

Marcin Szewczyk

Uwarunkowania przekazu prasowego¹ Unii Europejskiej

Celem niniejszego tekstu jest przedstawienie możliwości i ograniczeń komunikowania na tematy europejskie, wynikających z działań instytucjonalno-prawnych instytucji unijnych.

To od nich w najwyższym stopniu zależy kształt dziennikarstwa zajmującego się tematyką europejską. Innymi czynnikami wpływającymi na jego postać, a co za tym idzie na to ile i jakich informacji mogą oczekiwać obywatele Unii Europejskiej, są zagadnienia odpowiedzialności dziennikarskiej oraz dostępnych i wykorzystywanych w praktyce kanałów informowania. Ponadto kształt działalności dziennikarskiej odwołującej się do tematyki europejskiej zależy od wielu innych czynników, zarówno wewnątrz krajowych – wraz ze specyfiką każdego z państw, jak i zewnętrznych, które określone są miejscem i rolą danego państwa w Unii Europejskiej.

Najistotniejszym jednak czynnikiem decydującym o przekazie informacyjnym i kształcie dziennikarstwa europejskiego, jak to jak i w jakim stopniu sama Unia Europejska postrzega ramy kształtowania i prezentacji swojego wizerunku w mediach.

¹ W tym przypadku „prasa” jest rozumiana w znaczeniu szerokim – jako wszelkie techniki rozpowszechniania informacji, a w szczególności jako: *...publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności: dzienniki i czasopisma, serwisy agencyjne, stałe przekazy teleksowe,*

1. Wolność słowa i demokracja

Analizując oficjalne dokumenty nie znajdujemy żadnych konkretnych wskazówek² mówiących o tym, jaki powinien być kształt prasowego informowania o Unii Europejskiej³, co więcej nie ma żadnej konkretnej podstawy prawnej w tej dziedzinie⁴. Jednak potrzeba skonstruowania takich podstaw, rozwoju polityki komunikacyjnej oraz stworzenie nowej realnej strategii komunikacyjnej jest wyraźnie dostrzegana w Unii Europejskiej⁵.

biuletyny, programy radiowe i telewizyjne oraz kroniki filmowe... (art. 7 pkt 2 par. 1 ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe z późn. zm.).

² Nie można w tym miejscu pominąć co prawda takich dokumentów, jak: rozporządzenie (WE) nr 1049/2001 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 30 maja 2001 r. w sprawie publicznego dostępu do dokumentów Parlamentu Europejskiego, Rady i Komisji, komunikat Komisji pt. „Plan działania w celu poprawy przekazywania przez Komisję informacji o Europie” (SEC(2005)0985), komunikat Komisji pt. „Wkład Komisji w okres refleksji i plany na przyszłość: Plan D dla demokracji, dialogu i debaty” (COM(2005)0494), rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 13 marca 2002 r. w sprawie komunikatu Komisji dotyczącego nowych ram współpracy przy działaniach w zakresie polityki informacyjnej i komunikacyjnej Unii Europejskiej, rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 10 kwietnia 2003 r. w sprawie strategii polityki informacyjnej i komunikacyjnej Unii Europejskiej, rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 maja 2005 r. w sprawie wdrożenia strategii informacyjnej i komunikacyjnej Unii Europejskiej, rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie wdrożenia strategii informacyjnej i komunikacyjnej Unii Europejskiej (2004/2238(INI)), jednak nie dają one konkretnej, spójnej i jednoznacznej podstawy do kształtowania przekazu na tematy europejskie.

³ Problem ten jest postrzegany także w samych instytucjach wspólnotowych: *...brak jest podstaw prawnych dla prowadzenia polityki komunikacyjnej*, z: *Opinia przeznaczona do przyjęcia: Biała księga w sprawie europejskiej polityki komunikacyjnej. Sprawozdawca: Jillian VAN TURNHOUT*, Komunikat prasowy nr 70/2006, 428. sesja plenarna EKES-u, 5-6 lipca 2006 r.

⁴ Por. D. Hockney, *Communicating Europe in Partnership – More EU Propaganda*, “European Journal” 10/27/2008, z: http://europeanjournal.typepad.com/my_weblog/2008/10/communicating-europe-in-partnership-more-eu-propaganda.html, z dnia 12.12.2008.

⁵ *Communicating Europe in partnership. Questions and answers*, MEMO/07/396, z: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/07/396&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en>, z dnia 12.12.2008

W sposób oczywisty wszelka działalność prasowa prowadzona w państwach należących do Unii Europejskiej⁶ powinna być realizowana w szeroko uwarunkowanych konsekwencjach określonych przez paradygmat kryteriów kopenhaskich oraz uzupełniająco – luksemburskich. Powinna zatem być działalnością opartą o podstawy pluralizmu, wykorzystując do swego funkcjonowania mechanizmy demokratycznego państwa prawa, na bazie powszechnego prawa do informacji oraz wolność słowa, jako niezbywalnych prawa człowieka.

Ogólne odwołanie do tych zasad znajduje się w Traktacie o Unii Europejskiej, w art. 6:

1. Unia opiera się na zasadach wolności, demokracji, poszanowania praw człowieka i podstawowych wolności oraz państwa prawnego, które są wspólne dla Państw Członkowskich.

Także w Traktacie ustanawiającym Wspólnotę Europejską znajdują się zapisy wiążące jej istnienie z prawami człowieka, z zakazem dyskryminacji, także ze względu na światopogląd:

Artykuł 13.

1. Bez uszczerbku dla innych postanowień niniejszego Traktatu i w granicach kompetencji, które Traktat powierza Wspólnocie, Rada, stanowiąc jednomyślnie na wniosek Komisji i po konsultacji z Parlamentem Europejskim, może podjąć środki niezbędne w celu zwalczania wszelkiej dyskryminacji ze względu na pleć, rasę lub pochodzenia

⁶ Na temat praktycznej realizacji działań informacyjnych dotyczących Unii Europejskiej w Polsce więcej w: M. Bonikowska, *Media w polityce informacyjnej Komisji Europejskiej w Polsce przed rozszerzeniem 2004*, [w:] M. Szpunar (red.) *Media – między władzą a społeczeństwem*, WSIZ, Rzeszów 2007, s. 85-98.

dzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Art. 11 Karty Praw Podstawowych już szczegółowo wskazuje nie tylko na prawo do wolności wyrażania opinii oraz otrzymywania (artykuł 41 i 42 Karty) i przekazywania informacji (artykuł 44 Karty), ale także mówi o respektowaniu wolności i pluralizmu mediów:

Wolność wypowiedzi i informacji

1. Każdy ma prawo do wolności wypowiedzi. Prawo to obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice państwowe.

2. Szanuje się wolność i pluralizm mediów.

Podobne zapisy znajdują się także w respektowanej przez art. 6 pkt. 2 Traktatu o Unii Europejskiej – Europejskiej Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, w art. 10:

Wolność wyrażania opinii

1. Każdy ma prawo do wolności wyrażania opinii. Prawo to obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice państwowe. Niniejszy przepis nie wyklucza prawa państw do poddania procedurze zezwoleń przedsięwzięciom radiowych, telewizyjnym lub kinematograficznym.

Jednak wszystkie te wskazania nie są bezpośrednie i nie odnoszą się jedynie do sfery dziennikarskiej, dotycząc w sposób ogólny prawa do wyrażania opinii i informacji.

Także pośrednie ukierunkowania, jednak odnoszące się już w o wiele większym stopniu to sfery realnej niż programowej, koncentrując się na znacznie bardziej praktycznym podejściu niż

trując się na znacznie bardziej praktycznym podejściu niż ogólne zasady prawa do informacji, znajdują się w Białej Księdze Komisji Europejskiej w sprawie Europejskiej Polityki Komunikacyjnej z 2006 roku⁷.

2. Biała Księga Komisji Europejskiej w sprawie Europejskiej Polityki Komunikacyjnej

W dokumencie tym wskazano na problem, istniejący jeszcze od czasów przed Traktatu z Maastricht, ale nabierający szczególnego znaczenia na początku XXI wieku w erze zdominowanej przez medialny wielokanałowy przekaz informacji. Chodzi mianowicie o lukę komunikacyjną pomiędzy Unią Europejską a obywatelami. Biała Księga proponuje zdawałoby się konkretne narzędzia, które mają tę lukę zmniejszyć. Ich opis może stanowić podstawowy i zwężony przewodnik dla redakcji i dziennikarzy zajmujących się problematyką europejską, w jaki sposób możnaby realizować swoje działania.

Po pierwsze jest to zatem założenie *wielokanałowości dostępu do informacji* o Unii Europejskiej. Należy ją odczytywać jako wskazanie wykorzystywania jak największej ilości istniejących kanałów informacyjnych do docierania do odbiorców. Z jednej strony mamy tu możliwość odbiorczego multiplikowania treści przekazywanych za pośrednictwem różnorodnych mediów, z drugiej natomiast, pomimo ciągłej dominacji telewizji uwzględniane są różnorodne preferencje sposobu odbioru informacji. Założenie to włącza także w sferę przekazu informacji każdą nowopowstającą ścieżkę medialną. Praktyczna realizacja tego punktu znalazła odniesienie w utworzeniu

⁷ COM(2006) 35 końcowy

odrębnego kanał w ramach komercyjnego serwisu internetowego YouTube, poświęconego informacjom na temat Unii Europejskiej, za pośrednictwem którego można potencjalnie dotrzeć do odmiennej grupy odbiorców niż za pomocą mediów tradycyjnych.

Drugim narzędziem jest *różnorodność prezentowanych poglądów*. Tego typu zachęta do przedstawiania jak najszerszego wachlarza opinii i stanowisk, bez wyłączenia stanowisk sceptycznych wobec działań jednoczących Europę powinna stanowić stały składnik pluralistycznego dziennikarstwa. Jednak praktyka wskazuje, że bardzo trudno jest w ramach jednego medium, czy to prywatnego – nastawionego na konkretnego odbiorcę, czy publicznego – w jakimś stopniu zawsze uzależnionego od krajowych *lobbies* i grup nacisku, realizować ten postulat. Nawet w ramach telewizji EbS oraz EbS+⁸ trudno jest znaleźć informacje czy audycje związane z szeroko pojętą koncepcją eurosceptycyzmu.

Trzeci element przepisu na pełen przekaz informacyjny to *uczestnictwo*. Wraz z rozwojem nowych form przekazu i coraz większymi możliwościami mediów dwukierunkowej komunikacji, ten element staje się coraz silniejszym składnikiem współczesnej rzeczywistości medialnej. Tradycyjne listy czy choćby telefony od czytelników, słuchaczy, widzów przeewoluowały i obecnie odbiorca ma realny, często natychmiastowy i wyraźnie widoczny wpływ na kształt przekazu medialnego. Narzędzia tego typu mogą i powinny być wykorzystane do włączenia przedstawicieli społeczności europejskiej w dyskusję na temat Unii Europejskiej. W tym przypadku internet, wraz ze swą natychmiastowością, zwrotnością i możliwo-

ścią modyfikacji przez każdego stoi na najbardziej uprzywilejowanej pozycji.

Te 3 punkty nie stanowią oczywiście doskonałej recepty ani na wypełnienie luki komunikacyjnej, ani na stworzenie doskonałego przekazu dotyczącego tematyki europejskiej. Mogą jednak, wraz z zasadami wolności słowa oraz etyki dziennikarskiej⁹ stanowić bardzo dobrą podstawę do kształtowania świadomego dziennikarstwa europejskiego.

3. Wyzwania komunikacyjne

Wspomniana Biała Księga poświęca odrębne miejsce współpracy z mediami oraz wykorzystaniu nowych technologii. Poza oczywistą konstatacją faktu, że *Media są kluczowymi uczestnikami na wszystkich płaszczyznach europejskiej polityki komunikacyjnej* dokument podkreśla wzrost komunikatywności instytucji brukselskich z mediami, jaki nastąpił w ciągu ostatnich kilku lat. Pomimo tego, stopień komunikacji uznany został za niewystarczający. Przyczyny tego stanu rzeczy postrzega się nie w niesprawności komunikacyjnej instytucji wspólnotowych wspieranych przez kompetentnych kore-

⁸ Europe by Satellite: http://ec.europa.eu/avservices/ebs/welcome_en.cfm.

⁹ Więcej na temat zasad etyki dziennikarskiej w kontekście unijnym: B. Stelmach, *Współczesne formy cenzury medialnej w Unii Europejskiej*, „Zeszyty Naukowe Zakładu Europeistyki”, 3(5)/2007, s. 202-205. Warto w tym miejscu odwołać się także do polskich kodeksów etycznych i zbiorczych ich opracowań: *Informacja na temat istniejącego w Polsce systemu ochrony etyki dziennikarskiej*, KRRiT, Warszawa 2006; *Informacja na temat istniejących w Polsce zasad etycznych w dziedzinach wpływających na zawartość mediów*, KRRiT, Warszawa 2006. Odmienna metodologia przedstawiona jest w opracowaniu odnoszącym się do zagadnień etyki w mediach w relacji do pozycji regulatora w państwach europejskich: *Informacja o roli organów regulacyjnych w tworzeniu, przestrzeganiu i ochronie zasad etyki dziennikarskiej oraz standardów profesjonalnych i programowych w dziedzinie radiofonii i telewizji*, KRRiT, Warszawa 2006

spondentów brukselskich, ale w szczególnym profilu funkcjonowania mediów. Najbardziej poczytna prasa koncentruje się przede wszystkim na wydarzeniach codziennych, mających bezpośredni i natychmiastowy wpływ na społeczność, do której dociera, a te cechy trudno przyporządkować instytucjonalnemu działaniu Unii Europejskiej. Natomiast przemiany technologiczne i gospodarcze ukierunkowały radio i telewizję ku zmianie wzorców programowych, które skutkują znacznym wzrostem wartości czasu antenowego i wyborem treści, które w najwyższym stopniu mają szansę zwiększać słuchalność lub oglądalność. Także i w przypadku mediów publicznych. W związku z hybrydyzacją mediów, wzorcowa nie tylko dla nich tradycyjna triada informacja-edukacja-rozrywka stopniała i zesencjonalizowała do rozrywki uzupełnionej o szczytę informacji i edukacji przekazywanych w takim stopniu, w jakim pozwalają one zwiększyć wyniki finansowe nadawcy¹⁰.

Pomimo tego, że diagnoza jest słuszna i precyzyjna, bardzo trudno jest znaleźć doskonałą receptę mogącą zmienić media i skupić ich uwagę, poprzez dziennikarzy, dla społeczeństwa, na tematyce unijnej. Tym bardziej, że cechą wszystkich mediów jest działanie zgodnie z zasadą *more bad news*.

W Białej Księdze podjęto jednak próbę identyfikacji takich czynników, które mogłyby zwiększyć przestrzeń medialną poświęcaną tematyce europejskiej, a co za tym idzie i zainteresowanie społeczeństwa tematyką europejską. Należy bowiem pamiętać o tym, że

¹⁰ Więcej na temat przemian i sytuacji mediów publicznych w Unii Europejskiej między innymi w: *W poszukiwaniu nowego paradygmatu telewizji publicznej - uwa-runkowania europejskie*, [w:] A. M. Zarychta, Ł. Donaj (red.), *Media i polityka*, Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych w Łodzi, Łódź 2007, s. 287-304.

oczywiście stopień odbioru danych treści jest zależny od upodobań społeczeństwa, jednak to właśnie media kształtują gusty i oczekiwania odbiorców.

Pierwszym takim elementem powinna być realizacja starego już hasła *Nadanie Europie ludzkiej twarzy*, które to hasło w najlepszy sposób odzwierciedla główne zadanie prób regulacji polityki komunikacyjnej Komisji, czyli zniwelowanie przepaści komunikacyjnej, jaka powstała pomiędzy instytucjami UE, a jej obywatelami. Próby wykształcenie realnego zainteresowania i więzi społeczeństwa z funkcjonowaniem Wspólnoty sięgają czasów sprzed Traktatu z Maastricht, jednak pomimo znacznych postępów w dalszym ciągu Unia pozostaje w szerokiej opinii społecznej instytucjonalnym monolitem, którym można się w jakimś stopniu interesować i który w jakimś stopniu wpływa na życie obywateli, ale który w dalszym ciągu pozostaje poza sferą najbliższego codziennego zainteresowani. Wyrazem takiego podejścia może być powszechne i znane sformułowanie *Bruksela powiedziała*.

Kolejny składnik białoksięgowej recepty to zgodnie z zasadą subsydiarności koncentracja na wymiarze krajowym, regionalnym i lokalnym. Zakłada on pełny i przede wszystkim skuteczny system dostępu do informacji europejskich, dzięki którym umieszczanie wydarzeń na tym poziomie da się bez problemu odnieść i osadzić w kontekście niższego poziomu. Nie jest to zadanie łatwe i wymaga na poziomie redakcyjnym i dziennikarskim nie tylko dostępu do informacji, ale także ugruntowanej wiedzy z zakresu problematyki regionu oraz działania UE. Przykładem dobrej praktyki w tej materii może być system regionalnych telewizji hiszpańskich, które nie stały się

jak to miało miejsce w Polsce kanałami informacyjnymi, opracowywanymi głównie przez ośrodek centralny, ale wzmocniły swoją pozycję, koncentrując się na kwestiach regionalnych. W Polsce przy obecnej kondycji regionalnych nadawców publicznych nie ma szansy by doszło do takiej sytuacji. Pewną szansą jest rozwój telewizji lokalnych innego rodzaju, być może w znacznej mierze bazujących na przekazie internetowym oraz kablowym, o niskich kosztach utrzymania, współfinansowanych na przykład przez lokalnych sponsorów oraz urzędy miejskie lub marszałkowskie.

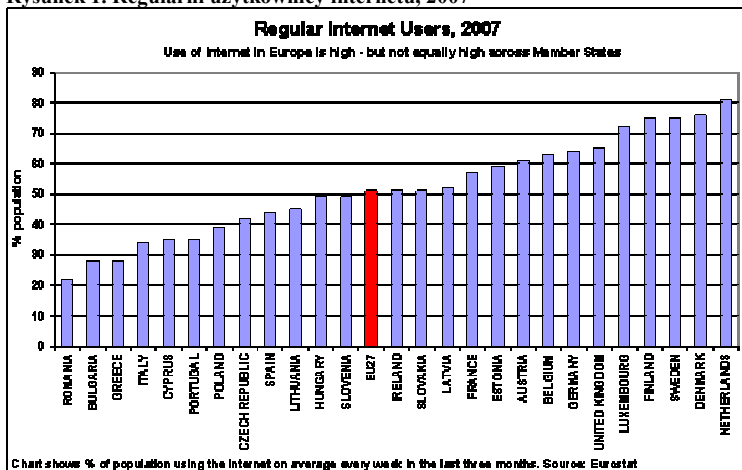
Komisja dostrzegła także niewątpliwą wagę nowych technologii komunikacyjnych dla przekazu treści europejskich¹¹. Odpowiada to wskazanemu wcześniej wielokanałowemu dostępowi do informacji. Należy przy tym pamiętać, że nie dotyczy to jedynie internetu, na którym w znacznej mierze opierają swoje działania służby prasowe instytucji unijnych¹², ale także rozszerzających wciąż swoje usługi – telefonii komórkowych.

Jednak istnieje tu pewne niebezpieczeństwo przecenienia tych form przekazu. Oczywiście w ostatnim czasie ilość osób korzystających w Polsce z internetu zaczęła w końcu osiągać w końcu europejskie wskaźniki (Rys. 1), jednak w dalszym ciągu problem przepustowości łączy pozostaje progiem nie do pokonania.

¹¹ Por. *Guidelines on criteria and modalities of implementation of structural funds in support of electronic communications*, document roboczy Komisji Europejskiej, SEC(2003) 895, Bruksela 2004.

¹² Na temat działania służb prasowych instytucji unijnych czytaj więcej w: A. Ogórnowska, *Rola służb prasowych i audiowizualnych instytucji unijnych w polityce informacyjnej Unii Europejskiej*, „Studia Europejskie”, 4(44)/2007, s. 9-30.

Rysunek 1. Regularni użytkownicy internetu, 2007



Źródło: Community Survey of ICT Usage in Households and by Individuals, 2007. Eurostat, za: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/infso_today/index_en.htm, z dnia 12.12.2008.

Być może unijne plany pokrycia 23 państw europejskich satelitarnym *hot-spotem* rozwiążą ten problem, jednak jest to kwestia jeszcze co najmniej kilku lat. W przypadku telefonii komórkowych problem sprowadza się przede wszystkim do ceny oferowanych usług. Odbiór programów telewizyjnych jest już możliwy, podobnie jak dostęp do zwykłego internetu (nie WAPu), jednak koszt tych usług pozostaje i jeszcze długo pozostanie bardzo wysoki. Praktycznym próbą wdrożenia tego składnika recepty przez UE stało się uruchomienie odrębnego kanału poświęconego UE w ramach bardzo popularnego serwisu *sharingowego* YouTube. Odpowiednio przygotowane krótkie filmy omawiają funkcjonowanie UE, a biorąc pod uwagę popularność YouTube istnieje znaczne prawdopodobieństwo częściowego przynajmniej sukcesu tego pomysłu.

4. Które do ludzi

Dwie formy przekazu medialnego są szczególnie faworyzowanego przez UE. Pierwszą jest wspomniany już internet. I nie dotyczy to jedynie uruchomienia wyżej opisanego kanału *sharingowego* z materiałami wideo. Stał się on najsprawniejszym sposobem komunikacji dla struktur unijnych. Niewątpliwie w największym stopniu wypełnia on oczekiwania UE wobec medium, będąc pluralistyczny, obywatelski, praktycznie powszechnie dostępny, gwarantujący możliwość interakcji i, co nie mniej ważne, relatywnie tani po stronie pierwotnego nadawcy. To jak dotąd internet, a nie inne, bardziej tradycyjne formy prasowe, jest głównym narzędziem UE informowania o sobie i komunikowania się z obywatelami państw członkowskich.

Drugim takim medium jest niewątpliwie telewizja. W UE od 1995 roku wykorzystuje ją do emisji programu EbS. Jest to telewizja szczególna. Wypowiada się ona w imieniu trzech głównych instytucji unijnych. Przekazywana zarówno za pośrednictwem łączy satelitarnych, jak i internetu pozwala na wybór spośród 23 języków.

Oferuje ona audycje typu: relacje na żywo z obrad instytucji unijnych, pakiety najświeższych informacji z działania Unii Europejskiej, debaty na żywo z udziałem widzów oraz skróty najważniejszych wiadomości.

A jak wygląda przykładowy i reprezentatywny fragment rozmówki tej stacji?

10:30 Secret detentions and illegal transfers of detainees by CIA - report of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe:

press conference by Marek SIWIEC (PSE, PL), EP Vice-President and Ioan Mircea PAȘCU (PSE, RO)

11:04 Briefing on the Parliamentary agenda: main topics are Constitutional process of the EU / Report on Secret detentions and illegal transfers by CIA

11:35 Agriculture and Fisheries Council: arrivals

Infoclip Climate Change: Drought

11:50 Agriculture and Fisheries: arrivals and roundtable

12:10 Daily Commission press briefing of 16/7/2007: announcements of upcoming press events - Johannes Laitenberger, Spokesperson

12:12 Countdown for final preparations for the Euro in Cyprus and Malta: announcement and Q&A - Amelia Torres, Spokesperson

Czy taki jest ideał telewizji o Unii Europejskiej w rozumieniu jej samej? Jeśli tak, to jest to ideał smutny, bo ramówka wygląda jak specjalistyczna telewizja edukacyjna lub plan obrad polskiego Sejmu. Surowość tego przekazu sprawia, że chyba nie należy oczekiwać zbyt dużego zainteresowania mieszkańców państw członkowskich jej odbiorem. EbS pozostaje jednak jedyną oficjalną telewizją UE, w sposób szczególnie promowaną za pośrednictwem punktów sieci informacyjnej Europa Direct.

O szczególnej wadze telewizji dla UE świadczy także fakt, że jako jedyne medium jest ona poddana wspólnotowej regulacji. Trzy dyrektywy telewizyjne 89/552/EWG, 97/36/WE oraz 2007/65/WE regulują zarówno poziom instytucjonalno-nadawczy, jak i programowy. Ostatnia z nich rozszerza znaczną część zapisów dotychczas

przypisanych jedynie telewizji także na inne audiowizualne usługi medialne, w tym przekaz za pośrednictwem internetu.

Dlaczego akurat telewizja? I to wraz z próbą poszerzenia zakresu regulacji o inne audiowizualne usługi medialne? Czemu nie prasa drukowana, radio? Przede wszystkim ze względu na to, że przekaz obrazu i dźwięku jest najlepiej przyswajalny i stąd najpowszechniej odbierany przez odbiorców. Za tym podąża największa liczba konsumentów, efektywna reklama i znaczne dochody. Na tym także opiera się wspomniany problem wysokiej wartości czasu antenowego.

Przepisy dyrektyw dotyczące sfery programowej, poza koniecznością udziału w czasie nadawania odpowiedniej ilości audycji zdefiniowanych jako europejskiej nie dają jednak żadnego konkretnego wsparcia mogącego usprawnić działanie mediów w informowaniu o UE. Zatem w przypadku jedyne regulowanego na poziomie wspólnotowym medium, pominięto zagadnienie mówienia o Europie, koncentrując się w zapisach na innych aspektach działania medium. Ważnych, ale niedających właściwie dziennikarzom żadnych konkretnych sugestii, co do swych oczekiwań.

5. Znaczenie mediów

Na szczególną uwagę zasługuje fragment Białej Księgi koncentrujący się na odpowiedzi na pytanie *Jak skutecznie zaangażować media w dostarczaniu informacji na tematy europejskie?* Poza dość enigmatycznymi wskazaniem dla instytucji, związanymi z lepszym rozpoznawaniem potrzeb odbiorców oraz powoływaniem grup badawczych wskazano, że w ramach rozwoju europejskiej polityki

komunikacyjnej organy publiczne na każdym poziomie powinny podnieść swoją sprawność w:

- *dostarczaniu mediom informacji wysokiej jakości i materiałów dotyczących spraw bieżących;*
- *bliższej współpracy z nadawcami i operatorami medialnymi;*
- *ustanowieniu nowych powiązań z regionalnymi i lokalnymi systemami komunikacji;*
- *proaktywnym wykorzystaniu nowych technologii.*

Punkty te właściwie podsumowują wskazane wcześniej elementy składowe diagnozy sytuacji komunikacyjnej w dziedzinie europejskiej i odnoszą się do wypracowanych elementów recepty mogącej ją uzdrowić. Jednak ponownie nie ma tu nawet ogólnych wskazówek odnoszących się do samych dziennikarzy, a cały ciężar odpowiedzialności za komunikacyjne nasycenie społeczeństwa europejskiego spoczywa po stronie instytucji.

Zdaje się, że UE w bardzo wyraźny sposób stosuje tu zasadę subsydiarności wobec mediów i koncentruje się przede wszystkim na przekazie informacji, pozostawiając bez żadnych konkretnych sugestii sposób ich wykorzystania i przekazu.

Teoretycznie, dziennikarz pozostaje w informacji o UE w bardzo komfortowej sytuacji, gdyż ona sama oczekuje od niego *zaledwie* tego aby był *b e z s t r o n n y, k r e a t y w n y* (najczęściej otrzymuje bardzo surową i nie opracowaną informację), *w i a r y g o d n y i w y e d u k o w a n y*, a właściwie wyspecjalizowany w tematyce europejskiej.

W tym miejscu, na poziomie opracowywania informacji przez media UE zdaje się bazować na zaufaniu do ogólnych zasad etyki

dziennikarskiej, które wraz z rzetelną wiedzą przedstawiciele mediów na jej temat mają skutkować pełnymi informacjami przekazywanymi społeczeństwu państw członkowskich. Jednak o ile zasady etyczne, zdają się funkcjonować w przestrzeni dziennikarskiej, o tyle problem wiedzy dziennikarskiej dotyczącej opracowywanego tematu pozostawia wiele do życzenia. Taka sytuacja jest szczególnie wyraźnie widoczna w przypadku polskich mediów. Klasycznym już przykładem jest notoryczne mylenie w mediach Rady Europejskiej z Radą Europy. Wciąż brakuje, i to nie jedynie na poziomie lokalnym czy regionalnym, dziennikarzy specjalizujących się tylko i wyłącznie w tematyce UE. Nieliczni spośród nich, którzy rzeczywiście wyspecjalizowali się w tematyce europejskiej niejednokrotnie stali się zbyt cenni, aby pozostać jedynie dziennikarzami.

Podsumowanie

Unia Europejska pragnie istnieć w świadomości mieszkańców państw członkowskich, jednocześnie chce, aby stało się to za pośrednictwem naturalnych mechanizmów medialnych. Oczekuje, że media niemalże samoistnie, otrzymując surowy pakiet informacji staną się elementem komunikacji pomiędzy nią samą a obywatelem. Dostarczając pełnych, ale z gruntu mało atrakcyjnych i trudnych do zakotwiczenia w świadomości lokalnej informacji, Unia spodziewa się, że wykształcony w tematyce dziennikarz uczyni z nich to, co przybliży ją obywatelom. Wydaje się, że oczekiwania tych dwóch stron – instytucji UE oraz dziennikarzy rozmiągają się. Dziennikarze z wielu przyczyn nie mogą i nie chcą poświęcić się w pełni tematyce europejskiej, a Unia nie jest w stanie zaoferować im atrakcyjnych

materiałów mogących przyciągnąć uwagę odbiorców. Warto przy tym zaznaczyć, że w pierwszej połowie 2007 roku ogólna ilość dziennikarzy akredytowanych przy instytucjach unijnych, którzy z założenia powinni się specjalizować w tematyce europejskiej, to zaledwie 1300 osób. W tej grupie działa jedynie 14 polskich dziennikarzy. Dla porównania – Hiszpanów jest 80. Smutnym pozostaje fakt, że dziennikarze przygotowując materiał dotyczący Unii Europejskiej nie starają się pogłębić swojej wiedzy na jej temat i nie przygotowują się do realizacji materiału, pomimo tego, że to od nich w najwyższym stopniu zależy jaki będzie poziom poinformowania społeczeństwa o tematyce unijnej.