

Maja Chacińska *

MIEJSCE PROGRAMÓW KULTURALNYCH JAKO ELEMENTU MISJI NORWESKIEJ TELEWIZJI PUBLICZNEJ NRK NA PRZYKŁADZIE ANALIZY OFERTY PROGRAMOWEJ Z ROKU 2009

Na początku 2010 roku redaktor kulturalny norweskiego dziennika „Aftenposten” nazwał norweską telewizję NRK „najlepszym nadawcą publicznym na świecie” oraz „największą i najważniejszą instytucją kulturalną Norwegii”. Artykuł jest próbą zweryfikowania tego stwierdzenia poprzez określenie miejsca programów kulturalnych w ramówce NRK w roku 2009. Autorka analizuje, w jaki sposób misja kulturalna została opisana w obowiązujących dokumentach prawnych dotyczących misji norweskich mediów publicznych. Następnie w artykule podjęto próbę określenia, jak NRK definiuje programy kulturalne i jak je klasyfikuje. W drugiej części artykułu przeanalizowano program telewizyjny dwóch kanałów NRK1 i NRK2 z roku 2009, a bardziej szczegółowo z trzech wybranych tygodni tego roku pod kątem realizowania misji dotyczącej kultury.

Słowa kluczowe: Norwegia, telewizja, media publiczne, programy kulturalne, misja mediów publicznych

Na początku 2010 roku największy norweskimi dziennik „Aftenposten” opublikował artykuł, w którym zapytał specjalistów z różnych dziedzin, dlaczego warto świętować ostatnią dekadę. Artykuł był podzielony na dziesięć części tematycznych, z których jedną nazywano „norweskie życie kulturalne”. O wypowiedź poproszono dziennikarza kulturalnego „Aftenposten” Knuta Olova Åmåsę. Dziennikarz, podsumowując pierwsze dziesięciolecie XXI wieku w kulturze norweskiej nazwał publiczne radio i telewizję NRK (Norsk Rikskringasting) „najlepszym nadawcą publicznym na świecie” oraz „największą i najważniejszą instytucją kulturalną Norwegii” (Gulliksen i Torp 2010)¹.

Wypowiedzi tej oczywiście nie można traktować w kategoriach naukowych czy statystycznych. Pierwsza jej część wiąże się zapewne z charakterystyczną dumą narodową Norwegów (widoczną np. w odniesieniu do sukcesów sportowych), druga ma charakter czysto subiektywny. Wątpliwe, aby jej autor sprawdzał statystycznie, czy wypowiedź ta znajduje uzasadnienie w liczbach w stosunku do innych norweskich instytucji kulturalnych. Słowa te skłaniają jednak do zastanowienia się nad zagadnieniem miejsca kultury

* Uniwersytet Gdański; finmw@univ.gda.pl.

¹ Jeżeli nie podano inaczej, wszystkie cytaty w języku angielskim, szwedzkim i norweskim pozostają w tłumaczeniu autorki.

i programów kulturalnych w norweskiej telewizji publicznej NRK. Niniejszy artykuł ma odpowiedzieć na pytanie, na ile taka działalność, która zamienia NRK w „instytucję kulturalną” jest wpisana w jej zadania, czyli misję nadawcy publicznego i na ile jest ona realizowana w programach telewizyjnych przedstawianych przez NRK. Interesuje mnie, czy NRK prowadzi systematyczną i spójną politykę dotyczącą kultury, której wyrazem jest konkretna ramówka, czy też programy kulturalne są w niej przypadkowymi elementami niezwiązanymi z pozostałymi pozycjami programu telewizyjnego.

Zbadanie ostatniego dziesięciolecia dokonań kulturalnych NRK znacznie wybiega poza ramy objętościowe artykułu, postanowiłam więc zawęzić swoje badania do roku 2009, po którym to dziennikarz „Aftenposten” był skłonny do wyrażenia tak entuzjastycznej opinii. Przyczyną wyboru tego roku jest przede wszystkim fakt, że jest to ostatni rok, z którego, na moment pisania niniejszego artykułu, dostępne były szczegółowe raporty i dane statystyczne, dotyczące wypełniania misji przez nadawcę publicznego NRK².

1. NADAWCA PUBLICZNY I JEGO MISJA

Jak stwierdza Karol Jakubowicz, definiowanie pojęcia „public service”, czyli mediów publicznych i ich misji, stało się ulubionym zajęciem badaczy mediów (Jakubowicz 2003: 153). Również w środowisku nordyckich medioznawców kwestia ta jest aktualna i szeroko dyskutowana na łamach nordyckich i międzynarodowych publikacji naukowych³. Jako że celem niniejszego artykułu nie jest analizowanie tej problematyki, przypomnę jedynie w kontekście misji norweskich mediów publicznych często przywoływany w publikacjach, nie tylko nordyckich, podział znaczenia pojęcia „media publiczne”, dokonany przez Trine Syvertsen (Syvertsen 1999: 5–12).

Pierwsza definicja nadawcy publicznego według Syvertsen to *public service* w sensie usług, użyteczności czy korzyści publicznych. W tej interpretacji pojęcie odnosi się do rodzaju usług powszechnie dostarczanych przez rząd, takich jak poczta, drogi, koleje, gdzie głównym kryterium sukcesu jest jakość, wydajność działań i sieć dystrybucji, która zapewnia powszechny dostęp (Syvertsen 1999: 6).

Drugim głównym znaczeniem *public service* jest według Syvertsen idea, w której określenie „publiczny” odnosi się do „sfery publicznej”. W centrum tak pojmowanego *public service* są odpowiednie treści i wartości. Media mają dostarczać pewną wiedzę, która jest niezbędna obywatelom do funkcjonowania w społeczeństwie demokratycznym (Syvertsen 1999: 7).

Trzecia definicja *public service* tłumaczy słowo *public* jako ‘publiczność’. Definicja ta, według Syvertsen, jest najbardziej rozpowszechniona, a w tym rozumieniu publiczność to również konsumenci, a nie jedynie obywatele. Emisja mediów publicznych w tym znaczeniu ma więc przede wszystkim na celu zaspokojenie zainteresowań i preferencji indywidualnych konsumentów, a nie potrzeb ogółu społeczności jako obywateli (Syvertsen 1999: 7).

² Raporty za rok 2010 w momencie pisania artykułu nie były jeszcze opracowane.

³ Na przykład Nordicom Review, Nordicom Information, Norsk Medietidskrift, tacy autorzy jak Trine Syvertsen, Hallvard Moe, Olle Findahl, Anne Edin, Henrik Søndergaard.

Chociaż Syvertsen sformułowała te definicje po raz pierwszy w 1991 roku, przyglądając się dokumentom określającym zakres misji norweskich mediów publicznych (szczegółowe omówienie w dalszej części artykułu), można stwierdzić, że elementy wszystkich trzech definicji przez nią podanych mieszczą się w opisie tej misji, również w odniesieniu do kultury i programów kulturalnych. Elementy pierwszej definicji odzwierciedla dążenie spółki NRK do tego, aby była dostępna na terenie całej Norwegii (NRK 1996). Elementy drugiej definicji mieszczą się w opisie misji NRK jako nadawcy wspierającego i wzmacniającego demokrację (NRK 1996). Trzecia definicja nawiązuje do indywidualnych potrzeb publiczności jako konsumentów i trudno znaleźć tu konkretne punkty w opisie misji NRK, ale właściwie większość jego elementów w jakiś sposób do tej definicji nawiązuje (np. wymaganie wysokiej jakości, różnorodności i kreatywności, NRK-plakaten II, §15). Natomiast o spełnianiu kryteriów zawartych w tej definicji nadawcy publicznego mogą świadczyć statystyki NRK: 70% społeczeństwa norweskiego wyraża swoje zadowolenie z oferty nadawcy publicznego, a 9 na 10 Norwegów uważa, że NRK dobrze spełnia swoją misję (NRK 2010: 6).

W tym kontekście można dodać jeszcze opinię Håkana Larsena na temat tego, jak swoją misję, również z punktu widzenia tych trzech definicji, widzą sami decydenci NRK. Larsen, porównując w swoim badaniu debatę i dyskursy wewnątrz szwedzkich i norweskich mediów publicznych o ich roli i misji twierdzi, że kierownictwo NRK kładzie nacisk na dyskurs konsumencki i obywatelski, a jego „argumentacja łączy dobre jakościowo treści z akceptacją widzów” (Larsen 2008: 327).

Misja norweskich nadawców publicznych jest wyznaczana przez polityków. W tej części artykułu przeanalizuję dokumenty mające charakter prawny, w których jest ona określona. Na początku należy wyjaśnić, że w Norwegii nie wydzielono odrębnych struktur dla publicznego radia i publicznej telewizji. Istnieją one jako jedna spółka „Norsk Rikskringkasting” (NRK). Ponieważ niniejszy artykuł odnosi się jedynie do telewizji publicznej, w dalszej jego części będzie mowa o „misji telewizji publicznej” lub „misji NRK”, ale należy pamiętać, że misja opisana w analizowanych dokumentach dotyczy zarówno radia, jak i telewizji NRK.

Dwa dokumenty, które mówią o misji norweskich nadawców publicznych to: przyjęty przez parlament norweski Komunikat dla Stortingu (*Melding til Stortinget*)⁴, zawierający wymagania dotyczące oferty NRK jako nadawcy publicznego pod nazwą NRK-plakaten (2007–2008) oraz Statut spółki NRK⁵.

NRK jako nadawca publiczny nie musi mieć koncesji⁶, a w norweskiej ustawie o radiofonii i telewizji kwestia misji nadawcy publicznego nie jest omówiona, stąd dodatkowy komunikat regulujący te zagadnienia. Komunikat rządu opisuje misję telewizji publicznej w pięciu punktach. Kultura, czyli w domyśle również programy jej dotyczące, jest wymieniona już na samym początku w punkcie mówiącym o roli NRK we wzmacnianiu

⁴ Jest to rodzaj komunikatu, który rząd przedstawia parlamentowi do dyskusji i który może być następnie przyjęty przez parlament jako obowiązujące prawo. W przypadku NRK-plakaten, opisującego misję NRK według Działu Prawnego NRK, komunikat ten jest obowiązującym prawem i może być zmieniony tylko poprzez ponowne głosowanie parlamentu (korespondencja autorki z Działem Prawnym NRK 2011).

⁵ Z dokumentu *Melding til Stortinget* (NRK-plakaten) pochodzą wszystkie występujące w dalszej części artykułu fragmenty rozporządzeń.

⁶ To m.in. różni NRK od szwedzkich nadawców publicznych, dla których wymogi dotyczące misji ujęte są w koncesji.

demokracji: „Cała oferta NRK jako nadawcy publicznego ma mieć na celu spełnianie demokratycznych, społecznych i kulturalnych potrzeb społeczeństwa” (1a). Punkt trzeci tego rozporządzenia bezpośrednio odnosi się do kwestii szeroko pojętej kultury. Jego tytuł brzmi: „NRK ma wzmacniać norweski język, tożsamość i kulturę”. Większość podpunktów należy odnieść przede wszystkim do kwestii kultury jako podkreślania dorobku społeczeństwa norweskiego i jego tożsamości, „czynności i wytworów opartych w dużej mierze na wspólnych dla danej zbiorowości wzorach” (Puzynina 2005: 11), a nie jedynie twórczości czysto artystycznej, której wyrazem są w telewizji programy kulturalne. Jedynie podpunkty 1f oraz 1g mówią wyraźnie o tej ostatniej kwestii:

NRK ma przekazywać kulturę norweską i szeroką gamę norweskiej twórczości artystycznej, zarówno tę pochodzącą ze środowisk niezależnych, jak i publicznych instytucji kulturalnych (3f).

NRK ma pokazywać filmy norweskie i stymulować norweskie środowisko filmowe. Przynajmniej 35% muzyki emitowanej w NRK musi być muzyką norweską. NRK ma utrzymywać orkiestrę (3g).

W kontekście misji dotyczącej programów kulturalnych należy też wspomnieć o punkcie czwartym rozporządzenia NRK–plakaten, który mówi o zapewnieniu wysokiej jakości, różnorodności i nowej produkcji w odniesieniu do wszystkich programów emitowanych przez telewizję NRK, czyli również kulturalnych (punkt 4).

Drugim dokumentem, który odnosi się do misji telewizji publicznej jest statut spółki NRK. Szczegóły misji są w nim omówione w punkcie II, który jest dokładnym powtórzeniem przytoczonego rozporządzenia rządu norweskiego. Również tutaj, już na początku, podkreśla się wagę spełniania potrzeb kulturalnych społeczeństwa norweskiego (obok demokratycznych i społecznych (NRK–plakaten II, §12a). Paragraf 14 powtarza kwestie dotyczące kultury i programów kulturalnych zawarte w rozporządzeniu rządowym oraz zagadnienia związane ze wspieraniem norweskiego języka, tożsamości i kultury.

Wypełnianie misji określonej w opisanych dokumentach jest kontrolowane przez organ rządowy „Medietilsynet” przy norweskim Ministerstwie Kultury. Spółka NRK przygotowuje co roku raport, w którym przedstawia m.in. za pomocą odpowiednich danych statystycznych, w jakim stopniu wypełniła misję (Chacińska 2010). Raport ten jest przygotowywany dla „Medietilsynet”, ale jego bardziej przystępna i atrakcyjna wersja jest również dostępna dla wszystkich zainteresowanych na stronach internetowych NRK. Należy również podkreślić, że misja publicznych nadawców norweskich jest finansowana wyłącznie ze środków abonamentowych⁷. Telewizja NRK nie może nadawać reklam, a możliwości sponsoringu są bardzo ograniczone (Chacińska 2010). Do końca 2010 roku NRK umieszczała reklamy na swoich stronach internetowych (www.nrkbeta.no), ale decyzją zarządu spółki z 24 marca 2010 roku zostały one usunięte.

2. DEFINICJE PROGRAMÓW KULTURALNYCH

W raporcie spółki NRK za rok 2009 autorzy już we wstępie dotyczącym części kulturalnej cytują wspomnianą wypowiedź z „Aftenposten” nazywającą NRK „najważniejszą instytucją kulturalną Norwegii”. Część dotycząca oferty kulturalnej jest umieszczona mniej

⁷ Za rok 2010 opłata abonamentowa wynosiła 2335 NOK rocznie (NRK, Raport finansowy, 2010, s. 4).

więcej w środku raportu (strony 61–70) i stanowi omówienie oraz przytoczenie statystyki dotyczącej tego, co autorzy i decydenci NRK w roku 2009 uznali za programy kulturalne. Tutaj pojawia się główna trudność przy powstawaniu niniejszego artykułu. Pracownicy NRK, z którymi przeprowadzałam wywiady, nie potrafili podać, jak definiują programy kulturalne, ani jakie są kryteria zaliczania jednego programu do oferty kulturalnej, a innego do rozrywki.

Kwestia ta wydawała mi się szczególnie ważna przy przygotowywaniu statystyki, którą NRK częściowo opracowuje sama, a częściowo zleca firmom zewnętrznym (TNS Gallup). Hilde Thoresen, kierująca pracami zespołu, przygotowującego doroczne raporty programowe, nie widziała jednak w tym żadnego problemu czy kontrowersji (Chacińska 2010). Nie uważała też, aby brak jasnej definicji programu kulturalnego powodował konflikty z firmą przygotowującą statystykę. Podczas prac nad raportem za rok 2010, które nadal trwają, tylko raz zdarzyło się, że Gallup inaczej zakwalifikował program niż pracownicy NRK⁸. Pewne rozeznanie w tej kwestii może dawać przegląd programów w kategorii „kultura” na stronie internetowej NRK, chociaż też niepełne, ponieważ takie kategorie jak „film”, „muzyka” czy „dokument” są wydzielone, a niektóre programy zostały ujęte w kilku kategoriach.

Trudność ta prowadzi do szerszej refleksji na temat prób definiowania kultury w mediach. Z przeprowadzonej przez autorkę analizy programów zaliczonych w statystykach NRK do programów kulturalnych oraz w kategorii kultura na stronie internetowej wynika, że nadawca publiczny za programy kulturalne w dużej mierze uważa te, które tradycyjnie zaliczano do tzw. kultury wysokiej, z niewielką domieszką kultury popularnej (głównie muzyki). Wiele z tych programów to różnego rodzaju transmisje i koncerty muzyki poważnej, balet, opera, programy literackie, audycje o sztuce i architekturze. Mimo, że jak wykazują liczni teoretycy kultury, rozgraniczenie między kulturą wysoką a popularną jest przestarzałe i właściwie dziś już nie powinno obowiązywać, szczególnie w tak popularnym medium jak telewizja, a „hierarchizm jest w odwrocie” (Symotiuk 2005: 23), w swojej misji kulturalnej norweska telewizja publiczna zdaje się to tradycyjne podejście kultywować. Warto zauważyć, że kategorię programów kulturalnych nazwano „sztuka, kultura, media” i nie zaliczono do niej np. seriali.

Warto może tutaj krótko przypomnieć wojnę o pozycję kultury wysokiej, którą w XX wieku toczyli naukowcy, krytycy i dziennikarze. Jak pisze Julian Johnson w swoich rozważaniach nad muzyką poważną „podział kultury (...) na niską i wysoką można uważać za niefortunny, ale wpływ tego podziału na krytykę kultury trwał zbyt długo, aby go po prostu ignorować (Johnson 2002: 122).

Ciekawe zestawienie tej kulturalnej batalii podają w swoich artykułach Tim Vincent i Barry D. Riccio, przypominając począwszy od Matthew Arnolda zwolenników podziału

⁸ Mowa o emitowanym raz w tygodniu od października do grudnia programie *Maestro*, który NRK uznało za program kulturalny, a TNS Gallup za program rozrywkowy. Program przedstawiał rywalizację między znanymi osobami, które uczyły się dyrygować orkiestrą symfoniczną. Każdy odcinek prezentował inny rodzaj muzyki poważnej. Pod koniec odcinka to muzycy orkiestry decydowali, kto odpada z rywalizacji. Wygraną było dyrygowanie orkiestrą NRK podczas koncertu bożonarodzeniowego. TNS Gallup przychyliło się do opinii NRK i w swoich statystykach zaliczyło program do oferty kulturalnej. Co ciekawe, na stronach internetowych NRK w opisie programu czytamy, że jest to „norweska seria rozrywkowa”, ale znajduje się on w kategorii programów: sztuka, kultura i media (<http://www.nrk.no/programmer/sider/maestro/>, dostęp 14 listopada 2010).

na kulturę wysoką i masową, jednocześnie przyznających pierwszeństwo i rolę nadrzędną tej pierwszej (Vincent 2000, Riccio 1993). Vincent przywołuje podział Van Wycka Brooksa z 1915 roku na wysoką (*highbrow*) kulturę elit, wobec której określamy pozostałe kultury i prowadzącą do „wnoszenia się duszy”, oraz niską (*lowbrow*) kulturę przysłowiowego człowieka z ulicy (Vincent 2000: 81).

B.D. Riccio przywołuje klasyka podziału M. Arnolda i jego publikację z 1882 roku *Culture and Anarchy*, w której stwierdza, że prawdziwa kultura nie zniża się do poziomu klas podrzędnych oraz Irvinga Howe’a nazywającego w 1948 roku kino, zaliczane do kultury masowej, czyli niskiej, „psychologiczną szatnią do przechowywania naszych osobowości” (Riccio 1993: 8–9). Innym podanym przez T. Vincenta przykładem jest zbiór esejów z 1957 roku *Mass Culture: The Popular Art In America*, w której Bernard Rosenberg, zwolennik kultury wysokiej, twierdzi, że kultura popularna może doprowadzić do „skretynienia naszego gustu”, „zbrutalizowania naszych zmysłów” i „totalitaryzmu” (Vincent 2000: 84).

Podobne stanowisko, choć nieco łagodniej przedstawione, prezentował drugi redaktor tej publikacji, David Manning White, który również uznawał wyższość kultury wysokiej nad masową i uważał, że kultura popularna jest zagrożeniem, choć nie większym niż w innych okresach historii, co argumentuje przywołując narzekania Sokratesa nad kulturą młodzieży w V wieku p.n.e. (Vincent 2000: 85).

Zarówno T. Vincent, jak i B.D. Riccio zwracają uwagę, że znaczenie tego podziału bardzo zmalało już w latach 60. i 70., przywołując m.in. znany cytat z esejów Susan Sontag publikowanych w „Partisan Review”, twierdzącej, że lata 60. „zerwały (...) z pojmowaniem kultury według Matthew Arnolda, uważając je za historyczny przeżytek” (za: Riccio 1993: 16). Pojęcia te nadal jednak istnieją i są powszechnie używane, nikt już dzisiaj jednak nie odmawia kulturze popularnej miana kultury. Powszechnie uznaje się też, że granice pomiędzy jedną a drugą się zacierają. Jak stwierdza Jakub Zdzisław Lichański „Jeśli postmoderniści mają rację i proces homogenizacji [w kulturze – *przyp. autorki*] jest nieuchronny, to całe nasze narzekanie nie ma większego znaczenia. Musimy się pogodzić po prostu z faktem, że Homera wyprze Star Trek” (Lichański 2005)⁹. Badacze wskazują też na możliwości przyjęcia bardziej współczesnych podziałów, np. na kulturę centralną i peryferyjną, oddających bardziej pluralistyczne niż hierarchiczne „widzenie sfer kultury” (Symotiuk 2005: 23).

Według Jadwigi Puzyniny wielu badaczy traktuje pojęcia kultury masowej i popularnej jako tożsame (Puzynina 2005: 11). Tak też były one wykorzystywane w dotychczasowej części tego wywodu. Natomiast John Fiske, szczególnie zaangażowany w badanie telewizji jako popularnego medium, w ogóle zaprzecza istnieniu kultury masowej jako zunifikowanego produktu „dla pasywnej wyalienowanej publiczności” (Fiske 1989: 168). Jak pisze dalej, taki proces nie istnieje, bo jest to „antyteza kultury, rozumianej jako produkt i dystrybucja znaczeń i przyjemności (...). Nie ma masowej kultury, są tylko alarmujące i pesymistyczne teorie kultury masowej” (Fiske 1989).

⁹ Nie do końca zgodzę się tu z tym przykładem badacza. Zacieranie granic pomiędzy kulturą wysoką a niską, czyli homogenizacja, nie będzie tożsama z wypieraniem kultury wysokiej przez popularną, a raczej z mieszaniami się tych kultur, np. w obrębie gatunków. Homogenizacją nazwałabym tu np. serial *Twin Peaks*, w którym treści artystyczne przekazano w gatunku popularnym, jakim jest serial. Przykład Lichańskiego sugeruje, że treści takie, jak przekazywano nam w Homerze, zanikną.

T. Syvertsen przywołuje w kontekście kultury w telewizji ideę *public service* prezentowaną przez pierwszego dyrektora BBC Johna Reitha, w której nadawcy publiczni mieli być nośnikami kultury wysokiej (Syvertsen 1999: 6). Chociaż, jak stwierdza Espen Ytreberg, takie podejście było aktualne tylko we wczesnej fazie rozwoju BBC. W okresie późniejszym misja objęła również kulturę bardziej popularną (Ytreberg 2002: 289–290). W Norwegii do momentu zerwania monopolu telewizji publicznej i pojawienia się telewizji komercyjnej (od końca lat 80.), szczególnie w latach 70. szeroko debatowano nad zbyt „kulturalną” ofertą NRK, która odzwierciedlała gust elit, czyli można powiedzieć, że była pojmowana tradycyjnie jako wysoka, natomiast nie miała zakotwiczenia w szerokiej publiczności masowej (Enli, Moe *et. al.* 2010: 41).

Wyrazem zmiany wartości kulturalnych w norweskiej telewizji publicznej była, według Josteina Gripsruda, wielka debata kulturalna, która w latach 80. przetoczyła się przez Norwegię w związku z emisją w NRK serialu *Dynastia*. Był on krytykowany np. przez pisarza Jona Micheleta, który twierdził, że taki serial w ogóle nie powinien być nadawany w telewizji publicznej. Z drugiej strony *Dynastii* bronili nie tylko zwykli ludzie, ale też wiele osobistości ze świata kultury (Gripsrud 1995: 84). W debacie wziął m.in. udział znany komediowy aktor norweski Rolf Wesenlund, który zauważył, że „milcząca większość” Norwegów zbyt długo musiała znosić niszowość telewizji publicznej (ibidem: 85).

Z drugiej strony, wydaje się, że z perspektywy decydentów, np. szwedzkiej telewizji publicznej, różnica pomiędzy kulturą elitarną a popularną na ekranie telewizyjnym jest nadal znacząca i to ta pierwsza zasługuje na miano kultury. W jednym z wywiadów szef działu kultury szwedzkiej telewizji publicznej uznał, że tylko ona jako jedyna „pokazuje kulturę”: „To smutne. Właściwie to konkurujemy sami z sobą” (Larsen 2010: 272). Jako że kanały komercyjne w Szwecji emitują nie tylko *reality show* i teleturnieje, ale również seriale, filmy i programy muzyczne, można z tej wypowiedzi wywnioskować, że urzędnik szwedzki nie uznaje tego za prawdziwą kulturę. Podsumowując tę część, zacytujmy Hege Duckert, dyrektora działu kultury NRK, i jej kryteria oceny programów kulturalnych: „Wymagania, które stawiam programom kulturalnym to zmuszanie do refleksji i wielopoziomowość, np. serial może być ciekawy i dostarczać rozrywki, ale powinien też zawierać ważne aspekty społeczne” (Chacińska 2011).

3. PROGRAMY O TREŚCIACH KULTURALNYCH W NRK

Tworząc swój raport, strony internetowe i inne dokumenty, NRK kieruje się pewnym kryterium, często oddzielającym omówione w poprzedniej części artykułu rodzaje kultury, ponieważ wydziela w tych publikacjach kategorię rozrywka, w której umieszcza również programy o zabarwieniu kulturalnym, ale reprezentujące kulturę popularną w jej tradycyjnym rozumieniu. Jednocześnie nie zawsze jestem przekonana o spójności tych wyborów. Nie mam problemu, gdy NRK zalicza do kategorii rozrywki popularne teleturnieje, programy kabaretowe czy seriale typu komedia sytuacyjna, ale już problematyczne wydaje się umieszczenie w tej klasie dokumentu na temat debiutu reżyserskiego Liv Ullman

w teatrze w Nowym Yorku czy filmu, który zdobył Złota Palmę w Cannes, jednocześnie nie umieszczając tych pozycji w kategorii „kultura” (oczywiście mogą to być programy również rozrywkowe). Inną trudność stanowi wydzielenie filmów dokumentalnych, seriali oraz programów dziecięcych jako odrębnych kategorii (na stronie internetowej i w raporcie). Wiele z nich zawiera jednoznaczne treści kulturalne.

Podsumowując można powiedzieć, że NRK poddaje swoje programy dwóm różnym klasyfikacjom: na stronach internetowych jest przedstawiony bardziej szczegółowy i gantunkowy podział, który ułatwia publiczności poruszanie się w dużej ofercie programowej. Zaliczenie na stronach internetowych programu do danej kategorii (czasami do dwóch naraz) może też zwiększyć jego oglądalność. Inaczej kwestia ta jest traktowana w oficjalnym raporcie dotyczącym wypełniania misji, szczególnie w diagramach statystycznych, gdzie do programów kulturalnych nie zalicza się filmów dokumentalnych, seriali czy programów dziecięcych. Sprawa byłaby prosta, gdybym zdecydowała się po prostu dodać do siebie dane statystyczne dotyczące programów innych kategorii, w których występują treści kulturalne. Są to jednak dane zbiorcze (np. dla wszystkich filmów i seriali), a nie jestem oczywiście skłonna zaliczyć każdego serialu i każdego filmu dokumentalnego do oferty kulturalnej, mieszczącej się w misji nadawcy publicznego.

Ponieważ moje badania nad miejscem programów kulturalnych wymagało przyjęcia jakiegoś kryterium wyboru, zdecydowałam się na przytoczenie statystyki NRK, a więc przyjęcie (bliżej nieokreślonych i dość zawężonych) kryteriów spółki. Z drugiej strony przeanalizowałam szczegółowo ofertę programową NRK z roku 2009, gdzie zastosowałam opis ustawodawcy norweskiego z komunikatu dla Stortingu NRK-plakaten, zaliczając do oferty kulturalnej w NRK zarówno programy prezentujące „działalność artystyczną”, jak również te, które prezentują szeroko rozumianą kulturę, tożsamość i język oraz niektóre seriale i filmy fabularne, np. te nagradzane na prestiżowych festiwalach.

W takim rozumieniu procent programów uznanych przeze mnie za kulturalne będzie więc dużo większy, niż wynikałoby to z przytoczonych dalej statystyk. Nie wykonałam jednak analizy zawartości, więc nie wyciągam z tego badania wniosków o charakterze statystycznym. Sądzę, że raport NRK traktuje tę kwestię dosyć skromnie, ale należy uwzględnić też, że pisząc ten artykuł, patrzę na skandynawską telewizję publiczną z perspektywy „obcego”, porównującego NRK z polską telewizją publiczną, w której na co dzień trzeba doszukiwać się elementów kultury w programach czysto rozrywkowych¹⁰.

Jak wspomniałam, dokonałam analizy oferty programowej całego roku 2009¹¹, ale dla potrzeb artykułu i ze względu na jego objętość przykłady programów pochodzą głównie ze szczegółowej analizy losowo wybranych tygodni: 5–11 stycznia 2009, 20–26 kwietnia 2009 oraz 26 października – 1 listopada 2009. Analiza polegała nie tylko na przeczytaniu

¹⁰ Na usprawiedliwienie TVP, w której ściągalność abonamentu wynosi poniżej 30%, należy zaznaczyć, że w 2009 roku abonament płaciło 90% Norwegów, a między rokiem 2008 a 2009 liczba osób płacących abonament w Norwegii wzrosła o 25 000 (NRK, Raport finansowy, 2010, s. 4).

¹¹ Archiwalny, szczegółowy program telewizyjny od roku 1998 można odnaleźć za pomocą specjalnej wyszukiwarki na stronie NRK: http://www.nrk.no/programoversikt/avansert/?p_artikkel_id=&p_forhandsvis_flg=0&p_format=HTML&p_type=prog&p_fom_dag=7&p_fom_mnd=1&p_fom_ar=2009&p_periode=denndagen&p_nrk1=NRK1&p_nrk2=NRK2&p_ev1=EV1-Kroningsjubileet&p_soketekst=&p_knapp=Vis+nenfor, dostęp 22 stycznia 2011.

treści programu telewizyjnego, ale również na obejrzeniu wybranych i dostępnych programów. Celowo do analizy wybrałam tygodnie, w których nie przypadają żadne obchodzone w Norwegii święta oraz sezony urlopowe. Przeanalizowałam programy z dwóch głównych kanałów telewizji NRK: NRK1 i NRK2. Należy zaznaczyć, że kanały te wymieniają się programami i część programów emitowanych w NRK1 ma swoje powtórki w NRK2 i odwrotnie.

Według danych statystycznych TNS Gallup emisja kanału NRK1 w roku 2009 stanowiła 8345 godzin, z czego 563 godziny zostało zakwalifikowanych do oferty kulturalnej określonej jako „sztuka, kultura, media”. W tych 563 godzinach (stanowiących 6,8% całej oferty) nie ujęto wszystkich programów muzycznych (całość 1140 godzin – 13,6%, do przekazu kulturalnego zaliczono 428 godzin), wszystkich filmów (całość 1483 godziny – 17,7%, do przekazu kulturalnego zaliczono tylko trzy godziny) ani programów dla dzieci (700 godzin – 8%). Zakładając, że przynajmniej część programów z tych kategorii będzie zawierała przekaz odpowiadający opisowi kultury z misji NRK (przykłady w dalszej części artykułu), liczba godzin emisji programów kulturalnych jest na pewno większa niż podane 579 godzin (wszystkie dane za: NRK, 2010, s. 9 i s. 69).

Emisja kanału NRK2 w 2009 roku wyniosła 6241 godzin, z czego przekaz kulturalny stanowił 284 godziny (4,5%), muzyka 169 godzin (3%, jako oferta kulturalna ujęte jest 50 godzin), film 365 godzin (6%, jako oferta kulturalna ujęte są cztery godziny), a programy filozoficzno-religijne, które w mojej ocenie (wynikającej z obejrzenia programów) również niosą ze sobą wartości kulturalne 48 godzin (0,7%) (NRK 2010: 10). Rozrywka, której pewne pozycje zaliczyłabym do kultury, zajmuje w obu kanałach procentowo mniej więcej tyle samo czasu antenowego: w NRK1 – 7% a w NRK2 – 5%.

Interesujący jest tu fakt, że według podanych w raporcie profili kanałów to NRK2 ma bardziej kulturalno-edukacyjny charakter, natomiast NRK1 jest przede wszystkim nastawiona na dotarcie do wszystkich grup wiekowych (NRK, 2010, s. 9–10). W żadnej ze statystyk nie wydzielono również filmu dokumentalnego, który jest w raporcie częścią programów zaliczonych do kategorii publicystyki (*Fakta*), co uważam za nieprecyzyjne, ponieważ jak wynika z analizy przedstawionej w dalszej części artykułu wiele filmów dokumentalnych zajmuje się tematyką kulturalną (NRK 2010: 52).

Programy kulturalne z roku 2009, które szczególnie eksponuje raport NRK, można podzielić na programy cykliczne i wydarzenia doroczne lub jednorazowe. Do takich dorocznych wydarzeń NRK zalicza koncert *Topp-20*, w którym występują najpopularniejsi i najważniejsi artyści muzyki popularnej w danym roku, współorganizowany i transmitowany przez NRK1. Koncert, na którym w roku 2009 wystąpiły takie gwiazdy kultury popularnej, jak zwycięzca Eurowizji Alexander Rybak czy zespół A-ha, zaliczono paradoksalnie do wydarzeń kulturalnych, podczas gdy sam finał Eurowizji jest w raporcie ujęty w kategoriach rozrywki (NRK 2010: 66 i 104). Innym wydarzeniem dorocznym, ujętym w raporcie jako oferta kulturalna NRK w 2009 roku był koncert noblowski z udziałem orkiestry radia i telewizji KORK (NRK 2010: 67).

Programy cykliczne nadawane od wielu lat sezonowo, które autorzy raportu NRK uznają za warte odnotowania to np. audycja literacka „Program o książkach” (*Bokprogrammet*), prezentująca spotkania z pisarzami i krytykami literatury, czy program „Duże

Studio” (*Store Studio*), rodzaj kulturalnego talk-show (NRK 2010: 68). Innym programem wymienionym w raporcie jest *Safari* – magazyn reportaży o tematyce kulturalnej z Norwegii i innych części świata (NRK 2010: 68).

Jak wspomniałam, do oferty kulturalnej NRK nie zaliczono wszystkich filmów i żadnych seriali, które stanowią kategorię samą w sobie, chociaż wiele z nich zaliczyłabym do oferty kulturalnej. Raport NRK szczególnie podkreśla w swoich kanałach promocję produkcji norweskiej i skandynawskiej (NRK 2010: 39), chociaż to produkcja amerykańska i brytyjska miała w 2009 roku największy udział w prezentowanych filmach i serialach (odpowiednio 406 i 340 godzin, na trzecim miejscu jest produkcja szwedzka 138 godzin, NRK 2010: 42).

Analiza programu telewizyjnego NRK1 i NRK2 w wybranych tygodniach 2009 roku dostarcza bardziej szczegółowych niż raport informacji na temat prezentowanych tam programów kulturalnych. Już pierwszy program z poniedziałku 5 stycznia 2009 roku, który zaliczyłam do programów kulturalnych, na pewno nie mieści się w statystyce NRK dotyczącej kultury, ponieważ jest filmem dokumentalnym. Film ten jak najbardziej uważam za ofertę kulturalną, jako że opowiada historię powstania baletu *Dziadek do orzechów*.

W tygodniu styczniowym NRK1 pokazało średnio trzy programy kulturalne dziennie, a NRK2 – cztery (niektóre bardzo krótkie, np. codzienne wiadomości kulturalne *Kulturnytt* trwające dziesięć minut). Najmniej takich programów pokazano w sobotę i niedzielę. Wyjaśnić to można tradycją, zgodnie z którą telewizja weekendowa w Norwegii do południa skupia się na dzieciach, po południu przedstawia głównie ofertę sportową, a wieczorem rozrywkę.

Programy w analizowanym tygodniu stycznia podzieliłam na cykliczne (cotygodniowe bądź codzienne) oraz jednorazowe (ewentualnie doroczne). Do programów cyklicznych należą krótkie wiadomości kulturalne *Kulturnytt*, emitowane codziennie w obu programach (w NRK2 powtarzane jeden lub dwa razy dziennie), magazyn językowy (trzecia seria), emitowany trzy razy w tygodniu, wspomniany już magazyn *Safari*, program religijno-filozoficzny *Åpen himmel* („Otwarte niebo”) oraz *Ansikt til ansikt* („Twarzą w twarz”) – rozmowy znanego fotografa z osobistościami świata kultury (w analizowanym tygodniu był to autor książek o Wallanderze, Henning Mankell) i szwedzki talk-show kulturalny *Beckman, Ohlson og Can*.

W tygodniu tym uderza duża liczba seriali dokumentalnych o życiu różnych grup i kultur w Norwegii i za granicą: o życiu artystów cyrkowych, serial dokumentalny BBC o historii sztuki, norweski serial dokumentalny o ludziach mieszkających w odległych częściach fiordów, serial dokumentalny o zabytkach z Listy Dziedzictwa Kulturowego UNESCO, czy szwedzki serial na temat nieznanymi miejsc i kultur lokalnych we Włoszech.

Programy jednorazowe to przede wszystkim filmy fabularne (*Zakochany Szekspir*, *Kupiec Wenecki*) i dokumentalne (o życiu kulturalnym na północy Norwegii, o roku 2008 w Stavanger, Europejskiej Stolicy Kultury, portret fińskiej pisarki, dokument o znanym w Skandynawii szwedzkim aktorze, o utalentowanej muzycznie autystycznej dziewczynce, czy amerykańskim dokumentaliście Michaelu Moorze, film o micie stworzenia Islandii). To w wybranym tygodniu stycznia, natomiast przyglądając się ofercie filmów dokumentalnych z całego roku 2009, znajduję tam wiele filmów dokumentalnych o osobistościach

i wydarzeniach kultury zarówno dawnych, jak i współczesnych (Munch, Klee, impresjonści, Stieg Larsson).

Analiza tygodnia kwietniowego i październikowo-listopadowego prowadzi do podobnych wniosków: przeważają cykliczne magazyny oraz seriale i filmy dokumentalne, natomiast stosunkowo mało jest filmów fabularnych i lepszej jakości seriali (innych niż opery mydlane). Poniższa tabela pokazuje, jak w ciągu analizowanych trzech tygodni programy kulturalne można podzielić na gatunki.

Tabela 1

Zestawienie programów kulturalnych w NRK1 i NRK2 w trzech wybranych tygodniach 2009 roku (z powtórkami)

	Styczeń	Kwiecień	Październik-listopad
Magazyny, wiadomości cykliczne	21	19	18
Seriale dokumentalne	10	14	14
Filmy dokumentalne	12	6	6
Koncerty/filmy/programy muzyczne	3	5	2
Filmy fabularne, seriale	2	5	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie programów telewizyjnych, zamieszczonych na stronie www.nrk.no

Jedyną znaczącą różnicą w analizowanych tygodniach jest duża liczba filmów dokumentalnych w tygodniu styczniowym w porównaniu do pozostałych dwóch tygodni, przy czym liczba dokumentów z różnych dziedzin w tygodniu kwietniowym i październikowym jest podobna. W styczniu wyjątkowo wiele filmów dokumentalnych dotyczy kwestii kulturalnych.

Oprócz takich zestawień czy przeglądu treści samych programów z tych tygodni ciekawe jest spojrzenie na programy kulturalne jako część ramówki kanałów NRK1 i NRK2. Zgadzam się w tej kwestii m.in. z Wiesławem Godzicem, który stwierdza, że na telewizję nie można patrzeć jak na zbiór pojedynczych programów, ale jak na strumień (Godzic 2004: 27). Programy kulturalne w 2009 roku były w ramówce NRK częścią szerokiej oferty misyjnej. Nie były samotnymi wyspami otoczonymi teleturniejami, filmami akcji, czy reality show (a taki obraz wyłania się po krótkim przejrzaniu programów tygodniowych TVP1 i TVP2).

W NRK1 codzienna oferta programowa w wybranych tygodniach 2009 roku obejmowała codzienny krótki serwis informacyjny (od godziny 10 o każdej pełnej godzinie), dłuższe serwisy informacyjne o godzinie 19.00 i 21.00, jeden blok informacyjny w języku samskim, jedno pasmo programów dla dzieci z wydzieloną częścią w języku samskim, dwa stałe programy publicystyczne (magazyn poranny i wieczorny) oraz kilka programów popularnonaukowych i historycznych. W tym zestawieniu bardzo skromnie prezentuje się

regularna oferta rozrywkowa: cztery opery mydlane (szwedzka, dwie amerykańskie i brytyjska) i jeden niemiecki serial komediowy.

NRK2 również obfituje na co dzień programy informacyjne, z czego w roku 2009 prawie cztery godziny, cztery razy w tygodniu obejmowały wiadomości regionalne (po kolei z każdego regionu)¹². Oprócz tego stałą częścią NRK2 były dwa magazyny publicystyczne, program konsumencki, godzinna transmisja z parlamentu, a w części rozrywkowej amerykański talk-show Jona Stewarta.

Oferta filmów i seriali stanowi 18% w NRK1 i 6% w NRK2¹³ (NRK 2010: 9–10). Øyvind Lund, dyrektor odpowiedzialny za zamawianie programów dla NRK uważa, że filmy fabularne nie są priorytetem w norweskich mediach publicznych przede wszystkim dlatego, że jest do nich szeroki dostęp w mediach komercyjnych i na płytach DVD (Chacińska 2010). Jak wspomniałam wcześniej, raport NRK za rok 2009 w bardzo małym stopniu uwzględnia filmy jako ofertę kulturalną. W NRK1 do filmów z kategorii „kultura” zaliczono zaledwie trzy godziny emisji, czyli mniej więcej dwa filmy fabularne. W tej kwestii zdecydowanie uznałabym tę statystykę za znacznie zaniżoną. Nawet jeżeli uznamy, że do tej kategorii należy włączyć jedynie filmy nagradzane, o wysokich walorach artystycznych, pomijając te bardziej popularne czy czysto rozrywkowe, na pewno liczba ta przekroczyłaby siedem godzin (suma godzin w NRK1 i NRK2).

W roku 2009 w obu głównych stacjach norweskiego nadawcy publicznego pokazano m.in. *Good Night and Good Luck* (m.in. zdobywca kilku nagród na Festiwalu w Wenecji), *Sophie Scholl – ostatnie dni* (nagrody m.in. na Festiwalu w Berlinie), *Gandhi, Elisabeth*, *Nickolas Nickelby* (według Ch. Dickensa), w serii „klasyka filmowa” *Frankenstein* z 1931 roku, *Ptaki Hitchcocka*, pierwszy film A. Eisensteina *Strajk* i *Zeszłego roku w Marienbadzie* Alaina Resnais’go, czy zdobywcę Cezara, Oscarów i nagród w Wenecji, film *Między słowami*. Przyglądając się całej ofercie filmowej NRK1 i NRK2 w roku 2009, uderza również prawie całkowity brak filmów akcji, thrillerów i filmów *science fiction*.

W części o nazwie *drama* (która w założeniu dotyczy wszelkiej produkcji filmowej) w raporcie NRK nie ma informacji na temat filmów fabularnych, są tylko dane dotyczące seriali i miniseriów, szczególnie produkowanych w Norwegii i innych krajach skandynawskich. Wymienia się np. norweski serial *Himmelblå* (*Niebiański błękit*), jeden z najczęściej oglądanych programów w telewizji internetowej NRK (NRK 2010: 39). Innym serialem, którym NRK chwali się w swoim raporcie jest serial *Harry & Charles*, opowiadający o pierwszej parze królewskiej po odzyskaniu przez Norwecję niepodległości w 1905 roku. Pozostałe serie i miniserie w ogóle nie są wymienione w raporcie i nie są w statystyce raportu ujęte jako oferta kulturalna, a na pewno można do tej kategorii zaliczyć wyświetlane w 2009 roku serie *Tudorowie*, *Selma* i *Sophie* (szwedzki miniserial o pisarce Selmie Lagerlöf) czy miniserial *John Adams*.

¹² Rok 2009 był rokiem wyborów parlamentarnych w Norwegii, ale nie wpłynęło to znacznie na liczbę programów informacyjnych i publicystycznych, podobna ramówka z programami tego gatunku była również pokazywana w innych latach.

¹³ Dla porównania w głównym programie publicznej telewizji szwedzkiej SVT w 2009 roku było to 15% (SVT, 2009, s. 23), a w głównym programie publicznej telewizji duńskiej DR1 8% (dane bez powtórek DR 2009: 10). W TVP1 było to w roku 2009 47,3% (serie i filmy), a w TVP2 44,8% (dane udostępnione przez Zespół Sprawozdawczości Programowej TVP, styczeń 2011).

W kategoriach bardziej rozrywkowych w 2009 roku NRK pokazała również popularne na całym świecie seriale: *Prawo ulicy*, *Dr House*, *True Blood*, ale nie jest ich wiele. Więcej natomiast jest bliżej nieznanych poza Skandynawią rozrywkowych i kryminalnych seriali szwedzkich, norweskich i duńskich oraz koprodukcji.

Uderzający jest całkowity brak w NRK1 i NRK2 wszelkich reality show i mała liczba teleturniejów. Programy rozrywkowe, wyświetlane w NRK1 i NRK2, na które zwraca się uwagę w raporcie NRK to programy typu talk-show (*Nytt på Nytt*, *Skavlan*), teleturniej *Kvitt og Dobbel* oraz teleturniej z celebrytami *De Ukjente*, a także programy jednorazowe, np. wspomniany Festiwal Eurowizji czy Gala Mistrzów Sportu (*Idretts gala* 2009).

Na uwagę zasługuje fakt, że mimo tego, że NRK jest telewizją bardzo misyjną, nie ma w niej odpowiednika polskiego Teatru Telewizji, który często podawany jest jako przykład misyjnego programu kulturalnego Telewizji Polskiej. NRK w 2009 roku emitowało transmisje oper (np. *Carmen* w koprodukcji opery w Oslo, wiedeńskiej i londyńskiej), baletów (np. *Dark Night of the Soul*), ewentualnie transmisje przedstawień teatralnych (np. *Dom Lalki* z festiwalu w Edynburgu) oraz filmy dokumentalne o ważnych przedstawieniach (np. o *Pannie Julii* z Marią Bonnevie w roli głównej). Nie wyświetlano natomiast sztuk teatralnych wyprodukowanych przez telewizję i dla telewizji. Wyjaśnić to można faktem, że teatr w NRK, również w 2009 roku, funkcjonował głównie jako teatr radiowy. Szczególnie kanał P2 ma długą tradycję emisji teatru w radiu. Według statystyk NRK, niedzielne przedstawienia *P2-teatret* zebrały w 2009 roku 36 000 słuchaczy, co odpowiada rocznej publiczności wszystkich norweskich scen regionalnych (NRK 2010: 42).

Jak wspominałam wcześniej, programy dziecięce również w pewnym stopniu należałyby ująć w ofercie kulturalnej NRK. Szczegółowa analiza tych audycji wymagałaby jednak osobnego artykułu. Wspomnę więc tylko dwa tytuły: w 2009 roku NRK pokazało nagradzany polski serial dla dzieci *Magiczne drzewo* (m.in. nagroda Emmy), a dla młodszych dzieci serial kanadyjski *Tigga i Togga*, który kładzie naciska na poznawanie świata przez dźwięki, rytmy i muzykę. NRK ma również kanał tematyczny dla dzieci i młodzieży NRKSuper, którego priorytetem jest m.in. różnorodność gatunkowa (Chacińska 2010). W statystyce tego kanału nie ma jednak kategorii „kultura”.

Ważnym elementem polityki i oferty kulturalnej NRK jest utrzymanie i wykorzystanie Orkiestry Symfonicznej Radia i Telewizji KORK. NRK prowadzi oddzielną statystykę oglądalności telewizyjnej i słuchalności radiowej z udziałem KORK. Natomiast w telewizji internetowej NRK funkcjonuje odrębna strona, na której można obejrzeć lub wysłuchać koncertów z udziałem orkiestry. W 2009 roku najlepszą oglądalnością z udziałem KORK cieszyły się emisje Gali Mistrzów Sportu i Gali Noblowskiej (NRK 2010: 67).

Na koniec chciałabym jeszcze wspomnieć o kwestii odzwierciedlania wspólnoty nordyckiej w telewizji NRK. Pomimo tego, że misja NRK, podobnie jak misja telewizji szwedzkiej, zawiera wymóg emisji programów nordyckich (NRK-plakaten 4g), to NRK nie prowadzi statystyk dotyczących produkcji nordyckiej w telewizji publicznej¹⁴. Wyraźnie

¹⁴ Dla porównania: publiczna telewizja szwedzka prowadzi takie statystyki, produkcja nordycka w 2009 roku stanowiła tam 12% oferty.

jednak produkcja nordycka programów różnych kategorii zajmuje stosunkowo dużo miejsca w NRK. W analizowanych tygodniach w NRK1 i NRK2 znalazło się: w styczniu – 25 produkcji szwedzkich, 11 duńskich, 3 fińskie i 1 islandzka; w kwietniu – 20 produkcji szwedzkich, 18 duńskich, 1 fińska, 1 islandzka, a w tygodniu październikowo-listopadowym 19 szwedzkich i 15 norweskich.

4. „NAJLEPSZY NADAWCA PUBLICZNY NA ŚWIECIE”?¹⁵

Analizując ofertę programową norweskiego nadawcy publicznego nie można odmówić słuszności entuzjastycznej wypowiedzi Knuta Olova Åmås. Parafrazując tę hiperbolę powiedziałabym „bardzo dobry nadawcy publiczny w skali światowej”. W przypadku programów kulturalnych trzeba stwierdzić przede wszystkim, że NRK prowadzi politykę spójną i systematyczną. Jak wykazałam w artykule, programy te stanowią stałą część codziennej ramówki obu stacji NRK, reprezentują szeroką gamę gatunków i skierowane są do widzów w różnych grupach wiekowych¹⁶. Ponadto, o czym wcześniej nie wspomniałam, są nadawane o różnych porach, zwykle wieczorem, ale raczej nie po północy. Programy nadawane w nocy mają też często swoje powtórki w godzinach wcześniejszych następnego dnia. Warto też zwrócić uwagę na szeroką gamę tematyczną emitowanych w NRK programów kulturalnych: są to cykliczne programy lub seriale o książkach, malarstwie, architekturze, języku, filozofii i religii, a także kulturach mniejszości mieszkających w Norwegii i kulturach z innych części świata.

Starałam się również wykazać, że mówiąc o miejscu kultury w NRK nie można brać pod uwagę jedynie statystyki podawanej przez NRK w oficjalnych raportach (NRK1 – 7%, a NRK2 – 8%), ponieważ nie są w niej ujęte filmy fabularne, seriale, filmy dokumentalne, programy dla dzieci i niektóre programy reprezentujące kulturę bardziej popularną.

Patrząc na codzienną ramówkę NRK z perspektywy polskiej, szczególnie w odniesieniu do liczby godzin programów informacyjnych, można by odnieść wrażenie, że jest to telewizja nudna i rzeczywiście nieco „niszowa”. Sądzę, że wielu Polaków, oglądając NRK, zapytałoby, cytując założyciela organizacji „Przyjaciele Dynastii” (lata 80. XX wieku), Freddy’ego Andersona: „kto w środe wieczorem ogląda program o ludzkim mózgu?” (Gripsrud 1995: 85). NRK nie kieruje się jednak w tak dużym stopniu, co nadawcy komercyjni, statystykami oglądalności, a statystki te odnosi zawsze do gatunku danego programu, sprawdzając czy oglądalność jest odpowiednio wysoka (Chacińska 2010).

Ponadto, jak wskazują przytaczane wcześniej statystyki, społeczeństwo norweskie jest zadowolone z takiej telewizji publicznej, co wyjaśniłabym długą tradycją demokratyczną i wielokulturowością tego niewielkiego pod względem liczby mieszkańców społeczeństwa. Zanim pojawili się imigranci, byli Samowie, byli też reprezentanci wielu regionów

¹⁵ Gulliksen, Torp 2010.

¹⁶ Oferta, również kulturalna, dla młodzieży znajduje się w stacji NRK3/NRKSuper, której nie analizowałam w artykule. NRKSuper do godziny 19.30 jest nadawana dla dzieci i młodzieży, natomiast po 19.30 NRK3 pokazuje ofertę dla osób dorosłych poniżej 40 roku życia (NRK 2010: 11).

położonych daleko od Oslo, mówiących swoimi charakterystycznymi dialektami i mający swoje specyficzne problemy. Istnieje też mniejszościowy wariant języka norweskiego – „nynorsk” – którego używa 10–15% mieszkańców Norwegii¹⁷. To, że i oni są odbiorcami mediów publicznych, wydaje się być zrozumiałe dla innych członków społeczeństwa norweskiego, również tych zamieszkałych w stolicy.

Patrząc na różne role, jakie mogą spełniać nadawcy publiczni według definicji *public service* T. Syvertsen, przytoczonych na początku artykułu, można powiedzieć, że publiczne media norweskie niejako wychowały sobie takich widzów, nadając duży priorytet spełnianiu misji zawartej w definicji obywatelskiej, ale też niewymienianej przez T. Syvertsen pluralistycznej (media dla mniejszych grup społecznych i elit, Larsen 2008: 326). Duża liczba stałych programów informacyjnych w ramówce (NRK1 30%, NRK2 64%), ale także filmów dokumentalnych, poruszających aktualne tematy społeczne (ponad połowa wszystkich dokumentów, NRK 2010: 52), podkreślających wielokulturowość i potrzeby mniejszości sprawia, że wzrasta zrozumienie i tolerancja, np. dla potrzeby emisji programów dla dzieci w języku samskim, czy programów o kulturze Romów.

Trzeba też oczywiście zaznaczyć, że NRK, dzięki znacznym przychodom z abonamentu, może sobie pozwolić na taką misję. Inną kwestią związaną z zamożnością społeczeństwa norweskiego jest fakt posiadania przez dużą liczbę gospodarstw domowych telewizji innych niż publiczna, w tym płatnych, w których każdy może znaleźć to, czego nie znajdzie u nadawcy publicznego. Przykładem może być liczba użytkowników oferty telewizyjnej i internetowej największego norweskiego kanału komercyjnego TV2: w roku 2009 było to 71%¹⁸. Podobnie w 2009 roku 91% Norwegów miało w domu połączenie z internetem, a 73% Norwegów w wieku 9–79 lat korzystało codziennie z internetu¹⁹. Możliwość korzystania z innych mediów niż telewizja publiczna w tradycyjnej formie z pewnością również zwiększa tolerancję i zrozumienie dla oferty mniej komercyjnej i ułatwiają tym samym nadawcy publicznemu spełnianie swojej misji w dziedzinie kultury.

Niniejsza praca powstała m.in. w oparciu o badania własne oraz wywiady, które autorka przeprowadziła z 2010 r. z Hilde Thorsen (kierownikiem zespołu przygotowującego raport dla *Medietilsynet*), Ole Andre Hansenem (dyrektorem finansowym NRL) oraz Øyvindem Lundem (dyrektorem ds. personalnych). Bardzo pomocna była też elektroniczna korespondencja autorki z Działem Prawnym NRK, Hege Duchert (dyrektorem działu kultury NRK) oraz Bronisławą Maślanką (kierownikiem Zespołu Sprawozdawczości Programowej TVP).

BIBLIOGRAFIA

Enli, Gunn, Hallvard Moe *et al.* 2010. *TV – en innføring*, Universitetsforlaget.
Fiske, John. 1989. *Understanding Popular Culture*. Londyn, Nowy York: Routledge.

¹⁷ Misja NRK zobowiązuje nadawcę publicznego do 25-procentowej emisji w języku „nynorsk”. Jest to jedyny wymóg misji, który nie został spełniony w 2009 roku (NRK1 – 24%, NRK2 – 17%, NRK 2010: 16).

¹⁸ Dane dla osób powyżej 12 lat TNS Gallup, za: www.medienorge.uib.no, dostęp 15 stycznia 2011.

¹⁹ Dane za: Centralne Biuro Statystyczne Statistisk sentralbyrå, www.sbs.no, dostęp 17 stycznia 2011.

- Godzic, Wiesław. 2004. *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków: Universitas.
- Grisprud, Jostein. 1995. *The Dynasty Years. Hollywood Television and Critical media Studies*, London: Routledge.
- Gulliksen, Øving i Ingrid S. Torp. 2010. *Tio gode grunner til å feire siste tiår*, “Aftenposten”, <http://www.aftenposten.no/amagasinet/article3442423.ece>, dostęp 22.12.2010.
- Informacje NRK: <http://nrkbeta.no/2010/03/24/nrk-kutter-reklamen-paa-nett/>, dostęp 23.01.2011.
- Jakubowicz, Karol. 2003. *Bringing Public Service Broadcasting to Account*, w: Lowe Gregory i Taisto Hujanen (red.), *Broadcasting & Convergence: New Articulation of the public Service Remit*, Göteborg: Nordicom, s. 147–167.
- Johnson, Julian. 2002. *Who Needs Classical Music?: Cultural Choice and Musical Value*. Oxford: Oxford University Press.
- Kulturdepartementet. 2009. Regeringsbeslut 86, Tillstånd att sända television 2010.
- Larsen, Håkon. 2008. *I demokratiets tjenste, Offentlig debatt om allmennkringkasting i Norge og Sverige*, “Tidsskrift for samfunnsforskning”, nr 49 (3), s. 313–342.
- Larsen, Håkon. 2010. *Legitimation Strategies of Public Service Broadcasters: the Divergent Rhetoric in Norway and Sweden*, “Media Culture and Society”, nr 32 (2), s. 267–283.
- Myers, David. 1992. *High Culture, Low Culture and No Culture, Literature in the Mass Media in Australia*, “Social Alternatives”, vol. 11/1, s. 33–37.
- NRK. 2010. Årsrapport 2009, Høy kvalitet. Norsk virkelighet.
- NRK. 2010. Årsregnskap 2009.
- NRK-plakaten, St.meld. nr 6 (2007–2008), 9 października 2007.
- Puzynina, Jadwiga. 2005. *Kultura popularna a kultura wysoka dziś*, w: Małgorzata Karwatowska i Barbara Myrdzik (red.), *Relacje między kulturą wysoką i popularną w literaturze, języku i edukacji*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Riccio, Barry. 1993. *Pupular Culture and High Culture: Dwight Macdonald, His Critics and the Ideal of Cultural Hierarchy in Modern America*, “Journal of American Culture”, vol. 16 (4), s. 7–18.
- Statystyka SVT: <http://svt.se/content/1/c8/01/02/61/32/Utbud%202009.pdf>, dostęp 12.01.2011.
- Symotiuk, Stefan. 2005. *Kultura wysoka i niska, czy centralna i peryferyjna*, w: Małgorzata Karwatowska i Barbara Myrdzik (red.), *Relacje między kulturą wysoką i popularną w literaturze, języku i edukacji*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Syvertsen, Trine. 1999. *The Many Uses of the Public Service Concept*, “Nordicom Review”, 1/1999, s. 5–12.
- Syvertsen, Trine. 1991. *Begreppet “public service” i mediedebatten*, w: Ulla Carlsson (red.), *Public service*, “MedieNotiser” nr 4/91, s. 1–15.
- Vedtekter for NRK AS (Statut NRK AS, 1996 z późniejszymi zmianami), 30.04.1996 <http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.5392438>, dostęp 10.01.2011.
- Vincent, Tim. 2000. *What the Market Will Allow: High Culture and Bottom Line*, “Journal of American and Comparative Cultures”, nr 23/2, s. 81–89.

Ytreberg, Espen. 2002. *Continuity in Environments: the Evolution of Basic Practice and Dilemmas in Nordic Television Scheduling*, "European Journal of Communication", nr 17/3, s. 283–304.

CULTURAL PROGRAMMES POSITIONING AS AN ELEMENT OF PUBLIC SERVICE TELEVISION MISSION IN NRK BASED ON ANALYSIS OF THE PROGRAMME OFFER IN 2009

At the beginning of 2010 the culture editor of the Norwegian newspaper Aftenposten called the Norwegian television NRK "the best public service broadcaster in the world" and „the biggest and most important Norwegian cultural institution". The article is an attempt to verify this statement through identifying the place of cultural programmes in NRK schedule in 2009. The author analyses how the cultural mission is described in current legal documents concerning Norwegian public service media mission. Furthermore the article is an attempt to identify how NRK defines cultural programmes and how it classifies them. In the second part of the article the author analyses the television programme of NRK1 and NRK2 in 2009, and presents the results of a more detailed analysis of selected three weeks of that year concerning the execution of its cultural mission.

Key words: Norway, television, public service media, cultural programmes, public service mission