



Emilia Kotnis-Górka¹

Lokalna telewizja internetowa jako medium wspomagające funkcjonowanie społeczeństwa obywatelskiego w małych ojczyznach

Streszczenie

Lokalne telewizje internetowe nie tylko wzbogaciły polski krajobraz medialny, ale stały się szansą dla małych społeczności na szerszy i ciekawszy dostęp do informacji. Mimo że od pojawienia się pierwszych lokalnych telewizji internetowych minęła dekada, zjawisko to niezmiernie trudno ująć w sztywne ramy teoretyczne. Różniące się od siebie pod względem formatu, częstości pojawiania się czy też rodzaju własności i kanału dystrybucji lokalne telewizje internetowe są tym bardziej interesującym obiektem badań, szczególnie gdy jako perspektywę wybierzemy aspekt społeczeństwa obywatelskiego, a konkretnie rolę, jaką w tym względzie pełnią lokalne telewizje internetowe. W kontekście konwergencji, a więc współistnienia nowych i starych mediów lokalną telewizję internetową należy rozpatrywać w kategoriach hybrydy gatunkowej. Dla badań nad konwergentnym medium, jakim jest lokalna telewizja internetowa, istotna jest również zmiana praktyk odbiorczych, która przejawia się w sposobie konsumowania treści przekazywanych za pośrednictwem nie tylko mediów ogólnopolskich, lecz także mediów lokalnych. Odbiorcy, przyzwyczajeni do bogactwa treści i formy popularnych serwisów, takiej samej jakości zaczęli domagać się od wydawców lokalnych. Zdominowany przez prasę drukowaną rynek lokalnych mediów musiał na tę potrzebę odpowiedzieć. Stąd też można przypuszczać, że redakcje lokalnych mediów decydują się na tworzenie zawartości multimedialnych, aby wzbogacić swoją ofertę. Jednocześnie przygotowywane materiały wideo pobudzają dyskusję na ważne społecznie tematy, co z kolei ma znaczenie w kontekście społeczeństwa obywatelskiego na poziomie lokalnym.

Słowa kluczowe: lokalna telewizja internetowa, media lokalne, konwergencja, społeczeństwo obywatelskie, hybryda gatunkowa, posttelewizja

¹ Mgr Emilia Kotnis-Górka, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, ul. prof. S. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, e-mail: emilia.kotnis@googlemail.com

Rola i znaczenie lokalnych mediów w dobie globalizacji

Użytkownicy mediów sięgają po tytuły lokalne, aby zdobyć informacje na temat swego najbliższego otoczenia. Dużo rzadziej poszukują w nich rozrywki, co znacznie wyróżnia media lokalne wśród pozostałych mediów, szczególnie masowych. Obserwowany od wielu lat boom w tym sektorze rodzimego rynku jest konsekwencją między innymi powszechnej obecności i dostępności nowych mediów. Internet dał możliwość stworzenia portalu informacyjnego właściwie każdemu, kto miałby na to ochotę. Wiedza i umiejętności stały się kwestią drugorzędną, co nie pozostaje bez znaczenia dla jakości komunikatów. Niemniej jednak lokalne, a więc odmasowione media w masowym medium, jakim jest internet, są podstawowym źródłem informacji dla milionów Polaków. Nie oznacza to rezygnacji z korzystania z innych rodzajów mediów, co w konsekwencji prowadziłoby do spadku zainteresowania mediami ogólnopolskimi. Raczej mówi się o dwubiegunowym rozwoju rynku medialnego – a więc mediów globalnych i lokalnych.

Przyczynami takiego stanu rzeczy są przede wszystkim ograniczenia każdego z tych typów w zakresie możliwości technologicznych, zainteresowań i potrzeb odbiorców, uwarunkowań ekonomicznych oraz czasu wolnego użytkowników (Gierula 2006: 156). Nie brakuje też zdań, że zwrot ku lokalności wynika z kryzysu społeczeństwa globalnego, niebędącego w stanie zaspokoić wielu elementarnych potrzeb człowieka, w tym potrzeby tożsamości, a więc przynależności do wspólnej sfery kultury, tradycji, obyczajów i sposobu postępowania (Michalczyk 2000: 17). Wielu naukowców jest zdania, że lokalizm w początkach XXI w. przechodzi swój renesans, a rozwój lokalnego sektora prasowego jest tego potwierdzeniem (Mikułowski-Pomorski 2008: 13). Wśród mediów lokalnych dominowała prasa drukowana, ale pojawienie się nowych technologii, w tym przede wszystkim urządzeń z dostępem do internetu, dało lokalnym redakcjom możliwość przenoszenia treści do internetu i tworzenia nowych produkcji, z przeznaczeniem wyłącznie internetowym. Do tego typu inicjatyw należą również lokalne telewizje internetowe.

Rozwój mediów w małych odczynach nie odbywa się w sposób zrównoważony i nie wszędzie mieszkańcy mają dostęp do zróżnicowanej pod względem formy i treści informacji. Brak konkurencji, a więc monopol jednego medium w gminie lub powiecie, powoduje kształtowanie opinii przez jedną redakcję, nierzadko pozostającą pod wpływem władz lokalnych i miejscowego biznesu. Z punktu widzenia uczestnictwa w demokratyzacji społeczności lokalnych struktura formalna na znacznej

części obszarów w Polsce nie jest satysfakcjonująca (Gierula 2006: 151). Tam jednak, gdzie mamy do czynienia z pluralizmem na lokalnym rynku, media stanowią niezwykle ważny element systemu komunikowania, platformę wymiany poglądów, a przede wszystkim źródło informacji o najbliższym środowisku.

Za medium lokalne uważać będziemy tę część systemu medialnego, którą można wydzielić z jego całości na podstawie przeważającej zawartości związanej z życiem oraz funkcjonowaniem społeczności lokalnych (Gierula 2006: 148). Wśród mediów lokalnych wyodrębniane były media drukowane i elektroniczne, co w dobie konwergencji mediów nie ma już większego znaczenia. Chociaż podział ten w wielu regionach Polski jest jeszcze aktualny, to jednak nadążające za trendami redakcje już od dawna są obecne w Internecie i proponują swoim odbiorcom multimedialne treści, wzbogacone o fotografie, zarejestrowany dźwięk czy multimedia, choćby w formie filmów. I to właśnie ta ostatnia grupa komunikatów stanowi ciekawy obiekt badawczy dla tych, którzy analizują zmiany w mediach lokalnych spowodowane konwergencją.

Konwergencja w lokalnych mediach – konsekwencje

Zjawisko konwergencji, czyli wzajemnego przenikania się nowych i starych środków przekazu (Jenkins 2006), jest również silnie obecne w polskich mediach lokalnych właściwie od tego samego momentu co w mediach mainstreamowych. Faktem jest, że i w tym aspekcie nie można mówić o jednorodności. W skali kraju jest wielu wydawców, którzy doskonale radzą sobie w warunkach nowomiedialnych, ale również sporo zwolenników tradycji drukarskiej, ograniczających się wyłącznie do periodyków. Nie brakuje również mediów „środka”, a więc tych w stopniu umiarkowanym wykorzystujących nowe technologie i internet do realizacji własnych produkcji. Powodów takiego stanu rzeczy można wskazać co najmniej kilka, z całą pewnością będą do nich należeć ograniczone zaplecze techniczne i brak wykwalifikowanej kadry. Trzeba bowiem pamiętać, że pomimo dużej dostępności i stosunkowo niskich kosztów technologii w dalszym ciągu możliwość ich wykorzystania jest dla wielu redakcji barierą nie do pokonania. Ci, którzy szybko odnaleźli się w nowych warunkach produkcyjnych, stworzyli konkurencyjne media, zdobywając dziesiątki tysięcy lokalnych użytkowników. Konsekwencją konwergencji w mediach lokalnych będzie więc podniesienie atrakcyjności przekazu, ale jednocześnie wykluczenie, a przynajmniej spadek zainteresowania mediami, które nie proponują odbiorcy urozmaiconych treści.

Pod względem ekonomicznym nie ma jednoznacznej odpowiedzi, czy tańsze jest produkowanie mediów tradycyjnych (głównie drukowanych periodyków, które dominują wśród lokalnych mediów), czy nowych mediów, wzbogaconych o multimedia. Z jednej strony prowadzenie portalu internetowego nie musi się wiązać właściwie z żadnymi kosztami, poza opłatą za domenę. Założyć i redagować portal informacyjny może każdy, o czym świadczy niezliczona ilość portali prowadzonych przez dziennikarzy obywatelskich, niecierpiących z pracy żadnych korzyści materialnych. Zawartość wideo może zostać nakręcona za pomocą telefonu komórkowego, co również nie generuje kosztów. Kult amatora przejawia się również w tym, że w rolę producenta może wejść właściwie każdy. Z drugiej jednak strony nie brakuje przykładów na niezwykle profesjonalne podejście do wydawania lokalnego medium w internecie. Korzyści z reklam pozwalają na czerpanie zysków, a więc honoraria dla profesjonalnych dziennikarzy. Jeśli medium decyduje się również na produkowanie telewizji internetowej, inwestuje pieniądze w studio i sprzęt, co z kolei przekłada się na inną jakość niż ta proponowana przez media nieprofesjonalne. Nie zawsze jednak przekłada się to na większą oglądalność. Niezależni twórcy mogą poszczycić się nierzadko lepszymi wynikami niż ich komercyjna konkurencja.

W dobie konwergencji mediów zmianie uległa również perspektywa czasu. Rynek lokalnych mediów po transformacji społeczno-gospodarczej zdominowany był przez prasę drukowaną. Miało to swoje przełożenie na czas, w jakim informacja docierała do odbiorcy. Prasa drukowana ukazywała się z różną częstotliwością, ale przeważnie nie częściej niż raz w tygodniu. To powodowało, że wiele informacji dezaktualizowało się, zanim ukazał się bieżący numer gazety. Tym bardziej trudno utrzymać regularny kontakt z czytelnikiem, jeśli tytuł ukazuje się raz w miesiącu. Pojawienie się portali informacyjnych i mediów społecznościowych całkowicie zrewolucjonizowało nie tylko praktyki odbiorcze, ale również nadawcze, bo w ślad za oczekiwaniami odbiorców musiała iść zmiana praktyk redakcyjnych. Dla lokalnych dziennikarzy oznaczało to nie tylko zmianę stylu pracy, ale również sposobu przekazywania wiadomości na bardziej dynamiczny, a nierzadko sytuacja wymusza ciągłe aktualizowanie tematu. To z kolei przyniosło kolejne konsekwencje. Wśród lokalnych mediów dużą część stanowią portale informacyjne mające swoje korzenie w tytule drukowanym, często redagowanym równoległe z emisją internetową. Nie ma jednego wzoru na prowadzenie polityki informacyjnej, to samo można obserwować na rynku ogólnopól-

skim. Niektóre tytuły proponują odbiorcy bezpłatnie w internecie taką samą treść jak w drukowanym odpowiedniku, niektóre ją całkowicie ograniczają, a jeszcze inne prowadzą zrównoważoną dystrybucję treści. Przyzwyczajony do darmowego dostępu do wiadomości użytkownik internetu może się w wielu wypadkach poczuć zawiedziony.

Zgodnie z założeniami Henry'ego Jenkinsa konwergencja to nie jest wyłącznie konkurowanie starych i nowych mediów, ale ich wzajemne przenikanie się, co z kolei otwiera nowe kierunki rozwoju, a więc pozwala na stworzenie oferty jeszcze atrakcyjniejszej, niż proponują nowe i stare media (Jenkins 2006). Dobrym przykładem jest właśnie telewizja internetowa, również ta lokalna. Dla wielu nadawców wprowadzenie telewizji internetowej było sposobem na urozmaicenie treści, a więc zaproponowanie materiału atrakcyjniejszego, niż ma w ofercie lokalna konkurencja.

Znaczenie i rola lokalnych telewizji internetowych

W społeczeństwie masowym najważniejszym medium była telewizja. W społeczeństwie informacyjnym zastąpił ją przekaznik multimedialny nazywany telewizją internetową (Kluszczyński 2002: 14). Jak tylko telewizje internetowe zaczęły pojawiać się na rynku, specjaliści okrzyknęli je rynkiem przyszłości. Z perspektywy przeszło dekady możemy stwierdzić, że mieli rację. Zmiana praktyk odbiorczych okazała się znacząca dla sposobu konsumowania treści nie tylko z mediów ogólnopolskich i platform rozrywkowych, ale również mediów lokalnych. Użytkownicy, przyzwyczajeni do bogactwa popularnych serwisów, takiej samej jakości zaczęli domagać się od wydawców lokalnych. Różnorodność lokalnych telewizji internetowych przysparza pewnego rodzaju trudności w stworzeniu ram teoretycznych dla tego gatunku. Ponadto zauważalna wśród lokalnych mediów efemeryczność stanowi dodatkowe utrudnienie badawcze.

Ryszard Kowalczyk stworzył podział lokalnych telewizji na podstawie sześciu kryteriów: zasięgu rozpowszechniania (telewizja regionalna, mikroregionalna, lokalna sensu stricto i sublokalna), sposobu rozpowszechniania (telewizja naziemna, kablowa i internetowa), sposobu działania na rynku (samodzielna lub niesamodzielna), typu własności (publiczna i niepubliczna), nastawienia wobec rynku (komercyjna, niekomercyjna i quasi-niekomercyjna), rodzaju emitowanego programu (uniwersalny, środowiskowy i wyspecjalizowany – na przykład muzyczny, informacyjny, społeczno-religijny i ekonomiczny) (Kowalczyk 2008: 142). Zgod-

nie z tą typologią lokalna telewizja internetowa jest jednym z trzech rodzajów telewizji wyróżnionych ze względu na sposób rozpowszechniania. Biorąc jednak pod uwagę genologię nowych mediów, uznamy telewizję internetową za hybrydę gatunkową typową dla nowych mediów. Zdaniem Wojciecha Skrzydlewskiego stanowi ona przykład konwergencji różnych form komunikowania z sektorem usług. Co nie mniej ważne, według niego (ale też wielu innych badaczy), należy ją uznać za medium posttelewizyjne o hybrydowym charakterze (Skrzydlewski 2013: 7).

Wracając do podziału zaproponowanego przez Ryszarda Kowalczyka, trudno nie zauważyć, że kryterium, jakim jest zasięg rozpowszechniania, nieco komplikuje lokalna telewizja internetowa. Trudno bowiem mówić o zasięgu lokalnym, jeśli kanałem dystrybucji jest medium globalne, czyli internet właśnie. W tym przypadku można uznać, że decydujący będzie parametr zasięgu treściowego, a więc korzystanie z danego źródła informacji przez grupę odbiorców ograniczoną terytorialnie.

Lokalna telewizja internetowa jako medium wspierające społeczeństwo obywatelskie

Media ukazujące się lokalnie, a więc skupiające się na problemach określonej terytorialnie grupy ludzi, pełnią ważną funkcję w swojej małej ojczyźnie. W związku z rolą mediów względem społeczeństwa często omawia się je w kontekście społeczeństwa obywatelskiego. Przez społeczeństwo obywatelskie będziemy rozumieć autonomiczny byt zdolny równoważyć władzę państwową, pozwalający jednocześnie społeczeństwu przejawiać swoje interesy i potrzeby, a także jednoczyć się wobec spraw wspólnej troski i wpływać na decyzje społeczne (Osiatyński 2004: 120). Żeby taka sytuacja mogła zaistnieć, muszą zostać stworzone warunki swobodnej wymiany myśli i opinii, a rolę tę często przyjmują media, w tym media lokalne. Obywatel Polski lokalnej dzięki nowym mediom może w sposób niemal nieograniczony wyrażać swoje poglądy, jednoczyć ludzi wokół słusznej sprawy. Media elektroniczne są doskonałym środowiskiem do oddolnego tworzenia społeczeństwa składającego się z jednostek angażujących się w sprawy wspólne i jednocześnie mające znaczenie dla większej liczby mieszkańców. Naturalnie w praktyce bardzo różnie z tym bywa, ale mając na myśli media proobywatelskie jako pewnego rodzaju typ idealny, należy zaznaczyć, że misja lokalnych mediów będzie z nim bardzo zbieżna. Powszechny dostęp z internetu oznacza zniesienie barier komunikacyjnych, a więc rozwój sfery pu-

blicznej. Nowe technologie sprzyjają działalności trzeciego sektora, który ma fundamentalne znaczenie dla budowy społeczeństwa obywatelskiego, również na szczeblu lokalnym.

Lokalne telewizje internetowe są niezwykle ważnym aktorem na lokalnych scenach, na których prowadzona jest debata społeczna. Tworzone przez lokalnych dziennikarzy materiały filmowe to nowa jakość względem tekstów prasowych, nawet tych wzbogaconych zdjęciami. Rejestracja danego zdarzenia kamerą (choćby wbudowaną w smartfon) jest dla odbiorcy bardziej autentyczna i komunikacyjnie lepiej przyswajalna niż relacja prasowa. Co godne zaznaczenia, relacja ta wcale nie musi spełniać standardów profesjonalnych telewizji. Z drugiej jednak strony prezentowane w lokalnych telewizjach internetowych materiały zawierające wypowiedzi mieszkańców stanowią doskonałą sposobność wyrażenia własnych poglądów. Pytanie jednak, na ile są to wypowiedzi szczere, a na ile podyktowane strachem przed konsekwencjami w środowisku lokalnym. Nie należą bowiem do rzadkości takie materiały, w których głosem dominującym jest głos przedstawiciela lokalnego samorządu.

Lokalnym telewizjom internetowym można przypisać niezwykle istotną rolę kronikarską i kulturotwórczą. Poprzez gromadzenie i utrwalanie na nośnikach obrazu rejestrującego ważne dla danej społeczności wydarzenia tworzone są medialne kroniki, które staną się w przyszłości świadectwem minionych czasów i doskonałym źródłem informacji historycznej. Ten aspekt jest z kolei niezwykle ważny z punktu widzenia tożsamości, a więc istotnego czynnika konstytutywnego społeczeństwa obywatelskiego.

Aby media lokalne dobrze wypełniały swoją rolę, musi być zachowana niezależność i otwartość na wielogłos. Praktyka badawcza pokazuje, że nie zawsze tak się dzieje, po pierwsze dlatego, że powszechny i szeroki dostęp do nowych technologii w wielu środowiskach jest wciąż utrudniony, szczególnie dla seniorów i osób wykluczonych społecznie, a po drugie obserwowany od lat wpływ lokalnej polityki i biznesu na miejscowe redakcje ma niejednokrotnie kluczowe znaczenie dla ostatecznej formy komunikatów, a nawet doboru tematów.

Zakończenie

Lokalne telewizje internetowe stały się alternatywą dla tradycyjnych form informowania społeczeństwa, a dzięki temu wdzięcznym obiektem analiz i obserwacji. Szczególnie istotna rola, jaką przypisy-

wać można lokalnym mediom, to wspieranie społeczeństwa obywatelskiego na szczeblu lokalnym. Media internetowe mają ogromny potencjał, ponieważ związana jest z nimi swego rodzaju swoboda w wyrażaniu opinii i tworzeniu nowych materiałów. Dodatkowo nowe media rozszerzają płaszczyznę działania istniejącym wcześniej mediom tradycyjnym, ale także nowym liderom opinii, w tym dziennikarzom obywatelskim. Hybryda gatunkowa, jaką jest telewizja internetowa, ma duży potencjał w wymiarze lokalnym. Telewizja jest medium słusznie kojarzonym ze społeczeństwem masowym, natomiast jej „odmasowionym” odpowiednikiem jest telewizja internetowa. Dla mniejszych społeczności stanowi ona niejednokrotnie jedyne forum prezentacji szerszej publiczności materiałów audiowizualnych poruszających problemy danej społeczności, a co za tym idzie, pobudzenia dyskusji nad konkretnym problemem. Dzięki temu lokalne telewizje internetowe stanowią narzędzie wspierające budowanie społeczeństwa obywatelskiego. Jednocześnie zagrożenia, jakim mogą być wpływy lokalnego samorządu i otoczenia biznesu na przekazywane treści, są aktualne również w przypadku nowych mediów.

Literatura

- Adamowski J., 2005, *Spoleczne funkcje prasy lokalnej* [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna*, red. J. Chłopecki, R. Polak, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów.
- Bauer Z., 2001, *Internet, czyli lokalne w globalnym* [w:] *Regionalizm. Lokalizm. Media*, red. E. Chudziński, Prowincjonalna Oficyna Wydawnicza, Bochnia-Warszawa.
- Gierula M., 2006, *Lokalna przestrzeń komunikacyjna mediów periodycznych w Polsce* [w:] *Władza lokalna a media*, red. S. Michałowski, W. Micha, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie, Lublin.
- Jałowicki B., 1989, *Rozwój lokalny*, Biuletyn CPBP nr 16, Warszawa.
- Jenkins H., 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NYU Press, New York.
- Kluszczyński K.W., 2002, *Spoleczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Rabid, Kraków.
- Kopecka K., 2006, *Lokalna partycypacja medialna a kształtowanie się społeczeństwa obywatelskiego* [w:] *Nowe media. Nowe w mediach*, t. II: *Za wolność waszych i naszych mediów*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Kowalczyk R., 2008, *Media lokalne w Polsce*, t. 3, Wydawnictwo Contact, Poznań.
- Michalczyk S., 2000, *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje rozwojowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Mikulowski Pomorski J., 2008, *Zmieniający się świat mediów*, Universitas, Kraków.

- Osiatyński W., 2004, *Rzeczpospolita obywateli*, Szklane Domy, Warszawa.
- Skrzydlewski W., 2013, *Telewizja internetowa a granice mediów posttelewizyjnych*, Wydawnictwo DSW, Polkowice.

Local internet television as a medium facilitating the functioning of civil society at the local level

Abstract

Local internet television has not only enriched the media landscape, but also become an opportunity for local communities to have wider and more interesting access to information. Despite the fact that over a decade has passed since the appearance of the first local internet television, this phenomenon is extremely difficult to grasp in a rigid theoretical framework. The local Internet TVs, which differ in format, frequency, or type of ownership and distribution channel, are an interesting subject of research, especially if we choose the aspect of civil society as a perspective, and specifically the role of local internet televisions in this respect. In the context of convergence, meaning the coexistence of new and old media, local internet television should be considered in terms of species hybridity. For research on the convergence medium which is local Internet television, there is also, importantly, a change in receiving practices, not only in the way of consumption of content transmitted through the national media, but also in the local media. Consumers, accustomed to the richness of content and the form of popular services, began to insist on the same quality from local broadcasters. Dominated by the press, the local media market had to respond to this need. Local media editors choose to create multimedia content to enrich their offerings. However, video material is a tool for discussion on socially important topics, which in turn is important in the context of civil society at the local level.

Key words: local internet television, local media, convergence, civil society, hybrid, post-television