Norddeutscher Rundfunk – 17,5%, Radio Bremen – 1,0%, Rundfunk Berlin Brandenburg – 6,85%, Saarländischer Rundfunk – 1,3%, Südwestrundfunk – 18,0%, Westdeutscher Rundfunk – 21,3%. Do produkcji telewizyjnych redagowanych wspólnie, na zmianę – przez ARD i ZDF, należą magazyny: poranny *Morgenmagazin* i południowy *Mittagsmagazin*.

Obok kanałów telewizyjnych oferta ARD obejmuje międzynarodowy program radiowy Deutsche Welle, ogólnokrajowe rozgłoszenie Deutschlandradio (Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur i DRadio Wissen) oraz regionalne rozgłoszenie radiowe poszczególnych nadawców krajowych (np. WDR2, 1Life, Bayern1, MRD Info, RadioFritz).

¹⁵⁰ Oficjalna strona internetowa telewizji ARD, źródło: http://www.ard.de/home/intern/organisation/mitglieder-der-ard/Mitglieder_der_ARD/323262/index.html (dostęp 09.07.2017).

¹⁵¹ Ibidem.

ARD to także cztery ogólnoniemieckie kanały telewizyjne, nadające cyfrowo: Das Erste, Tageschau24. ARD digital i One.

ARD stara się na swej antenie odzwierciedlać różnorodność życia społecznego i promować spójność społeczeństwa, a także integrację w Niemczech i Europie. Działalność misyjna ARD stanowi istotny wkład w dyskurs polityczny, społeczny i kulturowy.

W 2012 roku ARD posiadało 12,3% udziału w rynku¹⁵². Stacja zatrudnia na stałe 23 tysiące pracowników i w segmencie mediów niemieckich zajmuje trzecią pozycję. W 2019 roku roczny budżet wszystkich wchodzących w skład ARD dziewięciu stacji wynosił około 8,01 mld euro¹⁵³.

1.5.2.4. ZDF – drugi program telewizji niemieckiej (*Zweites Deutsches Fernsehen*)

ZDF – Zweites Deutsches Fernsehen (Drugi Program Telewizji Niemieckiej) to dziś największy publiczny nadawca w Europie. ZDF powstała w 1961 roku jako ARD 2. Niespełna dziesięć lat po inauguracji telewizji w Niemczech na rynku powstał drugi publiczny nadawca: Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) – drugi program niemieckiej telewizji – nazwę tę nosi od 1963 roku. Pierwszą siedzibą stacji było miasto Eschborn, wkrótce później – Wiesbaden, a od 1974 roku aż do dzisiaj – Mainz (Moguncja). Od wiosny 1974 roku emisja programu odbywa się z nowego studia w Mainz. ZDF ma charakter centralistyczny i miała – w założeniu – stanowić swobodną alternatywę programową dla pierwszego kanału telewizji niemieckiej, dlatego jej działalność oparto na odmiennej od ARD strukturze organizacyjnej i odrębnym systemie finansowania. ZDF dysponuje piętnastoma oddziałami terenowymi i posiada dwadzieścia redakcji zagranicznych¹⁵⁴.

1.5.2.5. Struktura i zarząd ZDF

Scentralizowany charakter nadawcy przejawia się m.in. w strukturze placówek, bowiem główna siedziba mieści się w Moguncji, zaś w każdym z szesnastu landów ZDF ma jedynie swoje oddziały regionalne. Odmienny od ARD jest również charakter programowy drugiego kanału, w którym dominuje publicystyka polityczna oraz informacje dotyczące głównie spraw ogólnokrajowych oraz zagranicznych. ZDF nie emituje własnych programów radiowych, ale wraz z ARD posiada udziały w ogólnoniemieckich

¹⁵² Oficjalna strona internetowa telewizji ARD, źródło: https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html (dostęp 05.02 2020).

¹⁵³ Ibidem.

¹⁵⁴ Oficjalna strona internetowa telewizji ZDF, *Podstawy prawne i regulacje*, źródło: <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/zdf-rechtsgrundlagen-und-vorschriften-100.html> (dostęp 17.12.2019).

publicznych rozgłośniach *Deutschlandradio*, na które składają się cztery programy: Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur, DRadio Wissen oraz Dokumente und Debatten (Dok&Deb). Zadania, organizacja i finansowanie ZDF regulowane są przez traktat państwowy, obejmujący szesnaście landów¹⁵⁵. Struktura rynku radiowo-telewizyjnego w Niemczech, podobnie, jak w przypadku rynku prasowego, jest zregionalizowana i związana z federalną strukturą kraju.

Rada Radiowo-Telewizyjna i Administracyjna (*Fernsehrat und Verwaltungsrat*) – to organ, który monitoruje zgodność z wytycznymi programu i zasadami określonymi w *Traktacie o radiofonii i telewizji międzynarodowej*, która zobowiązana jest do reprezentowania interesów odbiorców. Do jej najważniejszych zadań należy wybór dyrektora ZDF, który kieruje i reprezentuje ZDF na zewnątrz. Rada pełni przy dyrektorze funkcje kontrolne i doradcze, dba o wytyczne programowe. Gremium to wybierane jest raz na cztery lata i składa się z 77 członków. Są to przedstawiciele partii politycznych obecnych w Bundestagu. Miejsca w Radzie są ustalane proporcjonalnie do liczby miejsc zajmowanych przez partie polityczne w Bundestagu. Pozostali członkowie to przedstawiciele rządu federalnego, szesnastu krajów związkowych, gmin, kościołów, związków zawodowych, organizacji społecznych i dziennikarskich¹⁵⁶.

Głównym jej zadaniem jest dbanie o to, by interesy firmy prowadzone były w sposób należyty. Sprawuje funkcje kontrolne względem szefa telewizji i dyrektorów poszczególnych działów. Składa się z czternastu członków, w tym pięciu przedstawicieli krajów federalnych, jednego przedstawiciela rządu federalnego i ośmiu wybieranych spośród członków Rady Telewizyjnej. Członkowie Rady nie mogą w tym czasie przynależać do żadnego krajowego czy federalnego rządu i parlamentu. Rada Telewizji nadzoruje program, zatwierdza budżet przyjęty przez zarząd i wybiera dyrektora generalnego, który reprezentuje ZDF na zewnątrz oraz jest odpowiedzialny za działalność i program spółki telewizyjnej. Od lipca 2016 roku przewodniczącą Rady Telewizji jest Marlehn Thieme. Zarząd ZDF przyjmuje budżet i monitoruje działalność dyrektora generalnego, w szczególności w kwestiach budżetowych. Dyrektor generalny, który reprezentuje i zarządza telewizją ZDF, jest wybierany przez Radę Telewizyjną. Jest również odpowiedzialny za program i ma wpływ na wybór osoby redaktora naczelnego, wybieranego przez zarząd. W latach 2012–2022 dyrektorem (*Intendant*) ZDF był Thomas Bellut¹⁵⁷. Od marca 2022 roku nowym szefem ZDF jest Norbert Himmler.

¹⁵⁵ Ibidem.

¹⁵⁶ Ibidem.

¹⁵⁷ P. Hintereder, *Niemcy w świetle faktów i liczb*, FAZIT Communication, Frankfurt nad

1.6. Założenia metodologiczne

Niniejsza praca stanowi studium przypadku. Jakościowe badania realizowane w oparciu o wybrane studium przypadku koncentrują się na pogłębionej analizie wybranego zjawiska w taki sposób, aby lepiej i dokładniej go zrozumieć. Ich celem, oprócz wnikliwej analizy, jest pogłębienie zdobytej już na dany temat wiedzy oraz poznanie mechanizmów działania analizowanych zagadnień czy zjawiska. Dlatego przeprowadzając badanie koncentrujemy się na poznaniu celów, założeń, motywów i sposobu działania. W jednym z ujęć definicyjnych zwrócono uwagę, że studium przypadku można wykorzystać do opisu przedsiębiorstwa, jego sukcesu czy porażki¹⁵⁸. I z tego względu zdecydowano się na wybór takiego podejścia metodologicznego.

Cechami badania jakościowego jest m.in. udział badacza jako głównego pomysłodawcy w pozyskaniu i analizie danych. Na ogół rekomenduje się użycie metody studium przypadku w celu uzyskania odpowiedzi na pytania dotyczące tego: „jak” i „dlaczego” dane zjawisko występuje¹⁵⁹. Dlatego badanie naukowe skupia się w tym przypadku w większym stopniu na dogłębnym zrozumieniu specyfiki zjawiska niż na analizie różnych zmiennych. Źródłem danych mogą być wywiady, dokumenty oficjalne przedsiębiorstwa, artykuły prasowe, wyniki badań ankietowych, bazy danych prowadzone przez różne instytucje. Można wykorzystać do tego celu także inne narzędzia badawcze, takie jak: obserwacje bezpośrednie, a także obserwacje uczestniczące. Poprawnie przeprowadzone badanie metodą studium przypadku może prowadzić do interesujących poznawczo wniosków. W niniejszej pracy wnioski zostały sformułowane, a dotyczą warunków, które muszą być spełnione, aby podobny do ARTE projekt mógł zostać zaadaptowany i wprowadzony do realizacji w przyszłości w innej części Europy.

Jest to jakościowe badanie, które może dotyczyć założeń wypracowanych w obrębie wielu dyscyplin naukowych. Według jednej z wielu definicji dotyczącej studium przypadku, zwraca się uwagę na to, że użycie tej metody powinno wynikać z charakteru pytań badawczych¹⁶⁰. Zarówno problem, jak i metoda jego rozwiązania mogą mieć bardziej naukowy lub praktyczny/stosowany charakter. Należy jednak zaznaczyć, że nauki

Menem 2019, źródło: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/pl/niemcy-w-swietle-faktow-i-liczb> (dostęp 26.12.2019).

¹⁵⁸ P. Wójcik, *Znaczenie studium przypadku jako metody badawczej w naukach o zarządzaniu*, „E-mentor” nr 1/2013, źródło: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/48/id/983> (dostęp 12.05.2021).

¹⁵⁹ H. Kruk, *Wybrane metody rozwiązywania problemów naukowych*, w: *Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych*, red. M. Sławińska, H. Witczak, PWE, Warszawa 2008.

¹⁶⁰ *Encyklopedia Zarządzania: Case study* (wersja internetowa), źródło: https://mfiles.pl/pl/index.php/Case_study (dostęp 11.05.2021).

społeczne dość mocno osadzone są na stronie praktycznej, dlatego metoda łącząca założenia teoretyczne z praktyką wydaje się odpowiednia do przeprowadzenia analizy przedsiębiorstwa medialnego, jakim jest wybrana do badań stacja telewizyjna. Założenia teoretyczno-strategiczne, związane z realizacją przyjętej przez nią misji, łączą się ze sferą gospodarczą, bowiem wybrana stacja telewizyjna jest także przedsiębiorstwem, operującym określonym budżetem, zatrudniającym personel, wytwarzającym różne formy i gatunki produkcji audiowizualnych.

Przedstawione studium przypadku ARTE zawiera szczegółową analizę celów programowych tej stacji telewizyjnej – sposobów zarządzania produkcją i emisją programów oraz założeń strategicznych, polityki finansowej i motywów działania, dokonane na podstawie wnikliwej analizy struktury organizacji i systemu prawnego ARTE.

To także czyni z ARTE odosobniony przypadek i dlatego w tym względzie w pełni potwierdza się zasadność zastosowania metody studium przypadku, bowiem sięgamy po nią najczęściej wtedy, gdy mamy do czynienia z przypadkiem skrajnym, odstającym od innych znanych ogólnie, oraz jeśli analizowane zjawisko cechuje nietypowość i odmienność – kiedy można o nim powiedzieć, że stanowi wyjątek, odstępstwo od reguły. I to jest jednym z podstawowych kryteriów wyboru studium przypadku jako metody badawczej¹⁶¹.

ARTE jest projektem medialnym o charakterze wyjątkowym, ponieważ w dalszym ciągu stanowi odosobniony przykład na audiowizualnej mapie Europy. Podkreśliła ten aspekt w kwietniu 2019 roku podczas debaty senackiej na temat ARTE Véronique Cayla – ówczesna dyrektor ARTE France: „ARTE to kreacja polityczna, bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, która ją przekracza: Europę”¹⁶².

W podobny sposób postrzegają tę stację niektórzy badacze mediów, jak np. Nahima Vianna, autorka pracy *Kultura i telewizja w Europie: przypadek ARTE*¹⁶³. A w kontekście wzajemnych relacji interkulturowych przypadek ARTE analizowali także inni badacze, jak wspomniany powyżej Christoph Barmeyer i Edward Davoine¹⁶⁴.

¹⁶¹ E. Barbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2005, s. 320.

¹⁶² Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, aneks pracy, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000 (dostęp 12.07.2019).

¹⁶³ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Communication et organisation” 2012, <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).

¹⁶⁴ C. Barmeyer, E. D'avoine, *Le développement collectif de compétence interculturelle dans le contexte d'une organisation binationale: le cas ARTE*, „Gérer et Comprendre”, Nr 107, Passawa 2012, s. 64.

Geneza ARTE osadzona jest w uwarunkowaniach historyczno-politycznych. Projektem tego medium publicznego posłużono się do zbudowania porozumienia francusko-niemieckiego oraz wsparcia procesu integracji europejskiej. ARTE to francusko-niemiecki kanał telewizji publicznej o przesłaniu europejskim i wspólnej misji kulturalnej. To jedyna taka telewizja publiczna w świecie (jak dotąd bez naśladowców). To rodzaj audiowizualnego medium, bowiem jej fenomenowi nie można zawrzeć dzisiaj tylko w słowie „telewizja”. Jest to jednocześnie eksperyment medialny. ARTE to europejska telewizja publiczna, powstała z woli politycznej przywódców dwóch narodów, protoplastów „europejskiej telewizji kultury” – prezydenta Francji François Mitterranda i kanclerza Niemiec Helmuta Kohla, którym przyświecała idea wykorzystania mediów w procesie budowania pojednania francusko-niemieckiego o wymiarze europejskim. W ocenie autora pracy próba ta zakończyła się sukcesem, a przykład ARTE może posłużyć w przyszłości innym podmiotom jako inspiracja i przykład do naśladowania.

Założenia strategii w obrębie ARTE są stabilne i nie zmieniły się od samego początku jej istnienia, to znaczy w ciągu ponadtrzydziestoletniej działalności stacji telewizyjnej. Ich podwaliny stanowią zapisy dwóch traktatów założycielskich: z października 1990 roku i kwietnia 1991 roku, które określają, że: „celem europejskiej telewizji kultury jest umacnianie zrozumienia i zbliżenia między narodami Europy¹⁶⁵ (i) pragnienie zaoferowania kanału telewizyjnego (...), będącego instrumentem prezentacji dziedzictwa kulturowego i życia artystycznego państw, regionów”. A odnosząc się do realizowanej misji, zapis umowy założycielskiej określa, że „otrzymują następującą misję: emisję lub zlecenie emisji (...) programów i treści (...) o szerokim pojęciu kulturalnym i międzynarodowym, nadających się do wspierania zrozumienia się narodów w Europie i ich zbliżenia się do siebie”¹⁶⁶.

W pracy, stosując metodę analizy zawartości oferty programowej, podjęto próbę szerszego spojrzenia na to, co stanowi główne tworzywo stacji telewizyjnej i podstawę jej działalności, to znaczy – na produkcję audiowizualną oraz emisję w obrębie ramówki programowej. Podkreślić należy, że nie jest to studium porównawcze, ponieważ ARTE –francusko-niemiecki przykład współpracy medialnej to bardzo specyficzny i trudny do porównania z innymi model działania. W języku polskim nie ma zbyt wielu publikacji na temat ARTE i temat ten – jak dotąd – nie był szeroko podejmowany w literaturze przedmiotu. Ponadto, kwestie związane z mediami francuskimi, które są pod wieloma względami modelowe w polskiej literaturze medioznawczej, podejmowane były dość rzadko, tylko niewielu ekspertów medialnych zajmuje się nimi. Wyjątek stanowią publikacje

¹⁶⁵ Oficjalna strona ARTE, *Narodziny ARTE*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.10.2018).

¹⁶⁶ Traktat założycielski ARTE, źródło: <https://www.france-allemande.fr/Traite-sur-la-chaine-Culturelle.html> (dostęp 12.10.2019).

Katarzyny Gajlewicz-Korab¹⁶⁷, a także rozważania Teresy Sławińskiej na temat prasy regionalnej¹⁶⁸. Korzystniej przedstawia się sytuacja, jeśli chodzi o media niemieckie. Były one przedmiotem badań prowadzonych przez wielu autorów, takich jak m.in.: Agnieszka Szymańska z Uniwersytetu Jagiellońskiego¹⁶⁹, Beata Ociepka z Centrum Badań nad Dyplomacją Uniwersytetu Wrocławskiego¹⁷⁰ czy Katarzyna Konarska z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego¹⁷¹ oraz Zbigniew Oniszcuk¹⁷² i Stanisław Michalczyk.

1.7. Metody i techniki badawcze wykorzystane w pracy

Badania miały charakter eksploracyjny i opisowy. Wykorzystano zarówno dane zastane, jak i wywołane. Prócz założenia, że główną metodą jest analiza ARTE jako „studium przypadku”, był wywiad pogłębiony. Cennym źródłem danych były wypowiedzi zebrane w trakcie badań w formie zarejestrowanych wywiadów. Dopełniła je dogłębna analiza zastanych wywiadów medialnych, istniejących w formie rozmaitych publikacji i nagrań, co

¹⁶⁷ K. Gajlewicz-Korab, *Wpływ preferencji czytelników na rozwój francuskiego rynku współczesnej prasy Codzienniej*, „Studia Medioznawcze” nr 2016; K. Gajlewicz-Korab, *Prasa francuska drukowana. Narodziny, rozwój, era cyfrowa*, Oficyna Wydawnicza ASPRA, Warszawa 2019; K. Gajlewicz, *Prezydentura Sarkozy’ego, czyli rapture we francuskich środkach przekazu*, „Studia Medioznawcze”, nr 4(39), Warszawa 2009.

¹⁶⁸ T. Sławińska, *Prasa regionalna na nowe czasy? Historia sukcesu francuskiego przedsiębiorstwa medialnego Ouest France*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011. Także tej samej autorki *Mariaż druku i cyfryzacji na przykładzie francuskiego dziennika Ouest France*, IDMiKS UJ, Kraków 2016.

¹⁶⁹ A. Szymańska, *Dyplomacja mediów – wizerunek problematyki wypędzonych na przykładzie wybranych publikacji prasowych ostatniej dekady*; A. Szymańska, *Dziennikarstwo w epoce nowych mediów – przykład Niemiec*, „Zeszyty Prasoznawcze UJ”, Tom 60/1, Warszawa 2017; A. Szymańska, *Europa Dziennikarzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2017; A. Szymańska, *Wizerunek Polski w Spieglu w latach 1990-1999*, „Zeszyty Prasoznawcze UJ”, Kraków 2000; A. Szymańska, *Medialne fiasko zjednoczenia? Media opiniotwórcze w sytuacji przełomu politycznego na przykładzie niemieckiego zjednoczenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018.

¹⁷⁰ B. Ociepka, M. Ratajczak, *Media i komunikowanie polityczne. Niemcy, Austria, Szwajcaria*, Wrocław 2000; B. Ociepka, *System medialny Niemiec*, w: *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. J. W. Adamowski, Warszawa 2008; B. Ociepka, *Cultural diplomacy as an external voice of cultural policy. The case of Poland*, w: *International Journal of Cultural Policy*, Warszawa 2021.

¹⁷¹ K. Konarska, *Systemy medialne Polski i Niemiec*, w: *Leksykon komunikowania polsko-niemieckiego*, red. A. Gall, J. Grębowiec, J. Kalicińska, Wrocław 2015; K. Konarska, *Rynki medialne wybranych państw Europy Zachodniej: regulacja, struktura, przemiany*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.

¹⁷² Z. Oniszcuk, *Niemiecy wydawcy prasowi wobec wyzwania cyfryzacji*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 59/2, Kraków 2016, s. 441–451; Z. Oniszcuk, *Teoretyczne i praktyczne aspekty mediatyzacji polityki w Niemczech*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 57/2, Kraków 2014, s. 176–189.

także okazało się cennym źródłem rzetelnych informacji na temat strategii i działalności ARTE.

Reasumując – w dysertacji wykorzystano następujące rodzaje wywiadów pogłębionych (jako źródła wywołane), to znaczy wywiady udzielone autorowi pracy w siedzibie ARTE w Strasburgu w czerwcu i lipcu 2019 roku przez osoby pełniące funkcje kierownicze w ARTE – Emmanuela Suarda i Bernda Müllera. Emmanuel Suard to dyrektor zarządzający i członek komitetu zarządzającego ARTE. Bernd Mütter to dyrektor programowy, przewodniczący Konferencji Programów. Obecnie od 2018 roku, funkcję prezesa ARTE GEIE pełni Bruno Patino, który także jest dyrektorem ARTE France. Wywiady bezpośrednie, *face to face* przeprowadzane zostały za zgodą rozmówców i na tych samych zasadach zostały nagrane, a następnie spisane, przetłumaczone i przedstawione w pracy. Przeprowadzono je w języku sugerowanym przez rozmówców (po francusku i niemiecku).

Początkowo zakładano, że wywiady zostaną przeprowadzone z szeregowymi pracownikami stacji – redaktorami i dziennikarzami ARTE, jednakże udało się dotrzeć do osób z zespołu zarządzającego stacją. Autor pracy jest czynnym uczestnikiem europejskiego życia medialnego, w swej działalności zawodowej zajmował się kontaktami między TVP a ARTE, co dodatkowo pozwoliło w sposób pogłębiony poznać mechanizmy zarządzania, programowania oraz przeanalizować proces decyzyjny w obrębie ARTE.

Wywiady pogłębione zostały uzupełnione o cały wachlarz innych narzędzi badawczych wykorzystanych do realizacji celu, m.in. materiały źródłowe. Badania koncentrowały się na opisie działań i praktyk ARTE w przestrzeni medialnej, w obrębie której funkcjonuje ta stacja telewizyjna w środowisku medialnym Niemiec, Francji i Europy, którego częścią są zarówno France Télévisions – francuska publiczna grupa medialna będąca własnością francuskiego skarbu państwa, jak i niemieckie telewizje publiczne: Zweites Deutsches Fernsehen – drugi program niemieckiej telewizji publicznej, i Das Erste – pierwszy program niemieckiej telewizji publicznej, będący wspólnym przedsięwzięciem dziesięciu publicznych nadawców zrzeszonych w ARD. Dodatkowo analizie poddano także wszystkie partnerskie telewizje ARTE, to znaczy kilka współpracujących z nią europejskich stacji telewizyjnych, jak: RTBF (Belgia), SRG SSR Idée Suisse (Szwajcaria), TVE (Hiszpania), ORF (Austria), YLE (Finlandia), NPS (Holandia), BBC (Wielka Brytania), SVT (Szwecja).

Wywiady jako źródła zastane – publikowane w prasie, radiu, telewizji, Internecie oraz opracowaniach książkowych, a także wywiady dostępne na stronach instytucji publicznych, np. Komisji Kultury Parlamentu Francji na temat obecnego stanu i przyszłości ARTE, także zostały wykorzystane do analizy tematu pracy.

Badania zostały zrealizowane dwuetapowo: w pierwszej fazie przygotowano schemat analityczny studium przypadku, do którego zastosowano

poniższe metody i techniki badawcze. Wymienić należy tu najpierw źródła zastane, poczynając od najważniejszych:

- analiza dokumentów źródłowych;
- analiza stanu literatury przedmiotu, głównie w językach obcych (francuski, niemiecki, angielski, a także polski);
- dane oficjalne stanowiące dostępne informacje na temat strategii i polityki programowej ARTE – zakwalifikowane jako informacje korporacyjne, np.: *Contrat d'objectifs et de moyens* w skrócie COM (w języku polskim: Umowa o środkach i celach), stanowiące w systemie przedsiębiorstw francuskich podstawę przyznawania budżetu i zasady funkcjonowania firmy w sferze publicznej; ramówki programowe z różnych okresów działalności ARTE; rocznicowe raporty na temat działalności stacji i inne;
- umowy międzypaństwowe i akty prawne dotyczące ARTE (takie jak traktaty założycielskie z dokonanymi modyfikacjami; dokumenty dotyczące strategii, finansów i polityki programowej);
- informacje ogólnodostępne.

1.8. Zakres badań

Analiza głównych ram działalności stacji dotyczyła lat 1991–2021, obejmowała także rzeczywistość medialną obu państw, w obrębie których funkcjonuje ARTE, to znaczy Francji i Niemiec. Opisano specyfikę medialną i sposób finansowania mediów publicznych w tych krajach oraz ukazano, z czego wynika tradycja demokratycznych publicznych mediów w Europie, z naciskiem na Francję i Niemcy. Wzięto także pod uwagę prawno-strukturalne oraz medialne otoczenie europejskie, co w przypadku stacji, która samą siebie określa jako europejską telewizję kultury, posiada zasadnicze znaczenie.

Powyższy zespół założeń metodologicznych, przyjęte hipotezy badawcze oraz wykorzystane narzędzia do badań pozwoliły autorowi pracy na przeprowadzenie analizy założonego tematu dysertacji.

1.9. ARTE na tle telewizji ponadnarodowych – wybrane przykłady

„Wciąż jesteśmy dalecy od zasięgu dużych międzynarodowych sieci, bo nie jesteśmy w tej samej niszy. Nasz projekt koncentruje się na obecności ARTE we wszystkich mediach. Nasza linia redakcyjna pozostaje taka sama od początku: kultura, kreacja, różnorodność, Europa. Nie jesteśmy kanałem informacyjnym, o ciągłym nadawaniu, takim jak Euronews, France 24 lub Deutsche Welle. A w odróżnieniu od France 5 (z którą współpra-

cujemy) – istotą oraz sednem naszej misji i działalności są – kreacja i tworzenie programów” – stwierdził Jérôme Clément, założyciel i wieloletni prezes ARTE GEIE¹⁷³.

Adam Krzemiński twierdzi, że ARTE to forum europejskiej wymiany duchowej, gdzie europejska demokracja rozgrywa się w dużej mierze w ramach państwa narodowego, a nie w wymiarze kontynentalnym: „Nadal nie do pomyslenia jest europejska telewizja, która – nie tylko z okazji konkursu Eurowizji – miałaby zasięg od Lizbony po Helsinki, Kijów i Ankarę. Dotychczas powiodły się tylko lokalne próby na pograniczu dwóch lub najwyżej trzech języków. Wzór stanowi niemiecko-francuski kanał kulturalny ARTE, który wprawdzie nie ma wielu widzów, ale uchodzi za jedną z najbardziej zaawansowanych intelektualnie i ambitnych telewizji w Europie”¹⁷⁴.

Ta opinia wyraża pogląd wielu odbiorców, że ARTE spełniła swoją rolę w zakresie budowania porozumienia europejskiego w kontekście kształtowania europejskiej sfery wokół spraw bliskich Europejczykom. Inne media nie próbowały dokonać tego procesu bądź po prostu pomijały go w swej działalności.

Klaus Wenger, wieloletni dyrektor programowy ARTE Deutschland podkreśla, że „W poszukiwaniu centralnej grupy mediów ogólnoeuropejskich, ARTE mogłaby służyć za bazę do eksperymentów z mediami ponadnarodowymi”¹⁷⁵. Wenger zwraca uwagę na podstawę prawną funkcjonowania stacji. Uważa, że kwintesencja tematyki europejskiej w ramówce programu ARTE to europejski program informacyjny: „Zacznijmy od szczególnie trudnego obszaru informacji. Każdego dnia informacje ARTE-Info muszą uwzględniać różnorodne komunikaty i poglądy” – podkreśla autor.

To co ARTE opisała słowami dewizy *regars croisés* (w jęz. polskim „skrzyżowanie spojrzeń”), głęboko oddaje całą „filozofię” budowania programu w obrębie tygodniowej ramówki. Z wielką pieczołowitością dba się w nim nie tylko o pluralizm i zachowanie bezstronności, ale także o taki dobór treści związanych z szeroko rozumianą „kulturą”, która każdemu odbiorcy da pełne wyobrażenie o Europie, o świecie, o multikulturowym bogactwie naszego kontynentu.

To podejście oznacza, że bardzo często na antenie ARTE każdy problem, zjawisko, są rozpatrywane w kontekście „skrzyżowania spojrzeń”, (tłum. fr. *regards croisés*), co znaczy, że są ukazywane z kilku lub co

¹⁷³ J. Clément, *La création est au cœur de la mission d'ARTE*, „Euractiv” 2007, źródło: <https://www.euractiv.fr/section/langues-culture/interview/jerome-clement-la-creation-est-au-c-ur-de-la-mission-d-arte-fr/> (dostęp 09.07.2017).

¹⁷⁴ *Europa w mediach, media w Europie*, w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, op. cit. (dostęp 09.07.2017).

¹⁷⁵ *Ibidem*.

najmniej z dwóch punktów widzenia. W dodatku na taki sposób przekazu nakłada się francusko-niemiecki dualizm, który powoduje, że wiele spraw widzianych jest w sposób odmienny już na poziomie interpretacji i podejścia „francuskiego” i „niemieckiego”.

Według Wengera w taki właśnie sposób tworzy się podstawy dialogu międzykulturowego, a w procesie tym może najważniejsze są programy artystyczne, operujące wysublimowanym obrazem i dźwiękiem (w przypadku ARTE ma to ogromne znaczenie). Właśnie w oparciu o takie programy budowany jest *image* / „wizerunek anteny”, gdzie każdy znajdzie treści artystyczne, intelektualne i poznawcze, związane z rozmaitym spojrzeniem na muzykę, taniec, teatr, film fabularny, dokument i reportaż. Należy przypomnieć, że specyfiką ARTE jest proporcjonalny podział ramówki programowej, w której ponad 55% stanowią reportaże i dokumenty. To poprzez tę formę widz ma okazję poznawać regiony, kraje, naturę, zagłębia się w problematykę popularnonaukową, społeczną i przejmuje wielobarwne spojrzenie na wiele aktualnych problemów.

Kiedy powstawała telewizja ARTE, w Europie nie istniały jeszcze tzw. kulturalne kanały tematyczne (w rodzaju Telewizja Kultura TVP). Istniała już jednak angielska telewizja Channel 4, na której wzorowali się założyciele ARTE w pierwszej fazie myślenia o francuskim kanale, a brytyjska stacja inspirowała ich jako swoisty model. Na rynku medialnym obecne były wówczas dwie telewizje ponadnarodowe: francuskojęzyczna telewizja – TV5 Monde i niemieckojęzyczny – 3sat.

Różnice między ARTE a TV5 są wyraźne, podobnie jak w przypadku niemieckojęzycznej 3Sat. TV5 współtworzona jest przez frankofońskie kraje w obrębie jednego języka – języka francuskiego, podobnie jak 3sat – w obrębie języka niemieckiego, ale nie ma tam „równoległej emisji” w dwóch językach. Nie określa się też żadnych parytetów we współpracy między partnerami zgranicznymi, a w strukturze organizacji brak jest wspólnych ogniw zarządzania, jak to ma miejsce w przypadku ARTE. Obie te stacje telewizyjne emitują program złożony z kilku odrębnych części: nie ma tam miejsca dla ścisłej dwustronnej współpracy przy tworzeniu jednego organizmu medialnego, jak to jest realizowane w ARTE. Ani TV5, ani 3Sat nie mają ambicji, by stać się medium o charakterze europejskim, natomiast ARTE była i jest w swym założeniu telewizją, która łączy dwie kultury i wspiera działania integracyjne w Europie¹⁷⁶.

Niemieckojęzyczny kanał satelitalny, stacja telewizyjna 3sat rozpoczęła nadawanie programów 1 grudnia 1984 roku. Cztery kanały telewizji publicznej z obszaru niemieckojęzycznego: ZDF, ORF, SRF i ARD wspólnie opracowują program 3sat, są to telewizje publiczne z Niemiec, Szwajcarii,

¹⁷⁶ V. Nahima, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, Presses universitaires, Bordeaux 2000.

Austrii. Motto 3sat brzmi: *anders fernsehen* (w języku polskim „w inny sposób oglądać telewizję”).

To telewizja stawiająca na pierwszym miejscu kulturę i edukację. W 3sat oprócz filmów dokumentalnych i reportaży ważną pozycję stanowi prezentacja sztuk teatralnych. W godzinach największej oglądalności pokazywane są inscenizacje sztuk klasycznych i nowoczesnych, skróty koncertów, a także inne wydarzenia kulturalne. To jedyny program na obszarze niemieckojęzycznym o charakterze kulturalnym, emitowany bez reklam.

TV5 Monde to powstała w 1984 roku francuska stacja telewizyjna, przeznaczona dla zagranicznej publiczności¹⁷⁷, posiada swoją stałą siedzibę w Paryżu. Trafia do 275 milionów osób na całym świecie i jest obecna na pięciu kontynentach. Dewizą stacji jest zdanie „TV5 Monde – Światowy frankofoński kanał kulturalny”. TV5 Monde jest nośnikiem wartości budowanych wokół kultury i mentalności francuskiej, jednak jej najważniejszym zadaniem jest promocja języka francuskiego i kultury krajów francuskojęzycznych¹⁷⁸. Jest także zaangażowana w proces nauczania języka francuskiego, a promocja języka wiąże się ściśle z pogłębieniem francuskich wpływów kulturowych, politycznych i gospodarczych. Jako operator Międzynarodowej Organizacji Frankofonii (OIF), TV5 Monde zapewnia bezpłatny i interaktywny portal multimedialny do nauki języka francuskiego. Tworzy ją pięciu „założycieli państwowych”: 1) Francja, 2) Szwajcaria, 3) Kanada, 4) Quebec, 5) Walonia-Bruksela oraz wszystkie państwa członkowskie Międzynarodowej Organizacji Frankofonii (osiemdziesięciu członków w 2016 roku). Stacja rozpowszechnia francuskie dziedzictwo kultury poprzez różne formy, takie jak: filmy kinowe, seriale, filmy dokumentalne, magazyny, debaty, programy rozrywkowe, koncerty, spektakle teatralne, wystawy, festiwale kabaretowe.

TV5 emituje program za pośrednictwem swoich dziesięciu kanałów (zróżnicowanych pod względem obszaru geograficznego) z napisami w czternastu językach (niemiecki, angielski, arabski, chiński uproszczony i tradycyjny, koreański, hiszpański, japoński, niderlandzki, portugalski, rumuński, rosyjski, wietnamski, francuski). TV5 Monde to wiodący na świecie kanał w języku francuskim, który gromadzi co tydzień średnio blisko sześćdziesiąt milionów widzów (tygodniowa skumulowana widownia). TVP5 Monde odbieranych jest przez 364 milionów gospodarstw domowych, a także poprzez nośniki mobilne (telefony komórkowe, tablety

¹⁷⁷ Oficjalna strona internetowa telewizji TV5, źródło: <http://www.tv5monde.com/cms/chaine-francophone/tv5monde/La-chaine/p-5857-Presentation.htm> (dostęp 11.10.2020).

¹⁷⁸ Oficjalna strona telewizji TV5 Monde, źródło: http://www.tv5monde.com/TV5Site/publication/publi-183-Un_monde__des_mondes__TV5MONDE__s_.htm (dostęp 12.10.2020).

itp.) przez 120 milionów odbiorców w 198 krajach¹⁷⁹. Era cyfrowa i związana z nią ewolucja, wzmacniają strategię TV5 Monde dotyczącą hipero-becności we wszystkich mediach.

Głównym źródłem finansowania TV5 Monde jest wkład państwo- wy, podzielony pomiędzy: Francję, która wnosi 70% całkowitego budżetu, Belgię, która wnosi 7% całkowitego budżetu, Szwajcarię, która wnosi 7% całkowitego budżetu, Kanadę, która wnosi 4% całkowitego budżetu i Quebec, który wnosi 3% całkowitego budżetu¹⁸⁰. Budżet TV5 Monde w 2016 roku oscylował wokół sumy 108,8 mln euro.

„Należy podkreślić, że ARTE jest od 25 lat najlepszą europejską stacją kulturalną”¹⁸¹ – zwracał uwagę Stefan Audeguy, podkreślając, że stacja stara się budować pamięć historyczną, w pierwszej kolejności w perspektywie francusko-niemieckiej. W działalności ARTE podkreślić należy jej ponadnarodowy charakter i to, że kieruje się ona przekraczającym narodowości dążeniem, by udzielać głosu nie tylko pojedynczym przedstawicielom jednego kraju¹⁸². W sferze programu realizuje to np. poprzez „równoległe historie” Marca Ferro i niezliczone historyczne dokumenty, ale także programy naznaczone międzykulturowym humorem (np. *Karabolage*). ARTE nie przestaje odkrywać nowych form, o czym świadczy np. program *Minute vieille* lub *P’tit Quinquin*. Jest współproducentem pełnometrażowego kina¹⁸³.

„Nie powiodły się próby stworzenia mediów publikujących na całą Europę. Im bardziej jednak Europa się rozrasta, tym dotkliwsze stają się skutki braku tej demokratycznej instancji kontrolnej” – pisze Ingrid Hamm, Dyrektorka Fundacji Roberta Boscha¹⁸⁴. A Kurt Jürgen Maaß, Sekretarz Generalny Instytutu Stosunków z Zagranicą, dodaje: „Nie ma jeszcze ogólnoeuropejskiej telewizji, ale daje się w pełni rozpoznać specyficzna europejska kultura medialna – zarówno wśród nadawców publicznych, jak i w klasycznym dziennikarstwie opinii”¹⁸⁵. Komentarze te są nadal aktualne.

¹⁷⁹ Ibidem.

¹⁸⁰ Oficjalna strona telewizji TV5 Monde, *Struktura organizacyjna*, źródło: http://www.tv5monde.com/TV5Site/publication/publi-183-Un_monde__des_mondes__TV5MON-DE__s_.htm (dostęp 12.10.2020).

¹⁸¹ S. Audeguy, *25 ans d’Arte, joyeux Geburtstag*, źródło: <https://www.la-croix.com/Debats/Chroniques/25-ans-d’Arte-Joyeux-Geburtstag-Stephane-Audeguy-2017-06-02-1200852169> (dostęp 15.07.2017).

¹⁸² Ibidem.

¹⁸³ Ibidem.

¹⁸⁴ *Europa w mediach, media w Europie*, w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, op. cit.

¹⁸⁵ Ibidem.

2. ARTE – studium przypadku

2.1. Geneza powstania ARTE – wola polityczna źródłem kreacji nowej telewizji

Gdyby ARTE jeszcze nie istniała, musiałaby zostać wynaleziona teraz – podkreślał Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE

Aby zrozumieć fenomen ARTE, trzeba sięgnąć do genezy jej powstania, do momentu, w którym zrodził się pomysł wykreowania „telewizji kultury” – to znaczy do połowy lat 80. XX wieku. Bo u jej podstaw leżała decyzja polityczna o wydzwignięku symbolicznym: porozumienie francusko-niemieckie w wymiarze nowej Europy.

„Kanał w swej misji będzie się starał konsolidować i budować porozumienie oraz pojednanie między narodami w Europie”¹ – napisano w dokumencie założycielskim europejskiej telewizji kultury. ARTE powstała na mocy międzynarodowego porozumienia władz politycznych Francji i Niemiec, na fali budowanego porozumienia. O jej kreacji zadecydowała polityczna wola przywódców tych dwóch narodów, których wzajemne relacje historyczne były bardzo trudne i dramatyczne.

¹ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*: „W październiku 1990 roku podpisano między państwami umowę stanowiącą fundament europejskiego kanału kulturalnego. Umowa zawierała następujący cel: stworzenie wspólnej niezależnej spółki telewizyjnej o charakterze kulturalnym i europejskim z siedzibą w Strasburgu, zwanej dalej «Europejskim Kanałem Kulturalnym» (EKK), w celu wzmocnienia zrozumienia się narodów w Europie i ich zbliżenia się do siebie, z zamiarem zaferowania obywatelom Europy wspólnego programu telewizyjnego służącego przedstawianiu dziedzictwa kulturowego oraz życia kulturalnego w państwach, rejonach i narodach europejskich i światowych”, źródło: <https://www.artetv/sites/corporate/pl/jak-powstalo-arte/> (dostęp 12.09.2020).

„Naszym celem jest stworzenie wspólnej niezależnej spółki telewizyjnej o charakterze kulturalnym i europejskim z siedzibą w Strasburgu, zwanej dalej «Europejskim Kanałem Kulturalnym» (EKK), w celu wzmocnienia procesu porozumienia między narodami w Europie i ich wzajemnego zbliżenia się do siebie, z zamiarem zaoferowania obywatelom Europy wspólnego programu telewizyjnego służącego przedstawianiu dziedzictwa kulturowego oraz życia kulturalnego w państwach, regionach oraz narodach europejskich i światowych²».

Pod koniec lat 80. XX wieku, u szczytu realizacji innych dużych projektów europejskich, takich jak unikalna waluta, politycy francuscy i niemieccy zamierzali stworzyć wspólny kanał telewizyjny. Szukano takiego medium, którego zadaniem miała być edukacja kulturalna, wykorzystana w procesie budowania więzi i porozumienia. Koncepcja twórców nowego medium – *Chaîne culturelle européenne*, w skrócie CCE – Europejski Kanał Kulturalny (późniejsza ARTE) zakładała, że to właśnie kultura będzie budować, łączyć i stanie się podstawą porozumienia. Celem twórców nowej telewizji było i jest lepsze wzajemne poznanie i zbliżenie poprzez kulturę, a także promocja procesu integracji europejskiej³.

„Podpisując traktat o współpracy medialnej, obie strony zobowiązują się do: stworzenia wspólnej i niezależnej spółki telewizyjnej o powołaniu kulturalnym i europejskim z siedzibą w Strasburgu, zwanej dalej Europejskim Kanałem Kultury (CCE), pragnącej umocnić zrozumienie i zbliżenie między narodami Europy, chcące zaoferować obywatelom Europy wspólny kanał telewizyjny, który jest instrumentem prezentacji dziedzictwa kulturowego i życia artystycznego państw, regionów i narodów Europy i świata, w celu zapewnienia nadawania takiego europejskiego programu telewizyjnego zgodnie z zasadami swobodnego przepływu informacji i idei oraz niezależności organizacji nadawczych⁴».

Oznacza to, że w zamyśle pomysłodawców miał powstać model telewizji, która spełniałaby określone zadania – stałaby się spoiwem kultury i tożsamości europejskiej, przyczyniając się do budowania procesu poro-

² Dekret nr 92–805 z dnia 19 sierpnia 1992 roku w sprawie publikacji traktatu między Republiką Francuską, a krajami związkowymi: Badenia-Wirtembergia, Wolne Państwo Bawarii, Berlin, Wolne Hanzeatyckie Miasto Bremy, Wolne Hanzeatyckie Miasto Hamburga, Hesja, Dolna Saksonia, Nadrenia Północna Westfalia, Nadrenia Palatynat, Saara, Szlezwik-Holsztyn, dotyczące europejskiego kanału kulturalnego, podpisanego w Berlinie 2 października 1990 roku. () Podpisy po stronie francuskiej złożyli: le Président de la République François Mitterand; le Premier ministre Pierre Berebovoy, le ministre d'Etat, ministre des affaires étrangères Roland Dumas, źródło: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000358363/> (dostęp 02.10.2019).

³ Ibidem.

⁴ Ibidem.

zumienia między narodami w ramach rodzącej się na nowo Europy. Jednakże w pierwszej kolejności chodziło o wzmocnienie procesu zacieśniania przyjaźni i partnerstwa między Francją a Niemcami, procesu, który miał raz na zawsze zamknąć drogę do konfliktów i wojen – odcinającego oba kraje od niechlubnego, historycznego „dziedzictwa przeszłości”. Program zakładał: „emisję lub zlecenie emisji (...) programów i treści (...) o szerokim pojęciu kulturalnym i międzynarodowym nadających się do wspierania zrozumienia się narodów w Europie i ich zbliżenia się do siebie” – napisano w kwietniu 1991 roku. I temu zagadnieniu poświęcony jest temat dysertacji – mający na celu ukazanie, w jaki sposób i dlaczego powstał ten nowy francusko-niemiecki europejski kanał kultury oraz jak przebiegał proces jego ewolucji i wykorzystania w kontekście europejskim, jako „narzędzia medialnego” – w procesie budowania porozumienia między narodami w Europie.

„Nie powiodły się próby stworzenia mediów publikujących na całą Europę. Im bardziej jednak Europa się rozrasta, tym dotkliwsze stają się skutki braku tej demokratycznej instancji kontrolnej” – pisze Ingrid Hamm, Dyrektorka Fundacji Roberta Boscha⁵. Komentarz ten jest nadal aktualny. Po ponad trzydziestu latach istnienia nikt inny nie wykorzystał mediów w celu zbudowania sfery europejskiej w taki sposób, jak ARTE. Jest pierwszą w historii tego typu telewizją, jedynym takim medium. Do dziś traktowana jest jako przypadek odosobniony w pejzażu audiowizualnym Europy (*ARTE a été une première dans l'Histoire de la télévision et occupe toujours une place singulière dans le paysage audiovisuel européen*)⁶ – jak napisano w opracowaniu pod nazwą *Narodziny ARTE*, opublikowanym na stronach korporacyjnych tego medium.

2.1.1. Różne koncepcje kultury (*Kultur Begriff*)

Jak wspomniano – strategię i program tej stacji oparto na dwóch filarach: „Kultura” i „Europa” – ARTE, Europejska Telewizja Kultury (*Chaîne publique culturelle et européenne*). Aby w pełni zrozumieć role i znaczenie tej decyzji, trzeba się odnieść nie tylko do kontekstu historycznego, ale i do znaczenia etymologicznego pojęcia „kultura”, całkiem inaczej rozumianego w Niemczech i we Francji.

Francuzi preferują kulturę w wąskim, elitarnym znaczeniu z ograniczonym zakresem tematów, podczas gdy strona niemiecka chciała

⁵ *Europa w mediach, media w Europie*, w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, op. cit.

⁶ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*; źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.02.2020).

zakotwiczyć szeroką koncepcję kultury na definicji, która miała obejmować także życie codzienne, biznes, politykę, informacje – wiadomości i rozrywkę⁷. W koncepcji ojców–założycieli ARTE różnice w pojmowaniu słowa „kultura”, które legły u podstaw konfliktów i wojen między Francją a Niemcami, miały od tej pory zostać zniwelowane i nabrać odwrotnego niż dotychczas znaczenia. W strategii ARTE kultura miała odtąd łączyć i budować, a nie dzielić. Wyjaśnić należy, na czym polegały te różnice i dlaczego prowadziły do konfliktów. Czy były rzeczywiście tak istotne do zbudowania dwóch odrębnych „światów pojęciowych”, że aż stały się podstawą ideologicznych sporów prowadzących do otwartych wojen? Odpowiedź można odnaleźć w tekstach antropologów i medioznawców opisujących ten fenomen. Najpierw jednak należałoby zwrócić uwagę na fakt, że od dawna istniały problemy terminologiczne, związane z precyzyjnym określeniem, czym jest kultura. „Trzeba podkreślić, jak bardzo trudne jest określenie definicji kultury: mówimy o pojęciu ogólnym, a to, co nas w szczególności interesuje, to jest sama kultura”⁸ – pisał Thomas Isaac, autor książki *Arte – Europäische Tele Kultur*⁹. Mamy do czynienia z dość długą historią koncepcji, a określenie, czym właściwie jest kultura, jest skomplikowane i nieco teoretyczne.

Dyrektorka paryskiego Centrum Badań Historycznych (*Ehess de Paris – Centre de Recherches Historiques*) Sabina Loriga zwraca uwagę, że na początku dyskursu kulturowego znajdują się *Pisma tuskulańskie* Cycerona, gdzie *cultura animi* porównano z *cultura agri*: „Czasownik *colere*, do którego odnosi się *cultura*, oznacza: kultywować, pielęgnować i chronić. Dzięki pracy kawałek ziemi staje się żyznym polem, które zapewni ochronę życia w przyszłości. Tak rodzi się *cultura animi*, tj. pewna filozofia związana z przetrwaniem: duchowość również musi być pielęgnowana, pielęgnowana i chroniona” – zauważa Loriga¹⁰.

O niedoskonałości definicji podręcznikowej, którą znajdujemy w słownikach i encyklopediach, pisał Louis Dollot, francuski dyplomata i antropolog¹¹. Jednak czyniono próby określenia definicji pojęcia kultury, odwoływano się do semiotycznego znaczenia w języku łacińskim: *culture*, *colere*, *culturn*. Chodzi o słowo „uprawiać”, pochodzące od słowa „uprawiać, kultywować rolę”, tu w znaczeniu „uprawiać kulturę”. Niemcy dodali do tego później *pflegen* – w znaczeniu „troszczyć się” czy też lepiej – „kon-

⁷ M. Bauch, R. Bretfeld, „Karambolage” im Sendekonzept von ARTE, GRIN Verlag, Monachium 2014, s. 10.

⁸ T. Isaac, *Arte – Europäische Tele-Kultur?*, DMD Verlag, Saarbrücken 2008, s. 8.

⁹ Ibidem.

¹⁰ S. Loriga, *La pluralité du passé*, w: *La Biographie revisitée. Études de cas et questions méthodologiques*, źródło: <https://journals.openedition.org/acrh/9706> (dostęp 12.05.2021).

¹¹ S. Dollot, *Culture individuelle, culture de masse, Que-sais-je?*, Paryż 1974, s. 114.

serwować”, dbać o ciało i umysł/ducha (w języku niemieckim: *pfllege der Körper und Geises*).

Zacznijmy od rozbieżności pojęciowo-znaczeniowych. Po pierwsze, istnieją ogromne różnice w terminologii i rozumieniu pojęcia „kultura” we Francji i w Niemczech. Niemcy i Francuzi rozumieją je zupełnie inaczej¹². „Kultur” w języku francuskim oznacza nie „culture”, lecz bardziej „civilisation”. W Niemczech ma ono *de facto* dwa znaczenia, wyrażone dwoma odrębnymi słowami: *Bildung und Kultur*¹³ („wykształcenie i kultura”). Do niemieckiego znaczenia słowa „Kultur” (rzeczowniki w języku niemieckim piszemy zawsze z dużej litery) język francuski dodał w XVIII wieku konkurencyjne wobec dotychczasowych znaczenie *civilite* – kierujące nasze skojarzenia wobec określeń kultury jako konserwowanie sposobu myślenia, oscylującego wokół wartości oświeceniowych. Dlatego we Francji do dziś słowo „kultura” oznacza bardziej coś, co określa się słowem *civilisation*, a odnosi się w większym stopniu do „intelektualnej”, indywidualnej wiedzy. W niemieckim słowniku Metzlera pojawia się taka oto definicja: „We Francji termin «kultura» był używany jako synonim cywilizacji, aby opisać fakty, ludzkie zdolności i osiągnięcia, oparte na pewnym poziomie wykształcenia, i odróżnić je od barbarzyństwa”¹⁴. Współcześnie termin ten jest używany w podobny sposób, przez co kultura w węższym znaczeniu jest rozumiana jako sztuki performatywne, sztuki wizualne, muzyka, teatr, film, literatura czy architektura¹⁵.

Niemieckie pojęcie *Kultur* pochodzi z XVIII wieku i jest kojarzone ze słowem *Bildung* („edukacja – wychowanie – wykształcenie”) albo jako idea „intelektualnych i duchowych osiągnięć”, „doskonalenie siebie” – pisał Régis Meyran¹⁶.

Ale słowo to rozumiane jest również w sensie zbiorowym, szczególnie u Johanna Gottfrieda von Herdera, gdzie *Kultur* oznacza „dziedzictwo minionych pokoleń, skoncentrowane na języku przekazywanym społecznie, zbiorowej „emanacji ducha narodu”. Herder wychodzi z założenia, że kultury są samowystarczalnymi, jednorodnymi systemami, które mają środek ciężkości jak kula. Punkt centralny może być określony przez pochodzenie etniczne lub przynależność do narodu i wspólny język¹⁷.

¹² T. Isaac, *Arte – Europäische Tele-Kultur?*, DMD Verlag, Saarbrücken 2008, s. 8.

¹³ Ibidem, s. 9.

¹⁴ Metzler Lexikon, wyd. Metzler Verlag, Stuttgart 2007, s. 408.

¹⁵ Niemiecki portal komunikacji międzykulturowej, źródło: <https://www.hyperkulturrell.de/glossar/kulturkugel-2/> (dostęp 12.05.2021).

¹⁶ Meyran, R. *Genèse de la notion de culture: une perspective globale*, s. 193–214; źródło: <https://www.cairn.info/revue-journal-des-anthropologues-2009-3-page-193.htm?contenu=resume> (dostęp 12.09.2020).

¹⁷ Niemiecki portal komunikacji międzykulturowej, źródło: <https://www.hyperkulturrell.de/glossar/kulturkugel-2/> (dostęp 12.05.2021).

Sferyczny model Herdera i jego koncepcję jednorodnej, samowystarczającej kultury można wytłumaczyć ideą państwa narodowego, która pojawiła się w XVIII wieku i znalazła próbę normatywnej radykalnej implementacji w okresie narodowego socjalizmu¹⁸.

Niemiecka *Kultur* odnosi się zarówno do indywidualnej jednostki, jak i do zbiorowości – narodu, co sprzeciwia się „cywilizacji”, charakteryzującej się „czymś mniej narodowym a wychodzącym w stronę perspektywy globalnej”. W wyniku konfrontacji tych dwóch słów pojawia się kwestia polityczna, o którą chodzi, a mianowicie walka¹⁹.

„Poprzez zderzenie tych dwóch słów pojawiła się kwestia polityczna: walka o dominację kulturową między dwoma wielkimi mocarstwami światowymi. To właśnie w tym kontekście i z tym szczególnym znaczeniem słowa *Kultur* «nauki kulturowe» rodzą się w Niemczech ze wspólnego rdzenia: psychologii narodów (*Völkerpsychologie*)” – pisał Régis Meyran²⁰.

Francja i Niemcy toczyły „wojnę słów” przez cały XIX wiek i przez pierwsze dekady XX wieku. Słowo *Kultur* w znaczeniu niemieckim (w języku niemieckim pisownia rzeczowników wymaga stosowania dużych liter) przeciwstawiano francuskiemu słowu „cywilizacja” (termin niemiecki *der Zivilisation* nie pokrywa się z francuskim terminem *civilisation* – cywilizacja, tak samo jak termin *Kultur* nie pokrywa się z francuskim słowem „kultura”)²¹.

„Linia demarkacyjna między francuskim a niemieckim modelem państwa narodowego prowadzi do specyficznie rozumianej niemieckiej definicji narodu, wyprowadzonej z kryteriów etnologicznych i kulturowych (...). Przecistawiamy kulturę cywilizacji, podkreślając ekspresyjną autentyczność, kreatywność, głębię i duchową siłę niemieckich dzieł. Bycie «cywilizowanym» było postrzegane jako «kultura zewnętrzna», na którą składają się raczej pozory niż wyrażenia, postawy, a nie osiągnięcia” – napisano w broszurze edukacyjnej dotyczącej wojen francusko-niemieckich.

„Na terytorium III Rzeszy wyobrażenie «narodu» leżało u podłoża definicji poczucia tożsamości, a zawdzięczamy je wpływowi tamtejszej inteligencji” – podkreślali autorzy wspomnianego opracowania historycznego²². Pojęcie to było powiązane z koncepcją „kultury” i odegrało ważną rolę w świecie germańskim – w XVII wieku pozbawionym jedności poli-

¹⁸ P. Kohl, *Aufwertung und Identität im transkulturellen Raum*, Springer, Wiesbaden 2013.

¹⁹ R. Meyran, *Genèse de la notion de culture: une perspective globale*, Paryż 2009, s. 193–214, źródło: <https://www.cairn.info/revue-journal-des-anthropologues-2009-3-page-193.htm?contenu=resume> (dostęp 12.09.2020).

²⁰ Ibidem.

²¹ Ibidem.

²² L. Fessemaz, *La représentation du soldat pendant la Grande Guerre*, w: *Dossier du service éducatif et culturel de l'Historial de Péronne*, Amiens 2004, źródło: https://canope.ac-amiens.fr/historial/soldat/thema_aller_idee.html (dostęp 12.09.2020).

tycznej i bazy terytorialnej. Elementem działającym jak „katalizator” była reakcja środowisk niemieckich wobec rewolucji francuskiej i wojen napoleońskich. Z tej to reakcji wyłoniła się w latach 90. XX wieku polityczna wizja narodu, konkurencyjna wobec modelu francuskiego.

Najważniejszym z punktu widzenia skomplikowanych kwestii dotyczących różnic kulturowych wydaje się tekst *Krieg für die Kultur? Une guerre pour la civilisation?*²³ (*Wojna o kulturę? Wojna o cywilizację?*) autorstwa dwojga autorów: historyka, profesora paryskiej Sorbony Oliviera Agarda i antropolożki, badaczki literatury Barbary Beßlich, profesor Uniwersytetu w Heidelbergu. „Pierwsza wojna światowa toczyła się nie tylko na polu bitwy, ale jako „wojna duchów” toczyli ją piórem intelektualiści. Dyskursy wojenne można było obserwować tak we Francji, jak i w Niemczech. W obu krajach definicja wartości kulturowych odniesionych do narodu powinna była legitymizować wojnę. Jednocześnie te wojenne broszury służyły również celom propagandowym jako intelektualne uzbrojenie” – podkreślali wspomniani autorzy²⁴.

Zwracano uwagę, że po raz pierwszy terminu „wojna kulturowa” użył niemiecki propagandzista prof. Gustav Troeltsch w roku 1915 w Berlinie, w rok po rozpoczęciu toczącej się już wojny. Jego zamierzeniem było narysowanie sylwetki wrogów Niemiec. Pisał: „wojnę intelektualną, wojnę kulturową nasi przeciwnicy wzniesają przeciwko nam na całym świecie (...), a nawet wśród kolonialistów, i robią to w wielkim pośpiechu”²⁵.

Z punktu widzenia tej swoistej „historii konfliktu” wokół definicji i znaczenia słowa kultura”, istotne wydaje się zwrócenie uwagi, że u genezy powstania „europejskiego kanału kultury” protoplastom ARTE przyświecała myśl, aby wykorzystać „kulturę” – tę samą, która do tej pory była zarzewiem konfliktów i nieporozumień – do budowania, konsolidowania i pojednania. I to się udało twórcom ARTE.

2.1.2. Od projektu telewizji kultury do ARTE

ARTE to kanał telewizyjny bardzo szczególny, kanał polityczny w najlepszym tego słowa znaczeniu – zrodzony przed ponad trzydziestu laty z woli politycznej kanclerza Helmuta Kohla i prezydenta Francji François Mitterranda, jako rezultat decyzji podjętej w trakcie trwania szczytu francusko-niemieckiego,

²³ O. Agard, B. Beßlich, *Krieg für die Kultur? Une guerre pour la civilisation?*, w: *Französische Zivilisation und deutsche Kultur in der Kriegspublizistik*, red. K. Joëls, Berno 2018, źródło: <https://www.peterlang.com/view/title/62544> (dostęp 14.09.2020).

²⁴ Ibidem.

²⁵ Ibidem.

aby zbliżyć te dwa narody, które tak bardzo konfrontowały się ze sobą w ciągu całego XX wieku.

„ARTE jest bardzo oryginalnym tworem politycznym, który nie ma odpowiednika w świecie: to stacja telewizyjna łącząca dwa kraje, dwie kultury, dwa języki i realizująca wyraźną misję. Tej misji na imię «Europa» – podkreślała Véronique Cayla podczas debaty parlamentarnej w parlamencie francuskim w kwietniu 2019 roku²⁶.

Relacje francusko-niemieckie w historii obu narodów od dawna były bardzo trudne i złożone. Historia stosunków między Francją a Niemcami to nie tylko współpraca, to także gwałtowne konflikty i wojny²⁷. Dramatyczny we wzajemnych relacjach pomiędzy Francją a Rzeszą Narodu Niemieckiego był okres XVII wieku. Także i później, w wieku XVIII nie było lepiej: sąsiedzkie wojny, aneksje terytorialne, ciągłe waśnie i spory targały oboma społeczeństwami. Dramatyczna eskalacja nastąpiła w okresie wojny francusko-pruskiej w 1870 roku i narastała do I wojny światowej, a później – aż do zakończenia II wojny światowej. To wtedy stosunki francusko-niemieckie obfitowały w najbardziej dramatyczne wydarzenia. Dlatego po roku 1945 szukano sposobu, by raz na zawsze zapobiec kolejnym wojnom i konfliktom, a wzajemne relacje oprzeć na przyjaźni, współpracy, dialogu i zrozumieniu.

Od 1946 roku we Francji i w Niemczech starano się prowadzić dwustronną politykę kulturalno-dydaktyczną, a po 1948 roku zaczęto realizować wspólną politykę medialną, najpierw w oparciu o publiczne radio²⁸. Od końca lat 60., czyli od ponad 50 lat charakterystyczną cechą partnerstwa francusko-niemieckiego jest współpraca na poziomie społeczeństwa obywatelskiego, która przyczynia się do wzmacniania przyjaznego stosunku ludności do sąsiedniego kraju. Zaczęto rozwijać współpracę dydaktyczną: wymianę szkół, miasta partnerskie i współpracę kulturalną²⁹. Mit „dziezicznej wrogości” został u nich przewyżczony: „Było to spowodowane nie tylko coraz głębszym pogłębianiem stosunków dwustronnych w strukturach integracji europejskiej. Zaangażowanie młodej RFN w ramach powstającej Europejskiej Wspólnoty Węgla i Stali (EWWiS) oraz Europejskiej

²⁶ Debata we francuskim parlamencie - Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000 (dostęp 12.07.2019).

²⁷ Federalna Agencja Edukacji Politycznej, źródło: <https://www.bpb.de/internationales/europa/frankreich/152432/symmetrie> (dostęp 12.09.2020).

²⁸ Niemiecki Bundestag, Serwis Naukowy, źródło: <https://www.bundestag.de/resource/blob/422928/0c2af6de554124edbd05a08e4fee334/WD-3-380-09-pdf-data.pdf> (dostęp 12.09.2020).

²⁹ Federalna Agencja Edukacji Politycznej, źródło: <https://www.bpb.de/internationales/europa/frankreich/152428/deutsch-franzoesische-beziehungen> (dostęp 12.09.2020).

Wspólnoty Gospodarczej (EWG) stanowiło alternatywę dla francuskiego dążenia do dominacji w stosunku do byłego przeciwnika wojny³⁰.

Podstawą ścisłej współpracy był *Traktat Elizejski*. 22 stycznia 1963 roku generał Charles de Gaulle i kanclerz Niemiec Konrad Adenauer podpisali traktat o współpracy, mający przypieczętować pojednanie między Francją a Republiką Federalną Niemiec³¹. Sukces tego partnerstwa wyznaczył nowy kierunek dla Europy – oba kraje zaczęły współpracować na zasadzie „motoru napędowego” na rzecz promowania procesu integracji europejskiej.

Na początku lat 80. XX wieku kanclerz Niemiec Helmut Kohl i prezydent Francji François Mitterrand dążyli do pogłębienia procesu pojednania³². Dużą rolę w tym zakresie odegrał także Lothar Späth, premier niemieckiego regionu Badenia-Wirtembergia, komisarz odpowiedzialny za francusko-niemieckie relacje kulturalne. Niemiecki medjoznawca Olivier Hahn napisał, że to właśnie Lothar Späth jako pierwszy wysunął ideę stworzenia wspólnego francusko-niemieckiego kanału telewizyjnego³³.

26 marca 1980 roku powołano francusko-niemiecką grupę roboczą, a już w listopadzie 1980 roku, podczas kolejnego spotkania, zaczęto rozważać kwestie finansowe i organizacyjne, związane z planowaną telewizją³⁴.

„Prezydent Francji szukał sposobów na wykorzystanie mediów w tym procesie, ponieważ uważał, że to właściwa droga” – pisze Maitre Lucile w swym artykule o ARTE³⁵. Inspiracja do powstania „europejskiego medium” francusko-niemieckiego wyszła od obu liderów politycznych, którzy chcieli stworzyć wspólną wizję Europy i wiedzieli, że trzeba dostosować język „dyskursu europejskiego” mediów do współczesnych czasów, przewidywali także, że media okażą się pomocne w procesie budowania porozumienia i popularyzacji idei wspólnej Europy.

Ten wizjonerski projekt miał charakter rewolucyjny, polegał bowiem na tym, by w obrębie jednej stacji realizowała się ścisła współpraca dwóch kultur i dwóch narodów, i w tym celu miały ze sobą ściśle współpracować

³⁰ Ibidem.

³¹ Ministerstwo Spraw Zagranicznych Niemiec, źródło: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/frankreich-node/bilateral/209530> (dostęp 12.09.2020).

³² Archiwum INA (Francuski Narodowy Instytut Audiowizualny), *Naissance d'ARTE, Une télévision franco-allemande à vocation européenne*, źródło: <https://fresques.ina.fr/jalons/impression/fiche-media/InaEdu05129/naissance-d-arte-televisiion-franco-allemande.html> (dostęp 15.07.2017).

³³ O. Hahn, *Arte – der europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache*, Reinhard Verlag, Bazylea 1997, s. 214.

³⁴ Ibidem, s. 39.

³⁵ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Communication et organisation”, 2012, źródło: <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).

dwie odrębne i bardzo odbiegające od siebie struktury. Kanał TV zakładał emisję programów w dwóch językach, bowiem adresatem tej nowej stacji mieli być telewidzowie we Francji i w Niemczech, a w przyszłości – w Europie. Był to zatem autentyczny eksperyment, ponieważ nigdy wcześniej w systemie mediów europejskich nie podjęto próby skonsolidowania – w obrębie jednej, homogenicznej stacji telewizyjnej – dwóch różnych systemów medialnych. Jednak ARTE podjęło to wyzwanie.

Ilrico Gartner wskazuje na to, jak trudną drogę pokonała idea ARTE – od początkowego pomysłu, do stworzenia nowego kanału telewizyjnego. Ale dzięki kreatywności twórców pomysłu i poddaniu się sile innowacji (przy permanentnym wkalkulowaniu w jej rozwój nowoczesnych środków technologicznych), udało się stworzyć tę telewizję, która stara się sprostać interesom szerokiego spektrum widzów, nie zwracając się wyłącznie do wąsko określonej grupy odbiorców. Można raz jeszcze podkreślić, że u genezy powstania ARTE leżały, przede wszystkim, decyzje polityczne³⁶.

Nahima Vianna, pisząc publikację o ARTE zwraca uwagę, że powstanie stacji było wynikiem „interaktywnej logiki” złożonej z trzech elementów, takich jak:

- inicjatywa polityczna, na poziomie rządu Francji i Niemiec, celem zabezpieczenia pozycji europejskich nadawców publicznych na europejskiej mapie audiowizualnej;
- media i kultura w procesie integracji europejskiej: dostrzeżono możliwość odpowiedniego wykorzystania mediów, a szczególnie telewizji w tym procesie;
- technologia: otwarcie na przyszłość i perspektywy rozwoju, które już wtedy przewidywano³⁷.

Ważnym elementem decyzji politycznej o powstaniu ARTE była także chęć obrony widzów europejskich przed zalewem programów telewizyjnych ze Stanów Zjednoczonych, które już wówczas były głównym producentem oraz dostawcą produkcji audiowizualnych w Europie³⁸. W 1987 roku USA zapewniały w Europie 70% tej produkcji telewizyjnej, a realizowało to kosztem audiowizualnych producentów europejskich. Reakcja na te niekorzystne dla Europy tendencje stanowi początek myślenia o telewizji kultury, telewizji europejskiej, które doprowadziło do powstania projektu pod nazwą ARTE.

³⁶ P. Démerin, *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne?*, „Le Débat” 2002/3, s. 4–31, źródło: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2002-3-page-4.htm> (dostęp 18.10.2018).

³⁷ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Communication et organisation” 2012, źródło: <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).

³⁸ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.10.2018).

Konfrontacja w kosmicznej przestrzeni medialnej pomiędzy USA a Europą była sprzyjającym elementem dla powstaniu ARTE. System telewizji w USA różni się w znaczny sposób od systemu telewizji w Europie – to dwa przeciwstawne modele, zbudowane na różnej tradycji. Początki telewizji w Stanach Zjednoczonych związane są z telewizją komercyjną. Od początku swego istnienia w Stanach Zjednoczonych dominowały stacje prywatne, finansowane z reklam. Jak pisze Urszula Sienkiewicz: „Praktycznie od początku swego istnienia w Stanach Zjednoczonych dominowały stacje prywatne, finansowane z reklam. Oferując bezpłatny dostęp do programów, stopniowo przejmowały kontrolę na rynku mediów audio-wizualnych”³⁹.

W Europie działają od dziesięcioleci sprawnie funkcjonujące modele medialne i stabilne prawodawstwo, także w wymiarze Unii Europejskiej. W szczególności sprzyja ono rozwojowi całej sfery publicznej mediów na naszym kontynencie. Równolegle rozwijają się media komercyjne i wzajemnie się uzupełniają z nadawcami publicznymi. Od samego początku rozwijano telewizję publiczną związaną z realizacją misji publicznej. I choć w Europie w latach 80. XX wieku powstały media komercyjne, pozycja mediów sfery publicznej – w szczególności radia i telewizji – pozostaje nadal stabilna i mocna.

Rozwój technologiczny w latach 1957–1965 ukazał uprzywilejowany obszar konfrontacji w kontekście toczącej się zimnej wojny, ponieważ silnie współdziałał z sektorem obronnym. Dziedzina telekomunikacji kosmicznej była częścią strategiczną sektora technologicznego – zarówno we Francji, jak i w Stanach Zjednoczonych⁴⁰. W 1958 roku, rok po wystrzeleniu pierwszego sztucznego satelity Sputnik, amerykańska administracja zareagowała na ten akt i utworzyła NASA (*National Aeronautics and Space Administration*)⁴¹. Oprócz programu lotów kosmicznych agencja miała zajmować się długofalowym (zarówno cywilnym, jak i wojskowym) programem badań kosmosu.

To spowodowało, że rozwój satelitów telekomunikacyjnych w Stanach Zjednoczonych w latach 60. był tak szybki. W 1965 roku Early Bird (Intelsat 1) utworzył pierwsze komercyjne połączenie satelitarne między Ameryką Północną a Europą Zachodnią. Amerykańskie programy kosmiczne stały się technologicznym modelem, który Europa do dziś stara się naśladować.

³⁹ U. Sienkiewicz, *Czwarta władza w Ameryce, nieodparty urok szklanego ekranu*, źródło: https://reporterzy.info/17,czwarta_wladza_w_ameryce_nieodparty_urok_szklanego_ekranu.html (dostęp 12.12.2019).

⁴⁰ A.-Th. Nguyen, *Les échanges technologiques entre la France et les États-Unis, „Les télécommunications spatiales (1960–1985)”* 2001/1 (n° 43), s. 17–24, źródło: <https://www.cairn.info/revue-flux1-2001-1-page-17.htm> (dostęp 11.02.2020).

⁴¹ *Encyklopedia Britannica*, źródło: <https://www.britannica.com/topic/NASA> (dostęp 12.02.2021).

W tym samym czasie przepaść technologiczna pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Francją w sektorze kosmicznym wydawała się ogromna.

Dopiero w 1965 roku francuska wyrzutnia Diamant A umieściła na orbicie pierwszego francuskiego satelitę nazwanego *Asterix*, satelitę przeznaczanego do obserwacji naukowych.

Potrzebne było 25 lat, aby Europa, w tym i Francja, dogoniła Stany Zjednoczone pod względem telekomunikacji kosmicznej. Chodziło o stworzenie własnego systemu komunikacji kosmicznej – satelitarnej, równoległego do systemu USA.

W 1985 roku Europie udało się stworzyć własną wyrzutnię raketową Ariane, której pierwsze testy odbyły się w grudniu 1979 roku. W tym okresie francuska polityka kosmiczna kierowała się dwoma głównymi celami: wsparciem narodowego programu kosmicznego i aktywnym udziałem w europejskich projektach współpracy⁴².

O wspólnej europejskiej strategii kosmicznej wobec działań USA w tej dziedzinie rządy Unii Europejskiej, a w szczególności rządy Niemiec i Francji – myślały od lat 70. XX wieku⁴³. Dlatego już w 1980 roku Francja podpisała z Niemcami umowę międzynarodową, w celu podjęcia wspólnych badań dotyczących możliwości wykorzystania rakiety Ariane do umieszczenia na orbicie satelity: SATL i TDF1. Dopiero kiedy Europa weszła w posiadanie własnej rakiety nośnej Ariane, której pierwsze testowe wyniesienie na orbitę nastąpiło w grudniu 1979 roku, oraz własnych regionalnych systemów telekomunikacji satelitarnej ECS⁴⁴, sytuacja zmieniła się. Chociaż Unia Europejska nie nadrobiła jeszcze zaległości handlowych, większość luki technologicznej została wypełniona: oprócz rosnących udziałów w rynku, które Ariane zdobyła w dziedzinie raket nośnych, Télécom 1 jest, z technologicznego punktu widzenia, porównywalne z SBS (*Satellite Business System*) uruchomionym przez IBM (*International Business Machine*) cztery lata wcześniej, czyli w 1975 roku. Wykorzystuje on system dostępu do stacji naziemnych TDMA (*Time Division Multiple Access*), który został wprowadzony do użytku w tym samym roku przez Intelsat. Jest to pierwszy satelita na świecie, który pracuje w trzech oddzielnych pasmach częstotliwości. W 1983 roku nowy satelita pozwolił państwom europejskim na włączenie się w światowy rynek audiowizualny, dotąd zdominowany przez firmy amerykańskie, bo w ten sposób w ówczesnej epoce zamierzano objąć programem telewizyjnym około 400 mln odbiorców w całej Europie, a także na obszarze Morza Śródziemnego oraz

⁴² Ibidem.

⁴³ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Narodziny ARTE*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.10.2018).

⁴⁴ A. T. Nguyen, *Les échanges technologiques entre la France et les États-Unis*, „Les télécommunications spatiales” nr 43, Flux, Paryż 2011, s. 17–24, źródło: <https://www.cairn.info/revue-flux1-2001-1-page-17.htm> (dostęp 11.02.2020).

Afryki Północnej, co stanowiło wielkie wyzwanie logistyczne. Jednakże odczuwano taką konieczność, ponieważ od dawna kanały transmisji naziemnej w Europie przekraczały swoją pojemność i nie były wystarczające w stosunku do zapotrzebowania i oczekiwań widzów. Satelita dawał Francji możliwość włączenia się w światowy rynek audiowizualny, do tej pory zdominowany przez duże firmy amerykańskie⁴⁵.

Prezes France Télévisions podkreśla, że: „w związku z rozwojem platform, takich jak: Netflix, Amazon, Disney czy Fox, należy stworzyć miejsce na ofertę lokalną. Wierzymy, że istnieje również miejsce na europejską ofertę. Nie chodzi o konkurowanie z amerykańskimi platformami, o których wiadomo, że dysponują miliardami inwestycji i środkami na pozyskiwanie praw każdego roku, ale o połączenie najlepszych wielojęzycznych europejskich kanałów publicznych i umieszczenie ich na platformie, by były do dyspozycji – dostępne dla obywateli europejskich”⁴⁶ – zwraca uwagę Régine Hatchondo, dyrektorka wykonawcza ARTE France. „Dzisiaj Europa konkuruje z audiowizualnymi produkcjami USA w inny sposób, a zagrożeniem dla produkcji europejskiej w większym stopniu są Netflix czy YouTube, ale temat «obrony dziedzictwa i produkcji europejskich» pozostaje nadal w pełni «aktualny»” – podkreśla Hatchondo⁴⁷.

Podczas lotu VA25116, 17 stycznia 2020 roku, rakieta Ariane 5 wyprowadziła z Gujany Francuskiej na orbitę kosmiczną dwa satelity komunikacyjne: Eutelsat Konnect dla operatora Eutelsat i GSAT-30 dla Indyjskiej Organizacji Badań Kosmicznych (ISRO)⁴⁸. To świadczy o tym, że konkurencja technologiczna pomiędzy Europą a Stanami Zjednoczonymi w tej dziedzinie nadal trwa.

2.1.3. Trudne początki i krytyka europejskiej telewizji ARTE

Tak bardzo nowatorski i eksperymentalny projekt, jak dwujęzyczna europejska telewizja kultury, musiał rodzić zarówno obawy, jak i krytykę, która na samym początku – w okresie przed powstaniem ARTE oraz w pierwszych latach jej istnienia, była bardzo intensywna.

⁴⁵ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, w: *Presses universitaires de Bordeaux*, 2012, źródło: <http://communicationorganisation.revues.org/2376> (dostęp 15.07.2017).

⁴⁶ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000 (dostęp 12.07.2019).

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ J. Sulisz, „SatKurier” 14.01.2020, źródło: <https://satkurier.pl/news/187839/ariane-5-gotowa-do-wyniesienia-satelity-eutelsat-konnect.html> (dostęp 11.02.2020).

W Niemczech trwała kampania prasowa, mająca na celu potępienie tego, jak pisano – „czysto politycznego projektu”, a francuskiego partnera przedstawiano jako „niedoświadczonego”. „Niemcy na początku skarżyli się na to, że zbyt wiele programów zdominowanych jest przez kulturę francuską. Francuzi uważali ARTE za przedsiębiorstwo prowadzone przez Niemców” – pisała Liane Rothenberger⁴⁹.

Niemcy uważali, że narzuca im się jakąś telewizję francuską, za którą w dodatku będą musieli zapłacić, a Francuzi nie wyobrażali sobie współpracy z Niemcami, tak odrębnymi kulturowo i mentalnie⁵⁰. Nora Berning przypominała o krytyce ARTE postrzeganej jako francuski i niemiecki „agent europejskiej sfery publicznej”. ARTE miałyby spełniać także funkcje w ramach „europejskiej inżynierii” mediów⁵¹. Krytyka w prasie francuskiej i niemieckiej dotyczyła ARTE jako „telewizji niszowej”, jako „telewizji Maastricht” – jako zarzut stawiano polityczny charakter stacji i krytykowano ją za elitarność. „Elitarność ARTE to był często pojawiający się zarzut, ale tylko na początku. Dzisiaj jest wiele elementów, które powodują, że zarzuty te stały się mniej aktualne niż na początku – twierdzi obecny dyrektor zarządzający ARTE Emmanuel Suard⁵².

„Chciałabym przypomnieć Państwu o naszym zaangażowaniu w specyfikę i niezależność ARTE, która jest inicjatywą francusko-niemiecką” – zaznaczyła w kwietniu 2019 roku Catherine Morin-Desailly, szefowa Senackiej Komisji Kultury w parlamencie francuskim⁵³. Różnice między Francją a Niemcami istniały „od zawsze”: we Francji od wieków żywa jest tradycja rządów centralistycznych, natomiast Niemcy charakteryzuje daleko idący regionalizm i decentralizacja⁵⁴, także i media zorganizowane są zgodnie z regułami polityki federalnej. Ponieważ oba kraje tak bardzo różnią się od siebie, dlatego na początku stawiano wiele pytań, które dotyczyły spraw technicznych, językowych, prawnych. Chodziło także o wypracowanie nowego stylu pracy, który mógłby pogodzić „niemiecki”

⁴⁹ L. Rothenberger, *Arte – problems of creating a European TV Intercultural aspects at micro, meso and macro level at the European Culture Channel Arte*, źródło: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=424 (dostęp 12.10.2018).

⁵⁰ P. Démerin, *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne?*, „Le Débat” 2002/3, s. 4–31, źródło: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2002-3-page-4.htm> (dostęp 12.02.2018).

⁵¹ J. Bourdon, *Unhappy Engineers of the European Soul*, w: *The EBU and the Woes of Pan-European Television*, Tel Aviv 2007, s. 263–280, źródło: <https://doi.org/10.1177/1748048507076580> (dostęp 18.10.2018).

⁵² Opracowano na podstawie wywiadu z dyrektorem zarządzającym ARTE Emmanuelem Suardem (aneks pracy).

⁵³ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

⁵⁴ N. Berning, 2011, *The Cultural Television Channel Arte and the (non) existence of a Cross-border Franco-German Public Sphere*, „Web Journal of French Media Studies”, tom 8, źródło: <http://wjfms.ncl.ac.uk/BERNINGF.pdf> (dostęp 18.10.2018).

i „francuski” styl pracy – choć są one tak różne w obu krajach. Przede wszystkim zastanawiano się, jak pogodzić dwa tak różniące się modele audiowizualne: francuski i niemiecki⁵⁵.

Patrick Demerin zwraca uwagę, że projekt ARTE budził od początku zarówno entuzjazm, jak i daleko idący sceptycyzm. Najbardziej skupiano się na kwestiach technicznych dotyczących tego, jak będzie można sobie poradzić z dwoma językami i jak zorganizować wspólną pracę i działania?⁵⁶. Musiano stawić czoła wielu problemom, takim jak: skoordynowanie „prime-time’u” (odmienne we Francji i w Niemczech), wyważenie treści, dostosowanie formatów – sposobów prezentacji. Trzeba było wypracować taki sposób działania, by ARTE było dobrze odbierane w obu krajach i miało bardziej „europejski charakter” – w przeciwieństwie do „tylko niemieckiego” lub „tylko francuskiego”. Jednak jednym z głównych wyzwań dla tej nowej europejskiej telewizji była jej wielojęzyczność⁵⁷.

„Dziś świat audiowizualny Niemiec i Francji, a także Europy bez ARTE byłby niepełny. Patrząc w przeszłość, na historię ARTE, można powiedzieć, że taka «walka o przetrwanie» to początki ARTE aż do końca lat 90. Od tego momentu «walka była wygrana». Później już wypracowaliśmy swoją pozycję” – twierdzi Emmanuel Suard⁵⁸.

Pytany o ewentualne zagrożenia dotyczące istnienia ARTE w przyszłości, Suard dodaje: „We Francji nikt dziś nie podaje w wątpliwość ani prawomocności (*légitimité*) ARTE, ani podstaw jej funkcjonowania. Jeśli chodzi o niezależność i autonomię stacji – nie widzę z tej strony żadnego zagrożenia, choć ryzyko debaty w sprawie abonamentu wciąż istnieje”. Jednocześnie zwrócił uwagę, że ciągłość w stabilnym finansowaniu ARTE mogłaby przerwać tylko ogromny błąd „strategiczny”, polegający, na przykład na złym wykorzystaniu budżetu. „Gdyby ARTE utraciło «powołanie europejskie», a co za tym idzie – partnerów europejskich, dla których rozwija się jako medium wielonarodowościowe (*multinationale*), dostosowując do tego procesu rozbudowę portali językowych” – podkreślił Suard⁵⁹. Taki tok rozumowania wskazuje wyraźnie na powiązanie obecnej strategii

⁵⁵ J. Clément, *La création est au cœur de la mission d'ARTE*, 2007, źródło: <https://www.euractiv.fr/section/langues-culture/interview/jerome-clement-la-creation-est-au-c-ur-de-la-mission-d-arte-fr/> (dostęp 09.07.2017).

⁵⁶ P. Démerin, *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne?*, „Le Débat” 2002/3, s. 4–31, źródło: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2002-3-page-4.htm> (dostęp 18.10.2018).

⁵⁷ L. Rothenberger, *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspect at micro, meso and macro level at the European Culture Channel Arte*, 2012, Institute of media and communication science, źródło: <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/20121210093259.pdf> (dostęp 10.10.2018).

⁵⁸ Opracowano na podstawie wywiadu z dyrektorem zarządzającym ARTE Emmanuelem Suardem, aneks pracy.

⁵⁹ Ibidem.

ARTE z jej pierwotnymi założeniami, z czego wynikają także konsekwencje finansowe, zgodne z ustaleniami dwóch traktatów początkowych, powołujących ARTE do istnienia.

2.1.4. Od idei do emisji programu ARTE

Od 1984 roku, kiedy zrodziła się pierwsza myśl o stworzeniu telewizji kultury, do roku 1991, kiedy doszło do powstania ARTE, upłynęło wiele lat. Dochodzenie do celu podzielone zostało na kilka zasadniczych etapów, ale było to konieczne, by tak nietypowy projekt, różniący się od wszystkich pozostałych, mógł w ogóle zaistnieć⁶⁰.

Idea telewizji kultury zrodziła się na początku lat 80., w projektach grupy wpływowych twórców, związanych z Collège de France, w którym aktywnie działały osobistości ze świata francuskiej kultury, sztuki, nauki i mediów. Ludzie związani z tym środowiskiem byli świadomi kierunku swych działań i celu, jaki chcą osiągnąć. Ich bezpośrednią inspiracją była chęć obrony publicznej telewizji francuskiej – jej misyjności, a co się z tym wiąże – zapewnienia w niej właściwego, znaczącego miejsca dla kultury i edukacji we francuskim programie telewizji publicznej⁶¹.

Uważali oni, że przy odpowiednim wykorzystaniu nowoczesnych środków i technologii można będzie stworzyć perspektywę do pogłębienia „misyjności” mediów, a jednocześnie, że taka telewizja kultury stanie się skutecznym narzędziem w procesie integracji europejskiej.

W grupie tej znaleźli się: Jean-Marie Drot, Pierre Dumayet, Daniel Karlin, Charles Brabant, Michel Anthonioz, a wiodącą rolę odgrywał malarz i realizator TV Georges Duby⁶², autor między innymi serii programów telewizyjnych *Czas katedr* (*Le Temps des cathédrales*) i redaktor pierwszego magazynu kulturalnego na antenie francuskiej telewizji publicznej Antenne 2 (ówczesna nazwa obecnej France 2). Protoplaści pomysłu telewizyjnego kanału kultury mogli się także spodziewać, że za rządów prezydenta Mitterranda taki projekt „telewizji kultury” ujrzy światło dzienne, bowiem prezydent był wrażliwy na sprawę misyjności mediów i – jak wspomniano – chciał je wykorzystać w podejmowanych planach politycznych dotyczących budowania wspólnej Europy.

⁶⁰ C. Ferjoux, *Techniques de programmation d'un format télévisuel*, „Communication” 32/2013, źródło: <https://www.cairn.info/revue-relations-internationales-2006-2-page-97.htm?contenu=citepar> (dostęp 15.07.2017).

⁶¹ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Presses universitaires”, Bordeaux 2012, źródło: <http://communicationorganisation.revues.org/2376> (dostęp 15.07.2017).

⁶² J. M. Meurice, *La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs*, „Télévision” 2011/1, s. 35–51, źródło: <https://www.cairn.info/revue-television-2011-1-page-35.htm> (dostęp 15.07.2017).

W lutym 1984 roku prezydent François Mitterrand napisał pismo do Georges'a Duby'ego z Collège de France, prosząc go o zastanowienie się nad nowym typem edukacji medialnej. Prezydent zlecił mu przygotowanie raportu w tej sprawie. W tym samym roku opublikowano raport pt. *L'éducation de l'avenir (Edukacja przyszłości)*, którego autorem był Pierre Bourdieu, profesor socjologii w Collège de France. Pierre Bourdieu wraz z Claude'em Levi-Straussem i Georges'em Dubym odpowiedzieli prezydentowi, że najlepszą formą edukacji byłoby stworzenie telewizyjnego kanału, który nadawałby programy kulturalne. Ostatni rozdział tego raportu poświęcono edukacyjno-kulturotwórczej roli telewizji, argumentując, że: „najlepszą formą edukacji i kultury byłoby stworzenie odpowiedniej stacji telewizyjnej o profilu kulturalnym i europejskim”⁶³.

Projekt telewizji kultury, przygotowany w kręgach Collège de France, trafił na biurko Erika Orsenna, doradcy prezydenta Francji ds. kultury, który natychmiast właściwie odczytał jego intencje i przekazał go prezydentowi. François Mitterrand ocenił go na tyle pozytywnie, że od razu wdrożono odpowiednie procedury dotyczące kreacji nowego medium. George Fillioud, radca stanu, zwrócił się w imieniu prezydenta Francji do Pierre'a Desgraupes'a, szefa Antenne 2 (ówczesna nazwa to France 2) o przygotowanie szczegółowej ekspertyzy i wskazanie miejsca na antenie dla nowego kanału kulturalnego o profilu europejskim.

W lipcu 1984 roku projekt nowego kanału został przygotowany i zawierał trzy podstawowe założenia:

- emisje kulturalne *live* z ciekawych wydarzeń;
- programy TV miały być pozyskiwane w drodze wymiany i współpracy międzynarodowej ze stowarzyszeniowymi z ARTE telewizjami publicznymi w Europie;
- zachowanie oryginalnej ekspresji w przekazie każdego z państw europejskich⁶⁴.

14 maja 1985 roku prezydent Francji przybył z wizytą do Collège de France. Poniżej fragment jego wypowiedzi, w której przedstawił projekt powołania telewizji kultury:

„Panie i Panowie, byliście na tyle uprzejmi, że przedstawiliście zasady, które zgodnie z waszym życzeniem powinny stanowić podstawę nauczania przyszłości, sugerując pewne eksperymenty, które należy podjąć. Myslę o kilku zmianach:

⁶³ Ibidem.

⁶⁴ Strona rządowa Republiki Francuskiej, fragmenty stenogramu wypowiedzi prezydenta F. Mitterranda w sprawie edukacji na odległość z 14 maja 1985 roku, źródło: <https://www.vie-publique.fr/discours/137521-allocation-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-au-col> (dostęp 06.04.2021).

- Przed wszystkim przyjmuję propozycję stworzenia otwartego uniwersytetu, wykorzystującego techniki nauczania na odległość.
- Opowiadam się również zdecydowanie za stworzeniem edukacyjnego i kulturalnego kanału telewizyjnego (...). W interesie publicznym byłoby zapewnienie zajmowania się przez taki kanał, w sposób powtarzalny, edukacją i kulturą. Biorąc pod uwagę skalę inwestycji finansowych oraz duży zasób umiejętności i wiedzy zaangażowanych w taki projekt, zakładam, że będzie to przedsiębiorstwo zdolne do dostarczania produkcji audiowizualnych, które prawdopodobnie będą szeroko rozpowszechniane⁶⁵.

W trakcie swego wystąpienia w Collège de France prezydent Mitterrand skierował polecenie adresowane do premiera Francji Laurenta Fabiusa: „przestudujcie warunki i możliwości kreacji nowego kanału edukacyjno-kulturalnego”. Jean Michel Meurice, autor publikacji *Prawdziwa historia początków ARTE* traktuje te słowa jako „zdanie założycielskie ARTE” (*C'est la phrase fondatrice*)⁶⁶.

- Każdemu etapowi powstawania nowego medium towarzyszyły między innymi francusko-niemieckie rozmowy na szczycie i konsultacje.
- W 1987 roku powołano francusko-niemiecką grupę konsultacyjną ds. współpracy medialnej. W grudniu 1988 roku, na szczycie francusko-niemieckim w Bonn, prezydent François Mitterrand oficjalnie zwrócił się do kanclerza Niemiec Helmuta Kohla z propozycją utworzenia Europejskiego Kanału Kultury (*Chaîne Culturelle Européenne* – skrót: ECC), w oparciu o już istniejący francuski kanał La Sept.
- W marcu 1988 roku powołana została międzynarodowa grupa robocza, w skład której weszli prezydenci krajów związkowych – regionów: Badenia Wirtembergia, Palatynat oraz burmistrz Hamburga.
- W listopadzie 1988 roku projekt francusko-niemieckiego kanału kulturalnego został zaprezentowany przez prezydenta François Mitterranda i kanclerza Helmuta Kohla na szczycie francusko-niemieckim w Bonn. Wtedy to zapadła ostateczna decyzja, by powołać do życia nową stację telewizyjną, a na początku 1989 roku rozpoczęto szczegółowe negocjacje: Lothar Spahr (prezydent Badenii Wirtembergii, regionu sąsiadującego z Alzacją, gdzie mieści się siedziba ARTE) spotkał się w tym celu z francuskim ministrem kultury Jackiem Langiem. Następnie właściwe organa władzy – rząd francuski i rządy jedenastu niemieckich krajów

⁶⁵ Ibidem.

⁶⁶ J. M. Meurice, *La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs*, „Télévision” 2011/1, s. 35–51, źródło: <https://www.cairn.info/revue-television-2011-1-page-35.htm> (dostęp 15.07.2017).

związkowych zadeklarowały, że zbadają możliwości utworzenia takiego kanału.

- W jesieni 1989 roku Lothar Späth, niemiecki minister, prezydent i pełnomocnik ds. stosunków kulturalnych z Francją, Jack Lang, francuski minister kultury oraz Catherine Tasca, delegatka ministra Francji ds. komunikacji, przedłożyli wspólną deklarację w sprawie zasad działania i powołania do życia francusko-niemieckiego kanału kulturalnego.

2.1.5. Powstanie ARTE GEIE (*Association relative à la télévision européenne*)

2 października 1990 roku nastąpiło podpisanie umowy międzynarodowej – traktatu założycielskiego (*Traité interétatique*), powołującego do życia Europejski Kanał Kultury (CCI – *Chaîne Culturelle Européenne*)⁶⁷.

Podpisali go: francuski minister kultury Jaques Lang i prezydenci rządów jedenastu krajów związkowych ówczesnych Niemiec Zachodnich. Pięć rządów krajów związkowych ówczesnych Niemiec Wschodnich przystąpiło do tego porozumienia w listopadzie 1996 roku.

W traktacie zapisano, że tworzy on „wspólną i niezależną firmę telewizyjną o kulturalnym i europejskim powołaniu, z siedzibą w Strasburgu, pod nazwą *Europejski Kanał Kulturalny (Chaîne Culturelle Européenne – CCI)*. Jego celem jest: „wzmocnienie zrozumienia i zbliżenia między narodami Europy i zaoferowanie obywatelom Europy wspólnego kanału telewizyjnego, który jest instrumentem prezentacji dziedzictwa kulturowego i życia artystycznego państw, regionów i narodów Europy i świata”. Ponadto „kanał będzie starał się w swej misji konsolidować i budować porozumienie i pojednanie między narodami w Europie”⁶⁸.

Jérôme Clément, pierwszy dyrektor stacji, zwracał uwagę: „Symptomatyczny jest fakt, że ARTE rozpoczęła swoją działalność w przededniu zjednoczenia Niemiec, jesienią 1990 roku (...), Upadek muru berlińskiego był wydarzeniem założycielskim ARTE” – mówił⁶⁹.

30 kwietnia 1991 roku podpisano kontrakt formacyjny (*Contrat de formation*), którym zainaugurowano działalność ARTE jako europejskiego kanału kulturalnego ARTE z główną siedzibą w Strasburgu.

⁶⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Traité inter-étatique*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/traite_inter-etatique.pdf (dostęp 12.10.2017).

⁶⁸ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 15.07.2017).

⁶⁹ J. Clément, *Arte a joué un rôle dans le rapprochement franco-allemand*, w: *Comprendre l'Europe*, źródło: <https://www.touteurope.eu/actualite/jerome-clement-arte-a-joue-un-role-dans-le-rapprochement-franco-allemand.html> (dostęp 12.10.2018).

W dokumencie tym, podpisanym przez przedstawicieli obu stron – Niemiec i Francji, określono najważniejsze cele tej francusko-niemieckiej telewizji kultury, mającej wspierać ideę porozumienia i zbliżenia między narodami w Europie⁷⁰. Odtąd kanał ten rozpoczął działalność jako ARTE GEIE: Association *Relative à la Télévision Européenne* – Europejskie Ugrupowanie Interesów Gospodarczych (skrót francuski: GEIE).

Za siedzibę nowej stacji wybrano Strasburg, a był to wybór znaczący ze względów politycznych i historycznych. Alzacja od wieków stanowiła zarzewie konfliktów zbrojnych między Niemcami i Francją, była powodem aż trzech wielkich wojen (1870–1871, 1914–1918, 1940–1945). Strasburg jest położony centralnie i graniczy (poprzez Ren) z Niemcami – wybór tego miasta na główną siedzibę ARTE wydawał się wręcz idealny.

Strukturę nowego kanału ARTE GEIE utworzyły: La Sept – we Francji i Arte Deutschland TV – w Niemczech, jako wydzielona część ZDF i ARD. W skład zarządu nowego kanału telewizyjnego weszli po równo: jeden członek z Francji – La Sept, oraz jeden członek z Niemiec – ARTE Deutschland TV GmbH. Pierwsze Walne Zgromadzenie ARTE mianowało członków Komitetu Zarządzającego: Jérôme Clément, szef La Sept, został przewodniczącym ARTE; Dietrich Schwarzkopf, dyrektor ds. programowy ARD, został wiceprzewodniczącym ARTE. André Harris został dyrektorem ds. programowania, a Winfried Enz został dyrektorem ds. zarządzania.

W tekście *Kontraktu formacyjnego (Contrat de formation)* została wpisana misja ARTE, która jest realizowana od samego początku aż do dzisiaj, tzn: „Projektowanie i realizowanie produkcji i emisji; nadawanie lub zlecenie do emisji programów (...) o treści kulturalnej i międzynarodowej w najszerszym tego słowa znaczeniu, mogących wspierać proces porozumienia i zbliżenia między narodami w Europie”⁷¹.

W listopadzie 1991 roku odbyła się Konferencja programowa, która zatwierdziła pierwsze produkcje audiowizualne (oddelegowane do La Sept Cinema, przedsiębiorstwa produkcji audiowizualnych).

30 maja 1992 roku ARTE rozpoczęła działalność antenową od uroczystej gali (*live*) z Opery w Strasburgu, w której wzięli udział liczni znani artyści, tacy jak: Gerard Depardieu, Hanna Schygula, Mściśław Roztropowicz, Yve Lecoq, Karine Saportai.

„Idea takiej telewizji, która rodziła się przez wiele lat, na początku wydawała się mało realna” – mówił założyciel i pierwszy dyrektor ARTE GEIE Jérôme Clément, a jego wypowiedź umieszczona jest w raporcie

⁷⁰ *Contrat de formation*, 30.04.1991, oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: https://www.arte.tv/sites/corporate/files/20110622_arte_contrat_de_formation_fr1.pdf (dostęp 12.10.2017).

⁷¹ Ibidem.

zatytułowanym *Utopia stała się rzeczywistością*, opublikowanym z okazji dziesięciolecia istnienia ARTE⁷².

2.1.6. Stacja telewizyjna La Sept – etap przejściowy w procesie tworzenia ARTE

Według Jean'a Michela Meurice'a, powstanie ARTE wymagało „kilku źródeł inspiracji”⁷³. W powstaniu ARTE pewną rolę odegrał brytyjski kanał Channel 4 (nazwa oficjalna: Channel Four Television Corporation). To brytyjski nadawca publiczny, trzeci co do wielkości podmiot na brytyjskim rynku telewizyjnym (pod względem udziału i zasięgu), a 100% jego udziałów należy do brytyjskiego Ministerstwa Skarbu. Chodziło o pewien medialny model, na którym można by się wzorować.

Channel 4 powstał w 1982 roku i, podobnie jak BBC, koncentruje się na realizacji „misji publicznej”, którą określa w szczególach ustawa z 2003 roku⁷⁴. Powołany został, aby dostarczać program określony jako misja publiczna. Jest więc w programach Channel 4 stosunkowo dużo programów informacyjnych i edukacyjnych, produkcji europejskich, prezentujących szeroką gamę tematów i utrzymanych na wysokim poziomie. Jego ramówkę programową charakteryzuje wysoka kultura: w większości są to audycje o tematyce związanej ze sztuką, muzyką, ale prezentuje także osiągnięcia światowego kina⁷⁵.

Channel Four Television ma świadczyć ustawowe usługi publiczne w dziedzinie audiowizualnej, a jego rolę i status wyznacza piętnaście elementów. Oto niektóre z nich: bądź innowacyjny i wyróżniaj się oryginalnością; stymuluj debatę publiczną na temat istotnych i ważnych zagadnień współczesnych; odzwierciedlaj w programach TV „różnorodność kulturową GB”⁷⁶.

Program tej stacji skierowany jest do szerokiego spektrum odbiorców, zróżnicowanych pod względem poziomu intelektualno-kulturalnego. Realizuje programy wysokiej jakości, które wyróżnia wyjątkowy i unikatowy charakter. W jego ramówce dominującym elementem jest czynnik

⁷² Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_FR.pdf (dostęp 12.09.2019).

⁷³ J. M. Meurice, *La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs*, „Télévision” 2011/1, s. 35–51, źródło: <https://www.cairn.info/revue-televison-2011-1-page-35.htm> (dostęp 15.07.2017).

⁷⁴ *Communications Act*, 2003, źródło: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents> (dostęp 15.07.2017).

⁷⁵ L. Słupek, *Rynek mediów w Wielkiej Brytanii, wybrane zagadnienia*, Kraków 2004, s. 46–49.

⁷⁶ F. Balle, *Media et societe*, Lextenso editions, s. 377.

edukacyjny⁷⁷. Nie produkuje sam programów, ale je zamawia (w przeciwieństwie do BBC czy SKY TV, gdzie w 100% to brytyjskie programy zrealizowane przez brytyjskie firmy producenckie). W ten sposób wspiera szeroki wachlarz firm producenckich na całym świecie, współpracując z dużą liczbą małych i średnich producentów audiowizualnych. Natomiast istotne różnice między BBC a Channel 4 wyznacza sposób finansowania: Channel 4 utrzymuje się z reklam, a BBC z abonamentu RTV.

Meurice zaznacza, że twórców nowej francusko-niemieckiej stacji kultury łączyła z brytyjskim nadawcą wspólna idea humanistycznego podejścia do współczesnych mediów, a w szczególności ta część jej misji, która koncentruje się na roli edukacyjnej i na dotarciu do jak najszerszego kręgu widzów, aby kształtować ich wrażliwość i uczyć myślenia. Dlatego w pierwszej kolejności inspiracją dla ARTE miała być ta właśnie brytyjska stacja telewizji publicznej⁷⁸.

Jak pisze Lucile Maitre: „u podstaw kreacji ARTE leżało powstanie tej francuskiej stacji kulturalnej (La Sept), to z niej zrodził się pomysł stacji prawdziwie europejskiej, a pionierami takiego wspólnego działania miały być Francja i Niemcy⁷⁹”. To oznacza, że wkroczone na drogę, która w krótkim czasie doprowadziła do powstania ARTE.

W latach 80. XX wieku, w obliczu konkurencji ze strony produkcji amerykańskich, europejscy twórcy telewizyjni starali się wspierać produkcję i obieg programów na rynku europejskim. Istniała potrzeba wsparcia dla rodzimej twórczości i trudności dotyczące tworzenia europejskiego obszaru audiowizualnego⁸⁰.

Powołanie do życia w 1986 roku francuskiej telewizji kultury La Sept (Europejskie Stowarzyszenie Programów Telewizyjnych – „Siódemka”)⁸¹ nastąpiło, ponieważ prezydent Francji François Mitterrand był głęboko przekonany, że telewizja może pozytywnie wpływać na świadomość obywateli, a w szczególności – może odegrać pozytywną rolę w procesie integracji europejskiej i zbliżenia francusko-niemieckiego, dlatego dał wyraźny sygnał, by stworzyć europejską przestrzeń audiowizualną, która wzmocniłaby europejską tożsamość.

⁷⁷ Oficjalna strona telewizji Channel 4, źródło: <https://www.channel4.com/corporate/about-4/who-we-are/what-is-channel-4> (dostęp 12.10.2018).

⁷⁸ J. M. Meurice, *La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs*, „Télévision” 2011/1, s. 35–51, źródło: <https://www.cairn.info/revue-television-2011-1-page-35.htm> (dostęp 15.07.2017).

⁷⁹ L. Maitre, *Arte: la promotion du civisme en question?*, Lyon 2011, s. 27, źródło: http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2011/maitre_1/pdf/maitre_1.pdf (dostęp 12.02.2019).

⁸⁰ L. Pierre, *La Sept et le projet de chaîne culturelle européenne*, „Relations internationales” nr 2/126, Paryż 2006, s. 97–110.

⁸¹ Źródło: INA (Francuskie Archiwum Audiowizualne), materiał filmowy: <https://www.ina.fr/video/CAB89021415> (dostęp 12.10.2018).

Dopiero po 23 latach monopolu państwowego podjęto decyzję o wykozystaniu kultury i edukacji w misji służby publicznej w ścisłej współpracy i pomiędzy Niemcami a Francją podpisano umowę międzypaństwową⁸². W lipcu 1985 roku rząd francuski ogłosił utworzenie nowego kanału publicznego, inspirowanego raportem Pierre'a Desgraupes'a i pomysłami premiera Francji François Mitterranda. Jednak gdy 21 lutego 1986 roku powstał kanał La Sept, w formie i treści był daleki od europejskiego kanału kulturalnego zaprojektowanego przez Pierre'a Desgraupes'a.

Decyzję o rozpoczęciu działalności La Sept (*Société d'Édition de Programmes de Télévision*), francuskiego telewizyjnego kanału kultury podpisali: Laurent Fabius – Premier Francji, Louis Schweitzer – dyrektor gabinetu rządowego, Jack Lang – Minister Kultury, Georges Fillioud – Sekretarz ds. techniki i komunikacji.

Twórcy pomysłu nie chcieli stworzyć nowego kanału w oparciu o istniejącą strukturę FR3 (francuskiej sieci telewizji regionalnej), bowiem jej koszty administracyjne były bardzo wysokie (aż 86% budżetu FR3 pochłaniały koszty utrzymania stacji). Obawiali się, że braknie im funduszy na produkcję audiowizualną, a to był właśnie główny cel wyznaczony przez kreatorów nowego pomysłu. Kilkuletni okres działania i przekształceń La Sept miał stanowić później dla ARTE swoisty „poligon doświadczalny” w zakresie zarządzania stacją.

La Sept (siódemka) stawiała akcent na produkcje magazynów tematycznych, programów kulturalnych, dokumentów, retransmisji ze spektakli teatralnych i z koncertów. Powstanie francuskiej telewizji kultury, która w założeniu miała ściśle współpracować z telewizją niemiecką to miłowy krok, a jednocześnie ostatni etap przed powołaniem do życia ARTE. Jako stacja o profilu artystyczno-kulturalnym swoje programy emitowała we Francji w ramach sieci regionalnej FR3 (późniejszej France3), a w Niemczech w oparciu o dwa duże kanały telewizji niemieckiej: ZDF (ogólnoniemiecka dwójka) i ARD (ogólnoniemiecka jedynka). W 1987 roku stacja przekształciła się w stowarzyszenie ds. programów telewizyjnych. Jej udziałowcami zostali: FR3 – 45%; państwo francuskie – 25%; Radio France – 15%; INA – 15% (Narodowy Instytut Audiowizualny).

Jej pierwszym prezesem został Bernard Faire d'Arcier, a kilka miesięcy później zastąpił go Georges Duby. 23 marca 1987 roku La Sept podpisała pierwsze umowy międzynarodowe. Jej partnerami stają się: ZDF, ARD, RTBF, SSR, Danmark Radio, SVT Suisse, ORF, RTVE, ERT. W marcu 1989 roku La Sept stała się europejskim stowarzyszeniem ds. programów telewizyjnych *Société européenne de programmes de télévision* i zmienił się jej status – mogła nie tylko produkować, ale i emitować programy. Od

⁸² N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, Presses universitaires, Bordeaux 2012, źródło: <http://communicationorganisation.revues.org/2376> (dostęp 15.07.2017).

maja 1989 roku stacja nadawała trzydzieści minut programu dziennie, a w soboty jej program emitowano od godziny 15:00 do 24:00. W maju 1992 roku La Sept zamieniła nazwę na La Sept – ARTE, a w roku 2000 na Arte – France⁸³.

2.2. Fenomen ARTE

„Chciałam przypomnieć, jak unikalne i oryginalne miejsce zajmuje ARTE w świecie europejskiej publicznej radiofonii i telewizji, a zwłaszcza pośród francuskich i niemieckich nadawców publicznych. ARTE to kanał bardzo szczególny: kanał polityczny, w najlepszym tego słowa znaczeniu (...) o europejskiej misji zbliżenia narodów Europy poprzez kulturę” – stwierdziła Véronique Cayla, dyrektor ARTE France, podczas debaty senackiej w kwietniu 2019 roku⁸⁴.

Słowa Véronique Cayla nawiązywały bezpośrednio do założeń strategicznych – do misji ARTE, realizowanej od samego początku w niezmiennionej formie. Słowa „kanał polityczny, w najlepszym tego słowa znaczeniu” nawiązują do powstania ARTE, bowiem najistotniejszą rolę odegrała determinacja polityczna przywódców rządów Francji i Niemiec, którzy dążyli do wykorzystania mediów w procesie pojednania, o czym szerzej napisano w poprzednim rozdziale pracy, poświęconym początkom ARTE.

W systemie publicznej radiofonii i telewizji we Francji i w Niemczech, ARTE pozostaje „przypadkiem odosobnionym”, nie ma innej podobnej stacji, to telewizja, jakiej nie stworzono dotąd w Europie. O oryginalności ARTE świadczy wiele elementów, ale na plan pierwszy wysuwa się jej unikalny kształt prawny, na mocy którego nie podlega kontroli francuskiego organu nadzorczego mediów – CSA. Zwracała na to uwagę Véronique Cayla, podczas debaty senackiej we francuskim parlamencie w kwietniu 2019 roku, mówiąc: „Podstawą ARTE jest jej niezależność: finansowa, budżetowa, statutowa, edycyjna (*editorial*) itd. ARTE to kreacja polityczna: bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, która ją przekracza: Europę⁸⁵”. Véronique Cayla odniosła się do misji ARTE, zbudowanej wokół „dziedzictwa europejskiego”, to znaczy tych wszystkich wartości kulturalnych, historycznych, strukturalnych, które budują jedność naszego kontynentu. Europejskość to sfera wspólnych wartości łączących obywateli wspólnoty

⁸³ O. Milot, *Aux origines d'Arte... était la Sept*, „Telerama” 06.04.2011, źródło: <http://television.telerama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php> (dostęp 12.10.2019).

⁸⁴ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

⁸⁵ Ibidem.

europiejskiej. Taki program działania ARTE stanowi wsparcie dla wspólnej polityki kulturalno-społecznej Unii Europejskiej, realizowanej przez jej instytucje: Komisję Europejską, Parlament Europejski i Radę Europy.

Jak zaznaczył Emmanuel Suard, obecny dyrektor zarządzający ARTE: „nasza specyfika polega na tym, że jesteśmy jedyną telewizją prawdziwie... międzynarodową (*trans national*). Jednocześnie, w tym samym czasie – telewizją ogólną (*generalist*). Mamy w UE przykłady takich stacji jak: Deutsche Welle czy BBC World, które są międzynarodowe, ale to telewizje jednonarodowe i w dodatku są to stacje głównie o charakterze informacyjnym. Albo takie media jak Euronews – to wprawdzie stacja o charakterze międzynarodowym, ale w całości informacyjna. ARTE jest jedyną międzynarodową stacją TV i zarazem ogólną, która dociera wszędzie ze swym programem, w przekazie w sześciu językach”⁸⁶.

Chodzi o to, że żadne inne międzynarodowe stacje telewizyjne nie realizują programu w oparciu o współpracę dwóch czy kilku państw, ale pozostają mononarodowe. ARTE natomiast buduje swoją stację telewizyjną na zasadach parytetowych, wspólnie przez zespół – redakcję niemiecką i francuską. Od początku bowiem założeniem strategicznym była ścisła współpraca niemiecko-francuska, oparta na pracy „jednego przedsiębiorstwa medialnego” budowanego przez dwa zespoły, oraz realizacja i emisja programu telewizyjnego w dwóch językach. Z czasem tę zasadę dwóch języków rozszerzono o pozostałe wersje (o czym mowa w innej części pracy), w oparciu o finansowanie Komisji Europejskiej, które pozwoliło na stworzenie kilku platform językowych. Mówiąc o tym, że ARTE nie ogranicza swej oferty do programu informacyjnego, Emmanuel Suard miał na myśli to, że nie jest, jak Euronews, stacją przekazującą wyłącznie tego typu treści; wręcz przeciwnie – jej oferta jest zbudowana w oparciu o różnorodny program o charakterze „ogólnym”, to znaczy taką ofertę programową, która w swym urozmaiconym kształcie może zadowolić różnych odbiorców. Przy tym należy podkreślić, że trzon ramówki programowej tworzą audycje o charakterze kulturalnym.

O charakterze i specyfice ramówki programowej więcej napisano w następujących rozdziałach.

2.2.1. Organizacja, struktura oraz sposób funkcjonowania ARTE

Poniższa analiza stanowi omówienie organizacji i struktury ARTE w oparciu o oficjalne dokumenty stacji. Istotne informacje dotyczące organizacji

⁸⁶ Opracowano na podstawie wywiadu z Emmanuelem Suardem, przeprowadzonego w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

i struktury ARTE znajdują się na stronach korporacyjnych ARTE⁸⁷. Wszelkie informacje zapisane zostały zarówno w języku niemieckim, jak i francuskim, a te dwie korporacyjne strony ARTE nie różnią się od siebie.

Jak już wspomniano – grupa ARTE składa się z trzech podmiotów we Francji i Niemczech: jest zbudowana z centrali ARTE GEIE w Strasburgu oraz dwóch centrów wydawniczych i produkcyjnych: ARTE France w Paryżu i ARTE Deutschland TV GmbH w Baden-Baden, w pobliżu granicy z Alzacją⁸⁸. Forma prawna przyjęta dla działalności tej stacji to ARTE GEIE, czyli: „Europejskie ugrupowanie interesów gospodarczych” (*Groupement Européen d'Intérêt Économique*, w skrócie GEIE), specyficzna forma przewidziana przez prawo wspólnotowe UE. To forma prawna dotycząca prowadzenia działalności gospodarczej o charakterze ponadnarodowym, która łączy w sobie cechy spółki (jawnej) i konsorcjum. Ma na celu ułatwienie rozwijania działalności uczestników spółki oraz polepszenie lub zwiększenie jej wyników, a nie tylko osiągnięcie zysków. Te trzy jednostki są prawnie niezależne i każda z nich prezentuje bilans, rachunek zysków i strat oraz sprawozdanie z działalności. ARTE GEIE cieszy się autonomią finansową i w zakresie zarządzania⁸⁹.

2.2.2. Szczególny status prawny

ARTE posiada szczególny status prawny, nieprzystający do ogólnych regulacji, na jakich jest oparty porządek radiofonii w obu krajach, które współtworzą stację telewizyjną – we Francji i w Niemczech. Umiejętnie połączono centralistyczny system francuski i federalny niemiecki system nadawczy, dostosowując nowy model do regulacji europejskich.

Status prawny stacji można rozpatrywać jako przypadek odosobniony: ARTE nie jest kontrolowana przez CSA – *Conseil Supérieur de l'Audiotvisuel* (Wysoka Rada Audiowizualna), jak to ma miejsce w przypadku innych mediów we Francji. To nadaje jej wyjątkowy status prawny. ARTE nie jest objęta kontrolą CSA, posiada własne odrębne podmioty monitorujące, których działanie zostało określone w traktacie założycielskim. CSA jest organem sprawującym kontrolę nad wszystkimi mediami we Francji, z wyjątkiem ARTE. Misją CSA jest kontrola mediów oraz zagwarantowanie im swobody nadawania, w tym – przydział częstotliwości stacjom RTV we Francji.

⁸⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Struktura organizacyjna ARTE.tv*, źródło: <https://www.artetv.com/sites/corporate/notre-organisation/> (dostęp 01.09.2020).

⁸⁸ Ibidem.

⁸⁹ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Struktura ARTE, Kto się czym zajmuje?*, źródło: <https://www.artetv.com/sites/corporate/pl/nasza-struktura/> (dostęp 12.04.2021).

Wszystkie podstawy prawne wyznaczające model funkcjonowania ARTE są regulowane w dużej części przez zapisy w traktacie fundacyjnym (*Kontrakt założycielski*), czyli dokumencie powołującym ARTE do życia oraz w *Kontrakcie formacyjnym* (*Contrat de formation*). Traktat założycielski (*Traité interétatique*), powołujący do życia Europejski Kanał Kultury (*Chaîne Culturelle Européenne*) podpisano 2 października 1990 roku w Berlinie – w przededniu zjednoczenia Niemiec. Z jednej strony sygnowały go krajowe rządy (*Länder* – regiony niemieckie) i Rząd Republiki Federalnej Niemiec, a z drugiej – państwo francuskie, a dokładniej – przedstawiciele rządu Francji. Kilka miesięcy po podpisaniu tego dokumentu, 30 kwietnia 1991 roku ARTE zainaugurowała swą działalność. *Contrat de formation* (zmodyfikowany 9 grudnia 2009 roku), jest wynikiem wielu lat negocjacji między Francją i Niemcami, ale także wewnętrznych negocjacji z wybranymi niemieckimi landami (niezależnymi krajami związkowymi). Umowa została podpisana w pośpiechu, aby zdążyć jeszcze przed zjednoczeniem RFN i NRD, i aby uniknąć prowadzenia negocjacji *ab novo*. Chodziło o to, by umowa była obowiązująca w porządku prawnym Niemiec. Nowe landy – byłej Niemieckiej Republiki Demokratycznej (DDR) przyłączyły się do projektu ARTE, podpisując aneks do traktatu w maju 1996 roku, kiedy ARTE już nadawała program telewizyjny od czterech lat.

2.2.3. Finansowanie ARTE

Ponieważ telewizja ARTE jest osadzona w systemie mediów publicznych Niemiec i Francji, cechuje ją duża autonomia, nie tylko prawna, ale i finansowa, co wynika z faktu, że od początku swego istnienia ma zapewnione stabilne finansowane.

Podstawą finansowania telewizji publicznej w Europie był przez lata abonament RTV, natomiast prywatne stacje telewizyjne wykorzystują środki pochodzące z wpływów reklamowych. Opłaty audiowizualne są nadal podstawą finansowania mediów publicznych w większości państw Unii Europejskiej, a abonament stanowi główne źródło finansowania⁹⁰. Także we Francji wykorzystanie środków abonamentowych stwarzało przez lata stabilne podstawy finansowania mediów publicznych. Jednakże w sierpniu 2022 roku prezydent Francji Emmanuel Macron przeforsował swoją reformę bazującą na obietnicy wyborczej i *de facto* – zniósł abonament radio-telewizyjny (*la redevance audiosuelle*), zastępując go dość skomplikowanym systemem opłat.

⁹⁰ M. Baudriller, *Redevance audiovisuelle: comment font les autres pays?*, źródło: https://www.challenges.fr/media/redevance-audiovisuelle-comment-font-les-autres-pays_651645 (22.08.2020).

W ramach znowelizowanej ustawy budżetowej z 2022 roku zniesiono abonament radiowo-telewizyjny pobierany corocznie od gospodarstw domowych posiadających odbiornik telewizyjny⁹¹. Anulowanie opłaty radiowo-telewizyjnej zostało zrównoważone przekazaniem części wpływów z podatku VAT do końca 2024 roku. Ze środków tych finansowani są publiczni nadawcy telewizyjni i radiowi: France Télévisions, ARTE France, Radio France, France Médias Monde oraz Institut national de l'audiovisuel. Ich misją jest oferowanie jak najszerszej publiczności zróżnicowanej oferty programowej wysokiej jakości o walorach edukacyjnych, informacyjnych i rozrywkowych. Media te stanowią punkt odniesienia w zakresie informacji, twórczości audiowizualnej i różnorodności kulturalnej.

ARTE finansowana jest ze środków publicznych⁹²: 95% wpływów do budżetu pochodzi z opłat pobieranych w Niemczech i we Francji. ARTE nie emituje reklam, ale dopuszczalne jest częściowe dofinansowanie poprzez sponsoring. Wkład francuski i niemiecki do budżetu ARTE są parytetowe, a obaj partnerzy są reprezentowani na Walnym Zgromadzeniu ARTE GEIE, gdzie wspólnie głosują nad biznesplanem i budżetem, który w 2018 roku wynosił 135,04 mln euro⁹³. ARTE France i ARTE Deutschland zapewniają taką samą liczbę programów: po 40%. ARTE GEIE i jej europejscy partnerzy dostarczają pozostałe 20%⁹⁴. W zależności od specyfiki produkcji audiowizualnej w Niemczech i we Francji, są to w większości produkcje własne lub zakupione, bądź uzyskane w koprodukcji z partnerskimi telewizjami ARTE.

Wszyscy publiczni nadawcy radiowi i telewizyjni – w tym ARTE France – zawierają z państwem umowę w sprawie celów i środków (*Contrat d'objectifs et de moyens* – COM) na okres kilku lat, w której określa się strategię nadawcy i wysokość przyznanych środków. Stabilne finansowanie, pochodzące w przeważającej części ze środków publicznych sprawia, że ARTE nie musi konkurować z innymi podmiotami, obecnymi na rynku mediów prywatnych i publicznych. Powinna natomiast wykazywać, że jej misja i strategia cały czas są zgodne z przyjętymi założeniami, wpisanymi w dokumenty założycielskie. I choć stacja ta prezentuje stałe, ale dość niskie wyniki oglądalności (3% we Francji oraz 1,8 % w Niemczech), to nie ma to wpływu na wysokość jej budżetu, ani nie zakłóca płynnego i stabilnego procesu finansowania działalności ARTE. Oglądalność nie jest w tym przypadku czynnikiem wpływającym na wysokość budżetu.

⁹¹ Oficjalna strona ARTE, *Źródła finansowania*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/zrodla-finansowania/> (dostęp 12.10.2023).

⁹² Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte.tv – Finansowanie*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/de/corporate/finanzierung/> (dostęp 11.02.2020).

⁹³ Ibidem.

⁹⁴ Ibidem.

Od czego to zależy? We Francji inaczej przyznaje się środki na media publiczne niż w Niemczech. W Niemczech finansowanie ARTE Deutschland odbywa się w ramach procedur przyznawania środków publicznych stacjom RTV. Umowa między niemieckimi landami określa finansowanie nadawania publicznego na okres czterech lat. Kwota opłaty za nadawanie jest proponowana przez *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (Komisję ds. Ustalania Potrzeb Finansowych, w skrócie – KEF). Jest to niezależny organ, który analizuje potrzeby poszczególnych nadawców.

Od strony regulacji prawnych we Francji finansowanie ARTE, tak jak i pozostałych publicznych kanałów telewizyjnych objęte jest Umową w sprawie celów i środków (*Contrat d'Objectifs et de Moyens – COM*)⁹⁵, zawartą z państwem francuskim na okres pięciu lat. Podział wkładu do publicznego sektora audiowizualnego jest zatwierdzany co roku przez parlament francuski w ramach głosowania nad ustawą budżetową⁹⁶.

2.2.4. Budżet, niezależność finansowa i zarządcza ARTE

Tabela 3. Podział finansów ARTE (w mln euro), roczny budżet za rok 2022⁹⁷

wkład ARTE Francja	69,655 mln euro	program	65,795 mln euro
wkład ARTE Niemcy	69,655 mln euro	zatrudnienie/personel	48,798 mln euro
przychody własne i inne	7,590 + 2,061 mln	inne	48,798 + 20,148
Projekty europejskie	1,439 mln euro	razem	148,961mln eu

Źródło: opracowanie własne.

Wkład Francji i Niemiec pod względem wielkości programu jest oparty na zasadach parytetu. Francuski i niemiecki dział ARTE dostarczają taką samą liczbę programów, które produkują lub kupują zgodnie z organizacją publicznego nadawania i specyficznymi metodami produkcji we Francji i w Niemczech. Każdy z oddziałów zapewnia 40% programów, pozostałe 20% jest zapewnione przez ARTE GEIE i partnerów europejskich. ARTE jest kanałem publicznym i nie nadaje reklam, ale rozwija swoje własne dochody, w szczególności poprzez poszukiwanie sponsorów.

⁹⁵ Francuskie Ministerstwo Kultury, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/Ressources-documentaires/Discours-de-ministres/Discours-de-ministres-depuis-1998/Frederic-Mitterrand-2009-2012/Articles-2009-2012/Contrat-d-objectifs-et-de-moyens-d-ARTE-France>.

⁹⁶ Źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/de/finanzierung/> (dostęp 12.08.2022).

⁹⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte.tv – Finansowanie*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/zrodla-finansowania/> (dostęp 11.02.2023).

ARTE France (dawniej La Sept, a następnie La Sept-Arte), z siedzibą w Issy-les-Moulineaux: 45% udziałów należy do France Télévisions, 25% do państwa francuskiego, 15% do Radio France i 15% do INA.

ARTE Deutschland – nadawcy radiowi i telewizyjni ARD: Bawarska Korporacja Nadawcza (BR), Heska Korporacja Nadawcza (HR), Środkowoniemiecka Korporacja Nadawcza (MDR) oraz Druga Telewizja Niemiecka (ZDF), Deutschlandradio.

2.3. Misja ARTE

2.3.1. Komunikacja międzykulturowa i kompetencje międzykulturowe w kontekście ARTE

„Zakotwiczona w teraźniejszości i otwarta na świat ARTE jest kanałem, który sprawia, że chcesz się uczyć i odkrywać, że wzbogaca intelektualnie i wspiera kulturę, od najbardziej klasycznej do najbardziej popularnej”⁹⁸ – podkreśla Ilrico Gaertner, autorka *ARTE – la chaîne binationale (ARTE – telewizja dwunarodowa)*.

Z takiego podejścia wynika wyjątkowość i niepowtarzalność ARTE, której działalność mocno wpisuje się w misję mediów publicznych opartą na realizacji programów kulturalnych. I temu podporządkowano wszystkie elementy stacji: zarówno strukturę, zarządzanie firmą (francusko-niemiecki *team*, współpracujący na zasadach parytetu we wszystkich dziedzinach), jak i sposób budowania ramówki oraz wspólnego decydowania o zawartości programu telewizyjnego.

„Kulturowy wymiar programów ARTE wzbudzał sceptycyzm. Dla wielu stworzenie wysokiej jakości telewizji dwunarodowej to był projekt utopijny, ponieważ media telewizyjne wydawały się nieodłączne od narodowych kultur i nawyków (...)”⁹⁹. O pierwotnym braku zaufania i wręcz złym nastawieniu do tego medium określanego mianem eksperymentu, fanaberii... rozpisywała się szeroko prasa po obu stronach Renu, co szerzej zostało opisane w rozdziale poświęconym genezie ARTE. Niewielu wierzyło, że projekt odniesie sukces i uda się stworzyć dwunarodową telewizję europejską, zajmującą się kulturą. Dlatego Jérôme Clément – jej założyciel i pierwszy dyrektor – pisał we wstępie do podsumowania dziesięcioletniej działalności kierowanej przez siebie stacji, że: „utopia stała się rzeczywistością”¹⁰⁰.

⁹⁸ I. Gartner, *ARTE – La chaîne binationale*, GRIN Verlag, Monachium 2012, źródło: <https://www.grin.com/document/207613> (dostęp 12.04.2019).

⁹⁹ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_FR.pdf (dostęp 06.12.2018).

¹⁰⁰ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Raport 10-lecie ARTE*, źródło: <https://www.arte.tv/>

„Dziś ARTE nie jest już utopią, jej imię jest synonimem kreatywności i jakości” – mówił Jérôme Clément¹⁰¹. Proces ten trwał kilka lat, aż wypracowano pewien rodzaj współpracy francusko-niemieckiej, który stał się modelem rozwijanym i udoskonalanym przez lata. Kreatywność stacji wyrażała się nie tylko w jej założeniach programowych – ze względu na „kulturalny *content*” był to projekt wyjątkowy, ale i z powodu pierwotnego założenia, że stacja o wydzwiku europejskim musi sięgać po najnowocześniejsze środki technologiczne, by wypracować dla siebie miejsce na mapie medialnej Europy oraz by w pełni zaistnieć, choć przekazywane treści programowe nie mają nic wspólnego z tzw. gustami szerokiej widowni.

W opinii Aleksandry Gałki „ARTE to telewizja wyjątkowa z uwagi na jej misyjność oraz na sposób finansowania i transnarodowość, przejawiająca się jej dwujęzycznością: telewizja ARTE to wspólny mianownik dla międzynarodowości i międzykulturowości”¹⁰².

2.3.1.1. Francusko-niemiecki dualizm ARTE

ARTE to przykład efektywnej współpracy francusko-niemieckiej, traktowanej jako wyzwanie w zakresie komunikacji międzykulturowej. W tym sposobie myślenia i co najważniejsze – wspólnego działania, „kultura” łączy się z pojęciem „Europa”.

Dlatego ARTE – medium ponadnarodowe stało się dla wielu ekspertów okazją do analizy w kontekście „międzykulturowości i wielokulturowości” tej stacji telewizyjnej. Niektórzy traktowali „przypadek ARTE” jak poligon doświadczalny do badań nad fenomenem współpracy międzynarodowej w dziedzinie mediów¹⁰³.

Zjawisko dualizmu kulturowego to formotwórcza siła stacji – ukazuje, w jaki sposób zderzają się tu: centralizm francuski z federalizmem niemieckim. Ten „poligon doświadczalny” był swoistą „szkołą” radzenia sobie z różnorodnością kulturową, organizacyjną i językową, co podkreślał Jérôme Clément¹⁰⁴: „To, co na początku wydawało się głównym utrudnieniem

sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_FR.pdf (dostęp 12.10.2019).

¹⁰¹ Ibidem.

¹⁰² A. Gałka, *Telewizja ARTE – wspólny mianownik dla międzynarodowości i międzykulturowości*, red. J. Adamowski, A. Jaskiernia, w: *Nowe wymiary medialnej komunikacji międzykulturowe*, seria *Media początku XXI wieku*, tom 24, Instytut Dziennikarstwa UW, Warszawa 2014, s. 11–15.

¹⁰³ Ch. Barmeyer, *Kultur in der Interkulturellen Kommunikation*, w: *Kultura w komunikacji międzykulturowej*, Passawa 2018, s. 63–73.

¹⁰⁴ G. Langenstein, J. Clément, *Arte programme 20 ans*, w: *La lettre de l'audiovisuel*, Presse technique et professionnelle 2010, źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=Xva-atvxzWLC> (dostęp 14.09.2018).

i barierą – okazało się największym atutem ARTE (...) i pozwoliło na przekraczanie barier kulturowych i językowych” – zaznaczał Clément¹⁰⁵.

Pokonanie i przezwyciężenie różnic wynikających z odmiennego podejścia do rozmaitych zagadnień – zarówno po francuskiej, jak i po niemieckiej stronie, pozwoliło otworzyć się na nową wartość, a eksperyment okazał się niezwykle owocny. Ale Clément wspominał także o tym, że to dochodzenie do konsensusu i osiągnięcie wspólnego modelu zajęło wiele lat i było procesem niezwykle skomplikowanym, wypracowywanym każdego dnia¹⁰⁶.

2.3.1.2. Kompetencje międzykulturowe

„Fundamentem edukacji międzykulturowej jest wizja świata, w którym prawa człowieka są powszechnie przestrzegane, a wszyscy mają zagwarantowaną możliwość korzystania z mechanizmów demokratycznej partycypacji i dobrodziejstw rządów prawa”¹⁰⁷.

Zanim przejdziemy do opisu wytycznych programowych związanych z misją ARTE, należy podkreślić znaczenie wartości związanych z międzykulturowością. To ściśle wiąże się także z określeniem pojęć związanych z kulturą w mediach oraz odpowiedzią na pytanie: czym są „kompetencje międzykulturowe”? Kompetencje międzykulturowe są trudne do opisanie, a mimo, że były już przedmiotem wielu definicji, nie łatwo dokładnie określić, czym jest międzykulturowość¹⁰⁸.

Międzykulturowość można zdefiniować jako mieszkankę kultur, co oznacza: spotkanie, połączenie różnych kultur, czy to w dyskursach językowych, czy też w wyniku działań. Ochrona i promowanie różnorodności form wyrazu kulturowego wpisano nawet w konwencję UNESCO¹⁰⁹. Małgorzata Bogunia-Borowska we wstępie do książki *Fenomen telewizji* pisze: „Telewizja jest społecznym i kulturowym fenomenem, a obecnie znajduje się w dynamicznej fazie zmian, dotyczących wielu aspektów jej

¹⁰⁵ Ibidem.

¹⁰⁶ J. Clément, *La création est au cœur de la mission d'ARTE*, 2007, źródło: <https://www.euractiv.fr/section/langues-culture/interview/jerome-clement-la-creation-est-au-c-ur-de-la-mission-d-arte-fr/> (dostęp 09.07.2017).

¹⁰⁷ *Kompetencje międzykulturowe dla wszystkich*, red. O. Styslavska, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2014, s. 13.

¹⁰⁸ D. Wiegmann, *Die Herausforderungen der interkulturellen Kommunikation für den Europäischen Kulturkanal ARTE*, red. H. Rösch, Universitätsbibliothek Leipzig, źródło: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:15-qucosa-124520> (dostęp 18.04.2019).

¹⁰⁹ Konwencja UNESCO: „Różnorodność kulturowa może być chroniona i promowana jedynie wtedy, gdy zagwarantowane są prawa człowieka i podstawowe wolności, takie jak wolność wypowiedzi, informacji i komunikowania, a także gdy jednostka ma możliwość wyboru form wyrazu kulturowego”, źródło: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (dostęp 08.05.2019).

funkcjonowania”. Koncepcje kulturowe, jakie kiedykolwiek powstały, były zdefiniowane w zależności od dyscypliny naukowej. Sam rozwój ARTE związany jest z procesem konwergencji mediów, którego efektem jest m.in. powiązanie problemów różnorodności kulturowej z zagadnieniem kontroli nad międzynarodowymi przepływami medialnymi oraz kwestiami ich równowagi¹¹⁰.

Międzykulturowość (*inter-culturalisation*) rodzi różne konsekwencje, ale może przyczynić się do pobudzenia procesu ciągłego uczenia się – rozwoju umiejętności, ponieważ występują one, przede wszystkim, w interakcjach społecznych, szczególnie zawodowych i organizacyjnych¹¹¹. Możliwe są dwa podejścia do kompetencji międzykulturowych: pierwsze to orientacja gospodarcza – integruje ideę efektywności w komunikacji, a także w osiąganiu celów współpracy międzykulturowej; kompetencje i wydajność są ściśle ze sobą powiązane. Drugie podejście wynika z humanistycznej tradycji nauk o kulturze i antropologii. Zakłada, że poprzez kontakty kulturowe możliwy jest humanistyczny rozwój jednostek, który dąży do harmonijnego i pokojowego współżycia między ludźmi. Zgodnie z tym modelem kompetencje międzykulturowe występują w trzech wymiarach: emocjonalnym, poznawczym i behawioralnym¹¹².

W przekazie medialnym zdarza się, że to właśnie kultura jest głównym tematem komunikacji międzykulturowej¹¹³, czego przykładem jest telewizja ARTE. Jej głównym formotwórczym polityczno-programowym założeniem jest osiągnięcie porozumienia w sferze międzynarodowej, między dwoma państwami zwaśnionymi i skonfliktowanymi od wieków: Niemcami i Francją.

Christoph Barmeyer i Eric Davoine podkreślają, że: „Analiza mediów międzykulturowych ma na celu badanie zjawisk i procesów transferu kulturowego, mieszania kultur i synkretyzmu kulturowego w różnych mediach komunikacyjnych”¹¹⁴. Dwunarodowość ARTE traktują oni jako swoisty poligon doświadczalny w dziedzinie rozwoju interkulturowego, w kontekście zarządzania firmą i binatonałnych aspektów ARTE. Barmeyer zauważa, że choć czasami powstaje wrażenie, iż tożsamość europejska jest odrębna i niezależna od tożsamości narodowej, w rzeczywistości są one komplementarne.

¹¹⁰ Ibidem.

¹¹¹ Ibidem.

¹¹² C. Barmeyer, E. Davoine, *Le développement collectif de compétence interculturelle dans le contexte d'une organisation binationale: le cas ARTE*, „Gérer et Comprendre” nr 107, Passawa 2012, s. 64.

¹¹³ Ch. Barmeyer, *Kultur in der Interkulturellen Kommunikation*, w: *Kultura w komunikacji międzykulturowej*, Passawa 2018, s. 63–73.

¹¹⁴ Ibidem.

Stosunki kulturowe między Niemcami a Francją nabrały istotnego znaczenia po 1945 roku – co zauważa Dietlind Wiegmann¹¹⁵. Zaczęto budować porozumienie oparte nie tylko na wprowadzaniu politycznych procesów pokojowych i nowych regulacji prawnych, ale także rozszerzaniu sfery międzynarodowej, opartej na współpracy kulturalnej pomiędzy Francją a Niemcami, co uzupełniało inne procesy współpracy, na przykład w sferze ekonomicznej. Oba państwa na początku budowania wspólnoty europejskiej zaczęły odgrywać w Europie rolę „lokomotywy napędowej”.

Pierwsza bilateralna umowa kulturalna została podpisana przez kanclerza Niemiec Konrada Adenauera i francuskiego premiera Pierre’a Mendès’a 23 października 1954 roku – wówczas to podpisano dokument o współpracy w sektorze kultury¹¹⁶. Umowa ta zawierała także promesę dotyczącą możliwości dystrybucji dóbr kultury oraz wymiany programów radiowych i telewizyjnych. Najważniejsze wydaje się przyjęcie dwustronnej umowy o przyjaźni – *Traktatu elizejskiego*, autorstwa kanclerza Konrada Adenauera i prezydenta Charles’a de Gaulle’a, którą podpisano 22 stycznia 1963 roku¹¹⁷.

To był początek zinstytucjonalizowanej współpracy między tymi dwoma państwami. Późniejszy proces budowania dwunarodowej telewizji, rozpoczęty w latach 80. XX wieku, który służył zbliżeniu międzynarodowemu w kontekście pogłębiającej się europejskiej integracji, doprowadził do stworzenia ARTE, wpisał się w ten proces – pogłębiania relacji i budowania przyjaźni francusko-niemieckiej.

Jeśli już wielowarstwowa koncepcja kultury jest trudna do uchwycenia, to w przypadku takiego kanału kulturowego jak ARTE widać to jeszcze wyraźniej. Wspólne oświadczenie francusko-niemieckie w sprawie założeń dotyczących kanału kultury telewizyjnej, „programu opartego na szerokiej koncepcji kultury”, jest ostrożne nawet wobec definicji UNESCO¹¹⁸. A budowanie wspólnego kanału kulturalnego w dwóch kulturach i w dwóch językach¹¹⁹ wymagało od protoplastów ARTE wypracowania wspólnej koncepcji oraz lepszego zrozumienia określeń i definicji związanych z samym pojęciem „kultura”.

¹¹⁵ W. Dietlind, *Die Herausforderungen der interkulturellen Kommunikation den Europäischen Kulturkanal* Universität Leipzig Verlag, Lipsk 2013.

¹¹⁶ A. Dulphy, Ch. Manigand, *Entretien avec Georges Berthoin*, „Histoire et Politique”, nr 1, tom 10, 2010.

¹¹⁷ *Le traité d'amitié franco-allemand – Traité de l'Élysée*.

¹¹⁸ Opracowano na podstawie: Definicja kultury w opracowaniu UNESCO: „Kultura, w najszerszym tego słowa znaczeniu, jest uważana za zbiór cech wyróżniających, duchowych i materialnych, intelektualnych i emocjonalnych, które charakteryzują społeczeństwo lub grupę społeczną. Obejmuje ona, oprócz sztuki i liter, styl życia, podstawowe prawa człowieka, systemy wartości, tradycje i przekonania”, źródło: <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/themes/definition-de-la-culture-par-l-unesco.html> (dostęp 12.03.2019).

¹¹⁹ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.

Różnice kulturowe są powiązane z różnymi stylami komunikacji, które są określane – w pewnym stopniu – przez cechy narodowe¹²⁰. Niemcy mają znacznie szersze i bardziej otwarte podejście do kultury, uwzględniające aspekt społeczny. Kultura dla Niemców postrzegana jest w sposób bardziej ogólny jako całościowy proces, dzięki czemu można osadzić wybrany temat w szerszym kontekście. Termin niemiecki odnosi się bowiem przede wszystkim, w wąskim znaczeniu, do tak zwanych sztuk plastycznych, natomiast w szerszym ujęciu obejmuje „całość typowych form życia większych grup, w tym ich czynności umysłowe, zwłaszcza nastawienie na wartości”¹²¹. Francuska definicja słowa „kultura” nie odpowiada bowiem definicji niemieckiej. Dla Francuzów rozumienie słowa „kultura” wiąże się zazwyczaj z kulturą wysoką lub sztuką *beaux-arts* (sztuki piękne)¹²².

Kolejna różnica polega na stylu komentowania: Niemcy często stosują formę komentarza, która jest obca dziennikarzom francuskim. Ten niejasny standard prowadzi do zasadniczo różnych koncepcji programu telewizyjnego. Podczas gdy kultura dla niemieckich uczestników powinna „odnosić się do wszystkich form życia i treści”, w ujęciu francuskim to raczej „programy kulturalne o charakterze konwencjonalnym”: koncerty, transmisje wydarzeń teatralnych, poetyckich lub baletowych, programy dokumentalne, dydaktyczne i edukacyjne dotyczące nauki, historii lub sztuki. Niemcy określają kwestie kulturowe, używając pojęcia *Kulturbe-griff* (koncepcja kultury).

Ciągła konfrontacja z innymi poglądami, z podejściem francuskiego i niemieckiego partnera i wynikające z tego kwestionowanie własnego kulturowego lub międzykulturowego mianownika, pozwoliły ARTE na zbudowanie paneuropejskiej komunikacji w obrębie dwukulturowego kanału. Jednakże nie odbyło się to bez pełnego zaangażowania w codzienną pracę, zgodną z wytyczonym celem: „niemiecko-francuska współpraca ARTE rodziła się w ciągu długich lat codziennej pracy. Aby się lepiej poznać, zrozumieć i zaakceptować różnice, uczynić z nich siłę stacji, pracować w poczuciu wzajemnego zaufania, to efekt, którego nie osiąga się z dnia na dzień, ale trzeba go wypracować wspólnie, bo na początku nie było to takie naturalne”¹²³. Clément zaznaczył także, że Francja i Niemcy, działając razem, są wspólnie mocniejszą siłą, nie tylko w dziedzinie audiowizualnej.

¹²⁰ O rozbieżnościach związanych z pojęciem „kultura” napisano w rozdziale *Geneza powstania ARTE*.

¹²¹ *Media Governance in Europa. Regulierung – Partizipation – Mitbestimmung*, w: *Medienwissenschaft*, red. Kübler, Kleinstauber 2012, s. 186–190.

¹²² *Ibidem*.

¹²³ Opracowano na podstawie wywiadu *Gottfried Langenstein Jérôme Clément, patrons d'Arte programme 20 ans*, w: *La lettre de l'audiovisuel – Presse technique et professionnelle* 2010, źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=XvaatvxWLc> (dostęp 14.09.2018).

2.3.2. ARTE – laboratorium Europa

Wszelkie różnice dotyczące pojęcia „kultura” w przypadku ARTE okazały się mało istotne: nie przeszkodziły jasnemu określeniu misji oraz wzbogacaniu oferty programowej. Poza twórczym poszukiwaniem akceptowanego i międzykulturowego języka telewizyjnego – powszechnie zrozumiałego, zasadą ARTE jest tak zwane „skrzyżowanie spojrzeń” (*regard croisé*). Jak to należy rozumieć? Chodzi o to, że każdy wybrany temat powinien być zawsze pokazywany z różnych stron – ze strony niemieckiej i francuskiej, ale także z punktu widzenia innych państw i kultur. Redaktorzy ARTE określają jej misję, przywołując tytuł jednego z programów *regard croise* („skrzyżowanie spojrzeń”), który oznacza zdolność do pokazywania i postrzegania danego problemu, zjawiska, fenomenu z kilku perspektyw.

To nawiązanie do sposobu, w jaki podchodzi się w ARTE do problemów wielokulturowości, starając się przedstawić pełny i wielokierunkowy punkt widzenia. Pełny wyraz tej postawy znalazł odzwierciedlenie w europejskim programie *Karambolage*, w którym w humorystycznej formie autorzy ukazują specyfikę francuskiej i niemieckiej kultury codziennej, związaną z nawykami, stereotypami i zderzeniem (stąd tytuł) po obu stronach Renu.

ARTE jest „zharmonizowanym wynikiem procesu hybrydowego”, a przyczyniły się do tego niemiecka i francuska koncepcja kultury i „kultura telewizyjna” – pisał Christoph Barmeyer¹²⁴. Dwukulturowość wzbogaca ARTE i zwiększa jej wydajność, ponieważ punkty widzenia, tryby działania i metody stają się bardziej zróżnicowane. Ten swoisty fenomen, polegający na dwunarodowości, wyraża się na różne sposoby:

- to trójpodział instytucjonalny i rodzaj zarządzania, wynikający z podziału – ARTE GEIE, Arte France, Arte Deutschland;
- to dwujęzyczny program telewizyjny, nadawany po francusku i niemiecku od samego początku jej istnienia;
- to system prawny i struktura firmy, w której obowiązuje parytetowy udział w zarządzaniu stacją zarówno przez Niemców, jak Francuzów¹²⁵.

Liane Rothenberger w studium dotyczącym interkulturowych aspektów ARTE zwraca uwagę na strukturę tej stacji, z personelem francuskim i niemieckim. Według autorki, ARTE jako dwunarodowa stacja z francuskim i niemieckim personelem (*binationally organised channel*), wydaje się idealnym obiektem do analizy „dualizmu”, bowiem zmaga się z trudnoś-

¹²⁴ Ch. Barmeyer, *Interkulturelle Kommunikation und Kulturwissenschaft*, Karl Stutz, Pasawa 2011, źródło: https://www.researchgate.net/publication/281069165_Kultur_in_der_Interkulturellen_Kommunikation (dostęp 21.07.2020).

¹²⁵ Ibidem.

ciamy wynikającymi z koordynacji dwóch społeczności oraz z medialnymi realiami Francuzów i Niemców¹²⁶.

Duża liczba pracowników ARTE doświadczyła socjalizacji wielokulturowej organizacji w konsekwencji realizacji własnej ścieżki kariery: szkoleń, staży i doświadczeń zawodowych, które miały miejsce w różnych krajach, co może prowadzić do tworzenia złożonej tożsamości kulturowej. Pracownicy ARTE znają dobrze języki obce, a właśnie znajomość języka pozwala im otworzyć się na kontekst kulturowy i społeczny drugiego kraju oraz pobudza ciekawość wobec innych. To podejście do kultury wyznacza kompetencje międzykulturowe organizacji, jest również kwestią wyboru, a nie tylko rozwoju organizacyjnego. Styl pracy w ARTE – w przedsiębiorstwie ze zdefiniowaną społecznie i politycznie nadbudową, można analizować w kontekście federalizmu i centralizmu¹²⁷.

Według Christophera Barmeyera nawet sama struktura stanowisk pracy w ARTE budowana jest zgodnie z zasadami parytetu francusko-niemieckiego¹²⁸. Każdy szef ma swego odpowiednika – przedstawiciela innej narodowości. Parytet dotyczy ogółu zatrudnionych, a nie tylko ob-sady na stanowiskach menadżerskich, takich jak: Komitet Doradczy ds. Programu, Komitet Zarządzający i Zgromadzenie Ogólne ARTE. W rezultacie wszyscy pracownicy odgrywający rolę przywódczą są w ciągłej międzykulturowej komunikacji zaangażowani w procesy negocjacyjne, które prowadzą do zaakceptowania możliwie najlepszego rozwiązania dla obu stron. To odróżnia ARTE od innych monokulturowych organizacji medialnych i pokazuje, w jaki sposób można zrównoważyć cechy narodowych systemów medialnych i jak można je wykorzystać do tworzenia międzykulturowości strukturalno-organizacyjnej.

Dwaj cytowani badacze niemieccy – Christopher Barmeyer i Eric Davoine, przeprowadzili wywiady z trzydziestoma francuskimi i niemieckimi menedżerami firmy, było to: jedenastu niemieckich menedżerów i dziewiętnastu menedżerów francuskich; trzynaście kobiet i siedemnastu mężczyzn; szesnaście osób związanych z programem oraz czternastu pracowników administracji. Pracownicy ci zbudowali swoją karierę w kontekście specyficznej interakcji, w konfrontacji dwóch kultur narodowych. Charakterystyczna jest jedna z wypowiedzi: „Myślę, że różnice francusko-niemieckie mają mniejsze znaczenie, bo współpracujemy ze sobą przez długi czas i nauczyliśmy się rozumieć nawzajem”¹²⁹. Wniosek, jaki płynie

¹²⁶ L. Rothenberger, *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspects at micro, meso and macro level at the European Culture Channel ARTE*, źródło: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=424 (dostęp 12.05.2019).

¹²⁷ Ibidem.

¹²⁸ Ch. Barmeyer, *Kultur in der Interkulturellen Kommunikation*, w: *Kultura w komunikacji międzykulturowej*, Passawa 2018, s. 63–73.

¹²⁹ Ch. Barmeyer, E. Davoine, *Le developpement collectif de competences interculturelles*

z tego badania jest następujący: pierwszym czynnikiem kompetencji międzykulturowej jest kultura organizacyjna ARTE – młodej firmy z bardzo niskim poziomem rotacji personelu, w tym także wśród kierowników, którzy często wspinają się po hierarchicznej drabinie firmy – stwierdza Barmeyer.

Rothenberger zauważa, że ARTE mieści pod jednym dachem dwie kultury – łaćską i germańską, które są tak odległe od siebie, że nawet zrozumienie, co oznacza słowo „kultura” jest inne: „ARTE stara się oferować zrównoważony udział programów niemieckich i francuskich, dążąc także w ten sposób do zmniejszania wpływu programów amerykańskich, aby przesunąć akcent w procesach transferu międzykulturowego” – podkreśla Rothenberger¹³⁰.

Realizacja tego wyjątkowego przykładu współpracy francusko-niemieckiej i europejskiej wiązała się z różnymi problemami. Rozpoczęcie emisji musiało być kilkakrotnie przekładane, aby niemal dwa lata później niż planowano, czyli 30 maja 1992 roku, można było zainaugurować ARTE. Przyczyny leżały w różnych systemach politycznych i prawnych państw założycielskich, a także w nierównych poglądach kulturowych¹³¹.

ARTE działa w Strasburgu, w środowisku i krajobrazie, który w całej kilkusetletniej historii regionu Alzacji był wystawiony zarówno na kulturowe wpływy francuskie, jak i niemieckie (stolicą regionu pozostawał zawsze Strasburg, niezależnie od tego, kto dzierżył władzę – Niemcy czy Francuzi). Sam wybór tego miasta na główną siedzibę centrali wywarł wpływ na istnienie dwóch różnych sposobów postrzegania rzeczywistości: we Francji wszystko koncentruje się w Paryżu, natomiast w Niemczech panuje federalna struktura *Bundesländer* (samodzielnych regionów) oraz zdecentralizowany system kulturalny i nadawczy. Wpisując w strategię założenia funkcjonowania ARTE, ustalono bardzo precyzyjne parytety zapisane w prawie. Obowiązują od początku do dzisiaj, a dotyczą wielu elementów zarządzania stacją¹³². Jednocześnie ze współpracy tej w sposób praktyczny wynika europejskość ARTE.

Francusko-niemiecki europejski kanał kulturalny ARTE stanowi wyjątek. Krajobraz medialny w Europie jest zwykle tworzony przez krajowe

dans le contexte d'une organisation binationale: Le cas ARTE, GÉRER ET COMPRENDRE nr 107, Passawa 2012, źródło: <http://annales.org/gc/2012/gc107/BARMEYER-DAVOINE.pdf> (dostęp 12.08.2020).

¹³⁰ Ibidem, s. 148.

¹³¹ M. Bauch, R. Bretfeld, „Karambolage“ *im Sendekonzept von ARTE*, GRIN Verlag, Mönchheim 2014, s. 8.

¹³² L. Rothenberger, *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspect in European Culture Channel Arte*, „Communication & Society” 2014, źródło: <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/index> (dostęp 12.10.2018).

organizacje medialne. A w ARTE aspekty międzykulturowe i wielojęzyczne należą do codziennej rutyny organizacyjnej. „Produkcja telewizyjna ARTE jest zdeterminowana strukturą organizacji – ramówka programu ma promować «tożsamość europejską» poprzez międzynarodową i ponadnarodową współpracę organizacyjną¹³³” – podkreśla Rothenberger. Z tych właśnie powodów założenia teorii organizacji ARTE dobrze nadają się do dalszej analizy pod kątem „laboratorium transgranicznej wymiany mediów”, bowiem ARTE stanowi prototyp medium opartego na zróżnicowaniu międzykulturowym.

„Na skromnym poziomie może służyć za wzór dla innych instytucji i podmiotów w tworzeniu i rozwoju innych organizacji dwu- i wielokulturowych, w europejskim krajobrazie medialnym¹³⁴ – konkluduje autorka. Równowaga francusko-niemieckich elementów nie jest procesem bezkonfliktowym, tylko konsekwentnie dwukulturowym, dlatego pojawiają się tarcia, które rzucają wyzwanie istniejącym pewnikom i nawykom oraz rutynie, otwierając przestrzeń komunikacyjną do kreatywnej wymiany, a jest to element decydujący o wielokulturowości ARTE.

„Na szczęście w codziennej praktyce w Strasburgu szybko zrezygnowano z poszukiwania wspólnej definicji kulturowej dla tego kanału kulturalnego (*Kulturkanal*) (...) – nic nie byłoby gorsze niż dopasowanie teorii kultury, niczym „nożyce do żywoplotu” które wyrównują wszystko do poziomu jednolitej definicji kulturowej, z którą program zostałby „przycięty”. Ustanowienie wspólnej definicji kulturowej mogłoby z jednej strony wskazywać, że po prostu nie osiągnięto porozumienia¹³⁵ – pisze Martin Bauch.

Rothenberger zwraca także uwagę na inne problemy z pozoru prozaiczne, związane z komunikacją międzykulturową, które pojawiają się w sytuacjach codziennych, używając jako przykładu różnych sposobów spotkań i powitania: czy należy pocałować się w policzek (dwa razy lub trzy razy?) lub po prostu uścisnąć dłonie, kiedy pojawią się partnerzy negocjacyjni? Kwestie punktualności: na czas lub za późno? Ich poczucie czasu wyraźnie pokazuje różnice między dwoma narodami. Niemcy wykonują swoje zadania jedno po drugim i traktują terminy całkowicie poważnie¹³⁶. Francuzi, reprezentujący „kulturę południa Europy”, mogą wykonywać wiele zadań jednocześnie, a czasem wykonywać je z przymrużeniem oka. Różnice te mogą powodować poważne zakłócenia w pracy w przedsiębiorstwach międzykulturowych. Redaktorzy stacji narzekają na różne sposoby podejścia

¹³³ Ibidem s. 148.

¹³⁴ Ibidem, s. 159.

¹³⁵ M. Bauch, R. Bretfeld, op. cit., s. 11.

¹³⁶ L. Rothenberger, *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspects at micro, meso and macro level at the European Culture Channel ARTE*, op. cit.

do problemów, na przykład Francuzi często dużo rozmawiają i zawsze się ze sobą kontaktują, podczas gdy Niemcy zawsze potrzebują czegoś napisanego, czegoś namacalnego.

Koordinacja w obrębie dwóch kultur, dwóch języków – przedsiębiorstwa dwunarodowego jest już na tyle trudna, że nie sposób sobie wyobrazić, jak mogłoby ono funkcjonować, gdyby było nie dwóch, lecz kilku partnerów. A właśnie taki projekt zamierzała zrealizować TVP, planując powołanie do życia Telewizji Wyszehradzkiej, który to projekt ostatecznie upadł w 2017 roku. Konsekwencje wynikające z trudności w zarządzaniu takim dwunarodowym organizmem jak ARTE określił Victor Rocaries, były dyrektor administracyjny tej stacji: „Już współpraca dwóch państw jest trudna. Gdyby dołączyło trzecie lub czwarte, napotkalibyśmy najprawdopodobniej problemy niemożliwe do pokonania. Dlatego nasza obecna koncepcja opiera się na tym, by zachować rdzeń niemiecko-francuski. To, co chcemy rozwijać w Europie jest rodzajem związku stacji nadawczych, które działają pod wspólną marką – ARTE”¹³⁷.

2.3.3. Od dualizmu francusko-niemieckiego do wspólnej Europy

ARTE opiera się na założeniu, że Europa prezentuje pewną przestrzeń kulturową – rynek medialny, że istnieje europejska widownia, zainteresowana kwestiami transgranicznymi. W nauce o komunikowaniu, w ramach badań empirycznych, analizuje się specyfikę „europejskiej tożsamości” – stosując metody, które pozwoliłyby stwierdzić, czy unijne media łączą się ze sobą, czy się od siebie oddalają¹³⁸.

Jérôme Clément podkreślał, iż praktyką dnia codziennego w ARTE jest proces wymiany spostrzeżenia między Francuzami i Niemcami: „dowiadujemy się, co dzieje się «po drugiej stronie Renu», co zdaniem naszych partnerów jest warte odnotowania w danym momencie. A pytania są zadawane bez żadnego tabu”¹³⁹.

Jeśli chodzi o priorytety programowe, ARTE opiera się na schemacie 30% tematów francuskich, 30% tematów niemieckich i 30% tematów eu-

¹³⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Struktura organizacyjna ARTE.tv*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/2003_RapportAnnuel_FR.pdf (dostęp 12.05.2019).

¹³⁸ L. Rothenberger, *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspect in European Culture Channel Arte*, „Communication & Society” 2014, źródło: <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/index> (dostęp 12.10.2018).

¹³⁹ Opracowano na podstawie francuskiego: *Travailler ensemble crée des liens plus forts qu'avoir une nationalité commune. Pour renforcer l'Europe il faut multiplier les projets communs. Les expériences, les idées, les intérêts de chacun se fondent dans un projet collectif. Les différences idéologiques ne résistent pas à la passion du quotidien, même si persistent des spécificités nationales*, J. Clément, ARTE.

ropejskich, przy czym 10% udziału międzynarodowego¹⁴⁰. ARTE zawiera w swej ofercie programowej filmy dokumentalne o obcych krajach, informacje/wiadomości i debaty na temat spraw europejskich i światowych, analizujące aktualne wyzwania społeczne. W ten sposób definicja kultury ARTE rozciąga się na szerokie pole wielu definicji, biorąc pod uwagę nie tylko sztukę jako taką.

Od samego początku stacja miała jasno określony cel: koncentrowano się na tworzeniu programów o wysokiej jakości, których treść była atrakcyjna i zrozumiała zarówno dla Francuzów, jak i Niemców, a mierzone były tym samym poziomem wartości identyfikacyjnych. „Utworzenie kanału telewizyjnego dla dwóch odbiorców było pierwszym w historii telewizji i do dziś stanowi wyjątek na światowym rynku telewizyjnym”¹⁴¹.

Różnice w sposobie podejścia do realizowania „misji” starała się wyjaśnić Véronique Cayla, dyrektor ARTE France, przypominając, że program ARTE jest adresowany do francusko-niemieckiej, ale także i europejskiej publiczności, natomiast kanały narodowe adresowane są do odbiorców krajowych. „Jest to podstawowa różnica, a my nauczyliśmy się to szanować i akceptować, ponieważ na tej właśnie zasadzie została zbudowana Europa. Z drugiej strony – różnice te przeradzają się we współdziałanie. Nie staramy się ich neutralizować. Wzmocniliśmy się, pracując razem przez długi czas¹⁴²” – podkreślała Véronique Cayla.

Władze ARTE miały na uwadze promocje treści programowych, osadzonych w filozofii budowania nowej świadomości, wyniesionej z ducha i zasad Unii Europejskiej, czyli tego wszystkiego, co wynika ze statusu „obywatela europejskiego”. To model rozwijany w procesie utożsamiania się nie tylko z własnym krajem, ale także z Europą jako jednostką. U podstaw swego działania ARTE chciała skojarzyć trzy etapy wzorców: narodowy, międzynarodowy i europejski¹⁴³.

„Kto może sobie wyobrazić przyszłość świata bez modelu europejskiego, demokratycznego i humanistycznego, wprowadzając mały powód w globalnych mękach dwudziestego pierwszego wieku? W ARTE często wymieniamy nasze analizy między Francuzami i Niemcami. Dowiadujemy się o tym, co dzieje się u drugiego, o wielkich tematach w danym momencie. Pytania łączą się bez tabu. Wspólna praca tworzy więzy silniejsze niż posiadanie wspólnego obywatelstwa – takie jest wspólne społecznie odczucie. Aby wzmocnić Europę, konieczne jest pomnożenie wspólnych projektów. Doświadczenia, pomysły, zainteresowania wszystkich oparte

¹⁴⁰ U. Fudge, *Where culture brings people together. Does ARTE create European television without national boarders?*, GRIN, Monachium 2014, s. 13.

¹⁴¹ Ibidem.

¹⁴² Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

¹⁴³ U. Fudge, *Where culture brings people together. Does ARTE create European television without national boarders?*, op. cit.

są na wspólnym projekcie. Różnice ideologiczne nie opierają się namiętności życia codziennego, nawet jeśli utrzymują się wątki narodowe¹⁴⁴ – pisał Jérôme Clément.

Jego słowa wyjaśniają, na czym polega niezmienna od samego początku linia strategiczna ARTE w dziedzinie współpracy międzynarodowej i „europejskości” stacji (wspomniano o tym już we wcześniejszym rozdziale): „Celem ARTE jest transmitować przez satelitę lub w jakikolwiek inny sposób programy telewizyjne o charakterze kulturowym i międzynarodowym oraz wspierać porozumienie i zbliżenie narodów”, co wpisano w dokumenty założycielskie ARTE¹⁴⁵.

Ale „europejskość” stacji wyraża się na wiele sposobów. Przede wszystkim, widoczna jest w jej ramówce. Oferta programowa ARTE zgodna jest z mottem stacji: „ARTE, trwałe otwarcie” (*Arte, ouverture permanente*). Chodzi o ułatwienie wzajemnego zrozumienia się Europejczyków. W ARTE dokonuje się to poprzez promowanie kultury europejskiej w programach telewizyjnych. Stacja wspiera działalność rodzimych, europejskich twórców i reżyserów: aż 85% jej programów to produkcje europejskie¹⁴⁶.

Europejskość stacji wyraża się jeszcze pełniej w stałej współpracy programowej z jej europejskimi partnerami, która obejmuje: koprodukcję, wymianę produkcji własnych oraz członkostwo partnerów medialnych w organach decyzyjnych ARTE w charakterze doradczym.

2.3.4. Umowy z innymi kanałami publicznymi w Europie – partnerzy ARTE

„Umowy Partnerskie z innymi kanałami publicznymi w Europie świadczą o woli do produkowania i nadawania programów, które odzwierciedlają europejską kreatywność i różnorodność ARTE, zgodnie z umową zało-

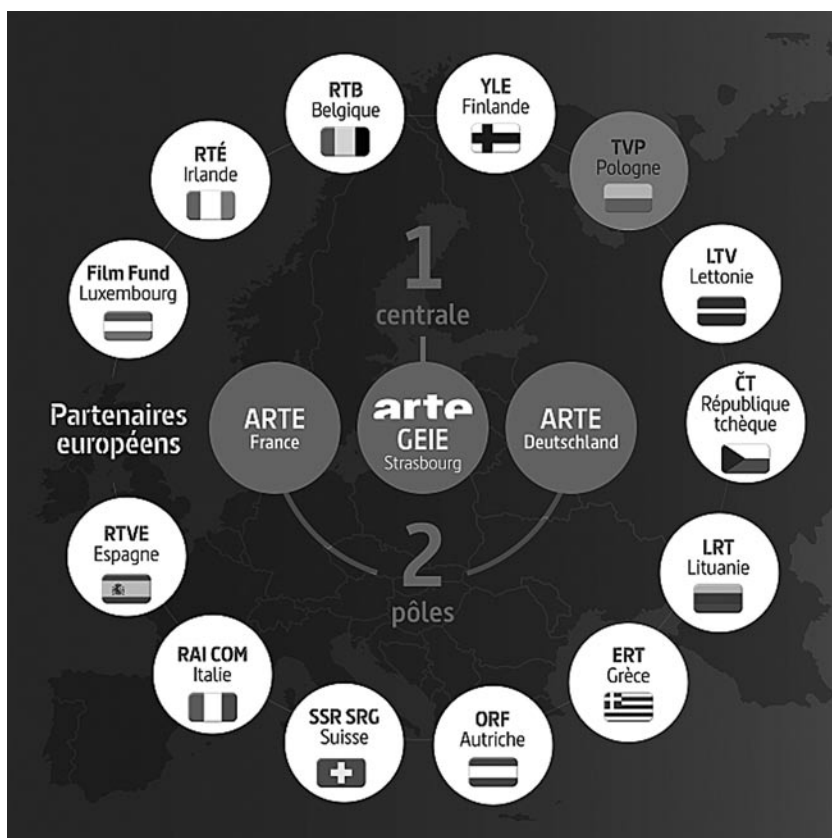
¹⁴⁴ J. Clément, *Le choix d'ARTE*, Grasset, Paryż 2011, s. 76.

Qui peut envisager l'avenir du monde sans un modèle européen, démocratique et humaniste, introduisant un peu de raison dans les tourmentes planétaires du XXI^e siècle? Au sein d'Arte, nous échangeons souvent entre Français et Allemands nos analyses. Nous nous informons de ce qui se passe chez l'autre et des grands sujets du moment. Les questions fusent, sans tabou. Travailler ensemble crée des liens plus forts qu'avoir une nationalité commune. L'affectio societatis. Pour renforcer l'Europe il faut multiplier les projets communs. Les expériences, les idées, les intérêts de chacun se fondent dans un projet collectif. Les différences idéologiques ne résistent pas à la passion du quotidien, même si persistent des spécificités nationales.

¹⁴⁵ Archiwum INA, *Naissance d'Arte, télévision franco-allemande*, źródło: <https://fr-esques.ina.fr/jalons/impression/fiche-media/InaEdu05129/naissance-d-arte-television-franco-allemande.html> (dostęp 15.07.2017).

¹⁴⁶ Th. Isaak, *ARTE – Europäische Tele-Kultur? Der Kulturbegriff in Deutschland und Frankreich am Beispiel vom TV-Kulturkanal ARTE*, red. H. Müller, VDM Verlag, Saarbrücken 2008.

życielską (*Contrat de formation*) i duchem otwartości, który towarzyszył tworzeniu stacji¹⁴⁷ – napisano w oficjalnym dokumencie na stronie korporacyjnej ARTE. W odpowiedni sposób obrazuje to rycina na stronach ARTE¹⁴⁸.



ARTE zawarła z innymi partnerskimi telewizjami w Europie następujące umowy:

- LTV (Łotwa) – 2023;
- RTVE (Hiszpania) – 2022;
- LRT (Litwa) – 2022;
- Film Fund Luksemburg – 2018;
- RTÉ (Irlandia) – 2016;

¹⁴⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, informacje dotyczące zagranicznych partnerów medialnych, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/notre-organisation/> (dostęp 12.12.2019).

¹⁴⁸ Oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/nasza-struktura/> (dostęp 20.09.2023).

- RAI Com (Włochy) – 2016;
- ČT (Czechy) – 2013;
- ORF (Austria) – 2001;
- YLE (Finlandia) – 1999;
- SRG SSR (Szwajcaria) – 1995;
- RTBF (Belgia) – 1993.

Należy także zaznaczyć, że jednym z pierwszych partnerów medialnych ARTE była TVP¹⁴⁹. Jednakże w 2016 roku ARTE zerwała tę współpracę z powodu zmian, które rząd PiS wprowadził w mediach publicznych¹⁵⁰. Wzajemne kontakty pomiędzy TVP a ARTE rozpoczęto w pierwszej połowie lat 90. XX wieku. W listopadzie 2000 roku prezes TVP S.A. Robert Kwiatkowski podpisał umowę stowarzyszeniową, a Telewizja Polska stała się członkiem stowarzyszonym Europejskiej Telewizji Kulturalnej ARTE. Kontakty i wymiana programów pomiędzy TVP z ARTE rozpoczęły się już wcześniej – w grudniu 1996 roku, kiedy TVP podpisała pierwszą umowę o współpracy, na mocy której w ramówce TVP umieszczono m.in. francuski kulturalny cykl programowy. Wzajemne relacje oparto na instytucjonalnych kontaktach BWMiH z jej odpowiednikiem w ARTE. Z Działu Instytucjonalnego Biura Współpracy Międzynarodowej TVP oddelegowano jedną osobę, której powierzano nadzór i koordynację kontaktów TVP–ARTE. Polegało to m.in. na uczestniczeniu we wszystkich spotkaniach i gremiach decyzyjnych ARTE, niezależnie od tego, gdzie się odbywały – w Warszawie lub w centrali w Strasburgu, albo w wybranych miejscach we Francji i Niemczech. Uczestnictwo w gremiach w roli obserwatora polegało na czynnym zabieraniu głosu w dyskusjach, w takich gremiach jak: Zgromadzenie Ogólne ARTE (*L'Assemblée générale*), konferencja programowa i inne. Podstawą współpracy były jednak koprodukcje filmów dokumentalnych, wysokobudżetowych (w rozumieniu TVP). Przez bez mała dziesięć lat produkowano około cztery do pięciu programów rocznie. Kolejnym elementem współpracy była wymiana programowa, *de facto* prowadzona jednokierunkowo – programy ARTE trafiały w formie bezpłatnej licencji do TVP, gdzie były poddawane obróbce językowej. Kulminacja współpracy nastąpiła w latach 2001–2003, kiedy w Strasburgu przebywała na stałe przedstawicielka BWMiH TVP, uczestnicząc we wszystkich formach jej działalności.

W 2016 roku umowa pomiędzy TVP S.A. a ARTE została zawieszona z powodu kontrowersji w podejściu do mediów w Polsce¹⁵¹, a konkretnie

¹⁴⁹ Internetowe wydanie „Rzeczpospolitej”, źródło: <https://www.rp.pl/Kraj/160129194-Francuska-TV-ARTE-zrywa-wspolprace-z-TVP.html> (dostęp 12.05.2019).

¹⁵⁰ *Francuska TV ARTE zrywa współpracę z TVP*, „Rzeczpospolita” 29.01.2016, źródło: <https://www.rp.pl/kraj/art3956521-francuska-tv-arte-zrywa-wspolprace-z-tvp> (dostęp 20.05.2023).

¹⁵¹ A. Kazimierczuk, *Francuska TV ARTE zrywa współpracę z TVP*, źródło: <https://>

chodziło o tzw. małą ustawę medialną¹⁵², uchwaloną przez polski sejm w grudniu 2015 roku (po raz pierwszy ARTE zawiesiła współpracę z TVP w 2009 roku)¹⁵³.

Dzisiaj ARTE również współtworzy ambitne programy z innymi telewizjami na całym świecie, do których w 2017 roku dołączył także amerykański kanał publiczny PBS, z którym ARTE podpisała umowę o koprodukcji dokumentów.

2.3.5. Wpływ rozwiązań technologicznych na ewolucję ARTE

Rozwój technologiczny był jednym z tych elementów, które ARTE od początku swego istnienia antycypowała, przewidując, jaki będzie kierunek rozwoju, że będzie on się zmieniał ze znaczną dynamiką. Planując swe przyszłe działania, założyciele ARTE już od początku istnienia stacji wpisali w jej strategię logikę przyszłego rozwoju technologicznego, co przyniosło oczekiwane efekty. Antycypując niejako proces digitalizacji mediów i przewidując cyfrową rewolucję, program ARTE znalazł właściwe miejsce: na początku na obu antenach telewizyjnych – niemieckiej i francuskiej, a później na audiowizualnej mapie Europy. Od samego początku sposób odbioru, zasięg ARTE i metody transmisji jej programu dynamicznie ewoluowały. Poniższe zestawienie obrazuje, jak przebiegał ten proces w ARTE.

2.3.6. Ewolucja technologiczna ARTE¹⁵⁴

Tabela 4. Rozwój technologiczny ARTE w latach 1991–2018

1991	ARTE nadawała symultaniczny sygnał poprzez satelity: TDF ½ i DFS1-Kopernikus oraz w telewizji kablowej.
1992	We wrześniu ARTE została włączona w sieć dystrybucji naziemnej, dzieląc antenę ze stacją La Cinq „piątka”.
1994	ARTE i <i>la Cinq</i> (przemieniona na <i>La Ciquieme</i>) dzielą wspólną antenę: <i>La Ciquieme</i> od godziny 7:00 do 19:00, ARTE – od 19:00 do nocy.

www.rp.pl/Kraj/160129194-Francuska-TV-ARTE-zrywa-wspolprace-z-TVP.html (dostęp 12.10.2019).

¹⁵² Dz. U. 2016, poz. 25, Ustawa z dnia 30 grudnia 2015 r., źródło: <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20160000025/T/D20160025L.pdf> (dostęp 12.10.2020).

¹⁵³ „Gazeta Prawna” 05.03.2019, źródło: <http://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/117424,telewizja-arte-zrywa-wspolprace-z-tvp-z-powodu-wartosci-prezesa-far-fala.html> (dostęp 12.10.2018).

¹⁵⁴ Oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/2003_NouveauSiège_FR.pdf (dostęp 12.03.2020).

1996	ARTE rozpoczęło nadawanie 24/24 poprzez satelitę i kabel.
2005	ARTE znalazła się na francuskiej platformie cyfrowej TNT.
2013	ARTE zaczęła nadawać z napisami w kilku dodatkowych językach europejskich: angielskim, hiszpańskim i polskim ¹⁵⁵ .
2018	ARTE nadaje w języku włoskim.

Źródło: opracowanie własne.

2.3.7. Strategia ARTE w zakresie wykorzystania nowoczesnych technologii

Jak pisze Nahima Vianna: „utworzenie ARTE jest postrzegane jako wynik logiki technologicznej”¹⁵⁶. Już na samym początku ARTE transmisja programu w dwóch językach za pośrednictwem satelity spowodowała głęboką rewolucję w telewizji, nie tylko europejskiej, ale także globalnej i pozwoliła ARTE wpisać się w europejski pejzaż audiowizualny. Wykorzystanie możliwości różnorodnego rodzaju transmisji obrazu i dźwięku oraz czujna uwaga skierowane zostały na zmiany technologiczne, które kierownictwo wykorzystywało na bieżąco w strategii działania stacji i co stało się jedną z podwalin jej sukcesu i stworzyło możliwości rozwoju stacji¹⁵⁷. Vianna podkreśla, że: „Logika technologiczna leży u podstaw projektów politycznych i kulturowych”.

Autorce chodzi o to, że korzyści z transmisji satelitarnej i wykorzystania nowych technologii w ramach projektu ARTE pozwoliły na budowę jej obecnego profilu w takim kształcie i rodzaju „przekazu”, z jakim mamy do czynienia dzisiaj. Oprócz pogłębienia partnerstwa „Francja–Niemcy” „ARTE zintegrowała szerszy krajobraz audiowizualny, który uwiarygodnił jej europejski charakter – pozwala uzasadnić stosowanie przymiotnika «europejski», obecnego w jej sloganie”¹⁵⁸.

To dzięki nowoczesnemu wykorzystaniu technik transmisji kablowej i satelitarnej mogła być odbierana poza osią północ–południe, w całej Europie. We właściwy sposób realizowała wyznaczony od samego początku cel, jakim była jej europejskość, kształtowana za pośrednictwem treści

¹⁵⁵ Projekt ten jest współfinansowany jest przez Komisję Europejską.

¹⁵⁶ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Communication et organisation”, źródło: <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).

¹⁵⁷ Źródło: https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/files/dp_6langues_2019-04_pl_web.pdf (dostęp 19.03.2019).

¹⁵⁸ N. Vianna, *Culture et télévision en Europe: le cas d'Arte*, „Communication et organisation”, źródło: <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).

programowych opartych na prezentacji różnorodnej bogatej kultury Europejczyków. Gdyby przekaz ten nie mógł trafić do konkretnych, europejskich odbiorców, cała misja ARTE mijałaby się z celem, a nazwa „europejska telewizja kultury” straciłaby na znaczeniu.

Niemiecki medioznawca Jürgen Gerhards określił wykorzystanie odpowiednich rozwiązań technologicznych jako jeden z kilku warunków koniecznych do zaistnienia europejskiej sfery publicznej. ARTE realizuje to założenie – ten warunek w 100% i jest w dziedzinie innowacyjności technologicznej liderem na rynku europejskim¹⁵⁹.

W strategii ARTE technologia stanowiła od samego początku klucz do jej sukcesów. Kiedy inne stacje telewizyjne w Europie rozwijały się bez przykładania specjalnej wagi do rozwoju tej sfery, ARTE postawiło na nowe technologie, antycypując ich dynamiczny rozwój, trudny do przewidzenia na początku lat 90., kiedy stacja dopiero stawiała pierwsze kroki. Szybko okazało się, że ta strategia dała dobre rezultaty, a przede wszystkim umożliwiła ARTE rozwój w zamierzonym kierunku – w stronę medium europejskiego.

Dla „europejskości” stacji nowa technologia cyfrowa miała zasadnicze znaczenie. Umożliwiła otwarcie na Europę, stworzenie sześciu wersji językowych programu, wpłynęła także na większą dostępność i oglądalność ARTE – na wszystkie możliwe dzisiaj sposoby: od tradycyjnego przekazu (*broadcast*), po Internet. Dlatego proces rozwoju technologicznego i wdrożenia technologii związanych z digitalizacją został w tej pracy dokładnie opisany, z uwzględnieniem przemian technologicznych w zachodnich mediach europejskich, w porównaniu z rozwojem technologicznym ARTE.

„Publiczność telewizyjna ARTE wciąż rośnie. Jej wskaźniki są bardzo pozytywne, a zarządzanie zostało z zadowoleniem przyjęte przez niedawne sprawozdanie Trybunału Obrachunkowego i jest atutem w czasach, gdy nadawanie przeżywa rewolucję cyfrową, która zagraża kreacji europejskiej i kwestionuje nasze wartości. Wszyscy zgadzają się, że ARTE może służyć jako inspiracja w dziedzinie dokonywania wyboru treści programów, a także w kontekście wielkiego postępu oraz innowacji w dziedzinie ewolucji cyfrowej” – podkreśliła Catherine Morin-Desailly, szefowa senackiej Komisji Kultury parlamentu francuskiego¹⁶⁰.

ARTE przyjęła szczególną strategię. Rozszerza ona swój cel, jakim jest rozpowszechnianie treści w Internecie, mając nadzieję na spotkanie z młodą publicznością, która spędza coraz mniej czasu przed ekranem

¹⁵⁹ J. Gerhards, *Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit*, w: *Transnationale Integrationsprozesse in Europa*, red. M. Bach, „Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie”, Westdeutscher Verlag Opladen, Wiesbaden 2017.

¹⁶⁰ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

telewizora. ARTE jest jednym z najbardziej reaktywnych kanałów, ale zdecydował się wybrać tylko niektóre programy, by je dostosować do tego typu transmisji internetowej. Istnieje dążenie, aby samodzielnie rozwinąć prawdziwą usługę, łączącą wybór odpowiednich programów, a nie być prostą platformą do nadrobienia wszystkich programów anteny. ARTE eksponuje zarówno filmy dokumentalne, jak i fabularne *online*¹⁶¹. Jednocześnie ARTE opracowuje programy specyficzne dla Internetu – wykorzystuje nowe możliwości upowszechniania nauki, aby pójść dalej w realizacji swojej misji. ARTE jest wiodącą telewizją¹⁶².

O procesie rozwiniętej, zaangażowanej modernizacji świadczą wypowiedzi członków jej zarządu. Wszyscy zgodnie podkreślają, że ARTE jest telewizją nowej generacji, świetnie wykorzystującą technologię do realizacji swych statutowych celów. Były prezes ARTE Gottfried Langenstein tak to uzasadnia: „choć koszty zastosowania nowych technologii są wysokie, podjęliśmy to wyzwanie, bo mamy do czynienia także z młodą generacją, której przyzwyczajenia audiowizualne różnią się od starszych pokoleń. Dlatego, na przykład, stworzyliśmy platformę kreatywną ARTE”¹⁶³.

Véronique Cayla już w 2010 roku podkreślała, że: „ARTE jako pierwsza zastosowała nowe technologie, w tym m.in. *replay* i telewizję na życzenie (VOD) i jest najbardziej zaawansowaną technologicznie stacją w Europie”¹⁶⁴. Dla małej stacji było to duże osiągnięcie. Zamiast naśladować innych, sama nadawała ton, odnajdując w rozwoju technologicznym szansę na swój własny wzrost i sukces. Stała się niejako wzorem do naśladowania. Z perspektywy czasu można stwierdzić, że historia ARTE ściśle wiąże się z ewolucją czy też rewolucją technologiczną ostatniej dekady.

Emmanuel Suard zauważał, że: „Na początku, gdy powstawało ARTE, Internet nie istniał. Ale to właśnie technologia pozwoliła jej w pełni zaadoptować zmiany (*intégrer ce changement*)”¹⁶⁵. Dzięki temu ARTE mogła szybciej adaptować środki pozwalające na rozwój technologiczny i innowacje. Łatwiejszy stał się proces testowania urządzeń oraz można było szybko wprowadzać najlepsze z nich, te, które się sprawdziły. „Mogliśmy szybko testować programy w Internecie, choć niektóre z nich nie od razu były emitowane w sposób konwencjonalny (*broadcast*); ale dzięki temu pozwoliło nam to na płynniejsze wdrożenie systemu *catch-up* (*d attrapage* to

¹⁶¹ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza działalność*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/nasza-dzialalnosc/> (dostęp 03.09.2020).

¹⁶² Ibidem.

¹⁶³ *Lettre de l'audiovisuel*, 01.09.2010; wywiad z Gottfriedem Langensteinem, źródło: www.lettreaudiovisuel.com (dostęp 12.09.2020).

¹⁶⁴ Program telewizyjny, *L'Invitée des Echos* – wrzesień 2017, źródło: <https://videos.lesechos.fr/recherche?q=cayla+arte> (dostęp 12.04.2019).

¹⁶⁵ Na podstawie wywiadu z E. Suardem, Strasburg, lipiec 2019, aneks pracy.

tw. system *catch-up TV*)¹⁶⁶. Dzisiaj system nieliniowy pozwala oglądać te wybrane programy, które chcemy – w określonym naszym wyborze czasie¹⁶⁷. I to osiągnięto dzięki tej właśnie mobilności (*agilité*), związanej ze specyfiką systemu ARTE¹⁶⁸.

Suard podkreślał pozytywną rolę, jaką w tym procesie odegrała określona struktura organizacyjna ARTE, stacji niezbyt dużej, co daje możliwość odpowiedniego reagowania i adoptowania nowości technologicznych: „Daje nam to zwinność (*agilité*) i pozwala nam szybko adaptować się do przyjmowania nowych technologii – to gwarancja naszego rozwoju; to też dało możliwość do emisji nieliniowej (*non linéaire*)” – zaznaczał¹⁶⁹.

W procesie szybkiego zaadoptowania się do zmian i ich płynnego wdrażania, dużą rolę odgrywa proces decyzyjny ARTE. Kierownictwo ARTE – niedużej stacji, o nieskomplikowanej strukturze i stosunkowo niewielkiej liczbie zatrudnionych – ma możliwość szybkiego podejmowania decyzji, generujących zawsze pewne ryzyko. Proces decyzyjny przebiega tam dużo szybciej niż w innych, bardziej rozbudowanych stacjach telewizji publicznej, takich jak ZDF, ARD czy France Télévisions, obarczonych z konieczności dużo większą strukturą administracyjną. Nie bez znaczenia jest także fakt, że ARTE dysponuje stałymi środkami finansowymi, co zapewnia jej komfort stabilności i pozwala planować działania strategiczne z dużym marginesem zmienności.

Véronique Cayla zauważa, że: „Jesteśmy dziś pierwszą stacją telewizyjną, która została tak bardzo zdelinearyzowana (*être délinéarisée*). Wyniki tego są bardzo odczuwalne. Niestety narzędzia badawczo-pomiarowe nie są odpowiednie, aby to w pełni wykazać. Odbiorcy nie mogą być sumowani ani pod względem liczby *vidéos vues* (oglądanych wideo), ani klasyfikowani jak widzowie tradycyjnej telewizji podlegający kryteriom „oglądalności”.

Technologie nie tylko wspomagają wysoką jakość emisji w sferze obrazu i dźwięku, ale stwarzają też możliwości szerszego i łatwiejszego dotarcia z programem do wszystkich grup społecznych, nie wyłączając ludzi młodych, którzy częściej korzystają z mediów internetowych niż z tradycyjnej

¹⁶⁶ Ibidem.

¹⁶⁷ Portal CommentCaMarche, źródło: <https://www.commentcamarche.net/contents/1517-le-service-catch-up-tv#arte-7> (dostęp 12.08.2019).

¹⁶⁸ Opracowano na podstawie wywiadu z dyrektorem zarządzającym ARTE E. Suardem, Strasburg, lipiec 2019 roku (zob. aneks pracy).

¹⁶⁹ Definicja: „Telewizja nieliniowa obejmuje wszystkie treści audiowizualne dostępne za pośrednictwem środków cyfrowych i pozwala na ich wykorzystanie na żądanie, w sposób płatny lub bezpłatny. Natomiast telewizja liniowa (analogowa lub cyfrowa za pośrednictwem TNT, kabla, satelity itp.) zmusza telewidzów do oglądania w tym samym czasie lub nagrywania treści do oglądania w trybie offline”, źródło: <https://la-rem.eu/glossary/services-lineaires-services-non-lineaires/> (dostęp 12.07.2019).

telewizji¹⁷⁰. Aktualne założenia strategiczne zawarte zostaną w „Umowie ARTE o środkach i celach na 2024–2028”, bowiem każda publiczna organizacja audiowizualna – w tym ARTE France, jest zobowiązana do zawarcia z państwem francuskim umowy w sprawie celów i środków (COM) na okres kilku lat, która określa strategię firmy i przydzielone jej zasoby¹⁷¹.

Dotychczas sporo uwagi poświęcano względem technologicznym. Celem tych założeń było zapewnienie możliwości oglądania ARTE na wszystkich ekranach we Francji i w Niemczech oraz w pozostałych krajach Europy. Wszystko to jest zaprojektowane w ofercie niekodowanej telewizji satelitarnej i dzięki licznym operatorom sieci kablowych i internetowych ADSL, którzy proponują użytkownikom specjalne pakiety programowe. A żeby niczego nie przeoczyć, oferta „na życzenie” jest również dostępna poprzez aplikację ARTE dla telewizorów hybrydowych, smartfonów i tabletów.

„Jestem zachwycona, ponieważ jest to owoc naszej wczesnej polityki inwestowania w technologie cyfrowe. Dziś strona www.arte.tv odzwierciedla bogactwo i głębię naszych treści, nasze kanały YouTube radzą sobie bardzo dobrze, podobnie jak nasze podcasty. W czasie pandemii ARTE zyskała pięć milionów odbiorców, czyli dwukrotnie więcej niż zwykle. Ograniczeni w swobodzie poruszania się, pozostający w domach Francuzi oglądali dużo telewizji, ale oferta ARTE bardzo różniła się od innych. Dobra wiadomość jest też taka, że ci nowi widzowie, których zyskaliśmy w ten sposób, nie wyjeżdżają, ale wciąż są we Francji”¹⁷². ARTE jest odbierana niemal wszędzie. Nowa aplikacja ARTE 360 oferuje widzom możliwość wirtualnego przeniesienia się do danego miejsca i oglądania danego otoczenia z własnej perspektywy. Doświadczenie to wzmacnia dodatkowo technologia *Ultra HD*¹⁷³.

Ta perspektywa, wpisana w dokumenty korporacji ARTE, świadczy o wielkiej wadze, jaką do dalszego rozwoju nowych technologii przywiązuje dyrekcja stacji. Mimo sukcesów osiągniętych na tym polu, ARTE nie rezygnuje w zagospodarowywania przestrzeni cyfrowej, w takim stopniu, w jakim jest to dzisiaj możliwe.

¹⁷⁰ *Dlaczego i jak młodzi ludzie oglądają telewizję?*, „Le Figaro” 20.05.2016, źródło: <https://etudiant.lefigaro.fr/vie-etudiante/news/detail/article/pourquoi-et-comment-les-jeunes-regardent-la-television-20501/> (dostęp 07.01.2019).

¹⁷¹ Strona internetowa ARTE, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/financement/> (dostęp 20.07.2023).

¹⁷² Internetowe wydanie dziennika „Le Figaro”, źródło: <https://www.lefigaro.fr/societes/veronique-cayla-arte-a-democratiser-l-acces-a-la-culture-et-seduit-les-jeunes-publics-20200614> (dostęp 09.09.2020).

¹⁷³ Rządowa strona: Assemble Nationale (Francuskie zgromadzenie Narodowe), źródło: <http://www2.assemblee-nationale.fr/static/14/comaffcult/COM%202017-2021%20ARTE-%20France%20FINAL.pdf> (dostęp 05.09.2020).

Kolejnym problemem związanym z rozbudową transmisji cyfrowej jest cyberbezpieczeństwo. ARTE będzie się stosować do nowych regulacji w zakresie bezpieczeństwa informatycznego, gdy będą one ewoluować, i dostosowywać się do nich, jeśli będą wymagać dodatkowych inwestycji.

Rozwój technologiczny państwa to część polityki rządu Republiki Francuskiej. I choć ARTE nie podlega kontroli nadrzędnego francuskiego organu kontrolującego media, jakim jest CSA (Francuska Rada ds. Audio-wizualnych), to jednak dostosowuje się do jej wytycznych w dziedzinie technologii. Strategia ta została przedstawiona w raporcie CSA zatytułowanym *Nadawcy publiczni w obliczu wyzwań i zobowiązań strategicznych (Le numérique implique des choix stratégiques et économiques majeurs pour l'audiovisuel public)*¹⁷⁴. Podkreślono w nim, że publiczny sektor audiowizualny stoi w obliczu ogromnych inwestycji: w przypadku telewizji technologia cyfrowa nie tylko zapewnia wzbogacenie oferty krajowej czy lokalnej, ale także pozwala na wprowadzanie nowych usług, takich jak telewizja wysokiej rozdzielczości czy osobista telewizja mobilna. Osobista telewizja mobilna stanowi rewolucję w sposobie konsumpcji telewizji. HD – *High Definition* to standard telewizji jutra, oferujący widzom niespotykaną jakość. Również w tym przypadku sektor publiczny jest zmotywowany do oferowania ciągłości oferty programowej i dostępności we wszystkich miejscach. Konieczne jest zapewnienie wszystkim mediom publicznym silnej obecności w Internecie, dzięki skutecznym portalom, ciągłemu nadawaniu programów, otwarciu usług telewizyjnych lub wideo na żądanie.

Wszystkie usługi związane z rozwojem nowych technologii są bardzo kosztowne, jednak media publiczne są zobowiązane do ich wprowadzania. W kilku państwach członkowskich UE przewidziano oryginalne, dynamiczne i innowacyjne rozwiązania: na przykład kanały tematyczne lub nowe usługi płatne (*a peage*) w celu zapewnienia równowagi gospodarczej. Wszystkie te sposoby warto zbadać, aby sfinansować udział publicznych mediów nadawczych w nowych usługach. Programy misyjne, nadawane lub produkowane przez media należące do służby publicznej, powinny być powszechnie dostępne – obecne na wszystkich nośnikach, bo stanowią część dziedzictwa kulturowego¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Oficjalna strona *Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)*, *Nadawcy publiczni w obliczu wyzwań*, źródło: <https://www.csa.fr/web/index.php/Informer/Espace-presse/Interventions-publiques/Colloque-europeen-sur-les-medias-de-service-public-a-l-ere-du-numerique/Le-numerique-implique-des-choix-strategiques-et-economiques-majeurs-pour-l-audiovisuel-public> (dostęp 12.04.2019).

¹⁷⁵ Ibidem.

2.4. Ramówka i program ARTE

2.4.1. Oglądalność ARTE

Na wstępie kilka uwag o sposobie, w jaki dokonuje się pomiarów udziału w rynku i oglądalności – we Francji i w Niemczech.

We Francji monopol na badania oglądalności posiada instytucja pod nazwą Médiamétrie, działająca od 1985 roku. Jej kapitał wynosi ok. 15 mln euro, a żaden z jej udziałowców nie może sam podejmować decyzji. Telewizje i agencje reklamowe mają po 35%, radio – 27%, a pozostałe 3% dzielone jest pomiędzy kilka stowarzyszeń twórczych. Médiamétrie tworzy i dostarcza Najwyższej Radzie Audiowizualnej (CSA) i Narodowemu Instytutowi Audowizualnemu (INA) narzędzi badawczych i metodologii, zajmuje się także analizą danych. Kontroluje całość procesu badania telewizyjnej widowni: wszystkie francuskie radia, telewizje, specjalistyczne media¹⁷⁶. Na analizę składa się reprezentatywny panel francuskiego społeczeństwa: 5 tys. gospodarstw obejmujące 11,5 tys. osób, w mieszkaniach których zainstalowano urządzenia rejestrujące oglądane kanały telewizyjne i pilota, na którym zaznaczają, kto w danym momencie ogląda telewizję. Urządzenie rejestruje oglądane programy telewizyjne w domu na wszystkich ekranach. Reguły wszystkich metod badania definiuje specjalny komitet Médiamétrie.

Médiamétrie bada odbiorców mediów francuskich, niezależnie od tego, czy jest to radio, telewizja, kino czy Internet. Badania te pozwalają mediom i profesjonalistom z branży dostosować treść redakcyjną lub uzyskać informacje umożliwiające wyznaczenie odpowiedniej ceny reklam. Studia tematyczne poza pomiarem widowni i badaniem zachowań mediów przez Médiamétrie, prowadzą badania dotyczące innych praktyk, takich jak na przykład: piractwo Internetowe, hejt czy nielegalne używanie filmów wideo we Francji¹⁷⁷.

W Niemczech tożsamość uczestników panelu badań telemetrycznych jest pilnie strzeżoną tajemnicą¹⁷⁸. Takich gospodarstw domowych wytypowanych do badań jest 5 tys. Mieszka w nich 10,5 tys. osób. Jest to próba reprezentująca blisko 76 mln mieszkańców Niemiec powyżej trzeciego roku życia. W 2015 roku pomiarem objęto także mieszkających w Niemczech obywateli krajów spoza UE, pod warunkiem że mówią po niemiecku. Obok tradycyjnego naziemnego przekazu mierzone są: przekaz satelitar-

¹⁷⁶ Internetowe wydanie „Press.pl”, źródło: https://www.press.pl/tresc/55761,jak-na-zachodzie-bada-sie-ogladalnosc_ (dostęp 12.09.2020).

¹⁷⁷ Oficjalna strona Médiamétrie, źródło: <https://www.mediametrie.fr/fr/node/63> (dostęp 12.03.2021).

¹⁷⁸ Ibidem.

ny, kablowy i IPTV. Standardem pomiaru widowni programów telewizyjnych w Niemczech są badania podawane przez AGF Videoforschung, czyli Grupę Roboczą Badania Przekazu Wideo. AGF mierzy też oglądalność wideo w Internecie (w mediach i mediach streamowych). W przyszłości badania AGF mają objąć wszystkie treści telewizyjne, niezależnie od przekazu, sposobu odbioru (m.in. IPTV, telewizja kablowa, satelitar-na, naziemna, internet, aplikacje), czasu oglądania, miejsca czy nadawcy (m.in. stacje telewizyjne, operatorzy telekomunikacyjni, dostawcy usług internetowych).

2.4.1.1. Oglądalność i odbiór ARTE we Francji

„ARTE jest jedną z nielicznych stacji, których publiczność stale rośnie. Pod względem liczby widzów już rok 2018 był wyjątkowy dla kanału. We Francji ARTE miało 2,4% udziału w rynku, co stanowi wzrost o 9% w porównaniu z 2017 rokiem. Natomiast znacznie więcej jest tych widzów, którzy oglądają przekaz cyfrowy – ich liczba wzrosła w 2018 roku aż o 50%. ARTE wyróżnia się w Europie jako kulturowy kanał” – podkreśla Véronique Cayla¹⁷⁹.

ARTE na początku działalności nie zakładała żadnych „wyników oglądalności”. Koncentrowano się wyłącznie na celach strategicznych, związanych z rozwojem programu oraz jakością ramówki. Jednak wyższe wyniki „oglądalności”, rozszerzenie pasma widzów i pełniejszy odbiór programu ARTE wpisują się w strategię promowania kultury w Europie. W 2014 roku ARTE zajmowała we Francji dziesiątą pozycję wśród francuskich kanałów w kategorii: kanały telewizyjne ze stabilną widownią¹⁸⁰. Średnia roczna oglądalność stacji w ciągu ostatnich trzech lat przedstawiała się w następujący sposób: w 2018 roku – 2,2%; w 2019 roku – 2,4%, w 2020 roku – 2,9%. W kwietniu 2020 roku ARTE osiągnęła swoisty szczyt – 2,8%, a w trakcie *prime time* jej program oglądało o 350 000 widzów więcej niż w tym samym okresie 2019 roku – ten historyczny rekord odnotowała dzięki programowi (serialowi) *Dérappages* (2,1 mln widzów)¹⁸¹.

Spektakularne sukcesy po stronie ARTE France w 2019 roku wywołały reakcję medialną w formie licznych tekstów i wywiadów prasowych¹⁸².

¹⁷⁹ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

¹⁸⁰ Internetowy serwis prasowy „Ozap.com”, źródło: <https://www.ozap.com/actu/audiences-le-grand-bilan-2014-des-chaines-de-television-gratuites/460535> (dostęp 12.09.2020).

¹⁸¹ Internetowe wydanie dziennika „Le Parisien” z 26.04.2020, źródło: <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/arte-la-tele-de-chainee-qui-gagne-toujours-plus-de-telespectateurs-26-04-2020-8305935.php> (dostęp 12.09.2020).

¹⁸² Internetowe wydanie periodyku „Telenumerique”, źródło: <https://www.telesatellite.com/actu/52665-record-audience-pour-arte-en-2018.html> (dostęp 12.09.2020).

„Rozszerzenie naszej publiczności telewizyjnej jest dla nas fundamentalne. To właśnie udało nam się osiągnąć w ciągu ośmiu lat, znacznie zwiększając naszą obecność w mediach francuskich i naszą telewizyjną widownię – o 60% od 2011 roku” – podkreśla Cayla¹⁸³. Stanowisko władz ARTE zakłada od dawna, że zwiększenie widowni musi nastąpić poprzez jej odmłodzenie. „ARTE jest dzisiaj dla każdego, oglądają nas ludzie z całej Francji, a aż 42% z nich mieszka w miastach poniżej 50 tys. mieszkańców i na wsi”¹⁸⁴ – zaznacza Cayla.

Walka o młodego widza przebiega przy użyciu środków nowoczesnej technologii, albowiem „każde pokolenie ma swój ekran”, a młodzi ludzie częściej korzystają z Internetu, smartfona, Facebooka i innych tego typu komunikatorów. Natomiast zainteresowanie programem ARTE ze strony mieszkańców mniejszych aglomeracji, niedużych miast i wsi stanowi dowód, że identyfikują się z przekazem medialnym. Być może korzystają z ARTE jako z „przekaznika kultury” – uczestnicząc medialnie w tych wydarzeniach kulturalnych, w których sami nie mogą wziąć udziału?

Od 2005 roku programy ARTE zostały umieszczone na francuskiej platformie cyfrowej TNT, a obecnie są już dostępne na wszystkich nośnikach i wszystkich ekranach – w tradycyjnej telewizji i w Internecie, w telewizorze, komputerze, tablecie i smartfonie. Platforma TNT stworzyła możliwości dla nowych konkurentów i dlatego oglądalność ARTE nieco się obniżyła na początku istnienia TNT. Natomiast od kilku lat ARTE odnotowuje progresywny wzrost zainteresowania swym programem, co znajduje odzwierciedlenie w sondażach¹⁸⁵.

„Od początku naszej działalności poziom oglądalności ARTE nieco ewoluował” – podkreśla Emmanuel Suard, dyrektor zarządzający ARTE¹⁸⁶. W pierwszych latach oglądalność ta we Francji rosła, a później nieco spadła – po tym, jak weszła TNT (francuska platforma cyfrowa, która powstała w marcu 2005 roku)¹⁸⁷.

W artykule *Dlaczego Francuzi kochają ARTE, ale oglądają TF1* Jérôme Fourquet interpretuje wyniki sondażu Ifop, przygotowanego dla „La Lettre de l’Opinion”, który pokazuje, jak Francuzi postrzegają media pod

¹⁸³ Internetowe wydanie dziennika „Le Figaro”, źródło: <https://www.lefigaro.fr/societes/veronique-cayla-arte-a-democratise-l-acces-a-la-culture-et-seduit-les-jeunes-publics-20200614> (dostęp 09.09.2020).

¹⁸⁴ Ibidem.

¹⁸⁵ Internetowy francuski serwis prasowy „Ozap.com”, źródło: <https://www.ozap.com/actu/audiences-aout-tf1-leader-en-hausse-record-historique-pour-l-equipe-m6-tmc-et-france-4-en-difficulte/596443> (dostęp 12.09.2020).

¹⁸⁶ Zob. wywiad z E. Suardem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu, w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

¹⁸⁷ Źródło: <https://www.csa.fr/Informer/PAF-le-paysage-audiovisuel-francais/Les-chaines-de-la-TNT> (dostęp 04.09.2020).

względem ich reputacji i wizerunku. „Kanał ARTE ma znacznie lepszy wynik niż TF1. Jak więc wytłumaczyć znaczącą różnicę w oglądalności na korzyść pierwszego kanału TF1? Udzielone odpowiedzi są wyrazem systemu wartości (...), bowiem ludzie, którzy postrzegają te media pozytywnie, niekoniecznie są zwykłymi widzami”¹⁸⁸.

We Francji, jeśli chodzi o wizerunek, pierwsze miejsce zajmują telewizyjne kanały publiczne. A najlepiej postrzegane są – w całości lub części – kanały telewizyjne będące własnością grupy France Télévisions, co do których osiem na dziesięć osób ma „dobrą opinię”: France 2 (89%), France 3 (88%), ARTE (86%), a 36% Francuzów prezentuje o nich nawet „bardzo dobrą opinię”¹⁸⁹.

„I znowu powraca temat digitalizacji, która pozwoliła stacji lepiej się zaadoptować i odnaleźć się w specyfice anteny – zarówno po stronie niemieckiej, jak i francuskiej: zniwelowano różnicę między *prime time* francuskim a niemieckim, bo były one inne: w Niemczech *prime time* przypadał na godzinę 20:15, a we Francji na godzinę 20:50. Zaczęliśmy od ustalenia wspólnej godziny – 20:45. Takie kompromisy na początku były normalne, ponieważ chodziło przede wszystkim o przetrwanie naszej stacji”¹⁹⁰ – zauważył Emmanuel Suard.

Régine Hatchondo, wiceprezes ARTE GEIE zauważa, że: „Liczba widzów we Francji i Niemczech wynosi 22 mln tygodniowo. W 2018 roku mamy 55 mln wyświetleń wideo miesięcznie”¹⁹¹. To oznacza, że poprzez inne formy emisji ARTE skutecznie dociera do szerokiego spektrum odbiorców.

2.4.1.2. Oglądalność i odbiór ARTE w Niemczech

„Gdyby ARTE jeszcze nie istniała, musiałaby zostać wynaleziona teraz” – podkreśla Bernd Mütter, dyrektor ARTE Deutschland, w roku jubileuszu 25-lecia ARTE¹⁹².

W Niemczech sytuacja programu ARTE Deutschland kształtuje się nieco inaczej. W początkowych latach, licząc od 1996 roku, po stronie niemieckojęzycznych odbiorców tego kanału telewizyjnego odnotowano

¹⁸⁸ *Dlaczego Francuzi kochają Arte, ale oglądają TF1*, „Atlantico” 10.08.2012, źródło: <https://www.atlantico.fr/article/decryptage/pourquoi-francais-adorent-arte-mais-regardent-tf1-television-jerome-fourquet> (dostęp 12.03.2021).

¹⁸⁹ Ibidem.

¹⁹⁰ Wywiad z E. Suardem przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

¹⁹¹ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

¹⁹² Oficjalna strona Deutschlandfunk.de, źródło: https://www.deutschlandfunk.de/arte-wird-25-wenn-es-arte-nicht-schon-gaebe-dann-muesste.2907.de.html?dram:article_id=387409 (dostęp 12.09.2020).

niski udział w rynku, około 0,3%¹⁹³. Jej wyniki polepszyły się dopiero w roku 2001 – do poziomu 0,4%, a od roku 2018 oglądalność ARTE po stronie niemieckiej kształtuje się na poziomie 1,1%¹⁹⁴.

W opinii Bernda Mütterera, ARTE we Francji od początku ugruntowała swą pozycję w zupełnie inny sposób niż w Niemczech, bowiem w oparciu o emisję analogową i jako część francuskiego systemu audiowizualnego – wraz z sześcioma dużymi sieciami francuskiej telewizji. „Choć po stronie niemieckiej my także stale ewoluowaliśmy, to jednak rozwój ten był dokładnie odwrotny niż we Francji. Dlatego trudno jest porównywać ze sobą oba rynki”¹⁹⁵ – podkreśla Mütterer. W Niemczech na samym początku ARTE była dostępna tylko w telewizji kablowej, a dopiero później dodano satelitę, a następnie rozpoczęto nadawanie naziemne i dystrybucję internetową.

Podobnego zdania jest Emmanuel Suard: „W Niemczech ta rewolucja technologiczna odbyła się wcześniej, bowiem rewolucja wiązała się tam z rozwojem kabla i satelity: ARTE była jedną z trzydziestu stacji. Na początku jej oglądalność kształtowała się na poziomie 0,2%, a potem zaczęła rosnąć”¹⁹⁶.

Według obliczeń *Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung* (AGF), w 2008 roku udział ARTE w rynku telewizyjnym w Niemczech wynosił 0,6%, natomiast w 2019 roku było to już około 1,1% ogółu odbiorców, a w 2020 roku udział ARTE w Niemczech wyniósł około 1,2% całkowitej widowni w wieku od co najmniej trzech lat i sytuacja ta jest stabilna. Stacja ARTE osiąga znacznie większe udziały w rynku w grupie wiekowej 50+ niż w grupie 14–49 lat¹⁹⁷. Należy podkreślić, że telewizja publiczna w Niemczech dysponuje większym potencjałem odbiorczym niż telewizja publiczna we Francji.

„Oczywiście, że nam nigdy nie wystarczy jednoprocentowy udziału w rynku, ale przy obliczaniu udziału należy zwrócić uwagę, iż jest on obliczany w minutach. Tak więc widz oglądający pięć godzin telewizji dziennie jest ważniejszy niż ktoś, kto ogląda tylko dziewięćdziesiąt minut telewizji dziennie. I właśnie dlatego dla nas bardziej istotny jest zasięg”¹⁹⁸ – zazna-

¹⁹³ Źródło: <https://www.kek-online.de/medienkonzentration/mediennutzung/fernsehnutzung/> (dostęp 12.09.2020).

¹⁹⁴ Internetowy francuski serwis prasowy „Ozap.com”, źródło: <https://www.ozap.com/actu/audiences-aout-tf1-leader-en-hausse-record-historique-pour-l-equipe-m6-tmc-et-france-4-en-difficulte/596443> (12.09.2020).

¹⁹⁵ Wywiad z B. Mütterem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

¹⁹⁶ Wywiad z E. Suardem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

¹⁹⁷ Statista, źródło: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/285801/umfrage/marktanteil-von-arte/> (dostęp 12.03.2021).

¹⁹⁸ Oficjalna strona Deutschlandfunk.de, źródło: <https://www.deutschlandfunk.de/>

czył Bernd Mütter w rozmowie z niemiecką dziennikarką Brigitte Baetz. Bardzo wiele zależy od sposobu, w jaki prowadzone są pomiary oglądalności. Szczególnie dzisiaj, kiedy odbiór programu telewizyjnego poprzez *broadcast* nie jest już jedynym sposobem dotarcia do widza, ponieważ ma on wiele sposobów na oglądanie wybranych emisji „na życzenie”.

Bernd Mütter uważa, że mimo tak skromnych rezultatów, każdego tygodnia ARTE dociera do dziewięciu, a czasami dziesięciu milionów ludzi w Niemczech, którzy oglądają ten program przez co najmniej kwadrans, a we Francji jest to trochę więcej – między jedenaście a dwanaście milionów. „Tak więc każdego tygodnia około dwadzieścia milionów widzów w Niemczech i we Francji odbiera ARTE przez co najmniej kwadrans. Nie jesteśmy więc aż tak bardzo małym graczem, choć niski udział w rynku może sprawiać takie fałszywe wrażenie” – zauważa Mütter.

Takie podejście rewolucjonizuje tradycyjny sposób badania odbiorców i statystyki z tym związane. Muszą być one dostosowane do rodzaju transmisji, bo tradycyjne metody, opierające się zwyczajowo na analizie widzów oglądających dany program przede wszystkim za pośrednictwem telewizora, nie sprawdzają się, zakłamując obraz odbiorcy.

O tym samym zjawisku związanym z wynikami oglądalności ARTE w kontekście nowego, specyficznego sposobu obliczania poziomu oglądalności, wspominał także Emmanuel Suard: „istotnym elementem, nad którym pracujemy jest tzw. «oglądalność skumulowana». Dotyczy ona tych wszystkich widzów, którzy nas oglądają ciągiem co najmniej przez piętnaście minut, przynajmniej raz w tygodniu (*15 minutes consecutive*). I takich widzów mamy 22 mln na tydzień!!! Dlaczego to dla nas tak ważne? ARTE proponuje bardzo zróżnicowany program. Nasi odbiorcy to nie jest taki typ widza, który będzie oglądał ARTE od rana do wieczora, zresztą to wcale nie jest naszą ambicją. Ale docieramy z ofertą do różnych odbiorców, którzy nas oglądają co jakiś czas, np. wybierając koncerty, spektakle operowe, filmy fabularne albo dokumenty”¹⁹⁹.

O najnowszych badaniach związanych z pomiarem „oglądalności” w mediach napisano na portalu <https://isportal.pl>, zajmującym się kompleksowo wszystkimi rodzajami mediów. Jak czytamy w raporcie z sierpnia 2020 roku, „Sightcorp, reLEYEble, stickyPiXEL czy goCount to firmy software’owe, które dostarczają dane odbiorców treści w czasie rzeczywistym, wykorzystując technologię analizy wideo, by automatycznie wykrywać,

arte-wird-25-wenn-es-arte-nicht-schon-gaebe-dann-muesste.2907.de.html?dram:article_id=387409 (dostęp 12.09.2020).

¹⁹⁹ Wywiad z E. Suardem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

śledzić i klasyfikować widzów²⁰⁰. Networked Insights, śledzący oglądalność online, opublikował w 2020 roku raport dotyczący popularności programów telewizyjnych w sieci na podstawie interakcji ludzi w mediach społecznościowych. Analiza odbywa się za pomocą *streaming meter*. To specjalny router, który mierzy korzystanie z treści wideo oglądanych za pomocą sieci wifi. W tym przypadku mowa o pomiarach oglądalności nieliniarnej: pochodzącej z platform VOD i OTT, gdzie to widz wybiera treści na żądanie²⁰¹.

„Jeśli chodzi o transmisję nieliniową, to odnotowaliśmy ostatnio wzrost o 50–60%. To jest rzeczywisty wzrost, który pokazuje, że mimo iż to proces długotrwały, używanie – odbiór telewizji liniowej *broadcast* nieco spada. A biorąc za przykład Niemcy – wszystkie kanały razem (*con-fondu*): *broadcast audiovisuelles* odnotował spadek 2%, ale to logiczne, ponieważ spora część tego, co jest realizowane dzisiaj to *media taken (offres en ligne)*”²⁰² – zaznacza Bernd Mütter.

Emmanuel Suard podkreśla, że występują dwa typy telewidzów: jedni korzystają z programu *broadcast*, nie wiedząc, co będą oglądać, często informacje „co jest w programie TV” przeczytali w wersji drukowanej. Jest także drugi typ odbiorcy – to ci, którzy dobrze wiedzą, co chcą oglądać i sami dokonują wyborów, zatrzymując się na tym, co ich rzeczywiście interesuje. „Nasza publiczność „broadcastowa” składa się z tych dwóch typów widzów. Cyfrowa technologia zwraca się do telewidzów, którzy nie mają za dużo czasu ani energii, by szukać programu: pozwala to tej części widzów, którzy wiedzą, co chcą oglądać – dokonywać wyboru” – podsumowuje Suard.

Przypomina także, że stacja odnotowuje siedemdziesiąt milionów „obejrzeń” wideo na miesiąc, w sposób nieliniowy: czyli poprzez portal ARTE (*raptrapage*) i inne platformy. „Z drugiej strony nie należy zapominać, że jednak nadal jeszcze *broadcast* to jedyne miejsce, które pozwala zgromadzić w tym samym czasie trzy miliony telewidzów oglądających ten sam film. Bo *broadcast* jest nadal formą „masywnego odbioru” – i chyba jeszcze na długo nim pozostanie; widoczne jest jego obniżenie, ale proces ten przebiega bardzo powoli, choć nieliniowy sposób odbioru rośnie – *broadcast* pozostaje bardzo ważnym medium²⁰³ – podkreślił Suard.

²⁰⁰ M. Koch, *O rewolucji w sferze badań oglądalności słów kilka*, „Telewizja w sieci” 28.08.2020, źródło: <https://isportal.pl/telewizja-w-sieci-o-rewolucji-w-sferze-badan-ogladalnosci-slow-kilka/> (dostęp 12.03.2021).

²⁰¹ Ibidem.

²⁰² Oficjalna strona Deutschlandfunk.de, źródło: https://www.deutschlandfunk.de/arte-wird-25-wenn-es-arte-nicht-schon-gaebe-dann-muesste.2907.de.html?dram:article_id=387409 (dostęp 12.09.2020).

²⁰³ Wywiad z E. Suardem przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

2.4.2. ARTE europejską telewizją w sześciu językach

„ARTE nie jest kanałem niemieckim – wszyscy o tym wiedzą, ale nie jest to również kanał francuski, o czym często we Francji zapominamy. ARTE jest francusko-niemieckim kanałem o europejskiej misji zbliżenia narodów Europy poprzez kulturę.

Misja ta jest wyraźnie opisana w traktacie międzypaństwowym podpisanym przez prezydenta Republiki Francuskiej z szesnastoma niemieckimi landami w 1990 roku. „ARTE kieruje się zasadą niezależności, zarówno ustawowej, finansowej, jak i redakcyjnej”²⁰⁴ – zaznaczyła Véronique Cayla podczas debaty parlamentarnej w kwietniu 2019 roku.

Na początku działalności stacji programy ARTE nadawano we francuskiej i niemieckiej wersji językowej, dzięki czemu ARTE docierała (rok 1992) do 32% Europejczyków²⁰⁵. Technologia daje obecnie możliwość dowolnego przekształcania ARTE w medium internetowo-telewizyjne, dostępne *à la demande* – przez całą dobę i to w kilku językach²⁰⁶. Telewizja ARTE pracuje nad wzbogaceniem audiowizualnej oferty kulturalnej dostępnej dla widzów w Europie i na świecie. Poprzez Internet, platformy cyfrowe i telewizję naziemną ARTE dociera dziś do 70% Europejczyków, którzy mogą oglądać ten kanał w języku ojczystym²⁰⁷.

„Projekt ARTE został zaplanowany nie tylko dla grupy docelowej w Niemczech i Francji, ale zawsze miał na uwadze perspektywę europejską. ARTE wykorzystwała nowe możliwości digitalizacji, aby rozszerzyć swoją ofertę nieliniową na europejską publiczność, co nie było możliwe w momencie tworzenia kanału, ze względu na ograniczenia technologiczne²⁰⁸” – mówił Peter Budget. Z tego powodu od początku nawiązano ścisłą współpracę z tymi telewizjami publicznymi w Europie, które były tym zainteresowane. Na długo przed tym, jak Unia Europejska poszerzyła się o owych członków (w roku 2004), ARTE zbudowało europejską sieć telewizyjną, opartą na stacjach współpracujących w jej ramach.

Partnerstwo z innymi kanałami publicznymi w Europie świadczy o chęci do produkowania i nadawania programów, które odzwierciedlają

²⁰⁴ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

²⁰⁵ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/jak-powstalo-arte/> (dostęp 12.09.2020).

²⁰⁶ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte w 6 językach*, źródło: https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/files/dp_6langues_2019-04_pl_web.pdf (dostęp 01.03.2019).

²⁰⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/files/dp_lancement-italiano_pl_web-compressed.pdf (dostęp 15.07.2017).

²⁰⁸ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

europijską kreatywność i różnorodność, zgodnie z duchem otwartości, który towarzyszył tworzeniu ARTE.

Od 2018 roku programy w języku ojczystym docierają już do 70% Europejczyków. Jak informuje serwis prasowy stacji, „dotychczasowa oferta ARTE w pięciu językach pozwalała 305 mln Europejczyków na dostęp do programów w języku ojczystym”²⁰⁹.

Publiczność ARTE stanowi około 60% spośród 505 mln obywateli europejskich. Dzięki wersji z włoskimi napisami programy ARTE skierowane są potencjalnie do 360 mln Europejczyków, czyli do niemal 70% widowni europejskiej. Całość oferty w sześciu językach dostępna jest nieodpłatnie na stronie www.arte.tv, na telewizorach typu Smart TV i w aplikacjach mobilnych kanału ARTE²¹⁰.

„Dzięki procesowi digitalizacji od 2018 roku ARTE jest dostępna na całym świecie już w sześciu językach. Przyczynia się to znacząco do stworzenia europejskiej sfery publicznej. Teraz jedna czwarta wszystkich pobieranych filmów VOD na życzenie (*téléchargements en vidéo*) dostępna jest w sześciu językach”²¹¹ – zauważa Véronique Cayla. ARTE po polsku, ARTE in English, ARTE en español i ARTE in italiano – to oferta czterystu godzin bezpłatnych programów *online* rocznie z polskimi, angielskimi, hiszpańskimi i włoskimi napisami²¹². Projekt dotyczy emisji części programów telewizji ARTE z polskimi, angielskimi i hiszpańskimi napisami w Internecie, w aplikacjach mobilnych oraz telewizorach z funkcją Smart TV. Filmy są dostępne w ich oryginalnej wersji, a widz może decydować, w jakim języku ogląda programy ARTE.

Inicjatywa poszerzenia odbioru ARTE – stworzenia platform językowych – „ARTE Europe” jest projektem współfinansowanym ze środków Komisji Europejskiej, którego celem jest udostępnianie w Europie programów kulturalnych wysokiej jakości z napisami w językach europejskich. Poszerzenie oferty o język włoski było kolejnym krokiem w rozbudowaniu europejskości ARTE. Różnorodność językowa jest jedną z głównych wartości Wspólnoty Europejskiej. Oferta programowa obejmuje emisję telewizji ARTE o tematyce faktograficznej, z wyjątkiem dzienników informacyjnych, seriali telewizyjnych i filmów. Wybór programów odzwierciedla ofertę programową stacji i składa się z flagowych magazynów kanału ARTE oraz wielu filmów dokumentalnych i seriali internetowych o różnorodnej tematyce. Ofertę dodatkowo wzbogacają występy artystyczne z całej Europy oraz koncerty na żywo. Bogaty katalog programów jest regu-

²⁰⁹ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte w 6 językach*, źródło: https://www.arte.tv/sites/corporate/files/dp_6langues_2019-04_pl_web.pdf (dostęp 12.03.2021).

²¹⁰ Ibidem.

²¹¹ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

²¹² Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte w 6 językach*, źródło: https://www.arte.tv/sites/corporate/files/dp_lancement-italiano_pl_web-compressed.pdf (dostęp 12.04.2019).

larnie odświeżany, dzięki czemu co tydzień widzowie mają do dyspozycji około dziesięć godzin nowych programów, które najczęściej dostępne są *online* przez trzydzieści dni lub dłużej²¹³.

Oferta cyfrowa ARTE dostosowana jest do dzisiejszego trybu życia obywateli i sposobu korzystania z treści audiowizualnych. ARTE stawia na wielorakie innowacje: telewizję na życzenie, programy stworzone z myślą o urządzeniach mobilnych, projekty VR oraz kulturalne gry wideo. Programy można oglądać na wszystkich ekranach i w dowolnym momencie: w sieci lub w trybie *offline* i na stronie www.arte.tv oraz w aplikacjach na telefony i tablety oraz w odbiornikach typu Smart TV. Uzupełnieniem tej zróżnicowanej oferty jest obecność ARTE w mediach społecznościowych, co umożliwia codzienny kontakt ze społecznością widzów ARTE w Europie i na całym świecie²¹⁴.

Jednym ze źródeł sukcesu ARTE jest to, że bardzo różni się ona od innych stacji telewizyjnych, ma też zupełnie odmienną, odrębną od większości kanałów ramówkę programową. To program bardzo specyficzny, stawiający akcenty na emisję produkcji audiowizualnych o charakterze szeroko rozumianej kultury, nauki, sztuki oraz na budowanie porozumienia między narodami i ludźmi.

2.4.3. Profil programowy ARTE

Z perspektywy badań nad ARTE podkreśla się, że technologia satelitarna, różne wersje językowe i dostępność wielu programów na żądanie pomaga w ustanowieniu telewizji jako międzykulturowego środka masowego przekazu²¹⁵. Analiza prowadzi do wniosków, że można zaprojektować te procesy. Autorzy zwracają uwagę na kwestie społeczne, na krzyżowanie się kultur w ofercie programowej ARTE – ewolucję poprzez zwiększenie konwergencji mediów i ich jednoczesną internacjonalizację. Konwergencja digitalizowanych i cyfrowych mediów oznacza nową jakość interakcji, która wymaga znajomości takich terminów, jak inter- i transmedialność. W jaki sposób systemy mediów zmieniają się i rozwijają? Poprzez zwiększenie konwergencji mediów i jednoczesne umiędzynarodowienie. Czy zatem media przyjmą nowe, międzykulturowe i hybrydowe formy, to wyznaczenie, przed którym stoi ARTE.

„Na początku charakterystykę ARTE budował program TV złożony z dokumentów, filmów fabularnych i wieczorów tematycznych. Były, na przykład, cztery wieczory tematyczne, obecne na antenie ARTE jeszcze

²¹³ Oficjalna strona telewizji ARTE, *O nas*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/o-nas/?lang=pl> (dostęp 12.04.2019).

²¹⁴ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Arte w 6 językach*, źródło: https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/files/dp_lancement-italiano_pl_web-compressed.pdf (dostęp 19.04.2019).

²¹⁵ Ibidem.

przez długie lata²¹⁶ – powiedział Emanuel Suard. W ciągu wielu lat rozwijano program, bardzo niewiele modyfikując samą ramówkę programową, której ramy tworzyły, w głównej mierze, dokumenty i reportaże. A tematyka treści programu telewizyjnego składała się w przeważającej części z audycji prezentujących kulturę i sztukę, tematykę popularnonaukową, podróże i kwestie związane z szeroko rozumianą naturą, geografią, geopolityką i debaty społeczno-polityczne.

Véronique Cayla zauważa, że ARTE stawia na filmy dokumentalne, które mniej koncentrują się na kwestiach narodowych, a bardziej zorientowane są na opisywaniu świata. Jeśli chodzi o seriale, to na antenie ARTE nie ma żadnych amerykańskich produkcji, tylko europejskie „perełki” (*Peaky Blinders*, *Il miracolo*, *Borgen*). Pytana, jaka była jej recepta, odpowiada: gustowne przezabawne krótkie formaty (*La minute vieux*, *Silex and the City*), oryginalna fabuła (*Mytho*, *Dérappages*), programy publicystyczne (28 minut), a także wzbogacenie oferty o międzynarodowe wiadomości i nowe filmy dokumentalne, oraz kino autorskie, przed którym „rozścielamy czerwony dywan” w ARTE²¹⁷.

„Kultura ARTE zbudowana jest na bazie różnorodności, a ta różnorodność w znaczeniu «rozmaitość» (*diversité*) to nasz atut. To wszystko, co powoduje, że kultura jest tak bardzo różnorodna – jest naszą mocną stroną. Tu wyraźnie widać, że oglądalność nie ogranicza się i nie jest zbieżna z udziałem w rynku (*part du marche*). To co najciekawsze we współpracy międzynarodowej ARTE, to wspólne produkcje” – podkreślał²¹⁸.

Stacja stara się zapewnić zrównoważoną proporcję programów niemieckich i francuskich, dążąc w ten sposób także do zmniejszania wpływu programów amerykańskich, aby przesunąć akcent w tych międzykulturowych procesach transferu²¹⁹.

„Ponieważ ARTE to kanał, którego budżet nie zależy od reakcji widzów (tzn. od oglądalności), może pozwolić sobie na ryzyko i oferowanie tego, czego nie można znaleźć gdzie indziej”²²⁰ – twierdzi Philippe Nouchi, ekspert ds. Mediów w Publicis Medias.

²¹⁶ Wywiad z E. Suardem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

²¹⁷ Internetowe wydanie „Le Parisien”, źródło: <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/arte-la-tele-de-chaine-qui-gagne-toujours-plus-de-telespectateurs-26-04-2020-8305935.php> (dostęp 04.09.2020).

²¹⁸ Wywiad z E. Suardem, przeprowadzony w siedzibie ARTE w Strasburgu w lipcu 2019 roku, aneks pracy.

²¹⁹ Ch. Barmeyer, S. Öttl, *Interkulturalisierung nationaler Mediensysteme? ARTE als Laboratorium für grenzüberschreitende*, Medienwandel SBN, Passawa 2012.

²²⁰ Internetowe wydanie „Le Parisien”, źródło: <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/arte-la-tele-de-chaine-qui-gagne-toujours-plus-de-telespectateurs-26-04-2020-8305935.php> (dostęp 04.09.2020).

2.5. Analiza zawartości programowej ARTE

2.5.1. Analiza zawartości jako metoda badawcza

Analiza zawartości jako metoda badawcza jest od dawna stosowana w socjologii i naukach społecznych, a w medioznawstwie uważana jest za jedną z najlepszych metod poznawania treści i kontekstu prasowych wypowiedzi.

Analiza taka powinna mieć charakter naukowy i dlatego powinna być realizowana według pewnych określonych założeń: na podstawie przyjętego planu działania (schematu) wybranych mediów (medium), bez założeń *a priori* – to znaczy w sposób w miarę możliwości obiektywny. Chodzi także o to, by odnaleźć szerszy kontent tych badań, by przystępując do nich, odpowiedzieć na pytanie, dlaczego podejmujemy ten temat i czemu ma służyć nasza analiza. Bo, jak podkreśla Małgorzata Lisowska-Magdziarz, „badania nad mediami ani nie mogą polegać wyłącznie na generowaniu tabel i wykresów statystycznych, ani nie mogą być uprawiane li tylko jako dziedzina swobodnej, bardziej lub mniej związanej z rzeczywistością refleksji teoretycznej. Muszą prowadzić do ważnych, prawdziwych i nieoczywistych ustaleń na temat empirycznie dotykanej rzeczywistości”²²¹.

W Polsce definicję analizy zawartości jako metody badania przekazów medialnych najpełniej przedstawił i opracował prof. Walery Pisarek²²², naukowiec zajmujący się wiedzą o komunikowaniu masowym, który jako pionier w tej dziedzinie w Polsce wychodził z założenia, że: „Nauka o komunikowaniu masowym potrzebowała metody możliwie obiektywnej i rzetelnej, dającej się zastosować do wielkiej masy przekazów słownych i obrazowych, zorientowanej głównie na opis treści, ale uwzględniającej też cechy przekazu, które bądź dostarczają informacji o nadawcy, bądź wpływają na przebieg procesu odbioru. Te potrzeby miała zaspokoić nowa metoda badania przekazów – *content analysis*, nazywana po polsku analizą treści lub analizą zawartości, po francusku – *analyse du contenu*, po niemiecku – *Inhaltsanalyse* lub *Aussagenanalyse*, po rosyjsku – *kontent-analiz* lub *analiz sodierżanija*”²²³.

Według Rafała Idzika i Jakuba Klepki, analiza zawartości powinna składać się z kilku etapów, które obejmują: dobór materiału do analizy, wybór okresu badawczego – przedział czasowy, możliwości zdefiniowania kategorii analitycznych, a na końcu – stworzenie klucza kategoryzacyj-

²²¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, s. 3 i 4, Kraków 2004.

²²² W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983, s. 45.

²²³ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy, drogi rozwoju*, źródło: http://mbc.malopolska.pl/Content/65911/1983_02.pdf. (dostęp 12.04.2020).

nego²²⁴. Powinna odpowiadać postawionym hipotezom oraz problemowi badawczemu i towarzyszącym mu pytaniom, a także nosić cechę powtarzalności osiąganych rezultatów – pojawia się wymóg uzyskania tych samych wyników podczas ponownego badania prowadzonego przez innego badacza przy zastosowaniu tego samego narzędzia. Ostatnim etapem analizy zawartości jest opracowanie i omówienie jej wyników.

Profesor Walery Pisarek określił taką analizę jako „zespół różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającą na możliwie obiektywnym wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce: zwykle ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na wnioskowaniu porównawczym”. Należy jednak pamiętać, że jego praca została zrealizowana już dawno, niemalże czterdzieści lat temu – w roku 1983, a od tego czasu media niezwykle szybko ewoluowały, w sposób, jakiego nie można było wówczas w pełni przewidzieć. Na niedoskonałość tej metody analitycznej zwraca także uwagę Małgorzata Lisowska-Magdziarz: „To wszystko to są wyłącznie kategorie możliwe w analizie prasy i to prasy pisemnej tradycyjnej (...) treść współczesnych mediów bardzo trudno poddaje się zobiektywizowanym pomiarom. Trudno je opisywać przy pomocy dotychczasowych narzędzi badawczych, o ile nie podda się zastosowania tych narzędzi radykalnej a twórczej rewizji”²²⁵ – zauważa badaczka mediów.

Z dotychczasowej analizy programu telewizyjnego ARTE wynika podobne stwierdzenie: współczesnego medium audiowizualnego nie można zawęzić wyłącznie do „analizy prasoznawczej” – przekazu językowego, bazującego na tekście. Medium audiowizualne ma dziś całkowicie odmienną specyfikę, operuje sferą języka filmowego i telewizyjnego, kategorią obrazu, dźwięku i stylistyki całkowicie różnej od „tradycyjnego” medium związanego z prasą drukowaną, do jakiego odnosi się analiza Walerego Pisarka i wielu innych medioznawców. Bo jak zaznacza Lisowska-Magdziarz, „zdecydowana większość technik badawczych wypracowanych w obszarze nauki o mediach skupia się na tekście wyrażonym w języku naturalnym”²²⁶. I dodaje, że większość współczesnych analiz treści mediów nie próbuje mierzyć się całościowo z ich wielomodalnym charakterem lub najwyżej zatrzymuje się na etapie analizy relacji między tekstem (mówionym lub pisanym) a obrazem: „Nic w tym dziwnego, multimodalności wystarczająco jeszcze nie opisano teoretycznie, ani też nie wypracowano

²²⁴ R. Idzik, J. Klepka, *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata*, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2019.

²²⁵ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, s. 3 i 4. Kraków 2004.

²²⁶ *Metody badań medioznawczych i ich zastosowania*, red. A. Szymanska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018.

dostatecznie szczegółowych i intersubiektywnie dostępnych technik zapisu bądź rozbioru treści mieszanych” – podkreśla Lisowska-Magdziarz.

Mając do czynienia z przedstawianą w tej dysertacji ponadnarodową telewizją ARTE, czyli najbardziej zaawansowanym technologicznie „medium audiowizualnym” w Europie, łatwo wyciągnąć wnioski, że kryteria i narzędzia stosowane z powodzeniem przy analizie prasy, nie w pełni się tu sprawdzają i dlatego wymagają uzupełnienia lub przynajmniej – nowatorskiego spojrzenia, opartego na doświadczeniach wyniesionych z obszaru praktyki telewizji publicznej, realizującej misję²²⁷. Ten obszar praktycznego poznania zwykle nie jest za dobrze znany medioznawcom koncentrującym się wyłącznie na podłożu teoretycznym, dlatego stwarza tyle problemów. Z pewnością sytuacja połączenia podstaw wiedzy teoretycznej z ogromnym doświadczeniem empirycznym w wymiarze telewizji może przysłużyć rozwojowi badań w tej sferze, będąc rodzajem swoistego „potwierdzenia” dla tych teorii badawczych, które stosuje się w analizie zawartości dzieła telewizyjnego.

Jeszcze jeden aspekt, na który warto zwrócić uwagę, przywołuje Karolina Szczepaniak, podkreślając, że w przeciwieństwie do wielu innych technik badawczych wykorzystywanych w badaniach społecznych, analiza treści nie wymaga bezpośredniego kontaktu między badaczem (lub ankierem) a badanym, bazuje bowiem na istniejących (zastanych lub wywołanych) materiałach²²⁸. Autorka zauważa, że „analiza treści nie jest, jak mogłoby się wydawać, prostym wnioskowaniem badacza na temat badanego materiału, odczytaniem zawartych w nim przez autora treści i ich interpretacją, gdzie doświadczenia i wiedza autora silnie wpływają na proces tworzenia przekazu i jego późniejszej interpretacji”. Zatem sama analiza „materiału badawczego”, który w przypadku ARTE stanowi całą jej ramówkę programowa oraz wybrane według określonego klucza programy audiowizualne ARTE, stwarza możliwości przeprowadzenia wiarygodnego badania. Dlatego w analizie zawartości programowej ARTE można stworzyć własny „klucz kategoryzacyjny”, dostosowany zarówno do specyfiki tego medium, jak i przede wszystkim do hipotezy i pytań badawczych, sformułowanych na samym początku dysertacji.

Zadaniem badawczym podjętym w pracy jest odpowiedź na pytanie, „czy ARTE – europejska telewizja kultury, stanowi narzędzie budowania porozumienia między narodami oraz instrument wspierania procesu integracji europejskiej”.

²²⁷ Autor dysertacji odnosi się do swych 35-letnich doświadczeń w TVP, zdobywanych na różnych etapach i w różnych miejscach tej organizacji, także za granicą.

²²⁸ K. Szczepaniak, *Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012, źródło: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.hdl_11089_5453 (dostęp 22.04.2020).

To przesłanie jest wyznacznikiem do sformułowania pytań będących kategoriami analitycznymi analizy zawartości oferty programowej. Przypomnieć należy, że w dwóch założycielskich dokumentach ARTE – zarówno w kontrakcie międzypaństwowym z 2 października 1990 roku (*Traité interétatique*)²²⁹, jak i w kontrakcie założycielskim, z 30 kwietnia 1991 roku (*Contrat de formation*)²³⁰ twórcy ARTE podkreślali, na czym polega rola i cel ARTE: „wyznaczona misja ARTE jest jasna – to dostarczanie programów przedstawiających dziedzictwo kulturowe i życie artystyczne państw, regionów i narodów Europy i świata w celu utrwalenia zrozumienia i zbliżenia między narodami w Europie”²³¹.

Czy zatem ramówka programowa ARTE, analizowana pod kątem zawartości treści programowej stanowi potwierdzenie, że ARTE nadal wypełnia zapisaną w traktacie założycielskim misję, nawet kilkadziesiąt lat po starcie? Spróbujemy odpowiedzieć na to pytanie.

Misyjny charakter ARTE wyznacza całą jej „filozofię działania”. Dlatego w pierwszej kolejności spróbujemy odpowiedzieć na pytanie, czy formy i gatunki programów, które najczęściej występują na antenie ARTE, „wpisują się” w jej założenia strategiczne.

Analiza zawartości programowej ARTE dokonana zostanie w dwóch płaszczyznach:

- ramówki programowej (w przedziale czasowym obejmującym rok 2020);
- poszczególnych programów ARTE, analizowanych zarówno pod kątem treści, jak i formy oraz gatunku produkcji telewizyjnych.

ARTE zajmuje się produkcją i emisją różnorodnych programów telewizyjnych: „To witryna europejskiej kultury na świecie. ARTE to wyjątkowy nadawca wśród europejskich mediów audiowizualnych, europejska stacja publiczna poświęcona tematyce kulturalnej, której programy są wyrazem kreatywności, różnorodności i innowacyjności” – zaznaczono w materiałach korporacyjnych ARTE²³².

²²⁹ Oficjalna strona portalu francusko-niemieckiego, źródło: <https://www.france-alle-magne.fr/Traite-sur-la-chaine-Culturelle.html>, (dostęp 12.01.2020).

²³⁰ Źródło: <http://download.www.arte.tv/permanent/u6/pdf/Contrat-de-formation-version-22.06.2011.pdf>, (dostęp 12.01.2020).

²³¹ Oficjalna strona telewizji ARTE, fragmenty zapisów kontraktu założycielskiego ARTE: Art. 2 – *Misja ARTE (Objet du Groupement)*: Celem Grupy jest projektowanie, produkcja i dystrybucja lub wytwarzanie i nadawane drogą satelitarną lub w jakikolwiek inny sposób oraz w celu rozpowszechniania (...) treści mających charakter kulturowy i międzynarodowy w szerokim znaczeniu i zdolny do promowania zrozumienia i łączenia ludzi w Europie (fr. *Le Contrat de formation lui donne pour mission de concevoir, réaliser et diffuser ou faire diffuser (...) des émissions (...) ayant un contenu culturel et international au sens large, et propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples en Europe*), źródło: *Contrat-de-formation-version-22.06.2011* (dostęp 12.10.2020).

²³² Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/nasza-dzialalnosc/?lang=pl> (dostęp 02.04.2020).

Jak już wspomniano, jest to najbardziej rozwinięta pod względem technologicznym telewizja w Europie, która samodzielnie produkuje i emituje przeróżne formy i gatunki wypowiedzi medialnej – od „klasycznych”, po eksperymentalne, wynikające z możliwości odpowiedniego wykorzystania technologii, dzięki czemu dociera do szerokiej gamy odbiorców. W 2018 roku miesięcznie 9,2 mln programów było wyświetlanych na platformie ARTE poza Francją i Niemcami²³³.

70% Europejczyków ma dostęp do oglądania ARTE w swoim ojczystym języku. Każdego roku emitowanych jest czterysta godzin magazynów, filmów dokumentalnych i spektakli z napisami po polsku, angielsku, hiszpańsku i włosku²³⁴. W tym przypadku można zgodzić się z tezą, jaką formułuje Goban-Klas, że: „gatunek może być uznany za praktyczny sposób konstruowania przez instytucję medialną produktów odpowiadających oczekiwaniom konsumentów. Odbiorcom pomaga planować wybór przekazu; gatunek jest więc także sposobem porządkowania związku między dwoma elementami komunikowania masowego, przekazem i odbiorcą”²³⁵.

Należy podkreślić, że ponad połowa programów ramówki ARTE to dokument i reportaż. Realizowane są także wszystkie możliwe formy wypowiedzi artystycznej i filmowej: teatr telewizyjny, koncert, opera, film fabularny, magazyn, felieton, informacja, programy studyjne/autorskie, programy kulturalne – w całej swej różnorodnej gamie. Jak na to zwróciła uwagę Véronique Cayla²³⁶, „kanał kulturalny ARTE rozpowszechnia wszystkie gatunki utworów audiowizualnych: filmy dokumentalne, filmy fabularne, spektakle, magazyny, programy informacyjne”. Na stronie korporacyjnej ARTE znajdujemy potwierdzenie tych słów: „ARTE rozpowszechnia wszystkie gatunki utworów audiowizualnych. Około 55% stanowią dokumenty, 25% – filmy i seriale telewizyjne, 15% – programy informacyjne, a 5% – muzyka i występy artystyczne. Dwie trzecie programów emitowanych w ARTE jest prezentowanych na antenie po raz pierwszy”²³⁷.

Jak zaznaczono we wcześniejszej części pracy, „ARTE emituje swe programy w sześciu językach, a ich tematyka obejmuje tematy bliskie

²³³ Oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: https://www.arte.tv/sites/corporate/files/dp_6langues_2019-04_pl_web.pdf (dostęp 10.11.2020).

²³⁴ Ibidem, s. 7.

²³⁵ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo naukowe PWN, Kraków 1999, s. 198.

²³⁶ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

²³⁷ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza działalność*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/pl/corporate/nasza-dzialalnosc/?lang=pl> (dostęp 02.04.2020).

Europejczykom, dotyczące ich historii i dziedzictwa kulturowego oraz żywotności współczesnej kultury²³⁸.

2.5.2. Ramówka programowa ARTE

Ramówka ARTE, czyli układ ramowy audycji telewizyjnych, w poszczególnych dniach tygodnia, od godzin porannych do nocy, od lat właściwie się nie zmienia.

Jedne cykle programów są zastępowane przez inne – bardzo podobne w charakterze, misji i tematyce. Poniżej znajduje się ogólna charakterystyka tygodniowej ramówki, za rok 2020²³⁹.

Tabela 5. Ramówka ARTE od poniedziałku do wtorku w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Koncert muzyczny	Klasyka, jazz, rock, inne
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyn nauki, ciekawostki oraz programy podróżnicze i krajoznawcze; reportaże geopolityczne	<i>Xenius</i> <i>Geo reportage</i> <i>Zaproszenie do podróży</i> <i>Odkrycia geograficzne: spacerkiem po... (Francja)</i> <i>Magazyn geopolityczny: po drugiej stronie mapy</i> <i>Arte Regards</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	Reportaże społeczne; dokumenty programy podróżnicze – geograficzne	<i>Xenius</i> <i>Zaproszenie do podróży</i> <i>Natura</i> <i>Odkrycia archeologiczne</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	Programy kulturalne, filmy dokumentalne	
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Powtórki programów z godzin popołudniowych Programy historyczne, archeologiczne, dokumenty podróżnicze	<i>Arte Regards</i>

Źródło: opracowanie własne.

²³⁸ Ibidem.

²³⁹ We Francji *prime time* jest nie tylko wieczorem, ale także między godz. 12:00 a 14:00 – wtedy są emitowane wiadomości oraz filmy fabularne.

Tabela 6. Ramówka ARTE od wtorku do środy w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Koncert muzyczny	Klasyka
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyn nauki i wiedzy, geopolityczne reportaże, dokumenty oraz reportaże podróżnicze: cykl „odkrycia”, „zaproszenie do podróży”	<i>Xenius</i> <i>Geo reportage</i> <i>Zaproszenie do podróży</i> <i>Odkrycia geograficzne:</i> <i>spacerkiem po... (Francja)</i> <i>Magazyn geopolityczny: po</i> <i>drugiej stronie mapy</i> <i>Arte Regards</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	Reportaże i dokumenty: kulturalne, podróżnicze, naukowe oraz z cyklu „cywilizacja”, dokumenty dotyczące natury (przyrody)	<i>Xenius</i> <i>Zaproszenie do podróży</i> <i>Natura</i> <i>Odkrycia archeologiczne</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	Dokumenty ekonomiczne i gospodarcze	Bez stałych tytułów
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Reportaże i dokumenty społeczne i historyczne	<i>Arte Regards</i> film dokumentalny <i>Środowisko i człowiek</i>

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 7. Ramówka ARTE od środy do czwartku w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Koncert muzyczny	Klasyka, jazz, rock, inne
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyn nauki i wiedzy, georeportaże, programy „odkrycia/podróżże”, dokumenty i reportaże podróżnicze	<i>Xenius – magazyn nauki</i> <i>Skwer pomysłów</i> <i>Geo reportage</i> <i>Odkrycia</i> <i>Zaproszenie do podróży</i> <i>Cywilizacje – pomniki,</i> <i>miejsca, ślady kultury</i> <i>Odkrycia archeologiczne</i> <i>Po drugiej stronie mapy</i> <i>Arte Regards</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	dokumenty: kultura i społeczeństwo, programy podróżnicze, natura/przyroda, cywilizacje	<i>Natura</i> <i>Magazyn turystyczny</i> – <i>zaproszenie do podróży</i> <i>Xenius – magazyn nauki</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	filmy akcji, filmy policyjne	Bez stałych tytułów
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Reportaże: ekonomia, środowisko, dokumenty historyczne (biograficzne), społeczne	<i>Arte Regards</i> film dokumentalny: społeczństwo, cywilizacje, badania archeologiczne

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 8. Ramówka ARTE od czwartku do piątku w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Koncert muzyczny	<i>Blues</i>
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyn nauki i wiedzy, georeportaże, programy „odkrycia/podróżę”, programy – dokumenty i reportaże podróźnicze	<i>Xenius – magazyn nauki</i> <i>Vox-Pop – magazyn społeczno-polityczny</i> <i>Geo reportage (odkrycia)</i> <i>Magazyn turystyczny – zaproszenie do podróży</i> <i>Zwierzęta i natura</i> <i>Po drugiej stronie mapy</i> <i>Arte Regards</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	Dokumenty: kultura i społeczeństwo, programy podróźnicze, natura/ przyroda, cywilizacje	<i>Xenius – magazyn nauki</i> <i>Magazyn turystyczny – zaproszenie do podróży</i> <i>Natura</i> <i>Odkrycia archeologiczne</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	filmy – miniseriale	
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Seriale filmowe, dokument społeczny.	<i>Arte Regards – dokument społeczny</i>

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 9. Ramówka ARTE od piątku do soboty w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Tracks – magazyn muzyczny	<i>Hard rock, inne podobne</i>
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyn sztuk pięknych, magazyn geopolityczny, reportaże geopolityczne, społeczne, podróźnicze, filmy dokumentalne	<i>Live ART</i> <i>Po drugiej stronie mapy</i> <i>Arte reportage</i> <i>Geo reportage</i> <i>Natura i ptaki</i> <i>Po drugiej stronie mapy</i> <i>Arte Regards</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	Programy przyrodnicze (kilka odcinków), cywilizacja, odkrycia, podróże	<i>Nature, Civilisation</i> <i>Sekretne życie jezior</i> <i>Dociekania archeologiczne</i> <i>Xenius – magazyn nauki</i> <i>Zaproszenie do podróży</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	Kino, filmy fabularne	
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Dokument biograficzny, magazyny muzyczne, reportaże	<i>Dokument biograficzny</i> <i>Odkrycia archeologiczne</i> <i>Pop and Rock – magazyn</i> <i>Dokument – cywilizacje</i> <i>Tracks – hardrock magazyn</i> <i>Arte Regards</i>

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 10. Ramówka ARTE od soboty do niedzieli w nocy

Godziny	Rodzaj emisji	Tytuły
Rano – od 5:00	Sztuka filmowa	Różnorodne tytuły
Godzinny poranne – od 6:50 do 13:00	Magazyny o sztukach pięknych, magazyny geograficzno-krajoznawcze, dokumenty: przyrodnicze, podróżnicze, kulinarne	<i>Przygoda w muzeum</i> <i>Grand'art-malarstwo</i> <i>Xenius: mieszkańcy świata</i> <i>Live ART</i> <i>Cuisines des terroirs</i> <i>Les secrets des fleurs sauvages</i> <i>Faire l'histoire</i>
Popołudnie i wieczór – od 14:30 do 19:30	Dokumenty: przyrodnicze, podróżnicze, środowisko, podróże	<i>Nature</i> <i>Civilisation</i> <i>śledztwo archeologiczne</i> <i>zaproszenie do podróży</i> <i>Arte Geo-reportage</i> <i>Le dessous des cartes/ po drugiej stronie mapy</i>
Wieczór i późne godziny – od 20:30 do 24:00	Dokumenty biograficzne, magazyn nauka-technika	<i>Invitation au voyage</i> <i>Streetphilosophy</i> <i>Square idée</i>
Nocne godziny – od 24:00 do 5:00	Magazyn kulturalny, magazyn krótkiego metrażu – filmy, dokument biograficzny, magazyn o sztuce, dokument społeczny	<i>Dokumenty biograficzne – court-circuit, krótki metraż;</i> <i>Squar – skwer artystów Au-delà des frontières – krótki metraż</i>

Źródło: opracowanie własne.

Jak napisano w materiałach korporacyjnych ARTE – w wieczornej ramówce ARTE każdy dzień ma swój „koloryt”, dotyczący koncepcji programowej ramówki²⁴⁰. Oznacza to, że komitet programowy ARTE tak stara się programować ramówkę, aby zachować pewną charakterystykę związaną z danym dniem. Chodzi o to, aby przyzwyczaić widza do tego, że każdego dnia może on zawsze znaleźć ten sam gatunek czy temat audycji. Dlatego program ARTE jest budowany z pewną konsekwencją i nie stroni od powtórzeń.

Poniedziałek: *Cinema Monday* to kino historyczne i gatunkowe, filmy nieme i perły niezależnej światowej produkcji.

Wtorek: reportaże śledcze, ankiety, dochodzenia – śledztwo, historia, geopolityka i społeczeństwo.

Środa twórców: kreacja – film i dokument autorski.

²⁴⁰ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Linia edycyjna Arte tv.*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/files/lignes-editoriales-darte-2019-1.pdf> (dostęp 12.03.2021).

Czwartek – cykl czwartkowy: nowe produkcje producentów niezależnych – produkcje europejskie.

Piątek: fikcja (fabuła) i popkultura – oryginalne koprodukcje, najnowsze trendy z Tracks i występy na żywo.

Sobota: przygoda i człowiek; historia i nauka.

Niedziela: kino – marzenia i emocje dla wszystkich.

Dzięki *know-how* w zakresie produkcji programów ARTE zdecydowało się na rozwój swojego profilu w ofercie podzielonej na osiem prostych i czytelnych kategorii: wiadomości, kino, seriale telewizyjne i fikcja, kultura i pop, koncert, nauka, odkrycia i historia.

2.5.3. Wybrane cykle programów w ramówce tygodniowej

2.5.3.1. Zachowanie proporcji tematycznych

So hab' ich das noch nie gesehen (Je n'ai jamais vu ça avant), „Nigdy wcześniej tego nie widziałem” – ten slogan od roku 2004 stał się jedną z kilku dewiz ARTE, mottem programowym. „Oznacza to, że program jest skierowany do ciekawskich widzów, którzy, podobnie jak sami pracownicy stacji, chcą „spojrzeć na rzeczy z nowej, nieznannej i zaskakującej strony (...)” – zauważa Martin Bauch²⁴¹.

Konfiguracja tematów w ramówce pozostała *de facto* niezmieniona od lat, pomimo modyfikowanej koncepcji programu telewizyjnego. A oto jej charakterystyka: na poziomie 30% kształtuje się tematyka francuska, niemiecka i europejska, a 10% ramówki przeznaczono dla tematów międzynarodowych²⁴².

Specyfika ARTE wynika z jej misji, osadzonej na szeroko rozumianej kulturze. Ursule Fudge przypomina, że zgodnie z tekstem dokumentów założycielskich stacji kultura jest główną domeną ARTE, ponieważ kultura z jej punktu widzenia „łączy ludzi” i szerzy komunikację międzykulturową. Misją jej jest zapewnienie programów kulturalnych, które promują jedność i zrozumienie między narodami europejskimi²⁴³.

„Rzeczywiście, treści programowe ARTE naprawdę koncentrują się na dawnej, obecnej i przyszłej kulturze, obejmując nie tylko uznanych artystów, spektakle lub kinematografię, ale także aktywnie uczestniczą w prezentowaniu nowych talentów. Jednak jej program zawiera także filmy dokumentalne o obcych krajach, wiadomości i dyskusje na temat spraw

²⁴¹ M. Bauch, R. Bretfeld, *Karambolage im Sendekonzept von ARTE*, GRIN Verlag, Monachium 2014, s. 12.

²⁴² Ibidem.

²⁴³ U. Fudge, *Where culture brings people together. Does ARTE create European television without national boarders?* GRIN Verlag, Monachium 2014, s. 7.

europjskich i globalnych, które przybliżają i zwracają uwagę na aktualne wyzwania społeczne. W ten sposób ich definicja kultury rozciąga się na szerokie pole wielu definicji, biorąc pod uwagę nie tylko „sztukę” jako taką” – podkreśla Fudge²⁴⁴.

Poniższe zestawienie stanowi opis najczęściej występujących w ramach programów na antenie ARTE, według opisu znajdującego się na stronie korporacyjnej ARTE. Analizy dokonano we wrześniu 2020 roku²⁴⁵.

2.5.3.2. Sobota w ARTE

KRAJE GDZIE INDZIEJ / TERRES D'AILLEURS – dokumenty

Filmy ukazują wszechświat cywilizacji, odkrycia pełne emocji, zanurzają się w tajemniczy i urzekający wszechświat cywilizacji daleki od turystycznych czy folklorystycznych klisz. Program opowiada historie bohaterów, którzy kształtują życie ludzi na świecie; człowiek i społeczeństwo, które jest częścią jego tożsamości. Narracja skupia się na jednym lub dwóch bohaterach. Jasna struktura programu i estetyka programów sprawia, że chce się odkryć nieznaną rzeczywistość bohaterów.

CUISINE DES TERROIRS – kuchnia regionalna / program kulinarny

Serial dokumentalny: 26 minut, czas największej oglądalności, niedziela. ARTE trafia do miejsc, w których kuchnia, gastronomia i sztuka życia mają swoje korzenie: *Cuisine des terroirs* oferuje zmysłowe podejście do sztuki kulinarnej i spotkania z tymi, którzy je tworzą na różnych stanowiskach: rolnicy, winiarze, restauratorzy.

ARTE REPORTAGE

ARTE reportage to francusko-niemiecki magazyn informacyjny, nadawany od 7 stycznia 2004 roku w soboty o 18:35. Przedstawiają go na przemian Andrea Fies i William Irigoyen. Program oferuje widzom inne spojrzenie na wiadomości europejskie i międzynarodowe. *ARTE Reportage* jest zakorzeniony w swojej kulturze, a „magazyn” ma charakter zdecydowanie francusko-niemiecki. Zespół redakcyjny tworzą dziennikarze z obu stron Renu, a do udziału zapraszani są eksperci z obu krajów. To wspólne spojrzenie poza znaną symboliką i podwójną wizją francusko-niemiecką. Sposób realizacji tych reportaży pozostaje wierny specyfice tego gatunku. Europa w tej formule ma swoje pełne znaczenie, a jej miejsce zależy od bieżących wydarzeń i od wyborów redakcji.

²⁴⁴ Ibidem.

²⁴⁵ Źródło: opracowanie własne.

LE DESSOUS DES CARTES

Emisja w godzinach największej oglądalności w sobotę. Magazyn geopolityczny ARTE: co tydzień analizuje zagadnienia międzynarodowe, sytuacje konfliktowe oraz identyfikuje długoterminowe trendy na świecie w oparciu o mapy geograficzne.

VOX POP

To magazyn, który daje głos Europejczykom, ale jednocześnie rzuca im wyzwanie. To spotkania z obywatelami Europy. Magazyn umożliwi europejskim korespondentom przeprowadzenie analizy na podstawie najnowszych wiadomości. Tematyka dotyczy głównych problemów, które mają wpływ na codzienne życie obywateli UE.

KARAMBOLAGE (emisja w godzinach największej oglądalności w sobotę)

Tygodnik, program francusko-niemiecki: słowo, przedmiot, rytuał, portret... i oczywiście zagadka! W każdą sobotę *Karambolage* przygląda się osobliwościom Niemców i Francuzów.

AVENTURE HUMAINE / LUDZKA PRZYGODA – sobota 2 x 52'

Program dotyczy śladów cywilizacji i historii ewolucji. Omawiane są wydarzenia, kluczowe epoki, odkrycia naukowe, techniczne i artystyczne, które naznaczyły historię człowieka we wszystkich częściach świata, aż do XIX wieku. Program ma skłaniać do zadawania pytań, a napięcie utrzymuje się od początku do końca emisji. Treść opiera się na wiedzy fachowej i poparciu uznanych specjalistów, którzy gwarantują, że prezentowane są istotne treści natury historycznej i naukowej.

XENIUS / NAUKA – 52 minuty w sobotę

Filmy dokumentalne w tej ramówce zapewniają widzom dynamiczny dostęp do tematów dotyczących nauki. Natychmiast budzą ciekawość, przekazują to, „co trzeba wiedzieć”, aby zrozumieć dzisiejszy świat. Filmy są skierowane do szerokiej publiczności, a nie do ekspertów. Pokazują naukę w laboratoriach, jak również w terenie, próbują rozszyfrować najnowsze odkrycia i badania, by omówić kwestie społeczne i etyczne oraz ich konsekwencje.

PHILOSOPHY – 26 minut w trzeciej części wieczoru, w sobotę

Wywiady i filozoficzne refleksje pomiędzy głębią a lekkością. Programy o filozofii stosowanej w dzisiejszym życiu, tematy są ponadczasowe i aktualne.

SQUARE – skwer

Filozoficzne, literackie, artystyczne lub technologiczne innowacje zmieniającego się świata, widziane oczami twórców i artystów. Magazyn *SQUARE* składa się z dwóch modułów: *KWADRAT* i *POMYSŁY*.

COURT-CIRCUIT

Short-circuit to pudełko poświęcone filmowi krótkometrażowemu i aktualnym produkcjom filmowym. Magazyn składa się z jednego lub więcej krótkich filmów, które relacjonują europejskie bieżące sprawy. To kino eksperymentalne i filmy bardziej tradycyjne. Prawdziwa platforma dla młodych talentów. Pokazuje kulisy filmu krótkometrażowego: poprzez relacje z festiwalu, a także portrety międzynarodowych twórców filmowych i filmowców z całego świata.

MOYEN MÉTRAGE / średni metraż / fabuła – sobotę, 25 razy w roku

Od momentu powstania kanału, ARTE przyjęła zaangażowaną politykę w zakresie filmów krótkometrażowych – wspiera prace debiutanckie reżyserów z całego świata, którzy projektują kino jutra. Filmy średniometrażowe są ciągłością i logicznym rozwinięciem strategii stacji. ARTE jest jedynym kanałem, który w swoim harmonogramie programowym dedykuje im tak oryginalny format, poświęcony głównie fabule / filmowi i filmowym animacjom.

2.5.3.3. Niedziela w ARTE

ARTE JUNIOR

ARTE nie zapomina o swojej młodej publiczności: w niedzielny poranek emisja jest dedykowana młodym widzom, od dziesiątego roku życia. Są to programy o zróżnicowanej tematyce i dostosowane do ich pytań: seriale dokumentalne, kreskówki, magazyny i wyjątkowe seriale..., aby otworzyć otaczający ich świat, skierowany na wielkie odkrycia, naukę, historię, ekologię, sztukę i nie tylko.

SZTUKA I KULTURA

Celem programu jest dostarczenie przyjemności z oglądania ogólnodostępnych dzieł uznanych artystów. Zajmuje się w szczególności sztukami plastycznymi, architekturą, designem, fotografią i innymi dziedzinami sztuki. Prace przedstawione w zrozumiały sposób, mają koncentrować się na poznaniu znaczenia dzieła w ewolucji świata sztuki, artyści lub ruchu artystycznego. Emisja pozwala na przedstawienie nowych form ekspresji artystycznej lub ukazanie nowych nurtów kulturowych – ale zawsze oparta jest na twórczości wybranego artysty.

METROPOLIS

Metropolis jest magazynem kulturalnym ARTE. *Metropolis* zajmuje się sztukami plastycznymi, muzyką, teatrem, tańcem, literaturą, przepływem idei, architekturą i urbanistyką, praktykami kulturowymi oraz aspektami ekonomicznymi i społecznymi. Magazyn jest spójny i komplementarny

z całością oferty kulturalnej ARTE. *Metropolis* angażuje się w rozwijanie francusko-niemieckiej perspektywy kultury europejskiej.

MAESTRO – muzyka to ok. 80% programu, 43 minuty w niedzielę w południe Cotygodniowe wydarzenie muzyczne ma na celu zaprezentowanie muzyki w różnorodności repertuaru klasycznego i współczesnego, ale może otwierać się także na inne gatunki muzyczne. *Maestro* promuje interpretację dzieł w całości przez znanych wykonawców lub przez młode osoby.

DOKUMENT KULTURALNY

Dokumenty, które pozwalają na poznanie, bez wstępnej wiedzy, znaczących dzieł sztuki, atrakcyjnych wydarzeń kulturalnych lub wybitnych postaci kultury. Program dotyczy zarówno kultury klasycznej, jak i współczesnej, w Europie i na świecie. To nowe spojrzenie na kulturę, które kwestionuje zastaną rzeczywistość i przedstawia nowe tendencje w zakresie malarstwa, muzyki, sztuk widowiskowych, literatury, filmu, kina, muzyki i sztuki, fotografii i architektury.

360° – *GEO Politique*

GEO oferuje widzom ekscytujące historie w różnych krajach. W sercu każdego wydania znajduje się jeden lub dwóch bohaterów, których historia służy jako temat przewodni. Bohaterowie, opowiadanie historii, zdjęcia, montaż i muzyka tworzą jednorodną treść o wielkiej artystycznej jakości, która pozwala publiczności na wyraźne zidentyfikowanie.

CINEMA / DIMANCHE PRIMETIME

Oprócz uznanych klasyków są to głównie filmy gatunkowe (komedia, *fantasy*, kryminały), thriller, komedia romantyczna, western, *science fiction*), uważane za kultowe.

DOCUMANIA – w drugiej części wieczoru w niedziele

Program jest skierowany do szerokiej publiczności, głównie do grupy wiekowej 45+. *Documania* poświęcona jest głównie osobistościom znanym w obu krajach, których życie i/lub praca są reprezentatywne dla danej dziedziny (zwłaszcza kina i *show*), trend kulturowy lub okres historyczny drugiej połowy XX wieku. Wymogiem dla tych filmów jest również opowiedzenie wciągających historii w formie portretów.

MUSICA

Musica przedstawi muzykę w jej bogatej różnorodności. Dokument skupia uwagę na ukazaniu artysty, muzyka, choreografa lub tancerza poprzez jego portret, studium twórczości, wszystkie aspekty sprzyjające związkowi z twórczością lub choreografią.

PERFORMING ARTS / SZTUKI WIDOWISKOWE

Programy z zakresu spektakli i sztuk widowiskowych: adaptacje tv, programy rozrywkowe lub cyrkowe, balety, koncerty, sztuki teatralne, inne.

ARTE CONCERT TV

Program dla miłośników muzyki klasycznej – koncerty nadawane w ramówce ARTE na żywo, są bardzo często umieszczane online w ofercie cyfrowej *ARTE Concert*, w powtórcie.

2.5.3.4. Ramówka ARTE od poniedziałku do piątku

ARTE JOURNAL JUNIOR – dla odbiorców w wieku 10–14 lat

Od poniedziałku do piątku *ARTE Journal Junior* odszyfrowuje wiadomości polityczne, społeczne i naukowe, adresowane do dzieci i nastolatków, bowiem wychodzi z założenia, że żaden temat nie jest zbyt złożony. Trzeba się tym zająć, tylko na właściwym szczeblu. Druga część programu jest trochę lżejsza, jest poświęcona tematyce naukowej lub zwierzęcej.

ARTE JOURNAL (POŁUDNIE)

Jest to 10-minutowy format, transmitowany na żywo w obu krajach, wiadomości dnia z perspektywy europejskiej i kulturowej o otaczającym nas świecie.

INVITATION AU VOYAGE / ZAPROSZENIE DO PODRÓŻY – trwa 35 minut

Zaproszenie do podróży zachęca do odkrycia relacji między ludźmi: piękne krajobrazy, dzieła sztuki i żywe dziedzictwo. Zaproszenie do podróżowania w innym tempie, z dala od miejskiego szafu, pod znakiem kultury. Każdy program oferuje trzy wycieczki, blisko lub daleko, trzy spojrzenia, które otwierają okno na świat²⁴⁶.

ARTE Regards

Nadawany od poniedziałku do piątku reportażowy program *ARTE Regards* porusza tematy, które dotyczą Europy, w bogatej różnorodnej formie codziennych raportaży: emitowanych od poniedziałku do piątku o 13:00. Wypełniają lukę między wiadomościami dnia a filmami dokumentalnymi. Narracja programów stawia pytania dotyczące społeczeństwa, życia w mieście, problemów codziennych.

²⁴⁶ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza linia edycyjna*, s. 34, źródło: file:///C:/Users/ADMIN/Desktop/lignes-editoriales-darte-2019-1.pdf (dostęp 01.10.2020).

XENIUS

Magazyn wiedzy i nauki *Xenius* to 26-minutowy magazyn wiedzy, który ukazuje się od poniedziałku do piątku. Każdy program jest poświęcony jednemu tematowi i ma na celu udzielenie odpowiedzi na różne pytania, zorientowane wokół niego, odpowiada, na przykład na pytania, czy zwierzęta potrafią się leczyć.

SERIA DOKUMENTALNA

Serial dokumentalny jest skierowany do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza rodzin. Jest to zaproszenie do wyjazdu, którego celem jest przekazanie wiedzy na wybrany ciekawy, a czasem zabawny temat. Widz wędruje po świecie, do miejsc i spektakularnych krajobrazów, pełnych kultury. Odkrywa ich tradycje, ich specyfikę i historię. Przekazywanie wiedzy odbywa się w żywy sposób, aby wzbudzić ciekawość: świat jest zróżnicowany: podróże, przyroda, medycyna, geografia, astronomia, archeologia, obrzędy i zwyczaje, kultura, ale także odkrywanie świata.

ARTE DÉCOUVERTE / ARTE ODKRYCIA

Cykl dokumentów, których zawartość, jakość i środki techniczne są na poziomie głównych koprodukcji krajowych i międzynarodowych. Filmy te skierowane są do widowni rodzinnej. ARTE Découverte to miejsce zarezerwowane dla najlepszych seriali z branży podróżniczej, przyrody, świata zwierząt, wiedzy. Celem jest wprowadzenie widzów w bardzo atrakcyjne wszechświaty. Każdy film dokumentalny dotyczy konkretnego tematu.

28 MINUT / MAGAZINE – trwa 43 minuty

Od poniedziałku do piątku Elisabeth Quin i jej zespół odczytują wiadomości w inny sposób.

Prezentacja jest interaktywna: przed, w trakcie i po pokazie. Użytkownicy Internetu mogą zadawać gościom pytania w formie wideo i za pośrednictwem sieci społecznościowych oraz przeglądać je w powtórcie. Program wzbogacony jest o interaktywne elementy internetowe (teksty, zdjęcia, filmy, infografiki, linki itp.). W piątki „28” ma inny program: intelektualiści i korespondenci cudzoziemcy wracają do najważniejszych wydarzeń tygodnia. Program można następnie znaleźć na żywo w interaktywnej powtórcie na stronie www.arte.tv, czyli jest to podcast.

Poniedziałek

KINO KLASYCZNE

Magazyn jest poświęcony podstawom historii sztuki filmowej – do „nowoczesnej klasyki”, czyli filmom, które naznaczyły swój czas. Oferuje znany kanon klasycznych filmów, które należy zobaczyć, aby zrozumieć

ewolucję i główne zmiany w kinie. To możliwość poznania filmów rzadko nadawanych na francuskich kanałach oraz filmów niemieckich, które mają wyraźne znaczenie kinematograficzne lub historyczne.

TOUS LES CINÉMAS

Filmy, które wyraźnie należą do jednego z wielkich gatunków kina światowego, czyli western, film gangsterski, komedia, horror, melodramat, film *science fiction*, thriller, film awanturniczny, film piracki, romans, film przygodowy itp. Z reguły filmy te prezentowane są w ramach cykli poświęconych gatunkowi, krajowi, epoce, reżyserowi czy aktorowi itp. Kino amerykańskie również znajduje swoje miejsce w tym pudełku, nie dominując go.

LA LUCARNE / ŚWIATŁO – 52-minutowy film dokumentalny

To nocne spotkanie daje pierwszeństwo odkrywaniu pereł niezależnej produkcji światowej. To są filmy z mocnym akcentem autorskim, oryginalne dzieła naznaczone osobliwymi i poetyckimi pismami. *La Lucarne* świadczy o zdolności twórców do opowiadania światu w nowatorski sposób.

CINÉMA MUET / KINO NIEME

ARTE dąży do tego, aby oferować wybór międzynarodowych arcydzieł kina niemego. Poszukuje równowagi między klasyką repertuaru a mniej znanymi formami, które dotarły do licznej publiczności na początku ubiegłego wieku. Wybrane tytuły są przedmiotem gruntownej renowacji – rekonstrukcji obrazów, a ścieżki dźwiękowe są realizowane we współpracy z najwiękšzymi europejskimi bibliotekami filmowymi.

Wtorek

THEMA DU MARDI – analiza tygodnia ARTE²⁴⁷

Jest to dochodzenie zainicjowane przez dziennikarzy. Odpowiada na proste i nieskomplikowane pytanie. Filmy muszą zapewnić widzowi klucze do zrozumienia, pogłębienia i odszyfrowanie współczesnego świata z perspektywy europejskiej i globalnej, pozwalając mu na sformułowanie własnej opinii. Zakres tematów obejmuje takie sprawy, jak: społeczeństwo, polityka, gospodarka, środowisko. Skupia się głównie na filmach śledczych i dokumentalnych. Wieczory tematyczne składają się z kilku programów, oferujących filmy pod różnymi kątami widzenia.

HISTORIA

Na podstawie poważnej i dobrze ugruntowanej analizy historycznej program prezentuje tematy historii politycznej, gospodarczej oraz społecznej.

²⁴⁷ Ibidem, s. 48.

Daje widzom istotne elementy do zrozumienia historii wczoraj i dzisiaj. Filmy o historii XIX i XX wieku oraz ostatnich lat.

GÉOPOLITIQUE

To *dossier* oferuje pogłębioną analizę tematów i zjawisk politycznych, geopolitycznych, gospodarczych i społecznych we Francji i Niemczech, w Europie i na świecie. Celem jest dostarczenie widzowi niezbędnych punktów odniesienia, pozwalających lepiej zrozumieć swój czas.

Tematy dotyczą głównych problemów politycznych, geopolitycznych, gospodarczych i współczesnego społeczeństwa (przykłady: powstanie Chin, powody kryzysu na naszej planecie, Internet, energia, systemy społeczne, wielokulturowość, religia).

SOCIÉTÉ / DOCUMENTAIRES – program poświęcony problemom społecznym

Filmy poruszają wszystkie tematy związane z codziennym światem we Francji, Niemczech i Europie. Akcentują tzw. wymiar ludzki i wzorcowość społeczną.

Środa

CINÉMA ACTUEL

Ten cykl emitowany w *prime time* poświęcony jest najnowszym filmom, których premiera kinowa odbyła się nie wcześniej niż dziesięć lat temu. Najważniejsze filmy współczesnego kina światowego, dzieła audiowizualne, które wywołały sensację i o których się mówi, filmy, które wyróżniają się oryginalnością artystyczną oraz wyobraźnią i wrażliwością. O ile to możliwe, są to filmy, których nigdy nie oglądano w telewizji.

DOCUMENTAIRE – 52-minutowy dokument

Dokument kulturalny ma na celu wzbudzić ciekawość i zachęcić do refleksji. Biorąc pod uwagę eksponowane miejsce, które zajmuje w ramówce, musi łączyć w sobie głęboką treść z szeroką gamą. Dokument kulturalny poświęcony jest twórczości, literaturze, kinu i kulturze, zarówno klasycznej, jak i współczesnej, w Europie i na całym świecie. Zajmuje się dzieiectwem kulturowym od samego początku jego rozwoju oraz tym, jak rezonuje z czasem i zajmuje się kwestiami politycznymi.

CINÉMA DÉCOUVERTE / KINO ODKRYWCZE

Filmy wyróżniające się złożoną dramaturgią, prowokacyjnymi treściami, bardzo osobistym punktem widzenia lub innym podejściem kulturowym. Często są to filmy mało znanych reżyserów, charakteryzujące się oryginalnym językiem filmowym lub odważną realizacją. Niektóre filmy wymaga-

ją wyrobienia od widzów (format obrazu, kontrast, jakość obrazu, dźwięk, rytm, dramaturgia itp.). Są to także koprodukcje ARTE z partnerami innych krajów.

CINÉMA DOCUMENTAIRE / FILM DOKUMENTALNY

W tym „pudełku” proponowane są kinowe, autorskie, wyjątkowe filmy dokumentalne. Filmy te poruszają różnorodne tematy, zgodnie z oryginalną dramaturgią i sztuką kinematografii. Autorzy opowiadają historie, które wywołują zarówno emocje, jak i refleksję i zachęcają do szerszego rozumienia ludzkości.

Czwartek

SÉRIE TV PRIME TIME / SERIA TV PRIME TIME

Popularne seriale, które mogą przyciągnąć dużą publiczność. Czas trwania odcinka to około jedna godzina (od 45 do 60 minut), odcinki mogą być nadawane kolejno we Francji i w Niemczech. To miniseriale (minimum cztery odcinki), wcześniej niepublikowane.

Piątek

TÉLÉFILM PRIME TIME

ARTE prezentuje wybór najlepszych produkcji francuskich i niemieckich, a także fabuły z innych krajów europejskich lub, wyjątkowo, spoza Europy. W przeważającej części są to premierowe transmisje telewizyjne, głównie koprodukcje

ARTE. KRYTERIA WYBORU

To filmy telewizyjne, które zawierają historię o silnym ładunku emocjonalnym, a zakres tematów jest szeroki. Linearna, wiarygodna narracja zachęca widza do utożsamienia się z historią, która jest echem jego trosk, marzeń i pragnień. Oferowane prace są zatem dostępne i zrozumiałe dla wszystkich. Nie są one przeznaczone dla kręgu osób „wtajemniczonych”.

CULTURE POP / KULTURA SPOŁECZNA – 52-minutowy dokument

Miejsce na antenie przeznaczone zjawiskom kultury popularnej i masowej, które naznaczają lub naznaczyły nasze czasy od lat 60. do współczesności. Dokumenty poruszają takie tematy, jak: muzyka, film, moda, komiksy, literatura popularna i kultura cyfrowa. Obszary w szczególności w dziedzinie awangardy i subkultury lub te prądy, które później stały się kulturą masową. Program ma charakter informacyjny i rozrywkowy. To, co jest bliskie społeczeństwu, prowokuje i poszukuje emocjonalnego podejścia: zjawiska kultury głównego nurtu są analizowane za pomocą filmów

dokumentalnych, które starają się zaskoczyć, proponując nowe i oryginalne spostrzeżenia.

TRACKS / Magazine – trwa 43 minuty

Od momentu powstania w 1997 roku program *TRACKS* stale się rozwija. Nowy rytm, nowe podejście wizualne, emisja staje się hybrydą i otwiera nowe pole działania. Tematyka nawiązuje do dzisiejszych praktyk kulturowych (gry wideo, seriale telewizyjne, kultura maniaków sieci itp.), społecznych i do internetowego wszechświata, nie zapominając o kamieniach milowych popkultury... Towarzyszy widzom i internautom siedem dni w tygodniu i zaprasza ich do uczestnictwa w spektaklu, opierając się na kreatywności i oryginalności, a jest magazynem trendów, stylów życia, idei oraz wszelkiego rodzaju działalności artystycznej.

CONCERT POP

CONCERT POP to kilka gatunków muzyki z gatunku pop, rock, jazz, ale także metal i muzyka elektroniczna. Koncerty transmitowane są bardzo często w ofercie cyfrowej ARTE. Koncert albo na żywo przed emisją na antenie, albo w *replay*’u.

Emisje jednostkowe, poza stałą ramówką

OPERA

Obejmuje dwa rodzaje programów – transmisje oper nadawane w trzeciej części wieczoru – nadawane na żywo w godzinach największej oglądalności. W obu przypadkach napisy w języku francuskim i niemieckim pozwalają widzom śledzić fabułę utworu. Kilka razy w roku ARTE oferuje znaczące opery z wielkiego repertuaru, z prestiżową obsadą (wokaliści, dyrygenci, reżyserzy).

3. Rola mediów w procesie integracji europejskiej i kreacji dyskursu

3.1. Europejska sfera publiczna

ARTE jako francusko-niemiecka stacja telewizyjna swoje strategiczne podwaliny opiera na celowym promowaniu porozumienia w Europie, stawiając mocny akcent na europejskości swego przekazu medialnego. „Idea budowania wspólnej Europy jest dzisiaj trudniejsza do realizacji, niż była przed wielu laty. Wniosek płynący z procesu globalizacji jest taki, że nie możemy przetrwać („przeżyć”, franc. *survivre*) bez mocnej Europy, takiej której idea jest wzmocniona przez europejską kulturę. Bo to kultura nas wspiera, to znaczy jednoczy mieszkańców Europy. Jednocześnie powinniśmy mieć „okno na świat”, otwarte na całą gamę problemów natury etycznej, związane z respektowaniem zasad naszej demokracji. Dlatego myślę, że nasza idea budowania sfery europejskiej w ARTE jest ważna, wyjątkowa i będzie aktualna przez kolejnych dwadzieścia lat¹” – mówił w wywiadzie dla „Le Figaro” we wrześniu 2011 roku Godfried Langenstein, członek zarządu ARTE w latach 1995–2002.

Zanim określone zostaną sposoby promowania wspierania idei europejskiej w strategii ARTE, należy zastanowić się, jak dziś kształtuje się europejska sfera medialna i w jaki sposób prowadzona jest polityka europejska w mediach publicznych państw UE.

3.1.1. Polityka audiowizualna Unii Europejskiej a przekaz medialny

Czym jest europejska sfera publiczna? Czy w Unii Europejskiej kultura może odgrywać rolę strategiczną i przyczynić się do tworzenia europejskiej tożsamości? – to główny problem debaty ujętej w ramach *Raportu*

¹ Wywiad G. Bertranda z G. Langensteinem, „Le Figaro/Video” 02.02.2011, źródło: <https://video.lefigaro.fr/tvmag/video/gottfried-langenstein-et-jerome-clement-fete-les-20-ans-d-arte/774256335001/> (dostęp 01.09.2020).

o Kulturze. *Postęp Europa*², opublikowanego przez Instytut Stosunków z Zagranicą, wspólnie z Fundacją Roberta Boscha. „Zagadnienie roli mediów w kształtowaniu wiedzy, opinii i postaw wobec integracji europejskiej i Unii Europejskiej prowadzi do jednego z kluczowych obszarów badań nad mediami, tj. problemu efektywności oddziaływania mediów” – podkreśla Agnieszka Stępińska³.

Negatywnym doświadczeniem w tym zakresie były referenda przeprowadzone w Europie w sprawie konstytucji europejskiej, które ukazały pilną potrzebę informowania o Unii Europejskiej. Wiele powodów świadczy o tym, że sprawna komunikacja jest wyzwaniem: spadek zaufania do instytucji europejskich, brak zrozumienia dla skomplikowanych procedur decyzyjnych, narastające wrażenie, że polityka Unii Europejskiej zarezerwowana jest dla wtajemniczonych – to wszystko powoduje, że unijne strategie informacyjne zbyt mocno przypominają działania PR, nie wzbudzając ani zainteresowania, ani zaufania wśród społeczeństw UE⁴.

Jak potwierdzają opinie specjalistów – ekspertów i dziennikarzy zajmujących się sprawami unijnymi, dyskurs europejski w sferze publicznej to zadanie niełatwe. „W realizacji zarówno prezentacji filmów, jak i wiadomości obowiązuje reguła „Europa źle się sprzedaje”. Nie ma prawdziwego, jednolitego europejskiego rynku mediów – pod tym względem branża medialna nie nadąża za innymi gałęziami, a najlepiej cel ten jest realizowany przez media państwowe o charakterze informacyjnym” – podkreślał Sergio Cantone, dyrektor Euronews – Europa Wschodnia⁵.

Choć Komisja Europejska stale podkreśla, że wszyscy Europejczycy mają prawo do rzetelnej informacji na temat zasad funkcjonowania polityki UE, tematyka ta nie cieszy się zainteresowaniem mediów, ponieważ komunikacja powinna opierać się na zasadach wzajemnego uczestnictwa, wymiany opinii, a jest w dalszym ciągu wyłącznie jednostronna. W Europie media publiczne znajdują się pod nadzorem Komisji Europejskiej, a jej polityka ma na celu ochronę wspólnych wartości oraz rodzimych twórców i wspieranie europejskiej produkcji audiowizualnej. „Podobnie, jak inne towary i usługi, media audiowizualne – film, telewizja, filmy wideo – są objęte unijnymi zasadami mającymi zapewnić ich swobodny obieg na uczciwych zasadach na jednolitym rynku europejskim, niezależnie od

² *Europa w mediach, media w Europie*, w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, red. E. Baran, Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, rok 2008.

³ A. Stępińska, *Ile Europy w europejskich mediach informacyjnych? Rola mediów w kształtowaniu europejskiej sfery publicznej*, „Rocznik Integracji Europejskiej” nr 8/2014, Poznań 2014, s. 172, źródło: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/14727/1/A_Stepinska_Ile_Europy_w_europejskich_mediach_informacyjnych.pdf (dostęp 22.01.2019).

⁴ Z. Gniatkowski, *Komunikacja społeczna w Unii Europejskiej*, s. 60, źródło: <https://www.ce.uw.edu.pl/pliki/pw/art-gniatkowski.pdf> (dostęp 12.03.2021).

⁵ *Europa w mediach, media w Europie* w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, op. cit.

sposobu, w jakim usługi te są dostarczane (telewizja tradycyjna, filmy na żądanie, Internet itp.)⁶.

Celem europejskiej polityki audiowizualnej jest wspieranie mechanizmów rozwoju przemysłu audiowizualnego, produkcji i dystrybucji europejskich audycji telewizyjnych oraz filmów. Ma to służyć promocji różnorodności kulturalnej i językowej oraz podnoszeniu konkurencyjności Unii na światowym rynku audiowizualnym⁷. UE pragnie chronić najważniejsze dzieła kultury i kinematografii⁸. Jednym z ważniejszych założeń dyrektywy europejskiej *Telewizja bez granic*⁹ jest promocja europejskich filmów i programów – zachowanie ich różnorodności kulturowej poprzez wspieranie filmów europejskich. Instytucje Unii mają między innymi zadanie polegające na przyczynianiu się do rozkwitu kultur państw członkowskich, w poszanowaniu ich różnorodności narodowej i regionalnej, a jednocześnie na zapewnianiu warunków niezbędnych do konkurencyjności przemysłu Unii¹⁰. W związku z tym, w razie potrzeby, Unia wspiera i uzupełnia działania państw członkowskich na rzecz poszanowania różnorodności kulturowej i językowej, zgodnie z art. 167 TFUE i *Konwencją UNESCO z 2005 roku w sprawie ochrony i promowania różnorodności form wyrazu kulturowego* (Konwencja UNESCO z 2005 roku), wzmocnienia konkurencyjności sektora kultury i sektora kreatywnego oraz ułatwienia przystosowania się do zmian w przemyśle.

„Świadomość istnienia deficytu komunikacyjnego w procesie integracji europejskiej zaowocowała szeregiem inicjatyw podejmowanych przez instytucje unijne i państwowe. Wykorzystywane są w nich zarówno narzędzia komunikacji bezpośredniej, jak i media, w tym media społecznościowe. Niemniej, tradycyjne media, takie jak prasa i telewizja, wciąż stanowią jedno z najważniejszych źródeł wiedzy o bieżących wydarzeniach

⁶ *Założenia strategiczne do nowej ustawy o mediach elektronicznych oraz nowelizacji*, red. K. Jakubowicz, B. Jung, T. Kowalski, s. 7, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa 2004, źródło: [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/\(\\$vAllByUnid\)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/\\$file/2760-c2.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/($vAllByUnid)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/$file/2760-c2.pdf) (dostęp 26.01.2020).

⁷ *The challenges facing a future European regulatory system for media and communications*, wystąpienie V. Reding na Medientage Munich, 17.10.2002, s. 7, źródło: [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/\(\\$vAllByUnid\)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/\\$file/2760-c2.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/($vAllByUnid)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/$file/2760-c2.pdf) (dostęp 26.01.2020).

⁸ Urząd publikacji UE, *Czym jest i czym się zajmuje Unia Europejska?*, 2019, źródło: <https://op.europa.eu/pl/publication-detail/-/publication/9ab2da22-14da-11ea-8c1f-01aa75ed71a1/language-pl/> (dostęp 02.01.2020).

⁹ *Television without Frontiers*, European Commission, Bruksela 2006, źródło: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_06_419 (dostęp 12.12.2019).

¹⁰ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE, NR 1295/2013 z dnia 11 grudnia 2013 r., ustanawiające program *Kreatywna Europa* (2014–2020), źródło: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013R1295&from=PL> (dostęp 12.05.2021).

krajowych i zagranicznych” – stwierdza Stępińska¹¹. Oznacza to, że w dalszym ciągu przekaz medialny realizowany przez potężną siatkę zagranicznych korespondentów akredytowanych przy Komisji Europejskiej w Brukseli najskuteczniej trafia do mieszkańców UE poprzez tradycyjnę media: prasę, radio i telewizję.

Komisja Europejska stale podkreśla, iż wszyscy Europejczycy mają prawo do rzetelnej informacji na temat zasad funkcjonowania polityki Unii Europejskiej. Tematyka ta nie cieszy się zainteresowaniem obywateli, ponieważ komunikacja powinna opierać się na zasadach wzajemnego uczestnictwa, wymiany opinii, a jest realizowana wyłącznie jednostronnie. Informowanie o Europie, to znaczy o jej działalności i o prowadzonej przez instytucje europejskie polityce, jest zadaniem bardzo trudnym i złożonym, jednak niezwykle potrzebnym w procesie tworzenia wspólnoty państw członkowskich Unii Europejskiej. Komisja Europejska z właściwą sobie wrażliwością wychodzi na przeciw licznym problemom związanym z nierespektowaniem przez media zasad demokracji. We wrześniu 2021 roku Komisja Europejska przyjęła projekt europejskiego aktu o wolności mediów – nowego zbioru przepisów chroniących pluralizm i niezależność mediów w Unii Europejskiej oraz poruszających kwestie właściwego finansowania mediów sektora publicznego¹²:

„W ostatnich latach widzieliśmy różne formy nacisków na media. Najwyższy czas na podjęcie działań. Musimy ustanowić jasne zasady – żaden dziennikarz nie powinien być szpiegowany ze względu na swoją pracę. Żadne media publiczne nie powinny być przekształcane w kanały propagandowe. To właśnie proponujemy dziś po raz pierwszy w historii: wspólne zabezpieczenia służące ochronie wolności i pluralizmu mediów w Unii Europejskiej” – stwierdziła komisarz Věra Jourová.

3.2. Media w Europie w świetle regulacji prawnych UE

Referenda na temat konstytucji pokazały, jak silne jest zapotrzebowanie na informację o Europie. Fiasko procesu ratyfikacji Traktatu Konstytucyjnego w 2005 roku świadczyło o braku wymiany informacji i sprawnej komunikacji w sprawach unijnych w Europie¹³. Próbę zmiany tej sytuacji

¹¹ A. Stępińska, *Ile Europy w europejskich mediach informacyjnych? Rola mediów w kształtowaniu europejskiej sfery publicznej*, „Rocznik Integracji Europejskiej” nr 8/2014, Poznań 2014, s. 181.

¹² Oficjalna strona Komisji Europejskiej, źródło: https://poland.representation.ec.europa.eu/news/europejski-akt-o-wolnosci-mediow-2022-09-16_pl (dostęp 18.09.2022)

¹³ Z. Gniatkowski, *Komunikacja społeczna w Unii Europejskiej – refleksje po odrzuceniu referendum*, „Studia Europejskie Uniwersytetu Warszawskiego” nr 2/2007, Warszawa 2007, s. 59.

podjęła zaraz po objęciu przez siebie urzędu komisarza ds. stosunków instytucjonalnych i strategii komunikacji społecznej Margaret Margot Wallström, ówczesna wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej. Uważała ona, że przeciętny obywatel nie wie, jaka jest różnica między instytucjami UE, albo się tym wcale nie interesuje. W rok po wejściu Polski w struktury Unii Europejskiej, w lipcu 2005 roku, Komisja Europejska opublikowała plan działania dotyczący popularyzacji komunikowania o Europie, w którym określiła pięćdziesiąt wewnętrznych praktycznych środków mających poprawić tę komunikację. W październiku 2005 roku UE wystąpiła z kolejną inicjatywą, którą był dokument *Plan D dla demokracji, dialogu i debaty*, mający stymulować debatę publiczną o przyszłości Unii Europejskiej na szczeblu krajowym i europejskim¹⁴. Wallström chciała wywołać ogólnoeuropejską debatę na temat przyszłości Europy w zakresie niezbędnych reform instytucjonalnych i na temat zdolności Komisji Europejskiej w dziedzinie informacji i komunikacji. Doprowadziła także do opublikowania szeregu dokumentów mających na celu zmianę podejścia do sposobu informowania o Europie. Dążyła do tego, by w procesie wzajemnych konsultacji ze wszystkimi zainteresowanymi stronami stworzyć spójną politykę komunikacyjną¹⁵.

Przygotowane dokumenty, jak na przykład *Biała księga w sprawie europejskiej polityki komunikacyjnej* zakładała „poprawę komunikacji międzykulturowej oraz polepszenie sposobu komunikowania o Europie”¹⁶. Miał to być dokument roboczy, służący jako narzędzie do konsultacji, prowadzonych w dziedzinie szeroko pojętej komunikacji. Dzięki niemu Rada Europy miała skutecznie sprostać nowym wyzwaniom związanym ze stale rosnącą różnorodnością kulturową naszego kontynentu.

Na fali tych reform i podejmowanych prób ożywienia oraz odnowienia sposobów informowania o Europie powstały wówczas media, które miały służyć wymianie informacji o Europie, wspomagając dziennikarzy zajmujących się tym tematem. Działania multimedialne UE mają na celu wzmocnienie przekazywania wiadomości o sprawach UE z ogólnoeuropejskiego punktu widzenia¹⁷. Rozpoczęto działania multimedialne w celu zaangażowania obywateli UE w procesy tworzenia polityki. Działania multimedialne dostarczają obywatelom informacji na tematy europejskie

¹⁴ D. Dakowska, *Vers une politisation du débat public européen? L'institutionnalisation des „fondations politiques européennes”*, „Politique européenne” 2011/2, Paryż 2011, s. 167–199.

¹⁵ A. Ogonowska, *Polityka informacyjna Komisji Europejskiej w latach 2010–2014*, „Studia Europejskie”, nr 1/2016, Warszawa 2016, s. 171.

¹⁶ Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, źródło: <https://eur-lex.europa.eu/TodayOJ/> (dostęp 12.05.2021).

¹⁷ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, *Kształtowanie cyfrowej przyszłości Europy*, źródło: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/multimedia-actions> (dostęp 21.05.2021).

wykraczające poza perspektywę lokalną i krajową, a wzmacniając tym samym demokratyczne zasady, na których zbudowana jest Unia Europejska. Media o profilu europejskim finansowane są w ramach tego działania, zachowując pełną niezależność redakcyjną. Działania są sankcjonowane redakcyjną kartą niezależności, zawartą we wszystkich umowach i grantach¹⁸.

Politykę audiowizualną UE regulują art. 167 i 173 *Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej* (TFUE). Głównym aktem prawnym dotyczącym tej dziedziny polityki jest *Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych*, która uległa zmianom w 2018 roku. Najważniejszym instrumentem UE, mającym na celu wspieranie tego sektora (zwłaszcza branży filmowej) jest podprogram MEDIA, będący częścią programu *Kreatywna Europa*. W *Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej* wzywa się do poszanowania „wolności i pluralizmu mediów”¹⁹, ale najważniejsza dla polityki audiowizualnej Unii Europejskiej jest europejska dyrektywa *Telewizja bez granic*, czyli później zmieniona *Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych* (AVMSD)²⁰.

3.2.1. *Telewizja bez granic*

Telewizja bez granic (*Television sans frontieres*) opiera się na dwóch podstawowych zasadach, takich jak: swobodny obrót europejskimi programami telewizyjnymi na rynku wewnętrznym oraz zobowiązanie kanałów telewizyjnych do przeznaczania ponad połowy czasu antenowego na utwory europejskie („kontyngenty emisyjne”). W grudniu 2005 roku Komisja Europejska przedstawiła wniosek dotyczący zmiany dyrektywy w kontekście rozwoju łączności bezprzewodowej.

Dyrektywa ta chroni ważne cele, leżące w interesie publicznym, takie jak: różnorodność kulturową, ochronę nieletnich i prawo do odpowiedzi. Jej celem jest również promowanie dystrybucji i produkcji europejskich programów audiowizualnych, zapewniając w szczególności pozycję większości w programie różnych kanałów telewizyjnych. Nadawcy muszą zarezerwować co najmniej 10% swojego czasu antenowego lub 10% swojego budżetu na programowanie europejskich utworów niezależnych producentów (art. 5).

Kwoty dyfuzji i produkcji: aby zachęcić do rozpowszechniania i produkcji europejskich programów telewizyjnych, państwa członkowskie muszą zapewnić, o ile to możliwe, że nadawcy zastrzegają dla utworów europejskich większą część swojego czasu antenowego – co najmniej

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, źródło: https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/pl/FTU_3.6.2.pdf, dostęp (12.05.2020).

²⁰ Oficjalna strona rządu RP, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – KRRITV*, źródło: <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/unia-europejska> (dostęp 10.10.2018).

wyłączenie czasu spędzanego na informacjach, wydarzeniach sportowych, grach, reklamach lub usługach teletekstowych i telezakupach.

Przepisy zawarte w dyrektywie, które dotyczą reklam, odnoszą się do: czasu trwania (maksymalnie 15% dziennego czasu transmisji, maksymalnie 20% w danym okresie jednej godziny), procedury przerywania programów, względów etycznych (w szczególności ochrona nieletnich), przestrzegania pewnych kryteriów w odniesieniu do reklam napojów alkoholowych. Reklamy tytoniu i leków dostępne na receptę są zabronione. Sponsorowanie programów telewizyjnych jest dozwolone pod warunkiem, że jest zgodne z określonymi zasadami. Sponsorowanie nie może wpływać na niezależność redakcyjną nadawcy. Ponadto programy sponsorowane nie mogą zachęcać do zakupu produktów lub usług sponsora. I co bardzo ważne – wiadomości telewizyjne i polityczne programy informacyjne nie mogą być sponsorowane.

Ochrona nieletnich: programy pornograficzne lub ekstremalne są zabronione. Zakaz ten ma zastosowanie do każdego innego programu, który może wyrządzić krzywdę nieletnim, chyba że jego rozpowszechnienie jest określone przez wybór czasu lub przez techniczne środki ochronne. Prawo do odpowiedzi: musi zostać przyznane, jeżeli uzasadnione prawa osoby zostały naruszone w wyniku niewłaściwego zarzutu popełnionego podczas programu telewizyjnego.

3.2.2. *Traktat amsterdamski*

Państwa członkowskie UE przywiązują szczególną wagę do publicznych usług nadawczych – w *Traktacie amsterdamskim* z 1999 roku potwierdzono wiodącą rolę nadawców publicznych w realizowaniu demokratycznych²¹, społecznych i kulturalnych potrzeb społeczeństwa, które nie są zaspakajane przez usługi rynkowe, oraz w zapobieganiu dominacji tego sektora przez jeden lub większą liczbę dużych podmiotów. Z tego względu rządowe dotacje na rzecz nadawców publicznych nie są objęte surowymi przepisami UE dotyczącymi pomocy państwa – pod warunkiem, że tego rodzaju dofinansowanie jest wykorzystywane do celów publicznych i nie działa na niekorzyść nadawców prywatnych.

Unia Europejska jest coraz bardziej świadoma potrzeby zacieśnienia więzi między państwami członkowskimi. Sektor ekonomiczny i finansowy łączy się coraz bardziej, ale nie podąża za nim wzrost skuteczności w komunikacji międzykulturowej, w szczególności we wspólnych europejskich programach telewizyjnych.

²¹ Dziennik urzędowy Unii Europejskiej, źródło: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2009:257:FULL&from=PL> (źródło 12.05.2021).

4. Zakończenie: konkluzja i rekomendacje do dalszych badań

4.1. ARTE narzędziem budowania porozumienia i modelowym przykładem międzynarodowej współpracy medialnej

Mamy odpowiedzieć na pytanie postawione jako hipoteza badawcza całej dysertacji: czy ARTE jest rodzajem „narzędzia medialnego” sprzyjającego budowaniu porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej?

Powyższa dysertacja stara się to udowodnić poprzez: analizę zawartości programowej – ramówki ARTE; analizę działania i strategii; wywiady z dyrektorami ARTE, politykami, dyrektorami mediów, oraz analizę tekstów źródłowych i zastanych: dokumentów prawnych, debat, publikacji i tekstów naukowych oraz przekazów medialnych.

Ponad trzydzieści lat temu, w roku 1990, Francja i Niemcy przypieczętowały powstanie europejskiego kanału kulturalnego ARTE. Od samego początku zakładano emisję i produkcję programu kulturalnego o wysokich walorach (poznawczych, artystycznych, edukacyjnych, jakościowych) oraz wykorzystanie kultury do budowania porozumienia – zarówno w sferze kontaktów francusko-niemieckich, jak w kontekście europejskim.

Takiemu założeniu, od samego początku, towarzyszyła wola polityczna, która okazała się siłą sprawczą powstania i funkcjonowania ARTE. Gdyby nie determinacja prezydenta Francji – François Mitterranda i kanclerza Niemiec Helmuta Kohla, z pewnością projekt ten nigdy nie nabrałby formy i nie powstałby. „To była decyzja polityczna kanclerza Niemiec Helmuta Kohla i prezydenta Francji François Mitterranda, który powiedział: „potrzebujemy nośnika kulturalnego, aby dać wyraz, że to porozumienie francusko-niemieckie budujemy na serio. Dlatego to zrobimy – koniec, kropka”¹ – przypomniał Emanuel Suard.

¹ Rozmowa z E. Suardem, dyrektorem zarządzającym ARTE, aneks pracy.

Po wielu latach wspólnych, francusko-niemieckich rozmów – program ARTE ujrzał światło dzienne. Najkrócej proces ten podsumował pierwszy dyrektor stacji Jérôme Clément mówiąc: „Utopia stała się rzeczywistością”².

4.1.1. Podsumowanie – podstawy działania i strategii ARTE

ARTE to europejski publiczny kanał kulturalny (*la chaîne publique culturelle et européenne*), którego celem jest „uczynienie z kultury żywego ogniwą łączącego obywateli w Europie” (*faire de la culture un lien vivant entre les citoyens et citoyennes en Europe*) – czytamy na stronie korporacyjnej ARTE³.

Emmanuel Suard, jeden z dyrektorów ARTE, przywołuje słowa prezydenta Francji François Mitterranda, dotyczące początków powstania tego kanału kultury: „potrzebujemy nośnika kulturalnego, aby (*signifier*) dać wyraz, że budujemy na serio porozumienie francusko-niemieckie. Dlatego to zrobimy – koniec, kropka”⁴. ARTE realizuje swoją strategię i politykę programową zgodnie z wyznaczonymi założeniami, zapisanymi w dwóch podstawowych dokumentach. Są to: Umowa francusko-niemiecka (*Traité interétatique*) z 2 października 1990 roku oraz Traktat założycielski ARTE (*Contrat de formation*) z 30 kwietnia 1991 roku), które na trwałe wyznaczyły tory działania, po których ARTE porusza się w sposób niezmienny od samego początku.

„Celem ugrupowania jest projektowanie, produkcja i nadawanie przez satelitę lub za pomocą wszelkich innych środków transmisji telewizyjnych o charakterze kulturalnym i międzynarodowym, w szerokim znaczeniu tego słowa, sprzyjających porozumieniu i zbliżeniu narodów w Europie” (*Contrat de formation*, art. 2.1)⁵.

W momencie podpisywania *Contrat de formation* (*Gründungsvertrag*), umowy założycielskiej, która normalizowała i porządkowała kwestie prawne i organizacyjne nowej stacji, powstała też propozycja nadania jej prowizorycznej nazwy. Na początku zdefiniowano ją, opierając się na po-

² *Une utopie devenue réalité*, w: *Raport z okazji 10-lecia ARTE*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_FR.pdf (dostęp 12.12.2000).

³ Oficjalna strona telewizji ARTE, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/qui-sommes-nous/> (dostęp 12.12.2000).

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Contrat de formation ARTE*, pkt 2.1.: *Le Groupement a pour objet de concevoir, réaliser et diffuser ou faire diffuser par satellite ou par tout autre moyen, des émissions de télévision ayant un caractère culturel et international au sens large, et propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples en Europe. La zone desservie est le territoire des Etats membres du Groupement, sous réserve d'accords particuliers pour d'autres pays.*

jęciu kultury (franc. *culture*, niem. *Kultur*), należało je jednak odpowiednio dookreślić, bo inaczej rozumieli słowo „kultura” Niemcy, a odmiennie Francuzi (co wyjaśniono w rozdziale o genezie powstania ARTE). Po okresie intensywnych poszukiwań przyjęto właściwą nazwę, obowiązującą do dziś: „ARTE”, co w obu językach jest zrozumiałe – bo *arte* jest pojęciem sugerującym, że chodzi o domenę „sztuki” (*art*). Jednocześnie nazwa ta powstała z połączenia pierwszych liter nazwy bardziej złożonej – ARTE: *association relative a la television europeenne*, opisującej jej status prawny (stowarzyszenie relatywne telewizji europejskiej). Taki zabieg językowy to *acronyme* – tzw. „skrótowiec”.

Wyznaczone na początku cele, związane z realizacją ambitnego programu opartego na kulturze, są realizowane do dziś. Analiza „przypadku ARTE” pod kątem sposobu zarządzania i finansowania stacji, struktury i stylu pracy oraz zastosowanych technologii, jak również „analiza zawartości ramówki programowej” i przeprowadzone wywiady potwierdzają, że strategii opartej na „budowaniu porozumienia i zbliżeniu narodów w Europie” podporządkowano wszystkie elementy działania.

Strategia ta stała się podstawą sukcesu ARTE, co potwierdza trzydziestokilkuletni okres jej stabilnego, harmonijnego rozwoju i ugruntowywania pozycji w Europie. Z tej okazji, na forum ARTE publikowanym na stronie korporacyjnej znalazło się kilkanaście wypowiedzi znanych polityków, dziennikarzy i dyrektorów mediów. Opinie te w jasny sposób potwierdzają rolę i znaczenie ARTE w procesie budowania porozumienia w Europie poprzez kulturę. Większość polityków podkreśla symboliczne znaczenie daty powołania do życia ARTE – w przededniu zjednoczenia Niemiec.

Oto fragmenty wybranych wypowiedzi.

Angela Merkel – kanclerz Niemiec:

„Powstanie ARTE 2 października 1990 roku to szczęśliwe wydarzenie przede wszystkim z dwóch powodów: zacieśnienia wzajemnych relacji i stosunków francusko-niemieckich (*Beziehung*), budowania dla wspólnej Europy⁶. Dzięki temu francusko-niemieckiemu projektowi kultury, ARTE mogło się w ciągu tych ostatnich trzydziestu lat rozwinąć jako jedna z najważniejszych inicjatyw medialno-kulturalnych w Europie. ARTE oferuje wymagający, utrzymany na wysokim poziomie program telewizyjny, gdzie: – kultura łączy, zgodnie z tym założeniem ARTE realizuje swoją wizję;

⁶ Oficjalna strona telewizji ARTE, *Nasza historia, 30 lat*, źródło: <https://arte30.arte.tv/fr#> (dostęp 05.01.2021).

- kultura w swej właściwej formie pomaga (Europie, Francji i Niemcom) przekonać się o swej różnorodności, bogactwie i uczy wzajemnego zrozumienia, tworzenia wspólnoty.

Informując, edukując, podejmując dialog/rozmowę i inspirując, ARTE jest we wszystkim podłożem porozumienia; wpływa na wzmocnienie jedności europejskiej. Tak, Europa wygrywa/zwycięża (przyp. autora pracy: w znaczeniu koncepcja wspólnej Europy jest słuszna – Europa jest szansą), a ARTE wyjaśnia (*verdeutlicht*), dlaczego. Z tego względu chcemy ten jej rodzaj kulturalnego dialogu w Europie ochraniać i wzmacniać”.

Emmanuel Macron – prezydent Francji:

„*Traktat założycielski* powoływał do życia «Europejską stację kultury»: «francusko-niemiecką» z urodzenia, «europejską i kulturalną» z powołania. Europa na tej antenie jest obecna poprzez aktualności i informacje, geografii i historię oraz języki (program jest dostępny w sześciu wersjach językowych) i krajobrazy – Europa jest ukazana w kontekście bogactwa jej różnorodności oraz kreatywnej mocy, za co chciałem w szczególności sposób jej podziękować.

ARTE to także odmienne poczucie upływu czasu; program pełen subtelnych niuansów, gdzie wy wszyscy, tworzący program ARTE, zamiast «konfrontacji» stawiacie na dialog, uwzględniający różnorodność opinii i odmienny punkt widzenia. ARTE to «ciekawość świata», to sztuka, która wyostreza nasz sposób widzenia i rozumienia zjawisk (świetnym przykładem jest emisja *carambolage*)⁷. Choć w ciągu tych trzydziestu lat Europa bardzo się zmieniła – w zderzeniu z procesem polaryzacji, fragmentacji, w obliczu kryzysu demokracji, który obecnie przeżywamy – ARTE nadal kontynuuje politykę ucieleśniania na swej antenie ambicji «europejskiego otwarcia» w oparciu o wzajemną tolerancję”.

Jack Lang (wielokrotny minister kultury Francji):

„Mamy rok 1985. W szczególny sposób myśli się wtedy o Europie – Europie kultury, a tok naszego myślenia wyznaczają media publiczne. Dlatego w naturalny sposób rodzi się myśl o stworzeniu kanału – europejskiej telewizji kultury. Dzięki oparciu tej koncepcji na współpracy niemiecko-francuskiej, która ma wsparcie polityczne przywódców obu narodów – myślenie to krystalizuje się i przybiera formę konkretnej telewizji”⁸.

Hans Dieter Lucas, ambasador Niemiec we Francji:

„ARTE w swej koncepcji programowej jest unikatową stacją, gdzie francusko-niemieckie porozumienie wybija się na plan pierwszy, ale zawsze

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

w tle pozostaje perspektywa działań europejskich. Każdy, kto ją ogląda, myśli, że to porozumienie jest możliwe tylko w europejskim kontekście. Myślę, że można dziś powiedzieć: «gdyby ARTE nie istniała, trzeba by ją stworzyć»⁹.

4.1.2. Podsumowanie – uwagi końcowe

Francja i Niemcy są dziś niekwestionowanymi partnerami współpracującymi ściśle w każdej dziedzinie – liderami porozumienia europejskiego, i to już dzisiaj nikogo nie dziwi.

Dawno zapomniano o wzajemnej niechęci, uprzedzeniach i wrogości, wynikającej z burzliwej przeszłości obu narodów – wojen i konfliktów opartych na nacjonalizmie. Na pewno ARTE ma w tym procesie pojednania swój udział – choć trudno dokładnie określić, w jakim stopniu, bo niełatwo to zmierzyć. Działalność ARTE potwierdza także obiektywny fakt, że media mogą skutecznie oddziaływać na świadomość obywateli, widzów i odbiorców mediów.

Historia uczy nas także, że film i masowe środki przekazu wielokrotnie wykorzystywano w złych celach – totalitarnej propagandy. Robili to z powodzeniem m.in. Hitler, Goebbels czy Stalin. ARTE miała odwagę uczynić z kultury ogniwo porozumienia i udowodniła, że media można wykorzystać także w dobry sposób – do budowania, nie do dzielenia, do osiągnięcia dialogu – a nie do szerzenia nienawiści. Jest telewizją budującą jedność i porozumienie między ludźmi, choć nie jest to proces łatwy, co podkreślają wszyscy zaangażowani w jej tworzenie.

Warte podkreślenia wydaje się, że choć ARTE cieszy się specjalnym statusem prawnym, w tym względzie stanowiąc wyjątek w medialnym świecie Francji i Niemiec, jednocześnie w pełni „przynależy” do europejskiego systemu mediów publicznych – jako część francuskiego i niemieckiego systemu. Zatem jako medialny eksperyment ściślej współpracy medialnej Niemiec i Francji ma także swój wymiar instytucjonalny.

Na koniec warto zaznaczyć, że od samego początku ARTE pozostawała w ścisłej czołówce najbardziej rozwiniętych technologicznie mediów w Europie. To było wyznacznikiem jej działania, determinowało możliwości jej odbioru. Już w latach 2005–2010 stała się cyfrowym pionierem, sięgając po najnowocześniejsze technologie przekazu i transmisji programów, czego nie robiły wówczas w takim samym stopniu inne media. W obecnej dobie można ją uznać za medium w pełni konwergencyjne.

Technologia była elementem zmiany w strategii ARTE, niezwykle ważnym z punktu widzenia podstaw polityki programowej firmy, ponieważ

⁹ Ibidem.

właśnie ona zapewniała europejski profil oraz kulturalny charakter ARTE. Ambitna oferta programowa wymuszała niestandardowe rozwiązania: by ugruntować swoją pozycję na rynku medialnym i zyskać widzów, ARTE była zmuszona sięgać po niestandardowe rozwiązania, a właśnie technologia to umożliwiała. Było to niezwykle istotne także i dlatego, że to technologia zapewniała od samego początku symultaniczny rodzaj emisji ARTE – w dwóch językach (francuskim i niemieckim). A po kilkunastu latach od rozpoczęcia nadawania technologia cyfrowa dała jej możliwość wzbogacenia oferty programowej o kilka nowych platform językowych: polskiej, angielskiej, hiszpańskiej i włoskiej, co także wpłynęło na pogłębienie „europejskiego charakteru” tej stacji.

4.2. Rekomendacje

4.2.1. Francusko-niemiecka „binatonałność” – dualizm ARTE

Fenomen ARTE, w szczególności jej programu, skoncentrowanego na budowaniu porozumienia, dotyczy także sfery zarządzania stacją, opartego na ścisłej współpracy francusko-niemieckiego *team*-u, którego warunkiem było osiągnięcie kompromisu – a było to swoiste „laboratorium międzynarodowej współpracy”.

Na początku nie istniały żadne wypracowane wzorce, na których można by się oprzeć, sam projekt ARTE był nowatorski, niemający dotąd odniesienia w historii mediów.

Dualizm francusko-niemiecki, czy jak to określają niektórzy medioznawcy – jej bitonałność¹⁰, stanowiła spore wyzwanie, tym bardziej że w sferze budowania francusko-niemieckiego zespołu napotymano wiele trudności, które trzeba było przezwyciężyć w codziennej pracy. Wynikały one m.in. z ogromnych różnic kulturowych i odmiennej mentalności, powodującej odmienne podejście do mediów, zarządzania programem, sposobu podejmowania decyzji i wielu innych spraw. Szybko jednak okazało się iż to, czego można się było przy okazji tego procesu nauczyć – obserwując i poznając swego partnera, stanowiło bogactwo i „pożywkę” dla rozwoju i zmian ARTE. „Jak na to zwracał uwagę Jérôme Clément, «to, co dzieliło, było barierą na początku, ale później okazało się siłą napędową stacji!»¹¹”.

Bo kiedy udało się już osiągnąć wzajemne zbliżenie, gdy wypracowano wspólne procedury działania, stało się to podstawą wspólnego działania na długie lata. Doświadczenia te można było wykorzystać w działaniu

¹⁰ I. Gartner, *ARTE, La chaîne binationale*, Deutsch Schlagworte, Berlin 2012.

¹¹ Rozmowa z E. Suardem, dyrektorem zarządzającym ARTE, aneks pracy.

w sferze międzynarodowej – w kontaktach i współpracy z europejskimi telewizjami partnerskimi, stowarzyszonymi z ARTE. Partnerstwo to, dzięki doświadczeniom francusko-niemieckiego *team*¹-u, stawało się łatwiejsze i prostsze, a przecież właśnie ARTE w swych założeniach miało mieć charakter i wymiar europejski. O zjawisku tym napisano w jednym z podrozdziałów niniejszej dysertacji.

Rekomendując ten zakres tematyczny do dalszych badań – w zakresie mediów, komunikacji i zarządzania, trzeba zaznaczyć, że bitonalność ARTE w sferze zarządzania przedsiębiorstwem medialnym była już podmiotem opracowań naukowych, głównie niemieckich.

4.2.2. Refleksje wokół ARTE w kontekście projektu telewizji wyszehradzkiej

Doświadczenia ARTE mogą się kiedyś okazać cenne i praktyczne dla podobnego projektu w dziedzinie międzynarodowej współpracy telewizyjnej. Dotychczasowe niepowodzenie w tworzeniu innych, podobnych inicjatyw, nie wyklucza możliwości stworzenia w przyszłości podobnej struktury medialnej, dla których ARTE będzie inspiracją.

Doświadczenia ARTE mogą kiedyś okazać się cenne i praktyczne dla podobnego projektu w dziedzinie międzynarodowej współpracy telewizyjnej. Dotychczasowe niepowodzenie w tworzeniu innych, podobnych inicjatyw nie wyklucza możliwości stworzenia w przyszłości podobnej struktury medialnej, inspirowanej ARTE jako modelem.

Warto tu przytoczyć historię nieudanej próby utworzenia „telewizji wyszehradzkiej” pod roboczą nazwą „V4”¹², jaką w roku 2016 podjęto w TVP. W projekt ten miały być zaangażowane cztery publiczne telewizje: Telewizja Polska, Telewizja Czeska, Telewizja Słowacka i Telewizja Węgierska¹³. W roku 2016 pomysł utworzenia kanału telewizji wyszehradzkiej po raz pierwszy publicznie ogłosił prezes TVP Jacek Kurski, powołano też specjalny zespół opracowujący koncepcję działania i ramy projektu nowej stacji – V4. Celem powołania kanału telewizyjnego jest „eksponowanie wspólnych interesów krajów niegdyś zależnych od ZSRR, a dziś członków NATO i Unii Europejskiej” – informowano na stronie Wirtualne Media¹⁴.

¹² Oficjalna strona TVP S.A., źródło: <https://www.tvp.info/29083807/telewizja-v4-wspolny-projekt-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 02.01.2021).

¹³ Wirtualne Media, źródło: <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/telewizja-polska-chce-utworzenia-kanału-telewizyjnego-dla-panstw-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 02.01.2021).

¹⁴ Ibidem.

Projekt otrzymał wsparcie polityczne, bo uznawano, że wspólne interesy łączące kraje Grupy Wyszehradzkiej wymagają pogłębienia kontaktów i wzajemnego zbliżenia¹⁵. Ważnym aspektem było też reprezentowanie wspólnego stanowiska na forum Unii Europejskiej. Zakładano, że można to uzyskać przy wsparciu medialnym – stąd pomysł wspólnej telewizji. „Taki projekt jest konieczny z punktu widzenia prezentowania środkowo-europejskiego punktu widzenia na szerszym, międzynarodowym forum”¹⁶ – podkreślał Marcin Stefaniak, pełnomocnik zarządu TVP ds. utworzenia telewizji wyszehradzkiej.

Po licznych spotkaniach w gronie państw Grupy Wyszehradzkiej ogłoszono ten projekt w Krynicy, na Forum ekonomicznym we wrześniu 2016 roku. Okazało się, że niezwykle entuzjastycznie podeszli do tego Węgrzy, a premier Viktor Orban zadeklarował nawet swoje finansowe zaangażowanie. „Stąd właśnie narodził się pomysł, aby ten kanał uruchomić jak najszybciej i na bazie tych krajów, w tej części Europy” – podkreślał Marcin Stefaniak. Na początku, w swym założeniu programowym, telewizja wyszehradzka miała przybliżyć Europejczykom kraje regionu Europy Środkowej i szybko zdobyć mocną pozycję na światowym rynku medialnym¹⁷. Oprócz informacji i publicystyki ważną częścią programu, realizującego misję społeczną, miały być materiały o charakterze wizerunkowym, prezentujące kulturę, historię czy sztukę krajów Grupy Wyszehradzkiej, ale również promujące ich gospodarkę i innowacyjność¹⁸.

Jednakże w późniejszej fazie założenia programowe tego projektu nieco ewoluowały. Jak oświadczył prezes Jacek Kurski, telewizja ta miała nadawać całodobowo, przez siedem dni w tygodniu w języku angielskim, który miał jej umożliwić „uniwersalny” odbiór. Jako wzór prezes Kurski wskazywał międzynarodowe stacje, takie jak BBC World, France 24, Russia Today czy Al-Dżazira¹⁹. „Telewizja wyszehradzka musi informować o tym, co jest istotne, co jest racją stanu danych krajów” – podkreślał Marcin Stefaniak²⁰. Dodał także, iż działanie telewizji V4 ma być wspólnie finansowane z budżetów krajów Grupy Wyszehradzkiej, albowiem tego typu kanały muszą być utrzymywane z pieniędzy rządowych, bo inaczej

¹⁵ Oficjalna strona Forum Ekonomicznego w Krynicy, źródło: <https://www.forum-ekonomiczne.pl/powstanie-telewizji-wyszehradzkiej-coraz-bardziej-realne/> (dostęp 05.12.2021).

¹⁶ Oficjalna strona TVP S.A., źródło: <https://centruminformacji.tvp.pl/27277044/telewizja-polska-zaciesnia-wspolprace-z-mediami-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 02.01.2021).

¹⁷ Oficjalna strona TVP S.A., źródło: <https://www.tvp.info/29083807/telewizja-v4-wspolny-projekt-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 05.01.2021).

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Wirtualne Media, źródło: <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/telewizja-polska-chce-utworzenia-kanalu-telewizyjnego-dla-panstw-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 02.01.2021).

²⁰ Ibidem.

stracą rację bytu i dlatego właśnie, w oparciu o te budżety, konstruujemy funkcjonowanie kanału²¹.

Program miał być pierwotnie emitowany ze studia TVP w Krakowie, w formacie i jakości HD. W Krakowie miała też mieścić się siedziba redakcji²², bo leżąc na południu Polski, blisko granicy państw Grupy Wyszehradzkiej, Kraków wydawał się dobrym wyborem „geopolitycznym”. Poza tym, od kilkunastu lat na antenach telewizji grupy wyszehradzkiej, a także na antenie TVP Kraków, emitowany był wspólny magazyn międzynarodowy *Kwartet*, którego treścią były tematy związane z kulturą, przyrodą i turystyką krajów Grupy Wyszehradzkiej, a który był finansowany przez tzw. Fundusz Wyszehradzki.

Czas mijał, a realizacja projektu Telewizji Wyszehradzkiej V4, z niewiadomych przyczyn, opóźniała się. I choć nadal deklarowano, że projekt ruszy w listopadzie 2018 roku – w stulecie odzyskania niepodległości, utknął w martwym punkcie. Jak informowano na stronach portalu Onet.pl: „Węgry nie ukrywają irytacji i rozczarowania postawą Polaków. Chodzi m.in. o projekt Telewizji Wyszehradzkiej. Stacja miała ruszyć już w 2018 roku, ale na razie nie zanoszą się, by miała wystartować przed 2020 rokiem. Jeśli w ogóle²³”. Portal informował: „W listopadzie 2016 roku szef gabinetu Viktora Orbana Antal Rogan spotkał się z Jackiem Kurskim i Marcinem Stefaniakiem. Rogan zapewniał, że strona węgierska akceptuje projekt telewizji i że na ten cel przeznaczy 15 mln euro. Sprawa wróciła w listopadzie 2018 roku, gdy Orban wystosował do Szydło list, by ustalenia potwierdzić. Na odpowiedź przyszło Węgom czekać kilka tygodni, a z listu strony polskiej wynikało niewiele” – czytamy „W Sieci”. „Ostatecznie na tym się skończyło, ponieważ w Warszawie zabrakło decyzji politycznej, by projekt został uruchomiony²⁴”.

W końcu zaczęto pisać o niepowodzeniu projektu Telewizji V4 i o konieczności jego zawieszenia: portal Onet.pl opublikował w roku 2017 następujący tekst: „Czeska telewizja publiczna Česká televize i słowacka telewizja publiczna RTVS nie są zainteresowani współpracą z Polską i Węgrami przy projekcie wspólnej anglojęzycznej stacji TV V4. Alžběta Plívová, rzeczniczka prasowa České televize potwierdza informacje o wycofaniu ČT i RTVS z projektu. Oznacza to, że tworzeniem wspólnego kanału

²¹ Oficjalna strona TVP S.A., źródło: <https://www.tvp.info/29083807/televizja-v4-wspolny-projekt-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 21.12.2020).

²² Oficjalna strona TVP S.A., źródło: <https://www.tvp.info/27246917/nowy-kanal-v4-tv-wspoltworzony-przez-tvp> (dostęp 02.01.2021).

²³ Wirtualne Media, źródło: <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/televizja-wyszehradzka-tv-v4-koniec-projektu> (dostęp 02.01.2021).

²⁴ Onet.pl, źródło: <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/co-dalej-z-televizja-wyszehradzka/hhmj6jw> (dostęp 02.01.2021).

zainteresowani są tylko Polacy i Węgrzy²⁵. W reakcji na odejście od projektu dwóch wymienionych partnerów, Jacek Kurski oświadczył, że będzie on kontynuowany, lecz wyłącznie w oparciu o współpracę polsko-węgierską. Lepiej stworzyć nowe dzieło z mniejszą liczbą partnerów. Česká televize i RTVS wycofały się z dalszych prac nad wspólnym projektem Telewizji Wyszehradzkiej. Liderami pozostają Polacy i Węgrzy, a Czesi i Słowacy są zainteresowani dołączeniem do projektu” – przekonywał w rozmowie z portalem Wirtualnemedi.pl Jacek Kurski, prezes TVP²⁶. Jednakże do początku roku 2021 projekt nadal nie został wdrożony, a o dalszych rozmowach na temat powstania Telewizji Wyszehradzkiej nic nie wiadomo. Ostatnie publikacje na ten temat pojawiły się w drugiej połowie 2018 roku, należy zatem przypuszczać, że projekt nie zostanie zrealizowany.

Czy model ARTE mógł być w tym przypadku pomocny? Uważałem, że z powodu istniejących podobieństw telewizja ARTE może być inspiracją. Jako redaktor zaproszony do współpracy nad tym projektem, przedstawiłem władzom TVP swą odrębną koncepcję projektu „telewizji wyszehradzkiej”, inspirowaną telewizją ARTE, lecz niestety – nie został wzięty pod uwagę. Jej projektodawcy całkowicie ignorowali model ARTE i nie zamierzali się nim inspirować, ani się na nim wzorować. Być może, gdyby w budowaniu projektu telewizji wyszehradzkiej przyjęto założenia oparte na modelu telewizji ARTE, pomysł V4 zostałby w końcu zrealizowany, a wspólne działania państw wyszehradzkich zakończyłyby się sukcesem.

Wspólnym elementem obu projektów była przecież „wola polityczna”: zarówno w przypadku ARTE, kiedy od początku wspierali ten projekt dwaj przywódcy państwowi – Francois Mitterrand i Helmut Kohl, jak i projektu V4 – który był wspierany „politycznie” ze strony polityków, m.in. ówczesnej premier Beaty Szydło i prezydenta Viktora Orbana, przywódców Polski i Węgier²⁷. W przypadku Grupy Wyszehradzkiej brakło jednak tej samej determinacji, która ponad trzydzieści lat temu pozwoliła na powstanie ARTE i jej harmonijny rozwój.

Można też uznać, że koncepcja programowa telewizji V4 była nawet na początku zbliżona do założeń koncepcyjnych ARTE: program miał zawierać informacje społeczne i kulturalne, być swoistym forum wymiany

²⁵ Ibidem.

²⁶ Wirtualne Media, źródło: <https://www.wirtualnemedi.pl/artikul/czechy-i-slowacja-nie-chca-telewizji-wyszehradzkiej-lepiej-tworzyc-nowe-dzieło-z-mniejsza-liczba-partnerow> (dostęp 02.01.2021).

²⁷ Forum ekonomiczne w Krynicy: „Optymistycznie do tego pomysłu odniosła się premier Polski Beata Szydło. Jej zdaniem w ramach reform UE jest potrzebna nowa forma komunikacji i ten pomysł wpisuje się w tę formę. Z kolei Viktor Orban przypomniał wtedy, że jest szefem rządu od jedenastu lat i wyraził żal, że taka telewizja nie powstała wcześniej”, źródło: <https://www.forum-ekonomiczne.pl/powstanie-telewizji-wyszehradzkiej-coraz-bardziej-realne/> (dostęp 05.12.2021).

o krajach grupy wyszehradzkiej²⁸. Jednakże w kolejnych miesiącach uległa diametralnej modyfikacji – projekt zaczął ewoluować w stronę telewizyjnego kanału informacyjnego, który w założeniu miał być emitowany w języku angielskim, na wzór Russia Today czy Al-Dżazira²⁹. Tym samym nowa koncepcja programowa stała się bardzo daleka od „telewizji kultury”, mającej za cel wzajemne poznawanie i łączenie obywateli różnych narodów z obszaru Europy Centralnej. Z pewnością z tego powodu odstąpili Czesi i Słowacy, uznając ten projekt za „Antyrosyjską i antyeuropejską telewizję”, o czym informowała prasa³⁰.

4.2.3. Czynniki warunkujące sukces ARTE

ARTE może stać się kiedyś „modelową stacją” dla innej międzynarodowej współpracy medialnej, o podobnym znaczeniu, dlatego temat niniejszej dysertacji opracowano na zasadzie „studium przypadku”.

Zawarte tu w kilku punktach „uwarunkowania” określają warunki, jakie trzeba było spełnić, by ARTE, europejskie medium kultury – zaistniało, to rodzaj swoistej „recepty”. Oto warunki, które pozwoliły na powstanie oraz na harmonijny i stabilny rozwój ARTE.

Wnioski te można ująć w kilka punktów:

- ARTE cieszy się pełnym poparciem politycznym ze strony przywódców Niemiec i Francji, dlatego jej stabilny rozwój jest możliwy od ponad trzydziestu lat;
- ARTE ma zapewnione stabilne finansowanie ze środków publicznych, ze strony telewizji niemieckiej i francuskiej: po 50% po stronie niemieckiej i francuskiej;
- ARTE odpowiednio wykorzystuje nowoczesną technologię i jest w tej dziedzinie pionierem;

²⁸ Oficjalna strona TVP: „Oprócz informacji i publicystyki ważną częścią programu, realizującego misję społeczną, miały być materiały o charakterze wizerunkowym, prezentujące kulturę, historię czy sztukę krajów Grupy Wyszehradzkiej, ale również promujące ich gospodarkę i innowacyjność”, źródło: <https://www.tvp.info/29083807/telewizja-v4-wspolny-projekt-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 05.01.2021).

²⁹ Wirtualne Media: „Jako wzór prezes Kurski wskazywał międzynarodowe stacje, takie jak BBC World, France 24, Russia Today czy Al-Dżazira”, źródło: <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/telewizja-polska-chce-utworzenia-kanału-telewizyjnego-dla-panstw-grupy-wyszehradzkiej> (dostęp 02.01.2021).

³⁰ Wirtualne Media, *Antyrosyjska i antyeuropejska telewizja, Česká televize i słowacka telewizja RTVS nie są zainteresowane współpracą z Polską i Węgrami przy projekcie wspólnej anglojęzycznej stacji TV V4*, źródło: <https://www.wirtualnemedia.pl/komentarze/telewizja-wyszehradzka-tv-v4-koniec-projektu/page:7> (dostęp 02.01.2021).

- ARTE cechuje ambitny program telewizyjny charakteryzujący się wysokim poziomem i jakością produkcji audiowizualnych, w większości europejskich;
- ARTE jest niezależna – zarówno w sferze własnej polityki programowej, jak i prawa. Nie podlega kontroli ze strony odpowiednich organów, takich jak CSA.

ARTE nadal pozostaje „odosobnionym przypadkiem” na audiowizualnej mapie Europy, nikt jak dotąd nie poszedł jej śladem. Jednak „przypadek ARTE” można traktować jak model, dobry wzorzec dla podobnych działań w przyszłości. Jeżeli raz już udało się zbudowanie takiej „modelowej stacji”, podejmującej ścisłą międzynarodową współpracę, to może w odmiennych uwarunkowaniach geopolitycznych uda się podjąć próbę podobnego działania. Odpowiedź na to pytanie przyniesie przyszłość.

Bibliografia

Publikacje zwarte

- Alienation and the Social System*, red. A. Finifter, John Wiley& Sons Inc, Nowy Jork 1972.
- Antoszewski A., *Partie i systemy partyjne państw Unii Europejskiej na przełomie wieków*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009.
- Antoszewski A., *Wzorce rywalizacji politycznej we współczesnych demokracjach europejskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2004.
- Balle F., *Médias & Sociétés Édition, Presse, Cinéma, Radio, Télévision, Internet*, wydanie 17., Paryż 2018.
- Barbie E., *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- Barmeyer Ch., Öttl S., *Interkulturalisierung nationaler Mediensysteme? ARTE als Laboratorium für grenzüberschreitende Medienwandel*, Berlin 2012.
- Barmeyer Ch., *Interkulturelle Kommunikation und Kulturwissenschaft*, Karl Stutz, Passawa 2011.
- Barmeyer Ch., *Kultur in der Interkulturellen Kommunikation*, w: „Kultura w komunikacji międzykulturowej“, Universität Passawa, Passawa 2018.
- Bogunia-Borowska M., *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Clément J., *Le choix d'ARTE*, Grasset, Paryż 2011.
- Europa w mediach, media w Europie*, w: *Raport o kulturze. Postęp Europa*, red. E. Baran, Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, 2008.
- Gartner I., *ARTE – La chaîne binationale*, GRIN Verlag, Monachium 2012.
- Gerhards J., *Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit*, w: *Transnationale Integrationsprozesse in Europa*, red. M. Bach, „Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie“, Westdeutscher Verlag Opladen, Wiesbaden 2017.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Kraków 1999.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Hahn O., *Arte – der Europäische Kulturkanal: eine Fernsehsprache*, Reinhard Verlag, Bazylea 1997.
- Idzik A., Klepka J., *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata*, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2019.
- Innowacje – czym są i jaka jest ich rola? Przykład Unii Europejskiej*, praca zbiorowa, red. A. Masłoń, M. Oracz, E. Osuch-Rak, Warszawa 2018.

- Isaak Th., *ARTE – Europäische Tele-Kultur? Der Kulturbegriff in Deutschland und Frankreich am Beispiel vom TV-Kulturkanal ARTE*, red. H. Müller, VDM Verlag, Saarbrücken 2008.
- Jakubowicz K., *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?*, red. A. Jaskiernia, *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006, K. Williams, w: *Media w Europie*, Warszawa 2008.
- Jaskiernia A., *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Wydawnictwo Asprajar, Warszawa 2006.
- Jaskiernia A., *Kwestia różnorodności mediów w polityce Federalnej Komisji Komunikacji w USA, w: Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty międzynarodowe*, red. J. W. Adamowski, A. Jaskiernia, Warszawa 2013.
- Jaskiernia A., *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016.
- Kompetencje międzykulturowe dla wszystkich*, praca zbiorowa, red. O. Styslavskaa, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2014.
- Komunikacja społeczna i kompetencje medialne w czasach nowych technologii*, „Państwo i Społeczeństwo” nr 3, Oficyna Wydawnicza AFM, Warszawa 2017.
- Konarska K., *Prawne i etyczne podstawy funkcjonowania brytyjskiego systemu mediów elektronicznych*, w: *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2007.
- Kreft J., *Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami, próba definicji*, w: „Zarządzanie humanistyczne” nr 1/ 2015, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015.
- Kruk H., *Wybrane metody rozwiązywania problemów naukowych*, w: *Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, red. M. Sławińska, H. Witczak, Warszawa 2008.
- Kuś R., *PBS Amerykańska telewizja publiczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013.
- Lisowska-Magdżiarz M., *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Meurice J. M., *La véritable histoire des origines d'ARTE par l'un de ses créateurs*, w: „Télévision” (n° 2) 2011.
- Meyer O., *Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre*, Publisher Vistas Verlag, Berlin 2002.
- Miłoszewska D., *Amerykański system medialny*, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 2014.
- Missika, J. L., *La fin de la télévision*, w: *Republique des Idées*, Le Seuil, Paryż 2006.
- Nierenberg B., *Zarządzanie mediami: geneza, istota, koncepcje badawcze*, w: „Problemy Zarządzania” nr 11/4, Kraków 2013.
- Nowe media a praktyki komunikacyjne*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Jędrzejewski, J. Bierówka, Kraków 2013.
- Ociepka B., *Cultural diplomacy as an external voice of cultural policy. The case of Poland*, „International Journal of Cultural Policy”, Warszawa 2021.
- Ociepka B., *System medialny Niemiec*, w: *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. J. W. Adamowski, Warszawa 2008.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa – Książka – Ruch, Kraków 1983.
- Prescott J. T., *Media management manual: a handbook for television and radio practitioners in countries-in-transition*, w: *Communication and Information Sector UNESCO*, New Delhi 2009.

- Romiszevska B., *Pozycja mediów publicznych we współczesnych systemach medialnych – wnioski dla Polski*, Wydawnictwo Lena, Wrocław 2008.
- Skrzypczak B., *Polityka medialna w okresie konwergencji cyfrowej RTV*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2011.
- Sławińska T., *Prasa regionalna na nowe czasy? Historia sukcesu francuskiego przedsiębiorstwa prasowego Ouest-France*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Stasiak-Jazukiewicz E., *Uwarunkowania rozwoju mediów elektronicznych w Niemczech*, w: *Systemy medialne w XX wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju*, red. J. W. Adamowski, A. Jaskiernia, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.
- Stępińska A., *Ile Europy w europejskich mediach informacyjnych? Rola mediów w kształtowaniu europejskiej sfery publicznej*, „Rocznik Integracji Europejskiej” nr 8/2014, Poznań 2014.
- Szymańska A., *Dyplomacja mediów – wizerunek problematyki wypędzonych na przykładzie wybranych publikacji prasowych ostatniej dekady*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2009, nr 1–2, s. 50–58.
- Szymańska A., *Europa dziennikarzy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.
- Van Dijck J., *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego*, w: *Zmierzch telewizji, przemiany medium*, red. A. Sterczyńska, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
- Węglińska A., *Brytyjski model mediów publicznych*, Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych, Łódź 2007.
- Założenia strategiczne do nowej ustawy o mediach elektronicznych oraz nowelizacji*, red. K. Jakubowicz, B. Jung, T. Kowalski, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa 2004.
- Zieliński A., *O perspektywach rozwoju sieciowych usług telewizyjnych*, w: *Telekomunikacja i techniki informacyjne*, Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2015.
- Zmierzch telewizji? Przemiany medium*, w: *Antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.

Artykuły opublikowane w czasopismach naukowych

- Adamowski J. W., *Teraźniejszość i przyszłość radia publicznego w Polsce. Uwagi i refleksje na 90-lecie polskiej radiofonii*, w: „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2016, t. 8/19.
- Dolot S., *Culture individuelle, culture de masse*, „Que-sais-je?” Paryż 1974.
- Gajlewicz-Korab K., *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej* Klaus Schwaba, „Media Biznes Kultura” 2020, No. 2 (9).
- Gałka A., *Telewizja ARTE – wspólny mianownik dla międzynarodowości i międzykulturowości*, red. J. Adamowski, A. Jaskiernia, „Nowe wymiary medialnej komunikacji międzykulturowej. Media początku XXI wieku”, tom 24, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014.
- Jaskiernia A., *Nadawcy publiczni w Stanach Zjednoczonych, czyli jak przetrwać na wolnym rynku mediów*, „Studia Medioznawcze Uniwersytetu Warszawskiego” nr 2/2014, źródło: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171345541> (dostęp 12.08.2018).

- Konecko K., *Spółczesność i mass media. Wybrane aspekty badań socjologicznych*, „Media wizualne. Szkice, analizy, konteksty”, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2000, źródło: http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/01-Konecko_K.pdf (dostęp 12.11.2018).
- Maitre L. M., *Dans quelle mesure la chaîne de télévision Arte s'inscrit-elle dans le PAF (Paysage Audiovisuel Français) en tant que chaîne citoyenne?*, Université de Lyon, Lyon 2011.
- Oniszczyk Z., *Niemieccy wydawcy prasowi wobec wyzwań cyfryzacji*, w: „Zeszyty Prasoznawcze”, 59/2, Kraków 2016, s. 441–451.
- Oniszczyk Z., *Teoretyczne i praktyczne aspekty mediatyzacji polityki w Niemczech*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 57/2, Kraków 2014, s. 176–189.
- Rothenberger L., *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspect at micro, meso and macro level at the European Culture Channel Arte*, University of Navarra, 2012.
- Szymańska A., *Dyplomacja mediów – wizerunek problematyki wypędzonych na przykładzie wybranych publikacji prasowych ostatniej dekady*, „Zeszyty Prasoznawcze”, tom 52/2009, Kraków 2009.
- Szymańska A., *Dziennikarstwo w epoce nowych mediów – przykład Niemiec*, „Zeszyty Prasoznawcze”, tom 60/1, Warszawa 2017.
- Tenerowicz K., *Stany Zjednoczone, Szwajcaria i Polska. Trzy modele funkcjonowania, zarządzania i finansowania mediów publicznych*, „Studia i Materiały”, nr 2, Warszawa 2011.

Encyklopedie, słowniki i leksykony

- Encyklopedia Britannica*, źródło: <https://www.britannica.com/topic/NASA> (dostęp 12.02.2021).
- Encyclopedia of Social Theory*, red. G. Ritzer, vol. I, SAGE Publications, Thousand Oaks 2005.
- Encyklopedia socjologii. Suplement*, red. H. Kubiak M. Guziuk-Tkacz, A. J. Siegień-Matyjewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2005.
- Encyklopedia zarządzania: Case study* (wersja internetowa), źródło: https://mfiles.pl/pl/index.php/Case_study (dostęp 11.05.2021).
- Leksykon terminów metodologicznych. Nauki pedagogiczne i pokrewne*, Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Warszawa 2012.

Artykuły w czasopismach popularnonaukowych, materiały prasowe i medialne (RTV)

- Agard O., Beßlich B., *Krieg für die Kultur? Une guerre pour la civilisation?*, w: *Französische Zivilisation und deutsche Kultur in der Kriegspublizistik*, red. K. Joëls, Berno 2018, źródło: <https://www.peterlang.com/view/title/62544> (dostęp 14.09.2020).
- Barmeyer Ch., *Kultur in der Interkulturellen Kommunikation*, w: *Kultura w komunikacji międzykulturowej*, Passawa 2018.
- Barmeyer C., Davoine E., *Le développement collectif de compétence interculturelle dans le contexte d'une organisation binationale: le cas ARTE*, „Gérer et Comprendre” 2012, nr 107.

- Baudriller M., *Redevance audiovisuelle: comment font les autres pays?*, źródło: https://www.challenges.fr/media/redevance-audiovisuelle-comment-font-les-autres-pays_651645 (dostęp 22.08.2020).
- Bauer Z., Godzic W., *E-gatunki – Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, w: *Genologia Dziennikarstwa*, red. K. Wolny-Smorzyński, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.
- Berning N., *The Cultural Television Channel Arte and the (non) existence of a Cross-border Franco-German Public Sphere*, „Web Journal of French Media Studies” 2011, źródło: <http://wjfms.ncl.ac.uk/BERNINGF.pdf> (dostęp 18.10.2018).
- Bourdon J., *Unhappy Engineers of the European Soul*, w: *The EBU and the Woes of Pan-European Television*, „International Communication Gazette”, źródło: <https://doi.org/10.1177/1748048507076580> (dostęp 18.10.2018).
- Bourgeois I., *La télévision allemande, une indépendance structurelle*, „Les Temps des médias” nr 2, 2009.
- Chartier C., *La télévision a tellement changé*, „L’Express” 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).
- Clément J., *Arte a joué un rôle dans le rapprochement franco-allemand*, „Comprendre l’Europe”, źródło: <https://www.touteurope.eu/actualite/jerome-clement-arte-a-joue-un-role-dans-le-rapprochement-franco-allemand.html> (dostęp 12.10.2018).
- Démerin P., *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne?*, w: „Le Débat”, 2002/3.
- Dulphy A., Manigand Ch., *Entretien avec Georges Berthoin*, „Histoire et Politique” 2010, nr 1, tom 10.
- Dwornik M., *Telewizja BBC. Historia największego nadawcy TV na świecie*, „Tygodnik internetowy” 2017, źródło: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/resources/index.shtml> (dostęp 12.10.2019).
- Farchy J., Gasnemer R., *Chaînes publiques de télévision en France et innovation numérique*, źródło: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-161.htm#> (dostęp 19.04.2019).
- Ferjoux C., *Techniques de programmation d’un format télévisuel*, „Communication” tom 32/2013, źródło: <https://www.cairn.info/revue-relations-internationales-2006-2-page-97.htm?contenu=citepar> (dostęp 15.07.2017).
- Francuska tv publiczna bez reklam*, TVP, źródło: <https://www.tvp.info/321231/francuska-tv-publiczna-bez-reklam> (dostęp 22.01.2020).
- „Gazeta Prawna” 05.03.2019, źródło: <http://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/117424,telewizja-arte-zrywa-wspolprace-z-tvp-z-powodu-wartosci-prezesa-farfala.html> (dostęp 12.10.2018).
- „Gazeta Wyborcza” 29.01.2016, źródło: <http://wyborcza.pl/1,75398,19554081,francuska-telewizja-arte-konczy-wspolprace-z-tvp-poki-nie.html?disableRedirects=true> (dostęp 12.10.2018).
- Każmierska A., *Źródła finansowania mediów publicznych w Europie*, „SAT Kurier” z 01.03.2014, źródło: <http://satkurier.pl/news/97982/zrodla-finansowania-mediow-publicznych-w-europie.html> (dostęp 16.04.2020).
- Kindler-Jaworska E., *Przewodnik po telewizji cyfrowej*, „Aktualności telewizyjne” 1/2013.
- Kleinsteuber H. J., Nehls S., *Media Governance in Europa. Regulierung – Partizipation – Mitbestimmung*, red. H. Kleinsteuber, S. Nehls, s. 364–365, „Publizistik” 2012, nr 3/57.
- Konarska K., *Systemy medialne Polski i Niemiec*, w: *Interakcje. Leksykon komunikowania polsko-niemieckiego*, 2014, źródło: <http://www.polska-niemcy-interakcje.pl/articles/show/10> (dostęp 12.10.2018).

- Kościnski G., *Telewizja bez reklam, ale z misją*, „Dziennik Polski” 12.01.2009.
- L’idée de nation: Kultur contre la civilisation*, źródło: https://canope.ac-amiens.fr/historical/soldat/thema_alle_m_idee.html (dostęp 12.09.2020).
- La représentation du soldat pendant la Grande Guerre, w: Dossier du service éducatif et culturel de l’Historial de Péronne*, Amiens 2004, źródło: https://canope.ac-amiens.fr/historical/soldat/thema_alle_m_idee.html (dostęp 12.09.2020).
- Lawson-Borders G., *Integrating New Media and Old Media: Seven Observations of Convergence as a Strategy for Best Practices in Media Organizations*, „International Journal of Media Management” 2003.
- Makarenko V., *Europa – niezwykle dziennikarski eksperyment*, „European Journalism Observatory” 2013, źródło: <https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/europa-niezwykly-dziennikarski-eksperyment> (dostęp 09.07.2017).
- Meyran R., *Genèse de la notion de culture : une perspective globale*, źródło: <https://www.cairn.info/revue-journal-des-anthropologues-2009-3-page-193.htm?contenu=resume> (dostęp 12.09.2020).
- Milot O., *Aux origines d’Arte... était la Sept*, „Telerama” 06.04.2011, źródło: <http://television.telerama.fr/television/aux-origines-d-arte-etait-la-sept,67589.php> (dostęp 12.12.2019).
- Miłoszewska D., *Amerykański system medialny*, źródło: <http://geopolityka.org/analizy/dorota-miloszewska-amerykanski-system-medialny> (dostęp 12.03.1989).
- Mitosek B., *Prezydent Sarkozy próbuje przejść media publiczne*, „Gazeta Wyborcza” 28.06.2008.
- Nguyen A.-Th., *Les échanges technologiques entre la France et les États-Unis, „Les télécommunications spatiales (1960–1985)” 2001/1 (n° 43)*, źródło: <https://www.cairn.info/revue-flux1-2001-1-page-17.htm> (dostęp 11.02.2020).
- Nierenberg B., *Publiczne przedsiębiorstwo medialne – zarządzanie, systemy, modele, „Zarządzanie w Kulturze”*, nr 7 /2006.
- Pallus P., *TVP ubogim krewnym telewizji z Europy Zachodniej. Ich przychody są nawet kilkanaście razy wyższe*, źródło: <https://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/przychody-tvp-i-telewizji-z-innych-krajow-porownanie/dg7xbq8> (dostęp 12.08.2020).
- Romiszewska B., *Pozycja mediów publicznych we współczesnych systemach medialnych – wnioski dla Polski*, w: *System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, red. P. Bielawski, A. Ostrowski, źródło: https://www.dbc.wroc.pl/Content/6694/PDF/Media_publiczne_monografia.pdf#page=75 (dostęp 22.01.2020).
- Rothenberger L., *ARTE – problems of creating a European TV Intercultural aspects at micro, meso and macro level at the European Culture Channel ARTE*, źródło: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=424 (dostęp 12.05.2019).
- Rozmowa z Olgierdem Annusewiczem*, „Retoryka polityczna”, źródło: <http://www.marketingpolityczny.org/retoryka-polityczna-rozmowa-z-olgiardemannusewiczem/#.XESGL83diUl> (dostęp 20.01.2018).
- „Rzeczpospolita” z 29.01.2016, źródło: <https://www.rp.pl/Kraj/160129194-Francuska-TV-ARTE-zrywa-wspolprace-z-TVP.html> (dostęp 12.05.2019).
- Sienkiewicz U., *Czwarta władza w Ameryce, nieodparty urok szklanego ekranu*, „Tygodnik internetowy Reporterzy info – media i dziennikarstwo”, źródło: https://reporterzy.info/17,czwarta_wladza_w_ameryce_nieodparty_urok_szklanego_ekranu.html (dostęp 12.12.2019).
- Skrzypczak J., *Finansowanie telewizji publicznej a prawo UE*, „Za ekranem” 2004, nr 6.
- Skrzypczak J., *Problemy z definiowaniem pojęć „Radiofonia” i „Telewizja” w erze cyfrowej*, „Zarządzanie w Kulturze” 2013.

- Sołtysińska B., *O mediach, reklamie, Internecie i PR*, 2016, źródło: <https://www.wirtualnemedialny.pl/artykul/w-usa-youtube-wygrywa-z-tradycyjna-telewizja-i-kablowkami-wsrod-mlodych-odbiorcow> (dostęp 12.10.2018).
- Stępka P., Woźniak A., *Instrumenty promujące niezależność mediów publicznych na przykładzie wybranych państw UE*, źródło: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files_public/pliki/publikacje/analiza2006_05.pdf (dostęp 12.12.2020).
- Sulisz J., „SatKurier” 14.01.2020, źródło: <https://satkurier.pl/news/187839/ariane-5-gotowa-do-wyniesienia-satelity-eutelsat-konnect.html> (dostęp 11.02.2020).
- System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, red. P. Bielawski, A. Ostrowski, źródło: https://www.dbc.wroc.pl/Content/6694/PDF/Media_publiczne_monografia.pdf#page=75 (dostęp 22.01.2020).
- Szczepaniak K., *Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2012, źródło: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.hdl_11089_5453 (dostęp 22.04.2020).
- Śpiewak P., *Słowa modne i niemodne* (słownik), „Res Publica Nowa” 2002, nr 10.
- „Tygodnik internetowy Reporterzy info – media i dziennikarstwo”, źródło: <https://reporterzy.info/3450,telewizja-bbc-historia-najwiekszego-nadawcy-tv-na-swiecie.html> (dostęp 12.09.2020).
- Vianna N., *Culture et télévision en Europe: le cas d’Arte*, „Communication et organisation” 2012, źródło: <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/2376> (dostęp 12.04.2019).
- Wiegmann D., *Die Herausforderungen der interkulturellen Kommunikation für den Europäischen Kulturkanal ARTE*, red. H. Rösch, Universitätsbibliothek Leipzig, Lipsk 2009, źródło: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:15-qucosa-124520> (dostęp 18.04.2019).
- Wirtualne Media, KRRiTV, źródło: <https://www.wirtualnemedialny.pl/artykul/zasady-must-carry-must-offer- stanowisko-krrit> (dostęp 12.04.2019).
- Żuralska P., *System medialny Stanów Zjednoczonych*, źródło: <https://reporterzy.info/464,system-medialny- stanow-zjednoczonych.html> (dostęp 11.10.2018).

Prezentacje i referaty wygłoszone na konferencjach

- Zbieranek J., *Głosy nieważne w wyborach samorządowych*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2010, źródło: https://www.academia.edu/6768794/G%C5%82osy_niewa%C5%BCne_w_wyborach_samorz%C4%85dowych (dostęp 12.12.2017).

Raporty, sprawozdania, analizy, ekspertyzy i komunikaty z badań opinii publicznej

- Cześniak M., *Partycypacja wyborcza Polaków*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2009, źródło: <http://www.isp.org.pl/files/20145849250174351001263374709.pdf> (dostęp 19.01.2018).
- Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, *Ekspertyza w zakresie skutków regulacji dotyczącej harmonizacji widma oraz usankcjonowania usług specjalistycznych*, 05.12.2014.

Akty prawne: raporty, dokumenty prawne

- Dyrektywa 2010/13/WE zastąpiła Dyrektywę 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 grudnia 2007 r. Tekst ujednoczony został opublikowany jako *Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z 10.03.2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej* (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), tekst ujednoczony: Dz.U. U.E. L 95, s. 1 z 15.04.2010 r., dalej jako dyrektywa 2010/13/WE.
- Francuski dokument rządowy *Les enjeux et missions de France Télévisions*, 04.03.2015, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Dossiers-de-presses-2011-2018/Annee-2015/Les-enjeux-et-missions-de-France-Televisions> (dostęp 27.12.2019).
- Francuski resort administracji państwowej, oficjalna strona internetowa, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88> (dostęp 26.12.2019).
- Konwencja UNESCO, „Różnorodność kulturowa może być chroniona i promowana jedynie wtedy, gdy zagwarantowane są prawa człowieka i podstawowe wolności, takie jak wolność wypowiedzi, informacji i komunikowania, a także gdy jednostka ma możliwość wyboru form wyrazu kulturowego”, źródło: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (dostęp 08.05.2019).
- Le site officiel service-public d administration française „Redevance télé”*, opracowano na podstawie publikacji z oficjalnej strony internetowej administracji francuskiej, źródło: <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F88> (dostęp 22.01.2020).
- Legifrance.gouv.fr, *Prawa Leotarda (Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication-Loi Léotard)*, źródło: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930> (dostęp 09.07.2017).
- Mandat nadawania publicznego wynika z art. 5 ust. 1 pkt. 2 ustawy zasadniczej i jest określony w ustawach o radiofonii i telewizji oraz w umowie o radiofonii i telewizji międzystanowej, źródło: strona korporacyjna ARD z 19.10.2015, https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html (dostęp 17.12.2009).
- Ministère de la Culture, strona oficjalna, definicja umowy COM, źródło: <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Dossiers-thematiques/Les-contracts-d-objets-et-de-moyens-des-organismes-de-l-audiovisuel-public> (dostęp 14.04.2019).
- Niemcy w świetle faktów i liczb*, red. P. Hintereder, w: deutschland.de i Ministerstwo Spraw Zagranicznych w Berlinie, FAZIT Communication GmbH, Frankfurt nad Menem 2019, źródło: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/pl/niemcy-w-swietle-faktow-i-liczb> (dostęp 26.12.2019).
- Oficjalna strona CSA, źródło: <https://www.csa.fr/web/index.php/Informer/Espace-presses/Interventions-publiques/Colloque-europeen-sur-les-medias-de-service-public-a-l-ere-du-numerique/Le-numerique-implique-des-choix-strategiques-et-economiques-majeurs-pour-l-audiovisuel-public> (dostęp 12.04.2019).
- Opracowano na podstawie dokumentów KRRITV, źródło: <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/unia-europejska> (dostęp 10.10.2018).
- Raport TVP, *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, Warszawa 2012, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0f-f267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).

- Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 12 lipca 2011 r. w sprawie czasu oraz ramowego podziału czasu przeznaczanego na rozpowszechnianie nieodpłatnie audycji wyborczych, trybu postępowania dotyczącego podziału czasu, zakresu rejestracji oraz sposobu przygotowania i emisji audycji wyborczych w programach publicznej radiofonii i telewizji.
- Senacka Komisja Kultury Parlamentu Francji, stenogram wystąpienia z kwietnia 2019 roku, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000 (dostęp 12.07.2019).
- Strona niemieckiego Ministerstwa Sprawiedliwości i Ochrony Konsumentów, źródło: <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html> (dostęp 11.02.2020).
- Traktat założycielski ARTE, źródło: <https://www.france-allemande.fr/Traite-sur-la-chaine-Culturelle.html> (dostęp 12.10.2019).
- Umowa celów i środków COM na lata 2011–2015 (*Les contrats d'objectifs et de moyens de France Télévisions et d'Arte France*), opracowano na podstawie portalu rządowego Republiki Francji, źródło: http://archives.gouvernement.fr/fillon_version2/gouvernement/les-contrats-d-objectifs-et-de-moyens-de-france-televisions-et-d-arte-france.html (dostęp 18.04.2019).
- Ustawa z 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 1993, Nr 7, poz. 34 Art. 1: *Zadania radiofonii i telewizji*, na podstawie: *Finansowanie nadawców publicznych*, w: *Abonament RTV w Europie*, Warszawa 2012, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).

Zasoby internetowe: źródła wtórne

- Abonament RTV w Europie*, s. 23, TVP, Warszawa 2013, źródło: <https://s.tvp.pl/repository/attachment/e/8/f/e8fce5f0ff267f5017db768198b0cf7c1393496841119.pdf> (dostęp 12.12.2019).
- Archiwum INA, *Naissance d'Arte, télévision franco-allemande*, źródło: <https://fresques.ina.fr/jalons/impression/fiche-media/InaEdu05129/naissance-d-arte-televisiion-franco-allemande.html> (dostęp 15.07.2017).
- Audeguy, S. *25 ans d'Arte, joyeux Geburtstag*, 2017, źródło: <https://www.la-croix.com/Debats/Chroniques/25-ans-dArte-Joyeux-Geburtstag-Stephane-Audeguy-2017-06-02-1200852169> (dostęp 15.07.2017).
- Baza aktów prawnych UE, źródło: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l26015&from=FR>.
- Berning N., *The Cultural Television Channel Arte and the (non) existence of a Cross-border Franco-German Public Sphere*, „Web Journal of French Media Studies” 2011, Vol. 8, źródło: <http://wjfms.ncl.ac.uk/BERNINGF.pdf> (dostęp 18.10.2018).
- Carine D., „Le Parisien” z 26.04.2020, źródło: <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/arte-la-tele-de-chaine-qui-gagne-toujours-plus-de-telespectateurs-26-04-2020-8305935.php> (dostęp 12.09.2020).
- Célia S., *Les médias d'Europe centrale et l'intégration européenne*, „Le Courrier des pays de l'Est” nr 3/2006, źródło: <https://www.cairn.info/revue-le-courrier-des-pays-de-l-est-2006-3-page-40.htm> (dostęp 15.07.2017).
- Chartier C., *La télévision a tellement changé*, „L'Express” z 30.11.2018, źródło: https://www.lexpress.fr/culture/la-tele-est-elle-foutue_2050055.html (dostęp 12.12.2019).

- Clément J., *Arte a joué un rôle dans le rapprochement franco-allemand*, „Comprendre l'Europe”, źródło: <https://www.touteurope.eu/actualite/jerome-clement-arte-a-joue-un-role-dans-le-rapprochement-franco-allemand.html> (dostęp 12.10.2018).
- Clément J., *La création est au cœur de la mission d'ARTE*, 2007, źródło: <https://www.euractiv.fr/section/langues-culture/interview/jerome-clement-la-creation-est-au-c-ur-de-la-mission-d-arte-fr/> (dostęp 09.07.2017).
- Démerin P., *Arte, vache sacrée des Français, vache à lait des Allemands, vache folle européenne ?*, „Le Débat” 2002/3, s. 4–31, źródło: <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2002-3-page-4.htm> (dostęp 18.10.2018).
- Dlaczego i jak młodzi ludzie oglądają telewizję?*, „Le Figaro” 20.05.2016, źródło: <https://etudiant.lefigaro.fr/vie-etudiante/news/detail/article/pourquoi-et-comment-les-jeunes-regardent-la-televison-20501/> (dostęp 07.01.2019).
- École nationale de Chartes, źródło: <http://www.chartes.psl.eu/fr/positions-these/commission-nationale-communication-libertes-1986-1989> (dostęp 12.10.2019).
- Farchy J., Gansemmer M., Ranaivoson H., *Chaînes publiques de télévision en France et innovation numérique*, „Les Enjeux de l'information et de la communication” 2013 (n° 14/2), s. 161–184, źródło: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-161.htm> (dostęp 12.03.2019).
- Golka B., *System medialny Stanów Zjednoczonych*, Wydawnictwo Szkolne Pedagogiczne, Warszawa 2004.
- Guyard B., wywiad z G. Langensteinem, dyrektorem ARTE, „Le Figaro/Video” 02.02.2011, źródło: <https://video.lefigaro.fr/tvmag/video/gottfried-langenstein-et-jerome-clement-fete-les-20-ans-d-arte/774256335001/> (dostęp 01.09.2020).
- Heinemann W., *Kontrowersje wokół analizy dyskursu*, źródło: <http://www.ur.edu.pl/wydzialy/filologiczny/osrodek-badawczo-dydaktyczny-i-transferuwiedzy/tlumaczenia-artykulow> (dostęp 12.09.2018).
- Hindman G., Wiegand D., *Art The big threes prime time decline hindman: technological and social context*, „Journal of Broadcasting and electronic media” 2008, 51/1, źródło: <https://la-rem.eu/glossary/services-lineaires-services-non-lineaires/> (dostęp 12.07.2019).
- http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/dm_konf_080415_spraw.pdf (dostęp 12.09.2020).
- <https://www.ozap.com/actu/audiences-aout-tf1-leader-en-hausse-record-historique-pour-l-equipe-m6-tmc-et-france-4-en-difficulte/596443> (dostęp 12.09.2020).
- <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/arte-la-tele-de-chaine-qui-gagne-toujours-plus-de-telespectateurs-26-04-2020-8305935.php> (dostęp 04.09.2020).
- <https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/10/art-the-big-threes-prime-time-decline-hindman-2008.pdf> (dostęp 21.10.2018).
- <https://www.telesatellite.com/actu/52665-record-audience-pour-arte-en-2018.html> (dostęp 12.09.2020).
- Internetowe wydanie dziennika „Le Figaro”, źródło: <https://www.lefigaro.fr/societes/veronique-cayla-arte-a-democratise-l-acces-a-la-culture-et-seduist-les-jeunes-publics-20200614> (dostęp 09.09.2020).
- Janoš K., *System medialny Niemiec – próba zarysu*, w: *O mediach i polityce w Niemczech*, 2013, źródło: <https://carlswelt.wordpress.com/2013/03/27/system-medialny-niemiec-proba-zarysu/> (dostęp 12.01.2020).
- Konecko K., *Spółczesność i mass media. Wybrane aspekty badań socjologicznych*, w: *Media wizualne. Szkice, analizy, konteksty*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2000, źródło: http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/01-Konecko_K.pdf (dostęp 12.11.2018).

- Krüger M., *Qualitätsanspruch bei 3sat und Arte* Von Udo, „Media perspektiven” 2/2000, źródło: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2000/02-2000_Krueger.pdf (dostęp 11.10.2020).
- Media premium o finansach osobistych*, „La redevance”, źródło: <https://www.toutsurmesfinances.com/impots/contribution-a-l-audiovisuel-public-tout-savoir-sur-lex-redevance-tv.html> (dostęp 22.08.2020).
- Media Perspektiven Dokumentation*, Nr 1, s. 9, 2007, źródło: <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/dokumentation/> (dostęp 12.10.2017).
- Miłoszewska D., *Amerykański system medialny*, źródło: <http://geopolityka.org/analizy/dorota-miloszewska-amerykanski-system-medialny> (dostęp 12.03.2018).
- Missika J. L., *La fin de la télévision w: Republique des Idees*, źródło: <http://www.repid.com/+-television-+.html> (dostęp 12.09.2020).
- Mondenard B., *Il n’y a pas de projet de société sans politique culturelle*, rozmowa P. Rogarda z J. Clémentem, przeprowadzona 25.05.2016, w: *SACD*, źródło: <https://www.sacd.fr/j%C3%A9r%C3%B4me-cl%C3%A9ment-%C2%AB-il-n%E2%80%99y-pas-de-projet-de-soci%C3%A9t%C3%A9-sans-politique-culturelle-%C2%BB> (dostęp 15.07.2017).
- Moneta M., *Streaming – czy telewizja i Netflix naprawdę ze sobą walczą?*, źródło: <https://questus.pl/blog/streaming-walka-tv-netflix/> (dostęp 09.01.2019).
- Niemieckie Radio, źródło: https://www.deutschlandfunk.de/arte-wird-25-wenn-es-arte-nicht-schon-gaebe-dann-muesste.2907.de.html?dram:article_id=387409 (dostęp 12.09.2020).
- Pleitgen F., wystąpienie na konferencji *Rola i znaczenie mediów publicznych w Europie* Warszawa 2016, źródło:
- Portal informacyjny o Niemczech, źródło: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/pl/niemcy-w-swietle-faktow-i-liczb> (dostęp 12.02.2020).
- Press, źródło: https://www.press.pl/tresc/55761.jak-na-zachodzie-bada-sie-ogladalnosc_ (dostęp 12.09.2020).
- Program telewizyjny *L’Invitée des Echos*, 2017, źródło: <https://videos.lesechos.fr/recherche?q=cayla+arte> (dostęp 12.04.2019).
- Psenny D., *La réforme audiovisuelle*, „Le Monde” z 01.12.2008, źródło: https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2008/12/01/la-reforme-de-l-audiovisuel-en-5-questions_1125435_3236.html (dostęp 22.08.2020).
- Raport o kulturze. Postęp Europa*, 2008, źródło: <http://docplayer.pl/72534285-Europa-w-mediach-media-w-europie.html> (dostęp 09.07.2017).
- Rola i znaczenie mediów publicznych w Europie*, Warszawa 2016, źródło: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/dm_konf_080415_spraw.pdf (dostęp 12.09.2020).
- Rothenberger L., *Arte – problems of creating a European TV Intercultural aspects at micro, meso and macro level at the European Culture Channel Arte*, źródło: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=424 (dostęp 12.10.2018).
- Schneider M., *Most-Watched Television Networks: Ranking 2016*, Winners and Losers, źródło: <https://www.indiewire.com/2016/12/cnn-fox-news-msnbc-nbc-ratings-2016-winners-losers-1201762864/> (dostęp 12.10.2018).
- Senacka Komisja Kultury, Parlament Francji, źródło: http://videos.senat.fr/video.1119512_5cabca7d5474e.audition-pleniere---audiovisuel?timecode=1790000, Paryż, kwiecień 2019 (dostęp 12.07.2019).
- Sienkiewicz U., *Czwarta władza w Ameryce, nieodparty urok szklanego ekranu*, źródło: https://reporterzy.info/17,czwarta_wladza_w_ameryce_nieodparty_urok_szklanego_ekranu.html.

- Skrzypczak B., *Polityka medialna w okresie konwergencji cyfrowej RTV*, s. 13, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011.
- Stępińska A., *Ile Europy w europejskich mediach informacyjnych? Rola mediów w kształtowaniu europejskiej sfery publicznej*, „Rocznik Integracji Europejskiej” nr 8/2014, s. 174, źródło: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/14727/1/A_Stepinska_Ile_Europy_w_europejskich_mediach_informacyjnych.pdf (dostęp 22.01.2019).
- Streaminmedia, źródło: <https://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/Online-Video-vs.-TV-Have-We-Finally-Reached-the-Tipping-Point-110819.aspx> (dostęp 09.01.2019).
- Strona internetowa CSA, źródło: <https://www.csa.fr/Informer/PAF-le-paysage-audio-visuel-francais/Les-chaines-de-la-TNT> (dostęp 04.09.2020).
- Strona internetowa CSA, źródło: <https://www.csa.fr/Informer/PAF-le-paysage-audio-visuel-francais/Les-chaines-de-la-TNT> (dostęp 12.04.2019).
- Strona internetowa *Fakty o Niemczech*, źródło: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/pl/node/242> (dostęp 12.08.2020).
- Strona internetowa Komisji Europejskiej, Europe by Satellite (EbS), źródło: <https://audiovisual.ec.europa.eu/fr/>.
- Strona internetowa Medienanstalten, źródło: <https://www.die-medienanstalten.de/themen/fernsehen> (dostęp 22.08.2020).
- Strona internetowa Ministerstwa Spraw Zagranicznych, źródło: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/frankreich-node/bilateral/209530> (dostęp 12.09.2020).
- Strona internetowa Niemieckiej Izby Reprezentantów, Bundestag, źródło: <https://www.bundestag.de/resource/blob/422928/0c2af6de554124edbda05a08e4fee334/WD-3-380-09-pdf-data.pdf> (dostęp 12.09.2020).
- Strona internetowa Parlamentu Republiki Francji, źródło: http://www2.assemblee-nationale.fr/static/14/comaffcult/COM%20FTV%202016-2020_projet.pdf (dostęp 12.09.2020).
- Strona internetowa Rządu Republiki Francji, źródło: <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministère/Histoire-du-ministère/Ressources-documentaires/Discours-de-ministres/Discours-de-ministres-depuis-1998/Frederic-Mitterrand-2009-2012/Articles-2009-2012/Contrat-d-objectifs-et-de-moyens-d-ARTE-France>.
- Strona internetowa Rządu Republiki Francji, Ministerstwo Ekonomii i Finansów, źródło: <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/contribution-audiovisuel-public> (dostęp 27.12.2019).
- Strona internetowa telewizji 3sat, źródło: <https://www.3sat.de/service-und-hilfe/3sat-auf-einen-blick-100.html> (dostęp 12.10.2018).
- Strona internetowa telewizji ARD, źródło: <http://www.br.de/index.html> (dostęp 05.02.2020).
- Strona internetowa telewizji ARD, źródło: http://www.ard.de/home/intern/organisation/mitglieder-der-ard/Mitglieder_der_ARD/323262/index.html (dostęp 09.07.2017).
- Strona internetowa telewizji ARD, źródło: https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html (dostęp 05.02.2020).
- Strona internetowa telewizji ARTE, *Arte w sześciu językach*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/pl/cyfrowa-oferta-w-6-jezykach/> (dostęp 12.04.2019).
- Strona internetowa telewizji ARTE, *Finansowanie*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/de/corporate/finanzierung/> (dostęp 11.02.2020).

- Strona internetowa telewizji ARTE, *Narodziny stacji*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.10.2018).
- Strona internetowa telewizji Channel 4, źródło: <https://www.channel4.com/corporate/about-4/who-we-are/what-is-channel-4> (dostęp 12.10.2018).
- Strona internetowa Rządu Wielkiej Brytanii, ustawodawstwo, źródło: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents> (dostęp 15.07.2017).
- Strona internetowa telewizji France Télévisions, źródło: <http://www.francetelevisions.fr/missions> (dostęp 09.07.2017).
- Strona internetowa telewizji NDR, źródło: <https://www.ndr.de/geschichte/Bewegte-Bilder-Die-Geschichte-des-Fernsehens,fernsehen240.html> (dostęp 10.12.2019).
- Strona internetowa telewizji TV5, źródło: <http://www.tv5monde.com/cms/chaine-francophone/tv5monde/La-chaine/p-5857-Presentation.htm> (dostęp 11.10.2020).
- Strona polsko-niemiecka, *Polsko-niemieckie dni mediów*, źródło: <http://www.dnimeidiow.org/artikul-telewizja-publiczna-w-niemczech,238.html> (dostęp 23.03.2020).
- Strona internetowa telewizji ZDF, źródło: <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/zdf-fernsehrat-funktion-vorsitz-und-mitglieder-100.html> (dostęp 26.12.2019).
- Strona oficjalna telewizji ARD, źródło: https://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten104.html (dostęp 05.02.2020).
- Strona internetowa Radio France, źródło: <https://www.radiofrance.fr/notre-finance-ment> (dostęp 17.12.2019).
- Strona internetowa telewizji ZDF, źródło: <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/geschichte-des-zdf-100.html> (dostęp 09.07.2017).
- Television without Frontiers*, European Commission, Bruksela 2006, źródło: oficjalna strona UE https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_06_419 (dostęp 12.12.2019).
- Tenerowicz K., *Stany Zjednoczone, Szwajcaria i Polska. Trzy modele funkcjonowania, zarządzania i finansowania mediów publicznych*, w: „Studia i materiały” nr 2, 2011, źródło: <https://pbn.nauka.gov.pl/polindex-webapp/browse/article/article-f0096576-6942-4a5c-8725-d679f834088c> (dostęp 12.08.2019).
- The challenges facing a future European regulatory system for media and communications*, wystąpienie V. Reding na Medientage Munich, 17.10.2002, s. 7, źródło: [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/\(\\$vAllByUnid\)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/\\$file/2760-c2.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/($vAllByUnid)/05399AD695D1B32DC1256E6A004A2F90/$file/2760-c2.pdf) (dostęp 26.01.2020).
- Unia EU, czym jest i czym się zajmuje*, Urząd publikacji UE, 2019, źródło: <https://op.europa.eu/pl/publication-detail/-/publication/9ab2da22-14da-11ea-8c1f-01aa75ed71a1/language-pl/> (dostęp 02.01.2020).
- Van Dijck J., *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego*, red. A. Sterczyńska, s. 313–340, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2011.
- We Francji abonament RTV płaci się wraz z podatkiem lokalnym*, na podstawie: <https://www.bankier.pl/wiadomosc/We-Francji-abonament-RTV-placi-sie-wraz-z-podatkiem-lokalnym-1670170.html> (dostęp 12.10.2018).
- Wirtualne media, źródło: <https://www.wirtualnemedi.pl/artikul/dostawcy-platnych-telewizji-w-usa-traca-klientow-spadek-o-665-tys-w-ostatnim-kwartale> (dostęp 12.12.2019).
- Wstęp do raportu *10-lecie ARTE*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_FR.pdf (dostęp 06.12.2018).

Aneks

MISJA I STRATEGIA W ŚWIETLE DOKUMENTÓW ARTE

Analizie poddano dokumenty korporacyjne, dostępne na stronach ARTE oraz na stronach Ministerstwa Kultury Francji i Rządu Francuskiego, m.in. dokumenty założycielskie ARTE (*Traktat między państwowy – Traité interétatique*, z 2 października 1990 roku i *Traktat założycielski – Contrat de formation*, z 30 kwietnia 1991 roku). Innym źródłem, niezwykle cennym i istotnym do poznania strategii i misji ARTE jest *Umowa celów i środków (Contrat d'objectifs et de moyens*, w skrócie – COM, ARTE France)¹. Co pięć lat ARTE France odnawia swój kontrakt, co wiąże się każdorazowo z koniecznością podpisania umowy o celach i środkach z ministrem kultury, który potwierdza swe zobowiązania na rzecz ARTE na okres kolejnych pięciu lat. Jest to także niejako „odnowienie przysięgi” – potwierdzenie „strategii programowej” i „misji” ARTE. Analizie poddano również wybrane losowo wydania *Sprawozdania rocznego (Rapport Annuel)*. Kolejnym elementem badania będą wypowiedzi prasowe zarządzających ARTE, pojawiające się w mediach i dokumentach ARTE z okazji kolejnych rocznic stacji². Analiza kilku tych dokumentów podpisanych między rokiem 1991 a 2017 przekonuje, że ARTE konsekwentnie buduje strategię i rozwija stację, nie zmieniając początkowych założeń.

Dokumenty ARTE

Jak stwierdzono w *Traktacie założycielskim* ARTE: „Celem ARTE jest tworzenie, produkowanie, rozpowszechnianie i transmisja, za pomocą satelity

¹ *Umowa celów i środków COM na lata 2011–2015 (Les contrats d'objectifs et de moyens de France Télévisions et d'Arte France)*, opracowano na podstawie portalu rządowego Republiki Francji, źródło: http://archives.gouvernement.fr/fillon_version2/gouvernement/les-contrats-d-objectifs-et-de-moyens-de-france-televisions-et-d-arte-france.html (dostęp 18.04.2019).

² Strona internetowa telewizji ARTE, *Nasza historia*, źródło: <https://www.arte.tv/sites/corporate/naissance-darte/> (dostęp 12.08.2019).

lub w jakikolwiek inny sposób – przekazu telewizyjnego o szerokim znaczeniu kulturowym i międzynarodowym, który ma budować zrozumienie i zbliżenie między narodami w Europie”³. A w innym dokumencie, *Traktacie międzynarodowym (Traité interétatique)* czytamy⁴: „ARTE to europejski, kulturalny kanał TV, skierowany do wszystkich telewidzów, otwartych na świat, ciekawych kultury swych sąsiadów w Europie, poczynając od Francji i Niemiec”. ARTE to ten sam kanał, jedna telewizja dla dwóch odbiorców: publiczności francuskiej i niemieckiej. To pierwszy tak wyjątkowy w historii telewizji fenomen, a zajmuje dziś nadal szczególnie miejsce na mapie audiowizualnej”⁵.

Wyjaśnienia wymaga rodzaj dokumentu zwany *Contrat d’objectifs et de moyens*. Definicja: *Les contrats d’objectifs et de moyens des organismes de l’audiovisuel public (Umowa celów i środków)*⁶ – to rodzaj kontraktu, umowy celowej dotyczącej celów, zasobów i środków. Artykuł 53. francuskiej ustawy z dnia 30 września 1986 roku, wynikający z francuskiej reformy legislacyjnej z dnia 1 sierpnia 2000 roku stanowi, że: „umowy o celach i środkach są zawierane między państwem francuskim a każdą z następujących spółek lub instytucji: France Télévisions, Radio France, Arte-France i National Audiovisual Institute. Czas trwania tych umów wynosi od trzech do pięciu lat kalendarzowych. Nowa umowa może zostać zawarta po mianowaniu nowego prezesa”. Ogólne cele tych umów: ożywienie i unowocześnienie stosunków, które publiczni nadawcy mają z państwem, zwłaszcza w dziedzinie budżetu; zdefiniowanie, w perspektywie wieloletniej, strategicznych celów w powiązaniu z określonymi wskaźnikami. Ilościowe i jakościowe wskaźniki wyników i rezultatów stanowią narzędzie monitorowania i oceny, umożliwiające administracjom nadzorującym i parlamentowi ocenę znaczenia wykorzystania środków publicznych. W zamian za zobowiązania do osiągnięcia wyników i kontrolowania

³ *Kontrakt formacyjny ARTE, Article 2.1., Contrat de formation d’Arte, 30 avril 1991, Le Groupement a pour objet de concevoir, réaliser et diffuser ou faire diffuser par satellite ou par tout autre moyen, des émissions de télévision ayant un caractère culturel et international au sens large, et propres à favoriser la compréhension et le rapprochement des peuples en Europe, źródło: https://www.arte.tv/sites/corporate/files/20110622_arte_contrat_de_formation_fr1.pdf (dostęp 12.04.2019).*

⁴ *Opracowano na podstawie tekstu francuskiego: Chaîne publique culturelle et européenne, ARTE s’adresse à tous les téléspectateurs curieux de découvrir la culture de leurs voisins européens, à commencer par les Français et les Allemands. Chaîne unique pour deux publics, ARTE a été une première dans l’Histoire de la télévision et occupe encore une place singulière dans le paysage audiovisuel européen.*

⁵ *Strona internetowa telewizji ARTE, Traité interétatique z 02.10.1990, Article 1.1, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/traite_inter-etatique.pdf (dostęp 10.10.2018).*

⁶ *Opracowano na podstawie definicji umowy celowej COM, źródło: <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Dossiers-thematiques/Les-contrats-d-objectifs-et-de-moyens-des-organismes-de-l-audiovisuel-public> (dostęp 14.04.2019).*

zasobów, organizacje w sektorze korzystają z widoczności co do wieloletniej ewolucji ich zasobów. Ta ewolucja stosunków między państwem a publicznymi organizacjami nadawczymi odpowiada logice wzajemnej odpowiedzialności wpisanej w perspektywie średnioterminowej (*Contrat de Formation i Traité interétatique*).

Sprawozdania roczne ARTE

W *Sprawozdaniu rocznym ARTE* z roku 1999 napisano: Komitet Zarządzający publikuje po raz pierwszy w tym roku roczne sprawozdanie z działalności. W centrum tego przeglądu są cele kanału, najważniejsze wydarzenia, programy opracowane przez różne jednostki, odbiorców i widzów ARTE, komunikacja, produkcja, zarządzanie, technologia⁷. Projekt zwraca uwagę na następujące aspekty:

ARTE jest teraz mocno zakorzeniona w publicznym krajobrazie nadawczym Francji i Niemiec. Francuski i niemiecki partner od lat wspólnie budują swoją kreatywność i *know-how*, otwierając się na Europę, o czym świadczy francuskie partnerstwo z siedmioma kanałami telewizyjnymi w sąsiednich krajach. Programowa wymiana kulturalna ARTE odgrywa wiodącą rolę w procesie integracji europejskiej. Celem stacji jest w jasny sposób określić tożsamość ARTE, która nie jest prostym wspólnym mianownikiem francuskich i niemieckich mediów audiowizualnych. ARTE to europejski kanał z własną tożsamością. Projekt rozwoju ARTE, przyjęty jesienią 1999 roku przez Zgromadzenie Ogólne ARTE, określił po raz pierwszy główne kierunki strategiczne kanału:

- oferować program wysokiej jakości;
- sprostać wyzwaniu konkurencji;
- sprawdzić się jako europejska sieć telewizyjna otwarta na europejską publiczność.

Program: w roku 1999 głównym celem ARTE stało się otwarcie anteny przed godziną 19:00, tzn. rozbudowa audycji w godzinach popołudniowych. Liczono, że powinno to pozwolić na pokonanie tej przeszkody w przyszłości. Początkowo ARTE nadawało programy od godziny 14:00, dzieląc czas emisyjny z francuską telewizją publiczną TV5.

Technologia: ARTE miało podjąć wyzwania związane z pomnażaniem oferty audiowizualnej i dywersyfikacją technik nadawczych. Dlatego koncentrowała się na rozwoju Internetu, który miał być priorytetem do końca roku 2000.

⁷ Strona internetowa telewizji ARTE, *Rapport Annuel*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1999_RapportAnnuel_FR.pdf (dostęp 12.04.2019).

Partnerzy europejscy: by utrzymać europejski charakter stacji, ARTE przywiązywało dużą wagę do utrzymywania bliskich kontaktów z europejskimi partnerami telewizyjnymi, zarówno pod względem programowym, jak i na poziomie instytucjonalnym. Ówczesni partnerzy ARTE to: YLE, Finnish Television (najnowszy partner medialny), RTBF (Belgia), TVE (Hiszpania), SSR (Szwajcaria), RAI (Włochy), ORF (Austria) i TVP (Polska). Umowy te przewidują aktywną i regularną współpracę w zakresie koprodukcji, a także szerokie wsparcie w rozpowszechnianiu ARTE w każdym z wymienionych krajów.

Promocja – prasa a ARTE: Silna obecność ARTE w prasie we Francji, podobnie jak w Niemczech. ARTE zbiera niezwykle bogatą i najczęściej pozytywną opinię, zarówno o swoich programach, jak i ogólnie o instytucji⁸.

Podsumowanie: rok 1999 charakteryzował ARTE jako kanał silny i odnoszący sukcesy we wszystkich obszarach swojej działalności. Widownia ARTE rosła w obu krajach. Dzięki szczególnie prestiżowym produkcjom programy zyskały poparcie zarówno opinii publicznej, jak i prasy, a także umocniły się poza pojedynczą francusko-niemiecką przestrzenią audiowizualną, która została już mocno ugruntowana. Potwierdzono także sposób finansowania i niezależność stacji od systemu kontroli państwowej.

Sprawozdanie roczne ARTE z lat 2014–2015 (2015)

Na wstępie czytamy *résumé* podpisane przez obu dyrektorów stacji, w tytule: *Arte kocha kulturę i Europę*: „Kulturalny i europejski kanał wierny swojej misji i jej wartościom, ARTE nadało w 2014 roku oryginalne kreacje, które podbiły francusko-niemiecką widownię telewizyjną. 20,8 mln widzów na antenie każdego tygodnia posłużyło za „trampolinę” do podboju nowej telewizyjnej publiczności w całej Europie⁹. ARTE pogłębiła konwergencyjny charakter swej stacji, stała się telewizją o charakterze bi-medialnym, co było zauważalne również w rosnącej frekwencji na smartfonach i tabletach oraz w powtórkach i na platformach tematycznych: co miesiąc średnio 11 mln odwiedzin w ofercie cyfrowej i 15 mln wyświetleń wideo”.

Podkreślono także, że kanał dokonał cyfrowej rewolucji, a ta metamorfoza pozwoliła na pogłębienie tożsamości programów ARTE. Oferta

⁸ Strona internetowa telewizji ARTE, *Rapport Annuel*, źródło: https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1999_RapportAnnuel_FR.pdf (dostęp 10.10.2018).

⁹ Strona internetowa telewizji ARTE, *Rapport d'activite (Raport z działalności ARTE) za lata 2014–2015*, źródło: http://wp.arte.tv/corporate/files/150831-ra14-15-fr_bat_final.pdf (dostęp 10.10.2018).

tematyczna stała się dostępna na wszystkich ekranach, została wzbogacona o: *Informacje Arte* i *Filmy ARTE*, które dodano do dotychczasowej oferty (produkcji kinowej, muzyki, nauki i wiedzy). Obecnie oferta stacji to: ARTE CONCERT, ARTE CREATIVE¹⁰, ARTE FUTURE, ARTE INFO i ARTE CINEMA. Natomiast aplikacja CULTURE TOUCH oferuje na tablecie, a wkrótce na smartfonie, wybór oferty kulturalnej ARTE.

Cyfrowy przekaz to także prawdziwa szansa – otwarcie anteny dla szerszej publiczności poza granicami Francji i Niemiec, a nawet poza Europą. Także przy wsparciu Unii Europejskiej, która zabiega o rozwój cyfrowy mediów w Europie, a jej projekty mnożą się w tym kierunku. ARTE partycypowała w umieszczeniu na swojej antenie oper (od jesieni 2015), które są emitowane w sześciu językach na OPERA PLATFORM we współpracy z ARTE CONCERT, dodatkowo transmisja *online* oraz powtórka wybranych programów z napisami (*sous-titré*), w języku angielskim i hiszpańskim. Usługa jest dostępna bezpłatnie.

Na zakończenie podsumowania, Véronique Cayla, dyrektor ARTE France, i Gottfried Langenstein, były wicedyrektor ARTE, podkreślali: „W okresie zawirowań – turbulencji naznaczonych wejściami na rynek nowych graczy audiowizualnych, którzy zagrażają europejskiemu modelowi wsparcia dla tworzenia i rodzimych produkcji audiowizualnych, staramy się otwierać na nowości, tak aby technologia cyfrowa służyła promocji i demokratyzacji bogactwa kulturowego Europy. Na marginesie «autostrady informacyjnego przekazu» wolimy wybrać spokojną drogę rozwoju, drogę, na której autorzy odnajdą bezpieczną przystań dla kultywowania swych dzieł, promujących różnorodność, którą się karmimy i która nas urzeka”. Rok 2014 był rokiem europejskim dla ARTE, która „starła się wprowadzić Europę w swoje DNA”. Kanał dostroił swoje programowanie do „europejskiego kamertonu” jako echo debaty publicznej, zmierzającej do tego, aby umieścić kulturę i obywatela w sercu europejskiego projektu: „Nasza strategia cyfrowa ma na celu poszerzenie zasięgu programów w całej Europie. Zasięg satelitarny osiąga już 165 mln gospodarstw domowych, sygnał ARTE jest odbierany przez wielu operatorów. Prawa są tak negocjowane, aby oferta cyfrowa była również dostępna w całej Europie i poza nią. Sukces filmu *L'Etrangère* – transmitowanego w 24 językach, we współpracy z Nagrodą LUX¹¹ – ukazał pełny potencjał programów. W dziedzinie

¹⁰ Opracowano na podstawie tekstu francuskiego: *ARTE Creative c'est la petite sœur d'ARTE, qui imite son aînée mais cherche aussi à se démarquer. Alors chaque semaine, on vous propose des vidéos autour de la pop culture, des cultures urbaines et du jeux vidéo. Parce qu'on se disait bien qu'il lui manquait quelque chose*, źródło: <https://www.facebook.com/creative.arte/photos/a.134545793264008/1429357863782788/?type=1&theater> (dostęp 12.04.2019).

¹¹ Nagroda filmowa LUX, PE z 2007 roku ma na celu wyróżnienie filmów promujących europejską kulturę, ukazanie ich różnic, przy jednoczesnym wykazaniu uniwersalności

programu założenie od początku było jasne i klarowne: zrozumieć dzisiejsze społeczeństwo. Zachwycić się pięknem natury, odkrywać świat nauki i wielkie momenty historii. Otworzyć się na wszelkie formy twórczości i kreacji. Uciec od codzienności dzięki filmom z różnych stron świata, na wszystkich nośnikach.

WYWIADY Z EKSPERTAMI

Wywiad Grzegorza Kościńskiego z Emmanuelem Suardem, dyrektorem zarządzającym ARTE (*gerant et directeur de la gestion*) (lipiec 2019, Strasburg, siedziba ARTE GEIE)

Grzegorz Kościński (GK): Jérôme Clément wypowiadał się podczas wywiadu udzielonemu czasopismu „La lettre de l’audiovisuel” w roku 2010 (w wywiadzie z Gottfriedem Langensteinem, z okazji dwudziestolecia ARTE) wspominał, że strategia ARTE od początku do dzisiaj praktycznie w ogóle się nie zmieniała. Zacznijmy, proszę, od budżetu – co stanowi bazę stabilnego finansowania ARTE?

Emmanuel Suard, ARTE:

Bazą finansowania ARTE jest abonament (*redevance*) i efekt, że pewna określona część środków pochodzących z *redevance* (abonamentu rtv) jest automatycznie przeznaczana na ARTE. Ma to inny wymiar w obu krajach: systemy finansowania we Francji i w Niemczech różnią się od siebie: inny wymiar przybiera on po stronie Francji, a inny w Niemczech. W Niemczech KEF¹² to sposób finansowania na cztery lata. Dzięki niemu ARTE zna swój budżet na lata 2017–2020 czy 2021–2024. A po stronie francuskiej co roku – więc nieco inaczej, ale to część pochodząca z abonamentu (*redevance*). To abonament rtv jest gwarantem stabilnej niezależności, gwarancją w stosunku do innych rozwiązań, takimi jak np. pochodzenie budżetu bezpośrednio od państwa (w tej sytuacji ARTE byłoby w bezpośredniej relacji z republiką Francji). Następne rozwiązanie po stronie ARTE Francji to umowa COM¹³. To forma umowy ARTE z państwem, na podstawie

pewnych wartości ważnych dla wszystkich Europejczyków. Filmy do konkursu LUX wybierane są przez pryzmat tematów, które dotyczą Europejczyków: ich życia, postaw, przekonań i aspiracji oraz poszukiwania własnej tożsamości. Najnowsze nagrody ogłaszane są na stronie PE, źródło: <http://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/eu-affairs/20190712STO56956/nagroda-filmowa-lux-3-finalistow> (dostęp 12.08.2019).

¹² *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs von Rundfunkveranstaltern* (KEF), Komisja do określenia wymagań finansowych organizacji nadawczych (KEF), źródło: <https://kef-online.de/de/startseite/> (dostęp 12.10.2019).

¹³ *COM Contrat d’objectifs et de moyens (COM), Umowa środków i celów* (dostęp 12.07.2019).

której wyznaczane są jej cele i negocjowane (w systemie stałego kontraktu z państwem – Republiki Francuskiej) podstawowe cele: liczba produkcji, liczba godzin emisji, rodzaje produkcji i spodziewana oglądalność. To także daje wynik czteroletni, ale osiągnięty w rytmie corocznym). Praktycznie nie zdarza się, by państwo francuskie nie wywiązało się z podjętych zobowiązań finansowych.

Po stronie francuskiej jest COM, czyli sposób, w jaki ARTE France negocjuje – wyznacza swe cele i negocjuje kontrakt/budżet z państwem francuskim: elementy stanowiące o tym to plany produkcyjne, produkcje w toku, oglądalność itp., także w perspektywie czterech lat. Ale trzeba wiedzieć, że ustalenia zawarte w COM – po stronie francuskiej, jeśli chodzi o budżet, prawie zawsze są respektowane w całości i do końca wypełniane przez państwo. Małe różnice wynikają bardzo rzadko z wahań budżetu państwa – cięć budżetowych państwa, co może wpływać w małym stopniu na różnice. A po stronie niemieckiej 100% gwarancji – jeśli zapisano coś na cztery lata, to tak będzie. To, co trzeba podkreślić: taka stabilizacja zapewnia niezależność.

GK: jaki jest związek między technologią a rozwojem ARTE?

Emmanuel Suard, ARTE:

Na początku, gdy powstawało ARTE, Internet nie istniał. Ale to właśnie technologia pozwoliła ARTE, jak i innym stacjom, bardziej i lepiej zaadoptować te zmiany (*intégrer ce changement la*). To efekt, że ARTE jednocześnie jest częścią służby społecznej (*service publique*), ale także że to stacja niezależna od tych dwóch wielkich systemów, w których funkcjonują telewizje publiczne, narodowe, to znaczy: France Télévisions po jednej stronie i ZDF/ARD – po drugiej.

To pozwoliło szybciej adaptować środki pozwalające na rozwój technologiczny i na innowacje, na testowanie urządzeń oraz łatwo i szybko wprowadzać te najlepsze, które się sprawdziły. To pozwoliło także na użycie nowych środków, takich jak ARTE WEB MUSIC, i zamianę w ARTE CONCERT¹⁴, na testowanie programów w Internecie, choć jeszcze niektóre z nich niekoniecznie od razu były emitowane w sposób konwencjonalny (*broadcast*); to pozwoliło także na wdrożenie systemu (*d attrapage*)¹⁵.

Dzisiaj system *non linear* („nieliniowy”) pozwala na oglądanie tylko tych programów, które chcemy, w dowolnym wybranym przez nas czasie¹⁶. I to jest osiągnięte dzięki tej właśnie mobilności/zręczności (*agilité*),

¹⁴ Strona internetowa telewizji ARTE, źródło: <https://www.arte.tv/pl/arte-concert/> (dostęp 17.07.2019).

¹⁵ W 2009 roku 5% Francuzów korzystało z usługi *catch-up* TV, źródło: <https://www.mediametrie.fr/en/tv-viewing-habits-2019> (dostęp 12.08.2020).

¹⁶ Telewizje dostępne gratis w systemie *catch-up* TV, źródło: <https://www.commentca-marche.net/contents/1517-le-service-catch-up-tv#arte-7> (dostęp 12.08.2019).

związanej ze specyfiką naszego systemu, i ze strukturą ARTE. Mimo że decyzje podejmowane są parytetowo, w określonym czasie i przez określone organy ARTE, to jednak struktura naszej instytucji nie jest zbyt duża, nie musimy uzyskać zgody wszystkich, zanim przetestujemy coś nowego, wprowadzimy innowacje. I ta zwinność (*agilité*) to właśnie specyfika ARTE, która pozwala jej szybko adaptować się do nowych technologii, to gwarancja rozwoju, dająca możliwość emisji nieliniowej (*non linéaire*)¹⁷.

GK: ARTE to jednak stacja bardzo ambitna, lecz zarazem kanał telewizji niszowej... Odnoszę wrażenie, że jej rozwój jest związany z adaptacją nowych technologii, także w rozwoju językowym stacji.

Emmanuel Suard, ARTE: To prawda – to nie to samo być „europejską telewizją kultury w epoce Internetu, co wcześniej”. I te różnice ARTE odczuwa mocniej niż inne stacje. Dlaczego? To europejska telewizja kultury, która działa nie tylko w Internecie. A jaka jest różnica w stosunku do innych stacji!? Jeśli chce się być także i telewizją ogólną (*generaliste*), telewizją otwartą na różne państwa, napotyka się całą gamę problemów: natury prawnej, (uwzględniając wszelkie prawa do emisji i prawa autorskie), organizacyjno-logistycznej, politycznej, budżetowej itd.

Dlatego na początku istnienia ARTE podjęto nieudaną próbę z RTBF (Belgia), co nie zadziałało ze względu na brak odpowiednich środków finansowych po stronie Belgii, bo należało „wykupić udział”, który okazał się zbyt drogi dla Belgów w owym czasie. W ten sposób, podchodząc do tego pragmatycznie, zmodyfikowano strategię ARTE. Z tych trudności zrodziło się nowe podejście – współpraca międzynarodowa z partnerami ARTE (także z TVP) została oparta przede wszystkim na realizacji wspólnych koprodukcji audiowizualnych. A kiedy równolegle, w tym samym czasie, nastąpiła era cyfrowa, ułatwiła wprowadzenie wielu nowych rozwiązań – przede wszystkim, jeśli chodzi o sam program: pozwoliła m.in. poszerzyć zawartość programową, na przykład zwiększyć gamę programów muzycznych (...). ARTE zaczęło docierać z różnego typu propozycją programową do różnego typu telewidzów. To wiązało się także z „uwolnieniem” od przymusu, polegającego na tym, że dany program – ze względu na różnice w *prime time* w Niemczech i we Francji, możemy emitować tylko w niedzielę o 19:15 lub w piątek o 22:00... To pozwoliło ponownie podejść do samej tematyki europejskiej, także we współpracy z innymi partnerami, na przykład z Unią Europejską. Zangażowaliśmy także Komisję

¹⁷ Definicja: „Telewizja nieliniowa obejmuje wszystkie treści audiowizualne dostępne za pośrednictwem środków cyfrowych i pozwala na ich wykorzystanie na żądanie, w sposób płatny lub bezpłatny. Natomiast telewizja liniowa (analogowa lub cyfrowa za pośrednictwem TNT, kabla, satelity itp.) Zmusza telewidzów do oglądania w tym samym czasie, lub nagrać tę zawartość do oglądania w trybie offline”, źródło: <https://la-rem.eu/glossary/services-lineaires-services-non-lineaires/> (dostęp 12.07.2019).

Europejską, która na początku nie była partnerem ARTE, ale jej finansowe wsparcie pozwoliło na rozwój stacji w innych językach, co bez technik cyfrowych pozostałoby wyłącznie w obrębie *broadcast* (tradycyjnego rodzaju transmisji) i byłoby bardzo skomplikowane. To nasz prawdziwy sukces.

GK: Wiele osób podkreśla, że ARTE to już właściwie nie tylko telewizja, ale medium konwergencyjne... Czy ARTE jest właściwie bardziej multimedialnym niż telewizją...?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Jako przykład podam, że mamy 70 mln „obejrzeń” wideo na miesiąc, w sposób nieliniowy, czyli poprzez nasz portal (*raptrapage*) i inne platformy. Z drugiej strony, nie należy zapominać, że jednak nadal dziś jeszcze *broadcast* to jedyne miejsce, które pozwala zgromadzić w tym samym czasie trzy miliony widzów, oglądających ten sam film. Bo *broadcast* jest nadal formą „masywnego odbioru”... i chyba jeszcze na długo nim pozostanie. Widoczne jest jego obniżenie, ale proces ten przebiega bardzo powoli. Choć nieliniowy sposób odbioru rośnie, *broadcast* pozostaje nadal bardzo ważnym medium. To, co należy robić, to pozostawiać równowagę między tymi dwoma elementami – wykorzystywać wszystkie potencjalne możliwości technologii cyfrowej, które są ogromne i nie istnieją w sposobie przekazu *broadcast* (szybkość wprowadzania zmian, możliwość stosowania wielu wersji językowych, podążanie za ewolucją). Musimy kierować się do innego odbiorcy, na przykład młodego, dla którego konwencjonalna telewizja przestaje istnieć, ale także brać pod uwagę zmianę sposobu odbioru i „konsumpcji” programu przez starsze pokolenia (*mode de consommation*).

Mamy dwa typy widzów: tych, którzy korzystają z programu *broadcast* – oni nie wiedzą, co będą oglądać, dlatego przeczytali w wersji drukowanej, „co jest w programie telewizyjnym”, oraz tych, którzy dobrze wiedzą, co chcą oglądać i sami dokonują wyborów, zatrzymują się na tym, co ich rzeczywiście interesuje. Nasza publiczność „broadcastowa” składa się z tych dwóch typów widzów. Cyfrowa technologia zwraca się do widzów, którzy nie mają za dużo czasu ani energii, by szukać programu, pozwala to tej części widzów, którzy wiedzą, co chcą oglądać – dokonywać wyboru.

GK: Véronique Cayla powiedziała, że ARTE to najlepiej rozwinięta telewizja w Unii Europejskiej.

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak, to znaczy nasza specyfika polega na tym, że jesteśmy jedyną telewizją, prawdziwie... międzynarodową (*transnational*), ale jednocześnie – ogólną (*generalist*) – w tym samym czasie. Mamy w Unii Europejskiej przykłady takich stacji, jak: Deutsche Welle czy BBC World, które są narodowe i w dodatku raczej są to stacje głównie o charakterze informacyj-

nym. Są też takie jak Euronews, jednak to co prawda stacja o charakterze międzynarodowym, ale informacyjna, podobnie zresztą jak i Euro Sport (zakupiony przez USA). ARTE jest jedyną stacją ogólną i międzynarodową zarazem, która dociera wszędzie ze swym programem. W dodatku od niedawna dociera w sześciu językach.

GK: A oglądalność...?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Oglądalność dziś utrzymuje się na poziomie 1,1% – udział w rynku (*par de marche*) w Niemczech, a 2,3% – we Francji. To nieco ewoluowało: najpierw we Francji oglądalność rosła, a później nieco spadła, po tym jak weszła TNT, co dało możliwości dla nowych konkurentów – dlatego oglądalność ARTE nieco się obniżyła. Na początku we Francji ARTE była jedną z sześciu stacji ogólnych – TNT w pierwszej dekadzie XXI wieku to zmieniła. W Niemczech ta rewolucja technologiczna odbyła się wcześniej – wiązała się tam z rozwojem kabla i satelity: ARTE była jedną z trzydziestu stacji z oglądalnością na poziomie 0,2%, a potem jej oglądalność zaczęła rosnąć. Dziś utrzymuje się na poziomie 1,1%.

Innym istotnym elementem, nad którym pracujemy, jest tzw. „oglądalność skumulowana”: zjawisko to dotyczy tych wszystkich widzów, którzy nas oglądają „ciągiem”, to znaczy co najmniej przez piętnaście minut, przynajmniej jeden raz w tygodniu (*15 minutes consecutive*). I takich widzów mamy 22 mln w ciągu tygodnia!!! Dlaczego to dla nas tak ważne? ARTE proponuje bardzo zróżnicowany program. Nasi odbiorcy to nie jest typ widza, który będzie oglądał ARTE od rana do wieczora, to także nie jest naszą ambicją. Docieramy z ofertą do różnych odbiorców, którzy nas oglądają co jakiś czas, wybierając na przykład koncerty, filmy fabularne albo dokumenty czy operę. Kultura zbudowana jest na bazie różnorodności – ta różnorodność/rozmaitość (*diversité*) to nasz atut. To wszystko, co powoduje, że kultura jest tak bardzo różnorodna – jest naszą mocną stroną. Tu wyraźnie widać, że oglądalność nie ogranicza się i nie jest zbieżna z udziałem w rynku (*part du marche*). Co najciekawsze we współpracy międzynarodowej, to fakt, że ARTE to wspólnie produkcje.

GK: Czy są dostępne wyniki badań mówiące, ile osób ogląda ARTE w krajach partnerskich, za granicą?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Niestety nie. Wiemy, że co miesiąc około jeden milion osób w Unii Europejskiej korzysta i ogląda ARTE poprzez cztery nowe, narodowe portale językowe: hiszpański, angielski, polski i włoski. To nie *broadcast*, ale Internet.

GK: Interesujący wydaje się fakt, że ARTE jest dostępna poprzez platformy językowe w sześciu językach, w tym w języku polskim. To powo-

duje, że chociaż ARTE zawiesiła kontakty instytucjonalne z TVP, widzowie w Polsce nadal mają dostęp do tej stacji i mogą oglądać ARTE po polsku.

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak, to fenomen. Emitujemy niemal czterysta godzin programu po polsku, po włosku... Oczywiście to nie jest całość pełnej oferty programowej, bo nie do wszystkiego mamy prawa, które pozwalają na emisję w języku polskim, ale wydaje się, że to bardzo znaczące. To, co najważniejsze, to współpraca z partnerami audiowizualnymi (producentami) w tych krajach. Bo ARTE jest znane, ale ciągle „nie dosyć znane”. Na przykład w Polsce współpracujemy z „Gazetą Wyborczą”, ale i z różnymi innymi producentami – bowiem dla nas to ten typ współpracy jest ważny, bo pozwala na koprodukcję i wymianę programów. Reszta jest dostępna w Internecie. Wspólne koprodukcje są najciekawszym elementem we współpracy międzynarodowej ARTE.

GK: Choć na początku było wiele wątpliwości, to dziś, po bez mała trzydziestu latach ARTE odnalazło swe miejsce na mapie audiowizualnej Europy.

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak, choć to nie było takie oczywiste na samym początku. Dziś świat audiowizualny Niemiec i Francji, a także Europy bez ARTE byłby niepełny (*Un vrai aqui*). Patrząc w przeszłość na historię rozwoju ARTE, można powiedzieć, że taka „walka o przetrwanie” to początki ARTE do końca lat 90. Później już wypracowaliśmy swoją pozycję. Od tego momentu „walka była wygrana” i reszta opierała się na tym, by wykorzystać jak najlepiej rewolucję cyfrową oraz politykę medialną Unii Europejskiej do rozwoju naszej stacji. Bardzo dobrze się stało, że otrzymaliśmy pomoc także ze strony Komisji Europejskiej. Jest ona istotnym elementem, decydującym o rozwoju ARTE w kierunku wielojęzycznym. Nie sadzę, nie wydaje mi się, by dzisiaj krytyka ARTE dotyczyła programu i by ktoś podważał dziś istnienie ARTE, co nie było oczywiste na samym początku.

GK: Czy to cały czas telewizja postrzegana jako „elitarna”?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

To był często pojawiający się zarzut. Tak, ale teraz jest wiele elementów, które powodują, że te zarzuty są mniej aktualne dziś, niż były na początku. Już teraz jednak jesteśmy tak różnorodni, że nawet wyemitowaliśmy kilka seriali z różnych krajów, ale nie amerykańskich – o nie! I nie dlatego, że nie lubimy USA, ale dlatego, że ich seriele znajdują łatwą drogę na inne anteny – skoro inni to robią, to zatem po co mamy to robić my? Mieliśmy seriele duńskie, norweskie, australijskie, izraelskie, angielskie, francuskie i niemieckie. Takie podejście także buduje specyfikę naszej stacji.

Na początku charakterystykę ARTE budował program telewizyjny złożony z dokumentów, filmów fabularnych i wieczorów tematycznych, na przykład były cztery wieczory tematyczne, które pozostały obecne na antenie ARTE jeszcze przez długie lata. I znowu powraca temat digitalizacji, która także pozwoliła lepiej zaadoptować się do współczesnych wyzwań i odnaleźć się w specyfice anteny – zarówno po stronie niemieckiej, jak i francuskiej. Zniwelowano różnicę między *prime-time* francuskim i niemieckim, bowiem były one różne. *Prime time* w Niemczech był o 20:15, a we Francji o 20:50, więc na początku ustalaliśmy wspólną godzinę – 20:45. Takie kompromisy na początku były normalne, ponieważ chodziło przede wszystkim o przetrwanie naszej stacji.

GK: Czy po 28 latach ARTE pozostaje przykładem telewizji w świecie?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak. Jest tak, jak pan podkreślił na początku rozmowy – decyzja polityczna była najważniejszym elementem, decydującym o sukcesie stacji. Gdybyśmy mogli przeprowadzić rzetelne badania, ankietę (*d'étude d'impact*), pewnie wielu powiedziałoby, że to się nie uda! Dlaczego? Bo te dwie kultury, dwa kraje zbyt się różnią, jest zbyt wiele barier, nie będziecie w stanie zbudować anteny ogólnej, takiej jak ZDF czy France Télévisions, bo emisje o charakterze kulturalnym są w tym przeszkodą... I jeszcze wiele „dobrych argumentów” można by przytoczyć. Tak, to była decyzja polityczna (*geste politique*) kanclerza Niemiec Helmutha Kohla i prezydenta Francji François Mitterranda, który powiedział: „Potrzebujemy nośnika kulturalnego, aby dać wyraz/zaznaczyć (*signifier*), że budujemy na serio porozumienie francusko-niemieckie. Dlatego to zrobimy – koniec, kropka”.

To była decyzja polityczna, która została „narzucona siłą” (*une forme de violence*). Było to tym trudniejsze, że choć we Francji jesteśmy przyzwyczajeni do tego, że to prezydent decyduje..., w Niemczech takie decyzje nie są podejmowane przez kanclerza, nie leżą w jego gestii, kanclerz nie ma tu nic do gadania – takie decyzje podejmuje się kolektywnie. Dlatego trzeba było doprowadzić do sytuacji, w której stacje niemieckie dojdą do takiego wniosku same z siebie (*sont convaincu*). Należało stworzyć precedens, przypadek ARTE (*cas arte*). I na tej podstawie projekt ten został zrealizowany. Gdyby już na początku nie było takiej determinacji i wyraźnej decyzji politycznej – ARTE by nie powstało!

Dlatego także NIC nie powstaje gdzie indziej, bo do tego potrzeba woli politycznej. Jeśli pewnego dnia będzie wola polityczna, by stworzyć wspólną telewizję między Serbią i Chorwacją (znanymi z tego, że nie bardzo się przyjaźnią), to taka telewizja powstanie.

GK: W Polsce przed trzema laty podjęto nieudaną próbę stworzenia telewizji wyszehradzkiej. To się nie udało, bo brakło po wszystkich stronach woli politycznej.

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak, nawet w krajach skandynawskich, mających świetne relacje i blisko ze sobą współpracujących od dawna, podejmowano próby, ale w końcu takiej wspólnej telewizji nie zbudowano. Natomiast współpracują ze sobą w dziedzinie koprodukcji. To bardzo trudne – stworzenie jednej stacji, która emituje wspólny program. Siłą ARTE na początku było to, że podjęto próbę współpracy pomiędzy dwoma krajami, które w kontekście historii nie zawsze się lubiły... To daje do myślenia.

Może kiedyś Polska zbuduje wspólną telewizję z... Rosją, a Japonia z Koreą. Bo w takiej sytuacji oczywiście trudności są ogromne i dlatego potrzebne jest wspólne działanie, ale na to wspólne działanie potrzeba dużo czasu.

GK: Wszystko dzieliło Francję od Niemiec, tak różne były to kraje i systemy: we Francji – tradycje centrystyczne, a w Niemczech – rozwinięty regionalizm. Jednak, jak na to zwracał uwagę Jérôme Clément, „to, co je dzieliło, było barierą na początku, później okazało się siłą napędową stacji!”. Wielu medioznawców pisało o przypadku ARTE właśnie w kontekście tego francusko-niemieckiego dualizmu? Czy to nadal jest siłą tej stacji?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Kiedy budujemy wspólny system, nie należy sumować (*aditioner*) złych elementów – bazować na najgorszych elementach każdego z tych dwóch systemów. Kiedy współpracujemy, to musimy odnaleźć te elementy, które łączą, a nie dzielą. A co jest tak charakterystycznego w systemie niemieckim? W Niemczech po II wojnie światowej stworzono system medialny na zasadzie zbudowania zabezpieczeń – „czerwonego światła” wobec ewentualnej interwencji/ingerencji politycznych, w taki sposób, by media były niezależne od władzy centralnej. Zresztą w obu tych krajach media musiały osiągnąć niezależność, uwolnić od wpływu państwa – w Niemczech nastąpiło to po roku 1968. We Francji to udało się nawet nieco później, ale także należało wywalczyć dla telewizji publicznej we Francji (RTF – na początku) pozycję, która pozwoliłaby jej uniezależnić się od władzy państwowej.

W Niemczech drugim podstawowym elementem jest stabilizacja finansowa. Dobrze być niezależnym, ale jeszcze lepiej móc dysponować odpowiednimi środkami. System ten bazuje na transparentności systemu finansowego. System jest dobry, składa się z ekspertów, którzy decydują o budżecie i o jego wysokości, oraz ciała konstytucyjnego, które jest gwarantem decyzji i władzy ekspertów. To ważne, bo pozwala na pełną transparentność systemu, szczególnie ma to znaczenie w przypadku stacji o charakterze kulturalnym, która bazuje na tworzeniu, na kreacji.

Natomiast we Francji ważne są także relacje pomiędzy różnymi „aktorami sceny kulturalnej”, różnorodność (*diversite*), jaka charakteryzuje kulturę, oraz zdolność do podejmowania skutecznych działań. Tam, gdzie

brakuje tej niezależnej autonomii, trzeba za każdym razem pytać o zgodę i o autoryzację w każdej sprawie. To jest właśnie często ryzyko mocno scentralizowanego systemu francuskiego. Jednak ten problem nie dotyczy ARTE, która jest związana ze strukturą państwa formą umowy COM, gwarantującej jej niezależne działanie oraz to, że nie musi za każdym razem o wszystko prosić. Dzięki temu może sama szybko reagować i podejmować decyzje, na przykład kiedy trzeba wdrożyć *ad hoc* jakąś nową technologię, nie trzeba czekać i pytać centrali – podejmuje się próbę, dyskutuje się, ocenia rezultaty. Jeśli jest dobrze – to proces jest kontynuowany, jeśli nie – podejmuje się samodzielną decyzję o zaprzestaniu eksperymentu. To jest atut po stronie francuskiej, który został dobrze wykorzystany nie tylko przy szybkich wdrożeniach procesu cyfryzacji. Uproszczona procedura bez powtórnego pytania o zgodę, czekania na akceptację, co stanowiłoby barierę: „czy można użyć w większym stopniu Internetu?”, „czy mamy prawo pewne emisje najpierw emitować w sieci, w Internecie?” – tego wszystkiego nie ma. To tylko niektóre przykłady.

Reasumując, w tym dualizmie sukcesem jest to, że bazuje on na dobrych stronach obu systemów. Po stronie francuskiej to stabilność systemu, polityka budżetowa, korzyści płynące z autonomii wynikającej z zastosowania formy prawnej COM. Po stronie niemieckiej dyskutuje się z wieloma „aktorami” („partnerami” – tłum. autora): dyrektorami z dziecięciu stacji regionalnych ARD, z ZDF – to wielu partnerów do decyzji, ale z drugiej strony stanowi to gwarancję, że jeśli jakąś decyzję podjęto – jest ona w pełni respektowana i wdrażana.

GK: Czy najważniejsze pola decyzji ARTE pozostają od lat te same?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Struktura ARTE bardzo mało się zmieniła pod tym względem: to *assembler generale* – odbywające się cztery razy w roku najważniejsze spotkanie, podczas którego rozwiązuje się sytuacje kryzysowe i ustala plan, np. budżetu, i na którym są reprezentowani wszyscy partnerzy ze stacji niemieckich i francuskich. To także konferencja programowa (*conference du programm*), która w niewielkim stopniu zmieniła swój sposób funkcjonowania. To tu dyskutuje się i podejmuje się decyzje dotyczące każdego programu, pozostaje centralnym elementem zarządzania programem. Od lat nie zmienia się struktura naszej ramówki, która pozostaje stała, jest niewiele się zmieniającym elementem. Tylko na początku, co 2–3 lata, ramówka była zmieniana. Wtedy chcieliśmy pozyskać nowych widzów i takie działanie wydawało się nam słuszne i ważne. Ale od ponad dziesięciu lat ramówka niewiele się zmienia, jest stabilna, a zmiany są wyłącznie okazjonalne.

GK: ARTE bazuje na dwóch elementach: „Europa” i „kultura”. Jakie programy charakteryzują tę część dotyczącą „europejskości” ARTE?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Kiedy przyglądnijemy się temu, co emitujemy w ciągu każdego tygodnia, mamy około czterdzieści państw, o których mówimy na antenie (*40 pays sont cités*). Kiedy używam sformułowania „o których mówimy”, mam na myśli nie tylko te programy, w których jest mowa, ale programy, w których opisujemy jakiś fenomen, zjawisko, na przykład w programach popularyzatorskich (*tout connaissance*) mówimy o Węgrzech, co znaczy, że będzie to program, który porusza kwestie węgierskie w ciągu 26 minut. Inny przykład – program o jakimś artyście wenezuelskim... i tak około czterdzieści państw, to jest sygnał, element klarowny dla widza i to decyduje o pewnym charakterze stacji: różnorodność i orientacja europejska (*la diversité i orientation européenne*).

Inny istotny element we współpracy francusko-niemieckiej to liczba koprodukcji. Dosyć trudne jest je nam policzyć, bo każda ze stron ma swój sposób liczenia: Niemcy biorą pod uwagę narodowość realizatora, część finansową opłacaną przez partnera... nie udało się dotąd wypracować wspólnej metody podliczania. To dlatego, że współpracujemy ściśle z dziesięcioma stacjami telewizyjnymi, ale także z niezależnymi producentami i obcymi realizatorami. Na przykład, współpracujemy w Wielkiej Brytanii z BBC, choć nie jest naszym partnerem, a także z Hiszpanią, która nie jest naszym partnerem, ze względów budżetowych. Partnerstwo to element towarzyszący ARTE od początku – najmłodszym partnerem jest Luxemburg, ale też niedawno dołączyła Irlandia, Czechy, a teraz szukamy partnerów w Skandynawii: Finlandia, Dania, Szwecja i Norwegia. Za każdym razem rusza praktyczny mechanizm zmierzający do koprodukcji/wyprodukowania wspólnie dokumentów, ale też i spektakli telewizyjnych (widowisk). To nie jest tak, że chcemy coś zrobić i szukamy kogoś w świecie do sfinansowania czy jakiejś ekipy międzynarodowej. To nie tak. Jeśli chcemy podjąć koprodukcję z Czechami, oczekujemy, że oni nam zaproponują w tym roku jakiś temat, który dotyczy Czech, ale niekoniecznie „narodowy”, bo może być to też temat międzynarodowy. A później jest jeszcze kwestia zaadoptowania tego dla naszych widzów, czyli np. opracowania językowego, by emisja nie odbyła się tylko po francusku i niemiecku.

GK: Czy w kontekście koprodukcji ARTE z innymi telewizjami Brexit może coś zmienić?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Nie dla nas, raczej dla tych telewizji, które mają bazę w Wielkiej Brytanii i emitują program w Europie z tamtego terytorium. Tak, dla nich może ta sytuacja wiele spraw skomplikować, na przykład stacje amerykańskie

mają tam siedzibę. ARTE nie ma zbyt wiele relacji z Wielką Brytanią, choć BBC jest partnerem instytucjonalnym ARTE i realizujemy regularnie szereg koprodukcji z nimi, szczególnie dokumentów. Ale nie sadzę, by Brexit zmienił te relacje. Przy okazji chcę podkreślić, że na naszej antenie sporo uwagi poświęciliśmy tematowi Brexitu w wielu naszych programach.

Wracając do tematu, jak ARTE podchodzi do tematyki europejskiej: Europa w strategii ARTE to przede wszystkim kontekst programowy – treść i zawartość (*contenu*) w programach o charakterze i tematyce europejskiej. Temat Europy jest obecny między innymi w naszych informacjach bardzo regularnie. Dla przykładu: w pierwszym semestrze roku bardzo często poruszany był aktualny temat wyborów europejskich, w programie *Europa 2019* w wiadomościach jest punkt poświęcony aktualnościom europejskim; poruszamy ten temat także w dokumentach, a także w dość specyficznym formacie *24 godziny w...* w Berlinie, w Jerozolimie, a miesiąc temu – program poświęcony był właśnie Europie.

GK: To przypomina formułę realizowaną przed laty przez TV5?

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak. Mamy też wieczory tematyczne, ale także filmy – kino jest dla nas ważne w kontekście europejskim.

GK: Ja widzę to tak, że oprócz tematyki europejskiej, częścią Europy w strategii ARTE jest pomoc finansowa Komisji Europejskiej dla wszelkich form produkcji i tematów europejskich na antenie ARTE? To przykład, w jaki sposób użyliście europejskich subwencji do stworzenia wersji językowych ARTE, dostępnych w Internecie. Ale także specyfika prawna, co do której Europa wyraziła zgodę.

Emmanuel Suard, dyrektor ARTE:

Tak, forma prawna naszej instytucji **ARTE GEIE** (*La chaîne est un groupement européen d'intérêts économiques*), tego kanału telewizyjnego to europejska grupa interesów gospodarczych – i ta forma prawna jest akceptowana przez Komisję Europejską. A pozwala ona na swobodne działanie, bez komplikacji fiskalnych – na realizowanie wspólnych produkcji przez dwóch partnerów: realizacja oraz produkcja pogramu po stronie francuskiej i niemieckiej, bez ponoszenia strat. Bez kwestii związanych z „zyskiem”. ARTE GEIE bilansując program, oczywiście nie wychodzi na „zero” na koniec każdego roku budżetowego. To jest bardzo ciekawe europejskie rozwiązanie prawne. *Vocation européenne* („misja europejska”) jest wpisana w misje stacji. Cała historia ARTE to nie jest misja realizowana w służbie integracji europejskiej (w sensie instytucjonalnym), ale w sensie integracji – to znaczy łączenia i zbliżenia Europejczyków. Naszymi adresatami są cały czas mieszkańcy Europy, a ewolucja ARTE od początku podąża

w te stronę. Oczywiście, co już podkreślono, w pewnych aspektach, w oparciu o pomoc instytucji europejskich (jak w kwestii wersji językowych).

GK: Ale ta specyfika prawna ARTE była zastosowana w porozumieniu i za zgodą Unii Europejskiej? Może się myłę? Myślę np. tym, że CSA nie sprawuje nad ARTE kontroli...

Emmanuel Suard, ARTE:

Nie, to raczej sami partnerzy – Niemcy i Francja postarali się o to i zgodzili się na takie rozwiązanie, bo to było ważne szczególnie dla niemieckiej części stacji. Od momentu, kiedy zdecydowano, że główna siedziba ma być w Strasburgu, czyli we Francji, w oczach Niemców istniało ryzyko, że ARTE (francusko-niemiecka) będzie w całości podlegać prawu francuskiemu, w szczególności – regulacjom i prawu audiowizualnemu obowiązującemu we Francji. To *casus belli*, bo taka zasada stałaby w sprzeczności do regulacji i statusu prawnego telewizji publicznej w Niemczech: nie ma CSA w Niemczech, to same stacje określają reguły, którym się podporządkowują.

Ponieważ jesteśmy we Francji, a główna siedziba znajduje się w Strasburgu – aplikujemy reguły prawa francuskiego: prawa handlowego (kiedy coś kupujemy), prawa pracy, cały szereg uregulowań. Prawo, do którego się nie stosujemy, to francuskie prawo audiowizualne. Jesteśmy raczej w praktyce „auto-regulacji”, czyli trochę tak, jak w mediach niemieckich. I to zostało osiągnięte na zasadzie porozumienia między stroną francuską a niemiecką, w trakcie wspólnych negocjacji tekstu traktatu założycielskiego. Zatem – to nie Unia Europejska musiała wyrazić zgodę na tego typu rodzaj regulacji.

GK: Czyli nie musiała tego zaakceptować?

Emmanuel Suard, ARTE:

Oczywiście stosujemy się do regulacji i prawa europejskiego. Jeśli chodzi o regulacje nadawców telewizyjnych, respektujemy zapisy dyrektyw europejskich dotyczących porządku audiowizualnego, takich jak: telewizja bez granic i późniejsze jej nowelizacje. One nie określają szczegółowo trybu postępowania – nie narzucają poszczególnym krajom członkowskim sposobu zarządzania mediami. To nie Europa powiedziała nam: „Zróbcie stację niemiecko-francuską”. Skorzystaliśmy z formy prawnej ARTE GEIE, w obrębie której funkcjonujemy. Wiele firm ja przyjęło.

GK: Czy istnieje jakieś ryzyko, które mogłoby zakłócić harmonijny rozwój ARTE w przyszłości!?

Emmanuel Suard, ARTE:

Jakie ryzyko...? Oczywiście zawsze istnieją obawy, że zmienią się reguły finansowania i zasady dotyczące wykorzystania samego abonamen-

tu. Jak wiemy, toczą się debaty na ten temat, na przykład w Czechach i Austrii. Jeśli zmiany w podejściu do abonamentu dotyczyłyby Niemiec i Francji – mogłoby to zrodzić problem. Ale przewidywania dotyczące takiej debaty w Niemczech są raczej uspokajające... nie ma ryzyka. We Francji kontekst ten wygląda nieco inaczej: kwestia abonamentu przestała być tak ewidentna i podejście do niego tak stałe, jak przed laty. Nikt nie podaje w wątpliwość prawomocności (*legitimite*) ARTE. To jest atut dla stacji. A jednak ryzyko „wywołania” tej debaty istnieje: jeśli chodzi o niezależność i autonomię stacji, nie widzę z tej strony żadnego zagrożenia. Inne ryzyko jest takie, że sami możemy popełnić błąd, np. źle wykorzystać budżet, nie zbilansować go w stosunku do działalności. Możemy też stracić „powołanie” europejskie, że utracić partnerów, nie będziemy mogli rozwijać ARTE w wersjach językowych. Myślę jednak, że naszym atutem jest to, iż ARTE jest stacją międzynarodową (*multinationale*) – wielonarodowościową (i to jej specyfika). A jeśli chodzi o problemy UE – no cóż... kwestie związane z opinią publiczną – sferą europejską, której budowanie jest niezwykle trudne. Kiedy analizujemy programy, które odniosły sukces, na przykład w obrębie języka hiszpańskiego czy polskiego, to były to programy dotyczące tamtejszych spraw: a więc w Hiszpanii emisje związane z Katalonią, a w Polsce programy dotyczące tematów żywo interesujących społeczeństwo – kwestii etyczne, na przykład dotyczących eutanazji. Najważniejsze, by podchodzić do tematów w sposób indywidualny: od przypadku do przypadku (*cas par cas*). Ale myślę także, że błędem byłoby twierdzić, że tylko jedna stacja telewizyjna ma monopol na „Europę”; że tylko jedno media są w stanie i mogą występować w imieniu całej Unii Europejskiej, ponoszą odpowiedzialność za kształtowanie europejskiej sfery publicznej, opinii o UE. Przypomnijmy sobie, ile było nieudanych prób kreacji „mediów europejskich”...

Będąc „medium europejskim”, trzeba umieć połączyć tematy w oparciu o różnorodne źródła (*multilicite de sources*): jednocześnie w oparciu o media narodowe (do których mamy zaufanie), z odpowiedzialnością za przekaz informacji na temat problemów krajowych, ale także media międzynarodowe, takie jak ARTE, ponieważ widzowie oglądają je właśnie dlatego, że wiedzą, iż one dają szerszą perspektywę – będą mówić o czymś, czego nie zna: albo o jakimś aspekcie kulturowym, albo o innych krajach.

GK: W tym kontekście kontrakt – umowa między ARTE a TVP, w moim rozumieniu, jest „zawieszona”, a nie zerwana... jak to może wyglądać w przyszłości!?

Emmanuel Suard, ARTE:

Było takie spotkanie w Lipsku, a ramach Dni Europejskich (*Europäische Tage*), podczas którego debatowano na ten temat. Był tam obecny, między innymi, były szef telewizji szwajcarskiej. Na tej konferencji był

także obecny ambasador Polski, który tłumaczył, że w Polsce media muszą wspierać większość rządową. Takie podejście w ogóle nie jest zgodne z filozofią mediów niemieckich, w tym także ARTE.

Więc dopóki będzie obowiązywała taka doktryna w Polsce, ARTE nie może rozwijać współpracy na poziomie instytucjonalnym. Natomiast to nie zabrania jej szukać współpracy z realizatorami polskimi i proponować programy w języku polskim. Dlatego ARTE bierze udział w festiwalach kinowych, teatralnych, dokumentalnych, a robi to po to, by właśnie rozszerzać współpracę z innymi, nowymi partnerami.

GK: Dziękuję za udzielenie mi wywiadu.

**Wywiad Grzegorza Kościńskiego z Berndem Mütterem,
dyrektorem programowym ARTE
(lipiec 2019, Strasburg, siedziba ARTE GEIE)**

GK: Pani dyrektor Cayla mówiła podczas debaty o programie *memoire*: realizujemy go poprzez dokumenty, programy historyczne – poprzez fikcje, dotyczące współczesności – poprzez informację. Jaka jest obecna konstrukcja ramówki ARTE? Nie zmieniliście od początku „linii strategicznej ARTE”?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Wspólne dziedzictwo kulturowe, programy o ludziach i o zjawiskach od zawsze było obecne na antenie ARTE. Oczywiście dokumenty o społeczeństwie, o zjawiskach życia współczesnego (*actualite*), kulturze, historii, muzyce – to stanowi od zawsze dziedzictwo/dorobek ARTE. Filmy kinowe i dziedzictwo kinematograficzne Niemiec i Francji stanowiły od zawsze jego integralną część, podobnie jak oczywiście wydarzenia kulturalne: muzyczne czy operowe.

W tym samym czasie skutecznie próbowaliśmy reagować na rozwój rynku i na zmiany. Od kilku lat w widzowie interesują się serialami fabularnymi, są to tzw. *série de fiction* – (*horizontale Serien*). To serie fabularne, gdzie poszczególne odcinki nie mają zakończenia. Myślę, że nam się to udało: od 5–7 lat ARTE uczestniczy w tym eksperymencie, w tej „przygodzie”, partycypując w realizacji takich serii europejskich.

To unaczynia, iż ARTE nigdy nie miało do końca wytyczonej, określonej linii programowej i jest otwarte na nowe wyzwania. Dam przykład – wydarzenia kulturalne na naszej antenie. Od początku emisja *en direct* – *live* była dla nas niezwykle ważna. Ale dopiero od dziesięciu lat mamy platformę, która nazywała się *ARTE live web*, a teraz *ARTE Konzert*. I to jest właśnie logiczna konsekwencja naszej linii programowej (*ligne éditoriale*),

którą realizowaliśmy w dziedzinie emisji kulturalnych. Teraz mamy już większe możliwości i jest to dużo ważniejsze, niż było w epoce ograniczonego *broadcoastu*, który nie był w stanie wszystkiego nam zaoferować. Obecnie mamy na kanale *Arte Konzert* prawie dziewięćset koncertów muzycznych i wydarzeń kulturalnych w roku, na przykład co tydzień w niedzielne popołudnie emitujemy wybrany koncert (to daje 52 koncerty w skali roku i oferuje telewizjom szerokie spektrum oraz ogromne możliwości wyboru).

GK: Kilka lat temu dyrektor Cayla podkreślała znaczenie rozwoju technologicznego. Czy to konsekwencja działań tej stacji od samego początku, a zarazem – tajemnica sukcesu ARTE!?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Tak, absolutnie. Nowe technologie od początku, tzn. od momentu kreacji ARTE, to była nasza wspólna francusko-niemiecka misja, wokół której rozwinęliśmy „przykładową” współpracę niemiecko-francuską, a najlepszym tego przykładem są emisje ARTE w HD. Tu trzeba powiedzieć, że ARTE była pierwszą stacją telewizji publicznej, która zrealizowała to wyzwanie. To były formy prekursorskie, działania modelowe, inspirujące także innych. Pamiętam wizyty dyrektorów ARD i ZDF, którzy chcieli zobaczyć, jak my to robimy, jak wygląda transmisja programu w HD – chcieli na naszym przykładzie zrozumieć, jak funkcjonuje HD i jak zarządzać taką emisją (*régie de diffusion*).

To jasne – zarządzanie emisją w ARTE jest kompleksowe i relatywnie dość złożone (*complex*). Emisja odbywa się jednocześnie po francusku i niemiecku, są zarówno emisje *live*, jak i audycje nagrywane, rejestrowane (np. gotowe dokumenty). Jednocześnie, jeśli weźmie się pod uwagę niewielki rozmiar stacji i stosunkowo małe zatrudnienie (ARTE zatrudnia jedynie 450 osób), to okazuje się, że nasza instytucja ma charakter „przejrzysty” (w znaczeniu „przewidywalny”), dający się oszacować. Jak mówimy w Niemczech – *überschaubar*: nie jest zbyt wielka, ale w sam raz, by nie móc szybko dostosowywać się do wyzwań/zmian związanych z rozwojem nowych technologii (*changement technologique*). Poza tym potrzeba ciągłego dostosowywania się i aplikowania tego rozwoju technologicznego (*development technologique*) to zawsze był element sprzyjający spójności grupy (*cohesion dans le group*), ponieważ rozwój technologiczny zawsze przebiega tak samo. A zatem ta nasza ambicja „bycia na topie” zajmowania w tej dziedzinie pierwsze miejsce, sprzyjała integracji grupy, budowała naszą więź i scalała instytucję, łącząc wysiłki we współpracy francusko-niemieckiej.

Kiedy rozpoczęła się era cyfrowa (*ère numérique*), wytworzyła się bardzo ciekawa sytuacja, bowiem we Francji już wcześniej królował *minitel* – Francja w dziedzinie numerycznego przekazu obrazu była z tego powo-

du w pozycji dużo bardziej uprzywilejowanej (*en faveur*) w stosunku do Niemiec.

W Niemczech zarówno przyzwyczajenia telewidzów, jak i stopień rozwoju technologicznego różniły się od tego, jaki był we Francji. Przypomina Pan sobie, że w Niemczech ten wektor zwrócony był w stronę przekazu satelitarnego już od lat 90., a we Francji satelita nigdy nie zajął tak ważnego miejsca, jak w Niemczech (*jamais pris cette importance la*). Natomiast w przeciwieństwie do tego dosyć wcześnie była rozwinięta, bo już w latach 2000 – emisja poprzez szybkie łącza – *diffusion ADSL*, którą w sposób strukturalny objęto wielkie połacie kraju, w szczególności te najbardziej zindustrializowane aglomeracyjne obszary (*zones urbaines*), w których mieszka większość Francuzów. Ale stało się tak dlatego, że we Francji konkurencja ze strony emisji satelitarnej nie występowała.

Była ogromna wola i ambicja strony francuskiej ARTE, by szybko zaangażować się i bardzo wcześnie rozpocząć przekaz numeryczny cyfrowego obrazu (*dans la diffusion numerique*) i programu ARTE. Dla strony niemieckiej była to świetna okazja, szansa rozwinięcia tego sposobu emisji, wejścia w ten *eksperyment* – w sytuacji kiedy w Niemczech ten rodzaj emisji nie był jeszcze dosyć spopularyzowany i rozwinięty. Dlatego ARTE występowała tam w roli „czynnika zmiany” – strony nowatorskiej, w pozycji „*avant-garde*”. Jednak dla obu państw (nawet i dla Francji) kreacja *ARTE live web* była najważniejsza, podstawowa (*primordiale*)!

I ta sytuacja, o której Pan mówi (znaczenie technologii dla rozwoju ARTE) – od momentu, kiedy emisja cyfrowa (*diffusion numerique*) została w pełni zaadoptowana i rozwinięta, miała ogromne znaczenie: można powiedzieć, że wygraliśmy. ARTE dzięki temu zyskało na znaczeniu. Taki cyfrowy rodzaj emisji ma jeszcze jedną zaletę, jeden cel: ma przyciągnąć telewidzów (*aqueiller du public*). W świecie linearnym to, co się liczy dla pozyskania telewidzów i zyskania w rankingach oglądalności, to pozycja na „pilocie telewizyjnym” (*sur telecomende*). Widzimy to w badaniach rynku – stacje, które są na pozycji 1, 2, 3... to stacje, które odnoszą najlepsze sukcesy (*reussis le plus*). A stacje, które są na odleglejszych pozycjach – mają trudniejsze zadanie z pozyskaniem telewidza (normalnie ARTE sklasyfikowana była we Francji na pozycji „7”, a w Niemczech na pozycji „8”).

W świecie cyfrowym to, co się liczy najbardziej – to marka. Bo *numerique* oferta cyfrowa nie mieści się w pilocie, czy w ofercie zafiksowanej przez ofertę programową. I tu ARTE znalazła się rzeczywiście w pozycji uprzywilejowanej, ponieważ ma rozpoznawalną markę – która już coś reprezentuje (ARTE to już coś mówi), jest koherentna z jej zawartością programową, której znakomita część wpisuje się w tę jej „markę”. A także jest koherenta sama dla siebie: mamy wiele gatunków emisji, nawet jeśli wiele

z nich obejmuje szerokie spektrum, to specyfiką ARTE pozostają: emisje kulturalne, dokumenty, reportaże i filmy kinowe.

Nie mamy sportu czy rodzaju emisji w stylu *divertissement* (rozrywka / show telewizyjne). Prawie nie ma seriali amerykańskich, no z jednym wyjątkiem – *Breaking Bad*. To jeden z niewielu seriali amerykańskich, który pobudza zainteresowanie (*evoque*) widzów. Podkreślam: to, co odgrywa rolę, jeśli chodzi o transmisję cyfrową, to posiadanie rozpoznawalnej „marki”.

Kiedy porównujemy rezultaty w kontekście „emisji liniowej/nieliniowej” – i np. jeśli bierzemy pod uwagę Niemcy, ZDF, która jest liderem (*Markelieder*), ma dwanaście razy potężniejszą pozycję od ARTE – jednak w klasyfikacji cyfrowej ZDF jest mocniejsza od ARTE tylko czterokrotnie, no...maksymalnie 3,5 razy. Trzeba jednak jeszcze podzielić przez dwa, odjąć część badań realizowaną we Francji, co daje rezultat, że ZDF ma o siedem razy więcej *video-views*, niż ARTE Deutschland. To znaczy, że relacje między linearnym a nielinearnym sposobem emisji są bardzo pozytywne.

I myślę, że to, co jest niezwykle ważne w rozwoju ARTE, to fakt, że mamy tę sposobność rozwinięcia takiej strategii, co zrobiliśmy już bardzo wcześniej, oraz to, że występuje „oznaczenie” rozpoznawalnej marki (*cerenence de la marqe*), bowiem, moim zdaniem, właśnie marka będzie elementem decydującym o przyszłym sukcesie ARTE w nadchodzącym czasie.

GK: Cyfrowy przekaz był potrzebny, żeby zainteresować ludzi młodych?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Tak, to prawda, co najmniej od dziesięciu lat rozwijamy transmisję cyfrową, a dzisiaj obserwujemy, że poprzez taki właśnie rodzaj transmisji (*sur le numerique*) udaje nam się zyskać młodych widzów, ale także tych do wieku siedemdziesięciu lat. To znaczy, że dzięki rozwojowi technologicznemu HDTV i w oparciu o zastosowanie takich „środków”, jak Google, Broadcast, Apple tv, FAI (*furnisseur acces Internetr*), oferta *online* – odbiór ARTE i innych kanałów telewizyjnych staje się coraz łatwiejsze, nawet dla pokolenia, które nie wyrosło razem z Internetem, ale któremu podoba się możliwość wyboru treści programów, dystrybuowanych w ten sposób.

GK: dyrektor Cayla wspominała w swym ostatnim wywiadzie radiowym, że ARTE potroilo oglądalność w bieżącym roku...

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Oglądalność we Francji to 2,5%, a w Niemczech 1,1%. Jednak jeśli chodzi o transmisję nieliniową, to mamy wzrost o 50–60%. Tak wygląda nasza rzeczywistość (*realite*), która pokazuje, że mimo, iż to proces długotrwały, korzystanie z odbioru telewizji liniowej poprzez *broadcast* nieco spada. Na

przykład w Niemczech, biorąc pod uwagę wszystkie kanały razem (*con-fondu*), *broadcast audiovisuelles* odnotowały spadek o 2%, ale to logiczne, ponieważ spora część oferty to – używając zwrotu angielskiego – *media taken* (oferta *on-line*, fr. *offres en ligne*).

GK: Wróćmy do samego programu. Czy można mówić, że dokumenty, które stanowią 50% oferty programowej ARTE, wyznaczają jej „charakterystykę”?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Absolutnie tak. Dokumenty, które opisują świat, w kontekście rozwoju społeczno-politycznego, są w tym momencie niezwykle ważne. Mówią prawdziwie o współczesnej rzeczywistości, przeciwstawiając się *fake newsom*. Są to dokumenty realizowane rzetelnie i pieczołowicie, z pogłębioną treścią, w zgodzie z zasadami profesjonalizmu.

Mamy dokumenty dotyczące każdej dziedziny: co tydzień emitujemy dokumenty historyczne, w których mowa o historii współczesnej ostatnich, powiedzmy, dwustu lat. Mamy także drugą część dokumentów historycznych (emitowanych w sobotę wieczorem), która dotyczy historii nieco starszej.

Są także inne dokumenty: dotyczące odkryć – śledztwa, procesy poznawcze (*investigation*), które są emitowane w *prime time*; dokumenty geopolityczne, emitowane w ostatniej części wieczoru; dokumenty kulturalne, emitowane w niedzielę, które są dedykowane „dziedzictwu kulturowemu”. To programy przedstawiające wielkich malarzy, pisarzy, artystów. I podobnie jak programy historyczne – mamy też drugą część dokumentów kulturalnych emitowanych w środy. To są audycje dedykowane współczesnym wydarzeniom kulturalnym, co nie jest „najłatwiejsze” w realizacji, bowiem trudno to ująć w formę dokumentu. Jednak to właśnie dokument pozostaje jedyną formą, w obrębie której można mówić o czymś w sposób odpowiednio pogłębiony. Mamy także dokumenty mówiące o popkulturze (emitowane w drugiej części wieczoru). Są także dokumenty muzyczne, i to jest bardzo ważne: pokazujemy sporo muzyki i mamy wiele emisji muzycznych na naszej antenie, ale o muzyce mówimy także poprzez formę dokumentu, a sporą ich część stanowi muzyka klasyczna.

Mamy także bogaty dział dokumentów naukowych (w sobotę wieczorem), bardzo dobry jest ich odbiór, szczególnie jeśli chodzi o młodszych telewidzów. Mamy i dokumenty popularnonaukowe (*decouverte*), dotyczące natury, przyrody, zwierząt, geografii. Mamy także kinowe produkcje dokumentalne – *authoren Dokumentfilme* (autorskie dokumenty), czyli filmy trwające dziewięćdziesiąt minut, które mają charakter kinematograficzny i są emitowane we środy. To bardzo ważne, bowiem ARTE emituje sporo dokumentów, ale właśnie także i takich, które mają ambicje artystyczne i kinowe, a ten rodzaj dokumentów to „klejnocik”. Są także dokumenty

eksperymentalne, prezentowane w ramach cyklu *Loucarne*, w większości realizowane przez młodych twórców.

GK: Jakie występują formy, pod kątem „formatu” i czasu trwania?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Największa część produkcji to 52 minuty, dotyczą: historii, nauki, muzyki, dokumentów popularnonaukowych. Mamy niektóre dokumenty historyczne, śledcze (*investigation*) oraz filmy dokumentalne – kinowe, które trwają dziewięćdziesiąt minut. Jeśli chodzi o cykl *Loucarne*, to tu nie ma ścisłych reguł, ale jako że są to dokumenty eksperymentalne, najczęściej trwają około pięćdziesiąt minut.

GK: Czy może Pan powiedzieć coś więcej o serii historycznej ARTE – o dokumentach dotyczących lat 1918–1945?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Francuski tytuł serii to *18 reves brisés (18 złamanych snów/marzeń)*, w wersji niemieckiej to *Krieg der Träume (Wojna marzeń)*, a po angielsku to *Clash of Future*.

To drugi sezon tej serii, której produkcję rozpoczęliśmy w roku 2014. Nazywała się wtedy *Vierzehn Tagebüchern des Ersten Weltkrieg – 14 pamiętników żołnierzy z I wojny światowej*. Źródłem scenariusza były pamiętniki (dzienniki) reprezentujące różne narodowości, to znaczy pamiętniki uczestników tej wojny narodów z różnych państw.

Forma to *docu-fiction* (dokument fabularyzowany). Naszą ambicją było pokazanie ludzkiego przeznaczenia (*destin de la guerre*) poprzez pryzmat różnych indywidualności, a to przeznaczenie chcieliśmy zilustrować poprzez jednostkowe losy uczestników tych wydarzeń. Archiwa filmowe w tej serii wykorzystaliśmy w taki sposób, by pokazać kontekst globalny. Ale także, aby osadzić go w oparciu o indywidualne losy bohaterów, bowiem trzeba ich było ukazać „w działaniu” – *will in act*, jak mówią Anglicy.

Ta następna seria wykorzystywała podobny kadr *production multirateraux*: wiele nacji europejskich. Brali w niej udział Finowie, Belgowie, Czesi, to była prawdziwa koprodukcja multilateralna, w pełni europejska. To było rzeczywiście fantastyczne, aby móc ukazać różnorodne perspektywy, sposoby widzenia osób z różnych narodów. To było fascynujące i pewnie dlatego budziło tak duże zainteresowanie.

Pokazywaliśmy nawet takie mało znane historie, jak np. dotyczące feministek szwedzkich. Chcieliśmy pokazać, że w historii rozgrywają się różne procesy w tym samym czasie. Nawet jeśli w Europie Centralnej wojna zaburzyła życie całego społeczeństwa, to na peryferiach Europy aktualna była także inna problematyka – jak wspomniany przykład emancypacji kobiet w Szwecji, stanowiący w tym czasie ważny temat. Myślę, że to było rzeczywiście „lustro historii”. Nie można bowiem zapominać, że Europa

sprzed I wojny była kontynentem wielkiej wymiany między narodami, w której kontekst kulturowy odgrywał dużą i znaczącą rolę.

Na antenie ARTE seria ta była emitowana dzień po dniu – od środy do piątku, na początku września 2018 roku. Była świetnie skompaktowana: koniec serii przypadał na rok 1938, a tak naprawdę – na początek II wojny światowej, co było z pewnością końcem „Europy narodów”. Tak jak rok 1945 był początkiem nowej ery, nowej Europy.

EDEN, inna seria – to także duża koprodukcja francusko-niemiecka, której celem jest pokazanie różnych zagadnień, spojrzenia na dany temat z różnych perspektyw. Pokazujemy jedno zjawisko, jeden temat/problem z różnych perspektyw, od strony różnych narodowości. Na przykład ukazujemy różne perspektywy migracji do Europy, jesteśmy bardzo dumni z produkcji tego programu.

A kilka lat temu podjęliśmy koprodukcję telefilmu w ramach projektu „tandem”, jak to nazywamy, o energii nuklearnej. Wiadomo, że między Francuzami a Niemcami stosunek do tej energii bardzo się różni. Niemcy zdecydowali się wycofać i zatrzymać – zakończyć ten rodzaj produkcji energii, a we Francji to nie do końca tak... energia nuklearna jest bardziej popularna.

Do tej pory były to dwa filmy, ale problematyka zawierała wiele aspektów; na przykładzie tej koprodukcji świetnie pokazaliśmy, jak każdy taki trudny temat różni się w podejściu, jak zróżnicowane są dzisiaj, w obecnym świecie, perspektywy widzenia tego samego zagadnienia. Uwidoczniliśmy, jak trudno określić, kto ma rację. „Tak, to on ma rację”, „nie – bo właśnie taka jest prawda”, „to oni mają rację”, „jest właśnie tak i tak”...

GK: W ten sposób ARTE pozostaje na czasie – tematy są bardzo aktualne.

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Jak najbardziej tak! Ale pokazujemy różne tematy w sposób niezwykle pogłębiony. Jeszcze kilka lat temu zarzucano nam, że na naszej antenie pokazujemy za dużo historii. To nieporozumienie – nie można nadawać „za dużo” programów historycznych. Należy emitować dobre programy historyczne, to znaczy takie, dzięki którym lepiej uda się zrozumieć aspekty współczesnego życia – poprzez historię zrozumieć teraźniejszość, to jest niezwykle ważne i wpisuje się w naszą misję. I z takiej perspektywy historia jest czymś bardzo „aktualnym”.

GK: Proszę o kilka słów o programie *Il miracolo*.

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

To koprodukcja z telewizją włoską: bardzo interesujący i „współczesny” scenariusz. Widzieliśmy, jak ogromna była różnica między emisją liniową (*broadcast*) a cyfrową... We Francji serial odniósł ogromny sukces:

zarówno w odbiorze konwencjonalnym (*broadcast*), jak nieliniowym. W Niemczech było inaczej – nie najlepiej była odbierana emisja tego serialu drogą „naziemną” (*lineer*), ale odniosła sukces, kiedy emitowaliśmy go *non-lineer* (cyfrowo). W Niemczech i we Francji było tyle samo *video-views* i okazało się, że to był spory sukces. Na tym przykładzie widać wyraźnie, w jaki sposób przyzwyczajenia ludzi ewoluują, jeśli chodzi o wybór sposobu oglądania – „konsumpcji” danego programu. Niemcy, jeśli chodzi o seriale, lubią *self watching*, dlatego wektor emisji cyfrowych dobrze się w Niemczech rozwija.

GK: Czy można powiedzieć, ile czasu trwa proces produkcji danego programu, dokumentu w ARTE?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Bardzo trudno odpowiedzieć na to pytanie. Różnie, na przykład mieliśmy produkcje *geo-politique* (geopolityczne), których produkcja trwała 10–12 tygodni. Przypominam sobie np. dokument o Katalonii, który przygotowaliśmy w ekspresowym tempie – rozpoczęliśmy w połowie października, a emisja była na antenie ARTE przed świętami Bożego Narodzenia. Prawda jest też taka, że nad dużymi formatami dokumentalnymi pracujemy nawet rok lub dwa lata. Na przykład wspomniana seria *1918–1938* emitowana była jesienią 2018 roku, a produkcję rozpoczęto w latach 2014–2015. Jak widać – praca nad dokumentem mającym osim epizodów trwa kilka lat, w tym przypadku – trwała 3,5 roku.

GK: A program *Point information* o Europie...?

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Od dawna trwała na ten temat ożywiona dyskusja, dotycząca kreacji dziennika telewizyjnego, co moim zdaniem było pasjonujące: robić czy nie!? Czy ARTE powinno mieć własny program informacyjny, stawiający akcent na „Europę”? Pewien dyrektor ARTE, który już dziś jest na emeryturze, opowiadał mi, że na początku trwała dyskusja nad wyznaczeniem głównych linii programowych. Niemcy zwracali uwagę, że stacja telewizyjna bez jakiegokolwiek rodzaju programu typu „aktualności” nie może istnieć i że z tego powodu trzeba pomyśleć o kreacji codziennego programu informacyjnego o charakterze europejskim.

Dla Francuzów nie było to jednak tak ewidentne: „tak... może? dlaczego nie!?” Uważali, że nie jest to konieczne na antenie stacji, wprawdzie o profilu europejskim, ale przede wszystkim – kulturalnym. Wytworzyła się nieco dziwna sytuacja... po jakimś czasie (kilka tygodni, miesięcy), doszło do kolejnego spotkania w tej sprawie, na którym Francuzi wykazali pełny entuzjazm dla tego projektu, akceptując go w pełni, natomiast Niemcy stwierdzili, że po dokładnej kalkulacji... „projekt jest za drogi i trzeba od niego odstąpić”.

Podjęto jednak decyzję o rozpoczęciu emisji: powołano dyrekcję programu informacyjnego i na początku wiele eksperymentowano. Od kilku lat udało się wypracować formułę „europejskiego programu informacyjnego”. Dziś *ARTE journal* jest rzeczywiście dziennikiem europejskim, a nie programem „info”, naśladującym informacje, które można znaleźć na antenie France 2 czy ZDF. Jest to oryginalna emisja programu, w którym poruszane są te tematy, o których inne stacje nie mówią, bowiem nie zajmują się nimi.

Dobłą bazą dla tego programu jest jego wspólna, francusko-niemiecka redakcja, co pozwala na zróżnicowane spojrzenie – przedstawianie każdego tematu z różnorodnej perspektywy. Na przykład, w czerwcu 2019 roku, w taki zróżnicowany sposób przedstawialiśmy kandydatkę do Parlamentu Europejskiego Ursulę von den Leyen.

W wydaniu francuskim i niemieckim (choć czasem są różni prezen-terzy), to jest ciągle ta sama emisja: temat jest pokazywany i redagowany w ten sam sposób – towarzyszą mu te same zapowiedzi i ten sam komentarz. I to jest właśnie dobry przykład perspektywy europejskiej, sposobu, w jaki można przedstawić dany temat w kontekście Unii Europejskiej.

Są także i były podejmowane inne próby zainicjowania europejskiego programu informacyjnego, przez inne stacje, ale na przykład Euronews nie produkuje już programu realizowanego przez jedną wspólną redakcję – bowiem program realizują oddzielnie różne narodowe redakcje.

GK: Chciałem zapytać o te specyficznie „europejskie” programy, które charakteryzują ARTE jako stację o profilu „europejskim” i „kulturalnym”.

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Są takie programy, które w szczególny sposób wpisują się w dewizę ARTE: zbliżenie ludzi i narodów Europy. Na przykład koprodukcje na ważne geopolityczne tematy, jak choćby dwie produkcje o Brexicie. Te programy nie zawierają ani spojrzenia francuskiego, ani niemieckiego, ale sposób widzenia „europejski”. Powstały dwie produkcje, a Brexit pokazaliśmy z punktu widzenia zarówno Anglików, jak i Europy. Pierwsza produkcja to była koprodukcja ARTE–Belgia – towarzyszyliśmy z kamerą komisarzowi UE Michaelowi Barnierowi. A druga – z udziałem komisarza UE Guy’a Verhovstadta – była koprodukcją z BBC. To dało możliwość pokazania tego tematu naprawdę ze wszystkich stron, z każdej perspektywy, a jednocześnie była to właśnie produkcja mająca bardzo „europejski” charakter.

Kolejnym przykładem emisji bazującej na wspólnej kulturze dziedzictwa europejskiego jest jeden z koncertów, zrealizowany na placu Duomo w Mediolanie. To jednocześnie bardzo „europejski” rodzaj emisji, a także

– niezwykle kulturalny program. Inny przykład to koncert na zakończenie w rocznicę zakończenia I wojny światowej, z pól bitewnych Verdun.

GK: Ciekawe byłoby porównanie ramówki ARTE w wybranym okresie, na przykład w październiku 1999, 2001, 2016...

Bernd Mütter, dyrektor programowy ARTE:

Nie bardzo, ponieważ nasza ramówka prawie się nie zmienia. Właściwie od lat pozostaje taka sama, a różnice są bardzo niewielkie.

GK: Uprzejmie dziękuję za rozmowę, Grzegorz Kościński

DEBATA PARLAMENTARNA

Posiedzenie Komisji Kultury, Edukacji i Komunikacji – Senat Francji (kwiecień 2019 roku¹⁸)

W spotkaniu brali udział: Catherine Morin-Desailly – szefowa Komisji Kultury; przedstawiciele telewizji ARTE: Christian Manable, M. Peter Boudgoust – Prezes Grupy ARTE, Véronique Cayla – Prezes Zarządu ARTE France; Jean-Pierre Leleux, Catherine Dumas, Michel Laugier, Colette Melot, Claudine Lepage, Françoise Laborde, André Gattolin

Catherine Morin-Desailly, szefowa Komisji Kultury

Moi drodzy koledzy, szanowni państwo. Dziś są z nami: przewodniczący grupy ARTE Peter Boudgoust, którego mam przyjemność powitać w waszym imieniu. Towarzyszy mu prezes ARTE France Véronique Cayla, a także dyrektor generalny ARTE France Régine Hatchondo.

Kilka tygodni po podpisaniu traktatu z Aix-la-Chapelle, który zdecydowanie potwierdza przyjaźń francusko-niemiecką i naszą gotowość do współpracy, to przesłuchanie umożliwia nadanie bardzo konkretnego znaczenia temu zobowiązaniu politycznemu, które powraca i przypomina nam wydarzenia 1963 roku. Ścieżka, którą przebyła ARTE przez trzydzieści lat, jest, jak wszyscy wiedzą, znacząca. Sieć telewizyjna stała się prawdziwie europejska. Jej publiczność telewizyjna wciąż rośnie. Wskaźniki są bardzo pozytywne. Jego zarządzanie zostało z zadowoleniem przyjęte przez niedawne sprawozdanie Trybunału Obrachunkowego i jest atutem w czasach, gdy nadawanie przeżywa rewolucję cyfrową, która zagraża kreacji europejskiej i kwestionuje nasze wartości. W 2019 roku mamy zmienić sposób i rodzaj naszego publicznego nadawania oraz zmodernizować

¹⁸ Debata we francuskim parlamencie – Senacka Komisja Kultury, kwiecień 2019, op. cit.

przestarzałe przepisy, które stanowią ramy dla sektora audiowizualnego. Wszyscy zgadzają się, że ARTE może służyć jako inspiracja w dziedzinie dokonywania wyboru treści programów, a także w kontekście wielkiego postępu oraz innowacji w dziedzinie ewolucji cyfrowej. Prawdą jest, że miejsca dla tego kanału w galaktyce publicznych nadawców nie sposób pominąć, podczas gdy my zastanawiamy się nad sposobem koordynacji jego środków. Chciałabym przypomnieć państwu o naszym zaangażowaniu w specyfikę i niezależność ARTE, która to stacja jest inicjatywą francusko-niemieckiej współpracy. Oczywiście musimy również pamiętać o nowym kontekście, który wymaga wzmocnienia tej współpracy i łączenia narodów. Wyzwaniem jest znalezienie drogi między szacunkiem dla specyfiki ARTE a poprawą oferty publicznej, dla której może stanowić inspirację. Będziemy zatem zwracać uwagę na propozycje, które zostaną złożone w tym kontekście. Mają państwo głos...

Véronique Cayla, Prezes Zarządu ARTE France

Pani przewodnicząca, panie i panowie! Dziękuję za zaproszenie. Bardzo się cieszę, że jestem tu wraz z Peterem Boudgoustem, prezesem GEIE d'ARTE. Niektórzy z państwa znają tę postać. Peter Boudgoust uczestniczył w zorganizowanym przez tę komisję latem ubiegłego roku sympozjum *Jak funkcjonować w sferze publicznej w erze cyfrowej*, którego dziesięć zaleceń pozostało nadal aktualnych.

Dzisiaj postaramy się przedstawić, jak unikalne i oryginalne miejsce zajmuje ARTE w świecie europejskiej publicznej radiofonii i telewizji, a zwłaszcza pośród francuskich i niemieckich nadawców publicznych programów audiowizualnych. ARTE to kanał bardzo szczególny: kanał polityczny w najlepszym tego słowa znaczeniu – zrodzony przed trzydziestu laty z woli politycznej kanclerza Helmuta Kohla i prezydenta Francji François Mitterranda, decyzję podjętą w trakcie trwania szczytu francusko-niemieckiego: aby zbliżyć te dwa narody, które się tak bardzo konfrontowały ze sobą w ciągu całego XX wieku. ARTE jest bardzo oryginalnym tworem politycznym, który nie ma odpowiednika w świecie: to stacja telewizyjna łącząca dwa kraje, dwie kultury, dwa języki i realizująca wyraźną misję, która ją przekracza, a tej misji na imię „Europa”.

ARTE nie jest kanałem niemieckim, wszyscy o tym wiedzą, ale nie jest to również kanał francuski, o czym często we Francji zapominamy. ARTE jest francusko-niemieckim kanałem o europejskiej misji zbliżenia narodów Europy poprzez kulturę. Misja ta jest wyraźnie opisana w traktacie międzypaństwowym podpisanym przez prezydenta Republiki Francuskiej z szesnastoma niemieckimi landami w 1990 roku. ARTE kieruje się zasadą niezależności, zarówno ustawowej, finansowej, jak i redakcyjnej, do czego Peter Boudgoust powróci za chwilę. Podstawą stacji jest jej niezależność: finansowa, budżetowa, statutowa, edycyjna (*editorial*) itd. Powtórzę:

ARTE to kreacja polityczna, bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, która ją przekracza – Europę. (*ARTE est une création politique très originale, qui n'a pas d'équivalent dans le monde, une chaîne à cheval sur deux pays, deux cultures, deux langues, et dotée d'une mission claire qui la dépasse: l'Europe*¹⁹).

Peter Boudgoust, Prezes Grupy ARTE

Pani przewodnicząca, panie i panowie! Przede wszystkim chciałbym gorąco podziękować za to zaproszenie. Jest mi bardzo miło być tutaj z Véronique Cayla, aby zaprezentować działania ARTE. Mam szansę przewodniczyć ARTE GEIE wraz z Réginą Hatchondo, która jest także dyrektorem generalnym ARTE France.

Jak podkreśliła już Véronique Cayla, misja ARTE jako europejskiego kanału kulturowego jest historyczną misją, którą Niemcy i Francja realizują wspólnie. Unikalną strukturę grupy ARTE wyjaśnia potrzeba połączenia dwóch różnych systemów politycznych i dwóch systemów nadawczych, a także dwóch różnych koncepcji.

Od początku ARTE była finansowana na zasadzie parytetu przez partnerów nadawczych obu krajów. Grupa ARTE składa się z dwóch przedstawicieli krajowych: ARTE France i ARTE Deutschland, które tworzą grupę ARTE GEIE. Dwa bieguny zapewniają 40% programów w równym stopniu, a pozostałe 20% jest produkowane przez ARTE GEIE. Codzienne wydanie programu informacyjnego – *ARTE Journal*, jest realizowana przez francusko-niemiecką redakcję.

Jak już wspomnieliśmy, systemy mediów publicznych w naszych dwóch krajach opierają się na odmiennym rozumieniu relacji z polityką. Od początku demokratyczna struktura Republiki Federalnej Niemiec została tak zaprojektowana, aby uniknąć politycznego wpływu na media, wyrażonego przez zbyt dużą koncentrację władzy. Taka postawa wobec państwa, zwłaszcza w dziedzinie mediów publicznych i informacji, znajduje odzwierciedlenie w historycznej zasadzie niezależności. Nawet dzisiaj niemiecka polityka i społeczeństwo zgadzają się, że niezależność mediów i ich misja formowania opinii społecznej mogą być zagwarantowane tylko wtedy, gdy istnieje rozdział mediów wobec państwa. Ta logika znajduje również odzwierciedlenie w systemie finansowania publicznych nadawców. W Niemczech nie są oni finansowani bezpośrednio z budżetu państwa, ale przez wkład audiowizualny (kontrybucję publiczną = abonament). Komitet ds. Wymagań finansowych nadawców (KEF) odpowiada za ocenę potrzeb finansowych nadawców. Jest to niezależna komisja, która nie za-

¹⁹ W nawiasach pozostawiono oryginalne sformułowania w języku francuskim, wybrane pojęcia i zwroty (uwaga autora pracy).

leży od państwa i która finansuje potrzeby ZDF, ARD, ARTE Deutschland i Deutschland radio²⁰.

Jedynie Deutsche Welle, jako niemiecka stacja radiowo-telewizyjna za granicą, jest wyjątkiem i pozostaje finansowana z federalnych wpływów podatkowych. To KEF, jeśli to konieczne, doradza szesnastu rządów niemieckich landów, aby dostosować wkład do nadawania lub zatwierdzić ewentualną zmianę zaproponowaną przez parlamenty szesnastu landów. Zgodnie z konstytucją landy nie mają rzeczywistego prawa do negocjowania niezależnych decyzji KEF.

Plan budżetowy – zobowiązanie jest wyznaczane na okres czterech lat, co pozwala na kilkuletnie bezpieczeństwo finansowanie. W tej sytuacji ARTE musi nie tylko brać pod uwagę różny stosunek wobec mediów publicznych, ale także różne harmonogramy i metody – kalendarium w sposobie zatwierdzania budżetu krajowego. To jeszcze jedna przyczyna, dla której można traktować ARTE jako modelowy przykład w Europie francusko-niemieckiego współdziałania (synergii), odnoszącego na wszystkich polach działania sukces.

Véronique Cayla

Od samego początku, to znaczy od roku 1990, priorytetem dla ARTE stała się „rekonstrukcja wspólnej pamięci” narodowej, francusko-niemieckiej. ARTE zrealizowała to zadanie dzięki dokumentom, które do dziś stanowią 50% procent jej ramówki, a także dzięki koprodukcjom, głównie francusko-niemieckim, ale również z sąsiadami Francji i Niemiec. Trzeba podkreślić, że więcej niż 80% programów ARTE to produkcje europejskie. Dzięki realizowanym dokumentom ARTE podjęła stałą współpracę – powstają koprodukcje przy współdziałaniu finansowym europejskich partnerów medialnych ARTE, z których każdy wnosi własny fundusz koprodukcyjny.

W tym kontekście w 2018 roku, w ramach tej współpracy emitowaliśmy serię dokumentów zatytułowaną *1918–1939, les rêves brisés de l'entre-deux-guerres (Przerwany sen – pomiędzy dwiema wojnami)*, zrealizowaną przy współpracy z dziesięcioma różnymi stacjami, w tym m.in. RTBF, ZDF, ARD. Tę pamięć, raz ukształtowaną, chcieliśmy wykorzystać, by spojrzeć na przyszłość naszych europejskich społeczeństw, dzięki produkcjom filmowym (fikcję, tzn. film fabularny), które są potężnym wektorem eks-

²⁰ Strona internetowa telewizji ARD, definicja KEF – Komisja ds. Określenia wymogów finansowania nadawców analizuje wymagania finansowe nadawców publicznych w Niemczech i zaleca parlamentom państwowym ustalenie opłaty za nadawanie (do 2012 roku opłat za nadawanie), która jest następnie pobierana przez usługę składek ARD, ZDF i Deutschlandradio (do 2012 roku GEZ). Podstawą prawną KEF jest traktat państwowy w sprawie finansowania nadawania, który reguluje zarówno wysokość wkładu, jak i podział środków, źródło: https://www.ard.de/home/Kommission_zur_Ermittlung_des_Finanzbedarfs___/480154/index.html (dostęp 12.08.2019).

presji wyobraźni dla każdego (*Cette mémoire une fois formée, nous avons voulu porter un regard commun sur l'avenir de nos sociétés européennes grâce à la fiction*). Dlatego nie nadajemy amerykańskich filmów fabularnych (*fictions américaines*). Emitujemy tylko współczesne seriale europejskie. W dniach 2 i 9 maja 2019 roku emitujemy naszą nową serię *Eden*, koprodukcję z ARD, która poświęcona jest kryzysowi migracyjnemu. W styczniu nadaliśmy serię *Il miracolo*, wyprodukowaną przez wielkiego włoskiego pisarza Niccolò Ammanitiego, w koprodukcji ze Sky Italia.

Równolegle stworzyliśmy nasze centrum informacji (*pôle d'information*) – program informacyjny, powstały dzięki niemiecko-francuskiej redakcji jednego wspólnego programu: redakcji tworzonej przez piętnastu Francuzów i piętnastu Niemców. Program zwrócony jest w stronę Europy i świata, brak w nim miejsca dla sensacyjnych faktów, typu „przejechany pies”, a wręcz przeciwnie (*information bien spécifique*), informacje są specyficzne, z wieloma tematami, ukazywanymi z różnych stron (krzyżujące się spojrzenia i poglądy). To pozwoliło nam wypracować bardzo szczególny rodzaj informacji, opartej na retrospekcji i refleksji, w przeciwieństwie do „oferty programowej” większości kanałów informacyjnych. (*Après la mémoire, grâce au documentaire, l'imaginaire, grâce à la fiction et l'actualité, grâce à l'information, il était temps de devenir une chaîne européenne*).

Po uwadze, jaką skupiliśmy na pamięci (dzięki filmowi dokumentalnemu), na wyobraźni (dzięki filmowi fabularnemu – fikcji) i na aktualnościach (dzięki magazynowi informacyjnemu), nadszedł czas, aby stać się kanałem europejskim.

Peter Boudgoust

Projekt ARTE został zaplanowany nie tylko dla grupy docelowej w Niemczech i we Francji, ale zawsze miał na uwadze perspektywę europejską. ARTE wykorzystwała nowe możliwości digitalizacji, aby rozszerzyć swoją ofertę nieliniową na europejską publiczność, co nie było możliwe w momencie tworzenia kanału, ze względu na ograniczenia technologiczne. Przykładem jest rozszerzenie do czterech dodatkowych języków. Przez trzynaście lat ARTE poczyniła wielkie postępy w kierunku europejskiej opinii publicznej (EBU).

Dzięki dodatkowemu dofinansowaniu z Unii Europejskiej wybór oferty *online* jest teraz dostępny z napisami w języku angielskim, hiszpańskim, polskim i włoskim. Te cztery dodatkowe języki spowodowały, że teraz jedną czwartą wszystkich filmów VOD (*téléchargements en vidéo* – „na życzenie”) pobieranych jest z oferty w sześciu językach. ARTE dociera do 70% Europejczyków, którzy mogą oglądać kanał w języku ojczystym. Przyczynia się to znacząco do stworzenia europejskiej sfery publicznej w dziedzinie mediów publicznych.

ARTE angażuje się także w poszerzenie oferty dla ogólnoeuropejskiej publiczności. Jeśli moglibyśmy przyjąć pozytywne perspektywy długoterminowego finansowania z UE (*sous-titrage*), by zrealizować napisy, nie ograniczalibyśmy się do tego projektu.

ARTE staje się kanałem paneuropejskim: 85% jego programów pochodzi z Europy. Ponadto kanałowi udało się stworzyć żywą sieć dziegięciu europejskich kanałów publicznych obejmujących: Finlandię, Włochy, Hiszpanię itd. – to partnerzy medialni ARTE współpracujący z nią w ramach umów stowarzyszeniowych. Są reprezentowani przez członka doradczego na Konferencji konsultacyjnej ARTE. Nadawcy ci, podobnie jak ARTE, starają się sprostać rosnącemu zainteresowaniu współpracą europejską i rozwijać europejskie koprodukcje. Wspomniano już o kilku ważnych przykładach. ARTE realizuje strategię współpracy europejskiej od czasu utworzenia kanału, o której obecnie bardzo dużo mówi się w naszych dwóch krajach.

W obliczu odrodzenia ruchów nacjonalistycznych i populistycznych, misja edukacyjna nadawców publicznych jest bardziej istotna niż kiedykolwiek. Wiele głosów w dziedzinie mediów i polityki spowodowało, że ich głosy zostały usłyszane i wzywają do stworzenia europejskiej platformy łączącej siły i odzwierciedlającej różne perspektywy.

Jako europejski kanał kulturalny, ARTE zwróciła się do swoich akcjonariuszy: France Télévisions, ZDF i ARD, w ramach swoich rozważań na temat traktatu z Aachen. Na tej europejskiej platformie ARTE ma europejską wiedzę specjalistyczną (*expertise européenne*) dzięki ofercie internetowej w sześciu językach, którą chce oddać do użytku. Kanał może zatem pełnić rolę centrum – trzonu/rdzenia nadawców publicznych (*le Nayau*) w Europie dla projektów w sferze nadawców RTV w Europie (*service public de la radiodiffusion*), dla programów skierowanych do publiczności europejskiej.

Naszym celem jest poszerzenie programu telewizyjnego dzięki wsparciu naszych partnerów medialnych, w kontekście w służby bogatej i wysokiej jakości oferty w Europie (*Nous visons donc un élargissement de notre programme, grâce aux contenus de nos actionnaires, au service d'une offre riche et de qualité en Europe*).

Ten pomysł wykraczał poza zakres projektu. Pierwsze spotkanie robocze już się odbyło w celu omówienia ram takiej europejskiej platformy razem z France Télévisions, ZDF i ARD. Jesteśmy pełni nadziei na kontynuację tego projektu w przyszłości.

Véronique Cayla

ARTE to stacja, która ma się dobrze. Pod względem liczby widzów i oglądalności rok 2018 był wyjątkowy dla kanału. We Francji ARTE miało 2,4% udziału w rynku (oglądalność), co stanowi wzrost o 9% w porównaniu

z 2017 rokiem. Natomiast liczba widzów oglądających przekaz cyfrowy wzrosła w 2018 roku znacznie – o 50%.

W Niemczech 2018 rok potwierdza również dobry stan ARTE, z 1,1% udziału w rynku. W Europie ARTE potroiła swoją liczbę odbiorców w 2018 roku. W tych czterech nowych językach ARTE wyróżnia się jako kulturowy kanał odniesienia w Europie.

Pod tym względem ARTE jest szczególnie zmobilizowana na miesiąc przed wyborami, które będą decydujące dla przyszłości Unii Europejskiej. Oferujemy na naszej stronie nowy środek przekazu przeznaczony specjalnie na wybory europejskie w Europie 2019 (*Europe 2019*). 16 kwietnia wyemitujemy film dokumentalny o Brexicie, który ukaże pełnię negocjacji prowadzonych przez Michela Barniera. 4 maja wyemitujemy 24-godzinny europejski film dokumentalny, współprodukowany z kilkoma naszymi europejskimi partnerami, dając głos dzisiejszym Europejczykom. Następnie, podczas wieczoru wokół Erasmusa, zaoferujemy dokument *Jak zmienił mnie Erasmus (Comment Erasmus m'a changé)*, koprodukcję pięciu europejskich kanałów publicznych. W kontekście podaży i ostrej konkurencji między różnymi kanałami, w Europie, jak i w innych miejscach, wyniki te wyraźnie wspierają strategię redakcyjną kanału.

Rok 2018 był także wyjątkowym rokiem na nagrody festiwalowe. Po specjalnej Złotej Palmie w Cannes, za najnowszy film Jeana-Luca Godarda, otrzymaliśmy nagrodę Złotego Niedźwiedzia w Berlinie, za film *Synonimy*, otrzymaliśmy wiele Cezarów dla młodych francuskich talentów (*Séries Mania pour Mytho*), publiczną nagrodę za serię *Mania dla Mytho*, oraz wiele innych międzynarodowych nagród za nasze cyfrowe kreacje.

Ponadto działania ARTE zostały z zadowoleniem przyjęte przez Trybunał Obrachunkowy – co nadal jest zadowalające – nie tylko ze względu na dobre zarządzanie, ale także na strategię redakcyjną i cyfrową. Trybunał Obrachunkowy podkreśla „ważną rolę kanału we wspieraniu twórczości i jej pionierskiej roli w dziedzinie cyfrowej”.

Wreszcie ARTE France pracuje coraz lepiej ze swoimi partnerami w nadawaniu publicznym, zgodnie z zaleceniami Trybunału Obrachunkowego. Europejskie powołanie ARTE zapisane w traktacie założycielskim nie uniemożliwia mu współpracy z publicznymi partnerami nadawczymi. Wzrastają stosunki z France Télévisions.

Wspólnie stworzyliśmy komitet konsultacyjny, który już pozwala nam lepiej koordynować programowanie. Udało się to z powodzeniem dla ostatnich hołdów dla Michela Legrand, Karla Lagerfelda i Agnès Vardy. Warto zauważyć, że te programy nie „kanibalizują”, wręcz przeciwnie. Dzięki wspólnej komunikacji France Télévisions i ARTE karmią się nawzajem i pozwalają Francuzom korzystać z bardziej kompletnej oferty w momentach, które zaznaczyły naszą historię.

Komitet konsultacyjny pozwoli nam również zidentyfikować projekty koprodukcyjne, zwłaszcza w przypadku filmów dokumentalnych historycznych, i zgodnie z zasadą dyfuzji pierwotnej dla ARTE, tak jak to ma miejsce w Niemczech, z ZDF i ARD.

Ponadto współpracujemy z France Télévisions w celu stworzenia wspólnej oferty edukacyjnej, która, miejmy nadzieję, będzie gościć wkrótce pod tą samą marką parasolową (*une même marque ombrelle*) – będzie to oferta skierowana do szerokiej publiczności France Télévisions – *France tv Éducation* – oraz oferta skierowana do uczniów studentów i nauczycieli Educ'ARTE (*destination des élèves et des enseignants d'ARTE – Educ'ARTE*), która będzie obecna w tysiącu szkół we Francji i Europie do końca tego roku (2019).

Regularnie współpracujemy z naszymi innymi partnerami w publicznych rozgłośniach i stacjach telewizyjnych, takich jak Radio France, z którymi przeprowadzamy wiele wspólnych operacji, zwłaszcza na festiwalach. To prawda, że oni mają dźwięk, a my mamy obraz. Łatwo więc odnaleźć się nawzajem.

Współpracujemy również z France Médias Monde, z którą stworzyliśmy wspólną przestrzeń – ARTE France w języku hiszpańskim, która już działa bardzo dobrze, zarówno w Ameryce Łacińskiej, jak i w całej Europie. Bierzymy udział w różnych publicznych projektach audiowizualnych zainicjowanych przez Ministerstwo Kultury, w tym Culture Prime et l'Atelier Prime – cyfrowe publiczne warsztaty audiowizualne, które łączą wszystkie francuskie kanały publiczne.

Peter Boudgoust

Trzy części ARTE (*pôles d'ARTE*) – bieguny ARTE – dążą nie tylko do ciągłego łączenia dwóch różnych systemów, w najlepszym aspekcie, ale także starają się udowodnić, że wykorzystują te energie na rzecz programów. Jak już powiedziałem, struktura biznesowa grupy ARTE jest tak dobrze przemyślana, że stosowane regulacje krajowe (narodowe, francusko-niemieckie), umożliwiają europejską współpracę transgraniczną.

Podczas spotkania z panem Franckiem Riesterem, ministrem kultury, miałem okazję powiedzieć, że martwi nas projekt reformy, który jest obecnie przedmiotem dyskusji we Francji, bo zastanawiamy się nad jego konsekwencjami dla grupy ARTE.

Zasada niezależności stanowi w Niemczech podstawową podstawę pracy mediów publicznych i jest zgodna z tekstami założycielskimi. Zapewniają one niezależność finansową i redakcyjną trzech podmiotów grupy ARTE France, ARTE Deutschland i ARTE GEIE.

Jak powiedziała właśnie Véronique Cayla, ARTE ze swoimi międzynarodowymi koprodukcjami i kosmopolitycznym programem jest symbolem kreatywnej telewizji i zyskało solidne miejsce w europejskim krajobrazie

medialnym, w sektorach linearnym i nielinearnym. Stało się to możliwe dzięki niezależności trzech biegunów ARTE, dlatego przywiązujemy dużą wagę do tego pojęcia i uważamy ARTE za zjednoczoną grupę europejską (*un groupe européen uni*).

Pan Pierre Ouzoulias, przewodniczący

Dziękujemy za bardzo przemyślane i harmonijne prezentacje ARTE.

Jean-Pierre Leleux, sprawozdawca

Pani przewodnicząca, panie przewodniczący! Chciałbym wyrazić uznanie dla pracy zespołów ARTE i wspierać europejskie multimedialne media kulturowe, które stały się kanałem francusko-niemieckim.

Podczas gdy zarządzanie nadawcami publicznymi, a także ich strategia, szczególnie w dziedzinie cyfrowej, są obecnie przedmiotem debaty, należy podkreślić, że ARTE jest wyjątkiem, jak stwierdzono w ostatnim sprawozdaniu Komisji. Trybunał Obrachunkowy, zgodnie z którym „zarządzanie finansowe spółki nie wymaga żadnego szczególnego komentarza”, nie ma wątpliwości, że inne spółki publiczne chcą otrzymać uznanie dla tych treści. Wyzwania nie są jednak małe dla ARTE, która konfrontuje się, podobnie jak reszta publicznych nadawców, z rewolucją platform cyfrowych, z dwiema szczególnymi stawkami, europeizacją mediów dzięki cyfrze i lepszą integracją nadawania publicznego.

Jeśli chodzi o europeizację i rozwój cyfrowy, wspomniała pani o stworzeniu wspólnej europejskiej platformy z udziałem France Télévisions i ARTE France po stronie francuskiej, oraz ARTE Deutschland oraz firm ZDF i ARD po stronie niemieckiej.

Moje pytanie dotyczy ryzyka związanego z mnożeniem platform publicznych. Czy uzasadnione jest, aby służby publiczne chciały równolegle prowadzić ten cyfrowy projekt europejski, aby stworzyć platformę płatnej telewizji SALTO z prywatnymi kanałami, do której ARTE może dostarczyć filmy dokumentalne i kontynuować równolegle rozwijanie konkretnych platform, takich jak Francja.tv i ARTE.tv? Czy istnieje debata na ten temat między różnymi partnerami? Czy ten rozkwit inicjatyw nie ilustruje potrzeby lepszej koordynacji strategii publicznych w świecie cyfrowym?²¹

²¹ Usługi liniowe i nielinearne odpowiadają nowej typologii usług dyrektywy *Telewizja bez granic*, która uwzględnia dywersyfikację mediów transmisyjnych i odbiorczych dla programów audiowizualnych w erze cyfrowej (naziemna telewizja cyfrowa, telewizja ADSL, telewizja komórkowa), a także dywersyfikację trybów nadawania (punkt nadawczy-wielopunkt w trybie transmisji lub wideo na żądanie w trybie punkt-punkt). Opracowano na podstawie: A. Jou, *Services linéaires / services non-linéaires*, w: *La revue européenne et du medias numérique*, Paryż 2013, źródło: <https://la-rem.eu/glossary/services-lineaires-services-non-lineaires/> (dostęp 12.08.2019).

Véronique Cayla

Platforma, na której pracujemy od kilku miesięcy, jest platformą europejską, która nie ma nic wspólnego z platformami narodowymi. ARTE ma wymiar europejski i przede wszystkim w tym kontekście chcemy opracować przynajmniej jedną platformę dwujęzyczną.

Régine Hatchondo, dyrektor wykonawczy ARTE France

Jak powiedziała właśnie Véronique Cayla, SALTO ma powołanie narodowe (*vocation nationale*). Co więcej, gdy mówi prezes France Télévisions, podkreśla, że uważa, iż w związku z rozwojem platform takich jak Netflix, Amazon, Disney czy Fox, jest miejsce na ofertę lokalną. Wierzymy, że istnieje również miejsce na europejską ofertę. Nie chodzi o konkurowanie z amerykańskimi platformami, o których wiadomo, że dysponują miliardami inwestycji i środkami na pozyskiwanie praw każdego roku, ale o połączenie najlepszych wielojęzycznych europejskich kanałów publicznych i umieszczenie ich na platformie, by były do dyspozycji – dostępne dla obywateli europejskich (*réunir le meilleur des chaînes publiques européennes multilingues et de les mettre à disposition des citoyens européens*).

Technologia cyfrowa oferuje nam również możliwość znacznie tańszej komunikacji niż wcześniej – wiemy, jak wykorzystać sieci społecznościowe w każdym kraju europejskim. Pozwoliłoby nam to dotrzeć do młodych obywateli, którzy tracą pewne podstawowe tematy, takie jak znaczenie europejskie, wiedza, zabytki historyczne itp. (*qu'on est en train de perdre à propos de certains sujets de fond comme le sens européen, la connaissance, les repères historiques etc.*)

Peter Boudgoust

Wczoraj odbyłem dyskusję z Peterem Limbourgiem na temat projektu France Media World i projektu Deutsche Welle. Zgodziliśmy się, że są to tematy uzupełniające. Adresujemy różne cele o różnych treściach. Projekt France Médias Monde i Deutsche Welle skierowany jest głównie do młodszych odbiorców. Jest to interaktywna platforma, która musi korzystać z Facebooka. Nasze treści kulturowe są skierowane do innych odbiorców i chcemy mieć klasyczną platformę audiowizualną.

Jean-Pierre Leleux, sprawozdawca

Jeśli integracja ARTE France w publicznej spółce holdingowej jako spółce zależnej nie wydaje się nam odpowiednia, spotkanie holdingów (France Télévisions – 45% kapitału, Radio France – 15% i INA – 15%) zezwoli holdingowi na posiadanie 75% kapitału ARTE France. Co sądzimy o tym, że nowy akcjonariusz jest ograniczony do trzech działań, przy jednoczesnym poszanowaniu niezależności ARTE: promowaniu skoordynowanej i ambិតnej strategii w świecie cyfrowym, rozwijaniu współpracy w zakresie

produkcji i wdrażaniu synergii w funkcje wsparcia, aby szukać optymalizacji, by nie powiedzieć oszczędności?

Véronique Cayla

ARTE opiera się przede wszystkim na zasadzie niezależności, do której wszyscy jesteśmy bardzo przywiązani, zwłaszcza ze strony niemieckiej, z przyczyn historycznych. Niezależność ocenia się na podstawie kilku kryteriów: niezależności redakcyjnej, niezależności finansowej, ale także niezależności ustawowej. Dlatego żadna część ARTE nie podlega dominacji żadnego kraju pod względem kapitału.

Peter Boudgoust

Nic nie stoi na przeszkodzie większej współpracy, na przykład w postaci koprodukcji lub treści audiowizualnych. Oczywiście musimy przestrzegać zasady pierwszej emisji tv (*primo-diffusion*). To bardzo ważny punkt dla Niemców. Redakcja lub niezależność finansowa jest niezbędna do funkcjonowania grupy.

Régine Hatchondo

Zwiększenie udziału akcjonariuszy w kapitale ARTE we Francji, który stanowiłby 75% większości, całkowicie przeczy duchowi traktatu między państwowego. W Niemczech ARTE Francja ma po dwóch udziałowców, ARD z 50%, ZDF z 50%, więc nie ma akcjonariusza większościowego. Na poziomie prawnym i politycznym jest to niezwykle delikatny punkt. Dlatego pierwotnie dystrybucja udziału (*répartition des parts*) została dokonana w taki sposób, że nikt nie jest w większości. Ponadto zadają sobie Państwo pytanie, czy spółka holdingowa mogłaby promować ambitną strategię w dziedzinie cyfrowej? W tej kwestii wydaje mi się, że ARTE jest raczej prekursorem we współpracy z France Télévisions i całym publicznym sektorem audiowizualnym;

Możemy pójść dalej. Z naszej strony nie ma zastrzeżeń co do tego punktu. Wydaje nam się jednak bardziej interesujące współpracować przy projektach niż realizować cele zarządzania, które nie respektują francusko-niemieckiego traktatu. Wreszcie rozwijanie synergii w tradycyjnych funkcjach wsparcia firmy przyniosłoby jedynie bardzo minimalne oszczędności. Wielkie problemy dotyczą tematów cyberbezpieczeństwa czy informatyki, w których współpracujemy. Rynek cyberbezpieczeństwa dotyczy dziś wszystkich publicznych nadawców. Szkolenie, ważna część naszej działalności, skupia wszystkie publiczne programy nadawcze w ramach INA. W związku z tym w tych obszarach wdrażana jest współpraca. Istnieje niewielkie zainteresowanie listą płac lub księgowością.

Peter Boudgoust

Struktura kapitałowa GEIE ARTE nie jest porównywalna do spółki holdingowej. ARD i ZDF są konkurentami. ARD składa się z dziewięciu regionalnych nadawców utworzonych jako stowarzyszenie w celu stworzenia programu krajowego. W przypadku ARTE taki projekt koprodukcyjny jest odrzucany przez kanał niemiecki i akceptowany przez inny. Krajobraz audiowizualny jest darmowy i podlega konkurencji, w oparciu o zasadę pierwszej dystrybucji ARTE w Niemczech. Czyni to ARTE Deutschland stosunkowo niezależnym w porównaniu z innymi kanałami.

Ponadto ARTE Deutschland nie jest finansowane ani z budżetu z ARD, ani ZDF. To KEF przekazuje ARTE Deutschland budżet na jej potrzeby finansowe i bardzo często jego wyposażenie jest wyższe niż ARD i ZDF. To duża różnica w stosunku do spółki holdingowej. Niemcy naprawdę martwią się o powstanie ewentualnej spółki holdingowej, co zagrażałoby zasadom niezależności i wolności – nawet jeśli jest to dobre i uczciwe.

Véronique Cayla

Mogę naprawdę zapewnić, że sukces ARTE, oprócz jakości zespołów, wynika przede wszystkim z jego niezależności. To właśnie umożliwiło rozwój ARTE, zwłaszcza w dziedzinie cyfrowej i w Europie. Bez tego te dwa projekty założycielskie nie mogłyby zostać osiągnięte w tym tempie, a my byłibyśmy podobni do innych.

Jean-Pierre Leleux, sprawozdawca

Moje ostatnie pytanie dotyczy zarządzania ARTE i kontroli – Parlament musi mieć możliwość sprawowania nadzoru nad zarządzaniem spółką. Specyfika firmy od dawna wyjaśnia brak dokładnych informacji na temat zarządzania EEIG w Strasburgu. Czy mogą Państwo potwierdzić, że wkrótce zostanie wdrożona procedura zewnętrznego audytu EEIG w związku z kursami dotyczącymi rachunków francuskich i niemieckich?

Peter Boudgoust

Jesteśmy w trakcie zawierania umowy na podstawie praktyk obowiązujących w instytucjach międzynarodowych. ARTE GEIE zostanie wysłuchane przez sądy francuskie i niemieckie. Przeprowadzono już zewnętrzny audyt ekonomiczny.

Catherine Dumas

Pani przewodnicząca, panie przewodniczący, zauważyliśmy, że ARTE ma się dobrze w obliczu rosnącej liczby odbiorców cyfrowych w Europie. Bardzo mnie też zainteresowało, że będziecie towarzyszyć wyborom europejskim. Jest to bardzo ważne dla parlamentarzystów. Chciałabym wrócić do kwestii możliwej utraty niezależności, której pani się obawia, i traktatu

założycielskiego ARTE. Chciałabym otrzymać więcej wyjaśnień, ponieważ ustawodawcy, którymi jesteśmy, muszą wiedzieć, jak postępować w tej kwestii. Rząd bada możliwość połączenia wszystkich publicznych nadawców. Czytałam ostatnio, że w tej sprawie poprosiła pani o wyjaśnienia ministra kultury. W jakim jesteście obecnie punkcie?

Véronique Cayla

To nie ARTE Francja interweniowała w tej sprawie, ponieważ nie znamy jeszcze projektu. Peter Boudgoust, pytany przez ministra kultury (*de manière préventive*), chciał mu jednak powiedzieć, prewencyjnie, że zasada niezależności jest fundamentalna dla strony niemieckiej, a strona francuska jest tego samego zdania. Mogę zapewnić, że ta niezależność była naprawdę fundamentalna, podczas gdy ten projekt był już sygnalizowany w 2000 roku z inicjatywy niemieckiej.

Peter Boudgoust

Jako prezes ARTE GEIE jestem odpowiedzialny za sprawne funkcjonowanie grupy. To zmusza nas do wzięcia pod uwagę historii ARTE. W momencie jej powstania oba kraje zgodziły się na takie rozwiązanie: aby nie tworzyć hybrydowej struktury w sektorze audiowizualnym (*pour ne pas créer une structure hybride*), ale respektować specyfikę obu systemów audiowizualnych i zagwarantować im całkowitą niezależność. Partnerzy medialni są oczywiście współodpowiedzialni za prawidłowe funkcjonowanie ARTE i to ARTE GEIE zapewnia, że wszystko to jest przestrzegane. Władza państwowa (*Une autorité étatique*) nie może niczego narzucać. Jest to podstawowa zasada umowy założycielskiej ARTE. Dlatego rozmawiałem z panem ministrem Riesterem. Żałuję, że informacje te zostały upublicznione – to zresztą już nas nie zaskakuje.

Michel Laugier

Panie przewodniczący, pani przewodnicząca! Mówiła pani o transmisji programu ARTE w sześciu językach i oświadczyła, że pokrywa 70% terytorium europejskiego. Co zamierzacie Państwo zrobić z pozostałymi 30%? Czy planowane są inne języki? Po drugie, zniesienie opłat licencyjnych (abonamentu), o którym się mówi tu i tam, czy to może podważyć stabilność finansowania? Ponadto reforma francuskiego sektora audiowizualnego dotyczy również krajów zamorskich, co jest kwestionowane przy ewentualnej likwidacji France Ô? W jaki sposób są państwo obecni dzisiaj w DOM-TOM (terytorium zamorskim). W końcu mówiła pani o wyborach europejskich. Rozumiem, że nie byli państwo poddani kontroli CSA. Jak regulujecie te sprawy w zakresie wyborów, zarówno pod względem czasu wypowiedzi, jak i linii redakcyjnej?

Véronique Cayla

Dbamy o to, aby produkować wiele programów, które bezpośrednio dotyczą zagranicznej fabuły fikcji, informacji itp. Właśnie wyprodukowaliśmy świetną fabułę (*Le Maroni*) w sześciu odcinkach, która została bardzo dobrze odebrana na terytoriach zamorskich Francji, a także we Francji. Będziemy kontynuować współpracę z tymi zespołami. Oferowanie takich programów to najlepsze, co możemy zrobić. Jeśli uda nam się dostarczyć więcej informacji technicznych i jakości w naszej zagranicznej dystrybucji, zrobimy to za każdym razem, gdy zostaniemy o to poproszeni.

Jeśli chodzi o regulację, nie ma ona zastosowania do nas ze względu na nasz niezależny status, ale stosujemy go bez przymusu, i uważam, że robimy tak, jak gdybyśmy byli do tego zobowiązani. Szanujemy na przykład chronologię mediów, mimo że nic nas do tego nie zobowiązuje, a my wkładamy 3,5% w kino, przekraczając zobowiązanie 3,2%. Dotyczy to wszystkich przedmiotów. Zawsze wspieraliśmy zobowiązania produkcyjne. W obecnym kontekście globalnym zasadnicze znaczenie ma dla nas fakt, że znaczna część funduszy przeznaczana jest na twórczość. Jesteśmy też tutaj ponad tym, co nas obowiązuje. Dla nas liczy się stabilne finansowanie. Po prostu pragniemy, aby francuska służba publiczna zawsze mogła być zrównoważonym źródłem informacji, w tym i dla ARTE.

Peter Boudgoust

W dziedzinie ochrony młodzieży przepisy są różne w obu krajach, ale służba prawna zapewnia przestrzeganie tych zasad. Nie byłoby możliwe zastosowanie procedury hybrydowej. Nie chcemy tworzyć biurokratycznego potwora. Ponadto korzystanie z większej liczby języków zależy od finansowania. Napisy już kosztują dużo pieniędzy, ale Unia Europejska daje nam na to trochę środków. Na dłuższą metę oczywiście dobrze by było rozszerzyć ofertę językową.

Colette Mélot

Z zadowoleniem przyjmuję sukces kanału francusko-niemieckiego z europejskim powołaniem kulturalnym. Jest to wyjątkowa i wzorowa produkcja audiowizualna, a także europejska platforma dwujęzyczna. Młodzi ludzie przestają oglądać klasyczne kanały, dlatego chciałabym poznać wasze działania komunikacyjne, oprócz waszej ambitnej strategii skierowanej do młodzieży cyfrowej. Czy ma to, na przykład, związek z wyższym wykształceniem, uniwersytetami, młodymi ludźmi inwestującymi w stonki francusko--niemieckie? Poza tym, jaka jest publiczność ARTE? Czy dotyczy to tylko pewnej elity?

Véronique Cayla

Rozszerzenie naszej publiczności – naszych widzów, jest dla nas fundamentalne. To właśnie zrobiliśmy w ciągu ośmiu lat, znacznie zwiększając

naszą obecność we wszystkich francuskich nadawcach publicznych i zwiększając naszą widownię o 60% od 2011 lub 2012 roku. Zawsze uważaliśmy, że rozwój ten musi nastąpić poprzez odmłodzenie. Aby to zrobić, musieliśmy przyciągnąć młodych odbiorców. Dlatego przeprowadziliśmy tę politykę rozwoju cyfrowego.

Jesteśmy pierwszą stacją, która została tak bardzo zdelinearizowana (*être délinéarisée*). Wyniki tego są bardzo odczuwalne. Niestety narzędzia badawczo-pomiarowe nie są odpowiednie. Odbiorcy nie mogą być sumowani pod względem liczby wideo oglądanych (*vidéos vues*) i odbiorców pod względem oglądalności, aby uzyskać globalną publiczność. Dlatego konieczne jest ustanowienie porównań nośnika w nośniku. Widzimy, że rozwijamy się znacznie i że młoda publiczność korzysta z nowych mediów, zwłaszcza z sieci społecznościowych. Jeśli średni wiek jest dość wysoki w przypadku transmisji telewizyjnych, jest on o połowę niższy w sieciach społecznościowych i cyfrowych. Nie ma innego sposobu na to, pod groźbą utraty starszej publiczności bez wygrywania młodych ludzi. Aby uniknąć tej sytuacji, produkujemy również dla sieci społecznościowych, aby mieć programy stworzone dla młodych ludzi. Obecnie wprowadzamy programy hip-hopowe w Internecie i mediach społecznościowych. We Francji hip-hop jest najpopularniejszą muzyką dla całej publiczności.

Peter Boudgoust

To ARTE France kierowało strategią nieliniową. Niemcy mają do tego podejście pełne dystansu... ARTE jest bardzo zaawansowana pod względem platform, których duch odchodzi od tradycyjnych kanałów oferty audio-wizualnej. Łatwiej jest przeprowadzić zmianę w małym domu niż w dużym. Ponadto ARTE nie chce zwracać się do elit, ale do tych, którzy są ciekawi, w szczególności do młodych ludzi.

Régine Hatchondo

Jesteśmy również bardzo aktywni w dziedzinie wirtualnej rzeczywistości. Stworzyliśmy pierwszą aplikację rzeczywistości wirtualnej we Francji i właśnie zdobyliśmy nagrodę na South by Southwest, jednym z najśłynniejszych amerykańskich festiwali gier wideo, rzeczywistości wirtualnej, wciągających doświadczeń itp. Uruchomiliśmy drugi sezon *Loulou* na YouTube, który śledziło ponad cztery miliony osób. Jesteśmy wszędzie, z bardzo różnymi programami, z których niektóre nie mają nic wspólnego z anteną. Mamy 25 kanałów ARTE na YouTube i staramy się przybliżyć młodej publiczności powtórkę lub samą ARTE.

Véronique Cayla

Przed nami niezwykła szansa w tym cyfrowym i zglobalizowanym świecie, aby mieć znaną markę. We Francji ARTE jest piątą lub szóstą naj-

bardziej znaną marką we wszystkich sektorach. Ta siła pozwala nam nie utonąć w nieskończonym wszechświecie cyfrowym, który wszędzie jest osłabiony. Dzięki całej naszej pracy mamy przed sobą stosunkowo spokojną przyszłość.

Claudine Lepage

Wyrazy uznania dla pracy ARTE, której jestem wiernym widzem przez trzydzieści lat, zarówno w Niemczech, jak i we Francji. Patrząc na ARTE dziękuję za jego treści polityczne, całkiem odświeżające, za relacje z kulturą, filmy dokumentalne, wieczory tematyczne, a zwłaszcza za wymiar europejski, który pozwala zobaczyć programy na temat Europy i życia innych Europejczyków. Rozszerzanie platformy na inne języki jest koniecznością, abyście tylko weszli. Wreszcie, jeśli chodzi o reformę audiowizualną, nie znamy prawa i bardzo dobrze rozumiemy obawy przed utratą niezależności redakcyjnej i finansowej oraz duszy. Mogą być państwo pewni, że otrzymają wsparcie naszej grupy w tej reformie!

Pierre Ouzoulias, przewodniczący

I prawdopodobnie Senat!

Véronique Cayla

Dziękuję za to oświadczenie. Bardzo przyjemnie jest słyszeć zapewnienia, które uspokajają nas na przyszłość. Jeśli chodzi o wybory europejskie, stworzyliśmy nowy kanał *Europa 2019*, który można znaleźć na naszej stronie internetowej. Jest to magazyn informacyjny, w którym pojawia się codzienna ważna informacja, przedstawiana przez francusko-niemiecki zespół redakcyjny, który dostarcza jedynie informacji na ten temat. Zrobiliśmy to z myślą o młodych, aby ci, którzy nie znajdują dla siebie wiele ofert na tradycyjnej antenie, aby czuli się wyłączeni z ARTE. Ten nośnik działa od około trzech tygodni. Jestem bardzo dumna z jego stworzenia. Jest to oferta delineraryczna, jak wolą młodzi.

Z drugiej strony, to tylko dwa lata, od kiedy emitujemy program w sześciu językach. To wielka praca, aby 70% Europejczyków mogło nas oglądać w swoim języku ojczystym. Jesteśmy bardzo zadowoleni z tego wyniku i zrobimy wszystko, aby osiągnąć 90% lub 100%, po czym będziemy szukać innych języków, które nie mają dostępu do ARTE, i jesteśmy gotowi do przeprowadzenia eksperymentów.

Françoise Laborde

W imieniu mojej grupy chcę udzielić pełnego wsparcia ARTE. Rzeczywiście, nie znamy konturów tekstu, który należy nam wkrótce przedłożyć, ale wiemy że to właśnie niezależność jest symbolem gwarancji dla kreacji kultury. Dziękuję za bardzo interesujące *exposé*.

André Gattolin

Panie przewodniczący, pani przewodnicząca, czy jest jakiś pomysł na „publiczność liniową”? Jak wiadomo, niezwykle skomplikowana jest rzeczywista ocena odbiorców, których to dotyczy. Czy mamy dane na poziomie europejskim? Ponadto dyskutowaliśmy na temat możliwości włączenia ARTE France do „szerszego telewizora”. Rozumiem, że istnieje logika produkcji i tożsamości ARTE France, ale nie widzę, w jaki sposób integracja ARTE France w większą całość, w tym inne francuskie kanały publiczne, miałyby być problematyczna (przecież tak obecnie jest w Niemczech). Czy może nas Pan oświecić w tej kwestii?

Peter Boudgoust

Nic nie wskazuje na to, że nie będzie bliższej współpracy między różnymi podmiotami. Opowiedziałem o sieci nowych europejskich partnerów, z którymi intensywnie pracujemy. Oczywiście wszystko, co przyczynia się do intensywniejszego korzystania z oferty audiowizualnej, jest pozytywne. Taka możliwość nie jest nieznaną, ale współpraca z ARD i ZDF pozostawia ARTE Deutschland pełną swobodę zawartości programowej, treści. To ARTE wybiera. W przypadku holdingu ta wolność nie istnieje (*Avec une holding, cette liberté n'existera plus*).

ARTE Deutschland ma niezależny budżet. ARD i ZDF nie mogą narzucać, że ARTE Deutschland otrzyma tylko pewien procent całkowitego budżetu. Potrzebujemy wzajemnego finansowania z obu stron. Zasada ta byłaby zagrożona przez spółkę holdingową o strukturze hierarchicznej, która sprawiłaby, że ARTE Deutschland utraci wolność. To są nasze główne obawy. Nie wyklucza to bliższej współpracy ani koprodukcji z France Télévisions, z zasadą pierwszeństwa transmisji w ARTE Deutschland. Bez tego ARTE najmniejszy kanał TV, ryzykuje utratę wizerunku, utratę swojej „marki”, a to oznaczałoby koniec.

Véronique Cayla

Wzmocniliśmy się, pracując przez długi czas razem. ARTE jest adresowana do francusko-niemieckiej, a obecnie i europejskiej publiczności, a kanały narodowe są adresowane do odbiorców krajowych. Jest to podstawowa różnica, która zachęca nas do realizowania programów, które nie stoją ze sobą w sprzeczności, ale są różne. Musimy zaakceptować te różnice, ponieważ na tej właśnie zasadzie została zbudowana Europa. Z drugiej strony nauczyliśmy się szanować te różnice w taki sposób, by „te różnice stały się synergiami”, *nos différences deviennent des synergies*, różnice przeradzają się we współdziałanie/współpracę, cytując Petera Boudgousta. Nie staramy się ich neutralizować, lecz przeciwnie – polegać na nich. W ten sposób ogladalność rośnie, nie tylko we Francji i Niemczech, ale także w pozostałej części Europy.

Régine Hatchondo

Liczba widzów we Francji i Niemczech wynosi 22 mln odsłon tygodniowo. W 2018 roku mieliśmy 55 mln wyświetleń wideo miesięcznie.

Véronique Cayla

Nasza stopa rozwoju wynosi 50% rocznie.

Christian Manable

Panie przewodniczący, pani przewodnicząca! Moje komentarze są zgodne z uwagami moich kolegów i chciałbym dodać i moje komplementy za jakość kanału ARTE. Można powiedzieć, że ARTE to kanał telewizji inteligentnej, który naprawdę kontrastuje ze szczytami przeciętności lub wulgarności niektórych prywatnych kanałów naszego kraju! (*vulgarité de certaines chaînes privées de notre pays!*) Niemniej chciałbym zwrócić uwagę na paradoks: ARTE dąży do rozwoju i wzmocnienia przyjaźni francusko-niemieckiej, a ktoś, kto ogląda ARTE przez cały dzień, mógłby pomyśleć, że II wojna światowa się nie skończyła, ponieważ filmy dokumentalne o tym okresie naszej historii są częste na tej antenie!

Véronique Cayla

Kiedy przybyłam do ARTE, wielu krytykowało mnie za to, że nie buduję tej pamięci, na bazie której próbowaliśmy skonsolidować nasze dwa kraje. Zmniejszyliśmy liczbę tego typu programów, jednocześnie jest to istotny temat, który musimy nadal eksponować, gdy jest to konieczne i kiedy są odpowiednie ku temu rocznice.

Peter Boudgoust

ARTE nie emituje cały czas programów o tragicznych bitwach dwóch wojen światowych. Jestem jednak przekonany, że stacja, która zajmuje się tematyką historii Europy i przyszłością Europy, nie może zignorować tych wielkich katastrof XX wieku. Nie skupiamy się jednak na spektakularnych aspektach tego rodzaju konfliktu zbrojnego. Ważna jest dla nas także faza między dwoma konfliktami, podczas kiedy w Europie odnotowano pojawienie się nowych pomysłów. Jest to także czas, w którym ogłoszono koniec kolonializmu i gdzie powstanie nowych radykalne sił prowokowało przyszłe katastrofy. Film poświęcony wojnie z lat 1914–1918 można zrozumieć z tego punktu widzenia.

Pierre Ouzoulias, przewodniczący obrad senatu

Dziękuję za jakość tych wyjaśnień.

Posiedzenie zostało zamknięte o godz. 11:30.

Streszczenie

Grzegorz Kościński

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

grzegorz.koscinski@upjp2.edu.pl  <https://orcid.org/0000-0001-7820-0115>

ARTE – TELEWIZJA POROZUMIENIA. Fenomen telewizji publicznej jako narzędzia budowania porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej, na przykładzie francusko-niemieckiej telewizji kultury ARTE

DOI: <https://doi.org/10.15633/9788363241087>

Niniejsza monografia została opracowana na podstawie dysertacji doktorskiej poświęconej roli i znaczeniu francusko-niemieckiej europejskiej telewizji kultury ARTE, jako narzędzia budowania porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej. Tytuł pracy doktorskiej, napisanej pod kierunkiem prof. Dr hab. Teresy Sasinskiej-Klas, brzmi: „Fenomen telewizji publicznej jako narzędzia budowania porozumienia między narodami oraz wspierania procesu integracji europejskiej (studium przypadku na przykładzie francusko-niemieckiej telewizji ARTE)”.

Publikacja dotyczy francusko-niemieckiej europejskiej telewizji kultury – ARTE, która powstała w 1991 roku z woli przywódców dwóch narodów: prezydenta Francji - François Mitteranda i kanclerza Niemiec - Helmuta Kohla, którym przyświecała idea wykorzystania mediów w procesie budowania pojednania między Francją a Niemcami oraz medialnego wsparcia dla procesu tworzenia nowej, zintegrowanej Europy. Kultura, przez wieki stanowiąca zarzewie konfliktu i wykorzystywana w celach propagandowych, miała odtąd stać się spoiwem porozumienia między narodami, a zarazem – głównym przesłaniem programowym ARTE. Po ponad 30 latach działalności, można mówić o jej stabilnym rozwoju, co najpełniej wyraziły słowa dyrektora ARTE – Jérôme Clément: „Utopia stała się rzeczywistością”. ARTE została przedstawiona w rozprawie jako „studium przypadku”, ponieważ nadal stanowi odosobniony przykład na audiowizualnej mapie Europy. Jak to określiła w kwietniu 2019 roku Veronique Cayla – dyrektor ARTE France: „ARTE to kreacja polityczna, bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, której nazwa brzmi: Europa”.

Prócz metod badawczych, wynikających z założenia, że jest to „studium przypadku”, podstawową metodą był wywiad pogłębiony, a została ona uzupełniona o szerszy wachlarz narzędzi, takich jak: analiza źródeł zastanych

i stanu literatury przedmiotu, aktów prawnych i dostępnych informacji na temat działalności ARTE. Dla rozpoznania założeń, treści i gatunków programu telewizyjnego zastosowano analizę zawartości, skoncentrowaną na analizie telewizyjnej ramówki programowej, w wybranych przedziałach czasowych. Przyjęto założenie, że zadeklarowana, a następnie praktycznie realizowana wola polityczna partnerów (Francji i Niemiec), wzmocniona o stabilny budżet oraz wprowadzanie do działalności stacji nowych rozwiązań w zakresie technologii audiowizualnych okazały się kluczem do wzmocnienia efektywności działania ARTE.

Słowa kluczowe: Arte, telewizja publiczna, porozumienie, integracja europejska, telewizja kultury

Abstract

Grzegorz Kościński

The Pontifical University of John Paul II in Krakow

grzegorz.koscinski@upjp2.edu.pl  <https://orcid.org/0000-0001-7820-0115>

ARTE – AGREEMENT TELEVISION. The phenomenon of public television as a tool for building understanding between nations and supporting the process of European integration, on the example of the French-German cultural television ARTE

DOI: <https://doi.org/10.15633/9788363241087>

Title of this Ph.D. thesis: The phenomenon of public television as an instrument for building understanding between nations and supporting of European integration process (case study on the example of French-German television ARTE)”.

ARTE is a public TV channel, established in 1991 from the political will of the leaders of two nations, namely president of France Francois Mitterrand and German Chancellor Helmut Kohl. Both were guided by the idea of using the media in the process of building up reconciliation between France and Germany and media support for the process of creating a new, more integrated Europe.

Culture, which for centuries had been seen in mutual relations as a source of conflict and used for propaganda, also revealed its potential as a bridge for mutual understanding between nations and at the same time the main program leitmotiv of the ARTE.

ARTE has been presented as a case study as, for the time being, it constitutes a unique example in the audiovisual landscape of Europe. As it was referred to by Ms. Veronique Cayla, director of ARTE France, in April 2019: „ARTE is a political creation, very original, European TV station which does not have a counterpart in the world, it is multilanguage, cultural and carrying out the mission that exceeds it: Europe”.

The main goal of research undertaken is the scientific analysis of those components, which led that ARTE become an “instrument of building up understanding between nations”. In-depth analysis has been done on the issue of the station’s strategy, program formula and thematic content, management method, technological progress and specific legal and organizational setting of ARTE based on french-german „bitonal model”. The research focused on the description of ARTE’s activities, and the main research method was

a „case study”, which was complemented by other methods. Author relied also on the method of content analysis focused on the analysis of the tv programming schedule.

The main hypothesis which was intend to demonstrate in a doctoral dissertation was that the following factors contribute to strengthening the operative efficiency of the European cultural TV channel ARTE and guarantee its stable development: political will of France’s and Germany’s leaders, adaptation of the regulatory and organizational frameworks to the specifications of a binational TV channel; functioning based on a stable budget, and effective use of modern audiovisual technologies.

Keywords: Arte, public television, agreement, European integration, cultural television

Praca ta wpisuje się twórczo i oryginalnie w badanie teoretycznych podstaw i praktycznych wymiarów funkcjonowania telewizji ARTE z podwójnej perspektywy. Po pierwsze, jest to perspektywa teoretyczna roli mediów w procesie integracji europejskiej i kreacji dyskursu. W tej perspektywie Autor pokazuje także funkcjonowanie telewizji w kontekście współczesnych procesów konwergencji mediów i tworzenia się neo-telewizji. Drugą perspektywą jest perspektywa empiryczno-poznawcza, dzięki której Autor najpierw prezentuje założenia metodologiczne własnych badań, a następnie rekonstruuje empirycznie przestrzeń funkcjonowania instytucjonalno-dziennikarsko-programowego kanału telewizyjnego ARTE. Dzięki tym perspektywom Autor łączy aspekty teoretyczne analiz medialnych z badaniami empirycznymi telewizji. Taka konstrukcja badawcza jest specyficzna dla dyscypliny naukowej, jaką są nauki o komunikacji społecznej i mediach (...). Traktuje on swoją pracę jako „badanie przypadku telewizji ARTE” w kontekście misji promowania integracji przez kulturę za pomocą programu opartego na dwóch przesłaniach: Europie i kulturze.

Takie rozumienie celów i specyfiki pracy stanowi nowatorskie spojrzenie badawcze w polskiej literaturze przedmiotu określającej misję telewizji publicznej w skali ponadnarodowej przez ambitny program budowania i wzmacniania integracji europejskiej na poziomie fundamentalnym: na utrwalonych przez tysiąclecia wartościach kultury europejskiej.

ks. prof. dr hab. Michał Drożdż (UPJP2)

Monografia dotyczy francusko-niemieckiej europejskiej telewizji kultury – ARTE. To rodzaj kompendium wiedzy na temat funkcjonowania tej telewizji publicznej o międzynarodowym charakterze, promującej porozumienie w Europie, realizowane w dziedzinie kultury. Telewizja ARTE powstała z woli prezydenta Francji François Mitterranda i kanclerza Niemiec Helmuta Kohla, którym przyświecała idea wykorzystania mediów w procesie budowania pojednania między Francją a Niemcami oraz medialnego wsparcia procesu tworzenia nowej Europy. Kultura, przez wieki stanowiąca zarzewie konfliktu i wykorzystywana w celach propagandowych, stała się spoiwem porozumienia między narodami, a zarazem głównym przesłaniem programowym ARTE. Rozważania bardzo dobrze wpisują się w nurt badań nad wielokulturowością w mediach. Nie ma w polskiej nauce żadnego opracowania, które w tak kompleksowy sposób opisywałoby tak nietypowego nadawcę, jakim jest ARTE. W trakcie wielu lat swego istnienia ARTE uwiarygodniła swoją pozycję, znajdując dla siebie odpowiednie miejsce na mapie audio-wizualnej Europy.

ARTE to kreacja polityczna, bardzo oryginalna, europejska stacja, która nie ma odpowiednika w świecie: wielojęzyczna, kulturalna i realizująca misję, której nazwa brzmi: Europa.

(Véronique Cayla, Arte France)



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



www.universitas.com.pl