



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Rozgłoszenie BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America w komunikowaniu międzynarodowym : od propagandy do dyplomacji publicznej

Author: Mirosława Wielopolska-Szymura

Citation style: Wielopolska-Szymura Mirosława. (2019). Rozgłoszenie BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America w komunikowaniu międzynarodowym : od propagandy do dyplomacji publicznej. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



MIROŚŁAWA WIELOPOLSKA-SZYMURA

**ROZGŁOŚNIE
BBC WORLD SERVICE,
RADIO FRANCE INTERNATIONALE
I VOICE OF AMERICA
W KOMUNIKOWANIU MIĘDZYNARODOWYM
OD PROPAGANDY DO DYPLOMACJI PUBLICZNEJ**



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU ŚLĄSKIEGO

„ROZGŁOŚNIE BBC WORLD SERVICE, RADIO FRANCE INTERNATIONALE I VOICE OF AMERICA W KOMUNIKOWANIU MIĘDZYNARODOWYM. OD PROPAGANDY DO DYPLÓMACJI PUBLICZNEJ to próba analizy funkcjonowania stacji radiowych w wybranych krajach i na wybranych przykładach w Europie i na świecie. Podjęty przez Mirosławę Wielopolską-Szymurę temat jest niezwykle potrzebny w kontekście rozważań nad mediami i rynkami medialnymi. W Polsce brakuje publikacji z tego zakresu. W zasadzie radio jest dziś bardzo rzadko tematem dysertacji naukowych. Autorka zdecydowanie przekonuje nas już we wstępie, i słusznie, jak znacząca jest rola radia w komunikowaniu, zwłaszcza w komunikowaniu międzynarodowym. Dlatego też podkreślam, że istotnym walorem recenzowanej pracy jest jej temat. [...]

Problematyka, jaką zainteresowała się Mirosława Wielopolska-Szymura, nie może oczywiście zaskakiwać z ważnego powodu. Autorka od wielu lat znana jest w Polsce jako badaczka rozgłośni radiowych i bardzo cenione są jej rozważania z tego zakresu. [...] Tym razem jednak podjęła się ona analizy działalności rozgłośni międzynarodowych, lecz w kontekście badań nad propagandą i dyplomacją publiczną”.

*Z recenzji wydawniczej
dr hab. Magdaleny Ratajczak, prof. nadzw. Uwr*

Rozgłoszenie BBC World Service,
Radio France Internationale
i Voice of America
w komunikowaniu międzynarodowym

Od propagandy do dyplomacji publicznej

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3831

Mirostawa Wielopolska-Szymura

Rozgłoszenie BBC World Service,
Radio France Internationale
i Voice of America
w komunikowaniu międzynarodowym

Od propagandy do dyplomacji publicznej

Redaktor serii: Nauki Polityczne
Mariusz Kolczyński

Recenzent
Magdalena Ratajczak

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1	
Komunikowanie międzynarodowe w ujęciu teoretycznym	15
1.1. Zakres pojęciowy komunikowania międzynarodowego	15
1.2. Ujęcie systemowe komunikowania międzynarodowego	27
1.3. Rola radia w komunikowaniu międzynarodowym	41
Konkluzje	51
ROZDZIAŁ 2	
Rozwój radiofonii	53
2.1. Wynalazek radia. Wielu ojców radiofonii	53
2.2. Wczesne formy wykorzystania radia	66
2.3. Rozwój wybranych radiofonii	70
2.3.1. Początki radiofonii w Stanach Zjednoczonych Ameryki	70
2.3.2. Początki radiofonii we Francji	76
2.3.3. Początki radiofonii w Wielkiej Brytanii	84
Konkluzje	106
ROZDZIAŁ 3	
Radio dla zagranicy – historia nadawczości międzynarodowej	109
3.1. Rozwój rozgłośni nadających za granicę	109
3.2. Wykorzystanie radia międzynarodowego podczas II wojny światowej	118
3.3. Radiowa nadawczość międzynarodowa Francji, USA i Wielkiej Brytanii podczas zimnej wojny	147
Konkluzje	154
ROZDZIAŁ 4	
Działalność nadawcza rozgłośni międzynarodowych BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America współcześnie	157
4.1. Voice of America – USA	158
4.2. BBC World Service – Wielka Brytania	168

4.3. Radio France Internationale (RFI) – Francja	174
Konkluzje	180
Zakończenie	183
Bibliografia	195
Spis tabel i rysunków	218
Indeks nazw osobowych	219
Summary	226
Résumé	229

Wstęp

Intencją zawartą w niniejszej książce jest przedstawienie roli radia jako medium w procesie komunikowania międzynarodowego. Współcześnie polityka nie może funkcjonować bez mediów, media zdominowały komunikację i powszechnie uważa się, że kto ma media, ten ma władzę. W mojej opinii zastosowanie tego stwierdzenia wobec prasy masowej XIX w., należącej głównie do prywatnych właścicieli i mającej charakter komercyjny, nie do końca znajdowało uzasadnienie. Oddziaływanie prasy na opinię publiczną i jej kontrolną funkcję wobec władzy dało się zauważyć jeszcze w XIX w., jednak prasa masowa nie stała się w rękach polityków narzędziem do sprawowania rządów. Dopiero odkrycie fal radiowych i powstanie radia sprawiło, że politycy zaczęli z większą intensywnością postrzegać media jako instrument polityki, również w wymiarze międzynarodowym. Siła radia tkwi w jego technicznych właściwościach, dzięki nim okazało się medium lepszym od telefonu i telegrafu, gdyż zdolnym do przekazywania wiadomości od jednego nadawcy do nieograniczonej (choć nie od razu) liczby odbiorców i na ogół nie ograniczają go żadne bariery przestrzenne (WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2016c; 2017). Słusznie zauważył Paul Levinson, że „Radio przybrało taką, a nie inną postać, ponieważ odbiór fal elektromagnetycznych transportujących elektronicznie zakodowanego »pasażera« – głos lub dźwięk – okazał się o wiele tańszy niż nadawanie” (LEVINSON 2006, s. 143). Dzięki tym właściwościom radia możliwe stało się dotarcie z komunikatem jednocześnie do całego społeczeństwa. Levinson użył terminu „akustokracja” w odniesieniu do władzy sprawowanej za pomocą radia i porównał ją do demokracji w starożytnej Grecji, w której o skuteczności rządzenia decydował zasięg słyszalności głosu (LEVINSON 2006, s. 141). Radio, traktowane początkowo jak telegraf bez drutu, umożliwiło przesyłanie urzędowych informacji do zamorskich podległych terytoriów i do placówek dyplomatycznych. Usprawniło to w istotny sposób pełnienie władzy – rządzenie na odległość. Dlatego radio stało się medium, które było tak chętnie wykorzystywane przez rządy: jak podkreśla LEVINSON (2006, s. 142), akustokracja usprawniła działanie administracji

państwowej we wszystkich systemach politycznych, zarówno totalitarnych, jak i demokratycznych. Szczególną rolę w tym kontekście odegrało radio międzynarodowe. Jego naturalne właściwości pokonywania granic państwowych i narodowych uczyniły z niego sprawny instrument rządzenia na odległość. I to dużo wcześniej, niż większość badaczy zauważa. Pierwsza transmisja radiowa przez Atlantyk dokonała się w 1901 r. i prawie natychmiast zaczęto wykorzystywać fale radiowe w nawigacji morskiej, dostrzegając ich potencjał przemierzania dużych odległości, chociaż jeszcze wówczas nikt nie przypuszczał, jak dużych. W czasie, gdy radio pokonywało coraz większe dystanse, zanim odkryto sposoby na przesyłanie głosu, już stawało się sprawnym środkiem rządzenia. Wykorzystując fale radiowe w działaniu telegrafu, którego kable zdążyły opleść cały glob, kontaktowano się z zamorskimi terytoriami, stanowiącymi część brytyjskiego czy francuskiego imperium kolonialnego. Umiejętność przesyłania głosu za pomocą radia była pierwszym krokiem do „masowego uwodzenia”. To uwodzenie przez radio stało się możliwe dzięki jego zdolności do przesyłania dźwięku, czy dokładniej: głosu i muzyki; dopóki były to jedynie sygnały alfabetu Morse’a, dopóty nikt nie poczuł siły oddziaływania radia. Radio oddziałując jedynie na zmysł słuchu, było jednocześnie „ślepy medium”, znosiło bariery intelektualne w dostępie do informacji i kultury, a słuchanie audycji radiowych pozwalało dotknąć „wizualnego” świata. Radio, przetwarzając słowa i dźwięki, pomaga tworzyć wewnętrzne obrazy, nazwane przez Leopolda Blausteina akuzją, które pozwalają spostrzegać rzeczywistość odtworzoną lub imaginatywną i rozumieć ją (za: ROSIŃSKA 2001). Właśnie ta zdolność radia docierania do osób pochodzących z różnych warstw społecznych sprawiła, że stało się ono medium wszechobecnym. Audialna natura radia jest jego cechą immanentną. Dźwięki rozchodzą się dalej, niż sięga wzrok – słuchokrąg, jak nazywał to zjawisko Tadeusz Peiper – a jednocześnie otaczają słuchającego niewidzialną ścianą. Marshall McLuhan podkreślał bezpośredniość radia i osobiste doświadczenie w kontakcie z nim. Pisał o odbieranej podświadomie głębi radia, naładowanej „rozbrzmiewającymi odgłosami plemiennych rogów i starożytnych bębnow” (McLUHAN 2004, s. 387). Jednocześnie, w początkowej fazie, radio umożliwiło odrodzenie się poczucia wspólnotowości – w wymiarze plemiennym – w sferze „wspólnego rynku, piosenki i rezonansu” (McLUHAN 2004, s. 390). W rozważaniach McLuhana istotne jest także wskazanie na media jako ekstensje człowieka (choć pojęcie to wprowadził Edward T. Hall, o czym się niekiedy zapomina), w znaczeniu, że radio jest ekstensją mowy i w tym upatruje McLuhan skuteczności propagandy radiowej czasów Adolfa Hitlera. Radio zestroiło się bowiem z przedłużeniem ośrodkowego układu nerwowego ludzi

z tubylczym środkiem masowego przekazu, jakim jest język narodowy. Gdyby przyjąć ten punkt widzenia, to skuteczność propagandowa Hitlera nie wynikałaby z treści przekazów, lecz z samej natury radia jako medium, tak zresztą uzasadnia to McLuhan. W badaniach nad przekazami radiowymi odniesienia do percepcji słuchowej są normą. Podkreśla się, że odbiór audialny nakierowany jest na znaczenia słów i ich symboliczne treści, a ponadto szczególnie intensyfikuje się przeżyć i ich niuansowość, interioryzuje słuchacza i wprowadza w świat wewnętrzny, intymny, przeżywany indywidualnie (BARDIJEWSKA 2001). Paradoxem percepcji radia jest właśnie to, że ten indywidualizm odbioru przeradza się we wspólnotowość odczuwania, umysł kreuje odmienne obrazy (wyobrażenia imaginatywne), choć mieszczące się w zakresie uniwersalnych kodów i kontekstów kulturowych, dlatego umożliwiającą wspólne odczytywanie znaczeń i wspólne przeżywanie. Być może właśnie ta cecha przekazów radiowych sprawiła, że słowa i muzyka miały siłę rażenia lub uwodzenia podczas wojen. I być może ta właściwość sprawia, że radio nadal jest wykorzystywane w komunikowaniu międzynarodowym, sprzyja bowiem wykształcaniu się modelu rytualno-ekspresyjnego komunikowania. Nawet jeśli współcześnie radia słucha się inaczej, w mniejszym skupieniu i w pośpiechu, kiedy pełni ono głównie funkcję medium towarzyszącego, to oddziaływanie radiowej fonosfery na ludzki umysł jest wciąż takie samo. Pamiętać także warto, że w wielu krajach, do których dociera radio międzynarodowe, funkcjonuje ono w innym kontekście cywilizacyjnym i słuchane jest nadal jako radio tradycyjne, analogowe, na które słabiej oddziałują uwarunkowania cyfryzacji i konwergencji.

Różne przesłanki sprawiły, że zainteresowałam się radiem naukowo i poświęcam mu swoje prace badawcze w wymiarze wieloaspektowym. W niniejszej książce postanowiłam przyjrzeć się radiofonii międzynarodowej z perspektywy historycznej i współczesnej. Powodów takiego wyboru należy doszukiwać się w przesłankach osobistych, jestem stałą słuchaczką międzynarodowych rozgłośni radiowych. Zaczęłam ich słuchać w czasach, kiedy częstotliwości w radioodbiornikach ustawiało się pokręteł. Trafiałam wtedy na zagraniczne stacje i – nie znając wówczas żadnych obcych języków – wsłuchiwałam się w czar obcej mowy. Urzekła mnie sama możliwość usłyszenia czegoś, co wysłano z najodleglejszych zakątków globu za pomocą fal radiowych. Z czasem udało mi się tę pasję do radia jako medium – nie tylko międzynarodowego – przełożyć na życie zawodowe.

Radio jako środek komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego było już przedmiotem moich analiz, jednak analiz objętościowo nazbyt skromnych, by odpowiedzieć na wszystkie nurtujące mnie

pytania. Słuchając w ostatnich latach rozgłośni międzynarodowych, tym razem za pośrednictwem Internetu, zaczęłam dostrzegać problemy badawcze, na które próbowałam dać odpowiedź w niniejszej książce.

Głównym celem towarzyszącym napisaniu tej książki jest określenie aktualnej roli radia w procesie komunikowania międzynarodowego państw w odniesieniu do wcześniejszych okresów działalności rozgłośni międzynarodowych (dominacji radia w tej sferze).

Problemy badawcze, przyjęte w formie pytań badawczych, które mają pomóc w realizacji sformułowanego celu, są następujące:

- Czy radio nadal jest ważnym narzędziem rządów Francji, USA i Wielkiej Brytanii w komunikowaniu międzynarodowym?
- Czy zmieniły się sposoby wykorzystania radia w wymiarze międzynarodowym w XXI w.? Czy jest narzędziem propagandy, czy raczej dyplomacji publicznej?

Pytaniami uzupełniającymi są:

- Czy radio międzynarodowe adaptuje się do nowych technologii nadawczych i kanałów dystrybucji?
- Czy działalność omawianych rozgłośni jest związana z geopolityką państwa nadającego?

Hipotezę naukową, którą będę próbowała zweryfikować, jest przypuszczenie, że: **radio nie stanowi obecnie istotnego (ważnego) instrumentu w komunikowaniu międzynarodowym Francji, Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii.** Tak postawiona hipoteza naukowa wynika z wiedzy o ogólnych tendencjach zmian na rynku radiowym na świecie oraz zmian nawyków słuchaczy radia pod wpływem procesów konwergencji i cyfryzacji (JĘDRZEJEWSKI 2010, 2015; WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2012a; BONINI 2015).

Odpowiedzi na wskazane problemy badawcze starałam się odnaleźć poprzez analizę poszczególnych okresów działalności radiofonii, które przedstawiłam w ujęciu historycznym, wychodząc z założenia, że tylko zestawiając przeszłość z teraźniejszością, uda mi się zbliżyć do istoty zagadnienia. Państwami, które stały się dla mnie punktem odniesienia, są Francja, Stany Zjednoczone i Wielka Brytania, rozgłościami zaś – Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service. Wybrałam je z kilku powodów. Po pierwsze, zarówno Francja, jak i Wielka Brytania stanowiły imperia kolonialne, co zdeterminowało te kraje do poszukiwania możliwości skutecznego komunikowania się na duże odległości i w efekcie bardzo szybko rozwinęły rozgłośnie międzynarodowe. Stany Zjednoczone włączyły się w ten typ komunikowania później, co wynikało z ich polityki izolacjonizmu, ale stanowiły państwo mocarstwowe, które wpływało na politykę międzynarodową i świadomie wykorzystywało radio do realizacji swoich celów. Po drugie, trzeba wy-

rażnie podkreślić, że moim zamiarem było przeanalizowanie działań rozgłośni, które są w sposób albo instytucjonalny, albo finansowy, albo prawny powiązane z rządami tych państw, bądź zobowiązane są formalnie pełnić określone funkcje na rzecz danego państwa. Nie było moją wolą opisywanie działań rozgłośni, które mają status pozarządowych lub komercyjnych, gdyż nie można stwierdzić jednoznacznie, czy są w jakikolwiek sposób związane zobowiązaniami wobec państwa. Dlatego, mimo świadomości wagi tych rozgłośni, ogromu dostępnej wiedzy i materiałów, pominęłam w analizie takie rozgłosnie, jak Radio Wolna Europa czy Radio Liberty.

Przyjęty przeze mnie okres analizy współczesnej aktywności Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service zamyka się najczęściej w czterech latach pomiędzy 2014 a 2018 r. (choć ostatnie aktualne sprawozdania z ich działalności pochodzą przeważnie z 2017 r.). Chciałam w ten sposób uzyskać jak najbardziej aktualny obraz funkcjonowania omawianych radiofonii. Jednak nie oznacza to, że nie sięgałam do źródeł wcześniejszych. Posłużenie się nimi było konieczne do uzyskania pełnego obrazu przemian we wskazanych radiofoniach.

Zastosowana metodologia to analiza systemowa w odniesieniu do systemu komunikowania międzynarodowego, w ramach którego jako przedmiot analizy wybrałam radio międzynarodowe, a jako metodę badawczą przyjąłam metodę komparatystyczną, w której posłużyłam się krytyczną analizą literatury przedmiotu, analizą danych zastanych, czyli aktów prawnych, dokumentów urzędowych, sprawozdań rocznych z działalności badanych rozgłośni, danych statystycznych słuchalności Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service. Uwzględniłam też teksty prasowe (również zamieszczane w Internecie) poświęcone omawianej tematyce, radiowe serwisy mobilne oraz online. Istotnym elementem przyjętej metody badawczej jest także analiza programowa (tzw. analiza ramówki) trzech rozgłośni międzynarodowych, którą szerzej omawiam w rozdziale 4.

Książka składa się z czterech rozdziałów poprzedzonych wstępem i zwieńczonych zakończeniem. W rozdziale 1 staram się przybliżyć zakres pojęciowy komunikowania międzynarodowego, uwzględniając różne ujęcia definicyjne, odnosząc je do zagadnień pokrewnych, m.in. takich, jak komunikacja międzykulturowa, i poddając je krytycznej analizie. W podrozdziale 1.2. proponuję własne spojrzenie na omawianą problematykę, zamieszczając w nim moją definicję i graficzny model komunikowania międzynarodowego wraz ze szczegółową analizą jego elementów. W ostatnim podrozdziale skupiam się na użyciu radia w propagandzie i dyplomacji publicznej jako szczególnych form komuni-

kowania międzynarodowego. Rozdział 2 jest poświęcony odkryciu fal radiowych i wynalazkowi radia z perspektywy technicznej, która zdefiniowała rolę radia w komunikowaniu międzynarodowym. Ponadto omawiam wczesne formy zastosowania radia oraz przedstawiam rozwój radiofonii we Francji, Wielkiej Brytanii i USA, pokazując różnice kształtujących się modeli nadawczych, przy czym ze względu na okoliczności ich rozwoju podrozdziały te nie są równe objętościowo. W rozdziale 3 prezentuję rozwój radiowej nadawczości międzynarodowej, analizuję przykłady użycia radia w propagandzie wojennej w wymiarze międzynarodowym, skupiając się na aktywności w tej dziedzinie Niemiec hitlerowskich, Wielkiej Brytanii, Francji, Japonii i USA. Pozostałe państwa świadomie pomijam – nie sposób bowiem omówić wszystkich przejawów zastosowania radia w propagandzie wojennej, a wybrane państwa należały do najaktywniejszych w tej kwestii. Poza tym wskazuję na wczesne formy wykształcania się dyplomacji publicznej prowadzonej za pomocą radia w działalności tych krajów. W rozdziale tym poświęcam również uwagę wybranym radiofoniom w okresie zimnowojennym, traktuję jednak ten okres jako nie najważniejszy z perspektywy pracy. Rozdziały 2 i 3 zajmują objętościowo sporo miejsca, jest to zabieg świadomy i wynikał z zamiaru przedstawienia ewolucji radia od narzędzia propagandy do narzędzia dyplomacji publicznej (przy czym nie dokonuje się ona symetrycznie we wszystkich radiofoniach). Ta ostatnia rola radia rozpoczęła się, w mojej ocenie, już podczas II wojny światowej. Kwestię tę wyjaśniam w rozdziale 1, a dokumentuję w kolejnych. Rozdział 4, ostatni, jest całkowicie poświęcony omówieniu zasad i zakresów funkcjonowania rozgłośni Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service. Skupiam się na ich roli jako środków dyplomacji publicznej reprezentowanych państw, wskazując na ich powiązanie instytucjonalno-formalne z instytucjami państwowymi, nie zagłębiając się jednak w szczegółowe omówienie wszystkich obszarów dyplomacji publicznej danego kraju, gdyż nie stanowi to mojego celu. W analizie zwracam uwagę na uwarunkowania prawne, zasady finansowania, miejsce radia w strukturze mediów międzynarodowych danego kraju, kierunki nadawania oraz ofertę programową.

W pracy wykorzystałam podstawowy dorobek z omawianej dziedziny naukowej literatury amerykańskiej, brytyjskiej, francuskiej i rosyjskiej w oryginalnych wersjach językowych – wszelkie tłumaczenia cytatów z oryginalnych źródeł zostały dokonane przeze mnie. Równie ważnymi pozycjami były polskie prace z zakresu komunikowania międzynarodowego. Ponadto polska literatura naukowa stanowiła nieocenione źródło wiedzy z zakresu teorii komunikowania masowego oraz z zakresu politologii. Z uwagi na to, że badania nad komunikowaniem

międzynarodowym mają charakter interdyscyplinarny, także pole poszukiwań bibliograficznych musiało zostać rozszerzone. Istotną część źródeł stanowią opracowania historyczne, również niedostępne w Polsce. Warto jednocześnie podkreślić, że omawiane rozgłośnie międzynarodowe nie były dotąd przedmiotem rozważań w polskich monografiach, ale również za granicą współcześnie nadawcom tym nie poświęca się miejsca w odrębnych opracowaniach monograficznych. „Najnowsze” zagraniczne książki o Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service pochodzą z końca lat dziewięćdziesiątych i pierwszej dekady XXI w., co oznacza, że minęło już co najmniej dziewięć lat od ich ukazania się. Sporo pozycji na ten temat stanowią artykuły w czasopiśmie naukowych i dostarczają one bardziej aktualnych rozważań w omawianej dziedzinie. To świadczy o spadku zainteresowania naukowców radiem jako medium międzynarodowym. Ich uwaga skierowana jest na telewizję i Internet. Ta luka w badaniach również wywołała refleksję badawczą, mianowicie: Czy radio międzynarodowe stało się przeżytkiem i dlatego nie stanowi atrakcyjnego naukowo obszaru badań? W tym sensie niniejsza książka stanowi oryginalne podejście, nieeksploatowane dotąd na gruncie polskiej nauki. Jego nowatorstwo polega również na tym, że zawiera analizę konkretnych trzech nadawców radiowych, dotąd nieporównywanych z sobą bezpośrednio – najczęściej porównuje się BBC World Service i VOA, francuskiego RFI nie włączając do tych analiz. Rozgłośnie Deutsche Welle pominięto z dwóch powodów – przede wszystkim była już w polskiej nauce przedmiotem analizy ujętej w formie monografii (zob. MALISZEWSKI 2012), ponadto nie mogłam podjąć się takich badań ze względu na barierę językową, która uniemożliwiłaby rzetelną analizę źródeł i programu tej rozgłośni.

Wykorzystaną literaturę przedmiotu zawarto w bibliografii, a najważniejsze pozycje ujęto w przypisach. Warto również nadmienić, że dużą część bibliografii stanowią książki i artykuły uzyskane w wersji cyfrowej, co jest ważnym osiągnięciem społeczeństwa informacyjnego, ale to zarazem w niektórych przypadkach oznacza niemożność wskazania numerów stron takiej publikacji. Wykorzystano również bogate archiwa internetowe omawianych rozgłośni radiowych, państwowych instytucji, archiwów i muzeów, w tym raporty, akty prawne, dokumenty urzędowe i oczywiście materiały audialne, których zbiory są dostępne w Internecie w postaci cyfrowej.

Na koniec mogę jedynie wyrazić nadzieję, że ta publikacja, która przecież nie wyczerpuje wszystkich aspektów omawianej problematyki, przyczyni się do poszerzenia wiedzy w jej zakresie i lepszego rozumienia współczesnej roli radia w systemie komunikowania międzynarodowego.



ROZDZIAŁ 1

Komunikowanie międzynarodowe w ujęciu teoretycznym

1.1. Zakres pojęciowy komunikowania międzynarodowego

Radio używane jako narzędzie w polityce zewnętrznej państw przyczyniło się do powstania nowych podmiotów komunikowania międzynarodowego, w którym nie uczestniczyli już tylko reprezentanci rządów, ale także słuchacze (publiczność), którzy (czasem mimowolnie) stawali się uczestnikami procesów komunikacyjnych. Źródeł samego komunikowania międzynarodowego nie da się wyraźnie określić – występowały zawsze tam, gdzie politycznie zorganizowane społeczności (Rzym, Grecja, Egipt czy Babilon) ustanawiały środki komunikowania się poprzez rozległe terytoria zasiedlone przez odrębne politycznie, językowo i kulturowo byty (INNIS 2007). Warto uwzględnić te fragmenty koncepcji Harolda Innisa, w których definiuje rolę środków przekazu. Podzielił je według przejawianych przez nie inklinacji komunikacyjnych. Pierwsza grupa środków przekazu to środki o inklinacji czasowej (*time-biased*), czyli takie, które cechuje utrudniona możliwość transportowania, są ciężkie, nieporęczne, ale trwałe i istnieją przez wieki, nawet tysiąclecia, np. tabliczki gliniane, rzeźby. Drugi typ środków to środki o inklinacji przestrzennej (*space-biased*), czyli cechujące się łatwością transportowania, są lekkie i poręczne, jak papirus. Media pierwszego typu utrwalają tradycję i zapewniają ciągłość kulturową, media drugiego typu zaś wpływają na ekspansję komunikacyjną w wymiarze geograficznym, przenoszenie wzorców poza terytorialne granice własnego państwa (INNIS 2007, s. 26 i n.), to sprzyja rozprzestrzenianiu się np. władzy politycznej (administrowanie rozległymi terytoriami czy imperializm), gospodarki (globalizacja) czy kultury (imperializm kulturowy i dyfuzja kulturowa). Radio zaliczyć można do środków o inklinacji

przestrzennej, zapewniających rozpowszechnianie wartości i idei w skali globalnej. Zachowując pewien dystans do teorii determinizmu technologicznego (McQUAIL 2012), należy podkreślić, że według Roberta S. Fortnera jednym z wymiarów komunikowania międzynarodowego, rozumianego jako „komunikacja, która dokonuje się ponad granicami państw narodowych” (FORTNER 1993, s. 6), są:

1) technologiczne środki dystrybucji informacji: nie tylko media masowe, ale też poczta, kolej, transport morski czy lotniczy, telefon, telegraf; z perspektywy medioznawstwa najistotniejsza jest płaszczyzna masowa¹ komunikowania międzynarodowego, zwłaszcza elektroniczne środki przekazu masowego, a z perspektywy niniejszych rozważań – radio.

Na pozostałych pięć² wymiarów komunikowania międzynarodowego, zdefiniowanych przez tego badacza (FORTNER 1993, s. 6–10), składają się:

2) intencyjność – oznacza to, że akt komunikowania międzynarodowego może być podejmowany intencjonalnie (z zamiarem nadania komunikatu poza granice własnego państwa) lub nieintencjonalnie (bez wcześniejszego zamiaru, np. rozchodzenie się sygnału radiowego poza granice danego państwa jest efektem praw fizyki, a nie celowego działania);

3) kanały komunikowania międzynarodowego: publiczny (otwarty i dostępny dla wszystkich, jak w przypadku transmisji sygnału stacji radiowej, który może odebrać dowolna osoba posiadająca odbiornik) lub prywatny (dostępny tylko dla wybranego adresata, wykorzystujący systemy nadawcze typu *point-to-point*, jak telegraf czy telefon, ale także zastrzeżone częstotliwości fal radiowych, używane do przesyłania niejawnych informacji, często w postaci zaszyfrowanej lub zakodowanej);

4) forma komunikowania międzynarodowego, oznaczająca przesyłanie określonych treści, np. rozrywkowych, publicznych, informacyjnych itd. (za pomocą mediów międzynarodowych), depesz agencyjnych (za pomocą agencji informacyjnych), oprogramowania i danych komputerowych czy not dyplomatycznych (służby dyplomatyczne);

5) konsekwencje kulturalne komunikowania międzynarodowego, które oznaczają albo imperializm kulturowy, albo – przeciwnie³ – reali-

¹ Oprócz płaszczyzny interpersonalnej, grupowej i instytucjonalnej (zob. OCIEPKA 2002, s. 14).

² Nie we wszystkich omówieniach uwzględnia się sześć wymiarów Roberta S. Fortnera, np. B. Ocieпка wskazuje na cztery z nich (por. OCIEPKA 2002).

³ Pierwsze mogą zresztą być niezamierzonym skutkiem drugiego – zapewnienie przez media międzynarodowe swobodnego przepływu informacji i prawa do komunikowania się może w konsekwencji prowadzić do przejmowania wzorów kulturowych nadawcy przez odbiorców w wyniku dyfuzji kulturowej (nazywanej również międzynarodowym przepływem kultury), a to w warunkach dużego natężenia zjawiska może (lecz nie musi) prowadzić do degradacji kultury adresatów. Przedstawiciele różnych kultur są świadomi tego zagrożenia, dlatego tworzą własne media i przekazy kulturowe, które będą równoważyły

zację idei swobodnego przepływu informacji i prawa do komunikowania się (*right to communicate*, MIKUŁOWSKI POMORSKI 2008, s. 181; 2012, s. 71);

6) natura polityczna komunikowania międzynarodowego, która może przyjąć formę bądź jawnej komunikacji politycznej, w postaci np. oficjalnej polityki informacyjnej władz państwowych, propagandy albo dezinformacji; bądź formę subtelną (pośrednią), rozumianą jako oddziaływanie pośrednie komunikowania politycznego, przejawiające się w podejmowanych decyzjach międzynarodowych gremiów, komisji, agend i organizacji, określających zasady m.in. rozdziału częstotliwości radiowych, wykorzystania satelitów komunikacyjnych czy działania nadawców medialnych, jak również stanowiących prawa w zakresie telekomunikacji, mediów czy dostępu do informacji.

Fortner rozwija koncepcję Innisa twierdzącego, że komunikowanie eliminuje przestrzeń i czas oraz ustanawia ramy społecznej kontroli opartej na „monopolach wiedzy”, koncentrujących się w politycznych centrach społeczeństwa (oddziałujących na pozostałych członków na peryferiach wspólnoty) i dodaje, że komunikowanie międzynarodowe będzie się przejawiało ponadto oddziaływaniem „globalnych metropolii” (centra komunikowania) na „globalne wioski” (peryferia komunikacyjne), poprzez wpływ na ich politykę zagraniczną, techniczne standardy telekomunikacyjne i medialne, a także relacje gospodarcze w zakresie importu i eksportu dóbr i usług (FORTNER 1993, s. 23 i n.).

W tradycyjnych ujęciach, wywodzących się z uznawania za aktorów stosunków międzynarodowych jedynie przedstawicieli rządów, dominowało mniemanie, że komunikowanie międzynarodowe jest dziedziną działalności państw (MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012, s. 51 i n.). Takie podejście reprezentuje definicja, pierwsza na gruncie polskim, Kazimierza Krzysztofka (KRZYSZTOFEK 1983, s. 16), który stwierdzał, że „Komunikowanie międzynarodowe to proces komunikowania między ludźmi należącymi do różnych państw narodowych”, jak również Freda E. Jandta, według którego jest to „przepływ zapośredniczonej komunikacji pomiędzy krajami”, a także jednocześnie badania komparatystyczne nad systemami medialnymi oraz komunikowaniem między rządami państw (za: OCIEPKA 2002, s. 15). Z kolei Gerhard Maletzke nieznacznie poszerza zakres pojęcia i odnosi je do komunikowania pomiędzy różnymi krajami lub narodami, dokonującego się ponad granicami (za: OCIEPKA 2002, s. 13).

wpływy państw i kultur zewnętrznych (dominujących), czyli ustanawiają tzw. przeciwwpływy (*contraflow*) (m.in. telewizja Al-Dżazira lub media społeczne mniejszości etnicznych w Kanadzie czy Australii albo kinematografia indyjska – tzw. Bollywood). Międzynarodowy przepływ (obieg) kultury mierzony jest za pomocą tzw. licznika przepływu (*counter-flow*), na który składają się dane związane z eksportem kultury (dystrybucja wytworów kultury za granicę) przez poszczególne sektory przemysłu kultury (THUSSU 2004, s. 200 i n.).

W związku z tym, że komunikowanie międzynarodowe pierwotnie związane było z aktywnością państw i ich instytucji wykraczającą poza granice własnego kraju, a zatem utożsamiane z ich polityką zagraniczną, zwykło się uznawać, że stanowi ona międzynarodowe komunikowanie polityczne⁴. Walter Phillips Davison i Alexander L. George we wspólnych rozważaniach o istocie międzynarodowego komunikowania politycznego definiowali je jako „wykorzystanie przez państwa narodowe komunikacji w celu wpływania na polityczne zachowania ludzi w innych państwach narodowych” (DAVISON, GEORGE 1952, s. 501). Autorzy do tej formy komunikowania międzynarodowego zaliczyli propagandę, negocjacje, walkę polityczną i wojnę psychologiczną, a także wszelką aktywność państw w zakresie rozpowszechniania informacji za granicę, natomiast nie uwzględniali takich form komunikowania, które związane są z międzynarodową edukacją oraz religijną komunikacją misyjną. Davison uznawał, że międzynarodowe komunikowanie polityczne odbywa się w ramach dwu- lub wielostronnych relacji, w kilku płaszczyznach: po pierwsze, pomiędzy elitami dwóch lub więcej państw narodowych; po drugie, pomiędzy elitami jednego państwa a społeczeństwem państwa drugiego (za pomocą mediów i w celach perswazyjnych); po trzecie, pomiędzy społeczeństwami dwóch państw, w praktyce odbywające się poprzez kontakty interpersonalne lub realizowane za pośrednictwem mediów (zob. KRZYSZTOFEK 1983, s. 22 i n.).

⁴ Według Richarda Perloff’a komunikowanie polityczne może być rozumiane jako „proces polegający na wymianie informacji między liderami politycznymi, mediami i obywatelami o wydarzeniach oraz sprawach zachodzących w sferze polityki publicznej” (cyt. za: MICHALCZYK 2005, s. 17). Robert E. Denton i Gary C. Woodward komunikację polityczną definiują jako „debatę nad wykorzystaniem zbiorowych zasobów, kwestię oficjalnej władzy (komu zostaną powierzone uprawnienia do podejmowania legalnych ustawodawczych i wykonawczych decyzji) oraz oficjalnych sankcji, zatem według nich jest to proces wzajemnych oddziaływań informacyjnych między podmiotami polityki połączonymi relacjami władzy, walki i współpracy” (cyt. za: KOLCZYŃSKI 2008, s. 21). Według Bogusławy Dobek-Ostrowskiej komunikowanie polityczne „to publiczne przekazywanie i wymiana komunikatów o polityce między aktorami politycznymi, tworzącymi politykę, i obywatelami, których tworzenie polityki dotyczy, przy włączeniu na szeroką skalę mediów masowych, odpowiedzialnych za przedstawienie tej polityki” (DOBĘK-OSTROWSKA 2007, s. 155), natomiast Mariusz Kolczyński przyjmuje, że „komunikowanie polityczne obejmuje całokształt wzajemnych interakcji komunikacyjnych pomiędzy aktorami sceny politycznej dążącymi do osiągnięcia określonych celów politycznych” (KOLCZYŃSKI 2005, s. 226). Warto zwrócić uwagę na to, że cechą wspólną komunikowania politycznego i definicji komunikowania międzynarodowego autorstwa Waltera Ph. Davisona i Alexandra L. George’a, są aktorzy tego procesu: aktorzy polityczni, obywatele, media. Jednak w ich ujęciu w procesie tym uczestniczą obywatele obcych państw, bo do nich kierowane są przekazy, również media ukierunkowują swoją nadawczość poza granice kraju nadawania.

Proponowana przez Davisona i George'a koncepcja komunikowania międzynarodowego odzwierciedla czas, w którym się formowała, w konsekwencji podkreślono w niej prymarną rolę rządów i instrumentalną (jako narzędzie transmisji) rolę mediów międzynarodowych (DAVISON, GEORGE 1952, s. 508). Autorzy zwrócili ponadto uwagę na trudności z badaniem międzynarodowego komunikowania politycznego jako obszaru interdyscyplinarnego, łączącego całościową wiedzę o ludzkich zachowaniach, którą należałoby zgłębić, czego – jak żartobliwie podkreślili – „Nikt nie uczynił od czasów »Fausta« Goethego” (DAVISON, GEORGE 1952, s. 502). Kolejne trudności to sam proces komunikowania, który odbywa się w środowisku międzynarodowym i międzykulturowym, ale również jest implikowany przez czynniki wewnętrzne, dlatego niełatwo uchwycić wszystkie zmienne oraz elementy i całościowy przebieg tego procesu. Jeszcze większych kłopotów, ich zdaniem, następuje badanie efektów międzynarodowego komunikowania politycznego – po pierwsze, bywa, że międzynarodowa publiczność stanowi bliżej niesprecyzowaną masę, która jest trudna do skategoryzowania; po drugie, komunikator miewa niejasne pojęcie o celach komunikowania; po trzecie, komunikator realizuje wiele zadań przewidzianych dla wielu audytoriów jednocześnie; po czwarte, nie można oczekiwać, że sama komunikacja będzie starannie ustrukturywana, tak aby ułatwić zadanie badaczowi; po piąte – zagraniczna publiczność jest często niedostępna do obserwacji i zmierzenia; po szóste; brakuje precyzyjnych narzędzi do badania skuteczności międzynarodowego komunikowania politycznego.

Autorzy zaznaczają także, że nie zawsze można badać proces komunikowania międzynarodowego w oderwaniu od decyzji i działań politycznych, a wreszcie zauważają, że badanie tego obszaru komunikowania wiąże się z wysokimi kosztami samych badań, które muszą być prowadzone poza granicami własnego kraju (DAVISON, GEORGE 1952, s. 501–504). Od czasu, kiedy formułowano te zastrzeżenia, wiele się zmieniło, przede wszystkim poszerzył się zakres wiedzy o komunikacji społecznej i mediach, która rozpowszechniła się dzięki umiędzynarodowieniu nauki oraz dostępności źródeł, a współcześnie, dodatkowo, możliwe jest (choć nadal kosztowne) badanie międzynarodowych audytoriów, m.in. za pośrednictwem Internetu. Jednak zmiany w świecie, jakie nastąpiły od lat pięćdziesiątych XX w., istotnie zmodyfikowały samo postrzeganie komunikowania międzynarodowego.

Rozszerzoną, m.in. o aspekty gospodarcze i kulturalne, definicję komunikowania międzynarodowego zaproponował Jerzy Olędzki, według którego „Komunikowanie międzynarodowe należy rozumieć jako ciągły przepływ i nieuchronny proces komunikacji społecznej w świe-

cie, w którym uczestniczą wszystkie rodzaje środków przekazu, ludzie, narodowe i ponadnarodowe struktury instytucjonalne, organizacje międzynarodowe i korporacje transnarodowe, dzieła sztuki i wytwory materialne (narzędzia i artykuły przemysłowe)” (OLĘDZKI 1998, s. 20). Najbardziej szeroko zagadnienie ujmuje Beata Ociepka, według której komunikowanie międzynarodowe „obejmuje wszelkie formy przepływu przekazów ponad granicami państw oraz relacje powstające na skutek tych przepływów” (OCIEPKA 2008, s. 18). Autorka w innym tekście zaznacza, że tak ujęte zagadnienie pozornie zbliża się do coraz bardziej popularnego terminu „komunikowanie globalne”, odnoszącego się do komunikowania ponadgranicznego, zachodzącego we wszystkich kierunkach, w którym mogą uczestniczyć wszyscy, ze względu na łatwość komunikowania. Ociepka jednocześnie zaznacza, że nadal w dużym zakresie odbywa się ono na poziomie instytucjonalnym i związane jest z działalnością państw jako aktorów procesu (OCIEPKA 2009, s. 46). Zbigniew Oniszczyk zauważa, że nastąpiło „odejście od jednostronnego przekazu typowego dla mediów tradycyjnych, opartego na dominacji nadawcy (klasyczne komunikowanie) do dwustronnego przekazu, zakładającego zmianę ról pomiędzy nadawcą a odbiorcą (komunikacja społeczna), to efekt procesu cyfryzacji, a zwłaszcza rozwoju Internetu” (ONISZCZYK 2017, s. 6). W efekcie tych przemian coraz częściej to zjawisko definiuje się jako komunikację międzynarodową⁵, by podkreślić jej interaktywny charakter.

Co więcej, jak podkreśla Oniszczyk, powołując się na niemieckich badaczy: Hartmuta Wesslera i Michaela Brüggemanna – komunikowanie i komunikacja międzynarodowa przyjmują także formy komunikacji transnarodowej, definiowanej jako komunikacja, „która przewyżcza, pokonuje granice narodowych państw i narodowych kultur, czyli redukuje i pomniejsza siłę ich wpływu na procesy komunikacyjne” (cyt. za: ONISZCZYK 2017, s. 8). Oznacza to, że komunikacja tego typu będzie

⁵ Warto przy tym zaznaczyć, że to znaczeniowe rozróżnienie nie dokonuje się w angielskich kręgach kulturowych, ponieważ samo słowo *communication* rozumiane jest jako komunikacja (nie posiada derywatu „komunikowanie”), a dla oznaczenia komunikowania o określonych cechach dystynktywnych dodaje się przydawkę przymiotną (przymiotnik), np. masowa, międzynarodowa, globalna, medialna itp. Dlatego w języku angielskim pojęcia te przyjmują znaczenie „komunikacja masowa” (*mass communication*), komunikacja międzynarodowa (*international communication*), komunikacja globalna (*global communication*). W języku polskim, a zarazem w polskiej komunikologii, nastąpiło rozróżnienie i w konsekwencji rozdzielenie form fleksyjnych ze względu na nadawane im zakresy semantyczne, dlatego w naukowym obiegu obecne są terminy: „komunikowanie”, także „komunikowanie się” i „komunikacja”. Kwestię tę porusza również Jerzy Mikułowski Pomorski we wprowadzeniu do polskiego wydania (w jego przekładzie) pracy *Teoria komunikacji* A. i M. Mattelartów (MATTELART, MATTELART 2001).

„przewyciężała” granice narodowe oraz że będzie odbywała się nie „między” kulturami narodowymi (*inter-*), lecz „ponad” nimi i „poprzez” nie (*trans-*) (ONISZCZUK 2017). Zjawisko komunikacji transnarodowej to pojęcie wprowadzone i rozwijane od 1992 r. przez niemieckiego badacza Wolfganga Welscha (WELSCH 1999). Jest ono powiązane z procesami formowania się transkulturowości w wymiarze społecznym. Transkulturowość występuje obok dotychczas używanych pojęć *inter-* i *multi-*kulturowości. Według koncepcji Welscha, współczesne kultury charakteryzują się w szczególności przemieszaniem i wzajemnym przenikaniem, są połączone i splątane z sobą, zewnętrznie powiązane (usięciowione, jak określił to Welsch), charakteryzując się hybrydyzacją. Zjawiska te powstają jako efekt wzmożonych procesów migracyjnych, wzrostu światowych systemów komunikacyjnych oraz globalnych zależności ekonomicznych. Tożsamość kulturowa ludzi już nie pojawia się na skutek geograficznych lub narodowych zależności, ale kształtuje się w wyniku samoistnych, wewnątrzjednostkowych procesów kulturowych. Fryderyk Nietzsche nazwał ludzi o tak ukształtowanej tożsamości „polikulturowymi nomadami” (NIETZSCHE 1992). Podobne podejście, osadzone w koncepcjach kosmopolitycznych, reprezentują m.in. Ulrich Beck (BECK 2005) czy John i Ruth H. Useem w koncepcji „dzieci trzeciej kultury” (USEEM 1974; por. POLLOCK, REKEN 2001). Transkulturowość zatem przekształca narody, a także zaciera ramy narodowe w komunikowaniu zewnętrznym. W tym sensie staje się ono transnarodowe, przewycięża bowiem ramy kulturowe narodu.

Komunikowanie transnarodowe nie przekreśla komunikowania międzynarodowego, oba typy komunikowania mogą odbywać się równolegle, głównie dlatego, że w świecie nie istnieje równowaga w dostępie do środków przekazu, oraz dlatego, że procesy transkulturowości nie zachodzą jednocześnie – podczas gdy jedni im podlegają, inni nadal swoją tożsamość rozpatrują w odniesieniu do kultury narodowej czy etnicznej, a więc w kontekście dookreślonej wspólnoty; transkulturowość i transnarodowość to przejaw bardziej indywidualizmu (nawet kosmopolityzmu) niż kolektywizmu (por. BECK 2005, s. 348 i n.). Takiemu ujmowaniu komunikacji transnarodowej, która jest przejawem zacierania się granic narodowych i kulturowych, bliżej zatem do pojęcia komunikowania międzykulturowego niż do pojęcia komunikowania międzynarodowego. Obejmuje ono bowiem taki rodzaj komunikowania, w którym uczestniczą jednostki lub grupy wywodzące się z odmiennych kultur, znajdujące się w sytuacji pluralizmu etnicznego lub kulturowego. Ich komunikacja ma najczęściej charakter horyzontalny, jest dwukierunkowa, może odbywać się „poprzez bezpośrednie doświadczenia przekazywane między nosicielami różnych kultur, poprzez doświadczenia

medialne, poprzez ramy i granice prawne i polityczne” (HsAB, AGBOBLI 2011, s. 10). Larry Samovar i Richard Porter postrzegają komunikowanie międzykulturowe „jako przekazywanie informacji wytworzonych przez przedstawicieli jednej kultury do grupy czy osoby reprezentującej inną kulturę” (cyt. za: RATAJCZAK 2004, s. 14). Gerhard Maletzke traktuje ten rodzaj komunikacji jako „proces wymiany myśli i znaczeń między ludźmi reprezentującymi różne kultury” (cyt. za: OCIEPKA 2002, s. 23). Jerzy Mikułowski Pomorski przywołuje definicję K.S. Sitarama i Roya T. Cogdella, którzy uważają, że jest ona „aktem rozumienia i bycia rozumianym przez audytorium o innej kulturze” (MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012, s. 78). Magdalena Ratajczak rozumie je jako „spotkanie i dialog osób, które należą do odmiennych wspólnot narodowych, etnicznych, wyznaniowych, językowych”, i dodaje, że „Jest to sposób porozumiewania się ludzi, którzy reprezentują odmienne systemy wartości, idee, tradycje, style komunikacyjne” (RATAJCZAK 2014, s. 67–68).

Już te nieliczne definicje komunikowania międzykulturowego pozwalają dostrzec, że w procesie tym uczestniczą jednostki lub grupy w układach najczęściej nieformalnych, typowych dla codziennych relacji międzyludzkich. W tym sensie komunikowanie międzykulturowe będzie zjawiskiem pierwotnym wobec komunikowania międzynarodowego. Z kolei komunikowanie międzynarodowe, według przywoływanych autorów Gaby Hsab i Christiana Agbobli, odnosi się do „komunikacji, która na różnych poziomach łączy odrębne ramy państwowe, relacje między narodami, z których cała seria zagadnień jest powiązana z aktorami, rządami, organizacjami i grupami o charakterze między- lub wielonarodowym” (HsAB, AGBOBLI 2011, s. 10). Komunikacja międzykulturowa będzie dotyczyć m.in. takich zjawisk, jak: imigracja, integracja, tożsamość, etniczność, interakcja czy akulturacja, natomiast komunikowanie międzynarodowe związane jest z rozwojem, współpracą, organizacjami pozarządowymi, prawem, instytucjami, globalizacją, homogenizacją i hybrydyzacją. Nie ulega wątpliwości, że oba pojęcia mają wspólne płaszczyzny, najważniejszą z nich jest kultura, ale także – częściowo – aktorzy. Istotną cechą odróżniającą jest to, że komunikowanie międzykulturowe odbywa się zarówno wewnątrz państw, jak i w środowisku międzynarodowym, z kolei komunikowanie międzynarodowe zawsze wychodzi poza granice państwowe czy narodowe. Ponadto oba typy komunikowania odróżnia natura polityczna – w komunikacji międzykulturowej stanowi jeden z wielu jej wymiarów i obszarów działania (np. w polityce wielokulturowości⁶, w walce o równouprawnienie czy

⁶ Interesujące studia nad różnorodnością kulturową w mediach przedstawiła Magdalena Ratajczak, która opisała wykorzystanie mediów w komunikowaniu się wieloet-

w emancypacji politycznej mniejszości etnicznych, ale także w instytucjonalnej dyskryminacji czy segregacji na tle etnicznym bądź rasowym, w stosunkach międzynarodowych⁷, natomiast nie pojawi się we wspólnej zabawie dzieci wywodzących się z różnych kultur).

Komunikowaniu międzynarodowemu zawsze będzie towarzyszyć natura polityczna, która przejawia się nie tylko w aktywności jej głównych aktorów, jakimi są państwa i ich przedstawiciele oraz międzynarodowe organizacje o charakterze międzyrządowym⁸, lecz także w komunikowaniu się innych podmiotów – np. jednostek⁹, organizacji pozarządowych¹⁰, mediów¹¹ czy przedsiębiorców – reprezentujących jakieś grupy interesów¹², których działalność będzie związana z dążeniem do zaspokajania określonych potrzeb lub realizacji określonych celów (a zatem i efektów) w wymiarze międzynarodowym (np. międzynarodowe prawodawstwo¹³, światowa gospodarka, prawa człowieka).

nicznych narodów (RATAJCZAK 2004, 2012; por. KALAGA 2004; SZACHAJ 2004; TOMCZYK 2007; GOLKA 2010).

⁷ Badania nad komunikowaniem międzykulturowym w obszarze stosunków międzynarodowych pierwotnie koncentrowały się na interakcjach w dyplomacji, w armii (i pomiędzy armiami), organizacjach międzynarodowych, wymianie językowej, a także organizacjach humanitarnych (por. HALL 1976, 1984, 1987; STOICIU 2008).

⁸ Organizacja Narodów Zjednoczonych, Unia Europejska, Rada Europy, Organizacja Traktatu Północnoatlantyckiego, Światowa Organizacja Zdrowia, Wspólnota Niepodległych Państw, Liga Państw Arabskich, Unia Afrykańska itp.

⁹ Dobrze obrazują to przykłady Juliana Assange’a, założyciela WikiLeaks, a także Edwarda Snowdena, byłego pracownika CIA, który ujawnił tajne dokumenty National Security Agency, m.in. dotyczące podsłuchiwania amerykańskich i zagranicznych obywateli (program PRISM).

¹⁰ Przykładowo Amnesty International, Greenpeace, Międzynarodowy Komitet Olimpijski, Reporterzy bez Granic (Reporters sans frontières), Human Rights Watch, Freedom House, Polska Akcja Humanitarna i inne.

¹¹ Omawiane tu rozgłośnie międzynarodowe: Voice of America, Radio France Internationale, BBC World Service, ale także np. Radio Vaticana, Radio Sputnik, Radio Canada International, Radio China International, UN Radio (Radio ONZ oraz inne media prowadzone przez tę organizację); telewizje: CNN International, Al-Dżazira, France 24, Euronews, Bloomberg TV, RT (wcześniej Russia Today) i wiele innych.

¹² Grupy interesów to w ujęciu socjologicznym grupy celowe, które „są grupami stworzonymi ze świadomym założeniem, że będą one dążyły do osiągnięcia celów określonych albo intencją organizatorów, albo też wyrażonych w sformalizowanym statucie” (SZCZEPAŃSKI 1966, s. 176).

¹³ Jednym z najwyrazistszych przykładów były protesty w sprawie porozumienia ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) w styczniu 2012 r., które odbyły się w wielu krajach świata, w tym w Polsce, i które skutkowały odmową podpisania porozumienia przez UE oraz Kanadę. Protesty organizowały niezależne organizacje internautów (m.in. *Anonymous*), a nawet po prostu jednostki, które za pośrednictwem Internetu umawiały się na akcje protestacyjne. Dokonano także hackerskich ataków na strony internetowe polskiego czy amerykańskiego rządu (ŁOSIŃSKA, PŁOCIŃSKI, WYBRANOWSKI 2012).

Pojęcie interesu¹⁴ wydaje się kluczowe dla komunikowania międzynarodowego – proces ten w konsekwencji będzie miał zawsze charakter intencjonalny, nie tylko wtedy, kiedy przyjmuje formę komunikowania politycznego. Sądzę – inaczej niż Fortner – że komunikowanie międzynarodowe nie może być nieintencjonalne – jeśli nadanie komunikatu za granicę jest efektem przypadku (np. z powodu zbyt mocnej propagacji fal radiowych, które przenikają poza granicę jakiegoś państwa¹⁵) albo nieorganizowanego, spontanicznego działania grup ludzi lub jednostek (bez założonego celu w wymiarze międzynarodowym), to będzie przejawem komunikowania międzykulturowego, a nie międzynarodowego.

Dominacja myślenia, że do komunikowania międzynarodowego konieczne jest użycie mediów masowych, a głównymi jego aktorami są państwa, wyraźnie zaznacza się w rozważaniach badaczy chińskich, cytowanych przez Duana Penga w książce *International Communication Strategies of Chinese Radio and TV Networks* (PENG 2017). L. Liu i Y. Zhang widzą w komunikowaniu międzynarodowym „proces zapośredniczonego komunikowania masowego pomiędzy krajami lub społeczeństwami” (LIU, ZHANG 2011, cyt. za: PENG 2017, s. 3), M. CHENG (2000) podkreśla, że „komunikowanie międzynarodowe obejmuje komunikację kulturalną i negocjacje pomiędzy odmiennymi krajami i grupami etnicznymi” (cyt. za: PENG 2017, s. 3), natomiast J. LIU (2002) przekonuje, że „komunikowanie międzynarodowe może działać poprzez mass media, aby dotrzeć do określonych krajów lub grup społecznych, przekraczając narodowe granice” (cyt. za: PENG 2017, s. 3). PENG (2017, s. 4) z kolei twierdzi, że „komunikowanie międzyna-

¹⁴ „Interes” rozumiany jest jako „jakiś przedmiot, kompleks przedmiotów czy stan rzeczy, którego osiągnięcie jednostka lub grupa uważa za pożądany lub niezbędny dla swojego życia, który mobilizuje w niej emocje, dążenia i postawy do działania dla jego osiągnięcia” (SZCZEPAŃSKI 1966, s. 176). Pojęcie interesu, ale politycznego, definiuje m.in. Ryszard Herbut, według którego jest to „świadome pragnienie skierowania polityki publicznej jako całości lub poszczególnych decyzji dotyczących rozdziału wartości politycznych w konkretnym kierunku, postrzeganym przez zainteresowanego jako konieczny do osiągnięcia wcześniej uświadomionych i wyartykułowanych celów” (HERBUT 1999, s. 55). Takie ujęcie będzie odnosiło się głównie do państwowych aktorów komunikowania międzynarodowego.

¹⁵ Przykładowo, na południu Polski można odbierać czeskie lub słowackie stacje radiowe, jednak jest to wynikiem interferencji fal radiowych, a nie celowego nadawania programów za granicę przez tamtejszych nadawców. Jednocześnie mogą zachodzić skutki takiego „kontaktu międzykulturowego”, ponieważ nadawane treści (edukacyjne, kulturalne, rozrywkowe) mogą oddziaływać na słuchaczy poza granicami kraju, np. wywołując w nich postawę przychylną wobec kultury, a nawet kraju nadawcy. Ponieważ jednak efekty mają charakter przypadkowy, niezamierzony, przyjmuję, że jest to komunikacja międzykulturowa, a nie międzynarodowa.

dowe może być traktowane jako proces, w ramach którego kraje, jako aktorzy, uczestniczą w różnych formach aktywności komunikacyjnej zgodnie z przyjętymi celami i używając mass mediów”. W przywołanych definicjach dostrzec można zawężenie terminu „komunikowanie międzynarodowe” do działalności państw lub grup społecznych z użyciem mediów masowych, natomiast nie zalicza się do niego międzynarodowej komunikacji interpersonalnej (nawet dyplomatów) oraz środków technicznych innych niż masowe (telefonu, telegrafu, e-maili, korespondencji itp.).

Hamid MOWLANA (1997), amerykańsko-irański badacz, wytyczył cztery współzależne ujęcia problematyki komunikowania międzynarodowego: idealistyczno-humanistyczne, politycznego prozelityzmu, ekonomiczne oraz polityczne. Pierwsze ujęcie odnosi się do komunikowania międzynarodowego jako środka służącego połączeniu narodów i ludzi oraz pomagającego organizacjom międzynarodowym w ich działalności na rzecz społeczności światowej. W ten sposób dąży do większego porozumienia między narodami i ludźmi oraz do osiągnięcia pokoju na świecie. Mowlana podkreśla, że owo idealistyczno-humanistyczne podejście niesie z sobą wiele trudności – przede wszystkim ze względu na mocno zindywidualizowany proces recepcji niełatwo rozpowszechniać określone wartości i idee, ponieważ jednostki mogą je w różny sposób internalizować; ponadto rodzi się pytanie o źródła i wymiar propagowanych idei, uznanie jednych za lepsze od innych mogłoby prowadzić do kulturowego imperializmu. Co więcej – wskazuje Mowlana – globalne przyjęcie modelu „uniwersalnego dobra” jest niemożliwe do zrealizowania, ponieważ człowiek w pojmowaniu dobra często nie kieruje się racjonalizmem, lecz jest zdominowany przez irracjonalność i emocje; poza tym uznanie „uniwersalnego dobra” może zatrzymać postęp społeczny, który wyrasta z niezgody jednostek i grup na zastaną rzeczywistość społeczną i obowiązujące normy. Wysiłki obywateli, aby wdrażać zmiany, mogą prowadzić do konfliktów i wojen, i jak twierdzi: „wojna to nie przedłużenie dyskusji, ale odmowa dyskusji” (MOWLANA 1997, s. 7). Drugie ujęcie odwołuje się do komunikowania międzynarodowego jako propagandy, ideologicznej konfrontacji, reklamy oraz tworzenia mitów i klisz. Jest to zazwyczaj jednokierunkowa, typowa dla krajów o autorytarnym lub totalitarnym systemie politycznym komunikacja, którą kierują organy władzy centralnej i która służy do manipulowania ludźmi. W trzecim podejściu traktuje się ekonomię jak władzę, która za sprawą ekonomicznej dominacji na rynkach zewnętrznych (międzynarodowe projekty rozwojowe, przedsięwzięcia biznesowe, marketing, handel i transfer technologii) „kolonizuje” słabsze ekonomicznie narody pe-

ryferyjne, tworząc subtelną sieć ekonomicznej zależności, osłabiającą wewnątrz krajową innowacyjność i kreatywność. W konsekwencji narody te podlegają „westernizacji” (HUNTINGTON 2005), a nawet „westoksykacji”¹⁶ nie tylko w wymiarze ekonomicznym, lecz również kulturowym. Ostatnia perspektywa pozwala postrzegać informację jako narzędzie władzy politycznej. Informacje – w postaci wiadomości i danych – są traktowane jako neutralny towar bez wartości. Jednak analiza rynku międzynarodowych środków masowego przekazu, rynku przemysłów kulturowych oraz IT ujawnia koncentrację środków i technologii jako zasobów niewielkiej liczby państw (MOWLANA 1997, s. 6). Jak przekonuje badacz: „Gdy informacje są przekazywane z jednego kraju do drugiego, przekazywana jest treść kulturowa źródła, co nie zawsze musi leżeć w najlepszym interesie odbiorcy” (MOWLANA 1997, s. 6). Tworzą się wówczas „monopole wiedzy”, o których wspominali m.in. Innis czy Fortner. Mowlana pokazuje przeobrażenia, jakim podlegał sam obszar badań nad komunikowaniem międzynarodowym. Pomiędzy latami czterdziestymi i osiemdziesiątymi, gdy się krystalizował, rozważania naukowców koncentrowały się na zagadnieniach modernizacji i rozwoju, organizacji międzynarodowych (zarówno rządowych, jak i pozarządowych), ekonomii politycznej, pokoju światowego, wojny i konfliktu, wolności/demokracji oraz propagandy/opinii publicznej. U schyłku zimnej wojny i współcześnie przedmiotem badań w komunikowaniu międzynarodowym stały się społeczeństwo informacyjne, publiczne i prywatne sfery komunikacji, społeczeństwo obywatelskie, usieciowienie, globalizacja, pokój i rozwiązywanie konfliktów, zarządzanie informacją, prywatyzacja i liberalizacja *versus* kontrola i monopolizacja (także koncentracja) produkcji i własności w sektorze komunikacyjnym (MOWLANA 2012, s. 286).

Współczesne pojmowanie komunikowania międzynarodowego odnosi się do pojęć społeczeństwa informacyjnego, wieku informacji, a zatem jest rozumiane jako „rozpowszechnianie wiedzy, idei i przekonań pomiędzy różnymi ludźmi na świecie i jako istotny czynnik w rozwiązywaniu globalnych konfliktów oraz w promocji wielostronnego zrozumienia pomiędzy narodami” (THUSSU 2004, s. 3). Jednak przy tych idealistycznych założeniach komunikowanie międzynarodowe postrzegane jest również jako narzędzie do promowania ekonomicznych i politycznych interesów najmocniejszych światowych narodów, które kontrolują środki globalnej komunikacji. Ekspansja komunikowania międzynarodowego w drugiej połowie XIX w. widziana jest jako efekt rozwoju kapitalizmu, który stał

¹⁶ Uzależnienie od Zachodu widziane jest tutaj jako „zainfekowanie Zachodem” (*Westoxification*) naturalnej, rodzimej kultury danego narodu (MOWLANA 1997, s. 6; por. THUSSU 2004, s. 60 i n.).

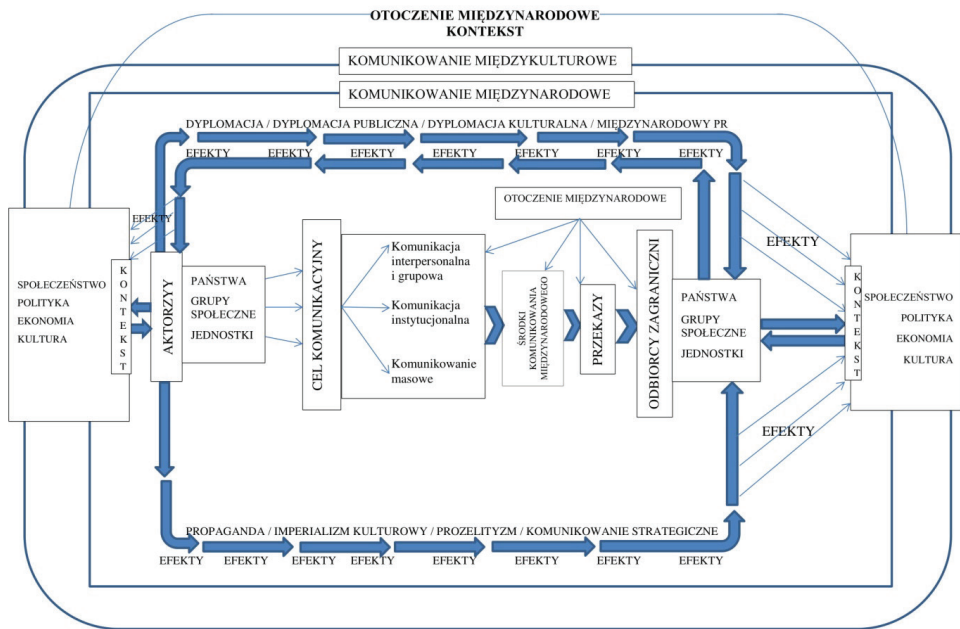
się źródłem ekonomicznej i politycznej władzy. W kapitalizmie dostęp do szybkiej i wiarygodnej informacji decydował o rynkowym sukcesie i rozprzestrzenianiu się (przepływie) europejskiego i amerykańskiego kapitału (THUSSU 2004). Dla państw stał się orężem w ustanawianiu ich przewagi ekonomicznej i politycznej na arenie międzynarodowej.

1.2. Ujęcie systemowe komunikowania międzynarodowego

Przywołane rozważania o naturze komunikowania międzynarodowego pokazują złożoność tego zjawiska, jednak dla uporządkowania obszaru badawczego, przyjmuję, że **komunikowanie międzynarodowe to forma komunikowania podejmowanego przez państwa, grupy społeczne lub jednostki, realizowanego poza granicami własnego kraju, najczęściej za pomocą technicznych środków przekazu, i skierowanego do zagranicznych odbiorców z zamiarem realizowania założonego celu komunikacyjnego**. Uznaję, że komunikowanie międzynarodowe zawsze ma naturę polityczną, a więc jest celowe i zorganizowane oraz odbywa się w ramach sfery publicznej lub jej dotyczy. Celem komunikacyjnym może być przekazanie informacji na jakiś temat, rozpowszechnianie określonych wartości, przekonanie do własnych racji, kształtowanie wizerunku państwa/grupy/jednostki lub realizacja interesów politycznych, militarnych, ekonomicznych, społecznych czy kulturalnych (por. FORTNER 1993, s. 1). Zorganizowanie oznacza, że aby doszło do aktu komunikowania międzynarodowego, podmiot musi podjąć określone czynności w ramach systemu, w którym funkcjonuje: ustalić cel komunikacyjny, wybrać adresata/odbiorcę/audytorium, przyjąć określone formy komunikacyjne (bezpośrednie lub pośrednie), dobrać odpowiednie środki przekazu, skonstruować komunikat/przekaz, następnie zbadać efekty komunikowania międzynarodowego.

Komunikacja interpersonalna odnosząca się do spraw jednostkowych, prywatnych, nie jest komunikowaniem międzynarodowym, nawet jeśli przebiega pomiędzy przedstawicielami różnych narodów; w takiej sytuacji można mówić o komunikacji międzykulturowej. Komunikowanie międzynarodowe zawsze ma wymiar międzykulturowy, natomiast komunikowanie międzykulturowe nie musi odbywać się na płaszczyźnie międzynarodowej.

Sposób postrzegania przeze mnie procesu komunikowania międzynarodowego zobrazowałam za pomocą modelu przedstawionego na rys. 1. Podstawowe składniki zaproponowanego modelu to: otoczenie



Rys. 1. Model komunikowania międzynarodowego, M. Wielopolska-Szymura

międzynarodowe, komunikowanie międzykulturowe, komunikowanie międzynarodowe; systemy: społeczny, polityczny, ekonomiczny i kulturowy aktorów; aktorzy: państwa, grupy społeczne, jednostki; cel komunikacyjny, który determinuje poziomy komunikacji (interpersonalna i grupowa, instytucjonalna, masowa); środki komunikowania międzynarodowego; przekazy; odbiorcy zagraniczni: państwa, grupy społeczne, jednostki; formy komunikowania międzynarodowego (dyplomacja, dyplomacja publiczna, dyplomacja kulturalna, międzynarodowy PR z jednej strony oraz z drugiej – propaganda, imperializm kulturowy, prozelityzm, komunikowanie strategiczne); systemy: społeczny, polityczny, ekonomiczny i kulturowy odbiorców; efekty. Całość zostanie omówiona w dalszej części podrozdziału.

Model ten opiera się na ogólnej teorii systemów. Teorie systemowe, kształtujące się od XIX w. w pracach Geoga Hegla czy Karola Darwina, ujednolicone w poglądach biologa Ludwiga von Bertalanffy'ego (BERTALANFFY 1933; por. FOSS, LITTLEJOHN 2009) i zaadaptowane w naukach społecznych, w tym także w teoriach komunikowania (teorie Claude'a Shannona, Warrena Weavera, Norberta Wienera, Karla W. Deutscha, Harolda Lasswella, Ithiela de Sola Pool, Melvina DeFleura, Abrahama Molesa, Gregory'ego Batesona, Paula Watzlawicka, Edwarda T. Halla, Ervinga Goffmana, wymieniając tych klasycznych), pozwalają na kompleksowe

uchwycenie omawianego zjawiska, jego struktury i składających się na nie poszczególnych elementów oraz ich funkcji, wzajemnych interakcji oraz efektów tych relacji (MATTELART, MATTELART 2001; FOSS, LITTLEJOHN 2009; McQUAIL 2012). Model ten zainspirowany został Laswellowskim funkcjonalnym modelem komunikowania, opartym na formule: „Kto mówi, co, jakim kanałem, do kogo, z jakim skutkiem” (MATTELART, MATTELART 2001; McQUAIL 2012). W komunikowaniu międzynarodowym, w moim ujęciu zawsze intencjonalnym, takie podejście jest kluczowe, formułując bowiem cel komunikacyjny, nie można zapominać o efektach. W ujęciu systemowym zarówno struktura systemu, jak i funkcje wchodzących w jego skład elementów są przedmiotem analizy, dlatego uwzględniam je w niniejszych rozważaniach.

Funkcje (masowych środków przekazu, ale nie tylko) pojmowane są niekiedy jako „działanie (lub przeznaczenie do działania) danego elementu w układzie, do którego ów element należy” (PISAREK 2008, s. 162), albo niekiedy jako rezultaty stosowanych sposobów działania (ONISZCZUK 1988, cyt. za: MROZOWSKI 2001, s. 110). Nie rozwijając nadmiernie wątku rozbieżności terminologicznych w odniesieniu do pojęcia funkcji (co czynili wybitni teoretycy komunikowania przywołani dalej), wydaje się uzasadnione uwzględnienie przywołanych ujęć, co oznaczałoby, że **funkcje (także mediów masowych) to określone sposoby działania elementów będących częściami składowymi systemu oraz rezultaty tych działań** i w takim rozumieniu je stosuję. W przypadku komunikowania międzynarodowego elementy systemu są bardzo zróżnicowane i wszystkie będą pełnić określone funkcje, nie zawsze tożsame. Warto podkreślić, że funkcje istnieją w powiązaniu z innymi elementami, poza nimi dostrzega się także rolę¹⁷ (mediów masowych) rozumianą jako „miejsce w określonym układzie czy systemie, [...] narzucające pewne funkcje, pewne działania” (TETELOWSKA 1960, s. 149), bądź jako „ogólny wkład w funkcjonowanie danego społeczeństwa” (ONISZCZUK 1988, cyt. za: MROZOWSKI 2001, s. 110); oraz zadania, czyli „planowane działania wynikające z przyjętego celu lub celów” (ONISZCZUK 1988, cyt. za: MROZOWSKI 2001, s. 110). Rola będzie kategorią najszerszą, rezultatem funkcji pełnionych przez media, natomiast zadania mediów będą kategorią najwęższą – są odpowiedzialne za inicjację i wyznaczanie celu działania.

Funkcje mediów masowych ujmowano w licznych klasyfikacjach, odwołując się do tych najbardziej klasycznych: Ireny Tetelowskiej (informowanie, kształtowanie opinii, dostarczenie rozrywki), Michała

¹⁷ W ujęciu socjologicznym „rola to społecznie określone oczekiwania, które ma do spełnienia osoba zajmująca daną pozycję społeczną” (GIDDENS 2010, s. 51).

Szulczewskiego (funkcja organizatorska, propagandowa, wychowawcza, rozrywkowa), Henka Prakkego (informacyjna, komentująca, rozrywkowa, socjalizująco-organizatorska), Kazimierza Młynarza (informacyjna, organizatorska, wychowawcza, rozrywkowa) (PISAREK 2007, s. 28 i n.). Janusz ADAMOWSKI (2005) w rozważaniach nad funkcjami prasy w swojej typologii uwzględnił funkcje informacyjno-kontrolne, socjalizacyjno-wychowawcze, integracyjne, mobilizujące oraz reklamowo-ogłoszeniowe, z kolei Ryszard KOWALCZYK (2009, s. 83) dzieli funkcje mediów na funkcje: poznawczą, perswazyjną i motywacyjną, socjalizacyjną oraz rozrywkową.

Zgodnie z koncepcją Harolda LASSWELLA (1948) komunikacja realizuje funkcje związane z obserwacją otoczenia, kreowaniem reakcji grup społecznych na jego otoczenie oraz transmisją dziedzictwa kulturowego. Charles R. Wright przekształcając typologię Lasswella, zaproponował funkcję informacyjną, funkcję interpretacyjną, funkcję socjalizacyjną oraz dodatkowo czwartą funkcję rozrywkową (za: MROZOWSKI 2001, s. 114). Paul Lazarsfeld i Robert K. Merton przyjęli, że media pełnią funkcję nadawania statusu (poprzez obecność określonych tematów w mediach nadają im rangę ważności i skupiają uwagę społeczną) i wzmacniania norm społecznych (pomagają utrwalać normy istotne społecznie), ponadto zwrócili uwagę na to, że media mogą pełnić również dysfunkcję, którą nazwali dysfunkcją narkotyzującą (media uzależniają, zastępując realne życie, i w efekcie prowadzą do apatii i bierności społecznej).

Kolejną typologię przedstawił Denis McQUAIL (2012, s. 111–112). Zastosował w niej podział na informację (dostarczanie informacji, wskazywanie stosunków władzy, wspomaganie innowacji, adaptacji i postępu), korelowanie (wyjaśnianie, interpretowanie, komentowanie znaczenia wydarzeń i informacji, wspieranie uznanych autorytetów, socjalizacja, koordynowanie odrębnych działań, budowanie konsensu, ustalanie hierarchii ważności i sygnalizowanie względnego statusu), ciągłość (wyrażanie dominującej kultury i uznawanie subkultur i zmian kulturowych, formowanie i podtrzymywanie wspólnoty wartości), rozrywkę (dostarczanie okazji do zabawy i relaksu, redukcja napięcia społecznego), mobilizację (kampania w imię celów społecznych w sferze polityki, wojny, rozwoju gospodarczego, pracy, a czasem religii). McQuail podkreślał, że wśród teoretyków komunikowania panuje zgoda co do działalności mediów na rzecz integracji społecznej oraz że dotychczasowe badania (nad przemocą, sensacją, zbrodnią w mediach) nie pozwoliły na potwierdzenie tezy o dezintegracyjnej funkcji mediów w odniesieniu do grup czy jednostek. Media i ich przekazy są systemami złożonymi, zatem i ich funkcje wzajemnie się przenikają, a więc wiele funkcji może być pełnionych jednocześnie.

Wskazywałam już przy innej okazji¹⁸ na to, że w dotychczasowych teoretycznych klasyfikacjach funkcji mediów na ogół nie uwzględniano ich funkcji kulturotwórczej¹⁹, pomijając ten ważny obszar ich działalności. W większości ujęć funkcjonalnych dostrzega się media jako środki jedynie transmisji kulturowej, pomijając kreatywny wymiar działalności samych mediów. Opierając się na klasycznych ujęciach funkcji mediów w zakresie transmisji dziedzictwa kulturowego, można wyodrębnić trzy obszary działalności, w których przejawia się **kulturotwórcza** (odrębna od funkcji rozrywkowej) **funkcja** mediów masowych, w tym radia:

1) upowszechnianie kultury – stwarzanie/umożliwianie dostępu do istniejących dzieł kultury:

- w wymiarze technologicznym – wszelkie formy rozpowszechniania przekazów kulturowych – a zatem system nadawczo-odbiorczy, rejestracja obrazu i dźwięku, zastosowanie nośników i formatów analogowych i cyfrowych wykorzystanych do archiwizacji i rozpowszechniania audycji (streaming, podcasty, transkrypcja, audiodeskrypcja itp.), wydania fonograficzne, strony internetowe i inne; czyli całościowo technologii stosowanej w przemysłach kultury i w sektorze medialnym;
- w wymiarze programowym – to odpowiednie formatowanie mediów i zawartości audycji, w którym powinno się uwzględniać wiadomości kulturalne, relacje z wydarzeń artystycznych, prezentowanie dzieł literackich i dzieł z innych dziedzin sztuki – na antenie i stronach internetowych nadawców, rozmowy z twórcami i krytykami różnych dziedzin twórczości artystycznej, translacje na różne języki, i inne formy upowszechniania dzieł artystycznych;

2) edukacja kulturalna – tu rozumiana jako „zespół działań stwarzających szanse dostępu do wytworów kultury i umożliwiających nabywanie kompetencji niezbędnych do ich interpretacji” (SZPOCIŃSKI 1999, s. 154). Przejawia się w takim programowaniu oferty medialnej, a także wydarzeń „okołomedialnych” (np. festiwale muzyczne czy filmowe, koncerty z udziałem widzów/słuchaczy, konkursy wiedzy itp.), aby róż-

¹⁸ Zagadnienia te opisywałam już wcześniej (zob. WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2016a, 2016b).

¹⁹ Nie oznacza to, że sama funkcja kulturotwórcza – nie tylko w odniesieniu do mediów – nie była uprzednio dostrzegana przez badaczy; istnieje bowiem wiele publikacji, których autorzy się do niej odwołują (zob. np. PLESZKUN-OLEJNICZAKOWA 1996; LEŚNIAK, red., 1997; BARCZYK 2013). Dwa lata temu ukazała się monografia na temat kulturotwórczej funkcji telewizji, w której autorka proponuje własne ujęcie zagadnienia (por. BARCZYK-SITKOWSKA 2017).

norodne treści kulturalne poszerzały kompetencje kulturowe i międzykulturowe odbiorców;

3) twórczość artystyczna – media stanowią przestrzeń do twórczości artystycznej, prowadzonej przez zatrudnionych w mediach twórców, zgodnie z doraźnym bądź stałym zapotrzebowaniem na ofertę artystyczną tworzoną na zlecenie mediów z wyprzedzeniem bądź na żywo (są to m.in. aktorzy, scenarzyści, reżyserzy, scenografowie, kostiumolodzy, charakteryzatorzy, choreografowie, tancerze, śpiewacy/wokaliści, instrumentalni, dyrygenci, artyści plastycy, wymieniając te najbardziej oczywiste zawody artystyczne); media ponadto stymulują działalność twórczą, a najczęstsze formy tej działalności to organizacja koncertów wokalnych i instrumentalnych w studiu radiowym bądź telewizyjnym czy też poza siedzibą samych mediów (np. festiwale), ponadto tworzenie „sceny” kabaretowej²⁰, ale także audycje według klasycznych form gatunkowych, takich jak dokument, reportaż, słuchowisko w radiu, fabuła filmowa, serial, teatr telewizji czy radia, ponadto oprawa dźwiękowa programów stanowiąca oryginalną twórczość, organizacja konkursów w różnych dziedzinach twórczości artystycznej czy zamawianie oryginalnych dzieł na potrzeby programowe; szczególną pozycję zajmuje wśród mediów radio, zwłaszcza publiczne, które oprócz wymienionych form twórczości prowadzi orkiestry i chóry radiowe, stymulując rozwój muzyki w zakresie kompozytorskim i wykonawczym.

Wszystko to jest formą twórczości mediów, dlatego zaliczane są one do przemysłów kreatywnych i w takim ujęciu nie uwzględniano dotąd ich funkcji. Ujmując funkcje kulturotwórcze w oderwaniu od funkcji rozrywkowych, za które uznają przedsięwzięcia i produkcje podejmowane przez media głównie o charakterze komercyjnym, ze świadomością jednak, że również twórczość artystyczna może pełnić funkcje rozrywkowe, przynosząc relaks i odprężenie odbiorcom. Funkcje te jednak będą pochodne (wtórne) wobec funkcji wytwarzania dzieł kultury artystycznej. Funkcja kulturotwórcza mediów ma szczególne znaczenie w procesie komunikowania międzynarodowego, stanowi bowiem ważny element wymiany międzynarodowej, zgodnie z zasadą przepływu dóbr kultury.

Ujęcie systemowe w odniesieniu do komunikowania masowego na gruncie polskim zaproponowała m.in. Bogusława Dobek-Ostrowska, która wprowadziła dualne rozumienie systemu: węższe (*sensu stricto*), nazwane systemem medialnym, który obejmuje wszystkie media masowe, oraz ujęcie szersze (*sensu largo*), określone jako system masowego komunikowania, do którego zalicza się system medialny i jego oto-

²⁰ W Polsce to np. „Kabaret Olgi Lipińskiej” lub „Kabaret Starszych Panów”, w USA np. „Saturday Night Live” w telewizji NBC.

czenie, czyli publiczność, agencje reklamowe, zleceniodawców, instytucje kontrolne, dystrybutorów i producentów oferty medialnej (DOBEK-OSTROWSKA 1998; 2004). Również dualistycznie, chociaż wychodząc od odmiennych przesłanek, opierających się na koncepcji społeczeństwa Jürgena Habermasa, postrzega system komunikowania masowego Maciej Mrozowski, dzieląc go na wężej rozumiane instytucje nadawcze (czyli media) i szerzej rozumiane instytucje medialne, czyli instytucje regulujące, instytucje samoregulujące, instytucje dostawcze, instytucje wspomagające, instytucje dystrybuujące (MROZOWSKI 2001, s. 117 i n.).

Traktowanie systemu komunikowania międzynarodowego z perspektywy jedynie systemu komunikowania masowego, a tym bardziej systemu medialnego, byłoby nadmiernym uproszczeniem tego skomplikowanego zjawiska. Oba te systemy, tu będące podsystemami, wchodzi w skład szerszego systemu komunikowania międzynarodowego i nie mogą być analizowane w oderwaniu od innych systemów i ich wzajemnych zależności, jak również oddziałujących na nie czynników, zwłaszcza że komunikowanie międzynarodowe wykracza poza komunikację zapośredniczoną przez media masowe, co dalej zostanie omówione. System komunikowania międzynarodowego rozpatruję w szerokim kontekście pozostałych systemów – społecznego, politycznego, ekonomicznego i kulturowego, a także w odniesieniu do otoczenia²¹ międzynarodowego. Stanowią one jednocześnie kontekst komunikowania międzynarodowego. W większości modeli systemowych komunikowania nie uwzględnia się wpływów międzynarodowych na wewnętrzny system komunikowania masowego/system medialny. A czynniki międzynarodowe w znacznej mierze, zwłaszcza w erze globalizacji, oddziałują na wewnątrzpaństwowe systemy medialne (*sensu stricto* i *sensu largo*), ponieważ kształtują ramy:

1) technologiczne – wynalazki, technologie informacyjne i urządzenia nadawczo-odbiorcze, przemysł radiowo-telewizyjny i komputerowy, branża IT, software i hardware, satelity komunikacyjne, Internet itp.;

2) prawne, czyli prawodawstwo międzynarodowe w zakresie:

- prawa medialnego – *free flow of information, right to communicate*, międzynarodowe dyrektywy w zakresie treści programowych itp.;
- prawa telekomunikacyjnego – podział częstotliwości radiowych i zasady ich użycia, przyjmowane ustawowo standardy techniczne analogowe i cyfrowe itp.;
- prawa autorskiego, własności intelektualnej, ochrony patentów, licencji na formaty medialne itp.;

²¹ Otoczenie w rozumieniu „zestawu składników i ich istotnych cech, gdy składniki nie są częściami systemu, przy czym zmiana któregokolwiek z nich może wywołać zmianę systemu” (KOZMIŃSKI 1976, s. 13).

3) finansowe – związane z funkcjonowaniem zagranicznego kapitału w mediach krajowych, międzynarodowych i transnarodowych korporacji medialnych, globalnych agencji informacyjnych;

4) obiegu wytworów kultury – związane z globalną działalnością przemysłów kultury – kinematografii, fonografii, telewizji (w aspekcie produkcji telewizyjnej), radia (produkcja radiowa), gier komputerowych, usług VOD, ofertą usług on-line oraz mobilnych itp.;

5) instytucjonalne – czyli przynależność państwa, instytucji państwowych i organizacji pozarządowych do międzynarodowych instytucji/organizacji o charakterze opiniotwórczym, prawodawczym i kontrolnym (Europejska Unia Nadawców, UNESCO, International Telecommunication Union, Reporters sans frontières, Freedom House itp.), które – poza ich statutową działalnością – stymulują także utrzymywanie czy podnoszenie standardów etycznych dziennikarzy i pracowników mediów, wpływają na wzrost ich kompetencji zawodowych, chronią i monitorują realizację praw komunikacyjnych.

W proponowanym przeze mnie modelu widać zależności pomiędzy poszczególnymi systemami i otoczeniem międzynarodowym. Ramę dla komunikowania międzynarodowego stanowi komunikowanie międzykulturowe, proces szerszy, wcześniej omówiony. Oba systemy – komunikowanie międzykulturowe i komunikowanie międzynarodowe – podlegają wpływowi pozostałych systemów, takich jak społeczeństwo, polityka, ekonomia i kultura, a wpływ ten ma charakter interakcji, i polega na wielokierunkowych przepływach elementów pomiędzy wszystkimi systemami. Całość tych procesów odbywa się w otoczeniu międzynarodowym, które na nie oddziałuje i stanowi nadsystem. Żadne bowiem współczesne społeczeństwo, państwo, żadna ekonomia i kultura nie pozostają w izolacji, podlegają one różnym przepływom z zagranicy – informacji, usług, kapitału, ludzi, technologii oraz wartości i dóbr kultury – światowa polityka zaś oddziałuje na politykę wewnątrzpaństwową i odwrotnie. Systemy te jednocześnie stanowią kontekst komunikacyjny dla procesów komunikowania międzynarodowego, zgodnie z koncepcjami badaczy szkoły Palo Alto i ich kontynuatorów. Podkreślali oni znaczenie relacji pomiędzy elementami procesu komunikowania, ponadto uznawali, że wszystkie ludzkie zachowania można zaliczyć do komunikacji, ponieważ nie tylko mowa, ale i gesty, mimika, fizyczna przestrzeń pomiędzy uczestnikami komunikowania, a także milczenie i bezruch są nośnikami określonych znaczeń. Te koncepcje szczególnie zaznaczają się w pracach Edwarda T. Halla, który wprowadził pojęcie niskiego i wysokiego kontekstu kultury, podkreślał rolę czasu (kultury monochromatyczne i kultury polichromatyczne) oraz przestrzeni (proksemika) w komunikowaniu (HALL 1976; 1984; 1987). Kontekst komu-

nikowania, tożsamość kulturowa i przynależność etniczna determinują sposoby komunikacji werbalnej i niewerbalnej (por. MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012) i stanowią istotny element stosunków międzynarodowych, zatem – jak wcześniej wspomniano – komunikowanie międzynarodowe zawsze przyjmuje wymiar międzykulturowy. Równie ważne wydają się klasyfikacje wymiarów kultur narodowych, czyli podziały ze względu na specyficzne cechy, typowe dla poszczególnych kultur narodowych, determinujących zachowania i komunikację w obrębie społeczeństw i pomiędzy nimi: jedna wprowadzona została przez Geerta Hofstede (HOFSTEDE 2000), a druga przez Alfonsa Trompenaarsa (zob. MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012). Te dwie klasyfikacje, jak i wiele innych badań wyjaśniających różnice kulturowe, mają istotne znaczenie z perspektywy procesu komunikowania międzynarodowego (por. PALECZNY 2007; MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012; GOLKA 2008; 2010;).

W procesy te – jak wspomniano wcześniej – angażują się różnorodni aktorzy. Sfera tej aktywności wykracza współcześnie poza sferę działalności państw i ich instytucji, jak było w klasycznej dyplomacji, a zatem – oprócz państw – rozszerza się na organizacje pozarządowe i różne typy grup społecznych, a także jednostki niepełniące żadnych funkcji publicznych. Podmioty te wyznaczają swoje cele, wywołując aktywność komunikacyjną wykraczającą poza granice własnych państw w ramach komunikowania międzynarodowego. Aktywność ta odbywa się na różnych poziomach komunikacyjnych (por. MOWLANA 1997, s. 24; OCIEPKA 2002; McQUAIL 2012), jak pokazano w modelu: komunikacja interpersonalna – wzajemne kontakty reprezentantów państw (m.in. politycy pełniący funkcje publiczne, dyplomaci, wojskowi, urzędnicy państwowi) lub jednostek wywodzących się z różnych narodów (np. turyści, artyści, naukowcy, biznesmeni, sportowcy) i grupowa – pomiędzy grupami społecznymi (np. organizacjami pozarządowymi, grupami hobbyistycznymi, grupami fanów, subkulturami, mniejszościami etnicznymi, zespołami artystycznymi czy badawczymi, młodzieżą szkolną, grupami zawodowymi, przedsiębiorstwami, związkami i zespołami sportowymi, ale również partiami politycznymi, związkami zawodowymi czy organizacjami religijnymi); komunikacja instytucjonalna – pomiędzy instytucjami należącymi do różnych państw (np. ministerstwa, instytuty publiczne, instytuty badawcze, instytuty kultury, instytuty oświatowe, samorządy, instytuty kościelne) lub instytucjami o międzynarodowym charakterze, np. międzynarodowe organizacje rządowe (UE, ONZ, UNESCO, Rada Europy), militarne (NATO) czy międzynarodowe organy regulacyjne w zakresie telekomunikacji i mediów, takie jak International Telecommunication Union (ITU), WorldDAB, Rada Europy, Unia Europejska; ponadto korporacje czy stowarzyszenia producentów lub profesjonalistów

w zakresie komunikacji, na przykład European Broadcasting Union, The Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE), Eurimages, Instytut Inżynierów Elektryków i Elektroników (IEEE) i jego pochodne: The IEEE Computer Society, IEEE Communications Society (ComSoc) itp.; oraz międzynarodowy amatorski ruch krótkofalarstwa zrzeszony w International Amateur Radio Union (Międzynarodowa Unia Radioamatorów, IARU) i w krajowych zrzeszeniach radioamatorskich, np. w Polskim Związku Krótkofalowców.

Ostatni poziom obejmuje międzynarodowe komunikowanie masowe za pośrednictwem instytucji nadawczych, traktowanych jako podmioty (aktorzy) komunikowania, a nie technologie przekazu, których celem jest rozpowszechnianie przekazów za granicę z myślą o zagranicznym odbiorcy. Do tej grupy należą międzynarodowe instytucje nadawcze – prasa, radio i telewizja – poza tym agencje informacyjne, koncerny medialne oraz grupy producenckie (przemysły kultury), agencje reklamy i agencje PR. Międzynarodowe komunikowanie masowe obejmuje zatem wszelkie wytwarzanie oraz przepływy treści i produktów medialnych (transmisję, wymianę, koprodukcję, dystrybucję), ponadto dwu- lub wielostronne umowy zawierane w wymiarze międzynarodowym w różnych konfiguracjach pomiędzy: nadawcami, agencjami reklamy i agencjami PR. Szczególnymi odmianami tego poziomu komunikowania międzynarodowego są dyplomacja medialna (*media diplomacy*) i dyplomacja pośredników medialnych (*media broker diplomacy*). Eytan GILBOA definiuje dyplomację medialną jako „zastosowanie środków masowego przekazu przez polityków i władze do komunikacji z podmiotami państwowymi i niepaństwowymi, mające na celu wzbudzenie zaufania oraz postępy w negocjacjach, a także mobilizację wsparcia publicznego na rzecz porozumienia” (2008, s. 45). Autor podkreśla także, że dyplomacja medialna – poza rutynowym działaniem mediów w komunikowaniu międzynarodowym (konferencje prasowe, wywiady, przecieki medialne, relacje z wizyt głów państw czy z innych wydarzeń) – może być wykorzystana w sytuacjach, gdy brakuje bezpośrednich kanałów komunikacji lub gdy jedna ze stron nie potrafi określić możliwych reakcji drugiej strony, wtedy za pośrednictwem mediów wysyłane są sygnały i komunikaty, które mogą mieć charakter jawny lub ukryty, aby wysondować potencjalne nastawienie czy reakcje drugiej strony. W przypadku dyplomacji pośredników medialnych, kategorii zaproponowanej przez Gilboę, zaangażowanie mediów i dziennikarzy jest dużo większe i prowadzi do przejmowania przez dziennikarzy ról mediatorów w konfliktach międzynarodowych. To pośrednictwo mediów może przyjmować trzy odmienne formy: interwencji bezpośredniej (dziennikarze stają się mediatorami i pomagają stronom zainicjować formalne rozmowy), prze-

rzucania mostów (gdy dziennikarze dążą do przekonania stron o potrzebie podjęcia rozmów w celu zażegnania konfliktu), mediacji tajnych (gdy dziennikarze zakulisowo weryfikują różne opcje rozwiązań) (GILBOA 2005a). Media jako aktorzy komunikowania międzynarodowego mają zatem do odegrania istotną rolę.

Kolejnym elementem systemu są środki komunikowania międzynarodowego, tym razem traktowane nie jako aktorzy, lecz sposoby przekazu, tożsame z ogólną klasyfikacją środków komunikowania (mediów), na które składają się „zachowania, przedmioty i urządzenia, które mogą pełnić funkcję symboliczną (znakową) oraz utrwalać i przenosić w czasie i przestrzeni wszelkie nośniki tej funkcji, tzn. znaki i ich konfiguracje: przekazy” (MROZOWSKI 2001, s. 17), jednak z wyraźnym odniesieniem się do ich międzynarodowego lub globalnego zasięgu. John FISKE (1999) podzielił media według pełnionych funkcji na środki prezentacji (wyrażania), środki reprezentacji (rejestracji) i środki transmisji (technologie komunikacyjne). Podział ów jest jednak umowny, gdyż funkcje mediów wzajemnie się przenikają. Dobór środków komunikowania jest determinowany przez przyjęte przez aktorów poziomy komunikacji. Komunikacja na pierwszych dwóch poziomach może mieć charakter bezpośredni – twarzą w twarz, czyli jest nią komunikacja werbalna i niewerbalna – lub pośredni – z użyciem technicznych środków komunikowania i szerokiej gamy im odpowiadających technologii komunikacyjnych – pisma, druku, fotografii, korespondencji tradycyjnej i cyfrowej, telefonu, telegrafu, kiedyś fonografu, współcześnie płyt analogowych i CD, filmu, radia, telefaksu, telewizji, teleksu (dalekopisu), krótkofalarstwa, satelity, wideo i DVD, komputera (bazy danych, *software*), gier komputerowych, Internetu i nowych mediów (w tym cyfrowych przekazów), zatem jak widać, komunikowanie międzynarodowe wykracza poza komunikację zapośredniczoną przez media masowe, reprezentowaną na trzecim poziomie, chociaż to właśnie media masowe w największym stopniu je zmieniają. Poziomy komunikacji mogą się przenikać, funkcjonować równolegle, nie zawsze bowiem można rozgraniczyć relacje interpersonalne od grupowych czy instytucjonalnych. Dyplomata kontaktując się ze swoim odpowiednikiem za granicą, jest podmiotem instytucjonalnej komunikacji międzypaństwowej, ale jednocześnie swoje zadania realizuje za pośrednictwem komunikacji interpersonalnej czy grupowej oraz z wykorzystaniem mass mediów. Aby takiego rozróżnienia dokonać, niezbędne będzie przyjęcie odpowiednich kryteriów analizy: po pierwsze – celu komunikacyjnego, po drugie – ról²², jakie podmiot odgrywa

²² W przytoczonym przykładzie istotne będzie określenie, czy dyplomata, rozmawiając z przedstawicielem innego państwa podczas bankietu, realizuje powierzone mu cele polityczne, strategiczne, militarne, czy jedynie prowadzi niezobowiązującą wymianę

w procesie komunikowania. Złożoność zjawiska wynika z natury systemu społecznego, w którym funkcjonują jednostki odgrywające określone role w ramach różnorodnych struktur społecznych, powiązanych wzajemnymi więziami i realizujących określone funkcje, i w którym zachodzą procesy komunikacyjne.

W niektórych uprzednio cytowanych definicjach komunikowania międzynarodowego można zauważyć tendencję do zawężania tego procesu do mediów masowych i komunikowania masowego, jednak takie podejście nie wydaje mi się uzasadnione. Komunikowanie międzynarodowe jest realizowane w sposób kompleksowy i obejmuje różne jego formy równoległe, zarówno jeśli chodzi o poziomy komunikacji, jak i zakres użycia technicznych środków przekazu albo rezygnacji z nich. Tę złożoność podkreślał już FORTNER (1993, s. 6), tym bardziej współcześnie wszechstronność i wieloaspektowość tego procesu wydaje się pewną prawidłowością, zwłaszcza że spośród uprzednio wymienionych technicznych środków komunikacji z użycia wyszły jedynie telegraf, fonograf i dalekopis²³, pozostałe narzędzia są z powodzeniem wykorzystywane w różnych formach komunikowania międzynarodowego.

Rozrastająca się infrastruktura komunikacyjna, zapoczątkowana przez rozwój telegrafu, następnie zdominowana kolejno przez radio, telewizję, komunikację satelitarną, a wreszcie sieciowość Internetu (a warto podkreślić, że bez wynalazku radia nie byłoby komunikacji satelitarnej, Internetu bezprzewodowego i telefonii komórkowej), determinowała rozwój komunikowania międzynarodowego, a także jego poszczególne etapy – telegraf był typowy dla komunikacji typu *point-to-point*, radio, telewizja i satelita – dla komunikacji *one-to-many*, natomiast Internet pozwolił na połączenie kilku wzorców komunikacyjnych: typu *one-to-one*, *one-to-many* oraz *many-to-many* (JENSEN 2010 za: BALBI, KITTLER 2016, s. 1983). McLuhanowskie *medium jest przekazem (medium is the message)* (MCLUHAN 2001, s. 212) nigdzie indziej nie urzeczywistnia się

zdań na temat np. współczesnego malarstwa, odgrywając w tym układzie rolę pasjonata sztuki. Skądinąd trudno całkowicie oddzielić obie role ze względu na specyfikę działalności dyplomatycznej: teoretycznie towarzyska rozmowa może wpływać na wizerunek dyplomaty i państwa, które reprezentuje, może oddziaływać na nastawienie rozmówców, lub też może prowadzić do konfliktów dyplomatycznych.

²³ Warto nadmienić, że w Indiach klasyczny telegraf został wycofany z użycia w usługach pocztowych dopiero w 2013 r. (*sic!*) (NIEDZIŃSKI 2013). W Polsce usługa wysyłania telegramów cyfrowych (przesyłanych Internetem z punktu nadania do innych placówek pocztowych i dostarczana do adresata na tradycyjnym blankiecie telegramu) została zlikwidowana 1 października 2018 r. (*Koniec telegramów...* 2018). Dalekopis z kolei to telegraficzny aparat drukujący, „służący do przekazywania informacji w postaci alfanumerycznej” (PŁOCIŃSKI 2012) do użytku prywatnego, stosowany od 1910 r., uznaje się go za następcę telegrafu, a poprzednika e-maila; wyszedł z użycia w Polsce w 2007 r.

pełniej niż w komunikowaniu międzynarodowym, przy czym media determinują nie tylko gatunki medialne (por. MAZIARSKI 1976, s. 89; ŚLAWSKA 2017, s. 17–18), ale również funkcje, na przykład telegraf nie mógł skutecznie pełnić funkcji propagandowych ze względu na ograniczony odbiór, ale sprzyjał kontaktom interpersonalnym i instytucjonalnym realizowanym w ramach dyplomacji tradycyjnej. Radio, telewizję i komunikację satelitarną (jawną) wykorzystywano w propagandzie, dyplomacji publicznej czy dyplomacji kulturalnej, natomiast Internet i technologie cyfrowe – łączące poprzednie formy komunikowania – dodatkowo sprzyjają rozwojowi dyplomacji cyfrowej²⁴ oraz powrotowi do propagandy, zwłaszcza dezinformacji (por. RAJCZYK 2016; ŁÓDZKI 2017).

Przekazy, kolejny element procesu komunikowania międzynarodowego (a zarazem jego modelu), stanowią rozbudowany subsystem komunikacyjny. Przekaz jest „sekwencją lub konfiguracją znaków ustrukturuowaną wedle pewnego wzoru, która ma wyrażać (przekazywać) złożone treści pojęciowe oraz odpowiednio ukierunkować odczytanie tych znaków i całego przekazu” (MROZOWSKI 2001, s. 284). Przekazy przede wszystkim różnią się formą (składają się na nią znaki²⁵, kody²⁶, w tym kody estetyczne, i konwencje gatunkowe²⁷), treścią (zawartość

²⁴ Ogólnie można stwierdzić, że dyplomacja cyfrowa to wykorzystanie Internetu i nowych technologii do powiększania wydajności służb dyplomatycznych podczas realizacji tradycyjnych zadań dyplomacji. Pojęcie to nie znajduje się w centrum niniejszej analizy, zatem nie będzie rozwijane w dalszej części rozważań (zob. KOSENKOWSKI, PISKORSKA 2014).

²⁵ „Znak to wszelkie wydarzenie lub przedmiot powiązany w doświadczeniu jakiejś żywej istoty z innym przedmiotem lub wydarzeniem, do którego się odnosi” (KŁOSKOWSKA 1983b, s. 129). Maciej Mrozowski – odwołując się do koncepcji znaku Ferdinanda de Saussure’a, przyjął, że „znak jest konwencjonalnym związkiem dwóch elementów: elementu znaczącego, czyli istniejącej obiektywnie fizycznej (materialnej) formy znaku, i elementu znaczonego, czyli istniejącej subiektywnie pojęciowej (mentalnej) treści znaku” (MROZOWSKI 2001, s. 271).

²⁶ „Kod to system reguł (konwencji) porządkujących pewien zbiór znaków, który każdemu wyraźnie wyodrębnionemu elementowi znaczącemu (różniącemu się jakąś cechą od innych) przyporządkowuje jeden i tylko jeden wyraźnie wyodrębniony element znaczonego (też różniący się od innych)” (Mrozowski 2001, s. 20). W przypadku komunikowania międzynarodowego najważniejsze będą kody społeczne o niejednolitym stopniu konwencjonalizacji oraz kody estetyczne o słabo skonwencjonalizowanym stopniu. Chociaż warto pamiętać, że w komunikowaniu międzynarodowym nadal używa się wysoko skonwencjonalizowanych kodów logicznych, np. w kryptografii.

²⁷ „Konwencja to umowa normująca, regulująca jakieś sprawy, zespół norm odnoszących się do dzieła [...] (punktem odniesienia konwencji mogą być przede wszystkim twory kultury: konwencja literacka, filmowa, baśniowa, konwencja opowiadania itp.) i obowiązujących w danym czasie, przyjmowanych przez twórców i odbiorców” (WOJTAK 2015). Gatunki „to zindywidualizowane, podstawowe struktury, pełniące określone, im tylko właściwe zadania w procesach komunikowania masowego. Składają się z ele-

tematyczna – znaczenie²⁸) oraz funkcjami (informacyjna, rozrywkowa, propagandowa, kulturotwórcza itp.). Z perspektywy nauk o komunikacji społecznej i mediach najbardziej znaczące będą przekazy masowe (choć nie zostaną omówione kompleksowo), reprezentowane przez szeroką grupę gatunków medialnych, zgodnie z ujęciem Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego i Andrzeja Kozieła, którzy zauważają, że „genologię przekazów medialnych należy rozpatrywać dwuwarstwowo. Pierwszą warstwę stanowią rodzaje: literackie, dziennikarskie, filmowe, naukowe, reklamowe, teatralno-estradowe, muzyczne, sztuk pięknych, występujące w prasie, radiu, telewizji, internecie i najnowszych kanałach przekazu. Są więc wypowiedziami medialnymi, za klasyczną zaś wypowiedź dziennikarską uznajemy wyłącznie gatunki dziennikarskie (informacyjne, publicystyczne i pograniczne)” (WOLNY-ZMORZYŃSKI, KOZIEŁ 2013, s. 299). Tak rozbudowane ujęcie gatunków medialnych jest uzasadnione zwłaszcza z perspektywy narzędzi i funkcji komunikowania międzynarodowego – wszak nie ograniczają się one jedynie do przekazów dziennikarskich. Ważnych i historycznie utrwalonych przykładów przekazów komunikowania międzynarodowego dostarczają przekazy artystyczne (lub artystyczno-rozrywkowe), takie jak: literatura, film czy muzyka²⁹. Nie można zapominać o sztukach plastycznych – obieg dzieł sztuki

mentów formy, tworzywa i treści, występują w sposób powtarzalny w konkretnych publikacjach prasowych, radiowych i telewizyjnych o charakterze informacyjnym i publicystycznym. [...] Podstawą wyodrębnienia gatunków dziennikarskich spośród innych gatunków piśmiennictwa i sztuki jest ich ścisły, genetyczny związek ze środkami komunikowania masowego, stwarzającymi poszczególnym gatunkom tej grupy warunki pełnej aktywności i żywotności” (MAZIARSKI 1976, s. 89). Zagadnienie gatunków medialnych (dziennikarskich) szeroko omawiają: SZULCZEWSKI 1976; PISAREK 1993, 2002; WOJTAK 2004; GOBAN-KLAS 2005; WOLNY-ZMORZYŃSKI, KALISZEWSKI 2006; CHUDZIŃSKI 2007; LOEWE 2007; BAUER 2008; LISOWSKA-MAGDZIARZ 2008; CHYLIŃSKI, RUSS-MOHL 2008; GAJDA 2010; FRAS 2012; ŻYDEK-BEDNARCZUK 2012; WOLNY-ZMORZYŃSKI, KOZIEŁ 2013; ŚLAWSKA 2017.

²⁸ „Znaczenie to treść pojęciowa znaku, czyli element znaczony, który istnieje [...] za pośrednictwem innych znaków [...]” (MROZOWSKI 2001, s. 274); „Znaczenie [...] jest zawsze tworem człowieka, opartym na pewnej umowie (konwencji) i w sposób umowny powiązany ze znakiem” (MROZOWSKI 2001, s. 278).

²⁹ Uwzględniam w tym ujęciu muzykę jako przekaz wykorzystujący narzędzia techniczne w postaci instrumentów muzycznych (tradycyjnych lub elektronicznych), wykonywaną na żywo lub odtwarzaną z urządzeń rejestrujących dźwięk i/lub rozpowszechnianą poprzez nośniki analogowe lub cyfrowe bądź media masowe. Muzyka traktowana jest tutaj jako przekaz instrumentalny, wokalny lub instrumentalno-wokalny, skonstruowany za pomocą specyficznych kodów estetycznych (dźwięk, rytm, barwa, dynamika, tempo) i konwencji gatunkowych (np. symfonia, etiuda, opera, musical czy koncert), zawierający treści o określonym znaczeniu i pełniący określone funkcje (w kontekście komunikowania międzynarodowego istotne są zwłaszcza funkcje estetyczne (kulturalne), polityczne i ekonomiczne). Muzyka z powodzeniem wykorzystywana jest jako środek komunikowania międzynarodowego, stanowi istotny składnik dyplomacji kulturalnej i *soft power*.

jest istotnym elementem międzynarodowych stosunków kulturalnych (MICHAŁOWSKA 1991; 2010; ZIĘTEK, red., 2010).

Ostatnim elementem modelu i procesu komunikowania międzynarodowego są odbiorcy – ich najważniejszą cechą jest to, że należą do odrębnej pod względem narodowym i państwowym grupy i jest to czynnik determinujący nadawczość międzynarodową. Jej historia pokazała, że nie był to odbiorca przypadkowy, lecz odbiorca, który z jakiegoś powodu był „atrakcyjny” dla nadawcy. Nadawca ukierunkowuje swoje zagraniczne przekazy, ponieważ chce zrealizować jakieś cele, a odbiorca zagraniczny jest do tego niezbędny. Owa atrakcyjność zagranicznej publiczności może wynikać z celów politycznych, wtedy odbiorcy są bardziej sprecyzowani (np. cywile wrogich państw), czy celów gospodarczych, wtedy publiczność jest traktowana jak konsumenci i mierzy się li tylko jej potencjał ekonomiczny – stanowi element rynku gospodarczego. Publiczność międzynarodowa to niełatwy obiekt badań, składają się na nią obywatele zróżnicowani etnicznie, narodowo i społecznie, można stwierdzić, że trudności badania takiej grupy multiplikują się. Zwracali na to uwagę DAVISON i GEORGE (1952). Badania odbiorców przekazów masowych to przecież ogromny dział badań komunikowania masowego. W procesie komunikowania międzynarodowego odbiorcy zagraniczni podlegają oddziaływaniu pozostałych systemów, polityki, kultury, społeczeństwa, ekonomii i otoczenia międzynarodowego, składających się na konteksty komunikacyjne, w dodatku odmienne niż konteksty, w których osadzony jest nadawca.

1.3. Rola radia w komunikowaniu międzynarodowym

W procesie komunikowania międzynarodowego, a w konsekwencji w jego modelu, uwzględniam znaczenie wszystkich środków komunikowania i form przekazów (przez dialog i sztukę po media masowe), jednak swoją uwagę badawczą w niniejszym opracowaniu koncentruję na przekazach dziennikarskich i instytucjach nadawczych (mediach *sensu stricto*), w szczególności na roli radia w komunikowaniu międzynarodowym.

Techniczny rozwój radia (omówiony szczegółowo w 2. rozdziale) – od wynalazku telegrafu przez odkrycie i wykorzystanie fal radiowych do wykształcenia się dojrzałych radiofonii i masowego stosowania radia – przyczynił się do zintensyfikowania propagandy, a z czasem rozwinięcia się dyplomacji publicznej. Radio stało się idealnym kanałem dla tych dwóch form komunikowania międzynarodowego.

Propaganda była i jest przedmiotem dociekań naukowców. Refleksje nad nią zintensyfikowały się, gdy nastąpiło jej umasowienie za sprawą radia i filmu w latach trzydziestych XX w. W 1931 r. William W. Biddle stwierdził, że „pod wpływem propagandy każda jednostka zachowuje się tak, jak gdyby jej reakcje były wynikiem jej własnej decyzji. Szereg jednostek można zmusić do takiego samego zachowania, przy czym każdą pozornie kierują jej własne sądy” (cyt. za: DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999, s. 8). Garth S. Jowett i Victoria O'Donnell uważali, że „propaganda jest celową i systematyczną próbą kształtowania percepcji, manipulowania myślami i bezpośrednimi zachowaniami w celu osiągnięcia takich reakcji, które są zgodne z pożądanymi intencjami propagandzisty wywołania pożądaných przez siebie reakcji” (cyt. za: DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999, s. 9). Z czasem przyjęli założenie, że propaganda to rodzaj komunikacji opierający się na dwóch zasadniczych elementach: informacji i perswazji, dlatego z tej perspektywy uznali, że propaganda to proces kontrolowania przepływu informacji, sterowania opinią publiczną i manipulowania wzorami zachowań. Z kolei Jacques Ellul widzi propagandę w wymiarze szerokim, jako kompleksowe oddziaływania na psychikę, wojnę psychologiczną, pranie mózgów. Działania te mają doprowadzić do osłabienia lub zniszczenia morale albo do reedukacji i w efekcie zmiany zachowań, zmiany opinii. W ujęciu wąskim widzi propagandę jako formę zarządzania akcją propagandową i programowania jej (DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999). Paul LAZARSELD i Robert MERTON (2002, s. 543) uważali, że propagandą są wszystkie symbole wpływające na opinie, poglądy lub działania w sprawach kontrowersyjnych dla danej społeczności. Bogusława DOBEK-OSTROWSKA przyjęła, że propaganda jest „intencjonalnym, długoterminowym procesem jednokierunkowego komunikowania instytucji politycznych, mającym na celu realizację interesu nadawcy, przy zastosowaniu licznych technik marketingowych. Potrzeby i interes adresata ma dla podmiotu propagandy drugorzędne znaczenie” (2007, s. 132).

Od początku badań nad propagandą masową przybywało nie tylko wiedzy na jej temat, ale także definicji, nie jest jednak moją intencją przeprowadzać ich przeglądu, analizy, uczyniono to już w innych opracowaniach (DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999; PRATKANIS, ARONSON 2004; MICHALCZYK 2005 i in.). Jakichkolwiek definicji by nie przytoczyć, najistotniejsze ich elementy się powtarzają: propaganda jest intencjonalna, jednokierunkowa, stosujący ją posługują się mediami masowymi (jest impersonalna), dążą do zmiany opinii, postaw i zachowań odbiorców, wykorzystują zestaw technik komunikacyjnych, podejmują wysiłki na rzecz kontrolowania przepływu informacji. Ponieważ w centrum moich zainteresowań znajduje się przede wszystkim radio, a zwłaszcza

radio międzynarodowe, dlatego z tej perspektywy istotna jest definicja odnosząca się do tego środka przekazu – stanowi ono bowiem kanał dla propagandy audytywnej, czyli takiej, która angażuje jedynie receptor słuchu i poza radiem dotyczy także muzyki i produktów fonograficznych (DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999, s. 111), a ponadto radio międzynarodowe stanowi naturalny kanał propagandy zewnętrznej, czyli skierowanej do obywateli obcych państw.

Na pewno istotny będzie także podział propagandy ze względu na stopień zafałszowania treści, który wyróżnia propagandę białą, charakteryzującą się pełną jawnością celów, ideologii, metod i nadawcy, służącą państwu lub instytucjom do przedstawiania swoich poglądów; propagandę szarą, charakteryzującą się jawnością źródła, ale cenzurowanymi lub ściśle kontrolowanymi treściami; propagandę czarną, całkowicie zakamuflowaną – ani nadawca, ani źródła przekazów nie są identyfikowane przez odbiorców albo są identyfikowane błędnie, co jest często celem samym w sobie takiej propagandy, rozpowszechnia się treści fałszywe, stosuje dezinformację (WUILLÈME 2007).

W historii wojennego komunikowania masowego (rozdz. 3) zauważam pewną prawidłowość – państwa alianckie przygotowując jawne przekazy radiowe, na ogół nie stosowały propagandy: unikano podawania fałszywych informacji, raczej praktykowano metodę pomijania wiadomości niekorzystnych dla siebie niż ich fałszowanie („the truth but not all truth”) – chociaż zdarzały się wyjątki od tej reguły – ich przekazy opierały się na dekonspiracji propagandy wroga (*counter propaganda*), dbały o nieprzypisywanie im miana propagandzisty i o wizerunek wiarygodnego medium (również z uwagi na osadzenie w historii i w społecznym kontekście). Ponadto dążyły do uzyskania dla swoich militarnych i politycznych działań aprobaty zagranicznych odbiorców, co wpisuje się w dyplomację publiczną, a nie propagandę. Natomiast szarą i czarną propagandę stosowały na szeroką skalę, ale jedynie w sposób niejawnym – słuchacz, czy to wrogi, czy sojusznicy, nie mógł się zorientować, że konkretna rozgłośnia jest w rzeczywistości tajną, propagandową odnogą zaufanego medium. Podziemne rozgłośnie (i radiostacje fantomowe) – zwłaszcza brytyjskie – były tak dobrze zakamuflowane, że nawet nasłuchujące ich alianckie zespoły monitoringu dawały wprowadzić się w błąd, a o ich rzeczywistej afiliacji dowiadywano się długo po zakończeniu wojny z ujawnionych dokumentów państwowych. Przeciwnie postępowano w państwach osi, szara i czarna propaganda radiowa, zarówno wewnętrzna, jak i zewnętrzna, były częścią oficjalnych państwowych radiofonii (zob. FIKUS 2018; KRÓL 1999), które wkraczając w wojnę, stosowały ją w formie jawnej, poza tym, również w tych państwach tworzono ją w formie niejawnym; prawdziwość informacji

i wiarygodność medium nie miały istotnego znaczenia z perspektywy „propagandy totalnej” Hitlera.

Wraz z rozwojem elektronicznych środków masowego przekazu istotnym aspektem komunikowania międzynarodowego stał się udział nowych podmiotów w tym procesie – pośredników medialnych oraz publiczności. Efektem mediatyzacji zagranicznego komunikowania politycznego było wyodrębnienie się dyplomacji publicznej. Samo pojęcie pojawiło się dużo później, w 1965 r. zostało wprowadzone przez Edmunda Gulliona, który stwierdził, że „Dyplomacja publiczna dotyczy wpływu, jaki postawy społeczne wywierają na kształtowanie i realizację polityki zagranicznej. Obejmuje wymiary stosunków międzynarodowych wykraczające poza tradycyjną dyplomację; kształtowanie przez rządy opinii publicznej w innych krajach; wzajemne interakcje prywatnych grup i interesów pomiędzy jednym krajem a drugim; relacjonowanie spraw zagranicznych i ich wpływ na politykę; komunikowanie między tymi, którzy zawodowo zajmują się komunikacją jako dyplomaci i zagraniczni korespondenci; oraz proces komunikacji międzykulturowej” (cyt. za: CULL 2006; por. MIKUŁOWSKI POMORSKI 2012, s. 64).

Joseph S. NYE Jr. zauważa, że „Dyplomacja publiczna jest instrumentem używanym przez rządy w celu mobilizowania zasobów soft power do komunikacji i przyciągania społeczeństw innych krajów” (2008, s. 95). OCIEPKA dyplomację publiczną definiuje jako „dwustronną, dialogową formę politycznego komunikowania międzynarodowego, skierowaną do publiczności za granicą, realizowaną dzięki pośrednictwu środków przekazu i poprzez kanały bezpośrednie. Jej celem jest kształtowanie lub wspieranie pozytywnego wizerunku kraju, społeczeństwa za granicą, w tym – przez wpływanie na opinię publiczną – kształtowanie pozytywnych postaw wobec kraju nadawcy” (2008, s. 12).

Wyodrębnienie się nowych uczestników procesu komunikowania międzynarodowego – publiczności – zmieniło zakres tego zjawiska – pierwotnie odbywało się ono na linii *government to government* (w skrócie *g2g*) – co oznaczało komunikowanie rządu jednego państwa z rządem innego państwa (lub pomiędzy wieloma rządami), jak w dyplomacji tradycyjnej, z kolei w dyplomacji publicznej adresatem rządu stała się publiczność (*public*), komunikowanie przybrało formę *government to people* (*g2p*), czyli relacji pomiędzy rządem a publicznością zagraniczną, w późniejszym zaś okresie wykształciło kolejną formę, czyli horyzontalne komunikowanie pomiędzy grupami lub jednostkami z pominięciem państwa – komunikowanie *people to people* (*p2p*) (zob. OCIEPKA 2013). Rhonda S. Zaharna podzieliła dyplomację publiczną na dwa typy: informacyjny (do którego zaliczyła propagandę, branding,

relacje z mediami, stacje radiowe i telewizyjne, skierowane za granicę; kampanie informacyjne) oraz relacyjny (działający poprzez programy wymiany kulturalnej, edukacyjnej i naukowej, dyplomację głów państwa, działalność instytucji i instytutów kultury, programy pomocy rozwojowej, programy miast partnerskich, budowanie koalicji politycznych i niepolitycznych). Typ relacyjny polega na obustronnym zaangażowaniu i uczestnictwie (ZAHARNA 2008). Na dyplomację publiczną jako budowanie relacji (*relationship building*) wskazuje także Mark Leonard (LEONARD, STEAD, SMEWING 2002, s. 8). Miałoby ono polegać na rozumieniu potrzeb innych krajów, kultur i ludzi, komunikowaniu własnego punktu widzenia, korygowaniu nieporozumień, wreszcie poszukiwaniu przestrzeni, gdzie można znaleźć wspólne motywacje. Budowanie relacji to trzeci z wymiarów jego rozumienia dyplomacji publicznej. Pierwszy wymiar to zarządzanie informacjami (*news management*), a zatem koordynowanie przepływu informacji od instytucji do mediów i w odwrotnym kierunku, polityka informacyjna, ponadto monitoring mediów i archiwizacja doniesień medialnych, tworzenie raportów wizerunkowych na podstawie publikacji medialnych, *media relations* itp. Drugi wymiar to komunikacja strategiczna, która jako główny cel powinna przyjmować tworzenie całościowego postrzegania kraju, nie tylko poprzez komunikowanie pojedynczych zagadnień, ale poprzez długoterminowe planowanie działań wizerunkowych z użyciem mediów, agencji PR, kampanii reklamowych, oraz sprawne działanie instytucji, np. izb turystyki, instytutów kultury, nauki (LEONARD, STEAD, SMEWING 2002).

W latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia dyplomacja publiczna weszła w nową fazę, w której uznano, że media nie są jedynie pośrednikiem w procesie komunikowania, chociaż istotnym, ale aktorem, który może świadomie oddziaływać na ten proces, zwłaszcza telewizja, dominująca w systemach komunikowania masowego. To oddziaływanie nazwano „efektem CNN” (GILBOA 2005b), a sam proces – dyplomacją medialną, o której wcześniej wspominałam. Następnie wraz z ukształtowaniem się społeczeństwa sieciowego od momentu powstania Internetu akcent w dyplomacji publicznej został przesunięty z nadawcy i kanału na odbiorcę tego procesu, publiczność. Nie tylko dzięki łatwemu dostępowi do informacji, ale także dzięki możliwości tworzenia własnych treści w Internecie, dzięki wchodzeniu w relacje i samoorganizowanie się nastąpiła faza, w której to odbiorcy (społeczeństwo) zaczęli wpływać na politykę zagraniczną i stosunki międzynarodowe – nie tylko jednostki, ale organizacje pozarządowe, wykorzystując usieciwienie świata, aby czynnie włączać się w przebieg zdarzeń poza granicami swojej siedziby czy kraju i kształtować je. Dyplomacja publiczna odtąd nie tylko jest prowadzona wobec publiczno-

ści, ale również przez publiczność (HOCKING 2005, s. 32) – ten wymiar zyskał miano nowej dyplomacji publicznej – NPD (POTTER 2002/2003; MELISSEN 2005; GILBOA 2008), która opiera się na komunikowaniu typu *people-to-people* (*p2p*), a nawet można już przyjąć, że poprzednia formuła *government-to-people* (*g2p*) często ulega odwróceniu i następuje komunikacja *people-to-government* (*p2g*).

Cechą nowej dyplomacji publicznej jest wielokierunkowość procesu komunikowania, klasyczna dyplomacja publiczna miała charakter jednokierunkowy, chociaż z uwzględnieniem sprzężenia zwrotnego. GILBOA (2008) w swoich rozważaniach twierdzi, że dyplomacja publiczna ukształtowała się po II wojnie światowej, w czasie zimnej wojny. Przedstawił on trzy modele dyplomacji publicznej: model Basic Cold War, czyli podstawowy model zimnowojenny, w którym państwa prowadzą dyplomację publiczną za pośrednictwem radia międzynarodowego; model Nonstate Transnational, czyli niepaństwowy model transnarodowy (uczestnikami są aktorzy niepaństwowi, grupy i jednostki, które komunikują się ponad granicami), i model Domestic PR, czyli model wewnętrznego PR, realizowanego w obcym kraju za pośrednictwem wynajętych firm PR, lobbystów i zleconych kampanii reklamowych, aby osiągnąć założony cel. W mojej opinii ramy czasowe należałoby przesunąć wstecz, do okresu II wojny światowej, kiedy rozwinął się cały system radiowego komunikowania międzynarodowego (a nawet wcześniej, do lat trzydziestych³⁰). Utożsamiany jest on w całości z propagandą, ale wnikliwa analiza działań komunikacyjnych państw zaangażowanych w wojnę pozwala na przyjęcie innej perspektywy, którą ujmuję w podrozdz. 3.2.

Paradoksalnie, właśnie pojawieniu się początkowej formy dyplomacji publicznej sprzyjała wojna, która wymusiła na rządach sprawniejszą komunikację wewnętrzną i międzynarodową. Powstała potrzeba informowania publiczności zagranicznej o działaniach wrogów i sojuszników. Celów było kilka: zyskiwanie przychylności zagranicznych obywateli po to, by nakłaniali swoje rządy do określonych działań (np. radiowa nadawczość brytyjska do USA w celu przekonania obywateli tego państwa o konieczności włączenia się do wojny), dostarczanie regularnych informacji obywatelom państw okupowanych, po pierwsze, aby poinformować ich o przebiegu wojny, po drugie, aby podtrzymać ich na duchu i dodać nadziei na odzyskanie wolności, po trzecie, aby wzmacniać podziemny ruch oporu; kolejnym celem było nadawanie

³⁰ Historia nadawczości międzynarodowej wskazuje, że dyplomacja publiczna powstała nawet wraz z rozwojem rozgłośni dla zagranicy w latach trzydziestych, ponieważ służyły one kontaktom z diasporą danego kraju oraz reprezentowaniu go na świecie, a to typowe cele dyplomacji publicznej (rozdz. 3).

poza granice swego państwa do wojsk wrogich (przekonywanie o braku słuszności ich udziału w wojnie) lub własnych i sojuszniczych (informowanie, rozrywka, podnoszenie morale), a także wspieranie pozytywnego wizerunku kraju.

Wiele programów radiowych oraz działalność rozgłośni VOA, AFRS czy BBC World Service w czasie wojny stanowiło narzędzia dyplomacji publicznej oraz dyplomacji kulturalnej (np. muzyka jazzowa umilająca czas żołnierzom, również niemieckim, na froncie) budujące *soft power*; nie były narzędziami propagandy, ponieważ ich cel polegał na dotarciu z informacjami do własnych żołnierzy i obywateli oraz do obywateli innych państw, albo też na zmianie/poprawie wizerunku państwa, a nie na dezinformacji lub manipulacji (WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2017). Autor pojęcia *soft power* wskazuje, że stanowi ona „siłę przyciągania i uwodzenia” (NYE JR 2007, s. 34–35). Jest formą przekonywania do własnych racji, ale, jak podkreśla Joseph Nye Jr, nie jest tylko perswazją, jest raczej włączaniem innych do własnego systemu wartości czy do aktywności w jakiejś dziedzinie poprzez przekonanie innych podmiotów o słuszności swoich zasad czy przedsięwzięć, jednak bez używania mechanizmów opartych na manipulacji czy dezinformacji. *Soft power* oparta jest na „atrakcyjności kultury danego kraju, ideałów politycznych i realizowanej polityki” (NYE JR 2007, s. 25). Zatem to kultura, wartości polityczne oraz działania w zakresie polityki, także zagranicznej, są zasobami miękkiej siły. *Soft power* w wielu sytuacjach nie zastąpi *hard power* – twardej siły, wynikającej z zasobów gospodarczych czy militarnych, ale może stać się sprzymierzeńcem, gdy chce się włączyć inne narody do własnej wizji świata, by zyskiwać sojuszników w relacjach międzynarodowych – umiejętność wyważania pomiędzy *soft* a *hard power* Nye Jr nazwał *smart power* (siłą rozsądku) (NYE JR 2007).

Do budowania *soft power* wykorzystywana jest nie tylko dyplomacja publiczna, ale również dyplomacja kulturalna. W węższym ujęciu to dziedzina polityki międzynarodowej, inaczej zwana zagraniczną polityką kulturalną, odpowiadająca za promowanie własnej kultury za granicą i realizację za jej pomocą swoich interesów polityczno-ekonomicznych (MICHAŁOWSKA 2010). W szerszym ujęciu może być formą międzynarodowej współpracy w upowszechnianiu systemu wartości opartego na poszanowaniu praw jednostki i w celu utrzymania światowego pokoju, z uwzględnieniem różnorodności kulturowej współistniejących społeczności międzynarodowych. W takim szerokim ujęciu dyplomację kulturalną definiuje istniejący od 1999 r. Institute for Cultural Diplomacy (ICD): „Dyplomacja kulturalna może najlepiej być opisana jako kierunek działań, które polegają na wymianie idei, wartości, tradycji i innych aspektów kultury i tożsamości, w celu wzmocnienia wzajemnych

relacji, rozszerzenia współpracy społeczno-kulturalnej lub promowania narodowych interesów; Dyplomacja kulturalna może być realizowana zarówno przez sektor publiczny, sektor prywatny, jak i społeczeństwo obywatelskie”³¹. Celami dyplomacji kulturalnej, według ICD, są szacunek i uznanie różnorodności kulturowej i dziedzictwa, globalny dialog międzykulturowy; sprawiedliwość, równość i współzależność; ochrona Międzynarodowych Praw Człowieka; globalny pokój i stabilizacja. Dyplomacja kulturalna jest postrzegana jako aktywność będąca częścią dyplomacji publicznej, chociaż w sensie jej genezy jest zjawiskiem wcześniejszym – były to wszelkie formy uatrakcyjniania wizerunku władców w oczach ich zagranicznych konkurentów bądź sojuszników czy wysiłki zjednywania przychylności realizowane poprzez wykorzystanie elementów kultury. Dyplomacja kulturalna nie wyklucza stosowania białej propagandy jako jawnej formy perswazji, spełnia ona bowiem warunek niezbędny *soft power* – „opiera się na zdolności kształtowania preferencji innych” (NYE JR 2007, s. 34).

Programy radiowe tworzące *soft power* odpowiadały komunikacji typu *government to people* (g2p). Wspomniałam już, że w historii wojennego komunikowania masowego daje się dostrzec prawidłowość – państwa alianckie przygotowując jawne przekazy radiowe, na ogół nie stosowały propagandy (dotyczy to wolnych radiofonii Wielkiej Brytanii i USA oraz nadawczości w ramach ruchu oporu podbitych państw): w BBC uważano, że podawanie fałszywych informacji jest drogą donikąd, początkowo próbowano pomijać wiadomości niekorzystne dla siebie, często tłumacząc to potrzebami strategicznymi – obawą przed dekonspiracją planów wojskowych przez nieprzyjaciela – a same koncentrowały się na demaskowaniu propagandy wroga.

Rozgłośni BBC i po jakimś czasie rządowi brytyjskiemu zależało na wzbudzeniu zaufania i wiarygodności, a to możliwe było do osiągnięcia jedynie przez dostarczanie prawdziwych i rzetelnych informacji. Istotny wpływ na zrozumienie tych kwestii i zmianę strategii miały dwa czynniki: po pierwsze, słuchacze odwracali się od informacji w BBC, które ograniczały się do zdawkowych i pozbawionych szczegółów sprawozdań, i zaczęli słuchać wrogich rozgłośni, bo one zaspokajały ich ciekawość, poza tym były atrakcyjniejsze w formie (np. Radio BBC nadawało tylko muzykę poważną, a rozgłosnie hitlerowskie – muzykę rozrywkową); po drugie, od początku wojny na frontach wojennych działali reporterzy nie tylko z Europy, ale i z USA, słynne „chłopaki Murrowa” z Radia CBS (nazywano ich tak, mimo że do tej ekipy

³¹ Institute for Cultural Diplomacy (ICD), *What is Cultural Diplomacy?* – http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy [dostęp: 10.05.2016]. Tłumaczenie – mojego autorstwa – tej definicji ukazało się już wcześniej (WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2017).

także należały kobiety), którzy dla amerykańskich rozgłośni komercyjnych tworzyli pełnowartościowe opisy zdarzeń, nie unikając informacji o porażkach alianckich oddziałów. Dziennikarze zostali dopuszczeni na front wojenny, stacjonowali i przemieszczali się wraz z oddziałami. Najślynniejszą akcją, którą dowództwo sił alianckich organizowało nie tylko w wymiarze militarnym, ale i medialnym, było lądowanie alianców w Normandii – reporterzy zostali wcześniej poinformowani, że nie powinni opuszczać Francji, a dziennikarze BBC i Voice of America na dzień przed atakiem otrzymali informację z Waszyngtonu i Londynu, że nie powinni opuszczać redakcji przez najbliższe doby. Obecność na wojnie reporterów amerykańskich rozgłośni prywatnych stała się czynnikiem kontrolnym wobec polityki komunikacyjnej Wielkiej Brytanii, a także założonych w 1942 r. Głosu Ameryki i radia AFRS. Dlatego alianci w ich jawnym komunikowaniu zaczęli stosować formy typowe dla dyplomacji publicznej, propagandę przenosząc do rozgłośni podziemnych i fantomowych (patrz podrozdz. 3.2.).

Wykorzystanie radia przed II wojną światową i podczas niej przyczyniło się do włączenia zagranicznej publiczności – żołnierzy i cywilów – w proces komunikowania międzynarodowego. Radio jako pierwsze zaczęło funkcjonować według zasady *one-to-many*, dzięki systemowi nadawania rozsiewczego (*broadcasting*). Prasa (ale też druk czy film) w tym ujęciu, mimo że jest medium masowym, działa inaczej niż radio – przekaz musi być zwielokrotniony w wysokim nakładzie egzemplarzy (kopii), aby dotarł do odpowiednio licznej grupy odbiorców, radio w sensie technologicznym omija to ograniczenie – jeden sygnał (zawierający treści) dociera od razu do licznej grupy słuchaczy. Radio stało się skuteczniejszym i tańszym narzędziem komunikowania politycznego na płaszczyźnie międzynarodowej. Wiedzieli o tym przywódcy lat trzydziestych i czterdziestych w państwach zarówno totalitarnych, jak i demokratycznych. Przekaz radiowy jest bowiem natychmiastowy i równoczesny z odbiorem. Zasięg radia ograniczony bywa jedynie zasięgiem fal radiowych, nie trzeba uruchamiać całego systemu dystrybucji np. prasy czy filmu. Co warto podkreślić, stacji radiowych nadających w poszczególnych krajach można było słuchać w całej niemal Europie ze względu na częstotliwości, na jakich nadawano (por. MISZCZAK 1971). Przykładowo, prywatne Radio Luxembourg w 1935 r. posiadało 50% słuchalności w Europie, co przekładało się na 4 mln słuchaczy, z których połowę stanowili Brytyjczycy, dlatego jego przejęcie stało się celem militarnym Hitlera, a później jego odzyskanie – celem strategicznym aliantów (WOOD 1994, s. 44). Programy radiowe dla zagranicy w latach trzydziestych i czterdziestych powstawały specjalnie z myślą o publiczności zagranicznej – audycje two-

rzono w wielu językach i nadawano na obce terytoria, treść i forma (styl prowadzenia audycji, muzyka, oprawa dźwiękowa, tematy) były przystosowane do przyzwyczajęń i zainteresowań docelowego odbiorcy. W tym objawiła się siła radia jako medium o zasięgu międzynarodowym (WIELOPOLSKA-SZYMURA 2016c; 2017).

Głównym przedmiotem analizy niniejszej publikacji będzie zatem radio w komunikowaniu międzynarodowym. Jego rola zostanie prześledzona z perspektywy najważniejszych okresów w historii radiowej nadawczości zagranicznej. Świadomie i nie bez przyczyny rozbudowuję część historyczną, pozwala to na przedstawienie procesu transformacji radia od instrumentu propagandy do instrumentu dyplomacji publicznej, które jako formy komunikowania międzynarodowego stanowią istotną oś niniejszych rozważań. Uważam bowiem, że – zgodnie z tym, co zadeklarowałam uprzednio – radio jako pierwsze umożliwiło sprawowanie rządów na odległość, ponadto stało się istotnym narzędziem propagandy masowej, ale także jako pierwsze umożliwiło włączenie na masową skalę zagranicznych odbiorców do komunikowania międzynarodowego, zapoczątkowując stosowanie dyplomacji publicznej już podczas II wojny światowej. Sporo uwagi poświęcam wynalazkowi radia, ponieważ to właściwości techniczne tego medium zdeterminowały jego rolę w komunikowaniu międzynarodowym, już bowiem podczas pierwszych testów usiłowano wysyłać sygnały radiowe na jak największe odległości. Z perspektywy tematu pracy najistotniejsze stały się początki powstawania radiofonii w Wielkiej Brytanii, Francji oraz USA, jako że wtedy ukształtowały się podstawowe cechy ich systemów medialnych w odniesieniu do radia. W tym czasie zaznacza się również stosunek poszczególnych państw/rządów do nowego medium, który ujawniał się później w wymiarze radiofonii międzynarodowej. W tej części konieczne okazało się rozszerzenie dotychczasowej faktografii w zakresie historii radia, również w kontekście systemów medialnych, której w polskich opracowaniach nie poświęcono większej uwagi albo pomijano te elementy, które tutaj wydały się istotne. W analizach roli radia w komunikowaniu międzynarodowym skoncentrowałam się na kilku elementach i ich powiązaniach z wcześniej zaproponowanym modelem komunikowania międzynarodowego – przede wszystkim na międzynarodowych radiowych instytucjach nadawczych, które mają status nadawców państwowych lub z racji nadanych im zadań są częścią państwowej dyplomacji publicznej. Analizie poddałam międzynarodowe rozgłośnie Wielkiej Brytanii, Francji oraz USA od momentu ich powstania, natomiast w dalszej części książki omówiłam funkcjonowanie ich współczesnych odpowiedników, czyli rozgłośni BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America.

Konkluzje

Bez wątplenia komunikowanie międzynarodowe stało się jednym z najważniejszych narzędzi stosunków międzynarodowych, budującym pozycję państwa na światowej arenie, ale wpływającym także na postrzeganie tegoż państwa przez jego własnych obywateli. Szczególnie istotne dla tych stosunków jest komunikowanie medialne, które dzięki rozwojowi kolejnych środków komunikacji (od pisma, przez druk, po elektroniczne środki przekazu) podlegało coraz większemu umasowieniu odbioru i coraz bardziej przeobrażało się w komunikowanie, w którym zaczęto brać pod uwagę nie tylko bezpośrednich uczestników tego procesu (inne państwa), ale także otoczenie zewnętrzne: obywateli-odbiorców.

Ekspansja elektronicznych mediów masowych, zapoczątkowana przez radio, a także postępujące procesy demokratyzacyjne w wielu krajach świata wpłynęły na zmianę myślenia ich przywódców państwowych, którzy zaczęli dostrzegać potrzebę przekonywania obywateli obcych państw do swoich racji w sposób rzetelny, wiarygodny, oparty na zaufaniu społecznym. Obok wcześniejszych form tego komunikowania – zwłaszcza propagandy – powstały formy, w których uwzględniano zaangażowanie obywateli w dialog międzypaństwowy – były to dyplomacja publiczna i nowa dyplomacja publiczna. Powstawanie kolejnych alternatywnych źródeł informacji, które umożliwiają weryfikację oficjalnych, rządowych przekazów, przyczynia się do zmiany polityki informacyjnej rządów w państwach demokratycznych. Dezinformacja i kłamstwo coraz rzadziej są postrzegane jako narzędzia właściwie służące ich interesom – władze przyłapano na ich stosowaniu spotykają się z medialnym i społecznym napiętnowaniem, co negatywnie odbija się na wizerunku stosujących je państw i na ich relacjach międzynarodowych.

Dyplomacja publiczna zatem – można stwierdzić – ucywilizowała stosunki międzynarodowe. Obywatele innych krajów zaczęli być postrzegani jako ważni obserwatorzy tych stosunków, z których reakcjami należy się liczyć. Natomiast nowa dyplomacja publiczna stała się formą dialogu między państwami a ich zewnętrznymi odbiorcami, którzy już nie tylko obserwują, ale także aktywnie kształtują formę i treść komunikowania międzynarodowego, w którym ich interesy i emocje są istotnym punktem odniesienia dla władz państwowych.

Moje rozważania nad komunikowaniem międzynarodowym i jego formami, koncentrują się w szczególności na roli rozgłośni międzynarodowych w tym procesie: od momentu ich powstawania po czasy współczesne.



PP Hal.

ROZDZIAŁ 2

Rozwój radiofonii

2.1. Wynalazek radia. Wielu ojców radiofonii

Radio powstało dzięki zdobyciu umiejętności przesyłania na odległość fal radiowych, przenoszących dźwięk. Był to proces długotrwały, wiązał się z dążeniem wielu naukowców do zgłębienia istoty zjawisk elektromagnetycznych. Począwszy od starożytnych obserwacji, że bursztyn potarty kawałkiem sukna jest w stanie przyciągać drobne drewniane przedmioty, przez określenie w XVI w. pojęcia sił elektrycznych (1600, William Gilbert), odkrycie w XVIII w. dodatnich i ujemnych ładunków elektrycznych (1734, Charles François du Fay), sformułowanie prawa o oddziaływaniu spoczywających ładunków elektrycznych (1785, Charles Augustin de Coulomb), wynalezienie kondensatora (1782) i ogniwa elektrycznego (1800, Alessandro Volta), w XIX w. odkrycie wzajemnych oddziaływań zjawisk elektrycznych i magnetycznych (1820, Hans Christian Oersted), wzajemnego wpływu zjawisk magnetycznych w obwodach elektrycznych (1821, André Marie Ampère), związku między natężeniem a napięciem prądu w obwodzie elektrycznym (1826, Georg Simon Ohm), indukcji i samoindukcji elektromagnetycznej i skonstruowanie pierwszej prądnicy i silnika elektrycznego (1831, Michael Faraday), zjawisko wydzielania się ciepła podczas przepływu prądu elektrycznego (1841, James Prescott Joule; 1842, Heinrich Lenz), aż po ogłoszenie praw o prądach elektrycznych w obwodach (1845, Gustav Robert Kirchhoff). To tylko nieliczni z rzeszy badaczy, którzy przysłużyli się odkrywaniu fal elektromagnetycznych (SARKAR et al. 2006).

Równie ważnym etapem w rozwoju radiofonii były eksperymenty, w których badacze – wykorzystując coraz większą wiedzę o sferze zjawisk elektrycznych – skoncentrowali się na jej praktycznym zastosowaniu w procesie przekazywania informacji. Pracowano nad urządzeniem

elektrycznym, które pozwoliłoby na przesyłanie wiadomości na odległość. Telegraf optyczny (semaforowy), skonstruowany przez Francuza Claude'a Chappe'a w 1792 r.¹, sprawdzał się w wielu sytuacjach, ale przekazywane za jego pomocą informacje docierały co prawda szybko w porównaniu z wcześniejszymi metodami (gońcy, gołębie, dyliżanse pocztowe itp.) – ale zbyt wolno w stosunku do rozwoju technicznego w innych dziedzinach, np. wynalazku kolei (BRIGGS, BURKE 2010). Pierwszą próbę przekazania wiadomości z wykorzystaniem kabla i prądu wykonał szwajcarski badacz Georges-Louis Le Sage, któremu w 1774 r. udało się przesłać informację pomiędzy pokojami w jego mieszkaniu. Rok później Hiszpan Francisco Salva i Campillo zaprezentował swoją teorię dotyczącą komunikacji przewodowej. Pionierski aparat zdolny do wysyłania komunikatów na odległość skonstruował w 1809 r. Samuel von Sömmering, Niemiec urodzony w Toruniu. Jego przyrząd – telegraf galwaniczny – składał się z 35 przewodów podłączonych do pojemników z elektrolitem, każdemu pojemnikowi przypisane były określone znaki i litery; gdy podłączano do prądu konkretny kabel, w odpowiadającym mu pojemniku wydzielał się gaz; wystarczyło notować przypisane mu znaki alfabetu, by dokonać odczytu informacji. W 1812 r. skonstruowana przez niego sieć telegraficzna liczyła 12 km. Telegraf innego typu wymyślił w 1832 r. rosyjski dyplomata Paweł Lwowicz Szyling – w jego telegrafie igielkowym zamiast elektrolitu zastosowano wskazówki podłączone do przewodów, które odchylały się pod wpływem prądu, wskazując określony znak. Mechanizm oparty na tej samej zasadzie działania, tyle że z wykorzystaniem jednej igły, opracowali w 1833 r. dwaj niemieccy wynalazcy: Carl Friedrich Gauss i Wilhelm Weber. Kolejnym istotnym prototypem okazał się wynalazek angielskich badaczy Williama Cooka i Charlesa Wheatstone'a, którzy w 1837 r. zbudowali telegraf wyposażony w ruchomą taśmę, na którą pisakiem nanoszono przesyłane znaki. Aparat podobnego typu skonstruował Samuel Morse – telegraf elektromagnetyczny – opatentował go pierwotnie w 1836 r., następnie w 1838 r., chwilę przed uzyskaniem patentu przez Cooka i Wheatstone'a. Najistotniejszą innowacją wprowadzoną przez Morse'a w 1840 r. był system zapisu za pomocą kropek i kresek odpowiadających poszczególnym literom alfabetu – bezspornie alfabet Morse'a, umożliwiający przesyłanie 25 słów na minutę, stał się jedną z najważniejszych metod komunikacji przez kolejne sto pięćdziesiąt lat. Udoskonaleniem komunikacji telegraficznej zajął się Walijszyk David

¹ Działanie telegrafu optycznego polegało na ustawianiu w określonej pozycji, wg ustalonego kodu, dwóch belek – semaforów na wysięgniku, które mocowano na ciągu wież, rozmieszczonych w odpowiedniej odległości, takiej, aby były widoczne gołym okiem, a z czasem przez lunetę, dzięki czemu możliwa była redukcja ich liczby.

Hughes, który w 1855 r. zaprezentował telegraf dużo prostszy w obsłudze, bo niewymagający znajomości trudnego kodu Morse'a. Hughes zamontował w swoim urządzeniu klawiaturę, na wzór fortepianowej, której 28 klawiszom odpowiadały określone litery alfabetu łacińskiego. Uderzenia w klawisze generowały impulsy elektryczne przesyłane linką elektryczną, a to – w urządzeniu odbiorczym – wyzwalało ruch kół z wygrawerowanymi na krawędziach czcionkami, odbijającymi się pod wpływem nacisku na przesuwaną się taśmę. Na koniec taśmę cięto według podziału na słowa i przyklejano na arkusz papieru; tak powstawała gotowa, łatwa do odczytania depesza. W ten sposób możliwe było przesłanie 45 słów w ciągu minuty. Telegraf Hughesa stał się równie popularny, co aparat Morse'a i telegraf igłowy Cooka i Wheatstone'a.

Sieć telegraficzna rozwijała się szybko – w krótkim czasie powstawały kolejne linie na krótkich i długich dystansach – pierwsza linia podwodna przebiegająca pod kanałem La Manche, pomiędzy Dover a Calais, została położona w 1850 r., pierwsza amerykańska linia transkontynentalna powstała w 1861 r., a pierwszą podwodną linię transatlantycką pomiędzy USA i Anglią uruchomiono w 1866 r. (SARKAR et al. 2006, s. 64–68). Urządzenia te zrewolucjonizowały dotychczasowe formy komunikacji, znacznie skróciły czas dostarczania wiadomości i dystans pomiędzy państwami, przyczyniły się do powstania prasowych agencji informacyjnych oraz do rozwoju branży usług telekomunikacyjnych, wymusiły też tworzenie regulacji prawnych w tej nowej dziedzinie (BRIGGS, BURKE 2010, s. 187–193).

Telegraf bardzo przyspieszył i usprawnił system komunikacji prywatnej i urzędowej, ale chociaż ceniono jego możliwości, poszukiwano rozwiązań, które umożliwiłyby komunikację bez konieczności używania kabla. Była to bowiem technologia skomplikowana technicznie i logistycznie, a przede wszystkim bardzo kosztowna – układanie kabla na odcinku tysięcy kilometrów, także pod wodą, nastroczało wielu trudności. Dlatego wytrwale prowadzono badania nad naturą i właściwościami elektryczności, słusznie pokładając nadzieję w tym, że daje ona większe możliwości, niż dotąd udało się odkryć. Przełomowa w tej materii okazała się teoretyczna podbudowa, jaką sformułował Szkot James Clerk Maxwell, wprowadzając koncepcję pola elektromagnetycznego (1864), prawa elektrodynamiki i przewidując istnienie fal elektromagnetycznych. Użytek z teorii Maxwella zrobił Heinrich Hertz, niemiecki fizyk, który udowodnił istnienie fal elektromagnetycznych (1888). Francuz Édouard Branly opracował teoretyczne zasady działania telegrafu bez kabla

(franc. TSF), a eksperymenty prowadził za pomocą anteny i detektora fal radiowych (franc. *radioconducateur*), czyli koherera, który skonstruował w 1890 r. Natomiast Brytyjczyk Oliver Lodge, równoległe do prac Hertz, w 1889 r. w Royal Institution publicznie zaprezentował działanie fal elektromagnetycznych z użyciem swojej wersji czułego detektora sygnałów radiowych – koherera (opatentowanego w 1893 r.); wykorzystywał go również w eksperymentach nad tworzeniem obwodów dźwiękowych (wybierając określonej długości fale i wyłączając inne częstotliwości). Udana próba transmisji z wykorzystaniem telegrafu bez kabla Branly’ego – już od 1894 roku – przeprowadzał Włoch Guglielmo Marconi, rok później z powodzeniem wysłał sygnał radiowy z Pontecchio (Włochy) na odległość 2,4 km. W innej części świata, w West Point w USA, serbski imigrant Nikola Tesla, już wówczas uznany fizyk i wynalazca², były współpracownik Thomasa A. Edisona, w 1893 r. dokonał pierwszych prób transmisji radiowej. Następnie intensywnie pracował nad swoim urządzeniem do emisji i odbioru fal radiowych. Prace ukończył w 1895 r., jednak jego laboratorium uległo zniszczeniu podczas pożaru (SARKAR et al. 2006, s. 272). To wydarzenie zaważyło na późniejszym przypisaniu pierwszeństwa w wynalezieniu radia Marconiemu, który po przybyciu do Wielkiej Brytanii opatentował tam telegraf bezprzewodowy w 1896 r., podczas gdy Nikola Tesla swoje urządzenie zgłosił do patentu w USA w 1897 r., a ostatecznie zostało ono uznane w 1900 r. Marconi w 1897 r. założył przedsiębiorstwo The Wireless Telegraph & Signal Company Limited (w 1900 r. przemianowane na Marconi Wireless Telegraph Company Ltd. – potocznie znane jako Marconi Company)³ – produkujące urządzenia radiotelegraficzne. Marconi 28 grudnia 1898 r. dokonał transmisji ze statku „East Goodwin” do odbiornika znajdującego się na wybrzeżu niedaleko Dover. Jego radiostację wykorzystywano na dworze Królowej Wiktorii, która – przebywając na wyspie Wight – wymieniała wiadomości z chorym synem Edwardem, księciem Walii, podróżującym królewskim jachtem (BRIGGS, BURKE 2010, s. 204).

Niezależnie od działań Marconiego, Tesli i pozostałych uczonych, w Rosji fizyk Aleksandr Popow (МЕРКУЛОВ 2009, s. 6–9) poświęcał się badaniom zjawisk elektromagnetycznych, wygłaszając w latach 1889–1891 serię wykładów pt. „O zależności między zjawiskami świetlnymi a elektromagnetycznymi”. Prowadząc eksperymenty, ustalił, że czułość

² Warto zapoznać się z cyfrowymi zbiorami archiwalnych publikacji pochodzących z prasy i czasopism naukowych, napisanymi przez Nikolę Teslę lub przez innych autorów na jego temat, dostępnymi na stronach The Tesla Collection – <http://www.teslacollection.com/> [dostęp: 28.07.2018].

³ *Nobel Lectures, Physics 1901–1921*, Amsterdam, 1967 – http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/marconi-bio.html [dostęp: 28.07.2018].

detektora fal elektromagnetycznych wzrasta, gdy zarówno generator fal, jak i detektor są uzupełnione drutem przewodzącym, który w połączeniu z ziemią tworzy kondensator – w ten sposób wymyślił „detektor burzowy”, jak nazwał swoje urządzenie nadawczo-odbiorcze fal radiowych wyposażone w antenę. Zaprezentował je 7 maja 1895 r.⁴ przed uczonymi z Rosyjskiego Towarzystwa Fizyko-Chemicznego, podczas wykładu na Uniwersytecie w Sankt-Petersburgu, odbierając sygnał elektromagnetyczny z oddalonego o 64 m pomieszczenia. W marcu 1896 r., podczas kolejnego pokazu, zaprezentował zmodyfikowany koherer z zamontowanym aparatem telegraficznym Morse’a, za pomocą którego nawiązał łączność pomiędzy dwoma budynkami oddalonymi o 250 m, wysyłając radiotelegram o treści „Heinrich Hertz”. Popow, zatrudniony w Morskiej Szkole Inżynierskiej, działającej przy Departamencie Marynarki Wojennej, tworzył bezprzewodowe urządzenia nadawczo-odbiorcze na potrzeby rosyjskiej floty. Przez kolejny rok udoskonalał swoje aparaty radiowe, aby 1 maja 1897 r. przetestować je na okrętach wojennych Rosji w Zatoce Fińskiej, wysyłając sygnał na dystans 600 m.

W 1899 r. Popow wyjechał za granicę, by skontaktować się z francuskim przedsiębiorcą Eugène’em Ducretetem, któremu zlecił produkcję urządzeń telegraficznych na potrzeby swoich eksperymentów. W efekcie podjęli stałą współpracę. Poznał także niemieckich naukowców Adolpha Slabego i Georga von Arco, którzy w Niemczech prowadzili badania nad radiotelegrafią. Tymczasem jego współpracownik Piotr Rybkin odkrył możliwość odbierania sygnałów za pomocą słuchawki telefonicznej z odległości 45 km (WEJTKOW 1949, s. 283). Dzięki temu Popow skonstruował dwa nowe czułe koherery, poprawiające odbiór fal docierających do telefonu; opatentował je kolejno we Francji, w Anglii i Rosji (w latach 1900–1901) (VENDIK 2010, s. 22). Popow wypróbował urządzenia, przesyłając sygnał z ziemi do koherera umieszczonego w unoszącym się balonie, a także nawiązując łączność pomiędzy Kronsztadtem a oddalonym o 10 km Oranienbaumem.

Mimo że Popowa zatrudniała Marynarka Wojenna, dowództwo nie rozumiało wagi jego odkryć, aż do katastrofy morskiej, której pod koniec 1899 r. uległ pancernik „Generał-Admirał Apraksin” w Zatoce Fińskiej, przy wyspie Hogland. Zwrócono się do uczonego o pomoc w nawiązaniu łączności bezprzewodowej, łączność przewodowa bowiem nie była możliwa z powodu braku sieci telegraficznej w tej okolicy. Po okresie

⁴ Rosjanie obchodzą Dzień Radia właśnie 7 maja na pamiątkę tego zdarzenia; w Polsce Dzień Radia przypada na 11 kwietnia, gdyż tego dnia 1923 r. Stowarzyszenie Radiotechników Polskich wydało dokument ze wskazówkami dotyczącymi przepisów w zakresie radiofonii dla ustawodawców; natomiast Światowy Dzień Radia obchodzony jest 13 lutego, dla upamiętnienia powstania rozgłośni radiowej ONZ w 1946 r.

przygotowań, w lutym 1900 r., Popow wraz z Rybkinem udali się na wyspę Kotka w Zatoce Fińskiej, gdzie zaplanowano budowę pierwszej ze stacji nadawczych, druga miała stanąć na wyspie Hogland, w pobliżu pancernika osiadłego na skałach. Niespodziewanie doszło do innej katastrofy niedaleko Kotki, u wybrzeży Lavansaari, gdzie oderwała się kra wraz z 27 rybakami. Popow nadał telegram do Hogland z prośbą o wysłanie okrętu „Jermak” na ratunek rybakom. Po ich ocaleniu przystąpiono do zdjęcia z raf i remontu pancernika „Generała-Admirała Apraksina”, w czym pomocna była stała łączność radiotelegraficzna pomiędzy wyspami Kotka i Hogland a dowództwem w Kronsztadzie. Po tym sukcesie Popowa dowództwo Rosyjskiej Marynarki Wojennej wprowadziło naukę radiotelegrafii w szkole morskiej oraz zamówiło niezbędną aparaturę we francuskim przedsiębiorstwie Ducreteta, aby wyposażać w nią okręty wojenne. Popow otrzymał złoty medal na Wystawie Światowej w 1900 r. w Paryżu za rozwój nadajników bezprzewodowych, szczególnie za detektor kryształkowy półprzewodnikowy (wczesną odmianę diody), który wówczas wynalazł. W 1901 r. został profesorem fizyki w Instytucie Elektrotechnicznym na Uniwersytecie w Petersburgu, gdzie założył laboratorium do badań nad komunikacją radiową, tam m.in. w 1904 r. prowadził próby nad transmisją ludzkiego głosu. Nadal współpracował z przedsiębiorstwem radiotechnicznym Ducreteta w Paryżu oraz z założoną na terenie Rosji w 1904 r. filią firmy Siemens-Halske. Zmarł w młodym wieku, mając niespełna czterdzieści sześć lat, w 1906 r. Nie zostawił godnych siebie następców, dlatego w czasach przed I wojną światową nikt w Rosji nie stał się równie ważną postacią w badaniach nad transmisją radiową. Dopiero w 1914 r. naukowiec Michał Boncz-Brujewicz zbudował pierwsze rosyjskie lampy elektronowe, które posłużyły do rozwoju radiofonii powojennej, wtedy już radzieckiej.

* * *

28 marca 1899 r. Marconi nawiązał połączenie radiowe pomiędzy Dover a Wimereux (zresztą, co ciekawe, wykorzystując do tego oscylator Tesli); wysłał także przez kanał La Manche telegram z wyrazami szacunku, używając alfabetu Morse’a, do Branly’ego (CAYROL 1991, s. 59). Marconi odkupił patent na koherer od Olivera Lodge’a, a produkowana na tej podstawie przez Marconi Company aparatura używana była pomiędzy czerwcem i lipcem tegoż roku podczas morskich manewrów marynarki francuskiej i brytyjskiej. Marconi transmitował także Regaty o Puchar Ameryki w październiku 1899 r. W grudniu 1901 r. dokonał pierwszej transmisji przez Ocean Atlantyczny, z Poldhu w Kornwalii do St. John’s w Nowej Funlandii w Kanadzie, na odcinku 3 379 km. Nadano wtedy

literę „S” alfabetem Morse’a. Marconi użył do tej transmisji nie swojego wynalazku, lecz koherera Karla Ferdinanda Brauna (NAHIN 2001, s. 46), który udoskonalił inny wynalazca – Bengalczyk Jagadish Chandra Bose (GUPTA, ENGINEER, SHEPHERD 2009). Ten już w 1899 r. zmodyfikował koherer Lodge’a, wykorzystując w nim do przewodnictwa fal (zamiast dotąd używanych opiłków żelaza) kryształki węgla jako półprzewodniki, które reagowały lepiej na oddziaływanie fal elektromagnetycznych i pozwalały na uzyskanie mocniejszego sygnału. Warto podkreślić, że Bose już w 1895 r. dokonał w Indiach udanej transmisji na odległość ok. 22 m, przy użyciu wcześniejszej wersji swojego koherera (SARKAR et al. 2006). Marconi pozyskał projekt koherera Bose’a i opatentował w Wielkiej Brytanii bez wiedzy wynalazcy (BONDYOPADHYAY 1998).

Marconi ponawiał emisje przez Atlantyk wielokrotnie, ponieważ w świecie naukowym kwestionowano powodzenie pierwszej transmisji – uważano, że to, co usłyszał Marconi (trzy krótkie sygnały dźwiękowe), nie było literą „S”, ale odgłosem zakłóceń atmosferycznych (GEDDES 1974, s. 57–58). Mimo niedoskonałości urządzeń nadawczo-odbiorczych firma Marconiego już w 1900 r. zaczęła regularnie instalować je na okrętach wojennych oraz handlowych (m.in. po raz pierwszy w wymiarze komercyjnym na niemieckim statku handlowym „Kaiser Wilhelm der Grosse”), używając do komunikacji na bliższe odległości, zwłaszcza z przybrzeżnymi portami. Marconi, spodziewając się wymiernych korzyści, zbudował stację nadawczo-odbiorczą na wyspie Cape Breton, na wschodnim wybrzeżu Kanady, oraz udostępnił już istniejącą aparaturę w Poldhu w Wielkiej Brytanii i na Cape Cod w USA. Do końca 1902 r. istniało 25 stacji nadawczo-odbiorczych na lądzie, a 70 statków posiadało urządzenia Marconi Company. Marconi w 1902 r. opatentował detektor magnetyczny – aparat o wiele dokładniejszy, bo mniej podatny na zakłócenia atmosferyczne. Jego działanie polegało na rejestrowaniu/odbieraniu zmian wywołanych sygnałami z anteny, zachodzących w polu magnetycznym namagnesowanej cewki. Zmiany te były rejestrowane jako sygnały akustyczne w słuchawkach połączonych z drugą cewką, nawiniętą wokół pierwszej; dodać należy, że pomysł z dwiema cewkami zastosowanymi w mikrofonie węglowym (autorstwa Davida Hughesa) należał do Edisona, który w ten sposób udoskonalił telefon Aleksandra G. Bella. Warto zaznaczyć, że wówczas morska komunikacja najczęściej nie miała charakteru bezpośredniego – z powodu słabej mocy i zasięgu generowanych sygnałów łączność ze statku do portu na duże odległości nie była możliwa – sygnały przesyłano ze statków na kolejne statki aż do celu lub ze statku na ląd i przez kolejne lądowe stacje nadawczo-odbiorcze aż do celu. Alternatywne rozwiązanie dla telegrafii kablowej wciąż nie było doskonałe, choć to właśnie w 1912 r. m.in. bezprzewo-

dowa stacja telegraficzna Marconiego na Long Island odebrała sygnał SOS nadany alfabetem Morse'a z tonącego „Titanica” i przekazała go do Białego Domu, informując o katastrofie.

Prace nad transmisją bezprzewodową prowadzono także w Niemczech. Pionierem w dziedzinie radiotelegrafii był wspomniany Adolph Slaby, od 1893 r. pełniący funkcję doradcy cesarza Wilhelma II ds. nauki i techniki. Wilhelm II wspierał rozwój nowych dziedzin, więc Slaby miał dogodne warunki do badań. Udało mu się przesłać sygnał radiowy na odległość ok. 90 m, jednak mimo wielu prób nie był w stanie zwiększyć tej odległości. W 1897 r., dzięki zabiegom dyplomatycznym został zaproszony przez Poczta Brytyjską na pokaz transmisji radiowej przez kanał La Manche, realizowanej przez Marconiego (STERLING, red., 2004, s. 1063). Slaby po dwóch miesiącach od powrotu z Anglii zaprezentował swoje udoskonalone urządzenie nadawczo-odbiorcze i dokonał transmisji w obecności cesarza Wilhelma II pomiędzy dwiema dzielnicami Berlina. Jesienią 1897 r. nadał sygnał radiowy na odległość ok. 20 km. W 1898 r. dołączył do niego młodszy współpracownik przywoływany już Georg von Arco. Razem ulepszyli koherer, a ich system nadawczy – nazwany Slaby-Arco – był testowany na okrętach niemieckiej marynarki wojennej i handlowej. W 1898 r. powstały stacje nadawcze w Niemczech, Austrii, Szwecji, Norwegii, Portugalii, Rosji, Danii i Chile. W 1899 r. patent na system Slaby-Arco został kupiony przez niemiecką filię General Electric Company – AEG, która wspierała także ich dalsze badania nad telegrafią bezprzewodową.

Badaniem fal radiowych w Niemczech zajmował się również fizyk Karl Ferdinand Braun, który skonstruował m.in. elektrometr i oscylator katodowy (kineskop), a do transmisji wykorzystywał sygnały w alfabecie Morse'a. Wcześniej, już w 1874 r. opisał teoretyczne zastosowanie półprzewodnika kryształkowego, jednak wówczas nie był w stanie go skonstruować. Na wieść o tym, że uczynił to w Rosji Popow, ponownie podjął się zbudowania takiego urządzenia, jednak bez powodzenia. Opatentował natomiast w 1898 r. inne urządzenie odbiorcze fal radiowych, które było na tyle odmienne od wcześniejszego urządzenia Marconiego, że mógł otrzymać od sądu patent. W 1899 r. Braun, aby skomercjalizować swoje wynalazki, założył przedsiębiorstwo Telebraun, które w 1901 r. zostało kupione przez firmę Siemens-Halske. Braun stał się jej pracownikiem. Ostatecznie obie niemieckie firmy – Simens z Braunem oraz AEG z zespołem Slaby-Arco – zdecydowały się na podpisanie z Popowem umów na wykorzystanie jego detektora kryształkowego w produkcji radioodbiorników. Ta rywalizacja obu firm – o patenty, urządzenia i pierwszeństwo rynkowe – skończyła się w sądzie. W 1902 r. rząd niemiecki postawił warunek, że cała marynarka niemiecka musi

wykorzystywać w komunikacji sprzęt duetu Slaby-Arco (STERLING, red., 2004, s. 1065). W konsekwencji, w 1903 r., na polecenie cesarza Wilhelma II, przedsiębiorstwa połączyły się w jedno: Gesellschaft für drahtlose Telegraphie System Telefunken, później przemianowany na Telefunken.

Jako jedna firma Telefunken miał większe szanse na powodzenie w rywalizacji o ten sam rynek co firma Marconi Company – cywilną i militarną komunikację morską i lądową⁵. Dzięki pomocy finansowej rządu Telefunken wkrótce zbudował 500 stacji nadawczych. Arco od 1906 r. prowadził próby emisji głosu z użyciem urządzeń Telefunken, które nazywano „śpiewającą iskrą” bądź „przerywaną iskrą”. Dzięki nim można było ograniczyć zakres fal, przy większej wydajności transmittera (STERLING, red., 2004, s. 1065). Telefunken jeszcze na przełomie lat 1905 i 1906 zbudował radiostację w Nauen, która w 1910 r. została rozbudowana i wyposażona w mocniejsze alternatory skonstruowane przez Arco. Dzięki nim do 1914 r. uzyskiwano łączność z Ameryką Północną i Afryką oraz z okrętami pływającymi w obszarze Oceanu Spokojnego. Wkrótce na skutek wybuchu I wojny światowej Niemcy zostały odcięte od swoich zamorskich kolonii, a do 1915 r. niemieckie nadmorskie radiostacje zostały zniszczone lub przechwycone. Amerykanie, po przystąpieniu do wojny w 1917 r., przejęli niemiecki sprzęt jako kontrabandę wojenną, więc po przegranej wojnie niemiecki przemysł radiotelegraficzny praktycznie nie istniał (STERLING, red., 2004, s. 1065).

We Francji Édouard Branly, pierwszy konstruktor nadajnika radiowego – radiokonduktora (koherera) – nie przewidział możliwości jego zastosowania. Znalazł się jednak inny naukowiec, Camille Tissot, porucznik Marynarki Narodowej, który – zainspirowany działalnością Marconiego, Popowa i Lodge’a – w 1896 r. zaangażował się w badanie potencjału fal elektromagnetycznych. Dokonał wówczas pierwszej we Francji transmisji radiowej pomiędzy różnymi odcinkami wybrzeża w portowym mieście Brest, a następnie w 1898 r. z nieodległej wyspy Ile d’Ouessant (Ocean Atlantycki), gdzie zbudował pierwszą we Francji stację nadawczą. Skorzystał wówczas z koherera Branly’ego, za osobistym przyzwoleniem wynalazcy. W sierpniu 1898 r., podczas inspekcji ówczesnego ministra marynarki, Tissot zaprezentował połączenie radiowe pomiędzy okrętem „Borda” a nadbrzeżnym semaforem elektrycznym w Breście (1800 m). Branly, zachęcony tymi wydarzeniami, w listopadzie 1898 r., ze swoim współpracownikiem Ducretetem – konstruktorem i przedsiębiorcą – do-

⁵ Warto nadmienić, że w 1909 r. przyznano wspólną Nagrodę Nobla w dziedzinie fizyki za „rozwój badań w zakresie telegrafii bezprzewodowej” dwóm rywalom: Niemcowi Karlowi F. Braunowi oraz Włochowi Guglielmo Marconiemu: *Nobel Lectures, Physics 1901–1921...*, – http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/braun-bio.html [dostęp: 28.12.2014].

konał próbných transmisji pomiędzy wieżą Eiffla a Panthèonem. Ducretet w 1899 r. rozpoczął produkcję aparatów radiowych, współpracując w tej dziedzinie z Popowem. Produkowali radiotelegrafy o rynkowej nazwie Popow-Ducretet, z których zaczęła korzystać zarówno rosyjska, jak i francuska marynarka wojenna. Aparatami Ducreteta posługiwał się także Tissot podczas eksperymentalnych transmisji radiotelegraficznych.

Potencjał transmisji radiowych rozwijał się za sprawą determinacji także innych wynalazców. Duńczyk Vladimir Poulsen wynalazł generator bezprzewodowy fal elektromagnetycznych oraz nadajnik łukowy umożliwiający nadawanie fal w sposób ciągły, za pomocą którego już w 1903 r. dokonał transmisji głosu, jednak bardzo słabej jakości (ORŁOWSKI, PŁOCHOCKI, PRZYROWSKI, red., 1979, s. 296; zob. GRISSET, BELTRAN 1990; GRISSET 1991). Poulsen skonstruował także pierwszy generator wysokich częstotliwości działający w zakresach częstotliwości radiowych. Nadajnik radiowy z wykorzystaniem łuku elektrycznego, tzw. nadajnik łukowy, opatentował w 1902 r. Do 1920 r. (SAWICKI, SOSIŃSKI 2012, s. 176) wykorzystywano go w ponad 800 stacjach nadawczych na całym świecie (ORŁOWSKI, PŁOCHOCKI, PRZYROWSKI, red., 1979, s. 296).

Brytyjczyk John Ambrose Fleming, wybitny profesor inżynierii elektrycznej, doktoryzował się pod kierunkiem Jamesa Clerka Maxwella, ponadto, poza pracą uniwersytecką, współpracował z Edison Telephone Company Thomasa Edisona, a następnie od 1899 r. z Marconi Company. Na potrzeby Marconiego poszukiwał lepszego sposobu odbioru słabych sygnałów radiowych o wysokich częstotliwościach. 16 listopada 1904 r. Fleming zastosował w żarówce układ elektrod, anodę i katodę oraz prostownik prądu przemiennego (AC), w ten sposób stworzył diodę próżniową – czyli pierwszą lampę elektronową – dzięki której udało się poprawić odbiór sygnałów radiowych nawet słabej mocy (SARKAR et al. 2006, s. 98).

Z kolei kanadyjski matematyk, fizyk i chemik – w jednej osobie – Reginald Fessenden⁶ – zatrudniony w USA w fabryce Thomasa A. Edisona, a później w Westinghouse Company – 23 grudnia 1900 r. dokonał transmisji swojego głosu, używając transmitera iskrowego z zainstalowanym mikrofonem węglowym (wynalezionym wcześniej przez Davida Hughesa) – wynalazek ten nazwano radiotelefonem, a transmisję głosu Fessendena uznaje się za pierwszą w historii radiofonii (DUVAL 1979, s. 22). Fessenden miał świadomość, że nadajniki iskrowe są źródłem drgań gasnących (iskra), dlatego nadawały sygnały w sposób pulsacyj-

⁶ Reginald Fessenden urodził się w 1866 r. w East Bolton, w stanie Québec, w Kanadzie, jednak niekiedy błędnie przypisuje mu się amerykańskie pochodzenie, zapewne dlatego, że jako dwudziestolatek przeniósł się do Nowego Jorku, zyskując tam rozgłos jako naukowiec i wynalazca.

ny i umożliwiały wysyłanie sygnałów telegraficznych jedynie alfabetem Morse'a. Natomiast Fessenden chciał, aby urządzenia te działały podobnie jak telefony – przekazywały głos. W 1902 r. stworzył tzw. heterodynę. Jej działanie polegało na nałożeniu w odbiorniku na prąd antenowy innego prądu, niewiele różniącego się częstotliwością, co doprowadziło do wzmocnienia odbieranego sygnału i zapewniało odbiornikom dużą selektywność sygnałów, dzięki ich większej częstotliwości. W 1904 r. Fessenden zlecił Ernstowi Alexandersonowi, szwedzko-amerykańskiemu inżynierowi, pracującemu dla General Electric Company, zbudowanie alternatora prądu przemiennego (AC) o wysokiej częstotliwości 100 kHz, który umożliwiłby nadawanie fal elektromagnetycznych w sposób ciągły (*continuous wave*) i modulowanie ludzkiego głosu przez mikrofon. Fessenden, dzięki urządzeniu Alexandersona, w Wigilię 1906 r. w Brant Rock dokonał transmisji radiowej, podczas której zagrał na skrzypcach i zaśpiewał kolędę *Oh Holy Night* (pol. *Ta Święta Noc*), zacytował fragment z Biblii i wyemitował utwór *Largo* Georga Friedricha Händla z fonografu swojej konstrukcji – ediphonu⁷. Tej pierwszej w historii radiofonii audycji radiowej, ułożonej na wzór telefonicznych bloków rozrywkowych oferowanych abonentom regularnie od 1890 r.⁸, wysłuchały załogi statków towarowych pływające pomiędzy Oceanem Atlantyckim a Morzem Karaibskim (BRIGGS, BURKE 2010, s. 207–209).

Amerikanin Lee de Forest w 1906 r. skonstruował triodę, czyli kolejną lampę elektronową, tyle że posiadającą trzy elektrody – anodę, katodę i siatkę pomiędzy nimi, za pomocą której udało się regulować przepływ elektronów od katody do anody, a tym samym wzmocnić sygnał radiowy. Nazwał ją „audionem”⁹. Dzięki temu wynalazkowi można było emitować sygnał na większe odległości oraz usprawnić nadawanie słów i muzyki. De Forest, nazywający sam siebie „ojcem radia”,

⁷ Jako ciekawostkę można dodać, że rekonstrukcji tej audycji, współcześnie odтворzonej przez Johna S. Belrose'a, kanadyjskiego radioinżyniera i historyka radia z Communications Research Centre Canada, można wysłuchać na stronie WWW Hammond Museum of Radio – <http://www.hammondmuseumofradio.org/fessenden-2006-recreation.html> [dostęp: 20.11.2018].

⁸ Pierwsza tego typu usługa to oferta francuskiego „Théâtrophone” w 1890 r., w 1893 r. na Węgrzech został założony „Telefon Hirmondó” – przez Tivadara Puskása, pracownika Edison Company i przyjaciela Nikoli Tesli – oferujący najbardziej rozbudowane usługi rozrywki telefonicznej; w 1895 r. w Londynie powstał „Electrophone”, w 1907 r. w USA utworzono „Tellevent”, a później inne (BRIGGS, BURKE 2010, s. 197 i n.).

⁹ Wynalezienie i udoskonalenie lampy elektronowej stanowiło przełom w rozwoju urządzeń elektronicznych – odtąd była powszechnie wykorzystywana w radioodbiornikach (zanim zastąpiono ją tranzystorem w 1954 r.), telewizorach, telefonach, radiotelegrafach, radarach czy później w komputerach.

realizował – począwszy od 1907 r. – eksperymentalne emisje opery ze sceny operowej do gabinetu Giulio Gattiego-Casazzy, ówczesnego dyrektora Metropolitan Opera w Nowym Jorku, z użyciem, jak to wówczas nazywano, „telefonu bezprzewodowego” (*wireless telephony*): za pomocą mikrofonu łukowego (*arc microphone*) dźwięki przesyłane były linią telefoniczną, a następnie nadawane drogą radiową do detektorów radiowych. De Forest używając audionu, transmitował także kolejne wydarzenia – m.in. relację z regat żeglarskich na jeziorze Erie w 1907 r., a w efekcie wcześniejszych prób, 13 stycznia 1910 r. pierwszy przekaz dwóch oper wystawianych tego wieczora: *Cavalleria Rusticana* i *Pagliacci* z Metropolitan Opera, w której wystąpili słynni śpiewacy: tenor Enrico Caruso i sopranistka Emmy Destinn (FANTEL 1984). W późniejszym czasie – w 1916 r. – przeprowadzono pierwszą bezpośrednią relację sportową z meczu piłki nożnej pomiędzy drużynami uniwersytetów Yale i Harvarda. De Forest pokazał także, że radio może być wykorzystane w komunikowaniu politycznym, kiedy w tym samym roku przeprowadził relację z nocy wyborczej podczas wyborów prezydenckich, w których zwycięstwo odniósł Woodrow Wilson. W 1919 r. De Forest oraz jego spółka Forest Company rozpoczęły nadawanie audycji muzycznych z płyt gramofonowych, nie było to jednak trwałe przedsięwzięcie (MISZCZAK 1971, s. 175).

Warto dodać, że – wspomniany wcześniej – Ernst Alexanderson intensywnie pracował nad urządzeniami elektronicznymi, wykorzystywanymi w radiofonii, a także w innych dziedzinach elektroniki – np. w transmisji telewizyjnej. W późniejszym czasie, w 1917 r. w New Brunswick wymyślony przez Alexandersona alternator wysokich częstotliwości o mocy 50 kW został zainstalowany i używany do radiowej komunikacji transatlantyckiej podczas I wojny światowej. Rok później zamontowano tam prototyp alternatora radiowego Alexandersona o mocy 200 kW, pracujący na falach długich, który posłużył w 1920 r. założycielom spółki radiowej Radio Corporation of America – RCA, gdzie Alexanderson pracował jako główny inżynier techniczny (jednocześnie pracując także dla GE).

* * *

Rywalizacja na polu wynalazczości była bardzo silna. Pierwszeństwo patentowe zapewniało zapisanie się w kartach historii, ale przede wszystkim konkretne korzyści finansowe. W 1904 r., na skutek wniosku patentowego Marconi Company amerykański Urząd Patentowy zmienił swoją wcześniejszą decyzję odnośnie do patentu Tesli i przyznał firmie Marconiego prawo opatentowania odbiornika radiowego, pozbawiając

Tesłę przodownictwa w tej dziedzinie¹⁰. Na decyzji sądu zaważył fakt, że brytyjska spółka zwiększając zysk giełdowy, otworzyła filię w USA jako American Marconi, w której spore udziały posiadał amerykański milioner Andrew Carnegie, a opinię rzeczoznawcy na zlecenie sądu wydał pracujący dla Marconi Company Thomas A. Edison (SARKAR et al. 2006, s. 98). Tesla w 1915 r. oskarżył Marconiego o plagiat, składając pozew do sądu. Proces trwał latami, ostatecznie Sąd Najwyższy USA w 1943 r., już po śmierci obu wynalazców, uznał zasadność pozwu Tesli i przyznał mu rację, uznając pierwszeństwo jego patentu. Wyrok ten nie oznaczał – co trzeba odnotować – że Tesla jest „ojcem radia”. W rzeczywistości Sąd Najwyższy rozpatrywał pozew Tesli w kontekście innych patentów na urządzenia zdolne do odbierania i nadawania fal radiowych, przyznając, że patent Tesli wyprzedza patent Marconiego, ale jest późniejszy niż wynalazki i patenty dwóch innych naukowców – wspomnianego Lodge’a oraz Amerykanina, Johna Stone’a (CLARK 1946). Sąd odnosząc się do patentu Marconiego, uznał go za nieważny, gdyż technicznie nie umożliwiał strojenia częstotliwości odbioru i przesyłu fal radiowych i według sądu stanowił „kompilację” wcześniejszych wynalazków Lodge’a, Stone’a i Tesli (SARKAR et al. 2006, s. 274–275). Warto zauważyć, że zarówno w owym czasie (BAKER 1971, s. 30), jak i współcześnie kwestionuje się ważną rolę Marconiego w sferze nauki i wynalazczości radiowej, zarzucając mu wtórność i wykorzystywanie cudzych pomysłów (NAHIN 2001, s. 40). Podkreśla się natomiast jego istotną rolę w naukach stosowanych (a nie podstawowych) i znaczący wkład we wdrażanie do przemysłu i skomercjalizowanie wynalazku radia (HOWETH 1963, s. 19; GEDDES 1974, s. 7; WUNSCH 1998).

Marconi na początku rozwijał przede wszystkim radiotelegrafię (telegrafię bezprzewodową), wykorzystując alfabet Morse’a, bo w niej widział potencjał rozwoju systemów komunikacyjnych. Natomiast wizję użycia fal radiowych do upowszechniania ludzkiego głosu i muzyki, a zatem radia jako medium służącego do rozrywki, należałoby raczej przypisywać Fessendenowi i de Forestowi. Nie wdając się w techniczne i patentowe zawiłości, można stwierdzić, że konsekwentne działania Marconiego w zakresie radiofonii, mimo słabej kondycji finansowej jego firmy w początkowym okresie jej istnienia, niewątpliwie przyczyniły się do ulepszenia i upowszechnienia wynalazku radia i komunikacji radiowej¹¹. Był autorem lub współautorem wielu wynalazków, dla niego

¹⁰ Wcześniejsze próby opatentowania w USA przez Marconiego jego urządzenia były nieudane, ponieważ Urząd Patentowy USA wielokrotnie odrzucał jego wnioski, twierdząc, że w żaden sposób urządzenie to nie jest innowacyjne wobec opatentowanego już urządzenia Tesli (SARKAR et al. 2006, s. 274).

¹¹ Marconi Company miała udziały w wielu spółkach produkujących radiowe urządzenia radiotelegraficzne i dokonujących prób emisji radiowych w państwach Europy

pracowali najwybitniejsi naukowcy, w tym Thomas A. Edison i John A. Fleming; jego firma i jej rozsiane po świecie filie (przetwały do 2006 r.¹²) miały udział w badaniach nad istotą radiokomunikacji transatlantyckiej, fal krótkich, radaru, mikrofal, telewizji czy radiokomunikacji lotniczej. To uprawomocnia miejsce Marconiego w historii radia, jednak nie daje prawa do przypisywania mu palmy pierwszeństwa. Marconiego należałoby raczej stawiać na równi z innymi wynalazcami (NAHIN 2001; SARKAR et al. 2006), o których niekiedy zapomina się w opisie historycznym lub przypisuje im się pośledniejszą rolę (czasem nieintencjonalnie) w rozwoju telegrafii bezprzewodowej.

2.2. Wczesne formy wykorzystania radia

Początkowo nowy wynalazek traktowano głównie jako „telegraf pozbawiony drutu” (BRIGGS, BURKE 2010, s. 205) i wykorzystywano w podobny sposób, często w celu nawiązania łączności wojskowej i politycznej za pomocą alfabetu Morse’a. Jedną z pierwszych prób wykorzystania bezprzewodowego telegrafu w celach wojennych były plany Burów użycia urządzeń Marconiego podczas II wojny burskiej w Afryce w latach 1899–1902; co ciekawe – wyprodukowanych w Niemczech, a sprowadzonych z brytyjskiej filii fabryki Siemens Brothers & Co. – oficjalnie konkurenta Marconi Company. Podczas kontroli celnej w Durbanie sprzęt został zarekwirowany przez Brytyjczyków, którzy sami zrobili z niego użytek, podobnie jak z radiotelegrafów kupionych bezpośrednio w fabrykach Marconiego (NAHIN 2001, s. 49). Użycie „telegrafu bez drutu” szczególnie szybko rozpowszechniło się na rozległych obszarach, w państwach dotkniętych „tyranią oddalenia”¹³, gdzie komunikacja lądowa nie zapewniała szybkiego dostarczenia informacji; mimo że już zastosowanie telegrafii przewodowej sprzyjało unifikacji

(np. w Polsce od 1919 r. w przedsiębiorstwie „Farad”, a od 1923 r. w Polskim Towarzystwie Radiotechnicznym) i poza nią, przyczyniając się do powstawania kolejnych rozgłośni radiowych w Europie i na świecie.

¹² 25 października 2005 r. zapowiedziano, że firma Marconi Corporation, tak wówczas brzmiała jej nazwa, zostanie kupiona przez szwedzką spółkę Ericsson (Gow 2005; OATES 2005; TRAN 2005). Transakcji ostatecznie dokonano w 2006 r., kończąc działalność firmy po 109 latach istnienia.

¹³ „Tyranny of distance” – określenie rozpowszechnione przez australijskiego historyka Geoffrey’a Blaineya, który dowodził, że największy wpływ na kształt społeczno-ekonomiczny i historię Australii miał dystans od stolicy imperium, Londynu, oraz odległości na kontynencie australijskim (BLAINEY 2001).

Australii, Kanady czy Stanów Zjednoczonych, to radiotelegraf okazał się przełomowy, zwłaszcza że był rozwiązaniem bardziej opłacalnym (BRIGGS, BURKE 2010, s. 202).

Radio stało się niezastąpione także w komunikacji morskiej, zarówno cywilnej, jak i wojskowej. W 1899 r. floty wojenne Francji i Rosji kupiły od spółki Popow-Ducretet pierwsze aparaty radiotelegraficzne i zainstalowały je na swoich okrętach. Statki brytyjskiej marynarki wojennej wyposażone były w aparaty wydierżawione od Marconi Company. Firma Marconiego stosowała bowiem odmienną praktykę handlową: jej aparaty były wynajmowane – nie sprzedawane – co gwarantowało później obsługę techniczną, szkolenia dla operatorów radiowych oraz wymianę uszkodzonego sprzętu. W dodatku Marconi zezwalał na komunikację z jego nabrzeżnymi stacjami tylko statkom wyposażonym w jego aparaty (STERLING, KITROS 2002, s. 39). Marconi wprowadził też zasadę wyłączności, zezwalając na odbiór i wysyłanie wiadomości tylko pomiędzy jego stacjami radiotelegraficznymi – wiadomości nadawane z nadajników konkurencji nie były przekazywane¹⁴. W USA pierwsza wojskowa morska stacja odbiorcza typu „statek – wybrzeże” została założona na przełomie lat 1903 a 1904 i początkowo wyposażona była w niemieckie urządzenia Slaby-Arco. W transmiery Telefunken wyposażona także była flota rosyjska podczas wojny rosyjsko-japońskiej w latach 1904–1905 (STERLING, red., 2004, s. 1065). W 1906 r. amerykańska marynarka wojenna dysponowała już aparatami na 57 okrętach i 39 stacjach brzegowych; do 1916 r. było ich – odpowiednio – 315 i 119 (BERG 2013). W latach 1907–1908 zaczęto używać lepszych transmiery – łukowych – które armii USA dostarczał Lee de Forest. Umożliwiały one emisję komunikatów głosowych, co wykorzystano na okręcie „USS Ohio”, z którego przesyłano muzykę – graną z fonografu – do innych statków floty oraz do stacji nabrzeżnych, choć trzeba zaznaczyć, że były to emisje bardzo słabej jakości. Aparaty wyposażone w lampy elektronowe, poprawiające emisję głosową, trafiły do marynarki w 1913 r. W latach 1908–1918 powstały dwa laboratoria radiowe marynarki wojennej USA, a pierwszą wojskową stację nadawczą NAA założono w Arlington w 1912 r.

W marynarce cywilnej, m.in. handlowej, do 1912 r. radiofonia rozwijała się dużo wolniej, głównie ze względu na konieczność wnoszenia opłat za przesyłanie wiadomości drogą radiową, podobnie jak za wiadomości telegraficzne. Gdy w 1912 r. zatonął statek pasażerski „Titanic”, władze amerykańskie postanowiły uregulować kwestie związane z radiem. „Titanica” nie udało się uratować, ponieważ nadany przez niego

¹⁴ Ta praktyka została odrzucona i potępiona podczas pierwszej w historii Konferencji Radiotelegraficznej w Berlinie w 1903 r. Marconi ostatecznie zrzekł się zasady wyłączności na Konferencji w Londynie w 1912 r. (GRISSET 1983).

sygnał odebrał statek „Carpathia”, oddalony aż o 60 mil morskich, który na ratunek przybył dopiero dwie godziny po zatonięciu transatlantyku. Uratowano jedynie 700 dryfujących rozbitków, woda pochłonęła 1 500 ofiar. Tymczasem na statku znajdującym się w pobliżu miejsca katastrofy operator radiowy skończył wachtę i nie odebrał wołania o pomoc. Wypadek „Titanica” przyczynił się do wprowadzenia zasady, że wszystkie okręty muszą być wyposażone w stacje radiowe obsługiwane przez całą dobę (BIRCH 1992, s. 54–55). Od tego momentu liczba statków wyposażonych w radiostacje intensywnie rosła i do 1920 r. posiadało je 2 tys. statków amerykańskiej floty cywilnej (BERG 2013).

Sukcesy na polu nawigacji morskiej postanowiono wykorzystać także w lotnictwie. Możliwość łączenia się z ziemi z pokładem sterowców pierwsi zademonstrowali Niemcy i Brytyjczycy. W 1910 r. dokonano pierwszej udanej dwukierunkowej łączności z samolotem firmy Curtiss. Jednak aparat radiowy był wówczas zbyt duży i ciężki, a jego strojenie zbyt skomplikowane, aby mógł być wygodnie i bezpiecznie używany na pokładzie pierwszych samolotów (STERLING, red., 2008, s. 369).

Wraz z wybuchem I wojny światowej w 1914 r. nastąpiła „militarna era radia” (HOWETH 1963, s. 207). W państwach zaangażowanych w konflikt wprowadzono ograniczenia w działalności cywilnych stacji nadawczych. Nakazywano zawieszenia ich aktywności, ale najczęściej państwo przejmowało nad nimi kontrolę i wykorzystywało je jako militarne sieci radiowe. W ten sposób postąpiła British Royal Navy (Brytyjska Królewska Marynarka Wojenna), która przejęła rozsiane po Wielkiej Brytanii oraz w koloniach brytyjskich stacje nadawcze (także telegraficzne) Marconi Company. Dzięki temu zyskała dobrze rozwiniętą sieć komunikacyjną na półkuli południowej, gdzie na ogół nierozwinięte były inne metody komunikacji (STERLING, red., 2008, s. 370). Brytyjczycy, zorientowani w możliwościach strategicznych radia, w pierwszych dniach wojny przecięli wszystkie podwodne kable telegraficzne Niemców (BAKER 1971, s. 159), zmuszając ich do korzystania z komunikacji radiowej, której sygnał mogli przechwycić lub zagłuszyć. Dzięki temu utrudniano wojskom niemieckim sprawne przekazywanie informacji, a po opatentowaniu lokalizatorów radiowych w 1916 r. możliwe było na podstawie położenia namierzonych radiostacji określenie zgrupowania bojowego wojsk, składu lotnictwa, marynarki wojennej oraz typów stosowanych środków rażenia (PALIJ 1966, s. 181; por. HOWETH 1963). Świadomi tego wojskowi wszystkich stron konfliktu zaczęli stosować szyfry i kody, aby utrudnić rozpoznanie radiowe. Pierwszy raz szyfrowanie zastosowało wojsko rosyjskie na froncie zachodnim 14 sierpnia 1914 r. (PALIJ 2008, s. 181). Jednak szyfrowanie nie zawsze było skuteczne i jeśli udawało się złamać szyfr, możliwe było odczytywanie komunikatów i rozkazów

wroga; Brytyjczycy z powodzeniem regularnie odczytywali tajne niemieckie radiotelegramy, ale i Niemcom udawało się rozpoznać zamiary przeciwników, niekiedy z powodu błędów popełnianych przez radiotelegrafistów – przykładowo, gdy francuscy żołnierze łączności podawali komunikaty meteorologiczne dla obszarów, na których stacjonowały ich wojska (PALIJ 1966, s. 180). Mimo tak oczywistych korzyści z użycia radia, obie strony konfliktu posiadały stosunkowo niewielką liczbę radiodbiorników: w armii USA w 2018 r. na 20 tys. żołnierzy w jednej dywizji przypadało nie więcej niż 6 nadajników radiowych (STERLING, red., 2008, s. 371), w dodatku podatnych na zniszczenia, niewygodnych w obsłudze, z widocznymi dla wroga antenami.

Militarne wykorzystanie radia nabrało szczególnego znaczenia podczas operacji morskich, kiedy namierzenie sygnału radiowego pozwalało jednocześnie namierzyć okręt, który stawał się łatwym celem ataków. Dlatego na morzu często utrzymywano „ciszę w eterze”, aby nie zdradzić swojego położenia. Dzięki ciszy radiowej okręt Kaiserliche Marine (Niemieckiej Marynarki Wojennej) „Emden” był nienamierzalny przez kilka miesięcy po rozpoczęciu wojny. Jednym z ważniejszych przykładów użycia radia przez floty Brytyjskiej Marynarki Królewskiej i Niemieckiej Marynarki Wojennej była bitwa jutlandzka na Morzu Północnym, odbywająca się w nocy z 31 maja na 1 czerwca 1916 r. – największa morska bitwa I wojny światowej. Noc i trudne warunki pogodowe uniemożliwiły wykorzystanie sygnalizacji świetlnej, jedynie radio pozwoliło obu flotom na sprawną komunikację i nawigację czy na przewidywanie działań i ruchów wrogich okrętów na morzu (KOZACZUK 1977, s. 17). Flota brytyjska wykorzystywała radio również do namierzania okrętów przeciwnika. Udało się przechwycić jeden z nich dzięki urządzeniu opracowanemu i osobiście zastosowanemu przez kapitana Henry’ego J. Rounda, naukowca z Marconi Company, pozostającemu w czynnej służbie wojennej.

W 1917 r., przystępując do wojny, Departament Wojny USA zabronił nadawania wszystkim stacjom prywatnym (czyniąc jednak wyjątek, o czym będzie mowa później), pod groźbą konsekwencji karnych, gdyby ten zakaz złamały. Wprowadzono intensywne szkolenia dla radiooperatorów, ponieważ wzrosło zapotrzebowanie na nich w armii amerykańskiej oraz w służbie cywilnej armii.

Wojna wymusiła przyspieszenie prac nad udoskonaleniem radiodbiorników. Dotyczyło to zwłaszcza lotnictwa. Aparaty łączności stały się lżejsze, usprawniono w nich system dostrajania, zmniejszono podatność na zakłócenia sygnału, dzięki czemu w 1917 r. były już powszechnie stosowane podczas lotów bojowych. Amerykanie pod koniec wojny eksperymentowali z radiową nawigacją flot bombowców (STERLING, red., 2008, s. 372).

Badania nad możliwościami fal radiowych oraz udoskonalanie radioodbiorników podczas I wojny światowej przyczyniły się do powstania systemów i aparatów do radiowego namierzania obiektów nadających sygnał radiowy – od radionamierników do radiolokalizatora i później w latach trzydziestych radiodetektora (radaru) oraz do radiowej kontroli obiektów (naprowadzanie), takich jak torpedy czy samoloty bojowe. Podczas I wojny światowej kontynuowano również badania nad echolokacją, które rozpoczęto jeszcze w 1912 r. po zatonięciu „Titanica”. W tamtym czasie zdawano już sobie sprawę z tego, że fale radiowe odbijają się od przeszkód, wywołując tzw. echo, które dawało informację zwrotną o istnieniu obiektu w zasięgu fal radiowych. Jednym z wielu naukowców, zajmujących się wówczas eksperymentami nad urządzeniem wykrywającym obiekty, był Reginald Fessenden, który jego pierwszą wersję opatentował w 1914 r. (*Patent nr 1,108,895...*, 1914), pracując dla Submarine Signal Company (HOWETH 1963, s. 300–301). Skonstruowana aparatura początkowo nie umożliwiała określenia kierunku i odległości przedmiotu, niemniej jednak podjęte badania ostatecznie doprowadziły do powstania – u progu II wojny światowej – sonaru.

2.3. Rozwój wybranych radiofonii

Radio powstało dzięki pasji i poszukiwaniom naukowców i wynalazców oraz z zapotrzebowania armii. Ważną rolę odegrali również pionierzy radiofonii – amatorzy, których urzekła możliwość przesyłania głosu na odległość. Łączyli w sobie zapał oraz wolę finansowania radiowego eksperymentu. Niejednokrotnie byli to przedsiębiorcy, którzy nie bali się ryzyka inwestowania w upowszechnienie wynalazku. Wywodzący się z różnych profesji radioamatorzy stanowili siłę napędową technicznej rewolucji i za ich sprawą zakładano komitety czy organizacje radiowe. Ich członkowie budowali kolejne stacje nadawcze, rozwijali produkcję urządzeń emisyjnych i odbiorników radiowych, przy okazji testując właściwości fal radiowych i możliwości ich wykorzystania.

2.3.1. Początki radiofonii w Stanach Zjednoczonych Ameryki

W USA pierwsze wzmianki o niezależnie działających pasjonatach radioamatorach datuje się na 1906 r. Wzrost zainteresowania radiofonią wśród amatorów przypada na 1908 r. wraz z pojawieniem się na ryn-

ku detektorów kryształkowych, które były tańsze i łatwiejsze w użyciu. Pierwsze zorganizowane grupy radioamatorskie założono w 1909 r. (BERG 2013). W sprzedaży dostępne były części do aparatów radiowych, oferowane np. przez Hugo Gernsback's Electro-Importing Company, z których można było zbudować własne odbiorniki. Coraz liczniejsi radioamatorzy nie zawsze umiejętnie operowali falami radiowymi i zdarzało im się zakłócać sygnały wojskowe i komercyjne (należące głównie do firm radiotelegraficznych). Amatorzy początkowo nadawali na niskich częstotliwościach w zakresie fal 300–1200 KHz. Po katastrofie „Titanica” rząd przyjął nową politykę w zakresie wyposażenia okrętów w aparaty radiowe. Pierwsza ustawa w sferze radiofonii *An Act to Regulate Radio Communications*, tzw. *Radio Act*, uchwalona 13 sierpnia 1912 r., uregulowała te kwestie m.in. dlatego, by zapewnić bezpieczeństwo morskie w przyszłości. W akcie tym zawarto również przepisy związane z posiadaniem i używaniem nadajników radiowych przez amatorów oraz do użytku komercyjnego. Przyjęto zasadę, że wszyscy nadawcy niepaństwowi, bez wyjątku, powinni posiadać licencję udzielaną przez Secretary of Commerce and Labor (Sekretarza ds. handlu i pracy). Dodatkowo radioamatorzy mogli odtąd nadawać jedynie na falach o długości do 200 m i z nadajników o mocy do 1 kW. *Radio Act* wprowadzał specjalne zezwolenia na nadajniki o większej mocy i możliwość nadawania na dłuższych falach. Do połowy 1914 r. w USA wydano ok. 5 tys. licencji, z czego połowę otrzymali radiowi amatorzy (BERG 2013). Jednym z nich był pasjonat radia dr Frank Conrad¹⁵ z Pittsburgha w Pensylwanii, który – współpracując z przedsiębiorstwem radiotelegraficznym Westinghouse Electric and Manufacturing Company – w 1915 r. zbudował odbiornik zdolny do odbioru sygnału czasu, nadawanego z wojskowej stacji w Arlington.

Wprowadzone przez rząd USA prawo, na mocy którego zakazano transmisji radiowej dla rozgłośni prywatnych z powodu przystąpienia do I wojny światowej w 1917 r., dawało rządowi także kontrolę nad przedsiębiorstwami produkującymi odbiorniki radiowe i oferującymi usługi radiotelegraficzne – większa ich część bowiem należała do zagranicznych właścicieli. Radiowcy amatorzy mogli ponownie uruchomić nadajniki dopiero w 1919 r. Jednak rząd amerykański, ze względu na

¹⁵ Niektóre polskie źródła podają, jakoby Frank Conrad był lekarzem z zawodu, co nie jest prawdą. Miał prawo do używania skrótu „dr” przed nazwiskiem, ponieważ otrzymał honorowy stopień doktora nauk na Uniwersytecie w Pittsburghu w 1928 r. za wynalazczość w zakresie elektryczności. Był autorem ponad 200 wynalazków; w 1930 r. otrzymał także Medal Edisona (najważniejszą nagrodę w USA w dziedzinie inżynierii elektrycznej i elektronicznej), paradoksalnie oficjalną edukację zakończył na VII klasie szkoły podstawowej. Zob.: National Museum of Broadcasting, Frank Conrad – http://www.nmbpgh.org/conrad_project/historical_background/conrad.htm [dostęp: 9.07.2015].

bezpieczeństwo w sferze łączności, o co zabiegała marynarka wojenna (HOWETH 1963, s. 353 i n.), doprowadził do przegrupowań na rynku – m.in. wymusił na największej w USA spółce radiotelegraficznej American Marconi Company, w której większościowe udziały posiadało British Marconi, aby odsprzedała ów pakiet amerykańskiemu przedsiębiorstwu General Electric. Ta, wraz z innymi amerykańskimi firmami – Westinghouse, American Telephone and Telegraph Company (AT&T) oraz United Fruit (międzynarodowa spółka transportowa) – utworzyła Radio Corporation of America (RCA) (STERLING, KITROSS 2002, s. 58).

Conrad był jednym z niewielu, którzy otrzymali prawo nadawania podczas I wojny światowej. Już w 1916 r. uzyskał eksperymentalną licencję na nadawanie dla stacji 2WE i 2WM, które następnie w 1919 r. połączył w jedną o nazwie 8XK¹⁶. Swoją wcześniej skonstruowany odbiornik przerobił na stację foniczną, którą zaczął wykorzystywać do emisji programów słownych ze swojego domu w Wilkinsburgu. Wkrótce wzbogacił program o transmisje muzyki z płyt gramofonowych, które otrzymał od właściciela sklepu płytowego, w zamian nadając informacje o sklepie, co wpłynęło na wzrost sprzedaży prezentowanych na antenie płyt – tak zrodziła się reklama radiowa¹⁷. Audycji słuchali radioamatorzy za pomocą odbiorników krystalicznych domowej roboty. Jej odbiór był także możliwy dzięki instalacji odbiorników w domu towarowym Josepha Horne’a (MISZCZAK 1971, s. 175). Conrad przyjął stałe pory nadawania – między 19.30 a 21.30 w środy i soboty. Audycje stały się na tyle popularne, że w 1920 r. Joseph Horne zaczął zamieszczać reklamy w gazecie “Pittsburgh Sun”, w których radioodbiorniki, sprzedawane w centrum handlowym, anonsował hasłem, że umożliwiają odbiór programów Conrada (BERG 2013). Zachęczone przedsięwzięciem Conrada Westinghouse Electric and Manufacturing Company postanowiło zainwestować w budowę mocniejszej stacji i rozbudowę jego programu. Inicjatorem tych działań był wiceprezes Westinghouse, a zarazem przyjaciel

¹⁶ Trudne do zapamiętania i raczej niewystępujące w Europie, a stosowane w nazewnictwie rozgłośni amerykańskich litery alfabetu związane są z ustaleniami Konwencji Radiotelegraficznej w Berlinie z 1908 r. Większość rozgłośni przyjmowała nazewnictwo trzyliterowe, choć te powstałe wcześniej, przed Konwencją Berlińską, miewają cztery-literowe nazwy. Litery „W”, „K”, „N”, były zarezerwowane dla marynarki, z czasem USA otrzymały prawo do używania litery „A”, a po 1911 r., po utworzeniu Wydziału Radia w Departamencie Handlu, zarezerwowano literę „W” dla statków pływających po Atlantyku, natomiast literę „K” – dla marynarki Oceanu Spokojnego. Od 1923 r., gdy wystartowały regularne stacje radiowe na dużą skalę, „W” zostało przypisane do stacji na wschód od rzeki Mississippi, a „K” – na zachód od niej (STERLING, KITROSS 2002, s. 69).

¹⁷ National Museum of Broadcasting, Frank Conrad, http://www.nmbpgh.org/conrad_project/historical_background/conrad.htm [dostęp: 9.07.2015].

Conrada, Harry P. Davis, który wystąpił o licencję (STERLING, KITTROSS 2002, s. 65), a pierwszą emisję programu zainaugurowano 2 listopada 1920 r. Wówczas jeszcze jej sygnałem wywoławczym była nazwa wcześniej przyjęta przez Conrada – 8XK – z czasem zmieniona na KDKA. Tak powstała pierwsza regularna komercyjna rozgłośnia na świecie. Przyjęła ona stały czas emisji (codziennie do godz. 18.00, następnie do 21.30) oraz rozkład audycji¹⁸.

Już podczas pierwszej transmisji nadano relację z prezydenckiej kampanii wyborczej, w której o fotel prezydenta ubiegali się konserwatysta Warren G. Harding i demokrat James M. Cox, a późnym wieczorem stacja jako pierwsza podała informację o wygranej Hardinga – gazety opublikowały wyniki dopiero w wydaniach porannych następnego dnia (MISZCZAK 1971, s. 175). Rozgłośnia KDKA rozwijała się prężnie i w 1921 r. poszerzyła działalność o liczne nowe programy, pieczętując swoje pierwszeństwo w wielu dziedzinach radiowych: już w styczniu powołała własny zespół muzyczny, nadała pierwszą transmisję kazania kościelnego, a także przemówienia Herberta Hoovera – wówczas sekretarza handlu; w marcu tego samego roku wyemitowała wystąpienie inauguracyjne prezydenta Warrena G. Hardinga, w kwietniu przeprowadziła transmisję na żywo walki bokserskiej Johnny’ego Raya z Johnnym Dundee, w lipcu nadała relację z bokserskich Mistrzostw Świata Wagi Ciężkiej, w sierpniu transmitowała mecz baseballowy, a w październiku – mecz futbolu amerykańskiego. Sport już na stałe zagościł na antenie Radia KDKA. Rozgłośnia ta wprowadziła także programy innego typu: serwisy kościelne (np. pierwsze regularne wiadomości z Kościoła Episkopalnego Calvary), raporty rynkowe (pierwszy rządowy serwis gospodarczy zainaugurowano 19 maja 1921 r., we współpracy z Ministerstwem Handlu), prognozy pogody (dzięki wsparciu Krajowej Służby Meteorologicznej) i serwisy dla rolników.

Stacja także jako pierwsza zatrudniła w pełnym wymiarze spikera radiowego Harolda W. Arlina (STERLING, KITTROSS 2002, s. 39; DAVIS 2010; BERG 2013). Nietrudno było zyskać pierwszeństwo w tych dziedzinach pierwszej regularnie nadającej stacji radiowej na świecie, niemniej jednak – co podkreślają historycy – rozwój radiofonii nie musiał postępować w takim kierunku – właściciele rozgłośni mogli poprzestać na nadawaniu głównie muzyki dla grupy pasjonatów, zgromadzonych przy własnoręcznie wykonanych odbiornikach. Zarówno Conrad, jak i Davis, oraz ich współpracownicy, mieli większe aspiracje. Jak mówił S.H. Kintner, jeden ze spikerów Radia KDKA: „Gromadzimy się w nie-

¹⁸ Ponieważ KDKA została utworzona na bazie wcześniej funkcjonującej rozgłośni Conrada 8XK, niekiedy przyjmuje się, że działalność KDKA trwa nieprzerwanie od 1916 r. (STERLING, KITTROSS 2002, s. 65).

ograniczonym teatrze KDKA, którego tylne fotele znajdują się setki mil od sceny i gdzie publiczność – siedząc przy prywatnych odbiornikach – może przyjść z opóźnieniem lub wyjść wcześniej bez wprowadzania w zakłopotanie mówiącego albo nie denerwując reszty publiczności”¹⁹. Radio stało się pasem transmisyjnym pomiędzy miastami a odległymi obszarami rolniczymi, nie tylko pełniąc funkcję telegrafu bez drutu, ale stając się szybkim i wszechstronnym źródłem informacji, rozrywki, nauki i kultury. We wrześniu 1921 r. Westinghouse Company uruchomiło Radio WBZ w Springfield (Massachusetts) i Radio WJZ w Newark (New Jersey), później Radio KYW w Chicago (obecnie z siedzibą w Filadelfii) oraz rozgłośnie w Hastings (Nebraska) i Cleveland (Ohio) (STERLING, KITROSS 2002, s. 68).

Moc radia dostrzegli także twórcy Radio Corporation of America. Firma, od powstania w 1919 r., była operatorem radiowych urządzeń nadawczych oraz zajmowała się sprzedażą aparatów radiowych, produkowanych przez tworzących ją współdziałowców. Jednak, po zauważalnym sukcesie Radia KDKA, postanowiono rozszerzyć tę działalność i utworzyć program radiowy. Sprzyjał temu fakt, że w 1920 r. RCA rozpoczęło na dużą skalę produkcję triod różnego typu (detekcyjnych i wzmacniających), odkupując patenty od de Foresta. Dzięki zakupowi można było wytwarzać tanie odbiorniki radiowe, przeznaczone dla masowego odbiorcy. Dodatkowo, w efekcie połączenia zasobów spółek, RCA zyskała kadre i zaplecze techniczne. Jednym z badaczy, który wszedł do zespołu RCA, był – wywodzący się z GE – Ernst Alexanderson, konstruktor alternatora wysokich częstotliwości – wykorzystanego przez Fessendena w 1906 r. – i wynalazca odbiornika z możliwością regulowania częstotliwości i ustawiania pasm radiowych (1916 r.). Alternator Alexandersona posłużył do założenia – 5 listopada 1921 r. – stacji radiowej Radio Central w Rocky Point na Long Island. Miała ona obsługiwać połączenia transatlantyckie, na co naciskała marynarka wojenna, a wspierał rząd USA (HOWETH 1963, s. 353 i n.).

Działania te zachęciły do kolejnych poszukiwań form eksploatacji radia, a czołowym propagatorem idei rozwinięcia działalności radiowej był David Sarnoff, dyrektor RCA, wcześniej związany z firmą American Marconi. Sarnoff miał wizję radia jako „radiowej pozytywki” (*radio music box*): „Mam w głowie plan rozwoju, który uczyni radio »sprzętem domowym« w tym samym sensie, co fortepian czy fonograf. Ideą jest bezprzewodowe dostarczanie muzyki do domu” (WOOD 1994, s. 12).

¹⁹ Zastosowano tu podwójne znaczenia słów – „occupying private boxes” może oznaczać dosłownie „zajmując prywatne łóżka”, bądź w nowym znaczeniu „siedząc przy prywatnych odbiornikach”. Słowo „boxes” (l.m.) oznacza „łóżka”, „pudełka”, ale też „aparaty radiowe” czy inne urządzenia odbiorcze: np. *set-top boxes* (por. DAVIS 2010).

Wyobrażał sobie prosty odbiornik wyposażony w regulację fal i słuchawki, z którego będzie płynąć muzyka, a także który będzie gromadził ludzi chcących wysłuchać najnowszych lub najważniejszych wiadomości albo książki czytanej na antenie. Przełom nastąpił 2 lipca 1921 r., gdy Sarnoff zdecydował o transmisji na żywo walki bokserskiej Mistrzostw Świata Wagi Ciężkiej między Jackiem Dempseyem a Georgem Carpentierem. Specjalnie z tej okazji, na jedną noc, zamontowano nadajnik w Roselle Park, w New Jersey. Transmisja przyciągnęła do odbiorników 200 tys. słuchaczy (STERLING, KITROSS 2002, s. 68) – których uznano za szczęśliwców, gdyż transmitter spalił się około minuty po zakończeniu walki.

Radio stawało się coraz popularniejszą ciekawostką: dzięki nowej technologii małe środowiska lokalne – Kościoły, koncerty prasowe, domy towarowe czy uniwersytety – ale też przedsiębiorstwa czy osoby prywatne mogły informować o swej działalności: do końca 1921 r. powstało 286 rozgłośni, rok później działało już 500, a pod koniec 1924 r. – już ponad 1000 (MISZCZAK 1971, s. 176).

W 1923 r. wojskowe laboratoria radiowe marynarki USA przekształcono w Radio Division (Sekcję Radia) w U.S. Naval Research Laboratory (Morskim Laboratorium Badawczym USA). Oprócz niego działało także Naval Aircraft Radio Laboratory (Laboratorium Radiowe Lotnictwa Morskiego), które rozpoczęło nadawanie programu radiowego w 1920 r., zyskując w ciągu roku słuchaczy w 28 stanach. Głównym celem tej działalności było upowszechnienie nadawczości radiowej wśród radioamatorów i słuchaczy oraz zachęcenie ich do zgłębiania zagadnień propagacji fal na potrzeby stworzenia radaru (BERG 2013). Nadawane programy zawierały muzykę, informacje, rozmowy z czołowymi politykami, nawet prezydentem, wykłady ekspertów, nadto audycje retransmitowane z europejskich amatorskich stacji nadawczych, również z radia przewodowego (radiotelefonu) (BERG 2013).

Coraz liczniejsze stacje radiowe zaczęły jednak wzajemnie zakłócać swoje sygnały w eterze. W związku z tym 23 lutego 1927 r. Kongres USA przyjął kolejną ustawę radiową – *Radio Act* (MISZCZAK 1971; ADAMOWSKI 2012), podpisaną przez prezydenta Calvina Coolidge'a, na mocy której utworzono Federal Radio Commission (Federalną Komisję Radiową), aby regulowała kwestie związane z rozwojem radiofonii amerykańskiej. W 1934 r. kolejna ustawa pt. *Communications Act* przekształciła komisję radiową w Federal Communications Commission – FCC – pełniącą kontrolę nad radiofonią i telekomunikacją w USA.

W tym czasie w USA powstawały już pierwsze sieci radiowe, obejmujące zasięgiem rozległe obszary kraju. Grupowały one pojedyncze stacje nadawcze, tworzące wspólny program. RCA utworzyła 3 września

1926 r. pierwszą sieć National Broadcasting Company – NBC; kolejna sieć powstała 5 kwietnia 1927 r. – Columbia Phonograph Broadcasting System – przemianowana 19 listopada tegoż roku na Columbia Broadcasting System – CBS; 2 października 1934 r. utworzono Mutual Broadcasting System – MBC²⁰, a 30 grudnia 1944 r. American Broadcasting Company – ABC (MISZCZAK 1971, s. 176–177).

2.3.2. Początki radiofonii we Francji

We Francji pionierem działań w dziedzinie radiotelegrafii – oprócz Branly’ego, Tissota i Ducreteta – był późniejszy generał Gustave-Auguste Ferrié (AMOUDRY 1993; 2011). Jako porucznik we francuskiej marynarce wojennej odpowiedzialny był za łączność, obsługiwał telegraf optyczny i kablowy, dostał więc polecenie zainteresowania się telegrafią bezprzewodową. Nawiązał współpracę z Marconim i uczestniczył w jego pierwszych transmisjach sygnałów elektromagnetycznych w 1899 r. przez kanał La Manche. W 1900 r., już jako kapitan, wymyślił i skonstruował detektor elektrolityczny, który zaprezentowano podczas światowego kongresu elektrycznego w Paryżu. Następnie zorganizował – za pomocą kombinacji anten – łącze radiotelegraficzne pomiędzy Lazurowym Wybrzeżem a Korsyką. 8 maja 1902 r. nastąpił wybuch wulkanu Pelée na Martynice, który spowodował uszkodzenie kabla telegraficznego łączącego Martynikę z Gwadelupą. Odcięta od świata Martynika potrzebowała łączności. Wtedy kpt. Ferrié zainstalował nadajniki radiowe, z których pierwszy telegram do Gwadelupy nadano w grudniu 1902 r.; dzięki temu sukcesowi Ferrié nakłonił rząd Francji i dowództwo marynarki wojennej do zwiększenia inwestycji na rzecz telegrafu bez drutu. Uchronił także przed wyburzeniem wieżę Eiffla, którą zbudowano na Wystawę Światową w 1889 r., jednak nie widziano dla niej praktycznego zastosowania i od początku zakładano jej wyburzenie po dwudziestu latach istnienia, czyli w 1909 r. Kapitan Ferrié, w porozumieniu z Gustavem Eiffelem przekonał władze wojskowe, że wieża idealnie nadaje się na stałe miejsce zamontowania anteny (DUVAL 1979, s. 21), którą ostatecznie zainstalowano w grudniu 1903 r. Ze szczytu wieży Eiffla dokonywano już wcześniej pojedynczych transmisji radiowych, przeprowadzanych przez Branly’ego, Ducreteta czy Tissota, także z udziałem Popowa. Od 1903 r. zatem wieża stała się stałym ośrodkiem komunikacyjnym armii francuskiej. 21 stycznia 1904 r. minister wojny oficjalnie uznał wieżę

²⁰ MBC jest jedyną siecią, która przestała istnieć w 1999 r., pozostałe działają nadal. Na temat MBC zob. – <http://www.britannica.com/topic/Mutual-Broadcasting-System> [dostęp: 24.07.2015].

Eiffła za stację nadawczą, z anteną wówczas najwyższą na świecie, z której nadawano sygnały Morse'a na odległość 400 km (AMOUDRY 1993, 2011)²¹. Od 1906 r. utrzymywano stałą łączność pomiędzy wieżą Eiffła a Verdun, Toul, Belfort i Epinal. W 1908 r. wzrosła moc anteny, co umożliwiło transmisje radiotelegraficzne na odległość 6 000 km. Między innymi dzięki temu w 1910 r. możliwe było zsynchronizowanie zegarów w całej Francji według czasu z Obserwatorium Paryskiego. Sygnał czasu rozsyłano za pośrednictwem anten radiowych z wieży Eiffła. Podobna synchronizacja miała miejsce od 1905 r. pomiędzy Paryżem a statkami floty wojennej. W 1909 r. u podnóża wieży Eiffła, na Champs-de-Mars (Pola Marsowe), w bunkrze, utworzono stałą radiową stację nadawczą²².

Ponieważ w ówczesnej Francji nie istniały fabryki zajmujące się produkcją podzespołów do radiowych aparatów nadawczo-odbiorczych, Ferrié nawiązał współpracę z inżynierem Émilem Girardeau, będącym pasjonatem radiotechniki. Girardeau, wraz z innym naukowcem-wynalazcą Josephem Béthenodem, założyli 3 kwietnia 1910 r. przedsiębiorstwo radioelektryczne – Société Française Radio-Electrique (SFR) – które zajęło się budową infrastruktury radiowej, produkcją osprzętu radiowego dla konstruktorów, a później odbiorników dla konsumentów indywidualnych – były to m.in. słynne radioodbiorniki „Radiola”. W latach 1910–1914 SFR produkowała nadajniki przenośne, które można było instalować w różnych miejscach w zależności od potrzeby – sprzęt ten wykorzystywano m.in. w czasie wojen bałkańskich 1912–1913; poza tym wytwarzała nadajniki kierunkowe, dzięki którym możliwe było precyzyjne ustawienie sygnału – posługiwać się nimi zaczęto na statkach wojennych i rybackich, w samolotach (pierwszy raz w 1911 r. w Buc, nieopodal Wersalu) oraz pociągach pocztowych; zbudowała też stacje nadawcze, m.in. w Kongu Belgijskim i w Rosji, a także w Belgii, Meksyku, Turcji, Bułgarii, Serbii, we Włoszech i w Chinach²³.

Prace naukowo-rozwojowe SFR przyspieszyły z powodu wybuchu I wojny światowej – przedsiębiorstwo obsługiwało m.in. flotę wojenną, lotnictwo oraz piechotę. Generał Ferrié otrzymał plenipotencje do użycia telegrafu bez drutu bez ograniczeń podczas działań wojennych. Radia zaczęto używać nie tylko do wysyłania wiadomości, ale także do

²¹ Zob. tekst alokucji wygłoszonej przez Daniela Frechera, prezydenta Union Nationale des Transmission (UNATRANS), przed popiersiem generała Gustava Ferriégo 24 listopada 2010 r., z okazji 142. rocznicy urodzin generała – <http://www.unatrans.fr/Pages/Ferri%E91.html> [dostęp: 20.07.2015].

²² Stacja istniała do 1999 r., obecnie w bunkrze mieści się administracja i obsługa wieży Eiffła.

²³ *Société Française Radio-Électrique (SFR – Thomson)*. Archives Nationales du Monde du Travail – http://www.archivesnationales.culture.gouv.fr/camt/fr/egf/donnees_efg/2003_001/2003_001_INV.pdf [dostęp: 2.08.2015].

zagłuszania sygnałów radiowych przeciwnika oraz przechwytywania wysyłanych przez niego informacji. Przejęto np. wiadomości radiowe słane przez Niemców, ułatwiając tym samym wojskom francusko-brytyjskim zwycięstwo w bitwie nad Marną (PALIJ 1966, s. 179–181). W starciu we wrześniu 1914 r. Francja używała nadajników – na wieży Eiffla w Paryżu oraz w La Doua w Lyonie (Lyon-la-Doua), wybudowanego w 1914 r.

Jeszcze w 1912 r. powstało inne towarzystwo, Compagnie Universelle de Télégraphie et de Téléphonie sans fil – CUTT – (Powszechne Towarzystwo Telegrafu i Telefonu bez Drutu), z kapitałem niemieckim i udziałami Marconi Company oraz powiązane z francuską fabryką kabli telegraficznych: Compagnie française de câbles télégraphiques (DUVAL 1979, s. 29). CUTT prowadziło próby radiofoniczne, używając nadajnika na wieży Eiffla, posiadało także prawa do wykorzystania amerykańskiej stacji nadawczej w Tuckerton, jednak po dwóch latach działalności – z powodu wybuchu wojny i ze względu na niemiecki kapitał w spółce – zostało objęte nadzorem państwowym (MISZCZAK 1971, s. 48), a jego działalność – zawieszona. W 1918 r. towarzystwo CUTT zostało ostatecznie postawione w stan likwidacji (DUVAL 1979, s. 29).

Tymczasem przedsiębiorstwo SFR kontynuowało działalność, jednak coraz bardziej stawało się jasne, że – aby konkurować z potentatami radiotelegraficznymi z Europy i USA – potrzebny jest spory kapitał. W lutym 1918 r. zostało utworzone przedsiębiorstwo Compagnie Générale de Télégraphie sans Fil (CSF), w którego skład weszło SFR i w którym udziały miały banki: francuski Banque de Paris i holenderski Banque de Pays-Bas; ponadto przedsiębiorstwo Compagnie française de câbles télégraphiques, które po likwidacji CUTT było zainteresowane dalszymi inwestycjami w dziedzinie radiofonii; a także agencja prasowo-telegraficzna Havas²⁴ oraz przez jakiś czas Marconi Company (GRISSET 1983, s. 84). Girardeau został dyrektorem nowej spółki. Firma rozwijała infrastrukturę radiową, instalując nadajniki kolejno w La Croix d’Hins (od 1920 r.), a później w Sainte-Assise (działające od 1921 r.) (STERLING, red., 2004, s. 997).

Czasy wojny pozwoliły także dostrzec poważne zaniedbania w zakresie telekomunikacji państwa francuskiego – głównie w sferze zapewnienia bezpiecznych połączeń międzynarodowych i transatlantyckich.

²⁴ Francuska Agencja Prasowo-Telegraficzna Havas powstała w 1835 r. Od 1940 r. funkcjonowała pod nadzorem państwa Vichy jako l’Office français d’information – OFI (Francuskie Biuro Informacyjne), a 30 września 1944 r. przekształcono ją w l’Agence France-Presse – AFP (Francuską Agencję Prasową) (GOLKA 2001, s. 21 i 36) oraz Archives Nationales de France – https://www.siv.archives-nationales.culture.gouv.fr/siv/rechercheconsultation/consultation/pog/consultationPogN3.action?noPId=p-6in3kok90--epvhbez9phu&pogId=FRAN_POG_06&search [dostęp: 6.10.2016].

Większość nabrzeżnych nadajników należała do firm amerykańskich i do brytyjskiej Marconi Company, także niemiecki Telefunken był w tej dziedzinie liderem. Francja, nie mając wyboru, musiała podczas wojny korzystać z ich usług, co ze względów strategicznych nie było dobrym rozwiązaniem. Istotne znaczenie miało także to, że nadal prężnie funkcjonująca telegrafia kablowa, a zatem i kable podmorskie na dnie Atlantyku i Pacyfiku, należała głównie do konkurentów politycznych i gospodarczych Francji, m.in. Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, USA, Portugalii, a także Indii, Chin i Hong-Kongu. Zależność telekomunikacyjna Francji, z powodu braku woli wcześniejszych rządów do inwestycji w tej dziedzinie, rozpoczęła się bowiem już na początku stosowania telegrafu, w połowie XIX w. (HEADRICK 1988, s. 110–113). Aby nie powielić starych błędów, Ministerstwo Poczty, Telefonów i Telegrafów (PTT) 29 października 1920 r. nadało CSF – mogącej pod względem technologicznym i finansowym konkurować z rywalami – prawo wyłącznej obsługi wszelkich międzynarodowych połączeń radiotelegraficznych wysyłanych z Francji, w zamian za pełną i prawie całkowicie darmową obsługę korespondencji państwowej. Do realizacji tych zadań spółka CSF-SFR w 1921 r. powołała Compagnie Radio-France (Towarzystwo Radio-France) (GRISSET 1983, s. 90).

W tym czasie najważniejsze francuskie nadajniki nadal były własnością wojska, także anteny i nadajniki na wieży Eiffla (Station Radio-Téléphonique de la Tour Eiffel, w skrócie Radio Tour Eiffel) oraz w bunkrze pod wieżą. 15 stycznia 1920 r. minister wojny oficjalnie przekazał Radio Tour Eiffel Ministerstwu Poczty, Telefonów i Telegrafów (zachowując niezwykłe prawo używania stacji w celach militarnych) wraz z ekipą obsługującą stację, na czele z generałem Ferriém. Stacja nadawcza była zatem własnością rządu i wojska, ale stała się także dostępna dla cywilów-amatorów radiofonii (zgrupowanych w kilku stowarzyszeniach: m.in. Les Amis de la Tour i Institut Radiophonique de la Sorbonne), których wspomagał Ferrié, a nadzorowało Ministerstwo PTT. 18 czerwca 1921 r. Podsekretarz państwa ds. poczty, telefonów i telegrafów wprowadził obowiązek posiadania koncesji na próby i eksperymenty radiofoniczne. W listopadzie 1921 r. radioamatorzy rozpoczęli nadawanie pojedynczych audycji z wieży Eiffla, głównie emitując muzykę z gramofonu. Pierwszą audycję, która miała charakter oficjalnej inauguracji, nadano 24 grudnia 1921 r., rozpoczynając ją od słów „Allo, Allo, ici poste militaire de la Tour Eiffel” („Halo, halo, tutaj stacja wojskowa wieży Eiffla”) (LEFÈVRE, GINIAUX 2013). Podobnie jak wcześniej – głównie nadawano w niej muzykę gramofonową, z czasem pojawiły się komunikaty meteorologiczne oraz przegląd prasy, następnie wiadomości z giełdy, a także pierwszy serwis wiadomości przygotowywany przez zespół

dziennikarzy i pisarzy. Pierwotnie emisje Radia Tour Eiffel rozpoczynały się o 16.30 i trwały pół godziny. 6 lutego 1922 r. odbyła się oficjalna i uroczysta inauguracja audycji, w której uczestniczyli podsekretarz państwa ds. poczt, telefonów i telegrafów oraz popularni artyści, m.in. Sacha Guitry (dramaturg, reżyser teatralny i filmowy, aktor) i jego ojciec Lucien (aktor), czytający poemat Victora Hugo. Od inauguracji program był nadawany codziennie od 14.30 do 17.00, a od 1924 r. serwis wiadomości nadawany był codziennie o godz. 18.30. W pozostałym czasie stację wykorzystywało wojsko (LEFÈVRE, GINIAUX 2013).

Towarzystwo Radio-France (przedsiębiorstwa CSF-SFR), jeszcze w styczniu 1921 r., rozpoczęło budowę centrum radioelektrycznego w Sainte-Assise (GRISSET 1983, s. 93), przeznaczonego m.in. na działalność rozgłośni Radio-France, która miała służyć do łączności na terenie Europy, a także z Ameryką i Dalekim Wschodem. Za pośrednictwem Radio-France nadawano przede wszystkim oficjalne komunikaty i zarządzenia administracji francuskiej, skierowane do podległych jej terytoriów oraz do przedstawicielstw innych państw. Przesyłało telegramy zawierające informacje na temat giełdy i handlu zagranicznego, wojskowych planów strategicznych i bezpieczeństwa terytorialnego, dane nawigacyjne na potrzeby marynarki i lotnictwa. Programy Radio-France miały charakter urzędowy, co nie wystarczało Girardeau, dyrektorowi SFR – współdziałowcy CSF. Girardeau, po wizycie w USA, zapragnął założyć we Francji radiostację całkowicie prywatną, z programem rozrywkowym, na wzór odwiedzonej przez niego amerykańskiej RCA, gdyż Radio-France było w dużym stopniu uzależnione od nadzoru państwowego. Uznał także, że własne radio byłoby dobrą formą popularyzacji produkowanych od 1922 r. przez SFR odbiorników radiowych „Radiola” (ÉCREPONT 2014, s. 25). Aby kupujący odbiorniki mogli testować ich działanie, Girardeau w lutym 1922 r. wystąpił do Ministerstwa PTT o koncesję na nadawanie, którą otrzymał 22 czerwca tego samego roku. Radio pierwotnie działało pod nazwą Station Expérimentale de Levallois, jednak w niedługim czasie otrzymało tę samą nazwę, co produkowany sprzęt radiowy – Radiola. Od lutego 1922 r. prowadzono też nieregularne próbne emisje muzyczne, a po otrzymaniu koncesji, 26 czerwca, zorganizowano koncert zagrany w fabryce „Radioli” w Levallois-Perret na cześć Branly’ego, który transmitowano przez radio, a także przez głośniki dla publiczności zgromadzonej w jednej z paryskich sal. Regularny program zainaugurowano 6 listopada 1922 r. i tę datę uznaje się za datę powstania francuskiej prywatnej radiofonii (ÉCREPONT 2014, s. 25). Studio radiowe, pierwotnie usytuowane w Levallois, przeniesiono do Paryża. Tam powstawały programy złożone z koncertów, serwisów informacyjnych przygotowywanych na podstawie depeesz dostarczanych przez agencję prasową Havas, relacji

sportowych, informacji na temat aktualnego czasu, a całość prowadził pierwszy francuski spiker radiowy – Marcel Laporte – posługujący się pseudonimem „Radiolo” (ALBERT, TUDSQ 1991, s. 19). Program przesyłany był z paryskiego studia, mieszczącego się przy Boulevard Haussman, do nadajników SFR w fabryce w Levallois i następnie rozpowszechniany drogą radiową. Z czasem nadawanie w ten sposób okazało się trudne, brakowało miejsca na kolejne urządzenia emisyjne, dlatego SFR połączył siły z innymi producentami aparatury radiowej i w marcu 1923 r. powołano do życia Compagnie Française de Radiophonie (CFR), która rozpoczęła budowę stacji nadawczej w Clichy. W 1924 r. towarzystwo CFR przejęło kontrolę nad stacją Radiola, która od 29 marca tegoż roku działała już pod zmienioną nazwą Radio-Paris. Program tworzono nadal w Paryżu, lecz nadawano ze stacji w Clichy; z tego też powodu audycje prezentowano czasem jako produkcje Radio-Clichy. Kolejno powstawały stacje transmisyjne w Tuluzie, Algierii, Ankarze, Tunisie, Rennes, Lille, Strasbourg. Programy nadawane były codziennie wieczorem, z czasem także po południu.

Działająca pod kuratelą Ministerstwa PTT Wyższa Szkoła Poczty i Telegrafów stała się inicjatorem i założycielem kolejnego (obok Radia Tour Eiffel) państwowego radia Paris-PTT, utworzonego w styczniu 1923 r. Rozgłównia nadawała kilka godzin programu dziennie, jednak miały one słabą recepcję wynikającą z tego, że stacja posiadała amerykańskie nadajniki подарowane przez firmę Western Electric, wykorzystujące fale średnie do transmisji sygnału, a odbiorniki produkcji francuskiej, używane przez radiosłuchaczy, odbierały fale długie. Audycje Paris-PTT były retransmitowane przez regionalne stacje nadawcze, zakładane przez Ministerstwo PTT w ciągu kolejnych lat (Toulouse-Pyrénées, Lyon-La Doua i Marseille-PTT w 1925 r., a także Bordeaux-Lafayette w 1926 r.), dzięki czemu Paris-PTT stała się naczelną rozgłównią państwowej sieci radiowej. Radio Paris-PTT 20 czerwca 1927 r. wprowadziło innowacyjny serwis wiadomości, nazwany *Radio Journal de France* (Dziennik Radiowy z Francji), którego oryginalność polegała na tym, że nie był czytany przez jednego spikera, lecz został podzielony na sekcje prowadzone przez różne osoby. Każda z sekcji trwała nie dłużej niż 4 min. i zawierała relacje, reportaże, kroniki zdarzeń z całego kraju i różnorodności (*faits-divers*). W programach ogólnych emitowano koncerty i teatr radiowy. Poza tym wprowadzono rymowane komentarze do aktualnych zdarzeń przygotowywane przez satyryków, przekazywane słuchaczom na żywo lub podczas rozmów telefonicznych – w ten sposób francuskie radio stało się interaktywne.

Sytuacja prawna rozgłówni we Francji zmieniła się wraz z przyjęciem prawa finansowego z 30 czerwca 1923 r.; w jednym z jego artykułów

ustanowiono monopol państwa w zakresie komunikacji radiowej – odtąd częstotliwościami dysponowało państwo. Z kolei 24 listopada 1923 r. wszedł w życie dekret regulujący status prawny rozgłośni prywatnych. Ich dotychczasowe licencje miały podlegać weryfikacji państwowej komisji. W przypadku pozytywnej rekomendacji komisji rozgłośnie mogły podpisać nowe umowy na nadawanie z Ministerstwem PTT, wnosząc określone opłaty koncesyjne. Umowa nie miała stałego charakteru i mogła być w każdej chwili odwołana. Dekret dopuszczał przyznawanie licencji nadawczych innego typu niż komercyjne, przeznaczone dla radioamatorów oraz dla towarzystw naukowych, prowadzących badania w zakresie radiokomunikacji (CHEVAL 1997). Do tej grupy zaliczono producentów sprzętu radiowego, którzy wnioski o koncesje uzasadniali potrzebą testowania produkowanych urządzeń radiowych. Opierając się na tej zasadzie, producenci radioodbiorników oraz wydawcy czasopism zakładali kolejne rozgłośnie prywatne w Paryżu, a także w regionach Francji. Dzięki tym rozwiązaniom 24 marca 1924 r. powstało kolejne radio prywatne, Le Poste du Petit Parisien, w skrócie zwane Le Petit Parisien, tak samo jak organ założycielski, francuski poczytny dziennik poranny. W późniejszym czasie radio znane było już jako Le Poste Parisien. Jego założyciel, dyrektor dziennika „Le Petit Parisien” Paul Dupuy uważał, że nowe medium – radio – oraz gazeta będą się uzupełniać i dzięki temu zyskają przewagę nad konkurencją (GRISET 1991, s. 53).

I rzeczywiście, radio – dzięki wykorzystaniu sieci korespondentów pracujących dla dziennika – mogło stworzyć pierwszy we Francji serwis informacji zagranicznych. Serwisy prowadzono w języku francuskim i angielskim przez dwujęzycznego spikera Douglasa Pollocka, a audycje odbierane były w całej Francji, częściowo w Hiszpanii, Szwajcarii, Wielkiej Brytanii, Norwegii, Estonii i we Włoszech, a także w Algierze i Casablance (DUVAL 1979, s.123). Dzięki zespołowi wyspecjalizowanych dziennikarzy w radiu mogły pojawić się audycje tematyczne, poświęcone: muzyce klasycznej, muzyce tanecznej, życiu kulturalnemu i artystycznemu, nauce, a także pierwsze wywiady radiowe czy publicystyka polityczna zawierająca m.in. analizę francuskiej dyplomacji. Jednocześnie nakłady na rozgłośnie nie były duże, więc radio nadawało programy jedynie wieczorami we wtorki, czwartki, soboty i niektóre niedziele.

Następne dwie paryskie rozgłośnie prywatne to Radio LL – należące do przedsiębiorcy i wynalazcy superheterodyny Luciena Lévy – które rozpoczęło emisję w marcu 1926 r., i Radio Vitus, założone 1 grudnia 1926 r. przez radioprisiębiorcę Fernanda Vitusa. Ostatnia z wymienionych rozgłośni zyskała sporą popularność dzięki emisji muzyki rozrywkowej, głównie kabaretowej, podczas gdy większość ówczesnych

stacji nadawała muzykę klasyczną. Mimo to po kilku latach Vitus zaczął mieć kłopoty finansowe, więc w 1930 r. sprzedał większościowe udziały właścicielowi spółki kinematograficznej Pathé Cinéma – Bernardowi Natanowi, a dwa lata później musiał opuścić swoje radio. 26 września 1934 r. w miejsce Radia Vitus rozpoczęło nadawanie radio Poste de l’Ile-de-France (zwane także Radio Ile-de-France), by podkreślić jego paryski charakter. Radio LL, także z powodu trudności finansowych Lévy’ego i jego fabryki zostało sprzedane 21 maja 1935 r. Marcelowi Blausteinowi, właścicielowi największej w tym czasie agencji reklamowej Publicis. Radio od 29 września 1935 r. rozpoczęło nadawanie pod nazwą Radio-Cité. W przeciwieństwie do poprzednika stało się nowatorskie w dziedzinie muzyki – emitowano w nim nowości fonograficzne, często jako premiery wykonawcze, ponadto rozwinięto sieć reporterów terenowych, a także wprowadzono zwyczaj przerywania audycji, aby nadać ważne komunikaty czy relacje na żywo z ważnych wydarzeń (GRISSET 1991, s. 57).

Ostatnią stacją prywatną założoną przed II wojną światową, 5 września 1937 r., było Radio 37 należące do tygodnika „Paris-Soir”, kierowanego przez Jeana Prouvosta. Pojawienie się nowej stacji było możliwe tylko dzięki manewrowi, który polegał na tym, że podupadające Radio Béziers (istniejące od końca kwietnia 1926 r.) zostało przejęte przez Prouvosta i przeniesione do Paryża pod nową nazwą. Czasopisma należące do grupy prasowej Prouvost, m.in. powstałe w tym samym roku czasopismo kobiece „Marie-Claire”, były źródłem informacji i tematów omawianych w audycjach radiowych, a zarazem zasobów kadrowych dla nowego radia, dzięki czemu radio dysponowało siecią korespondentów. Radio angażowało do swych programów znane ówczesnie gwiazdy estrady, emitowało sztuki teatralne i konkursy muzyczne (DUVAL 1979, s. 185 i n.; CHEVAL 1997).

Wcześniej, 28 grudnia 1926 r., przyjęto nowe prawo w sferze radio-dyfuzji, które utrudniło funkcjonowanie, a przede wszystkim zakładanie rozgłośni prywatnych (MÉADEL 1994). Dotychczas istniejące stacje mogły nadawać, przechodząc pod nadzór Ministerstwa PTT, jednak w nowych regulacjach przewidywano prawo wykupu stacji prywatnych przez państwo począwszy od 1933 r. Zgodnie z założeniami ustawy, w 1933 r. przedsiębiorstwo CFR zgodziło się na odsprzedanie państwu swojej głównej paryskiej radiostacji, w konsekwencji Radio-Paris zostało upaństwowione. Towarzystwo CFR, widząc nieuchronność przejścia przez państwo jego rozgłośni, aby pozostać na rynku radiowym, już wcześniej zaangażowało się w rozwój niewielkiego radia poza granicami Francji, a więc poza kontrolą państwa. Radio to ostatecznie 29 września 1930 r. otrzymało koncesję na nadawanie. Rozgłośnia ta przyjęła nazwę:

Radio Luxembourg. Wkrótce usłyszała o nim – dosłownie i w przenośni – cała Europa.

Przed II wojną światową we Francji uformował się system dualistyczny – z rozgłośniami będącymi własnością państwa, jak Paris-PTT, Radio Tour Eiffel i Radio-Paris, a także licznymi rozgłośniami regionalnymi – oraz z radiostacjami stanowiącymi własność kapitału prywatnego, m.in. Le Petit Parisien, Radio-Cité, Poste de l’Ile-de-France i Radio 37 w Paryżu oraz innymi w prowincjach.

2.3.3. Początki radiofonii w Wielkiej Brytanii

Początki brytyjskiej radiofonii są nierozzerwalnie związane z badaniami i odkryciami prowadzonymi przez brytyjskich naukowców: m.in. przez Michaela Faradaya, Williama Cooka i Charlesa Wheatstone’a, Jamesa Prescottta Joule’a, Davida Hughes’a, Jamesa Clerka Maxwella, Olivera Lodge’a, Olivera Heaviside’a, Johna A. Fleminga²⁵. Równie ważną postacią był wspominany już Marconi, który postanowił kontynuować eksperymenty poza rodzinnym krajem – Włochami²⁶ i dzięki wsparciu irlandzkiej rodziny ze strony matki²⁷ wyjechał do Wielkiej Brytanii w 1896 r. Dzięki rodzinnym koneksjom został przedstawiony ówczesnemu głównemu inżynierowi Generalnego Urzędu Pocztowego (General Post Office, późniejszy British Post Office), Williamowi H. Preece’owi²⁸, który, jako człowiek zasłużony dla rozwoju brytyjskiej telegrafii, następnie telefonii i sam zajmujący się badaniami nad indukcją elektromagnetyczną, był przychylnie nastawiony do pomysłów Marconiego, chociaż nie od razu wieszczył mu sukces (BRIGGS, BURKE 2010, s. 205). Ta znajomość dla Marconiego była wielce użyteczna, ponieważ to GPO – Poczta

²⁵ W Wielkiej Brytanii działało wielu innych badaczy, których wkładu w rozwój radiotelegrafii i radiokomunikacji nie sposób omówić na łamach niniejszej książki, jednak uczyniono to w innych monografiach (HOWETH 1963; NAHIN 2001; STERLING, red., 2004; SARKAR et al. 2006).

²⁶ Większość biografów Marconiego twierdzi, że wynalazca wyjechał z Włoch, ponieważ był rozczarowany brakiem zainteresowania falami radiowymi ze strony włoskiego rządu (por. BAKER 1971, s. 28), jednak odmiennego zdania jest Marc Raboy, który w niedawno wydanej biografii Marconiego zaprzeczył tej argumentacji, dowodząc, że ani Marconi przed wyjazdem do Anglii, ani nikt z jego rodziny nie przedstawiał rządowi Włoch eksperymentów z „telegrafem bez drutu” (RABOY 2016, s. 31–32).

²⁷ Anne Jameson, matka Guglielma, pochodziła ze słynnej i zamożnej irlandzkiej rodziny producentów whiskey „Jameson”. Dzięki jej wstawiennictwu młody Guglielmo mógł liczyć na wsparcie rodziny, która miała rozległe kontakty w Wielkiej Brytanii (BAKER 1971; GEDDES 1974; BIRCH 1992).

²⁸ https://www.gracesguide.co.uk/William_Henry_Preece [dostęp: 26.08.2017]; http://www.engineering-timelines.com/who/Preece_WH/preceWilliamHenry.asp [dostęp: 26.08.2017].

Brytyjska – była monopolistą w zakresie najpierw usług pocztowych, a następnie od 1868 r. na mocy *Telegraphy Act* (ustawa o telegrafach) także usług telegraficznych i kolejno od 1880 r. telefonicznych²⁹ (CRISELL 2002, s. 16). Marconi ponadto wszedł w kontakty z przedstawicielami Ministerstwa Wojny (War Office). Młody wynalazca zademonstrował im działanie swojego niedawno opatentowanego koherera, czym wzbudził entuzjazm obserwatorów. Dzięki kolejnym udanym prezentacjom zyskał uznanie wśród reprezentantów Departamentu Telegrafii Pocztowej, Marynarki Wojennej i brytyjskiej armii, a także brytyjskiej prasy (BAKER 1971, s. 29; GEDDES 1974, s. 7). Wśród tych osób był kapitan Henry Jackson³⁰, późniejszy admirał Brytyjskiej Królewskiej Marynarki Wojennej, który rok wcześniej sam rozpoczął próby radiotelegraficzne i jeszcze w 1896 r. udało mu się uzyskać połączenie pomiędzy dwoma okrętami (BAKER 1971, s. 29). Podobieństwo eksperymentów zbliżyło do siebie Marconiego i kapitana Jacksona, co zaowocowało późniejszą współpracą. Preece, chcąc poszerzyć zakres usług pocztowych i komunikacyjnych o telegrafię bezprzewodową, aranżował kolejne prezentacje „telegrafu bez drutu” przed wpływowymi Brytyjczykami, którzy w konsekwencji byliby chętni do finansowania następnych badań i eksperymentów. Marconi znalazł jednak inne rozwiązanie i w 1897 r. wraz z ustosunkowanym i zamożnym kuzynem Henrym Jamesonem-Davisem założył własną spółkę znaną jako Marconi Company. Jameson-Davis został jej głównym udziałowcem i pierwszym dyrektorem zarządzającym (BAKER 1971, s. 35; GEDDES 1974, s. 9). Dzięki powołaniu firmy Marconi zyskał kapitał, który mógł wykorzystać na kolejne, zakończone sukcesem eksperymenty, m.in. opisane już: 1898 r. – transmisja ze statku „East Goodwin” na wybrzeże niedaleko Dover, użycie radiostacji na wyspie Wight przez królową Wiktorię do połączenia z księciem Edwardem; 1899 r. – nawiązanie połączenia pomiędzy Dover a Wimereux, wysłanie przez kanał La Manche telegramu z życzeniami do Branly’ego, transmisja Regat o Puchar Ameryki; 1901 r. – pierwsza transmisja przez

²⁹ Pierwotnie usługi telegraficzne w Wielkiej Brytanii rozwijały się jako działalność prywatnych przedsiębiorców, podczas gdy usługi pocztowe były upaństwowione od 1660 r., kiedy to król Karol II zezwolił na wykorzystanie placówek poczty królewskiej do wysyłania korespondencji prywatnej. Ponieważ uznano, że telegrafia posiada ten sam charakter co poczta – czyli dostarcza wiadomości od nadawcy do odbiorcy – to w takim samym stopniu powinna zostać objęta kontrolą państwa. Od powstania telegrafii kontrola ta polegała na wydawaniu licencji na usługi telegraficzne, jednak *Telegraphy Act* z 1868 r. zezwalał na upaństwowienie wszystkich przedsiębiorstw telegraficznych, które dokonało się w tym samym roku. W ten sam sposób potraktowano telefon i decyzją z 1880 r. Poczta Brytyjska przejęła pod nadzór wszystkie linie i centrale telefoniczne, wydając licencje na ich obsługę (BRIGGS, BURKE 2010).

³⁰ https://www.gracesguide.co.uk/Henry_Bradwardine_Jackson [dostęp: 26.08.2017].

Ocean Atlantycki z Poldhu do St. John's w Nowej Funlandii. Marconi Company rozrastała się i rozszerzała działalność o kolejne wynalazki, patenty oraz stacje nadawcze, zdobywając dominującą pozycję na rynku brytyjskim, a także mocną pozycję na innych rynkach europejskich oraz w USA. Tymczasem rozwijająca się i obiecująca telegrafia bezprzewodowa stała się przedmiotem zainteresowania brytyjskiego rządu, który w 1904 r. przyjmując ustawę *Wireless Telegraphy Act* (ustawę o telegrafii bezprzewodowej), ustanowił nad nią kontrolę za pośrednictwem Poczty Brytyjskiej. Od tej pory wszelka aktywność na polu radiofonii podlegała licencjonowaniu: budowa stacji nadawczo-odbiorczych, instalacja anten radiowych, przesyłanie wiadomości, a co więcej – nawet posiadanie radiowej aparatury nadawczej czy radioodbiorników (BRIGGS 1995a, s. 87). Rząd Wielkiej Brytanii chciał uregulować rynek, aby po pierwsze, zapewnić pierwszeństwo w dostępie do fal eteru armii i Poczcie Brytyjskiej, po drugie, uniknąć interferencji fal radiowych, po trzecie, zagwarantować bezpieczeństwo korespondencji³¹, po czwarte wreszcie, czerpać dochody z licencji (BRIGGS 1995a; CRISELL 2002). O zakresie udzielanej licencji każdorazowo decydował Postmaster General (naczelnik generalny Poczty Brytyjskiej), a zatem o okresie ważności licencji, o warunkach, na jakich jest udzielana, oraz o jej przedmiotowych i podmiotowych ograniczeniach.

W 1908 r. Marconi Company uruchomiła drugą komercyjną sieć transatlantycką, jednak jej budowa, trwająca dwa lata, przyczyniła się do spadku kondycji finansowej firmy (BAKER 1971, s. 123). Kryzys finansowy rozpoczął się już wcześniej, gdy Lee de Forest w USA w 1906 r. skonstruował triodę (audion) i złożył wniosek o patent. Marconi wiedział, że ten wynalazek w istotny sposób przyczyni się do osłabienia konkurencyjności jego usług, więc uruchomił kosztownych prawników, aby postarali się opatentować triodę na rzecz British Marconi Company³² (BAKER 1971, s. 121). Na skutek kryzysu przedsiębiorstwo uległo reorga-

³¹ Poczta Brytyjska, ale też większość wynalazców, polityków i producentów urządzeń radiowych, początkowo traktowała radio jako ulepszoną wersję telegrafu czy telefonu bezprzewodowego (zob. rozdz. II), czyli systemu dostarczania wiadomości od jednego nadawcy do jednego odbiorcy; transmisja tego typu obejmowała nadanie i odbiór; z trudnością akceptowano fakt, że radio działa na zasadzie rozsiewczej (*broadcasting*) od nadawcy do wielu niesprecyzowanych, niezidentyfikowanych i przypadkowych odbiorców (BRIGGS 1995a, s. 87).

³² Zabiegi te przyniosły pozytywny skutek i Marconi Company uzyskała patent na triodę głównie dlatego, że jeden z naukowców firmy, kapitan Henry Joseph Round, skonstruował urządzenie podobnego typu, co stanowiło argument dla urzędu patentowego. Uznanie wniosku Marconiego wywołało spór o patent z Lee de Forestem (podobnie jak w tym samym czasie z Nikolą Teslą), który ostatecznie zakończył się w 1942 r. (jak w przypadku Tesli) po śmierci wynalazcy – wyrokiem Sądu Najwyższego USA,

nizacji i Marconi, oprócz dotychczasowej funkcji dyrektora technicznego objął funkcję kolejnego dyrektora zarządzającego (BAKER 1971, s. 125). Druga sieć transatlantycka cieszyła się popularnością użytkowników i dawała nadzieję na poprawienie sytuacji finansowej firmy, chociaż wymagała udoskonaleń i dalszych inwestycji, zwłaszcza w Ameryce Północnej. Przedsięwzięcie się udało i liczba radiowych stacji nadawczo-odbiorczych Marconi Company wzrosła w 1909 r. do ponad 500, dzięki czemu zasięg sygnału radiowego obejmował prawie cały świat.

Marconi zdając sobie sprawę ze strategicznego znaczenia powstałego systemu radiowego, zaproponował brytyjskiemu rządowi stworzenie sieci o nazwie Imperial Wireless Scheme, która zapewniłaby bezpieczeństwo komunikacyjne całemu imperium, zwłaszcza flocie, wraz z jednoczesnym obniżeniem o połowę dotychczasowych kosztów przesyłania informacji dostarczanych za pomocą telegrafów. Warunkiem zbudowania tej globalnej siatki komunikacyjnej było założenie jeszcze 18 stacji wysokiej mocy, w których finansowaniu miałyby wziąć udział Poczta Brytyjska. Strona rządowa nie od razu przychyliła się do tej propozycji, obawiając się stworzenia radiowego monopolu Marconi Company, lecz na realizację projektu namawiali dowódcy wojskowi, doceniający możliwości radia. Ostatecznie, po dwóch latach negocjacji, 7 marca 1912 r. rząd wydał oświadczenie o woli utworzenia Imperial Wireless Scheme, zgadzając się na początek na zbudowanie 6 radiostacji, które należałyby do skarbu państwa, a 9 lipca podpisano w tej sprawie formalne porozumienie (DUNLAP 1937, s. 206). Decyzja rządu wywołała oburzenie i protesty ze strony opozycji (torysi) oraz podejrzenia o korupcję wśród członków rządu, ponieważ tuż przed ogłoszeniem decyzji o stworzeniu sieci cena akcji spółki Marconi Company poszybowała w górę (BAKER 1971, s. 143; DUNLAP 1937, s. 205). Prasa rozpisywała się o „skandalu Marconiego”, a w Izbie Gmin śledztwo rozpoczęła komisja specjalna³³ (BAKER 1971, s. 144; DUNLAP 1937, s. 204), co spowodowało ze strony rządu odroczenie realizacji projektu Imperial Wireless Scheme na kolejne kilka lat, mimo że Marconi Company podjęła się już stosownych inwestycji i zakładała kolejne stacje nadawcze, przede wszystkim w pełni rozwinęła system radiotelegrafii w Nowym Jorku, łącząc go z Filadelfią.

orzekającym, że jedynym właścicielem patentu na audion (triadę) jest de Forest (BRIGGS, BURKE 2010, s. 207).

³³ Komisja po rocznym dochodzeniu, 28 maja 1913 r., wydała orzeczenie, że nie znaleziono żadnych dowodów na korupcję w rządzie i nielegalne powiązania z Marconi Company (DUNLAP 1937, s. 211; BAKER 1971, s. 146) i oczyściła Marconiego z wszelkich podejrzeń. Aby nieco odsunąć od siebie niezdrowe zainteresowanie prasy, Marconi wyjechał do Włoch prowadzić testy radiowe na zlecenie włoskiej marynarki wojennej.

W tym samym czasie Marconi Company wdała się w wojnę gospodarczą i patentową z niemieckim Telefunkenem, najgroźniejszym konkurentem w ówczesnej Europie. Batalia sądowa zakończyła się w 1914 r. przyznaniem się Telefunkena do nadużycia patentu Marconi Company, ale jednocześnie doszło między rywalami do ugody, na mocy której zobowiązali się do współpracy w wymiarze technicznym i patentowym oraz określili biznesowe strefy wpływów, których zobowiązali się nie naruszać. Ta ugoda była korzystna obopólnie, ponieważ jeszcze w kwietniu 1913 r. naukowiec pracujący dla Telefunkena – Alexander Meissner – użył udoskonalonej przez siebie triody jako generatora fal elektromagnetycznych (SARKAR et al. 2006, s. 105) i dokonał transmisji głosu z Berlina na odległość 37 km za pomocą telefonu bezprzewodowego. Marconi otrzymał przyzwolenie na wykorzystanie patentu Meissnera i kontynuowanie prób emisji głosowych. Poza tym inżynierowie z Marconi Company: Charles S. Franklin i Henry J. Round³⁴ pracowali już nad podobnymi urządzeniami, prowadząc testy nadawania dźwięku pomiędzy okrętami włoskiej marynarki wojennej, pływającymi niedaleko Sycylii. Próby były obiecujące; udało im się przesłać głos na odległość 70 km. Podczas gdy Marconi Company zacieśniała współpracę z Telefunkenem, a inżynierowie brytyjskiej firmy odwiedzali niemieckie zakłady radiowe i najsilniejszą wówczas stację nadawczą na świecie usytuowaną w Nauen, 28 lipca 1914 r. doszło do zamachu na arcyksięcia Franciszka Ferdynanda w Sarajewie i nastąpił kryzys międzynarodowy, doprowadzający do wybuchu I wojny światowej. Niemcy i Wielka Brytania znalazły się w stanie wojny, a obie firmy przeszły pod kontrolę swoich państw i na ich usługi – o dalszej współpracy nie mogło być mowy.

1 sierpnia 1914 r. na wodach terytorialnych Wielkiej Brytanii wprowadzono zakaz użycia wszelkich środków łączności (telegrafii i radia) na okrętach innych niż brytyjskie, a 3 sierpnia również na statkach handlowych; zamknięte zostały także eksperymentalne stacje nadawcze. Departament Wojny, za pośrednictwem Poczty Brytyjskiej, przejął kontrolę nad komercyjnymi stacjami nadawczo-odbiorczymi w Imperium Brytyjskim, co w rzeczywistości oznaczało, że Marconi Company, jako *de facto* monopolista, obsługiwała wszelkie militarno-polityczne połączenia radiowe. Rosło zapotrzebowanie na radiooperatorów, których rekrutowano spośród wcześniej działających pionierów radia. Pasjonaci

³⁴ Inżynierowie Marconi Company opatentowali, każdy z osobna, własne wersje lampy próżniowej, które służyły jako generatory drgań prądu ciągłego: C.S. Franklin w czerwcu 1913 r., a H.J. Round w maju 1914 r. Niezależnie od badaczy europejskich nad urządzeniem podobnego typu pracował amerykański inżynier Edwin Howard Armstrong, który opatentował generator prądu ciągłego w październiku 1913 r.

radia jeszcze przed wojną często przechodzili kursy w Marconi Company, stanowili więc grupę dobrze wyszkolonych specjalistów. Natychmiast po rozpoczęciu wojny przedsiębiorstwo intensywnie szkoliło kolejnych operatorów na zlecenie armii. Działania wojenne sprzyjały rozwojowi radiokomunikacji; Marconi dzięki wsparciu armii doskonalili urządzenia, prowadził dalsze badania m.in. nad komunikacją lotniczą, radarem czy falami krótkimi, aby uzyskać przewagę nad wrogiem.

Po zakończeniu I wojny światowej rząd brytyjski, pod naciskiem armii, próbował blokować częstotliwości radiowe, argumentując swoje działania troską o bezpieczeństwo informacyjne. Jednak brytyjscy pasjonaci radia, reprezentowani przez Wireless Society of London³⁵, coraz bardziej domagali się możliwości testowania swoich odbiorników, często zbudowanych samodzielnie. Jednocześnie producenci sprzętu radiowego we wzrastającej aktywności radioamatorów dostrzegli szansę na zwiększenie sprzedaży fabrycznie wytwarzanych radioodbiorników. Obie strony naciskały, aby Post Office wznowiło wydawanie licencji radiowych (BRIGGS 1995a; CRISELL 2002). Problem scedowano na Imperial Communications Committee – ICC (rządowy Komitet Komunikacji Imperialnej), utworzony w 1904 r., stanowiący odgałęzienie Committee of Imperial Defence (Komitetu Obrony Imperialnej), w którego strukturę wchodził Wireless Sub-Committee (Podkomitet do spraw Komunikacji Bezprzewodowej). Ostatecznie na początku 1920 r. amatorom i producentom radiotelegraficznym zaczęto wydawać licencje, ale jedynie na próbne transmisje jako formę testowania sprzętu radiowego. Tego typu ogólną licencję „na prowadzenie transmisji eksperymentalnej telefonii” (BRIGGS 1995a, s. 45) w czerwcu 1920 r. otrzymała Marconi Company dla radiostacji w Chelmsford³⁶. W licencji zaznaczono jednak, że na wszelkie próby emisyjne wymagana jest każdorazowo odrębna zgoda. Brytyjska Poczta, wydająca licencje, zależna od organów zewnętrznych, takich jak Imperial Communications Committee, Wireless Telegraph Board (Rada Telegrafii Bezprzewodowej) czy przedstawicieli British Army, chciała zagwarantować sobie wpływ na kierunki rozwoju telegrafii bezprzewodowej, zwłaszcza w wymiarze komunikacji komercyjnej i militar-

³⁵ https://www.gracesguide.co.uk/Radio_Society_of_Great_Britain [dostęp: 28.08.2017].

³⁶ W stacji w Chelmsford prowadzono testy już od stycznia 1920 r., a jako formę testowania sygnału wprowadzono recitale muzyczne wykonywane przez bardziej utalentowanych pracowników radiostacji. Do nieformalnej grupy testerów włączono instrumentalistów: pianistę, oboistę i kornecistę, oraz wokalistów: tenora i sopranistkę. O zabiegu tym zdecydowało znużenie dotychczasowym zwyczajem czytania nazw stacji kolejowych podczas testów. Ta nowa forma została przyjęta pozytywnie przez operatorów radiowych na statkach czy w odległych stacjach nadawczych, czego potwierdzeniem było nadesłanie do Marconi Company 214 raportów technicznych zawierających słowa uznania (BAKER 1971, s. 185).

nej. Udzielona Marconiemu licencja umożliwiła jemu i jego współpracownikom dalsze testowanie telefonii bezprzewodowej, zapoczątkowane podczas I wojny światowej. Zaowocowało to m.in. wyemitowaniem na żywo 15 czerwca 1920 r. recytalu słynnej australijskiej śpiewaczki operowej Nellie Melby.

Marconi dokonywał kolejnych transmisji ze stacji w Chelmsford, która pełniła funkcję głównej stacji eksperymentalnej Marconi Company. W lipcu i sierpniu transmitowano krótkie newsy, skierowane do redakcji prasowych w Kanadzie, Irlandii, Norwegii, Danii i Szwecji, ale także nagrania gramofonowe, które mogli odbierać również przypadkowi słuchacze radia. Zaniepokojeni dowódcy brytyjskiej armii w listopadzie wystąpili do General Post Office o zakaz nadawania dla radiostacji Marconiego z powodu zakłócania częstotliwości wojskowych³⁷. Stacja w Chelmsford została zablokowana, a Post Office regularnie odrzucał wnioski Marconi Company o ponowną licencję. Zakaz emisji dotyczył pozostałych radioamatorów i producentów, o ile zamierzali nadawać czy też odbierać muzykę lub słowa. Użytkownicy standardowej radiotelegrafii wykorzystującej alfabet Morse'a otrzymywali czasowe zgody na transmisje. Do maja 1921 r. Post Office wydał 150 licencji na nadajniki i 4 tys. licencji na odbiór fal radiowych (BRIGGS 1995a, s. 49).

To nie wystarczyło radioamatorom oraz hobbystom-słuchaczom, zorganizowanym w ramach 63 stowarzyszeń, zrzeszających ponad 3 tys. członków (pod przewodnictwem Wireless Society of London), którzy zebrali się w marcu 1921 r., aby ustalić wspólne kierunki działania. Członkom stowarzyszeń radiowych zależało na transmisjach z nadajnika w Chelmsford, ponieważ doceniali słowno-muzyczne eksperymenty Marconiego, które pozwalały na testowanie aparatury nadawczo-odbiorczej. Mieli świadomość, że podejmowane przez niego wysiłki odzyskania licencji skazane są na niepowodzenie, więc zdecydowali się wesprzeć go w batalii z Post Office i wystąpili z wnioskiem do regulatora o reaktywację nadajnika Marconi Company. Stowarzyszenia amatorów złożyły petycję 29 grudnia 1921 r., domagając się – w imię swobody badań naukowych – przywrócenia stacji w Chelmsford licencji uwzględniających możliwość transmisji głosu i muzyki. GPO ugięło się pod narastającymi

³⁷ Zarzucano Marconiemu, że emitując muzykę, wykorzystuje radiotelegrafię na nieistotne zabawy, które powodują zakłócenia sygnału radiowego, stosowanego do poważnych militarnych zadań. Skarżono się m.in., że audycja z udziałem śpiewaczki Nellie Melby spowodowała problemy nawigacyjne pilota podczas lotu nad kanałem La Manche. Pilot bowiem, zamiast usłyszeć w radiu komunikat pogodowy i parametry lądowania, słyszał śpiew gwiazdy operowej (BRIGGS 1995a, s. 45). Rozrywkowe zastosowanie radia nie mieściło się jeszcze w głowach angielskich urzędników i wojskowych, podczas gdy w USA David Sarnoff już w 1916 r. sformułował słynny postulat „radia jako pożytki”, a już od 1920 r. działało tam rozrywkowe Radio KDKA Franka Conrada.

naciskami z ich strony – tym bardziej, że stowarzyszenia reprezentowali znamienici naukowcy i inżynierowie, m.in. prezes Wireless Society of London dr James Robert Erskine-Murray³⁸ – i w styczniu 1922 r. przywróciło możliwość nadawania komunikacji głosowej pomiędzy nadawcą a konkretnym odbiorcą (*point-to-point*) przez 30 min. tygodniowo z wykorzystaniem nadajników o mocy nie wyższej niż 10 W; w innym przypadku konieczne byłoby uzyskanie specjalnego zezwolenia. Marconi Company 13 stycznia otrzymało powiadomienie, że będzie mogło w ramach dotychczasowej licencji zbudować nowy maszt w Chelmsford i nadawać 15-minutowy program telefonii bezprzewodowej zawierający mowę i muzykę. W ostatecznie przyznanej licencji całkowity czas transmisji wydłużono do pół godziny tygodniowo, ale ponadto zapisano w niej wiele restrykcji: moc nadajnika nie mogła przekraczać 250 W, stacja musiała wyłączać sygnał nadawczy przez 3 min. przypadające na każde 10 min. emisji, aby słyszeć ewentualne komunikaty służb publicznych, dotyczące interferencji fal radiowych i nakazu całkowitego zaprzestania emisji na czas wyznaczony przez armię (BAKER 1971, s. 188).

Marconi Company wspomniany maszt postawiło nie we wskazanym w licencji miejscu, lecz we Writtle, nieopodal radiostacji w Chelmsford, przy działającym tam Departamencie Lotnictwa firmy, prowadzącym testy łączności lotniczej. Kierownictwo w Departamencie Lotnictwa sprawował Peter Pendleton (P.P.) Eckersley³⁹, któremu powierzono wzniesienie anteny i zaaranżowanie studia. Nowa stacja nadawcza funkcjonowała pod nazwą wywoławczą 2MT⁴⁰. Eckersley otrzymał zadanie przygotowywania półgodzinnych transmisji słowno-muzycznych, które

³⁸ Doktor James Robert Erskine-Murray, profesor fizyki i inżynierii elektrycznej, był jednym z pierwszych współpracowników Marconiego, zatrudnionym w Marconi Company od 1898 r., później poświęcił się działalności badawczej. Podczas I wojny światowej był porucznikiem dowodzącym w Królewskich Siłach Powietrznych, odpowiedzialnym za łączność radiową lotnictwa, pełnił tę funkcję aż do maja 1922 r. Jego wstawiennictwa w sprawie Marconi Company urzędnicy Brytyjskiej Poczty nie mogli zlekceważyć – www.gracesguide.co.uk/James_Robert_Erskine-Murray [dostęp: 6.09.2017].

³⁹ Peter Pendleton (P.P.) Eckersley (1892–1963) – inżynier elektryki, który po studiach ukończonych podczas I wojny światowej (1915 r.) rozpoczął służbę jako oficer łączności radiowej w randze kapitana w Royal Flying Corps (Królewskim Korpusie Lotniczym). Od 1919 r. zatrudniony w Marconi Company, w 1921 r. awansował na kierownika Działu Projektów, a od 14 lutego 1922 r. został spikerem studia pierwszego regularnego programu radiowego 2MT. W 1923 r. przeszedł do Radia BBC na stanowisko głównego inżyniera, pomagał rozwijać komunikację imperialną. W 1929 r. z powodów osobistych zmuszony do rezygnacji z zatrudnienia w BBC. Zmarł 8 marca 1963 r. – https://www.gracesguide.co.uk/Peter_Pendleton_Eckersley [dostęp: 6.09.2017].

⁴⁰ Nazwa wywoławcza wymawiana zgodnie z zasadami angielskiej fonetyki (2-MT – „tu-em-ti”), bądź z zasadami slangu telegrafistów „Two-Emma-Tock” (BAKER 1971, s. 189).

zaplanowano na czwartkowe wieczory od 20.00 do 20.30. Pierwszą w pełni rozrywkową audycję w Wielkiej Brytanii nadano 14 lutego 1922 r. i był to program z okazji Dnia Św. Walentego. Okazało się, że Eckersley jest uzdolnionym nie tylko elektrotechnikiem, ale także spikerem. Często samodzielnie prowadził kolejne czwartkowe audycje, w których pełnił funkcję konferansjera, aktora, a nawet śpiewaka, dysponował bowiem głosem o skali tenora i wykonywał na antenie arie operowe. Zwykle podczas audycji muzyka odtwarzana była z gramofonu. Jednak słuchaczom bardziej podobały się solowe arie Eckersleya, czemu dawali wyraz w licznej korespondencji napływającej do studia po każdej emisji. Eckersley niekiedy improwizował pieśni w stylu operowym, na oczekaniu układając słowa i akompaniując sobie na pianinie, które przywieziono do Writtle (BAKER 1971, s. 189). Niekiedy zapraszano do studia zawodowych śpiewaków, którzy po jednej próbie wykonywali wybrane utwory, a na koniec opłacani byli honorarium w wysokości 1 funta (BRIGGS 1995a, s. 66). Na antenie 2MT stworzono także nowe formy radiowe: m.in. pierwszy w Anglii teatr radiowy – sztukę *Cyrano de Bergerac* – oraz audycję dla dzieci, która w późniejszym czasie ewoluowała w cykl *Children's Hour* w Radiu BBC (BRIGGS 1995a; BAKER 1971). Program 2MT istniał blisko rok, był nadawany jeszcze po utworzeniu BBC, a ostatnia emisja odbyła się 17 stycznia 1923 r.

Writtle nie było jedyną radiostacją należącą do Marconi Company, jakiej zezwolono na nadawanie. Jeszcze w styczniu 1922 r. GPO udzieliło Marconiemu licencji na zbudowanie radiostacji w głównej siedzibie firmy, noszącej nazwę Marconi House, znajdującej się przy ulicy Strand w Londynie. Zezwolenie umożliwiło realizowanie codziennych, godzinnych transmisji za pomocą nadajnika o mocy do 100 W, w wyznaczonych porach dnia: albo pomiędzy godz. 11.00 a 12.00 albo pomiędzy 14.00 a 16.00 godz. Transmisje mogły zawierać mowę, ale nie muzykę. Ograniczenie to zniesiono niedługo po nadaniu licencji, ponadto pozwolono na zwiększenie mocy nadajnika do 1,5 kW. Studio ulokowano na najwyższym piętrze Marconi House, w kameralnej i wciąż czynnej sali kinowej, a transmiter – na dachu powyżej (BAKER 1971, s. 191).

W tamtym okresie Brytyjska Poczta w Londynie miała oznaczenie telegraficzne 1LO, w efekcie nazwę wywoławczą londyńskiej radiostacji ustalono jako 2LO. Transmisje miały charakter eksperymentalnych pokazów z udziałem zapraszanych gości lub instytucji: przedstawiciele stowarzyszeń radioamatorów czy pracowników szpitali, ale odbywały się również w formie prywatnych przyjęć. Na każdą emisję wymagane było odrębne zezwolenie. Pierwsza z nich odbyła się 11 maja 1922 r. i od razu stała się przełomowa, ponieważ w jej trakcie nadano na

żywo relację sportową z bokserskich Mistrzostw Świata Wagi Półciężkiej w Londynie, w których o tytuł mistrza starli się Ted „Kid” Lewis i George Carpentier. Głównym spikerem studia został Arthur R. Burrows – dziennikarz, a zarazem entuzjasta radia, pracujący w Marconi Company. Jego styl był dużo spokojniejszy i bardziej rzeczowy niż Eckersleya ze stacji we Writtle, z czego nierzadko żartowano na antenie Radia 2MT (BAKER 1971, s. 192). Wyraz temu dawali także słuchacze, wysyłając do Burrowsa pocztówki z prośbami, aby nie nadawał swego programu podczas czwartkowych emisji Eckersleya. Zachowawczy styl Burrowsa był efektem obaw jego i jego zwierzchników o cofnięcie licencji dla 2LO w sytuacji, gdyby ktokolwiek poczuł się urażony komentarzami wypowiedzianymi w audycji. Wciąż bowiem pamiętano, z jaką łatwością Brytyjska Poczta cofnęła zgodę na nadawanie stacji we Writtle, ponadto dwukrotnie pojawiły się zastrzeżenia płynące od słuchaczy, że w programach 2LO poruszane są sporne tematy. W pierwszym przypadku w „Daily Herald” ukazały się oskarżenia, że radio jest wykorzystywane w celach politycznych, ponieważ komentarze Burrowsa rzekomo faworyzują kandydatów Municipal Reform Party (Miejskiej Partii Reform) startującej w wyborach do Rady Hrabstwa Londyn w 1922 r. W drugiej skardze, nadesłanej listownie do stacji, pojawił się zarzut, że na antenie prezentowano fragmenty z magazynu „The Times”, jednostronnie omawiające sytuację polityczną w Egipcie i w Irlandii (BRIGGS 1995a, s. 69). Jak współcześnie podkreśla badacz brytyjskiej radiofonii – Asa Briggs – obawy te były przejawem autocenzury, a nie rzeczywistych nacisków ze strony Post Office. Już wówczas zaczęto sobie stawiać pytania o odpowiedzialność radia, w wyniku których postanowiono „zastąpić figlarność 2MT powagą 2LO” (BRIGGS 1995a, s. 69), zwłaszcza że uświadomiano sobie, iż wraz ze zwiększeniem mocy nadajników do 1,5 kW wzrósł zasięg radia, obejmując prawie całą Wielką Brytanię. W momencie powstania BBC, jesienią 1922 r., licencję na odbiór stacji 2LO posiadało 30 tys. radioamatorów, a całkowitą publikę szacowano na ok. 50 tys. pasjonatów, słuchających audycji bez licencji lub poza Wielką Brytanią, m.in. na Szetlandach (BRIGGS 1995a, s. 70).

Rozgłośnia 2LO miała znaczący udział w kształtowaniu się sztuki radiowej u zarania brytyjskiej radiofonii – zaczynając od komentarza na żywo do walki Carpentier – Lewis nadanej 11 maja, w pierwszym dniu uruchomienia stacji – przez kolejne: 20 czerwca w studiu wystąpił zwycięzca wcześniej relacjonowanej walki bokserskiej George Carpentier, który przemówił w imieniu Legionu Brytyjskiego⁴¹, 7 i 8 wrześ-

⁴¹ Brytyjska organizacja charytatywna wspierająca członków służby wojskowej (czynnych i tych w stanie spoczynku oraz ich rodziny), a także weteranów wojennych. The Royal British Legion – <https://www.britishlegion.org.uk> [dostęp: 12.09.2017].

nia nadano relację z wyścigów lotniczych o Puchar Króla, również we wrześniu odbyło się pierwsze czytanie – zamieszczanych w odcinkach w “Daily News” – opowiadań pt. *Little Tales*, a lektorem był sam ich autor Pett Ridge, z kolei 7 października wyemitowano przemówienie księcia Walii do chłopięcych zastępów Skautów Wielkiej Brytanii, poprzedzające doroczny Scout Rally (Zlot Skautów) przy Alexandra Palace. Początkowo w audycjach nadawano muzykę graną z gramofonów, ale już od 24 czerwca muzykę wykonywał na żywo w studiu zespół kameralny (BAKER 1971; BRIGGS 1995a).

Dobry start radiostacji 2LO motywował innych brytyjskich producentów sprzętu radiowego do składania indywidualnych wniosków o licencje nadawczo-odbiorcze z możliwością transmisji głosu i muzyki; do Post Office wpłynęły 23 aplikacje tego typu (BAKER 1971, s. 192), co wywołało obawy dyrektora generalnego o chaos w eterze – wzajemne zakłócenia częstotliwości, zagłuszanie sygnałów, które mogłyby negatywnie wpłynąć na komunikację strategiczną m.in. poczty, wojska czy policji. W związku z tymi obawami urząd udzielał licencji jedynie czasowych, o ograniczonym zasięgu. Zgodę na eksperymentalne nadawanie otrzymały m.in. przedsiębiorstwa Western Electric, które założyło stacje o nazwie 2WP w Londynie oraz 51T w Birmingham, z kolei Metropolitan Vickers rozpoczął nadawanie z Manchesteru jako 2ZY (CRISELL 2002, s. 18). Aby uniknąć interferencji oraz celowego zagłuszania konkurencyjnych nadawców, jak to miało miejsce w Stanach Zjednoczonych⁴², poczmistrz generalny 18 maja zaproponował nietypowe rozwiązanie – zamiast konkurencji – współpracę. Jego koncepcja polegała na tym, że zainteresowane podmioty mogłyby zawiązać konsorcjum i wspólnie utworzyć instytucję nadawczą, jedną dla całego kraju (BAKER 1971).

Utworzono komitet założycielski skupiający 7 podmiotów – 6 największych przedsiębiorstw radiotelegraficznych oraz przedstawiciela Poczty Brytyjskiej, Sir Williama Noble’a, który został przewodniczącym

⁴² W Wielkiej Brytanii zdawano sobie sprawę z sytuacji na rynku amerykańskiej radiofonii, gdzie nieograniczone do 1912 r. żadnymi regulacjami rozgłośnie zakłócały nawzajem swoje sygnały radiowe, wówczas najczęściej przez przypadek, w późniejszym czasie – po wejściu w życie ustawy radiowej – aby osłabić pozycję rywala albo by nadawać bez licencji, jako rozgłośnie pirackie. Przedstawiciele Post Office, Marconi Company, którego amerykańska filia była jedną z najważniejszych na tamtejszym rynku, oraz innych brytyjskich firm radiotelegraficznych uważnie obserwowali wydarzenia za Oceanem Atlantyckim. Dodatkowym ograniczeniem w swobodnym przydzielaniu koncesji była niewielka liczba częstotliwości, przyznanych Wielkiej Brytanii przez międzynarodową konwencję radiotelegraficzną, których Brytyjska Poczta nie chciała oddać kilku prywatnym nadawcom, tworząc tym samym na długie lata oligopol (CRISELL 2002).

komitetu. 18 października 1922 r. odbyło się spotkanie z 12 przedsiębiorcami radiotelegraficznymi, którym przedstawiono schemat działania konsorcjum radiowego British Broadcasting Company Ltd. Przynależność do konsorcjum miała mieć charakter otwarty, jednak głównymi jego udziałowcami zostało 6 brytyjskich producentów z komitetu założycielskiego, czyli Marconi's Wireless Telegraph Company, Metropolitan Vickers Electrical Company, Radio Communication Company, British Thomson-Houston Company, General Electric Company i Western Electric Company. Kapitał założycielski wynosił 100 tys. funtów w akcjach o wartości 1 funta; wszyscy przedsiębiorcy chcący włączyć się do konsorcjum musieli złożyć depozyt w wysokości 50 funtów i wykupić jeden bądź więcej udziałów w spółce (BAKER 1971, s. 193). Roczna dywidenda miała wynosić 7,5%, a wszystkie wpływy przekraczające należne dywidendy miały być przeznaczane na rozwój programu lub na zmniejszenie kosztów licencji odbiorczych pobieranych od słuchaczy. Wpływy miały pochodzić z dwóch źródeł: po pierwsze, z opłat wnoszonych przez przedsiębiorców w wysokości 10% ceny sprzedawanych odbiorników oraz niektórych akcesoriów radiowych, w zamian Poczta Brytyjska zobowiązała się wprowadzić na terenie Wielkiej Brytanii dwuletni zakaz sprzedaży zagranicznych odbiorników bądź sprzętu radiowego niezatwierdzonego przez Poczta Brytyjską; po drugie, z opłat za licencje na odbiorniki radiowe pobieranych od słuchaczy – należność wynosiła 10 szylingów.

14 listopada 1922 r. wieczorna audycja z londyńskiego studia Marconiego 2LO została wyemitowana po raz pierwszy pod szyldem BBC. Kompania radiowa British Broadcasting Company została oficjalnie zarejestrowana 15 grudnia 1922 r., a licencję na nadawanie otrzymała w styczniu 1923 r. Programy radia nadawane były ze studia 2LO, następnego dnia zaś retransmitowane z nadajnika 51T w Birmingham oraz 2ZY z Manchesteru, które 15 listopada przeszły pod egidę BBC. Podobnie postąpiły inne eksperymentalne stacje: 5WO w Newcastle od 24 grudnia 1922 r., 5WA w Cardiff od 13 lutego 1923 r., 5SC z Glasgow od 6 marca, 2BD z Aberdeen od 10 października, 6BM z Bournemouth od 17 października, 6SL z Sheffield od 12 listopada (BAKER 2002, s. 193). Ponieważ – jak wspomniano – w pierwszych miesiącach działalności BBC program nadawano ze studia 2LO, cała jego dotychczasowa ekipa – techniczna i programowa – przeszła pod skrzydła BBC. Pierwszym prowadzącym codzienne audycje został Arthur R. Burrows, pełniący jednocześnie funkcję dyrektora programowego. Pozostali pracownicy studia 2LO zasilili zespół techniczny BBC, podobnie jak zatrudnieni w studiu 2MT we Writtle, a Eckersley został mianowany pierwszym głównym inżynierem BBC (BAKER 1971, s. 195). Pierwszym

menedżerem generalnym kompanii został 14 grudnia 1922 r. John Reith⁴³ – nazwany „ojcem BBC”.

Transmisje BBC rozpoczynały się od wprowadzenia typowego dla żargonu radiotelegrafistów: „This is 2LO, the London station of the British Broadcasting Company. 2LO calling” („To jest 2LO, londyńska stacja BBC. 2LO wzywa”). Reith wspominał, że pewnego razu jeden z amerykańskich wizytatorów BBC zapytał, dlaczego używają takiego karkołomnego wyrażenia i dlaczego nie użyją po prostu formy „London calling” („Londyn wzywa”). Reith niezwłocznie poinformował prowadzącego program Burrowsa o nowej formule⁴⁴. Odtąd stała się ona znakiem rozpoznawczym Radia BBC w Wielkiej Brytanii i na całym świecie.

W początkowej fazie działalności Radia BBC nadawano dwa biuletyny informacyjne⁴⁵ dziennie, o godzinie 18.00 i 21.00. Burrows czytał je dwukrotnie, raz wolniej, raz w szybszym tempie, i prosił słuchaczy o opinię, która wersja jest lepsza. Pierwszego dnia serwis, który nazwano *General News Bulletin*, zawierał relację z procesu sądowego prowadzonego tego dnia w Centralnym Sądzie Karnym⁴⁶ w Londynie, fragmenty przemówienia premiera Andrew Bonara Lawa, opis napadu na pociąg, doniesienia ze sprzedaży pierwszego szekspirowskiego folio, wieści na temat londyńskiej mgły i ostatnich wyników gry w bilard, a także sprawozdanie z potyczek słownych brytyjskich polityków z udziałem Winstona Churchilla (BATHGATE 2012, s. 30). Drugiego dnia, 15 listopada 1922 r., stacja BBC 2LO oraz właśnie przyłączone do BBC stacje 51T

⁴³ John Reith (1889–1971) urodził się w Szkocji, gdzie ukończył Glasgow Academy, a następnie przeniósł się do Anglii do Gresham’s School w hrabstwie Norfolk. Po ukończeniu studiów podjął pracę – ponownie w Szkocji – inżyniera w przedsiębiorstwie kolejowym North British Locomotive Company, a także odbywał służbę wojskową w oddziale strzeleckim. W 1914 r. wyjechał do Londynu w celu podjęcia się kolejnego zadania, jednak z powodu wybuchu I wojny światowej powołano go do armii. W 1915 r. został ranny w twarz i przeniesiony do USA, aby nadzorować zaopatrzenie militarne Wielkiej Brytanii. Po służbie pracował w Szkocji, aż ostatecznie osiadł w Londynie. W 1922 r., po powstaniu BBC odpowiedział na ogłoszenie prasowe zamieszczone w „The Morning Post” o konkursie na stanowisko menedżera generalnego kompanii. Mimo że nie był wcześniej związany z radiotelegrafią, powierzono mu tę funkcję. W ten naznaczony przypadkiem sposób rozpoczęła się kariera jednego z najważniejszych dyrektorów w historii BBC (BATHGATE 2012, s. 30–31). Zob. także – <https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/research/culture/reith-5> [dostęp: 15.04.2015.]

⁴⁴ Historia BBC – <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/resources/index.shtml> [dostęp: 15.04.2015].

⁴⁵ Odpowiedniki współczesnych serwisów informacyjnych – gatunek radiowy z początków radiofonii.

⁴⁶ Central Criminal Court (Centralny Sąd Karny) zwany „the Old Bailey”, w którym odbywały się rozprawy z udziałem publiczności. W THORNBURY: *The Old Bailey*. In: *Old and New London*. Vol. 2. London 1878, s. 461–477. *British History Online* – <http://www.british-history.ac.uk/old-new-london/vol2/pp461-477> [dostęp: 26.09.2018].

w Birmingham i 2ZY z Manchesteru pozostawały na antenie aż do 1.00 w nocy, aby relacjonować wstępne wyniki odbywających się tego dnia ogólnokrajowych wyborów parlamentarnych, podawane do studia przez telefon z Agencji Reutersa. „The Times” donosił następnego dnia, że „być może najciekawszą cechą nocy wyborczej »było zjawisko odsłuchów«”⁴⁷.

Poza biuletynami wiadomości, w audycjach emitowano nagrania utworów klasycznych oraz kompozycji lżejszych, tanecznych; ponadto zawierały one słowne partie programu – omówienia dotyczące literatury, filmu, sztuk teatralnych, także czytanie poezji i książek na antenie. Pierwszą radiową adaptacją sztuki teatralnej był *Juliusz Cezar* Szekspira. W programach referowano sport, najczęściej wyścigi konne, rugby, piłkę nożną i golf. Co warto zaznaczyć, te wczesne komentarze nie były doskonałe: komentatorom sprawiało kłopot dostosowanie tempa mowy do szybkich sportowych akcji oraz brakowało im doświadczenia w wyborze szczegółów, o których mają opowiedzieć słuchaczom, a które pominąć (CRISELL 2002, s. 21).

Rosnąca popularność radia jako medium uzmysłowiła właścicielom prasy i agencji informacyjnych, że może ono stanowić konkurencję i zagrożenie ich dotychczasowej pozycji rynkowej⁴⁸. W efekcie nacisków Newspaper Proprietors’ Association (Stowarzyszenie Właścicieli Prasy) na Post Office od 23 grudnia 1922 r. wprowadzono zakaz emitowania najnowszych informacji wcześniej niż o 19.00, ponadto BBC nie mogła samodzielnie pozyskiwać wiadomości, które miały pochodzić z zewnętrznych źródeł⁴⁹ (CRISELL 2002, s. 21), a biuletyny musiały rozpoczynać się od ich wskazania słowami: „Prawa autorskie dla Reuters,

⁴⁷ BBC History – <http://news.bbc.co.uk/aboutbbcnews/spl/hi/history/noflash/html/1920s.stm> [dostęp: 26.09.2017].

⁴⁸ Podobne obawy żywili członkowie innych sektorów przemysłu rozrywkowego, m.in. Stowarzyszenie Managerów Teatralnych, którzy wprowadzili zakaz udziału w programach radiowych dla podlegających im aktorów. Obawiano się, że radio osłabi frekwencję w teatrach i innych instytucjach sztuk scenicznych. Embargo obowiązywało przez kilka pierwszych lat działalności BBC (BATHGATE 2012, s. 34).

⁴⁹ Naciski ze strony wydawców prasy powtórzyły się wiosną 1923 r. Zagrozili oni BBC, że nie będą na łamach swoich czasopism publikować programu radiowego. John Reith nie dał się zastraszyć i znalazł inne rozwiązanie – założył własne pismo branżowe, pełniące funkcję organu prasowego BBC. Pierwszy numer tytułu prasowego „The Radio Times” ukazał się 28 września 1923 r. i był poświęcony działalności Radia BBC (z czasem tematykę rozszerzono również o telewizję). Już pod koniec 1924 r. pismo osiągnęło tygodniową sprzedaż na poziomie 750 tys. egzemplarzy (BATHGATE 2012, s. 34). Archiwalne numery z lat 1920–2009 są dostępne w wersji cyfrowej na stronach BBC – <https://genome.ch.bbc.co.uk/years/1923> [dostęp: 20.09.2018]. „The Radio Times” nadal ukazuje się w wersji drukowanej oraz w postaci portalu internetowego. Zob. – <https://www.radiotimes.com> [dostęp: 20.09.2018].

Press Association, Exchange Telegraph and Central News” (CRISELL 2002, s. 21). Co więcej, Brytyjska Poczta wydała zakaz poruszania tematów odnoszących się do polityki czy chociażby nadawania przemówień politycznych oraz wszelkich spraw budzących kontrowersje społeczne, obejmując nim nawet komentarze na żywo do wydarzeń sportowych⁵⁰.

Wszystkie przyłączone rozgłośnie regionalne – Birmingham, Manchester, Newcastle, Cardiff, Glasgow, Aberdeen i Bournemouth – retransmitowały londyńskie serwisy i niektóre pozycje programu 2LO, jednak w dużym stopniu bazowały na własnych, oryginalnych produkcjach radiowych. Studio w stolicy również korzystało z ich produkcji, m.in. w ofercie programowej radia już w 1922 r. pojawiła się audycja dla dzieci *Children’s Hour*, pierwotnie nadawana ze studia w Birmingham, później z Londynu, stając się w krótkim czasie wizytówką rozgłośni (a następnie telewizji) BBC. Jednym z jej słynnych prowadzących został Arthur R. Burrows, wcielający się w postać „Wujka Arthura”, albowiem wszyscy prowadzący audycję funkcjonowali jako „Ciocie” i „Wujkowie” ze względu na to, że do nagrań zapraszano dzieci. Stacja w Birmingham dodatkowo specjalizowała się w transmisjach ze scen musicalowych. Z kolei w rozgłośni w Manchesterze powstała pierwsza brytyjska radiowa orkiestra kameralna; na antenie tego radia regularnie transmitowano przedstawienia operowe oraz koncerty filharmoniczne, a wiele dzieł muzyki klasycznej ówczesnych brytyjskich kompozytorów miało swoje prawykonania⁵¹. W Newcastle zainaugurowano nadawanie programu dla młodzieży *The Fairy Flower League*, popularyzującego tematykę przyrodniczą (BATHGATE 2012, s. 33). Religijne treści pojawiły się na antenie 2LO po raz pierwszy w Wigilię 1922 r. – tego dnia pastor John Mayo z St Mary’s Whitechapel dwukrotnie wygłosił kazanie – pierwsze podczas programu *Children’s Hour* dla dzieci, a następne wieczorem dla dorosłych słuchaczy.

Pionierska transmisja spoza studia zainaugurowana została 8 stycznia 1923 r., wówczas z głośników radiowych popłynęła muzyka Wolfganga Amadeusza Mozarta z opery *Czarodziejski flet*, wystawianej w londyńskiej Covent Garden Opera. W kolejne wieczory nadawano opery *Jaś i Małgosia* Engelberta Humperdincka, *Pajace* Ruggera Leoncavalla, *Zygfryd* Richarda Wagnera oraz *Cyganeria* Giacomo Pucciniego, w której główną partię żeńską wykonywała Nellie Melba (BATHGATE 2012, s. 34).

⁵⁰ Restrykcja ta powodowała absurdalne sytuacje, takie jak przykładowo w 1926 r. podczas derby, gdy transmitowano na żywo wyścigi konne. Słuchacze mogli usłyszeć tętent kopyt, doping publiczności, ale nie poznali wyniku gonitwy, które przedstawiono dopiero podczas wieczornego serwisu informacyjnego.

⁵¹ Między innymi *The Planets* Gustava Holsta, *Enigma Variations* oraz *The Dream of Gerontius* Edwarda Elgara (BATHGATE 2012).

W 1923 r. Post Office udzieliło 80 tys. licencji na słuchanie BBC, w 1924 r. liczba ta wzrosła do 1 mln, a w następnych trzech latach – do 2 mln. Skądinąd oceniano wówczas, że liczba odbiorników niezarejestrowanych była pięciokrotnie wyższa od liczby radioodbiorników legalnych (CRISELL 2002, s. 22). Rosła nie tylko liczba słuchaczy, także potrzeby lokalowe radia, dotychczasowa lokalizacja w Marconi House była już niewystarczająca: w radiu przybywało pracowników (4 pracowników było w momencie powstania BBC, a 30 w chwili przenosin) i sprzętu nadawczego. Potrzebne były nowe, lepsze akustycznie pomieszczenia. BBC otrzymała propozycję ulokowania swoich studiów w kompleksie budynków znajdujących się przy Savoy Place nad Tamizą (nieopodal Marconi House), będących rezydencją Instytutu Inżynierów Elektryków; na potrzeby radia wydzielono wschodnie skrzydło posiadłości Savoy Mansions, którą nazywano odtąd Savoy Hill House⁵². Przeprowadzka odbyła się w kwietniu 1923 r.; BBC początkowo zajęła 7 pomieszczeń, z których 2 zaadaptowano na studia radiowe, ale już pod koniec 1923 r. zajmowała całe skrzydło budynku z 9 studiami, udoskonalonymi pod względem akustycznym, z urządzeniami do generowania dźwięków, skonstruowanymi przez H.J. Rounda (BAKER 1971, s. 196).

Rozgłośnia sukcesywnie rozwijała swoją ofertę programową i nowe formy radiowe oraz eksperymentowała z transmisjami. 26 listopada 1923 r. udało się nadać brytyjski program przez Atlantyk za pomocą 8 masztów rozsianych po Anglii, które przekazywały te same audycje transmitowane z Londynu. Po 15 min. audycji, w odzewie usłyszano prośbę o nadanie solo fortepianowego, co też uczyniono wraz z powitaniem „Hello America”. Z kolei 30 grudnia to BBC odebrała sygnał radiowy, częściowo przesłany linią naziemną, z paryskiej Radioli (BATHGATE 2012, s.33). BBC wprowadzała kolejne innowacje programowe: w grudniu pierwszy raz nadano dźwięk dzwonu Big Ben, 15 stycznia 1924 r. wyemitowano pierwsze słuchowisko radiowe *A Comedy of Danger*, napisane specjalnie dla radia przez powieściopisarza Richarda Hughesa, miesiąc później rozpoczęto nadawanie sygnału czasu z Greenwich. Reith powołał również Central Education Advisory Committee (Centralny Komitet Doradztwa Edukacyjnego), odpowiedzialny za blok programów edukacyjnych zgodnych z programem nauczania szkolnego, które emitowano do szkół podczas lekcji; w późniejszym czasie rozwinięto edukacyjne programy dla dorosłych (CRISELL 2002, s. 21). Od kwietnia poszerzono ofertę audycji religijnych – odtąd w każdą niedzielę transmitowano nabożeństwo z kościoła St Martin-in-the-Fields, a raz

⁵² <https://www.theiet.org/resources/library/archives/institution-history/history-savoy-london.cfm> – [dostęp: 12.09.2017].

w miesiącu duchowni wygłaszali na antenie radia homilię. 23 kwietnia po raz pierwszy transmitowano przemówienie króla Jerzego V, wygłoszone z okazji otwarcia wystawy „Wembley Empire”. Swoje miejsce w radiowej ramówce znalazł także Lodge, który oprócz inwentorskiego talentu okazał się także bardzo dobrym mówcą, tłumaczącym naukowe zawilości w przystępny sposób (BATHGATE 2012, s. 45–46).

Jeszcze w 1923 r. poczmistrz generalny zainicjował utworzenie komisji w celu zweryfikowania kondycji finansowej BBC, powołując na jej przewodniczącego Sir Fredericka Sykesa. Komitet Sykesa, będący pod wrażeniem wysokiej jakości przekazów radia, stworzył fundament, który stał się – i również jest dzisiaj – podstawą funkcjonowania rozgłośni (i telewizji) BBC. Komitet stwierdził, że radiofonia ewoluowała w środek przekazu „o dużym znaczeniu krajowym, jako medium do wypełniania wartościowych usług publicznych” (cyt. za: CRISELL 2002, s. 22), ponadto dostrzegając siłę jej oddziaływania, podkreślił, że „choć kontrola tej tak potencjalnej władzy nad opinią publiczną i życiem narodu powinna pozostać po stronie państwa” (cyt. za: CRISELL 2002, s. 22), to bezpośrednio zarządzanie nią przez polityków lub ich służby cywilne oznaczałoby, że radiofonia „byłaby albo stronnicza, albo nieznośnie nudna” (cyt. za: POTTER 2012, s. 21). Jednocześnie odrzucił możliwość finansowania działalności BBC z wpływów pochodzących z reklam, uznając, że „czas poświęcony na to... będzie bardzo krótki, a przez to niezwykle cenny” (cyt. za: CURRAN, SEATON 2003, s. 111). Widział w tym zachwianie zasad konkurencji rynkowej, jedynie bowiem duże przedsiębiorstwa mogłyby pozwolić sobie na wykupienie czasu antenowego; co więcej reklama, zdaniem Sykesa, doprowadziłaby do obniżenia wysokiego poziomu twórczości radiowej BBC (CRISELL 2002, s. 22). Jako alternatywną formę finansowania BBC komitet zaproponował jednolitą opłatę licencyjną dla słuchaczy w wysokości 10 szylingów – 3/4 tej kwoty otrzymywałaby BBC – a wysokość jej zmniejszałaby się wraz ze wzrostem liczby abonentów. W efekcie tej argumentacji Poczta Brytyjska przyjęła zasadę zakazu emisji reklam w Radiu BBC.

25 lipca 1925 r. z inicjatywy poczmistrza generalnego powołany został Komitet Crawforda⁵³, którego zadaniem było ponowne przeanalizowanie sytuacji kompanii i określenie kierunków jej rozwoju, tym bardziej że w 1926 r. miała wygasnąć licencja rozgłośni. Pierwsze posiedzenie Komitetu miało miejsce 19 listopada, kolejne – podczas których trwały przesłuchania ekspertów – odbywały się do stycznia 1926 r. Ostateczny raport ukazał się 7 marca, lecz zanim doszło do jego zatwierdzenia przez

⁵³ Nazwa odnosząca się do nazwiska jej przewodniczącego Davida Lindseya – 27. hrabiego Crawford.

rząd, toczyła się ożywiona dyskusja nad docelowym kształtem brytyjskiej radiofonii. Reith optował za publicznym charakterem spółki, bez interwencjonizmu państwowego ani na poziomie zarządzania, ani na poziomie codziennych decyzji programowych i produkcji. Miał wyraźną wizję funkcji radia, która zawierała się w trzech słowach: *entertaining, informing and educating* ('bawić, informować i edukować') – funkcji tych nie wymyślił sam, zapożyczył je od amerykańskiego pioniera radia Davida Sarnoffa – jednak uczynił z nich wartości definiujące nie radio jako takie, lecz konkretnie misję BBC, z czasem zresztą ujmowaną w innej kolejności, wskazując na hierarchizację priorytetów – informować, edukować i bawić⁵⁴. Reith uważał także, że za tę służbę publiczną powinna płacić sama publika (w postaci abonamentu), a nie reklamodawcy (w formie opłat za czas antenowy) czy producenci sprzętu radiowego (w formie opłat od sprzedanych odbiorników). Ci ostatni mieli coraz mniej powodów do zadowolenia, ponieważ mimo intensywnego wzrostu liczby słuchaczy dochody ze sprzedaży aparatów radiowych nie wzrastały proporcjonalnie. Przyczyną było samodzielne konstruowanie radioodbiorników za pomocą łatwo dostępnych półproduktów i części, które pozwalały na zbudowanie prostych urządzeń odbiorczych. Radioamatorzy unikali również opłat licencyjnych w pełnej kwocie, płacąc jedynie za licencje eksperymentalne lub też nie płacąc licencji w ogóle, co pozbawiało dochodu kompanię BBC oraz Brytyjską Poczta (CRISELL 2002, s. 22). Innym problemem ograniczającym wpływy finansowe do BBC było rozpowszechnienie się radiofonii przewodowej (radiowęzłów), która polegała na rozszczepieniu sygnału radiowego z odbiornika centralnego (podlegającego licencjonowaniu) i rozsyłanie go za pomocą kabla do wielu prostych odbiorników nieposiadających funkcji zmiany częstotliwości, za które nie płacono opłaty licencyjnej. Takie odbiorniki instalowano w prywatnych mieszkaniach, ale także w sklepach czy na ulicach. Nie tylko rozszczepianie sygnału było odbierane jako zagrożenie dla BBC, również fakt, że poprzez odbiorniki centralne transmitowano programy radiostacji zagranicznych, co przełamywało monopol BBC (CRISELL 2002, s. 23).

Równie zaangażowany w dyskusję o kształt Radia BBC byli: brytyjski rząd, tworzony wówczas przez Partię Konserwatywną ze Stanleyem Baldwinem jako premierem, członkowie parlamentu i wszelkiej proweniencji politycy. Ścierały się dwa główne stanowiska – to reprezentowane m.in. przez Komitet Crawforda i Johna Reitha oraz drugie, optujące za całkowitym upaństwowieniem radia, które podlegałoby bezpośrednio

⁵⁴ Synonimem określającym łącznie wartości wprowadzone przez Reitha jest słowo „Reithian”, przymiotnik dzierżawczy występujący najczęściej z rzeczownikami: „values”, „principles”, „idea”, „view of broadcasting”, „standards”.

rządowi. Obie strony zgodne były co do jednego – że BBC musi funkcjonować na zasadzie monopolu – w Wielkiej Brytanii powszechnie odrzucano wizję amerykańskiego modelu rozwoju radiofonii, opartego na zasadzie konkurencji rynkowej i na prywatnym kapitale, które – zdaniem ówczesnych brytyjskich obserwatorów – szybko doprowadziły do chaosu w eterze oraz upadku funkcji informacyjnych radia na rzecz rozrywki (CRISELL 2002, s. 18; CURRAN, SEATON 2003, s. 113). Adwersarzy różniło podejście do charakteru tego monopolu – jedni chcieli monopolu państwowego, drudzy – monopolu publicznej korporacji – *public service utility* – służby użyteczności publicznej. Tymczasem, w toku politycznej dyskusji o roli i kształcie radia, pojawiły się okoliczności, które okazały się rozstrzygające dla jego przyszłości. 4 maja 1926 r. rozpoczął się General Strike (strajk generalny), wywołany przez związki zawodowe górników⁵⁵ oraz inne związki branżowe, zorganizowane pod przewodnictwem Trades Union Congress – TUC (Kongresu Związków Zawodowych). Do strajku przystąpili także przedstawiciele branży drukarskiej, którzy otrzymali zakaz drukowania prasy w okresie trwania strajku. Jedynym tytułem, który mógł swobodnie ukazywać się, był organ wydawniczy partii rządzącej “The British Gazette”, redagowany przez Winstona Churchilla. Wobec braku dostępu do niezależnej od rządu codziennej prasy, z której BBC jak dotąd czerpała informacje, kompania zdecydowała o wysłaniu własnych pracowników na miejsce zdarzeń, aby pozyskiwali aktualne i niezależne od rządu wiadomości. BBC odstąpiła także od zakazu emisji serwisów jedynie po 19.00 i zwiększyła liczbę nadawanych biuletynów wiadomości do 5 dziennie – o 10.00 rano oraz o godz. 13.00, 16.00, 19.00 i 21.30. BBC omawiała na antenie codzienny przebieg strajku i podpowiadała, jak w sytuacji paraliżu komunikacyjnego i niedoborów prowizyjnych mogą zachowywać się obywatele, natomiast nie poruszano powodów, dla których doszło do strajku (CRISELL 2002, s. 25). Początkowo panowało powszechne przeświadczenie, że rozgłośnia będzie reprezentowała stronę rządową i relacjonowała jedynie jej racje. Dodatkowo, w związku z wydarzeniami, Churchill naciskał na premiera Baldwina, aby wykorzystać okazję, odrzucić raport Komitetu Crawforda i całkowicie upaństwowić BBC, wykorzystując ją jako narzędzie komunikacyjne rządu (CURRAN, SEATON 2003, s. 118). Podczas trwającego dziewięć dni strajku rozgłośnia została

⁵⁵ Strajk zorganizowały w całym kraju związki zawodowe pod egidą Trades Union Congress (TUC), aby zaprotestować przeciwko planom obniżania pensji w kopalniach oraz pogarszającym się warunkom pracy górników. Do protestów przyłączyły się inne branże – transport publiczny, transport wodny, kolej, marynarze, strażacy, zaopatrzeniowcy, a także branża drukarska – <http://www.nationalarchives.gov.uk/cabinetpapers/alevelstudies/diary-strike.htm> [dostęp: 18.09.2017].

dwukrotnie przymuszona przez rząd do rezygnacji z emisji zaplanowanych materiałów. Pierwszy raz, gdy zablokowano rozmowę antenową z przywódcą związkowym, a drugi – gdy BBC została zmuszona do odstąpienia od transmisji odezwy pokojowej ogłoszonej przez arcybiskupa Canterbury. Całkowite utrzymanie niezależności i bezstronności było trudne, ponieważ rząd traktował strajk generalny jako zagrożenie dla porządku ustrojowego i publicznego, a nie zwykły konflikt pracowniczy; co więcej, tego samego zdania był sąd, który uznał strajk za nielegalny. BBC starała się stosować zasadę bezstronności, prezentując w wyważony sposób argumenty obu stron konfliktu. Rozgłośnia uprzedzała ewentualne wpływy rządu poprzez publikowanie pogłębionych omówień i relacji jego stanowiska, powstrzymywała się też od nadawania treści faworyzujących strajkowiczów lub zachęcających do rozszerzania strajku, ale jednocześnie przedstawiała punkt widzenia związków zawodowych. W radiu wprowadzono samoograniczenia i autocenzurę, aby uchronić się od interwencji i cenzury prewencyjnej ze strony rządu. Podczas kolejnych dni strajku słuchacze nabierali przekonania co do rzetelności i staranności rozgłośni, na ich informacjach polegało również wielu strajkujących. Co więcej, radio objawiło swoją największą zaletę w porównaniu z prasą, mianowicie szybkość dostarczanych informacji. Słuchacze w ciągu godziny od wydarzeń otrzymywali pełną relację, na gazety musieliby czekać do następnego dnia. Podkreślano przy tym, że podczas strajku generalnego największa uwaga koncentrowała się wokół „słuchawek z zestawu radiowego” oraz na tym, że terminy „publiczność” i „słuchacze radiowi” stały się niemal synonimami (CURRAN, SEATON 2003, s. 117), natomiast historyk brytyjski Asa BRIGGS (1961, s. 384) skonstatował, że nadawczość radiowa stała się główną siłą w życiu narodu, siłą, której nie można było dłużej traktować jak nowinki technicznej w rękach amatorów i entuzjastów. James Curran i Jean Seaton uważają, że jednym z poważnych efektów strajku generalnego było „wynalezienie” przez BBC „nowoczesnej propagandy w brytyjskim wydaniu [...], ponieważ za sprawą rozgłośni nastąpił koniec propagandy opartej na kłamstwach i początek bardziej subtelnej tradycji selekcji i prezentacji [opinii – M.W.-S.]” (CURRAN, SEATON 2003, s. 119). Największe zasługi w tej kwestii przypisują Reithowi, który wielokrotnie odpierał próby przejścia kontroli nad BBC podejmowane przez Churchilla i przekonywał premiera Stanleya Baldwina o potrzebie podtrzymania zaufania społecznego do radiofonii – „To nie czas na kłamstwa, nawet jeśli ludzie mogliby być okłamywani” – mówił (cyt. za: CURRAN, SEATON 2003, s. 118). Strajk generalny zakończył się 12 maja podpisaniem porozumienia rządu ze związkami, a 14 lipca 1926 r. raport Komitetu Crawforda ostatecznie zyskał akceptację rządu (LINDSAY 1984, s. 504).

Komitet zaproponował utworzenie radiofonii narodowej w formie publicznej korporacji, która nie byłaby zależna od władz państwowych, ale nie miałyby także charakteru przedsiębiorstwa prywatnego, działałaby zaś na zasadzie służby społecznej, której niezależność gwarantowałaby suwerenna rada nadzorcza. W tym czasie w BBC zatrudnionych było już 552 pracowników (BAKER 1971, s. 196), a stacja docierała z emisją do 80% populacji (CRISELL 2002, s. 21). W konsekwencji 31 grudnia 1926 r. British Broadcasting Company została rozwiązana, a w jej miejsce od 1 stycznia 1927 r. powołano British Broadcasting Corporation, na mocy pierwszego aktu inkorporacyjnego *Royal Charter* (1927), obowiązującego przez dziesięć lat, w którym zdefiniowano cele, obowiązki i prawa BBC. Udziały prywatnych producentów sprzętu radiowego w spółce zostały zlikwidowane, powołano radę nadzorczą (*board of governors*), w której zasiadło 5 gubernatorów wraz z przewodniczącym mianowanym przez monarchę na podstawie wskazania poczmistrza generalnego. Do zadań rady należało odąd określanie ogólnych kierunków rozwoju BBC, ponadto miała pełnić funkcje doradcze i kontrolne wobec dyrektora generalnego BBC (POTTER 2012, s. 22). Tę funkcję król Jerzy V powierzył Reithowi (pełnił ją do 1938 r.).

Rozgłośnia, po przekształceniu w korporację, kontynuowała rozwój programów i poszerzała ofertę audycji. Ponadto stała się mecenasem, a zarazem producentem sztuki, zwłaszcza muzycznej i teatralnej. Pierwszym kompozytorem zatrudnionym w 1927 r. przez BBC był Gustav Holst, a pierwszym utworem muzycznym skomponowanym na zlecenie radia był *The Morning of the Year*. Tego samego roku BBC przejęła patronat nad organizacją koncertów promenadowych Promenade Concert – The Proms⁵⁶.

9 marca 1930 r. wystartowała sieć stacji regionalnych pod nazwą Regional Programme obejmujących zasięgiem różne części Anglii oraz Szkocję, Walię i Irlandię Północną, i stanowiących uzupełnienie dla audycji nadawanych w ramach National Programme z rozgłośni londyńskiej. Obie sieci zawierały podobną ofertę ramówkową – nadawały słuchowiska i teatr radiowy, sport, muzykę klasyczną i rozrywkową, newsy, audycje religijne, rozmowy, wywiady i dyskusje, lekką rozrywkę. Próbowano

⁵⁶ Koncerty zorganizowane w Londynie po raz pierwszy w 1895 r. przez impresario muzycznego Roberta Newmana i dyrygenta Henry'ego Wooda pod nazwą *Mr Robert Newman's Promenade Concerts* z myślą o upowszechnianiu muzyki klasycznej wśród Brytyjczyków. Bilety na koncert były bardzo tanie, początkowo kosztowały 5 pensów za pojedynczy koncert i 1 funta za cały sezon, trwający osiem tygodni. The BBC Proms odbywają się od 123 lat i gromadzą olbrzymią widownię; wszystkie koncerty (ponad 70 w sezonie) są transmitowane w radiu, online oraz niektóre w Telewizji BBC – <https://www.bbc.co.uk/proms> [dostęp: 20.09.2017].

zadowolić różnorodne gusty słuchaczy, czasem dostosowując program do ściśle określonego odbiorcy – dzieci, kobiet, przedsiębiorców, rolników czy ogrodników. Program tworzono zgodnie z filozofią Reitha „coś dla każdego” (CRISELL, 2002, s. 29). Przy rozgłośni zaczęły powstawać zespoły instrumentalne – m.in. BBC Symphony Orchestra (1930), BBC Theatre Orchestra, BBC Chamber Orchestra (obie w 1931 r.). W 1932 r. rozgłośnia opuściła dotychczasową siedzibę Savoy Hill i przeniosła się do zbudowanego specjalnie na potrzeby radia obiektu – BBC Broadcasting House przy Portland Place. W tym samym roku zainaugurowano nadawanie na falach krótkich BBC Empire Service – rozgłośni przeznaczonej dla słuchaczy rezydujących za granicą. W pierwszy dzień świąt Bożego Narodzenia 1932 r. król Jerzy V zwrócił się za pośrednictwem Empire Service do mieszkańców Imperium Brytyjskiego słowami napisanymi przez pisarza Rudyarda Kiplinga – było to pierwsze w historii radia przemówienie monarchy napisane specjalnie z myślą o radiosłuchaczach, a nie innej publiczności. W 1933 r. po raz pierwszy audycję w Radiu BBC poprowadziła kobieta Sheila Barrett. Dotąd kobiety w BBC zajmowały się produkcją radiową lub pracowały jako sekretarki. Ważną częścią twórczości radiowej były również programy edukacyjne, szczególnie szkolne, pod koniec lat trzydziestych odbierane w ponad 8 tys. szkół.

Reith chciał, aby polityka programowa BBC ewoluowała w stronę oferty „wszystko dla kogoś” (w miejsce „coś dla każdego”), dlatego z jednej strony starał się w taki sposób kształtować ofertę, aby zapewnić pełny zakres tematów i form, z drugiej strony unikał tworzenia w radiu stałej ramówki, według której nadawano by te same audycje w cyklach o tej samej porze czy w te same dni. Reith zakładał, że rotacja audycji i stałe dodawanie nowych pozycji utrzyma uwagę słuchaczy; będą oni wciąż zaskakiwani ofertą programową i nie popadną w rutynę, prowadzącą do „słyszenia bez słuchania”; będą też otrzymywać „coś trochę lepszego od tego, o czym myśleli, że chcą” (cyt. za: CRISELL 2002, s. 29; CURRAN, SEATON 2003, s. 150). W 1937 r. odnowiono licencję nadawczą BBC. Radio rozszerzało ofertę, wzrastała również liczba pracowników rozgłośni – w 1938 r. było ich blisko 5 tys.

W 1937 r. zmarł Guglielmo Marconi. Aby uczcić ten moment, BBC oraz wszystkie pozostałe rozgłoszenie na świecie przerwały nadawanie, w eterze znowu nastała cisza. 30 czerwca 1938 r. Reith opuścił BBC, przyjmując funkcję dyrektora w brytyjskim Imperial Airways⁵⁷.

⁵⁷ Istnieje sporo spekulacji odnośnie do powodów złożenia przez Reitha rezygnacji. Reith, mimo niezaprzeczalnych zasług dla rozwoju BBC, personalnie był postacią trudną we współzyciu. Dodatkowo w 1937 r. wyraził pozytywny stosunek do Mussoliniego i Hitlera, co nie przysparzało mu zwolenników (zob. DUNLAP 1937, s. 211; BRIGGS 1995a; CRISELL 2002; CURRAN, SEATON 2003).

W przededniu wybuchu II wojny światowej BBC uruchomiła serwisy zagraniczne nadające informacje do Europy kontynentalnej w językach angielskim, francuskim, hiszpańskim, niemieckim, portugalskim i włoskim.

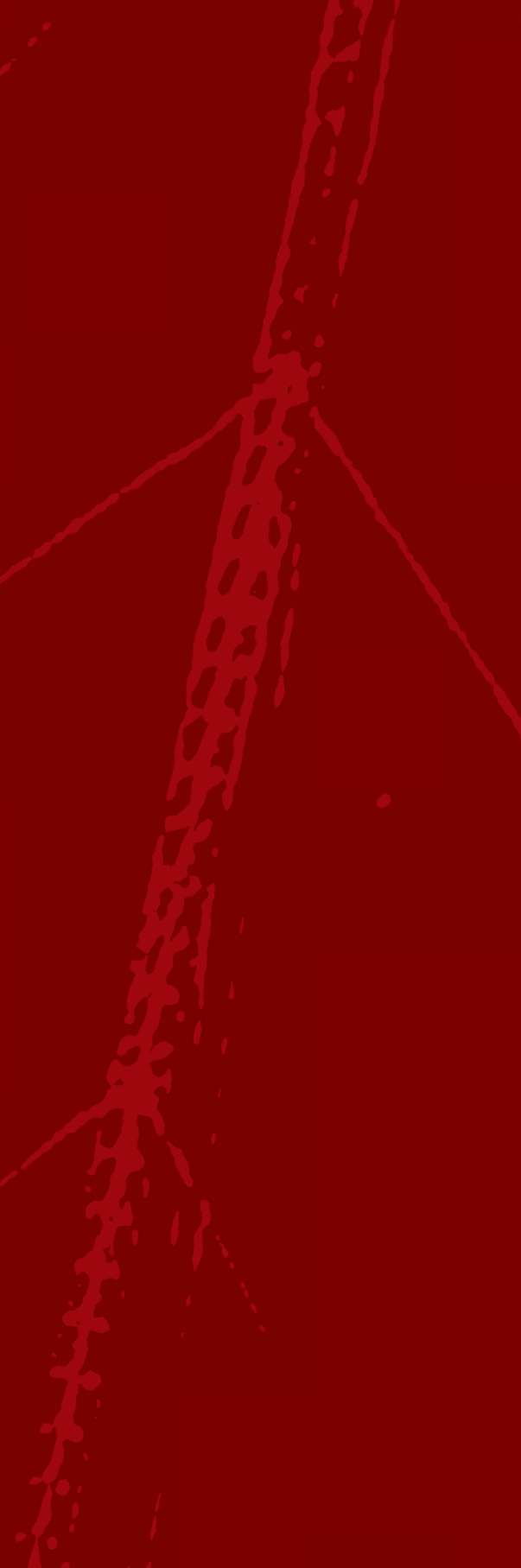
Konkluzje

Omówione w niniejszym rozdziale etapy rozwoju radia uwypuklają główne atrybuty nowego wówczas medium. Przede wszystkim jako jedna z jego cech ujawniła się międzynarodowość wynikająca z natury fal radiowych. Jak w przypadku wszystkich technicznych środków przekazu, tak i w odniesieniu do radia technologia zdeterminowała komunikację – najpierw pojawił się wynalazek poprzedzony myślą naukową (od elektryczności do telegrafu, a następnie radia), sukcesywnie udoskonalany, a dopiero później nastąpiło jego komunikacyjne wykorzystanie. To stopniowo rozwijana technologia radiowa determinowała kolejne formy użycia fal radiowych – od iskry elektrycznej przekazywanej na odległość, przez komunikaty nadawane w alfabecie Morse’a, aż po umiejętność przesyłania dźwięków. Radio usprawniło komunikowanie międzynarodowe. Przesyłanie fal radiowych na coraz większe odległości sprawiło, że radio stało się naturalnym „sojusznikiem” w komunikacji ponadgranicznej na lądzie, morzu i w powietrzu. W naturze radia leży międzynarodowość komunikacji – dopiero wzajemne nakładanie się fal radiowych i zakłócanie sygnałów spowodowało regulacje dotyczące podziału częstotliwości oraz użycia nadajników o określonej mocy i ograniczyło zasięg fal do jednego obszaru – państwa.

Fizyczne właściwości fal radiowych w naturalny sposób zespoliły się z kolejną immanentną cechą radia – audialnością. Fale radiowe są przedłużeniem fal akustycznych – pozwalają przenosić dźwięki poza dotychczasową granicę słyszalności, radio stało się ekstensją dla ludzkiego głosu, muzyki, odgłosów natury i wszystkich innych, nawet sztucznie wygenerowanych, wrażeń słuchowych. Fala radiowa okazała się najlepszym wehikułem dla słowa, jak nazwał ją Paul CLAUDEL (1971), a w konsekwencji radio stało się środkiem błyskawicznego rozpowszechniania informacji (ale też rozrywki). Słusznie zauważa Stanisław JĘDRZEJSKI (2003), że co prawda rozpatruje się radio jako medium masowe, ale jego zdolność odwzorowywania komunikacji międzyludzkiej, koncentrującej się na treściach symbolicznych i znaczeniach słów, powoduje, że bardziej należałoby je nazywać medium komunikowania społecznego, zwłaszcza że masowość – jak wskazywała Antonina KŁOSKOWSKA (1983b) – wy-

nika z masowości produkcji i dystrybucji dóbr kultury – odbiór pozostawiając w sferze prywatnej, indywidualnej. Ta łatwość informowania i bawienia dała podstawy do wykształcenia się dwóch podstawowych funkcji radia: informacyjnej i rozrywkowej.

W pierwszym okresie istnienia radia ujawniła się także jego polityczna natura – drzemiąca już uprzednio w mediach drukowanych, jednak prawie nieograniczony zasięg sygnału radiowego, natychmiastowość odbioru i docieranie do licznych odbiorców jednocześnie uczyniły z tego medium pożądane narzędzie sprawowania (zdobywania) władzy. Polityczność przejawia się nie tylko w zdolności nadawania urzędowych/ państwowych komunikatów, nie jest to jedynie sztuka sprawowania władzy, a w komunikowaniu nie tylko do niej bezpośrednio się odnosi. Polityczność obejmuje również sferę symboliczną, w której konfrontują się różne idee, wartości i interesy – składające się na różne porządki kulturowe – i oddziałuje na nie. Opisane wczesne formy wykorzystania radia i proces kształtowania się radiofonii charakteryzowały okres formowania się wzajemnych relacji pomiędzy państwem a rynkiem, wolnością a kontrolą, ponieważ władze w różnych państwach, dostrzegając potencjał radia, nie chciały całkowicie pozbawić się wpływu na to medium. W ten sposób powstały odmienne modele rynku radiowego – od pełnej wolności rynkowej z rozgłośniami prywatnymi, minimalnie regulowanej w zakresie podziału częstotliwości i wydawania licencji nadawczo-odbiorczych w Stanach Zjednoczonych, przez model dualistyczny, w którym funkcjonowały radia prywatne i państwowe, ale o dużym poziomie ingerencji i kontroli państwa we Francji, po monopol nadawcy publicznego w Wielkiej Brytanii. Tę europejską skłonność do kontrolowania radia trafnie podsumowuje Jędrzejewski, zatem nieco modyfikując jego wypowiedź, można stwierdzić, że historia [...] radiofonii europejskiej, to właściwie dzieje ustalania przestrzeni niezależności od rządu [...] (JĘDRZEJEWSKI 2007, s. 245).



ROZDZIAŁ 3

Radio dla zagranicy – historia nadawczości międzynarodowej

3.1. Rozwój rozgłośni nadających za granicę

Chęć przesyłania wiadomości poza granice własnego kraju stoi u podstaw radiofonii. Chęć ta popchnęła wynalazców do pierwszych i następnych prób transmisji fal elektromagnetycznych, które docierałyby poza ocean do oddalonych miejsc i ludzi. Nie od razu rozpoznano naturę fal radiowych, ich właściwości fizyczne, które odkrywano stopniowo, wraz z kolejnymi transmisjami. Pionierzy radiotelegrafii stosowali pierwotnie fale długie, które uzyskiwano za pomocą transponderów bardzo wysokiej mocy. Fale długie gwarantowały odporność na zakłócenia magnetyczne, charakteryzowały się stabilnością sygnału bez względu na warunki atmosferyczne i przeszkody fizyczne podczas transmisji. Dzięki transponderom dużej mocy możliwe było wysyłanie sygnałów na dystans 8 tys. km. Tego typu urządzenia wymagały sporej przestrzeni, a także instalacji odpowiednio dużych masztów, systemów antenowych i wysokiej mocy generatorów, co skutkowało wysokimi kosztami transmisji. Zainteresowani radionadawczością amatorzy nie dysponowali tak dużymi środkami finansowymi, jak coraz liczniej powstający nadawcy komercyjni, dlatego zainteresowali się falami krótkimi, odkrywanymi i badanymi regularnie od 1918 r. (WOOD 1994, s. 22). Warto nadmienić, że fal krótkich do pierwszych prób transmisji radiowych Guglielmo Marconi używał już w latach 1896–1901, jednak wówczas uznano, że bardziej przydatne są fale długie (BAKER 2002, s. 216).

Tymczasem, opierając się na lepiej poznanych falach długich, zaczęto budować stacje nadawcze do przesyłania wiadomości za granicę. Pionierską radiostacją tego typu była stacja założona na przełamanie lat 1905/1906 w Nauen w Niemczech (FORTNER 1993, s. 90). Stację

traktowano jak bezprzewodowy telegraf i przesyłano z niej wiadomości, używając alfabetu Morse'a, do niemieckich kolonii w Afryce, a także do USA i krajów zachodniego Pacyfiku. Działające we Francji towarzystwo SFR zakładało w latach 1910–1914 stacje nadawcze m.in. w Kongu Belgijskim, Rosji, Belgii, Meksyku, Turcji, Bułgarii, Serbii, we Włoszech i w Chinach. Podobne zasady działania przyjęto we francuskiej stacji nadawczej Radio-France w Sainte-Assise (1921 r.), z której wiadomości za granicę nadawano na falach długich, nawet o długości 20 tys. m, za pomocą olbrzymich masztów, liczących 250 m, których podstawa zajmowała 400 m² (WUILLÈME 2007, s. 9). Stacja licencję na nadawanie transoceaniczne otrzymała w zamian za przyjęcie na siebie obowiązku przesyłania korespondencji francuskich władz i urzędników do zamorskich terytoriów (GRISSET 1983, s. 90).

Marconi do testowania fal krótkich powrócił podczas I wojny światowej, gdy w 1916 r. włoska marynarka wojenna zgłosiła zapotrzebowanie na fale radiowe do strategicznej komunikacji morskiej krótkiego zasięgu. Wraz z Charlesem S. Franklinem opracował system nadawania na falach 2-metrowych, pod koniec wojny zaś (1917 r.) Franklin ustanowił połączenie głosowe na falach długości 15 m, za których pomocą wiadomość przesłano z Londynu do Birmingham (BAKER 2002, s. 217).

Radioamatorzy w USA i w państwach europejskich, takich jak: Francja, Wielka Brytania, Polska, Niemcy, Czechosłowacja i Węgry – organizowali wspólne eksperymenty transmisji na falach krótkich, pod auspicjami stowarzyszenia The American Radio Relay League (ARRL). Testowanie możliwości fal krótkich – o długości 200 m generowanych z użyciem niskiej mocy – początkowo polegało na tym, że eksperci stowarzyszenia podróżowali do Europy z urządzeniami odbiorczymi i próbowali odbierać programy nadawane przez współpracowników pozostających w USA. Podczas pierwszej tego typu próby w grudniu 1921 r. sygnał udało się wysłać z USA do Wielkiej Brytanii na odległość blisko 11 265 km i dzięki tej transmisji odebrano 30 programów, a dzięki następnej – rok później – już 315 (WOOD 1994, s. 23). Amerykańska rozgłośnia KDKA próby emisji na falach krótkich prowadziła od 1922 r., przy współpracy brytyjskiego przedsiębiorstwa Metropolitan-Vickers Electrical Company, które – warto przypomnieć – w tym samym roku weszło w skład konsorcjum założycielskiego Radia BBC. Próby emisji zaoceanicznej przyniosły efekt w 1923 r., a 31 grudnia tegoż roku nastąpił udany test transmisji z Wielkiej Brytanii do USA, kiedy to z laboratoriów technicznych Metropolitan-Vickers udało się przesłać na falach krótkich sygnał z audycją i przekierować go (częściowo z użyciem kabli) do kilku stacji nadawczych działającego już Radia BBC, a stamtąd do KDKA. Publiczność zgromadzona w nowojorskim studiu rozgłośni mogła wysłuchać brytyjskiego hymnu, przemowie-

nia, bajki dla dzieci, występu orkiestry oraz śpiewaczki S.J. Nightingale, której matka i siostra były obecne wśród słuchającej nowojorskiej publiczności (BERG 2013). Inna radiostacja amerykańska, Radio Central, stanowiąca część nadawcy RCA, transmisje zagraniczne za pomocą fal długich prowadziła od 1920 r., a próby z falami krótkimi rozpoczęła w 1923 r., natomiast od 1924 r. prowadziła już regularne transmisje za granicę na falach krótkich oraz długich (BERG 2013). Zwieńczone sukcesami eksperymenty z użyciem fal krótkich przyciągnęły uwagę większych nadawców prywatnych w USA, m.in. NBC, CBS, a także reklamodawców (United Fruit Company czy Coca-Cola Company), którzy zainteresowani byli poszerzaniem rynków zbytu poza USA (WOOD 1994, s. 25). Na mocy ustawy *Radio Act* z 1924 r. fale o długości 200 m zostały przeznaczone dla nadawczości komercyjnej, natomiast nadawcom amatorskim przyznano fale o długości 100 m. Dzięki kolejnym testom wykazano, że fale 100-metrowe działają podobnie jak 200-metrowe, ale są tańsze w użyciu i mogą być równie atrakcyjne dla nadawców komercyjnych – w konsekwencji fale o tej długości przyznano tym ostatnim, natomiast amatorom przydzielono fale 80-metrowe, następnie także 40- i 20-metrowe.

Jeszcze w 1923 r. nieustające w testowaniu fal krótkich ARRL używało połączenie dwustronne, gdy dwóch amerykańskich pasjonatów radia połączyło się na kilka godzin z dwoma radioamatorami z Francji. Miesiąc później eksperyment powtórzono ze stacjami w Wielkiej Brytanii. W kwietniu tego samego roku zespół Marconi Company prowadził testy, wysyłając sygnały z Poldhu, które Marconi odbierał na swym pływającym laboratorium-statku „Elettra”, przemieszczającym się wzdłuż zachodnich wybrzeży Francji, Hiszpanii i Portugalii, a także przez Gibraltar, Tanger, Casablankę i Maderę, aż do wysp Zielonego Przylądka (Cape Verde). Sygnały nocą osiągały zasięg na odległość ponad 4023 km, natomiast w dzień na ok. 2285 km (BERG 2013). Podczas tych doświadczeń zebrano wiele ważnych informacji o naturze fal krótkich i ich wykorzystaniu do komunikacji długodystansowej. Po kolejnych próbach Marconi z łatwością uzyskiwał zasięg 40230 km, przy dziesięciokrotnej redukcji mocy i w konsekwencji – kosztów, dzięki czemu stało się jasne, że przyszłością transmisji na duże dystanse staną się fale krótkie. We Francji w tym czasie R. Mesny, na potrzeby konkursu ogłoszonego przez radiofonię wojskową z polecenia generała Gustava Ferriego, skonstruował emiter o długości fal 45 m i częstotliwości 6067 MHz, dzięki któremu ustanowił stałe połączenie z fortu d'Issy-les-Moulineaux do Djibouti (WUILLÈME 2007, s. 11).

W 1924 r. brytyjski szesnastolatek C.W. Goyden wymienił sygnały za pomocą fal krótkich z F. Bellem z Nowej Zelandii (WOOD 1994, s. 23).

Jeszcze większym zainteresowaniem fale krótkie (a także ultrakrótkie) zaczęły cieszyć się po 1925 r. – gdy francuski badacz André Clavier przeprowadził transmisję przez kanał La Manche za pomocą fal o długości zaledwie 18 m (ORŁOWSKI, PŁOCHOCKI, PRZYROWSKI, red., 1979, s. 296). Ten wynalazca, pracujący u boku generała Ferriego w Centralnym Przedsiębiorstwie Radiotelegrafii Wojskowej¹, już w 1923 r. opublikował dzieło zatytułowane *Les ondes courtes: émission, réception, construction des appareils*, w którym opisał działanie fal krótkich i ultrakrótkich, a także urządzenia potrzebne do ich nadawania i odbioru. W 1924 r. brytyjscy uczeni, sir Edward Appleton oraz dr Miles Barnett, pracujący dla BBC, wykonując eksperymenty z użyciem fal krótkich, odkryli istnienie warstwy atmosfery nazwanej później jonosferą, ustalili ponadto, że zachodzi zjawisko odbicia fal krótkich od jonosfery i obliczyli, że znajduje się ona w odległości 85 km nad Ziemią. W 1926 r. sir Appleton² odkrył kolejną warstwę jonosfery, rozciągającą się na wysokości ok. 250–350 km, i wykazał, że ma ona duże właściwości przewodzenia fal radiowych, które wielokrotnie odbijając się naprzemiennie od niej i wracając na Ziemię, mogą przebywać bardzo długie dystanse, obiegając planetę dookoła.

Dzięki temu odkryciu fale krótkie i ultrakrótkie stały się domeną nadawczości amatorskiej, a następnie, gdy ostatecznie potwierdzono ich wyjątkowe właściwości, także nadawczości międzynarodowej. Radiostacje dla zagranicy stały się szczególną odmianą wykorzystania fal krótkich, a z ich właściwości chętnie korzystały rządy. Pierwsze z rozgłośni międzynarodowych – na początku wykorzystujące fale długie – założono dosyć wcześnie, gdy dostrzeżono korzyści z komunikowania się na duże odległości, głównie o zasięgu transoceanicznym. Odkrycie fal krótkich rozszerzyło ich możliwości, obniżając koszty transmisji. Stacja w Nauen, istniejąca od przełomu lat 1905/1906, rozpoczęła nadawanie na falach krótkich do USA, Afryki Centralnej i Południowej oraz na Daleki Wschód w 1926 r. Poza stacjami w Nauen oraz Radio-France w Saint-Assise, obsługującą rządową komunikację Francji z jej koloniami, zaczęły powstawać kolejne rozgłośnie uruchamiane z myślą o nadawczości międzynarodowej. Kolonialne imperium, Holandia (której eksperymentalne audycje nadawane od 1919 r. słyszane były w Wielkiej Brytanii), pierwszą celową międzynarodową transmisję – za pomocą fal długich – zainaugurowało 7 maja 1923 r., wysyłając wiadomość radiową po-

¹ l'Etablissement Central de la Radiotélégraphie Militaire.

² Sir Edward Appleton za te oraz kolejne odkrycia w dziedzinie jonosfery oraz fal radiowych uhonorowany został w 1941 r. tytułem szlacheckim, a w 1947 r. – Nagrodą Nobla; zob. – https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1947/appleton-bio.html [dostęp: 10.01.2018].

między Holandią a Jawą. Z kolei 13 czerwca 1925 r. uruchomiono telefonię bezprzewodową z Holandii do jej kolonii w Indiach Wschodnich, oddalonych o ponad 14 400 km, następnie od 28 lutego 1928 r. umożliwiono za jej pomocą prowadzenie rozmów prywatnych. W międzyczasie, 11 marca 1927 r., przedsiębiorstwo Phillips oraz 6 innych firm-udziałowców uruchomiło pierwsze w Europie transmisje na falach krótkich z Eindhoven do Holenderskich Indii Wschodnich za pomocą radiostacji o nazwie wywoławczej PCJJ (w 1929 r. zmienionej na PCJ). Od 18 czerwca 1928 r. spółka uruchomiła w Heuzen kolejny, siostrzany, maszt do transmisji fal krótkich i rozpoczęła nadawanie drugiego regularnego programu dla Indii Holenderskich, który oficjalnie nazwano Philips Omroep Holland Indie – PHOHI. PCJ specjalizowała się w nadawaniu programów dla publiczności międzynarodowej, natomiast PHOHI (w skrócie PHI), emitowała programy dla Holendrów mieszkających w holenderskich koloniach oraz w innych miejscach na świecie (BERG 2013). Obie radiostacje wyróżniały się tym, że całkowicie samodzielnie tworzyły programy na potrzeby emisji. Zatrudniły także jako spikera poliglotę Edwarda Startza, znanego w kraju radioamatora, który rozstawił imię międzynarodowych rozgłośni autorską audycją rozrywkową *Happy Station*³ (anonsowaną wprowadzeniem „This is a Happy Station of the Happy Nation”), nadawaną we wtorki, czwartki, piątki i weekendy, i słuchaną na całym świecie (BERG 2013). Za jej sprawą nazwę wywoławczą PCJ zaczęto tłumaczyć jako skrót od „Peace, Cheers and Joy”. Audycje transmitowano w językach: holenderskim (szczególnie przez PHOHI), ponadto angielskim, francuskim, hiszpańskim, niemieckim i portugalskim. W 1930 r. rząd Holandii poprzez wprowadzenie prawa w zakresie radiofonii chciał zagwarantować sobie monopol na nadawanie zarówno w kraju, jak i za granicą. Wówczas Phillips, jako właściciel i operator radiostacji PHOHI, w ramach protestu przerwał emisje do kolonii, jednak utrzymał aktywność rozgłośni PCJ. Porozu-

³ Najdłużej, bo aż do 1995 r. – z przerwą podczas II wojny światowej, nadawana audycja w historii radia międzynarodowego na falach krótkich. Edward Startz, znany w Holandii radioamator, był jej prowadzącym do 1965 r. W 1995 r. zaprzestano jej emisji, tłumacząc to zmianą nawyków odbiorczych młodego pokolenia, które ani nie słuchało już radia na falach krótkich, ani nie gustowało w stylu muzyki nadawanej w audycji (HENLEY 1994). Nadawanie programu zostało wznowione 12 marca 2009 r. *Happy Station* jako niezależna produkcja producenta PCJ Media z siedzibą na Tajwanie jest transmitowana na falach krótkich przez rozgłośnię PCJ Radio International, za pośrednictwem Internetu i w formie podcastów. Nowy producent uzyskał prawa do wykorzystania zarówno nazwy radia, jak i formuły i nazwy audycji *Happy Station* od Radia Nederland, poza tym nie jest z holenderską rozgłośnią międzynarodową w jakikolwiek sposób powiązana. Profil Facebook – https://www.facebook.com/pg/pcjradiointernational/community/?ref=page_internal [dostęp: 12.01.2018].

mienie z rządem udało się zawrzeć dopiero dwa lata później i w Wigilię 1932 r. wznowiono transmisje programów do holenderskich terytoriów podległych. Kompromis polegał na tym, że nadawczość krajowa stała się domeną państwa, natomiast nadawczość zagraniczna pozostała w gestii podmiotu prywatnego; w ramach uzgodnień Phillips zgodził się na udostępnianie czasu antenowego różnym niezależnym grupom, które zgłoszą zapotrzebowanie na emisje zagraniczne (FORTNER 1993, s. 106) Obie nadające wówczas stacje stały się antenatami publicznej rozgłośni Radio Nederland Wereldomroep „Happy Station” (Radio Netherlands Worldwide) powstałej po II wojnie światowej (MANSELL 1982, s. 6).

Radio BBC podjęło swoją pierwszą eksperymentalną transmisję za ocean we wrześniu 1927 r. Usiłowano nadać koncert z Caterham do Australii, jednak próba ta była bardzo słaba technicznie, a sygnał urwał się po 11 min. emisji. Paradoksalnie, pierwsza rzeczywista i udana transmisja w Imperium Brytyjskim odbyła się kilka dni wcześniej w odwrotnym kierunku. Sygnał nadający audycję z udziałem śpiewaczki Nellie Melby, premiera Australii oraz gubernatora Nowej Południowej Walii, popłynął ze studia 2FC-2ML w Sydney do studia w Londynie (MANSELL 1982, s. 4). BBC, mimo pierwszego niepowodzenia, zainaugurowała nadawanie próbnych audycji na falach krótkich ze studia Marconi Company w Chelmsford. Stacja otrzymała sygnał wywoławczy G5SW i pierwszej udanej transmisji dokonała 11 listopada 1927 r. z okazji Dnia Zawieszenia Broni, obchodzonego dla upamiętnienia zakończenia I wojny światowej⁴. BBC, po kolejnych eksperymentalnych transmisjach na falach krótkich za granicę, zainaugurowała 19 grudnia 1932 r. nadawanie regularnych emisji programu jako BBC Empire Service. Serwis zagraniczny BBC został założony, oraz by utrzymać kontakt między brytyjskimi koloniami a metropolią oraz rozpowszechniać kulturę brytyjską na świecie, dlatego oficjalnym mottem rozgłośni stało się „Nation shall speak Peace unto Nation” („Naród będzie mówił o Pokoju do Narodu”). W efekcie Wielka Brytania wzmocniła swoje interesy ekonomiczne, dla których poprawne relacje z kontrahentami i mieszkańcami obcych krajów były bardzo istotne (MANSELL 1982).

W październiku 1929 r. powstało międzynarodowe Radio Moskwa, którego zadaniem było promowanie ideologii komunistycznej za granicą, więc swoje audycje propagandowe emitowało najpierw w języku niemieckim, jako przeciwwaga rosnącej w siłę ideologii narodowego socjalizmu w Niemczech; od 1931 r. w języku francuskim, później w angielskim, a od 1933 r. w językach czeskim, hiszpańskim, szwedzkim i węgierskim. W przekazach Radia Moskwa zachwalano Związek Radziecki i ideologię

⁴ Obecnie obchodzony pod nazwą „Remembrance Day”.

komunistyczną, wszystkie audycje kończyły się zawołaniem „Pracownicy całego świata, łączcie się!” (cyt. za: WUILLÈME 2007, s. 17). Warto dodać, że inną rozgłośnią międzynarodową, powołaną przez Związek Radziecki, była stacja w Chabarowsku, w Mandżurii, założona w maju 1929 r., a jej zadaniem było „zaspokajanie potrzeb kulturalnych ludu chińskiego” (cyt. za: WUILLÈME 2007, s. 16), które realizowano w językach chińskim, koreańskim i angielskim. Inne regionalne rozgłośnie radzieckie również prowadziły audycje w językach innych niż rosyjski, najczęściej w językach grup etnicznych wchodzących w skład Związku Radzieckiego (w ponad 50 językach i dialektach), ale także w językach narodów sąsiednich – np. Radio Leningrad nadawało w języku fińskim. Związek Radziecki liczył się z odzewem niechętej komunizmowi zagranicy, więc wykorzystał słabą radiofonizację swojego kraju, aby ograniczyć dostęp Rosjan do przekazów zachodnich (WUILLÈME 2007). W ZSRR rozwijał się przede wszystkim system radiofonii przewodowej, dzięki której można było nadawać gotowe programy radiowe z centrali w Moskwie za pomocą kabla do odległych części państwa radzieckiego. Odbiorniki przewodowe pozbawione były funkcji regulacji częstotliwości, umożliwiały odbiór jedynie programów radiofonii sowieckiej (MISZCZAK 1971).

Niemcy swoją kolejną – tym razem dźwiękową – rozgłośnię zagraniczną, nadającą na terytorium Ameryki Północnej, uruchomili 25 grudnia 1929 r. z nadajników w Zeesen. Większość audycji była retransmitowana z rozgłośni krajowych, roczna produkcja wynosiła zaledwie 200 godzin programów własnych. W styczniu 1932 r. Niemiecki Urząd Pocztowy przejął kontrolę nad radiostacją w Nauen. Rok później, w styczniu, tuż po objęciu przez Hitlera funkcji kanclerza Niemiec, nadawczość na falach krótkich została przejęta przez Sekcję Radia Zagranicznego (Auslandsrundfunk), które stało się istotnym narzędziem hitlerowskiej propagandy. Od 1 kwietnia 1933 r. niemiecka międzynarodowa stacja radiowa zyskała nazwę: „Niemiecka stacja fal krótkich” (Der Deutsche Kurzwellensender, w skrótovej wersji KWS) (FORTNER 1993, s. 106; WUILLÈME 2007, s. 18). Liczba godzin programów nadawanych za granicę wzrosła z 2 do 18 godz., a następnie do 24 godz., a programy transmitowano w językach niemieckim, angielskim, hiszpańskim, holenderskim i portugalskim. Audycje skierowane specjalnie do USA zainaugurowano w 1933 r., następnie do Afryki Południowej, Ameryki Południowej i Azji Wschodniej w 1934 r., a do Azji Południowej i Ameryki Środkowej – w 1938 r. (RATCLIFF 2016, s. 2). Według oficjalnych deklaracji zamieszczanych w prasie specjalistycznej (“Wireless World”) audycje skierowane były do Niemców i ich potomków zamieszkujących różne części świata, i miały ułatwić im dostęp do „szybkich i bezpośrednich informacji na temat zdarzeń w kraju ich

po pochodzenia” (cyt. za: WUILLÈME 2007, s. 19), ponieważ lokalne gazety rzekomo nie przekazywały im prawdy. W rzeczywistości w audycjach stosowano różne środki perswazyjne, aby zyskać przychylność zagranicznych słuchaczy, m.in. zaczepiano obcokrajowców na ulicach Berlina i zapraszano ich do studia w Zeesen, aby pozdrawiali na antenie radia swoich bliskich oddalonych tysiące kilometrów, a na koniec namawiano ich do pożegnania hitlerowskim zawołaniem „Heil Hitler!”. W rozgłośni emitowano sporo popularnej muzyki, co czyniło ją atrakcyjną dla międzynarodowego audytorium (WUILLÈME 2007).

We Francji 16 sierpnia 1930 r. rada ministrów podjęła decyzję o utworzeniu rozgłośni międzynarodowej, by zapewnić łączność kraju z jej posiadłościami kolonialnymi (DUVAL 1979, s. 252). Już wcześniej, bo 22 maja 1930 r., w Paryżu, powołano instytucję „Fédération nationale de la radiodiffusion coloniale”, która miała kierować działalnością nadawczą radia kolonialnego. W listopadzie tego samego roku w podparyskiej miejscowości Pontoise postawiono stację nadawczą z trzema antenami, które miały wysyłać sygnał radiowy w kierunku Wschód–Zachód, na obszary Ameryki Północnej i Dalekiego Wschodu, oraz Północ–Południe, do posiadłości afrykańskich. Centralę i studia rozgłośni zlokalizowano w Paryżu, a uroczyste uruchomienie radia, któremu nadano nazwę Le Poste Colonial, odbyło się 30 kwietnia 1931 r. (DUVAL 1979, s. 252). Przez pierwsze lata radio spełniało swoją funkcję, służąc wymianie informacji pomiędzy koloniami a metropolią, jednak ok. 1934 r. pozycja radia zmalała z powodu szybkiego rozwoju transnarodowych stacji nadawczych z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Włoch, Holandii oraz Związku Radzieckiego. Francuskie 15-kilowatowe anteny miały za słabą moc, aby przebić się przez sygnał rozwijających się konkurentów. Chodziło zresztą nie tylko o rywalizację gospodarczą: wzmocnienie sygnału radiowego miało być przeciwwagą dla zideologizowanych rozgłośni nazistowskich Niemiec i faszystowskich Włoch. W tym czasie bowiem powstało włoskie Radio Bari, założone w 1934 r., które jako pierwsze rozpoczęło transmisję audycji w języku arabskim, przygotowywanych z myślą o włoskich interesach w Afryce (SCALES 2016, s. 259). Minister poczt i telegrafów (PTT) w lipcu 1935 r. wystąpił do francuskiego Zgromadzenia Narodowego z apelem o sfinansowanie budowy odpowiednio mocnego masztu i stacji nadawczej, które pokryłyby sygnałem odległe obszary kolonii. Francuskie władze, mimo przychylności dla tego projektu, dopiero w 1936 r. poważnie zajęły się jego realizacją, gdy uświadomiły sobie, że arabskojęzyczne programy Radia Bari podsycają antykolonialne nastroje we francuskich terytoriach zależnych. Dopiero wiosną 1938 r. oddano do użytku nowy, 25-kilowatowy maszt fal krótkich, który zasilił transmisję radia kolonialnego,

w okresie przejściowym przemianowanego na Paris Ondes Courtes⁵, a ostatecznie na Paris-Mondial⁶. Podczas oficjalnej inauguracji rozgłośni, 16 sierpnia, otwierający ją minister PTT, Jean-Baptiste Lebas, mówił o tym, że „Republika Francuska posiada dzisiaj cudowny instrument, który pozwoli jej informować ludzi, niezależnie od odległości, w jakiej mogą być, o swojej polityce międzynarodowej, a to znaczy, o swoim silnym pragnieniu pokoju” (SCALES 2016, s. 259). Audycje nadawano po angielsku, arabsku, francusku, niemiecku i włosku. W 1939 r. stacja uruchomiła w Allouis kolejny nadajnik, o mocy 100 kW, dzięki któremu Paris-Mondial docierało w każdy zakątek globu. Zmiana nazwy radia z Le Poste Colonial na Paris-Mondial oznaczała symboliczną zmianę w myśleniu o zasięgu rozgłośni – odtąd miała docierać do wszystkich ludzi na świecie, a nie tylko francuskich obywateli za granicą (SCALES 2016, s. 260).

W latach trzydziestych i czterdziestych rozgłośnie radiowe dla zagranicy powstawały również w innych krajach: niektóre miały charakter państwowy, jak w INR/NIR w Belgii (1931 r.), Radio Tokio w Japonii (1935 r.), a także Radio dla Zagranicy w Polsce (1936 r.), inne należały do nadawców prywatnych, jak Radio Luxembourg w Europie czy też amerykańskie Radio KDKA oraz Radio Central. Powstawały ponadto międzynarodowe rozgłośnie o religijnym charakterze: przede wszystkim Radio Watykan (12.02.1931 r.), ale również chrześcijańska rozgłośnia misyjna HCJB w Quito, w Ekwadorze, utworzona w Wigilię 1931 r. przez Clarence’a W. Jonesa.

Radiowa nadawczość za pomocą fal krótkich przed II wojną światową przyjęła różne formy i cele. W USA fale krótkie wykorzystywano przede wszystkim na potrzeby krajowej radiofonii o rozrywkowym charakterze, co w przypadku tak rozległego terytorialnie państwa było ekonomicznie korzystniejsze niż nadawanie na falach średnich bądź długich, natomiast transmisje za granicę często podyktowane były komercyjnymi interesami reklamodawców (np. w Ameryce Środkowej), chociaż nie należy zapominać o rozgłośniach, dla których transmisje z zagranicy stały się ważnym elementem rozwoju stacji i miarą ich profesjonalizmu, jak w przypadku Columbia Broadcasting System (CBS), której reporter i korespondent zagraniczny Edward R. Murrow przeszedł do historii dziennikarstwa radiowego i później telewizyjnego. W krajach Europy fale krótkie eksploatowano z myślą o nadawczości międzynarodowej jako formie łączności z diasporą albo jako sposobie kształtowania

⁵ Paris Ondes Courtes, czyli „Paryż fale krótkie”, nazwa techniczna ze względu na wykorzystanie fal krótkich w nadawczości.

⁶ Paris-Mondial – „mondial” można tłumaczyć jako „światowy”, „globalny”, ale też „międzynarodowy”.

dobrych relacji z obywatelami innych państw, albo jako formie realizacji celów politycznych, głównie propagandowych. Nadawczość międzynarodowa najczęściej prowadzona była przez rządy, ale przypadki działalności prywatnych nadawców w tej dziedzinie nie należały do rzadkości, jednak miały charakter głównie rozrywkowy, prowadzony przez pasjonatów radia amatorskiego, a także przez dużych nadawców, jak wspomniane Radio Luxembourg czy Radio Nederlanden.

3.2. Wykorzystanie radia międzynarodowego podczas II wojny światowej

Okresem, w którym radio stało się szczególnie użyteczne jako narzędzie komunikowania międzynarodowego, przede wszystkim w formie propagandy, była II wojna światowa i czas tuż przed jej rozpoczęciem. Rolę radia w komunikowaniu międzynarodowym w sytuacji wojny podkreślał Harold N. GRAVES JR., pierwszy dyrektor (w latach 1941–1943) Foreign Broadcast Information Service, wydziału później włączonego do CIA, zajmującego się białym wywiadem (zob. WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2015). W swojej książce *War on the Short Wave* z 1941 r. Graves Jr. przywoływał słowa amerykańskiego komentatora radiowego, twierdzącego, że radio stanowi „czwarty front wojenny” – obok frontu ekonomicznego, dyplomatycznego i militarnego. Ale według Gravesa Jr. to za „czwarty front” należy uznać propagandę, w której rozpowszechnianiu istotny udział miało właśnie radio: „Radio poszerzyło pole walki na odległości dotąd niemożliwe do pokonania i uczyniło współczesny konflikt najbardziej rozgadaną wojną w historii” (GRAVES JR. 1941, s. 7). Graves Jr. podkreślał, że odbiorców wojennych programów radiowych można podzielić na cztery grupy: 1) państwa wrogie i ich obywatele, 2) państwa podbite przez wroga, 3) sojusznicy, 4) grupy neutralne lub niewalczące (GRAVES JR. 1941, s. 8). W przypadku wrogich państw zadaniem radia było dyskredytowanie ich działań wojennych, osłabianie morale wrogich żołnierzy i osłabianie poparcia obywateli tych państw oraz przekonanie ich, że ich klęska jest bliska. W państwach podbitych radio miało podtrzymywać obywateli na duchu, zniechęcać do popierania wroga i dodawać nadziei na oswobodzenie. Sojuszników audycje radiowe miały zachęcać do jeszcze bardziej zacieklej walki i przekonywać, że walczą o wspólną sprawę, natomiast narody niewalczące czy neutralne radio miało nakłaniać do włączenia się do wojny po „naszej” stronie lub przynajmniej do niepodejmowania działań, które będą

sprzeczne z „naszym” interesem (GRAVES JR. 1941, s. 16). Tę strategię komunikacyjną radia stosowały zarówno państwa Osi, jak i alianci.

W hitlerowskich Niemczech za dostarczanie informacji wojennych i propagandy odpowiedzialne było Ministerstwo Oświecenia Narodowego i Propagandy⁷, na którego czele stał Joseph Goebbels, natomiast Departamentem Radiofonii w rządzie III Rzeszy podczas wojny kierował dyrektor Hans Fritzsche. Funkcję redaktora naczelnego niemieckiej radiofonii (Reichrundfunkgesellschaft) (Reichssender) od 1935 r. do 1940 r. pełnił Eugen Hadamovsky. W przeddzień wojny w skład radiofonii niemieckiej wchodziło 12 głównych rozgłośni oraz 27 rozgłośni lokalnych, które od 9 lipca 1940 r. emitowały wspólny ogólnoniemiecki program radiowy *Reichsprogramm*. W jego ramach nadawano popołudniowe pasmo programowe *Deutschlandsender* (FIKUS 2018). Jednocześnie za informację i propagandę zewnętrzną odpowiedzialne było Ministerstwo Spraw Zagranicznych (Das Auswärtige Amt) z Joachimem von Ribbentropem na czele. Oba ministerstwa musiały z sobą współpracować w zakresie programów radiowych dla zagranicy, których produkcja podlegała nadzorowi ministerstwa Goebbelsa, ale za treści odpowiedzialne było ministerstwo Ribbentropa. To rozdwojenie kompetencyjne wymagało koordynacji działań, którą powierzono Fritzschemu z ramienia MONiP oraz Kurtowi Kiesingerowi z MSZ (FIKUS 2018).

Od momentu dojścia narodowych socjalistów do władzy celem ataków propagandowych stała się Wielka Brytania. W audycjach radia III Rzeszy (niem. Reichrundfunk, ang. Reichsradio) w latach 1933–1938 argumentowano, że elity Wielkiej Brytanii zawiązują koalicję przeciw III Rzeszy. Poprzez serwisy wiadomości, przygotowywane przez agencję informacyjną *Dratlohse Dienst*, kierowaną wówczas przez Fritzscheho, tworzono wymyślony obraz zdarzeń w Europie (WOOD 1994; FIKUS 2018). Ponieważ Niemcy były radiofoniczną potęgą w dziedzinie zagranicznych transmisji na falach krótkich, niemiecka propaganda była rozpowszechniana na wszystkie kontynenty. W 1938 r. na falach rozgłośni w Hamburgu (Radio Hamburg) Niemcy rozpoczęły transmisje do Wielkiej Brytanii audycji w języku angielskim *Germany Calling*. Rozgłoszenia działała w ramach sieci German Broadcasting Stations for Europe. W sieci powołana została Sekcja Europejska (European Section), której zadaniem było przygotowywanie audycji dla poszczególnych krajów, stanowiących cel militarny bądź polityczny Hitlera (LUCAS 2010). Nachalna

⁷ Przedwojenna propaganda w III Rzeszy stała się przedmiotem wielu analiz historycznych, socjologicznych, politologicznych czy komunikologicznych; zob. FIKUS 2018; KRÓL 1999; NEWCOURT-NOWODWORSKI 2008; PRATKANIS, ARONSON 2008; WOŁOSZYN, red., 2015; WOOD 1994; WUILLÈME 2007. Szczegółowe omówienie działania radiofonii III Rzeszy znaleźć można w najnowszej książce: FIKUS 2018.

propaganda oraz akcent, z jakim niemieccy anonsery wypowiadali treści po angielsku, doprowadzały Anglików do śmiechu. We wrześniu 1939 r. do pracy przy mikrofonie zatrudniono więc Amerykanina irlandzkiego pochodzenia o faszystowskich poglądach, Williama Joyce'a. Wzorując się na słowach brytyjskiego dziennikarza Jonaha Barringtona z "Daily Express" (WOOD 1994, s. 68), słuchacze brytyjscy żartobliwie zaczęli określać Joyce'a przydomkiem „Lord Haw-Haw” („Lord Rechot”⁸). Audycje Joyce'a prowadzone bezbłędną angielszczyzną, ale i charakterystycznym metaliczno-gardłowym głosem przyciągały uwagę i cieszyły się popularnością, więc przezwisko „Lord Haw-Haw” przyłgnęło do niego na stałe. Jego popularność już po wybuchu wojny wynikała także z tego, że przekazywał relacje z walk wojennych, najczęściej przedstawiając je dużo wcześniej niż robiono to w Radiu BBC, co czyniło go wiarygodnym w oczach Brytyjczyków. Według relacji z czasów wojny Lord Haw-Haw nie tylko prezentował informacje i komentarze, ale produkował również wiele programów o charakterze rozrywkowym, takich jak skecze radiowe, opisujące Anglików jako zarozumiałych, nadętych i apodyktycznych, emitował ponadto krótkie słuchowiska, afirmujące życie w Berlinie, transmitował żarty kabaretowe ze znanych amerykańskich scen muzycznych, przerobione według własnych pomysłów, a całość wzbogacał atrakcyjną muzyką. Propaganda stosowana przez Joyce'a była subtelna, uderzała w czułe punkty Anglików, dzięki jej użyciu próbował antagonizować różne grupy społeczne, a jako głównego sprawcę wojennych kłopotów wskazywał brytyjskich rządzących. Oskarżał ich o wzrost cen żywności, produktów pierwszej potrzeby oraz kłopoty z zaopatrzeniem, jakie dotykały zwykłych obywateli; nawet niską frekwencję w kościołach przypisywał władzom; a brytyjskich przedstawicieli Partii Liberalnej i Partii Pracy obwiniał o bierność i prowokował, twierdząc, że jedyną realną opozycję przeciw konserwatywnemu rządowi stanowią związki zawodowe. Elity rządzące nazywał plutokracją i oskarżał je o pobieranie zawyżonych diet, co miało być przyczyną złej kondycji finansowej niższych warstw społecznych. Przekonywał w audycjach, że Anglia, jaką znali jej obywatele, była tylko iluzją, że Wielka Brytania stosowała finansową tyranie pod fasadą demokracji. Dowodził, że „Szczęśliwi i zadowoleni ludzie – w Anglii czy gdziekolwiek – są lepszymi sąsiadami niż naród rządzony przez gang plutokratów, którego główną aktywnością jest nieustanne wtrącanie się do spraw międzynarodowych” (GRAVES JR. 1941, s. 28).

⁸ Słowo „haw” można tłumaczyć m.in. jako „rechot”, określenie związane było z gardłowym odgłosem, jaki słyszalny był w eterze podczas wystąpień W. Joyce'a. Anglikom połączenie twardego niemieckiego akcentu z językiem angielskim kojarzyło się z rechotem właśnie i stało się powodem żartów. W Polsce pseudonim tej postaci niekiedy zapisywano w spolszczonej, fonicznej formie „Lord Hau-Hau”.

Joyce sugerował, że główny wysiłek Anglii powinien koncentrować się na przywróceniu pokoju, aby móc dokonać wewnętrznych reform. Obywateli nakłaniał do organizowania się i wywierania nacisków na rząd, aby wycofał się z wojny. Audycje wzbudzały zainteresowanie angielskich słuchaczy i szacuje się, że wiosną 1940 r. blisko połowa odbiorników radiowych w Wielkiej Brytanii była przynajmniej raz dziennie nastawiona na częstotliwości Radia Hamburg, na odbiór audycji Joyce'a (GRAVES JR. 1941, s. 26). Programy Lorda Haw-Haw nadawane były także przez inne rozgłośnie kontrolowane wówczas przez nazistów, m.in. ze studia Charlottenburg w Berlinie, z Bremen, z Zeesen, czy w późniejszym czasie przez Radio Luxembourg. Po wtargnięciu hitlerowców do Norwegii i Danii, wypowiedzi Lorda Haw-Haw, dotąd dość subtelne, stały się bardziej napastliwe, miały wywołać strach przed siłą militarną Niemiec, pojawiły się w nich groźby bezpośredniej inwazji hitlerowców na Wielką Brytanię; spiker zmienił także intonację, przechodząc z mówienia w krzyk. Wyraźnie zmieniła się także argumentacja stosowana w audycjach: nie chodziło już o sprawiedliwość społeczną czy pokój z Niemcami, lecz o poddanie się Anglików na warunkach niemieckich. Lord Haw-Haw wykrzykiwał w audycjach: „Zostaliście sami!”, „Wasza strategiczna pozycja jest beznadziejna!”, „Jesteście na tonącym okręcie!” (GRAVES JR. 1941, s. 29). Klęska Francji dodała pewności hitlerowcom, a Joyce stał się jeszcze bardziej dosadny, audycje przestały mieć charakter rozrywkowy, stały się dużo poważniejsze. Przekonywał w nich, że czas Brytyjczyków na kapitulację ostatecznie minął, a nastał czas całkowitej klęski. Zalecał jedyne słuszne rozwiązanie tej sytuacji – odsunięcie rządu od władzy: „Ponieważ oficjalne głosy Anglii proszą nie o pokój, lecz o destrukcję, to destrukcja będzie zapewniona. Będziecie cierpieć na skutek konsekwencji przygotowanych dla was przez ludzi, którzy zamierzają zostawić was własnemu losowi” (GRAVES JR. 1941, s. 29). Jednak w tym czasie skuteczność Joyce'a wyraźnie zmalała, ponieważ Brytyjczycy znienacka przestali słuchać jego audycji. Uważa się, że zaważyły na tym trzy czynniki: audycje już nie bawiły, stały się bardziej agresywne i natarczywe; wojna przestała być „dziwną wojną” i słuchanie Joyce'a – traktowanego jako wrogiego agenta – nie było już dobrze postrzegane; do władzy doszedł Winston Churchill, którego darzono powszechnym zaufaniem, a audycje godziły w jego autorytet (GRAVES JR. 1941, s. 30).

Joyce swoją propagandą naraził się rządowi brytyjskiemu, który postrzegał go jako jednego z najniebezpieczniejszych wrogów, oskarżył o zdradę państwa i nakazał jego aresztowanie. Prawie do końca wojny Joyce'owi udawało się prowadzić programy. Dopiero po nadaniu ostatniego z nich – 30 kwietnia 1945 r. – uciekł i osiedlił się wraz z drugą żoną Margaret Cairns Joyce, także spikerką radiową, we Flens-

burgu, nieopodal niemiecko-duńskiej granicy. Ostatecznie odnaleziono go i aresztowano już po kapitulacji Niemiec, w maju 1945 r. Został osadzony w areszcie w Hamburgu, a następnie przewieziony na Wyspy Brytyjskie. Po trzydniowym procesie o zdradę państwa został skazany na karę śmierci przez powieszenie, którą wykonano 3 stycznia 1946 r. w więzieniu Wandsworth. William Joyce był ostatnim obywatelem brytyjskim skazanym na karę śmierci za zdradę państwa.

Innym brytyjskim spikerem, działającym na rzecz Rzeszy, był Norman Baille-Stewart, brytyjski oficer, który w latach trzydziestych z powodu miłości do Niemki rozpoczął działalność szpiegowską na rzecz III Rzeszy. W 1933 r. został pojmany przez Brytyjczyków i ukarany za zdradę więzieniem⁹, z którego zwolniono go w 1937 r. Opuścił Anglię i po pobycie w Wiedniu i Bratysławie, na skutek zrzędzenia losu i za sprawą koneksji towarzyskich, został w 1939 r. zwerbowany do Sekcji Europejskiej Radia Rzeszy, gdzie zadebiutował w programie *Germany Calling*, a po krótkiej przerwie w prowadzeniu audycji ponownie od 1942 r. był ich gospodarzem jako „Lancer” dla Radia Rzeszy i Radia Luxembourg. W 1945 r. został aresztowany podczas pobytu w Austrii, a po przewiezieniu do Wielkiej Brytanii stanął przed brytyjskim sądem oskarżony o zdradę państwa. Ostatecznie, uznając małą szkodliwość jego audycji, zamieniono oskarżenie o zdradę na zarzut współpracy z wrogiem i skazano na pięć lat więzienia (LUCAS 2010, s. 87).

Kolejnym spikerem nadającym w Sekcji Europejskiej, a później także w Sekcji Północnoamerykańskiej, był Amerykanin Robert H. Best, który jeszcze przed II wojną światową wyjechał do Europy dzięki studenckiemu stypendium Pulitzera. Przebywał w różnych europejskich stolicach, ostatecznie osiedlając się w Wiedniu, a po zakończonym stypendium, aby móc pozostać w Europie, pracował jako wiedeński korespondent, m.in. dla United Press (UO), a także regionalnych wydań „Gazette” (Westminster), „The Guardian” i „Daily Express” (Manchester), „Evening Post” (New York), „Chicago Tribune”, „Daily News”, „Time”, i „Newsweek” (Chicago) oraz współpracował z Radiem Vienna. Po przystąpieniu USA do wojny Best, jak wielu amerykańskich reporterów, został internowany w więzieniu Bad Nauheim, gdzie zadeklarował chęć pracy na rzecz hitlerowskich Niemiec. Zbiegło się to w czasie z intensywnymi poszukiwaniami anglojęzycznych spikerów na potrzeby hitlerowskiej propagandy radiowej. W połowie marca 1942 r. Besta zatrudniono w Radiu Berlin, w którym pod pseudonimem „Mr. Guess Who” rozpoczął prowadzenie programu *Best Berlin Broadcast* dla Sekcji Europejskiej Radia Rzeszy

⁹ Zyskał rozgłos pod przydomkiem „The Officer in the Tower”, ponieważ jako ostatni spośród obywateli Wielkiej Brytanii odbywał karę w Tower of London.

(niem. Reichrundfunk, ang. Reichsradio). Programy Sekcji Europejskiej Radia Berlin nadawano ze stacji nadawczej w Bremen; stamtąd swoje programy emitowali także Mildred Gillars, znana później jako Axis Sally, z którą Best współpracował, czy Lord Haw-Haw (LUCAS 2010, s. 86–87). W audycjach Best patetycznym tonem przekonywał, że *funny Frankie* (zabawny Frankie), czyli prezydent USA Franklin Delano Roosevelt, dał się wystrychnąć na dudka amerykańskim Żydom, którzy dbają tylko o własne interesy; pomstował na semickie przejęcie łóż masonskich w USA (sam Best był masonem trzydziestego drugiego stopnia), a także rozpowszechniał makabryczne opowieści o sowieckim kanibalizmie na froncie wschodnim (EDWARDS 1991, s. 109). Best w lipcu 1942 r. ożenił się z austriacką nazistką Erną Maurer. Po powrocie z podróży poślubnej zaatakował w audycjach jeszcze mocniej. Pouczał m.in.: „Wybierzcie mnie do Kongresu jako waszego zbuntowanego kandydata. Wtedy zrobię, co w mojej mocy, aby osiągnąć pokój, zanim Ameryka całkowicie popadnie w stan chaosu i żydowskiego niewolnictwa” (EDWARDS 1991, s. 110). Mawiał też, że każdy dziennikarz zagraniczny powinien być „żołnierzem propagandy”, a samego siebie nazywał „budzikiem uśpionej świadomości Ameryki”. Best i Gillars, równolegle pracujący dla Sekcji Europejskiej i Sekcji Amerykańskiej (USA Zone), prowadzili kilka programów na zmianę, m.in. *Home Sweet Home* czy *Morocco Sendung*, jednak ich współpraca nie układała się najlepiej, co doprowadziło, dzięki koneksjom Axis Sally, do usunięcia Besta z obu programów. Nadal pozostawał głównym spikerem programu *Best Berlin Broadcast*. Best odbierany był jako trudny w relacjach ze współpracownikami, ponieważ w swojej nadgorliwości odmawiał umieszczenia w swoich audycjach jakichkolwiek elementów rozrywkowych, twierdząc, że ma zbyt ważną misję do spełnienia, a ponadto okazywał – według nich – nonszalancką obojętność wobec spraw finansowych, którą uważali za nieszczerą (EDWARDS 1991, s. 111). Wzmoczone naloty bombowe na Niemcy wiosną 1943 r., które doprowadziły m.in. do zniszczenia domu Besta, podsumował stwierdzeniem, że nie martwią go, gdyż działają jak orzeźwienie i jedynie przyspieszają zwycięstwo „Nowego Porządku”, a radość słuchaczy „judeokratów z USA” jest przedwczesna. Nawet doniesienia z amerykańskich gazet o planowanym postawieniu jego oraz innych amerykańskich radiowców w stan oskarżenia o zdradę państwa, sprowokowały z jego strony kpiny: „nie tylko Departament Sprawiedliwości USA jest bezsilny, żeby mnie aresztować, ale i w całej Ameryce nie znajdzie się kat zdolny zabić człowieka, który poświęcił swoje życie, by uchronić Amerykę przed Żydami” (EDWARDS 1991, s. 111), gdy zaś akt oskarżenia stał się faktem, ogłosił na antenie, że to taktyka Roosevelta, stosowana, żeby uzasadnić swój start w wyborach

prezydenckich (EDWARDS 1991, s. 111). W tamtym czasie Best przebywał z żoną w Wiedniu, gdzie z wyprzedzeniem przygotowywał audycje, które następnie nadawano ze studia w Berlinie. Po lądowaniu aliantów w Normandii w czerwcu 1944 r. spiker stracił nieco pewność siebie, jednak i wówczas, w obliczu możliwej klęski, straszyl śmiertelnościami rakietami V1 i V2, które miały przynieść ostateczną zagładę Wielkiej Brytanii, Europy, a na koniec Stanom Zjednoczonym. Aby wzmocnić efekt zastraszenia tajną bronią Hitlera, nadał w jednej z audycji reportaż z inspekcji w fabrykach zbrojeniowych III Rzeszy (EDWARDS 1991, s. 112). Nieudana batalia aliantów pod Arnhem (operacja „Market-Garden”) stała się pretekstem do wychwalania przenikliwości Hitlera, natomiast dla Amerykanów miała być ostrzeżeniem. Argumentował też, że odbicie Warszawy z rąk Niemców przez Armię Czerwoną 17 stycznia 1945 r. powinno stać się dla rządu USA sygnałem, że najlepiej pozwolić Europie „podążać za jej własnym przeznaczeniem” (EDWARDS 1991, s. 112). Natomiast Hitlera wskazywał jako jedyne, który może poskromić „bolszewicką bestię”, a Niemcy jako jedyne, z którymi Ameryka może na równi wymieniać dobra materialne i kulturowe. W kwietniu 1945 r., po zajęciu Wiednia przez wojska sowieckie, Best uciekł z żoną na jej rodzinną farmę w Villach (w Austrii). Został tam odnaleziony i aresztowany przez brytyjską służbę bezpieczeństwa 10 lutego 1946 r., a następnie przekazany władzom amerykańskim, które internowały go w obozie Camp Marcus Orr, niedaleko Salzburga. Po dziesięciu miesiącach został odesłany, wraz z innym radiowcem oskarżonym o zdradę – Douglasem Chandlerem, do Stanów Zjednoczonych.

Naziści, zachęceni sukcesem Sekcji Europejskiej (Brytyjskiej) i Lorda Haw-Haw, powołali Sekcję Zamorską (Overseas Section) i w jej ramach utworzyli redakcję o nazwie „USA Zone” (czasem nazywaną także Strefą Północnoamerykańską). Przygotowywano w niej audycje nadawane na terytorium USA, przeznaczone dla słuchaczy amerykańskich. Specjalizowało się w tym właśnie Radio Berlin, które już od 1 kwietnia 1933 r. prowadziło transmisje do Stanów Zjednoczonych. Rozgłośnia w 1939 r. nadawała 9,5 godz. programów dziennie, a w październiku 1939 r., tuż po agresji hitlerowskich Niemiec na Polskę, zwiększyła czas trwania audycji do 11 godz. dziennie, aby ostatecznie nadawać je przez całą dobę. Audycje według założenia prowadzili Amerykanie o niemieckich korzeniach. Pierwszym, którego zatrudniono w redakcji Radia Berlin jeszcze przed II wojną światową, był historyk odbywający staż doktorski na Uniwersytecie Berlińskim, Fred W. Kaltenbach (*The Kaltenbachs...*; LAURIE 1994); został kierownikiem Sekcji Północnoamerykańskiej rozgłośni. Niemcy nadali mu przydomek „Lord Hee-Haw”, jako amerykański odpowiednik nadającego do Brytyjczyków Lorda Haw-Haw. Pod koniec

1939 r. dołączył do niego Edward Leo Delaney, posługujący się pseudonimem „E.D. Ward”, były aktor i autor prostych opowiadań. Jednak zwierzchnicy Kaltenbacha nie byli w pełni zadowoleni ze spikerów, których lekko wyczuwalny niemiecki akcent zdradzał przed amerykańskimi słuchaczami i osłabiał ich wiarygodność jako „prawdziwych” Amerykanów (LUCAS 2010, s. 69). Wkrótce do zespołu zwerbowano dr. Maxa Otto Koischwitza, wykładowcę college’u w Nowym Jorku, który po wydaleniu z uczelni za sympatie prohitlerowskie we wrześniu 1939 r. wyjechał z USA i osiedlił się z żoną i trzema córkami w Berlinie. Koischwitz przybrał pseudonim „Mr. O.K.”. Prowadził programy *The College Hour*, *O.K. Speaks* oraz inne, o pseudoedukacyjnym charakterze (LUCAS 2010, s. 76). W drugiej połowie 1940 r. do sekcji przydzielono również Amerykankę pochodzącą z Maine – Mildred Gillars, niespełnioną aktorkę. Gillars z niemieckim radiem związana była od 6 maja 1940 r., kiedy rozpoczęła pracę w Sekcji Brytyjskiej, wchodzącej w skład Redakcji Europejskiej Radia Berlin, prowadząc własną audycję muzyczno-kulturalną, jako disc jockey (DJ) o pseudonimie „Midge”.

Radio Berlin emitowało 5 biuletynów informacyjnych i 8 audycji publicystycznych dziennie w języku angielskim (GRAVES JR. 1941, s. 33). Ponieważ w USA znajdowała się liczna grupa imigrantów niemieckiego pochodzenia, dlatego nadawano 4 serwisy informacyjne i 2 audycje publicystyczne w ciągu dnia w języku niemieckim. Głównym zadaniem spikerów było przekonanie obywateli amerykańskich, że Stany Zjednoczone powinny zachować neutralność i nie przystępować do wojny, ale też nie pomagać aliantom w zakresie dostaw broni czy zaopatrzenia. Odwoływali się do zadawnionych sporów amerykańsko-brytyjskich, twierdząc, że Amerykanie niczego nie zawdzięczają Brytyjczykom. Kaltenbach prowadził programy *Letters to Iowa*¹⁰, które rozpoczynał od słów „Dear Harry”, jakby czytał listy wysłane do przyjaciela; ponadto prowadził programy *German Contributions to Making America*, *Jim and Johnny*, *Military Review* oraz *Fritz and Fred*. W audycjach pytał: „Co takiego Anglia kiedykolwiek zrobiła, by zasłużyć na amerykańską pomoc?” (GRAVES JR. 1941, s. 34). Przekonywał, że Anglia chyli się ku upadkowi, osamotniona w Europie, próbując pociągnąć za sobą na dno Amerykę i „wzywa Boga i Stany Zjednoczone w swojej ostatniej godzinie” (GRAVES JR. 1941, s. 35). W 1944 r. mówił do słuchaczy, że zachodnie narody Europy i Amerykanie, spokrewnieni genetycznie, toczą bezsensowną krucjatę przeciwko Niemcom i walczą z sobą we Włoszech,

¹⁰ F.W. Kaltenbach pochodził z Iowa. Jego audycje miały formę listów do autentycznego przyjaciela z czasów szkolnych Harry’ego Hagemanna, chociaż ten o tym nie wiedział i nie podzielał nazistowskich sympatii Kaltenbacha.

podczas gdy ich wspólny wróg – Związek Radziecki – oraz jego hordy „pukają do wrót Europy Zachodniej” (EDWARDS 1991, s. 15).

Propaganda miała także charakter antysemicki; spikerzy dowodzili, że ponieważ rząd brytyjski jest zdominowany przez osoby pochodzenia żydowskiego, to wpływają one na ich religijnych współbraci w USA, którzy w efekcie naciskają na udział Ameryki w interwencji zbrojnej przeciwko Niemcom. Jednocześnie państwo niemieckie było przedstawiane jako kraj kultury i dobrej muzyki, którego przywódcy muszą bić się o Niemcy, tak jak niegdyś Jerzy Waszyngton o Amerykę.

Analiza treści przekazów prowadzona jeszcze w tamtym okresie wyraźnie uwydatnia zmianę stosowanej argumentacji. W okresie od stycznia do maja 1940 r. (przed zajęciem Danii, Norwegii, Holandii, Belgii i Luksemburga) argumenty opierające się na krytyce wobec Wielkiej Brytanii stanowiły 38%, na krytyce wobec USA – 20%, na pochwalę Niemiec – 20,5%, na pochwalę amerykańskiego izolacjonizmu – 21,5%. W okresie od maja do września 1940 r. (po podbiciu Danii, Norwegii, Holandii, Belgii i Luksemburga) te proporcje uległy zmianie. Wówczas krytyka wobec Wielkiej Brytanii stanowiła 24%, krytyka wobec USA – 43%, pochwała Niemiec – 15%, a pochwała amerykańskiego izolacjonizmu – 18% (GRAVES JR. 1941, s. 37).

Na początku 1941 r. jeden ze spikerów Sekcji Północnoamerykańskiej zapowiedział, że jeśli słuchacze z USA wyślą telegrafem swoje opinie i wskazówki dla redakcji, w jaki sposób należy ulepszyć audycje nadawane do USA, przekazy zawierające powyżej 25 słów będą opłacone przez Ministerstwo Propagandy Niemiec. Odzew słuchaczy był spory, jednak skuteczność wątpliwa, część korespondencji bowiem zawierała słowa dezaprobaty wobec Radia Berlin, a nawet inwektywy (GRAVES JR. 1941, s. 32). W propagandzie skierowanej do Amerykanów specjalizowała się Gillars, która negatywną sławę zyskała pod przydomkiem „Axis Sally”, nadanym jej przez amerykańskich słuchaczy. Gillars, nadal z sukcesem pracując w Sekcji Brytyjskiej Radia Berlin, od 1940 r. równocześnie prowadziła dla Amerykanów audycję muzyczno-rozrywkową *Club of Notions*. Na potrzeby audycji spikerce przydzielono na stałe zespół muzyczny Lutz Templin Orchestra. Ponadto w audycji występowały na żywo różne zespoły big-bandowe, cieszące się dużą popularnością za oceanem. Gillars grała również w nadawanej w odcinkach sztuce radiowej *Dr. Anders and Little Margaret*, napisanej przez Koischwitsza, który wówczas już nie tylko był spikerem USA Zone, ale także funkcjonariuszem Ministerstwa Spraw Zagranicznych III Rzeszy, pozostającym w bliskich relacjach z Ribbentropem.

Koischwitz w lutym 1942 r. został szefem działu politycznego w USA Zone i rozpoczął zmiany programowe w radiu, aby wzmocnić jego propagandowe funkcje. Rozrywkowy program Gillars *Club of Notions* prze-

kształcono w audycję wojenną – nadal o lekkim charakterze – *Smiling Through*. Kierowano ją zarówno do amerykańskich żołnierzy, którzy od czasu przyłączenia się USA do wojny byli rozsiani na wielu kontynentach, jak i do wciąż obecnych w Niemczech amerykańskich obywateli. Ponieważ w grupie tej było wiele kobiet, uznano, że audycja powinna zawierać treści kulturalne i rozrywkowe. W grudniu 1942 r. Koischwitz¹¹ pod wpływem przystąpienia USA do wojny i tę audycję przeformatował na program o bardziej propagandowym zabarwieniu pt. *Home Sweet Home* – tym razem głównie przeznaczony dla amerykańskich żołnierzy. Zwracając się do nich słowami „Hello, gang”¹², Gillars miała rozbudzać w nich tęsknotę za domem, wywoływać obawy przed walkami na froncie, ale także lęki przed opuszczeniem lub zdradą przez pozostawione w ojczyźnie żony i narzeczone; co więcej – używając uwodzicielskiego głosu – miała rozniecać w żołnierzach pożądanie i poczucie niezaspokojenia. Axis Sally odwiedzała jeńców wojennych pojmanych przez nazistów, a następnie opowiadała o nich w programach, głównie w świątecznych odcinkach, demotywując ich współtowarzyszy broni do walki i oporu (LUCAS 2010, s. 100). Gillars prowadziła także audycję *Morocco Calling*, dla amerykańskich żołnierzy walczących w Afryce Północnej. W marcu 1943 r. została obsadzona jako jedna z prowadzących w serii audycji pt. *Seven at the Mike*, przeznaczonych dla amerykańskich matek i żon żołnierzy. W cyklu tym różne kobiety, w tym także żona Joyce’a (Lorda Haw-Haw) – Margaret Cairns Joyce, wcielające się w role członkiń jednej rodziny, dyskutowały o społecznym i kulturalnym wymiarze wojennej codzienności w Niemczech. Koischwitz do celów propagandowych wykorzystał nawet swoje trzy córki, które brały udział w audycjach do kwietnia, do ich ewakuacji z powodu bombardowań Berlina. Wówczas centralną postacią audycji, przemianowanej na *Midge at the Mike*, stała się Axis Sally. Nadal prowadziła rozmowy z żonami, matkami i narzeczonymi amerykańskich żołnierzy na temat wojny, aktualnej sytuacji politycznej, „zbrodniczych działań” Franklina D. Roosevelta i jego „żydowskich doradców” (LUCAS 2010, s. 93). Latem 1943 r. Gillars ostatecznie odeszła z Sekcji Brytyjskiej, by całkowicie poświęcić się propagandowej pracy dla Sekcji Północnoamerykańskiej. Dzięki wstawiennictwu Koischwitza miała dostęp do amerykańskiej prasy, zakazanej pod groźbą śmierci nie tylko w radiu, ale i w całych nazistowskich Niemczech. Informacje prosto z USA

¹¹ W tym czasie rozpoczęła się relacja intymna Mildred Gillars i Maxa O. Koischwitz’a, która istotnie wpływała na ich relacje zawodowe i pozycję Gillars w radiu (LUCAS 2010).

¹² Słowo „gang” w języku angielskim w żargonie wojskowym oznacza żołnierzy poborowych, najczęściej w stopniach niższych rangą, głównie szeregowych.

przetwarzała na propagandowe hasła, sprawiając tym samym wrażenie dobrze poinformowanej i wiarygodnej. Przez dłuższy czas omijała ją także kontrola cenzorska, rzecz wówczas nie do pomyślenia; ostatecznie została nią objęta i jej scenariusze poddawano cenzurze prewencyjnej¹³, jak scenariusze pozostałych spikerów.

Nawet jej antysemickie wypowiedzi nie wywoływały tak dużego odzewu w kraju, mimo że wyznawcy judaizmu stanowili przecież istotną część jego populacji, jak pełne okrucieństwa doniesienia opisujące losy amerykańskich żołnierzy na frontach II wojny światowej. Do niechęci żołnierzy USA wobec spikerki przyczyniły się jej opowieści, nadawane w słuchowisku *Vision of Invasion*, którego emisję rozpoczęto kilka tygodni przed inwazją aliantów w Normandii i kontynuowano podczas jej trwania. Roztaczała w nich krwawe wizje niechybnej śmierci żołnierzy, imitowała głos matki oplakującej śmierć syna, opowiadała o zatopionych okrętach czy łodziach podwodnych i tonących marynarzach atakowanych przez niemieckie U-Booty (WOOD 1992). W lipcu i sierpniu 1944 r. audycję przemianowano na cotygodniowy cykl *Survivors of the Invasion Front*, w której emitowano rozmowy z amerykańskimi jeńcami wojennymi schwytanymi po inwazji w Normandii, które Axis Sally przeprowadzała w obozie jenieckim w Chartres. W podróżach do Francji spikerce towarzyszyło dwóch techników radiowych i wielokrotnie Max O. Koischwitz (LUCAS 2010, s. 100). Jej rozmówcy opowiadali później¹⁴, że przeważnie nie podawała swojego nazwiska, najczęściej przedstawiała się jako działaczka Międzynarodowego Czerwonego Krzyża, obiecując paczki z żywnością w zamian za rozmowę. Ponadto nagrywała ich słowa skierowane do rodzin i zapewniała o przekazaniu nagrań bliskim. Zadawała rozmówcom pytania, m.in. o co walczą, jak by się czuli, gdyby byli w domu oraz czy sądzą, że Ameryka wygra wojnę; nie szczędziła im krytyki za udział w walkach, nazywała „głupcami” za przyłączenie się do wojny przeciw nazistom, zamiast wspierać ich w walce z bolszewikami. Mildred Gillars do końca wojny pracowała w rozgłośni berlińskiej.

Trudno jednoznacznie ocenić skuteczność propagandy Radia Berlin. Uważa się, że słuchaczy w USA nie było zbyt wielu, a ponadto nic nie wskazywało na to, aby Radio skutecznie na nich oddziaływało

¹³ Cenzurę naziści traktowali bardzo poważnie, wystarczy podać przykład Karla Schottego, kierownika Sekcji Zamorskiej Radia Berlin, który w sierpniu 1943 r. został zesłany do obozu koncentracyjnego za dopuszczenie do emisji dwóch linijek tekstu ze scenariusza audycji, które nie spodobały się Goebbelsowi i von Ribbentropowi. Po kilku miesiącach został zwolniony i wrócił do Radia Berlin, ale już do działu audycji rozrywkowych (LUCAS 2010, s. 95–96).

¹⁴ Ich zeznania wykorzystano podczas procesu wytoczonego przez Departament Stanu przeciwko Mildred Gillars o zdradę państwa. Byli to m.in. Clarence Gale, kpr. Donald Rutter, kpr. Michael Evanick czy Carl Zimmerman (LUCAS 2010).

(GRAVES JR. 1941, s. 38). Jednocześnie amerykańscy spikerzy pracujący dla niemieckich (i włoskich) rozgłośni tak bardzo narazili się swoimi audycjami władzom USA, że 26 lipca 1943 r. zaocznie (*in absentia*) Departament Sprawiedliwości postawił ich w stan oskarżenia za zdradę państwa. Na liście oskarżonych znalazło się ośmioro obywateli amerykańskich: Frederick W. Kaltenbach, Max Otto Koischwitz, Robert H. Best, Edward Leo Delaney, Douglas Chandler, Constance Drexel, Jane Anderson oraz Ezra Pound, amerykański poeta, pracujący w Radiu Roma we Włoszech (LUCAS 2010, s. 98). Wśród oskarżonych nie widniało nazwisko Mildred Gillars, ponieważ w tamtym czasie nadal weryfikowano jej tożsamość.

Fred W. Kaltenbach został schwytany przez oddział rosyjskiej armii 14 lipca 1945 r. i osadzony w obozie jenieckim niedaleko Frankfurtu nad Odrą. Amerykanie podjęli negocjacje z Sowietami o wymianę Kaltenbacha na dwóch esesmańskich strażników, ale sowieckie służby specjalne odmówiły z nieznanych powodów, po czym całkowicie zerwały rozmowy. W czerwcu 1946 r. Moskwa poinformowała Waszyngton, że więzień rzeczywiście znajduje się w areszcie i że wkrótce zostanie oddany władzom USA, jednak Kaltenbach już wtedy nie żył; zmarł rzekomo z przyczyn naturalnych w październiku 1945 r. Nigdy nie wyjaśniono, co motywowało Sowietów do takiej postawy (EDWARDS 1991, s. 15). Robert H. Best po przetransportowaniu do USA, ostatecznie 4 stycznia 1947 r. trafił do więzienia East Cambridge w Bostonie. Na pierwszej rozprawie sądowej zadeklarował, że nie potrzebuje obrońcy, ponieważ swoją sprawę zawierzył Świętej Trójcy, co sprawiło, że poddany został blisko rocznej obserwacji psychiatrycznej. Stał ponownie przed sądem 29 marca 1948 r. i po kilkunastodniowym procesie, w którym zeznawali m.in. jego byli przełożeni z Radia Berlin, a linią jego obrony było twierdzenie, że swoimi audycjami zwalczał groźbę rozprzestrzeniania się komunizmu w USA, 16 kwietnia został uznany za winnego zdrady państwa i skazany na karę dożywotniego więzienia oraz grzywnę w wysokości 10 tys. dolarów. Mimo podejmowanych prób apelacji, pozostał w więzieniu do swojej śmierci 16 grudnia 1952 r. (EDWARDS 1991, s. 113–114). Axis Sally po wojnie została pojmana, osądzona i 10 marca 1949 r. skazana na wyrok od dziesięciu do trzydziestu lat więzienia, w którym spędziła dwanaście lat. Po uwolnieniu w czerwcu 1961 r. pracowała jako przedszkolanka; zmarła w 1988 r. (WOOD 1992, s. 94).

Propaganda nazistowska rozpowszechniania była również na terytorium Francji, gdzie nadawano programy od 1939 r. z Frankfurtu, Kolonii, Saarbrücken i ze Stuttgartu. W historii zapisały się szczególnie audycje nadawane przez Radio-Stuttgart, emitujące programy w języku francuskim i angielskim. Najbardziej znanym prezenterem rozgłośni stał

się francuski kolaborant Paul Ferdonnet, który tuż po rozpoczęciu wojny uciekł do Niemiec, aby służyć nazistom. W audycjach przekonywał, że jest francuskim patriotą pragnącym otworzyć rodakom oczy na błędne działania rządu premiera Édouarda Daladiera, który niepotrzebnie przystąpił do wojny z Niemcami i związał się sojuszem z Brytyjczykami. Ferdonnet działał w kilkusobowym zespole redakcyjnym, w którym wyróżniał się także André Obrecht, podobnie jak Ferdonnet, z pochodzenia Francuz. Jeszcze przed wybuchem wojny w swoich audycjach przekonywali oni, że nie warto wstawiać się w obronie Gdańska i angażować się po polskiej stronie konfliktu (GRAVES Jr. 1941, s. 22). Po włączeniu się Francji do wojny opowiadali, że podczas gdy francuscy żołnierze tkwią na linii Maginota i narażają życie, brytyjscy żołnierze zabawiają się w Paryżu. Ułożyli nawet hasło: „Brytyjczycy dostarczają maszyny, Francuzi dostarczają torsów” (EDWARDS 1991, s. 5), co miało poróżnić sojuszników i skierować złość ludności cywilnej przeciw Wielkiej Brytanii. Obaj stali się symbolem czarnej propagandy, a francuska prasa i radio szybko okrzyknęły ich „zdrajcami ze Stuttgartu” (SCALES 2016, s. 264–265). Póki trwała „śmieszna wojna”, Francuzi słuchali rozgłośni niemieckich, tam znajdując doniesienia z frontu i na temat sytuacji międzynarodowej, które często pomijano w radiostacjach francuskich, koncentrujących się na nadawaniu programów rozrywkowych i muzycznych, jednocześnie stroniąc od tematyki politycznej. Zarzucano im brak wyrazistości politycznej, zdecydowanej reakcji na propagandę hitlerowską, zbytnią miałość i monotonię tematyczną, które miały wpływać na podatność Francuzów na agitację niemiecką (DUVAL 1979, s. 324).

W czerwcu 1940 r. Niemcy przejęli Radio Luxembourg, najmocniejszą stację nadawczą tamtych czasów, posiadającą 50% słuchalności w Europie, co można było przeliczyć na 4 mln słuchaczy, z których połowa pochodziła z Wielkiej Brytanii (GRAVES Jr. 1941, s. 22). Niemcy do 1944 r. na paśmie Radia Luxembourg nadawali audycje propagandowe skierowane głównie do słuchaczy brytyjskich, którzy także na jego falach mogli usłyszeć audycje prowadzone przez Lorda Haw-Haw.

Istotną rolę w nazistowskiej propagandzie odgrywała stacja nazywana „Lili Marleen”, wykorzystywana przez niemieckie oddziały Afrika Korps. W rzeczywistości było to Radio Belgrad. Stacja – służąca propagandzie antybrytyjskiej – zyskała popularność i „drugie imię” za sprawą piosenki o tym samym tytule, którym później określano rozgłośnię. Niemiecka piosenka pierwotnie wykonana przez Lale Andersen w 1939 r., spopularyzowana następnie przez wykonanie Marleny Dietrich z 1944 r., stała się ulubioną piosenką wojenną zarówno niemieckich, jak i brytyjskich żołnierzy walczących w Afryce (WOOD 1994,

s. 69). Radio Lili Merleen było przykładem wykorzystania kultury – poza propagandą – do osłabienia morale żołnierzy przeciwnej armii, ale też do wytworzenia z nimi specyficznej więzi i zniechęcenia ich do ataków na dotychczasowego wroga.

Niemcy przejmowali każdą rozgłośnię w kolejno podbijanych krajach, w konsekwencji już w lecie 1940 r. dysponowali największą siecią radiową na świecie, z rozgłośniami począwszy od Tromso na Arktyce, w Holandii, Francji, krajach śródziemnomorskich, państwach północnego wybrzeża Afryki, a także w Europie Wschodniej – w Czechosłowacji, Polsce, Jugosławii i innych (BERG 2013).

Podobną propagandową działalność prowadził w Japonii państwo wy nadawca NHK, który przejął Radio Tokio i rozpoczął nadawanie do amerykańskich żołnierzy, którzy od ataku Japończyków na amerykańską bazę wojskową w Pearl Harbour stacjonowali w obszarze Północnego Pacyfiku. Najśłynniejszą prowadzącą audycje była Tokyo Rose – Tokijska Róża — faktycznie Iva Togura, spikerka o amerykańsko-japońskich korzeniach. Audycje o nazwie *Zero Hour* (Godzina Zero) miały imitować styl amerykańskich rozgłośni radiowych, aby przyciągać uwagę żołnierzy armii USA, a Iva Togura miała wabić ich swoim atrakcyjnym głosem. Programy składały się ze stałych elementów: muzycznej czołówki pt. *Strike Up the Band* granej przez Bostońską Orkiestrę Popularną (Boston Pops Orchestra¹⁵), listów amerykańskich jeńców wojennych czytanych na antenie, odcinków słuchowiska dla dzieci *The Orphan Annie Show*, opartego na popularnej książeczce o przygodach sierotki Ani, wieści z amerykańskich frontów wojennych, szafy grającej – audycji z muzyką jazzową, serwisów informacyjnych oraz wojskowej muzyki marszowej (WOOD 1994, s. 89). Tajemnicą dla słuchających audycji amerykańskich żołnierzy pozostawał fakt, że audycję nadawała rozgłośnia japońska, a żeńskich głosów – poza Tokyo Rose – użyczały inne prezenterki posługujące się równie poetyckimi pseudonimami: wspomniana Orphan Annie (Sierotka Ania), Manila Rose (Róża Manili), *The Nightingale of Nanking* (Słowik z Nankinu). Japończycy uznali, że kobiece głosy lepiej będą działały na wyobraźnię samotnych żołnierzy. W konstruowaniu tego typu programów częściej posługiwano się szarą propagandą, stąd zatajanie prawdziwego nadawcy audycji, ale i obecność treści manipulujących emocjami słuchaczy. Po wojnie Amerykanie rozpoczęli poszukiwania Tokyo Rose. Odnaleziono ją i aresztowano w czerwcu 1949 r. i oskarżono o zdradę USA.

¹⁵ Jedną z najśłynniejszych wówczas i obecnie orkiestr amerykańskich, prowadzona przez wybitnych dyrygentów, m.in. Arthura Fiedlera i Johna Williama, istniejąca do dziś. Więcej – <http://www.bso.org/brands/pops/about-us/historyarchives/the-history-of-the-boston-pops.aspx> [dostęp: 23.05.2016].

We Francji jeszcze przed wybuchem wojny zintensyfikowano działania na rzecz poprawy polityki informacyjnej rządu, które miały przysłużyć się zwalczaniu hitlerowskiej propagandy. 29 lipca 1939 r. premier Daladier utworzył Commissariat général à l'information (Główny Komisariat ds. Informacji), na którego czele stanął Jean Giraudoux, jeden z najwybitniejszych ówczesnych pisarzy francuskich, o światowej renomie, a także dyplomata z ponaddwudziestoletnim doświadczeniem w dyplomacji kulturalnej (YOUNG 2004, s. 141, 208). Pod jego kuratelę przeszły wszystkie wydziały informacji we francuskich ministerstwach oraz jednostkach wojskowych, wydawnictwa, biura translatorskie i drukarnie oraz środki przekazu i agencje propagandowe, które poddał cenzurze. Tę sieć informacyjną, odpowiedzialną za rozpowszechnianie informacji w kraju i za granicą, a także kształtowanie międzynarodowej opinii publicznej nazwano Service des Oeuvres (YOUNG 2004, s. 142). W ramach urzędu działały dwie agencje informacyjne: jedna odpowiedzialna za komunikowanie na terenie metropolii i w imperium francuskim; druga odpowiedzialna za komunikowanie poza granice administracyjne Francji, nazwana Service de l'information à l'étranger (Biuro ds. informacji za granicę). Radio Paris-Mondial, powołane w 1938 r. (w miejsce Le Poste Colonial), początkowo transmitowało programy w językach arabskim, francuskim, angielskim, niemieckim i włoskim, a w 1940 r. rozszerzyło je o kolejnych 20 języków europejskich oraz spoza kontynentu – głównie azjatyckich i afrykańskich. Pierwotnie programy przygotowywał naprędce zorganizowany zespół dziennikarzy, ale wraz ze zmianą dyrekcji stacji, która nastąpiła w powiązaniu z przyjęciem nowej strategii informacyjnej, zespół zasilili profesjonalni dziennikarze, a także imigranci, w tym uchodźcy polityczni, którzy osiedlili się w Paryżu jeszcze w latach trzydziestych XX w.

Hitlerowcy, po zajęciu Paryża 14 czerwca 1940 r., na mocy traktatu kapitulacyjnego z 22 czerwca, przejęli w okupowanej części Francji wszystkie tamtejsze nadal aktywne stacje nadawcze, w tym Paris-Mondial. Natomiast rozgłośnie znajdujące się w strefie francuskiej musiały natychmiast zaprzestać emisji programów. Na mocy oddzielnego zezwolenia mogły wznowić działalność 6 lipca, pod kontrolą rządu Vichy wraz z marszałkiem Philippem Pétainem. Stacje państwowe: z Tuluzy, Marsylii, Lyonu, Nicei, Grenoble, Limoges i Montpellier, oraz prywatne: Radio-Agen, Radio-Mediterranee, Radio-Lyon, Radio-Nimes, Radio-Toulouse i Radio-Montpellier zostały włączone do sieci o nazwie Radio Nationale. 11 lipca marszałek Pétain wygłosił pierwsze radiowe orędzie z Vichy do Francuzów. Rozgłośnie Radia Nationale posługiwały się nośnymi hasłami „La Voix de la France” (Głos Francji), później „La France fidèle” (Wierna Francja), a nawet „La France musulmane”

(Francja muzułmańska), by podkreślić nierozzerwalne więzi z terytoriami kolonialnymi.

W efekcie propaganda prohitlerowska obecna była we wszystkich rozgłośniach we Francji i jej zamorskich posiadłościach. Przyjmowała różne rewolucyjne sposoby argumentacji, aby zrealizować główne jej cele: nie dopuścić do stawiania oporu przez francuskich cywilów oraz osłabić czy wręcz wyeliminować poparcie dla rodzimego Ruchu Oporu. Główną metodą walki słownej była dezinformacja. Spikerzy podszywali się pod osoby, a stacje radiowe – pod ruchy, reprezentujące szerokie grupy społeczne przeciwne wojnie z Niemcami. Spikerzy w Radio-Humanité – czerpiącym nazwę od tytułu gazety wydawanej przez Francuską Partię Komunistyczną – od 1940 r. propagowali ideę jednoczenia się ogólnoswiatowego proletariatu, nie przeciw Niemcom, ale przeciw kapitalizmowi jako takiemu – pod przywództwem Związku Radzieckiego, wówczas jeszcze sojusznika Niemiec, który miał gwarantować „nieagresję” Hitlera. Radiostacja La Voix de la Paix (Głos Pokoju) atakowała rząd Daladiera, nazywając go „wojennym podżegaczem”, natomiast rozgłoszanie Réveil de la France (Przebudzenie Francji) odwoływała się do francuskich nacjonalistów (YOUNG 2004, s. 265). Najważniejszą rozgłoszaniem przejętą przez hitlerowskich okupantów było Radio-Paris. Francuscy kolaboranci przekonywali na jego falach, że wojna Francji z Niemcami jest wynikiem „zwodniczej dyplomacji” Ministerstwa Spraw Zagranicznych, a zarazem, że egoizm rodaków doprowadził Francję do ruiny (GRAVES JR. 1941, s. 23). Ta argumentacja miała w pierwszym okresie wojny doprowadzić Francuzów do wzajemnych konfliktów i ogólnego chaosu. W późniejszym czasie za pośrednictwem radia starano się „łagodzić” narodowe podziały i argumentowano, że wewnętrzną jedność Francuzi mogą osiągnąć dzięki Niemcom, którzy reprezentują cenne wartości: etos ciężkiej pracy i rzeczowość. Przekonywano, że chęć odwetu należy zastąpić współpracą. Jako przykład wskazywano Niemców, którzy na rzecz Francuzów „ciężko pracują przy żniwach w północnej Francji”. W propagandowych przekazach kierowano uwagę przeciwko Wielkiej Brytanii, którą oskarżano o kierowanie się własnymi interesami oraz o „nieeuropejskość”; dowodzono, że Francja i kontynent dopóty „nie zazna równowagi, ani prawdziwego życia, nie powróci do pełni sił, dopóki opór Brytyjczyków nie zostanie całkiem wyeliminowany. Anglia, bowiem, zawsze wykorzystywała Europę do swoich nieeuropejskich interesów. Tym razem kontynent zostanie oczyszczony z wyspiarskich Brytyjczyków raz na zawsze” (GRAVES JR. 1941, s. 24). Przy okazji w codziennych doniesieniach wmawiano Francuzom, że „sytuacja żywnościowa Wielkiej Brytanii jest katastrofalna, a Brytyjczycy są namawiani do spożywania trawy z trawników niczym krowy [...]” (GRAVES JR.

1941, s. 24). Jednocześnie informowano, że przyczyną braku dostaw żywności we Francji są blokady wprowadzone przez Anglików.

Francuski Ruch Oporu wraz z Charlesem de Gaullem rozpoczął w 1940 r. nadawanie audycji z Londynu na antenie Radia BBC. Mimo pomocy ze strony BBC de Gaulle nie miał pełnej kontroli nad zawartością audycji w języku francuskim, które podlegały cenzurze brytyjskiej, zatem we wrześniu 1940 r. z Konga Francuskiego na terytorium francuskie zaczęły docierać audycje Radia Brazzaville, stworzonego na bazie istniejącego od 1935 r. Radia Club. Generał de Gaulle osobiście zlecił i nadzorował uruchomienie radia, któremu nadano symboliczną nazwę – parafrazującą hasło radiofonii rządu Vichy – „La Voix de la France libre” (Głos wolnej Francji)¹⁶. Funkcję dyrektora stacji objął Philippe Desjardins, który nadzorował programy nadawane pod wspólną nazwą „Emissions vers l’Etranger” (EVE). 18 czerwca 1943 r. oddano do użytku trzy nowe anteny i nową siedzibę Radia Brazzaville, dzięki którym audycje nagrywane w 20 językach mogły być słyszane w 46 krajach i stanowić przeciwwagę dla rozgłośni niemieckiego okupanta i kolaboracyjnego rządu Vichy. Widząc zalety płynące z siły komunikacyjnej międzynarodowej radiofonii, generał de Gaulle wydał decyzję o przejęciu wszystkich publicznych i prywatnych rozgłośni algierskich na użytek Ruchu Oporu, podpisaną w Algierii 22 czerwca 1944 r.

W Wielkiej Brytanii, tuż po przystąpieniu do wojny, rząd brytyjski zmonopolizował przepływ informacji w kraju; odtąd ich kontrolą i rozpowszechnianiem zajęło się Ministerstwo Informacji (Ministry of Information), powołane w 1939 r. W Ministerstwie wprowadzono podział na trzy kategorie informacji: informacje krajowe, zagraniczne i wojenne. Dział zagraniczny został dodatkowo podzielony na działy według kryteriów geograficznych: wspólnoty brytyjskiej, Europy oraz na północną i południową strefę kontynentu amerykańskiego (KOZACZUK 1977, s. 107). W pierwszym okresie istnienia Ministerstwa Informacji kierowało nim trzech ministrów, w tym – jako drugi – lord John Reith, były dyrektor BBC¹⁷. Miał swoją wizję prowadzenia polityki komunikacyjnej Wielkiej Brytanii, którą można streścić jego własnymi słowami: po pierwsze twierdził, że „newsy są oddziałami szturmowymi propagan-

¹⁶ Musée de la Résistance 1940–1945 (on-line), *Inauguration du Nouvel Émetteur de Brazzaville* – <http://museedelaresistanceenligne.org/media2863-Inauguration-du-nouvel-A#fiche-tab> [dostęp: 15.05.2016].

¹⁷ Reith funkcję pełnił jedynie cztery miesiące, został odwołany przez Churchilla po objęciu przez niego teki premiera. Z Churchilem Reith był w nie najlepszych relacjach (CURRAN, SEATON 2003).

dy” (TAYLOR 2003, s. 213); a po drugie, że propaganda w czasie wojny powinna głosić „Prawdę, nic poza prawdą i, w miarę możliwości, całą prawdę”¹⁸ (TAYLOR 2003, s. 213; CULL, CULBERT, WELCH 2003, s. 72). Oba stwierdzenia wyrażały podejście rządu do roli prasy i radia podczas wojny. Zarówno prasa brytyjska, jak i Radio BBC musiały zdać się na narzucony i kontrolowany (cenzurowany) obieg wiadomości. Informacje dzielono na dwie grupy: szybkie („gorące”) newsy – dotyczące spraw wojny, polityki wewnętrznej i międzynarodowej oraz wolne („zimne”) newsy – odnoszące się do lżejszych spraw, na ogół rozrywkowych (TAYLOR 2003). Aparat cenzury działał bardzo sprawnie dzięki nietypowemu mechanizmowi, wszystkie bowiem nadchodzące wiadomości z kraju i ze świata służyły najpierw do dwóch agencji informacyjnych. Jedną była agencja telegraficzna Press Association, która obsługiwała wiadomości krajowe. Agencja ta powstała jeszcze przed I wojną światową, gdy Brytyjski Urząd Pocztowy zarządził, aby wszystkie brytyjskie komercyjne połączenia kabli telegraficznych zbiegały się w jednym punkcie, który znajdował się w londyńskiej siedzibie Agencji Reuters. Ta ostatnia odpowiadała za obsługę wiadomości zagranicznych. W ten sposób przepływ informacji był ściśle kontrolowany przez Ministerstwo Informacji. Napływające do obu agencji wiadomości były poddawane pre-cenzurze, zanim trafiły do mediów, tam z kolei poddawano je cenzurze kolejnej (*post-censorship*), chociaż na ogół nie była już konieczna, w tej kwestii pozorny wybór zostawiono redakcjom. W agencjach w pierwszej kolejności cenzurowano wiadomości „gorące”, w drugiej – w miarę potrzeby – „zimne”. Co więcej, już w 1938 r. rząd brytyjski nakłonił kierownictwo Agencji Reuters do podpisania kontraktu na odpłatne rozpowszechnianie, za pomocą dzierżawionych przez agencję stacji nadawczych w Leafield i Rugby, informacji przygotowywanych przez brytyjskie Ministerstwo Spraw Zagranicznych (WOOD 1994, s. 55), które w pełni kształtowało ich treść. Cenzurze nie podlegały opinie i komentarze redakcyjne, to dawało złudzenie swobody kształtowania opinii odbiorców i niewielkiej ingerencji cenzury w pracę redakcji. System kontroli obiegu informacji działał tak sprawnie, że do 1941 r. zarówno w BBC, jak i wśród członków rządu nie zorientowano się nawet, że istnieje (CULL, CULBERT, WELCH 2003; TAYLOR 2003). Redaktorzy prasowi i radiowi nie zdawali sobie sprawy z tego, że otrzymywane depesze są wstępnie przetworzone, nie byli również w nadmierny sposób nękani rządowymi naciskami, więc w ich mniemaniu samodzielnie decydowali

¹⁸ Zdanie wypowiedziane przez Reitha: „The truth, nothing but the truth and, as near as possible, the whole truth” jest parafrazą przysięgi sądowej stosowanej w sądownictwie brytyjskim: „(I Swear To Tell) The truth, the whole truth and nothing but the truth”.

o stosowaniu „dobrowolnej”¹⁹ cenzury. W konsekwencji prasa i radio brytyjskie cieszyły się opinią niezależnych, a rząd sprawiał wrażenie, że nie kontroluje mediów. W rzeczywistości najczęstszą praktyką cenzorów było zatajanie prawdy albo raczej przedstawianie niecałej prawdy. Choć niekiedy dopuszczano się także ingerencji w treść komunikatów, np. podczas relacjonowania bitwy o Anglię w 1940 r. w serwisach radiowych przeznaczonych dla publiczności krajowej podawano zawyżone nawet o 75% statystyki zestrzelonych niemieckich samolotów w celu podbudowania morale obywateli (WOOD 1994, s. 55). Istotny wpływ na politykę komunikacyjną Ministerstwa Informacji miało dowództwo brytyjskich sił zbrojnych, które pod pretekstem tajemnicy wojskowej blokowało przepływ wiadomości z frontu.

Reorganizację na potrzeby komunikacji w czasie wojny przeszło także Radio BBC, w którym utworzono trzy działy programowe: Dział Krajowy (Home Service), Dział Europejski (European Service) i Dział Zagraniczny (Foreign Service). W każdym z działów funkcjonowały określone sekcje, a w nich redakcje. Poprawnego przebiegu audycji pilnował tzw. *switch censor*, czyli osoba wyłączająca głośnik, gdy prezenterzy próbowali nadać treści niezatwierdzone przez cenzurę (KOZACZUK 1977, s. 110; TAYLOR 2003). Nadawanie poza obszar Wielkiej Brytanii realizowały Dział Europejski oraz Dział Zagraniczny, który obsługiwał serwisy BBC Empire Service. Początkowo programy tworzone jedynie w języku angielskim, z myślą o rodakach za granicą, później o brytyjskich żołnierzach na frontach wojennych. Wraz z ekspansją faszystów Brytyjczycy uznali, że ofertę należy rozszerzyć o języki lokalne i wprowadzili serwisy w języku arabskim (1938 r.), a następnie w kolejnych językach, w efekcie do wybuchu wojny BBC transmitowała audycje zagraniczne po angielsku, arabsku, niemiecku, francusku, włosku, afry-

¹⁹ Zasada „dobrowolnej” cenzury (autocenzury) została wprowadzona w Wielkiej Brytanii 8 sierpnia 1914 r. (i obowiązywała także później) poprzez *The Defence of the Realm Act* (DORA) (*The Defence of...*, 1914; CULL, CULBERT, WELCH 2003), ustawę dającą rządowi wiele uprawnień w związku z wojną i zagrożeniem bezpieczeństwa państwa. W akcie znalazły się zapisy odnoszące się do zabronionych działań, zagrożonych karą, m.in. rozpowszechniania fałszywych informacji (które mogłyby zakłócić działania wojenne lub dyplomatyczne albo narazić państwo i brytyjską armię na straty), pozyskiwania i zatajania informacji od wroga, powodowania zakłóceń w działaniach operacyjnych sił zbrojnych, w tym działania i użycia sprzętu oraz urządzeń nawigacyjnych itp. Takie ogólne zapisy nie wprowadzały wprost cenzury prasy (i radia) czy korespondencji lub tym bardziej swobody wypowiedzi, ale wszystkie działania jednostek i instytucji mogły być uznane za szkodliwe dla państwa. Dlatego redakcje miały „wybór” co do stosowania cenzury, w praktyce musiały przed upublicznieniem informacji rozważyć, czy nie naruszają one zasad DORA (*The Defence of...* 1914; CULL, CULBERT, WELCH 2003). Warto przypomnieć, że właśnie z obawy przed zakłócaniem radiokomunikacji wojskowej zakazano używania aparatów nadawczo-odbiorczych podczas I wojny światowej.

kanersku (*afrikaans*), hiszpańsku i portugalsku. Tuż po wybuchu wojny wprowadzono audycje w językach polskim i czeskim (WHITE 1942, s. 30). Sukcesywnie dodawano kolejne języki, w 1943 r. programy emitowano w 44 językach.

W Dziale Europejskim funkcjonowały sekcje tworzące programy na potrzeby państw europejskich, m.in. sekcja niemiecka, w której redakcjami kierowali obywatele brytyjscy biegle władający językiem niemieckim (politycy, naukowcy, dziennikarze). Do audycji radiowych zatrudniano także rodowitych Niemców sprzeciwiających się Hitlerowi: jednym z nich był niemiecki prozaik Tomasz Mann. Audycje nadawane dla obywateli okupowanych państw były „skrojone na miarę”, starano się dopasować zawartość programów do potrzeb każdego kraju z osobna, stąd obecność rodzimej muzyki czy sprofilowanych tematycznie serwisów informacyjnych oraz udział w audycjach – w miarę możliwości – znanych rodaków. Sekcją niemiecką kierował Sefton Delmer, znany dziennikarz „Daily Express”, który prowadził program obnażający manipulacje hitlerowskiej propagandy – dzięki nasłuchowi obcych audycji (BBC Monitoring Service) w BBC wychwytywano przekłamania podawane w programach radiowych państw Osi i dementowano je, najczęściej w ośmieszający sposób, na antenie BBC. Inną audycją, popularną wśród Niemców, była seria pt. *Frau Wernicke* nadawana od lipca 1940 r. – cykliczna opowieść o zwykłej gospodyni domowej, antynazistce, która toczy spory ze swoimi sąsiadami, sprawnie i z humorem obalając wszystkie ich pronazistowskie argumenty (WHITE 1942).

Sekcja włoska BBC transmitowała 8 serwisów wiadomości dziennie, ponadto produkowała programy publicystyczne, w których jeden z prowadzących „Pułkownik Stevens”, dobrze znany włoskim słuchaczom, toczył rozmowy na tematy wojenne (np. w cyklu *Axis Conversations*) i demaskował manipulacje włoskiego rządu faszystowskiego, często też wskazywał na brak równowagi sił w sojuszu niemiecko-włoskim, w którym strona niemiecka eksploatuje zasoby i przemysł Italii (WHITE 1942). W serii *Sotto Voce* przywoływano obrazy głodu, braków w zaopatrzeniu czy groźbę bombardowań. Audycje rozrywkowe zawierały włoską muzykę, omówienia literatury czy recenzje filmów.

W Radiu BBC po 9 września 1939 r. pojawiły się nowe sekcje – czeska i polska – w ich programach zachęcano obywateli Polski i Czechosłowacji do oporu wobec najeźdźcy. Znamienne dla polityki nadawcy było, że dopóki Anglia nie wchodziła w otwarty konflikt z hitlerowskimi Niemcami, dopóty BBC nie nadała ani jednego programu skierowanego do obywateli obu tych państw. Zresztą, w latach poprzedzających wojnę w serwisach krajowych przekonywano Brytyjczyków, że do starcia z Niemcami w ogóle nie dojdzie i mówiono to nawet wówczas,

gdy rząd brytyjski dyskretnie czynił już do niego przygotowania (WOOD 1994). Z kolei BBC Empire Service nie podjęła nadawania programu skierowanego do Niemców do czasu, aż Wielka Brytania przystąpiła oficjalnie do wojny z hitlerowcami 3 września 1939 r., mimo wiedzy o wcześniejszych aktach agresji Niemiec na kraje europejskie. Jednocześnie do 1941 r., póki Anglia była w stanie wojny z ZSRR, póty BBC Empire Service prowadziła nadawczość na terytorium radzieckie, jednak gdy ZSRR dołączył do aliantów w czerwcu 1941 r. BBC zaprzestała nadawania programów na obszar Sowietów aż do 1946 r. (WOOD 1994, 106). Zatajanie prawdy lub informowanie o przebiegu wojny z opóźnieniem przez BBC powodowało, że do brytyjskich słuchaczy najpierw docierały wiadomości z rozgłośni niemieckich, zwłaszcza te podawane przez Williama Joyce'a, znanego jako Lord Haw-Haw, z Radia Hamburg. Pod koniec 1939 r. jego audycji słuchało regularnie 30% Brytyjczyków (CURRAN, SEATON 2003, s. 130). Programy te dalece odbiegały od opisu rzeczywistości, ale z racji pierwszeństwa były słuchane – przy tym skutecznie wzbudzały niepokoje, prowokowały pogłoski i domysły, kształtowały nastroje społeczne (MANSELL 1982).

BBC udostępniła także swoje pasma delegaturom rządów na uchodźstwie przebywającym w Wielkiej Brytanii, m.in. Polski, Czechosłowacji, Danii, Norwegii, Belgii, Holandii, Jugosławii i Grecji, a ponadto Francji, w osobie generała Charles'a de Gaulle'a, który ustanowił w Anglii siedzibę dla dowództwa francuskiego ruchu oporu. W ramach sekcji językowych rządowi delegaci zwracali się do swych obywateli, dodawali im otuchy, zachęcali do oporu wobec okupantów, zapewniali o rychłym wyzwoleniu.

Oprócz białej propagandy nadzorowanej przez Ministerstwo Informacji Wielka Brytania prowadziła również czarną propagandę. Na początku wojny – 3 września 1939 r. – utworzono Department of Propaganda in Enemy Countries (Departament EH²⁰), który podlegał ministrowi informacji, ale nie był powiązany z samym Ministerstwem. Departament organizował akcje propagandowe skierowane do nieprzyjaciół. Od lipca 1940 r. prowadzeniem dywersji, wspomaganiami ruchu oporu w państwach okupowanych oraz koordynacją działań propagandowych zajmowała się agencja podległa MSZ o nazwie Special Operations Executive – SOE (złożona z jednostek SO1 – prowadzenie propagandy i SO2 – prowadzenie sabotażu i dywersji). Ponieważ zadania i kompetencje obu agencji pokrywały się, zdecydowano o utworzeniu jednej instytucji łączącej wszystkie formy operacyjne, a jednocześnie funkcjonującej

²⁰ Funkcjonujący w literaturze przedmiotu i w świadomości Brytyjczyków pod nazwą Department EH, ponieważ jego siedzibą początkowo był budynek Imperial Communications Committee w Electra House w Londynie (TAYLOR 2003).

w tajemnicy. We wrześniu 1941 r. powołano Political Warfare Executive (PWE) odpowiedzialną zarówno za białą, jak i za czarną propagandę kierowaną do wrogów oraz do obywateli krajów okupowanych. Ten ruch był konieczny w ocenie rządu, ponieważ niezbędne było utrzymanie osławionej neutralności Radia BBC, o co zabiegało jego kierownictwo, ponadto rząd nie chciał otwarcie się przyznać do prowadzenia czarnej propagandy. Postępujące działania wojenne i propaganda ze strony państw Osi wręcz wymusiła stosowanie tych samych praktyk, jednak władzom zależało na tym, aby nie odbiły się one na reputacji BBC, ponadto przyświecał im bardziej strategiczny argument: jeśli propaganda ma być skuteczna i wpływać na Niemców i Włochów, nie może być nadawana z brytyjskiego radia (TYLOR 2003, s. 225). W Wielkiej Brytanii uruchomiono grupę tajnych (podziemnych) rozgłośni propagandowych, tzw. rozgłośni fantomowych, istniejących pod fałszywymi nazwami, które po powstaniu PWE funkcjonowały jako Research Units (RUs, jednostki badawcze). Pomysłodawcą tej maszyny propagandowej był Delmer, wywodzący się z sekcji niemieckiej BBC, noszący miano „ojca brytyjskiej propagandy” (CRISELL 2002; TAYLOR 2003; CURRAN, SEATON 2003). Ich działanie przypominało działalność siatki szpiegowskiej: pracownicy poszczególnych rozgłośni zgrupowani byli na stałe w prywatnych budynkach zaadaptowanych na studia radiowe, a zarazem mieszkania, położonych niedaleko siedziby PWE w budynku Electra House, wzajemnie nie wiedzieli o swoim istnieniu, nie mogli wychodzić na zewnątrz, prowadzić rozmów telefonicznych ani kontaktować się z mieszkańcami okolicznych domów.

W ramach Research Units najbardziej znane było radio Gustav Siegfried Eins (GS1), pod przewodnictwem samego Delmera (WHITE 1942; KOZACZUK 1977), które pierwszą audycję wyemitowało 23 maja 1941 r. Zadaniem rozgłośni było tworzenie programów skierowanych do żołnierzy i obywateli niemieckich, które miały sprawiać wrażenie, że są nadawane przez tajne ugrupowanie Wehrmachtu, wierne samemu Hitlerowi, ale przeciwne czołowym działaczom partii socjaldemokratycznej, którzy rzekomo sprzeniewierzali się ideom nazizmu. Programy zawierały treści zarówno jawne, jak i szyfrowane, a emisje prowadzono w taki sposób, aby sugerować nadawanie rozszczepionego sygnału do poszczególnych komórek tajnego ugrupowania – stąd w nazewnictwie stosowanie numeracji ciągłej rzekomo różnych jednostek szajki, od SG1 (udającego centralę) do SG18 (KOZACZUK 1977, s. 121; BERG 1999). Audycje prowadził tzw. *der Chef* (Szef), w rzeczywistości antyfaszysta, niemiecki emigrant – Peter Seckelmann, znany jako Paul Sanders. Celem audycji była dezinformacja wywiadu niemieckiego, stąd użycie w komunikatach łatwych do odczytania szyfrów wprowadzających w błąd; a poza tym

podważenie wiarygodności niemieckich oficerów w opinii niemieckich żołnierzy i cywilów. Audycje zawierały najnowsze doniesienia z frontów wojny – o sytuacji w resortach wojskowych i cywilnych w Niemczech; o nadużyciach dygnitarzy cywilnych i wojskowych, włączając informacje o ich życiu prywatnym: „Wywlekano na światło dzienne nie tylko sprawy polityczne czy ekonomiczne, ale także – gdy posiadano odpowiednie informacje – ich życie osobiste, intymne. [...] wymieniano z nazwiska hitlerowców mających faktyczne czy tylko domniemane skłonności do perwersji, fetyszyzmu itp.” (KOZACZUK 1977, s. 129). W programach odnoszono się do problemów niemieckiej ludności cywilnej, np. z zaopatrzeniem, często wskazując na nierówne traktowanie „zwykłych” Niemców przy podziale towarów. Rozgłośnia pozyskiwała informacje z niemieckiej prasy, ich źródło stanowiły także listy wysyłane z okupowanej Europy do Ameryk Północnej i Południowej, przechwytywane przez brytyjską cenzurę wojskową, ponadto z urządzeń podsłuchowych zakładanych w obozach dla niemieckich jeńców wojennych, a także z akcji wywiadowczych brytyjskiej marynarki wojennej (KOZACZUK 1977, s. 129–131). Jednocześnie dzięki zastosowaniu skanera radiowego o nazwie „Hellschreiber”²¹ przechwytywano w czasie rzeczywistym depeze agencyjne przesyłane do niemieckich redakcji prasowych i radiowych, co pozwalało na natychmiastowe reakcje (dementowanie lub rozsiewanie plotek) na antenie radia GS1 i powodowało u słuchaczy wrażenie, że stacja rzeczywiście jest niemiecka, bo ma dostęp do zarówno jawnych, jak i tajnych depezesz (TAYLOR 2003, s. 225).

Kolejnym radiem w grupie RUs była stacja Deutscher Kurzwellensender Atlantik, w skrócie zwana Radio Atlantik, uruchomiona 5 lutego 1943 r. i nadająca, co było nowością, całą dobę i w dużej mierze na żywo. Radio Atlantik było „projektem marzeń” Seftona Delmera (BERG 1999). Programy tej rozgłośni były skierowane do niemieckich żołnierzy, szczególnie marynarki wojennej i okrętów podwodnych, ponieważ do brytyjskiego wywiadu docierały informacje, że właśnie ta grupa w siłach zbrojnych III Rzeszy najaktywniej wyraża swoje niezadowolone. W programach podawano najnowsze informacje frontowe, akcentujące porażki państw Osi, pojawiały się cykle publicystyczne z komentarzami, ale najwięcej czasu na antenie zajmowała muzyka rozrywkowa, m.in. amerykański jazz, również śpiewany po niemiecku

²¹ Hellschreiber to urządzenie radiowe wymyślone pod koniec lat dwudziestych przez niemieckiego wynalazcę Rudolfa Hella, znane również pod nazwami „Feld Hell” lub jedynie „Hell”. Działało podobnie do dalekopisu – wysłane fale radiowe były skanowane, a impulsy elektryczne automatycznie przetwarzane (w czasie rzeczywistym) na postać alfanumeryczną jako transkrypcja przesyłanych treści (w formie wydruku); późniejsze urządzenia do zapisu wykorzystywały ekrany.

(który ogólnie w III Rzeszy był zabroniony), poza tym francuskie, brytyjskie i niemieckie szlagiery. Niemiecka muzyka rozrywkowa i ludowa wyszukiwana była nawet w niemieckich archiwach, by lepiej dopasować ją do gustu słuchaczy. W wiadomościach koncentrowano się głównie na zwycięstwach aliantów na polu bitwy, intensywnie relacjonowano naloty alianckich bombowców na niemieckie miasta, podając z wielką skrupulatnością nazwy bombardowanych ulic czy budynków, ponadto wykorzystywano obawy i plotki zaczerpnięte z przechwytywanych listów i dzienników niemieckich żołnierzy, przy okazji na antenie przesyłano pozdrowienia dla ich nadawców, niekiedy transmitowano przemówienia Hitlera lub odczytywano je *post factum* dzięki transkrypcji wykonanej za pomocą aparatu Hellschreiber. Te proste zabiegi uwiarygadniały niemiecką afiliację radia, pomagały wzbudzić ufność słuchaczy, a to ułatwiało rozpowszechnianie plotek (jak fałszywe relacje z inwazji w Normandii), wzniecanie poczucia niepokoju i wątpliwości wśród żołnierzy niemieckiej armii (BERG 1999; 2013).

Na podobnych zasadach funkcjonowała uruchomiona od 14 listopada 1943 r. rozgłośnia Soldatensender Calais (przemianowana na Soldatensender West po odbiciu Calais przez aliantów w 1944 r.). Radio kierowało swe audycje do żołnierzy wszystkich typów jednostek militarnych Niemiec, emitowało jeszcze więcej muzyki rozrywkowej, czas trwania biuletynów informacyjnych podawanych na żywo wynosił na ogół 15 min. i nie przekraczał 20 min., ponadto wprowadzono szybkie 1-minutowe newsy, którymi przerywano audycje; poza tym podawano wiadomości sportowe i kulturalne (BERG 1999; 2013). Soldatensender Calais był transmitowany za pomocą stacji nadawczej o kryptonimie „Aspidistra”. Była ona jedną z najbardziej strzeżonych tajemnic wojennych Wielkiej Brytanii (WOOD 1994; BERG 1999; 2013), a zlokalizowano ją w bunkrze w lesie Ashdown niedaleko miasteczka Crowborough w Sussex. Stacja nadawcza i kompleks trzech masztów o łącznej mocy 2000 kW pozwalały uzyskać zasięg na całą Europę i większość globu. Plany zbudowania tak silnej stacji nadawczej pojawiły się już po kryzysie monachijskim w 1938 r., jednak Wielka Brytania nie dysponowała wówczas tak mocnymi urządzeniami i paradoksalnie (jak na kraj w którym powstało przedsiębiorstwo Marconi Company) cała brytyjska sieć radiowa u progu wojny była przestarzała technicznie. W konsekwencji Aspidistra została zbudowana dzięki pomocy amerykańskiego nadawcy RCA, z poparciem amerykańskiego prezydenta Franklina D. Roosevelta²² i ostatecznie uruchomiono ją w 1943 r. Nadajnik Aspidistra

²² Winston Churchill i Franklin D. Roosevelt byli zgodni co do tego, że wojnę z państwami Osi można wygrać jedynie za pomocą strategii składającej się z: bombardowania z powietrza, blokad, dywersji i propagandy (WOOD 1994, s. 64). Sam Churchill często

pełnił wiele zadań: rozpowszechniał czarną propagandę, odpowiadał za działalność dywersyjną, w ramach której zagłuszano wrogie radiostacje, przechwytywano obce sygnały radiowe, w tym meldunki i komunikaty wojskowe, za jego pomocą przejmowano „tożsamość” innych rozgłośni radiowych (jak robiło Soldatensender Calais podszywające się pod zwłaszcza przez hitlerowców Radio Calais) poprzez zsynchronizowane nadawanie na tych samych częstotliwościach i operowanie tą samą nazwą (WOOD 1994).

Brytyjska czarna propaganda rozpowszechniana przeciwko państwom Osi w ramach Research Units obecna była również w innych państwach okupowanej Europy pod postacią rozgłośni: we Włoszech – Radio Livorno, we Francji – Radio Gaulle, Radio La France Catholique, Radio Innconue i Radio Patrie, w Czechosłowacji – Radio Bradlo i Voice of the Slovak People (BERG 1999; 2013), a w Polsce – Radio Polska Świt (KWIATKOWSKI 1989; BERG 1999; 2013). Warto dodać, że stacje zarówno białej, jak i czarnej propagandy Anglia zakładała i prowadziła na całym świecie, wszędzie tam, gdzie toczyła się wojna i gdzie Brytyjczycy chcieli zwalczać swoich wrogów i wspierać swoich sojuszników (por. GRAVES JR. 1941; WHITE 1942; BENHALLA 1983/2016; PARROT 1987/2015; WOOD 1994; BERG 1999; 2013; HORTEN 2002; WUILLÈME 2007; BANNERMAN LE ROY 2013).

Stany Zjednoczone Ameryki były jednym z nielicznych państw na świecie, w którym nie istniała rządowa radiofonia międzynarodowa. Jednak echa wojny, dosłownie i w przenośni, dochodziły aż za Ocean Atlantycki. Rząd USA, zaniepokojony zwiększającą się liczbą stacji radiowych emitujących swoje programy na terytorium USA spoza jego granic (m.in. Radio Berlin z jego audycjami prowadzonymi przez amerykańskich obywateli), ale także rodzimych rozgłośni nadających w obcych językach (należących do mniejszości etnicznych²³) oraz rozgłośni emitujących treści antydemokratyczne, pronazistowskie i profaszystowskie, na początku 1941 r. zlecił Federal Communications Commission nasłuchiwanie i rejestrowanie audycji tychże rozgłośni. Wkrótce utworzono agencję białego wywiadu – Foreign Broadcasting Intelligence Service (FBIS), która miała swoje oddziały nasłuchowe w Portland w Oregonie, w Kingsville w Teksasie, w Guildford w Maryland, i w Santurce w Puerto Rico. Oprócz wymienionych stacji FBIS rejestrowało ponad 60 rozgłośni czarnej propagandy nadających w Europie i na świecie, bez świadomości, które z nich należą do państw Osi, a które

podkreślał, że wojnę z Niemcami można wygrać za pomocą „bombowców i radia” („the bombers and broadcasting”) (WOOD 1994, s. 60).

²³ Liczbę obcojęzycznych rozgłośni w USA w tamtym okresie szacuje się na 200; łącznie nadawały w 30 językach (HORTEN 2002).

do późniejszych sojuszników (WOOD 1994). Podczas monitoringu nagrywano i archiwizowano materiały radiowe, część z nich zapisywano i tłumaczono, a następnie sporządzano raporty, które co tydzień trafiały do instytucji rządowych odpowiedzialnych za przetwarzanie informacji i wywiad. Były to m.in. Office of Facts and Figures (OFF), Office of Government Reports, Division of Information, Foreign Information Service, poza tym Departament Wojny oraz Departament Sprawiedliwości USA (HORTEN 2002; TAYLOR 2003).

W grudniu 1941 r. nastąpił atak Japonii na Pearl Harbor, prezydent Roosevelt uznał, że przystępując do wojny, należy rozpocząć – jak inne kraje – nadawczość międzynarodową na falach krótkich i zwalczać wroga nie tylko na froncie, ale i w eterze. Chęć utworzenia rządowego radia wynikała z obaw o to, że amerykańscy żołnierze słuchają częściej stacji wrogich niż sojusznicznych i że podlegają obcej propagandzie, a przede wszystkim pozbawieni są własnej rozgłośni, która dawałaby im poczucie łączności z ich krajem i rodakami. Problem polegał na tym, że rząd nie dysponował odpowiednim zapleczem technicznym, ponieważ wszystkie stacje nadawcze w USA, w tym nadające na falach krótkich, należały do prywatnych przedsiębiorstw. W dodatku w grudniu 1941 r. aktywnych było tylko 12 transponderów krótkofalowych. Należały one do 6 korporacji radiowych: Columbia Broadcasting System (CBS), Crosley Radio Corporation (CRC), General Electric (GE), National Broadcasting Company (NBC), Westinghouse Electric (WE) i Worldwide Broadcasting Corporation (WBC). Koordynacją działań w pierwszym okresie zajęły się agencje Office of Facts and Figures (OFF), Office of Government Reports, Division of Information oraz Foreign Information Service (FIS) i inne²⁴. Ich nadrzędnym zadaniem było pozyskanie bazy transmisyjnej na potrzeby rozgłośni oraz zaaranżowanie studiów radiowych potrzebnych do tworzenia programów. Podjęto negocjacje kontraktów z 6 sieciami radiowymi na dzierżawę ich stacji nadawczych. Jednocześnie FCC otrzymało polecenie wydania licencji dla nadawców na obsługę transmisji zagranicznych. Umowa rządu z 6 sieciami określała zasady współpracy: rząd dzierżawił (pokrywając jedynie koszty eksploatacji) od nadawców sprzęt nadawczy i częstotliwości do emisji programów, przygotowywanych w studiach, które zainicjowały funkcjonowanie w ramach Foreign Information Service. Rozpoczęto zatrudnianie znanych prezenterów radiowych, ściągając ich z różnych rozgłośni w USA. Nadawcy mogli w zamian korzystać np. z serwisów informacyjnych i emitować je we własnych pasmach programowych. W przeciwieństwie do działań

²⁴ Wszystkie agencje wymienione są w akcie powołania Office of War Information – OWI: Executive Order 9182 (*Records of the Office...*).

rządu podczas I wojny światowej, gdy zabroniono wszelkiej działalności radiowej, nie zdecydowano się na wprowadzenie tego ograniczenia ani na upaństwowienie spółek radiofonicznych, chociaż prezydent na mocy art. 606 *Communications Act* z 1934 r. miał prawo kontrolować urządzenia telekomunikacyjne w czasie wojny lub w sytuacji zagrożenia bezpieczeństwa narodowego (WOOD 1994; STERLING, KITROSS 2002, s. 235).

W ten sposób w grudniu 1941 r. nadano pierwsze komunikaty nowego radia nadającego pod nazwą Voice of America (Głos Ameryki²⁵), skierowane do słuchaczy w Azji, natomiast 1 lutego 1942 r.²⁶ nastąpiła emisja rządowego programu dla europejskich odbiorców, których powitano w języku niemieckim słowami: „Przynosimy wam Głosy z Ameryki. Dzisiaj i codziennie od teraz porozmawiamy z wami o Ameryce i o wojnie. Wiadomości mogą być dla nas dobre. Wiadomości mogą być złe. Ale my powiemy wam prawdę” (HEIL JR. 2003, s. 32). Następnego dnia uruchomiono serwisy w językach francuskim, włoskim i angielskim. Zbyt duża liczba agencji rządowych zajmujących się VOA powodowała chaos i konflikty kompetencyjne, dlatego 13 czerwca 1942 r. do koordynacji działań – w miejsce poprzednich agencji – utworzono dwie: Office of Strategic Service (OSS), odpowiedzialną za prowadzenie wywiadu i wojny psychologicznej, którą kierował pułkownik William Donovan, oraz Office of War Information (OWI), odpowiedzialną za wszelką komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, która wynikała wprost z aktu powołania: „Tworzenie i wykonywanie programów informacyjnych do promocji, w USA i za granicą, zrozumienia stanu i postępów wysiłków wojennych i polityki wojennej, działań i celów rządu USA (*Records of the Office...*)”. OWI koordynował komunikację za pośrednictwem radia, gazet, plakatów, fotografii, filmów i innych form dystrybucji informacji, jednocześnie bezpośrednio sprawując pieczę nad radiem VOA. Na dyrektora OWI powołano Elmera Davisa²⁷.

Piętnastominutowe programy w 4 podstawowych językach nadawano rotacyjnie w ciągu godziny, co powodowało stały pośpiech spi-

²⁵ Voice of America, *VOA History* – <http://www.insidevoa.com/p/5829.html> [dostęp: 23.05.2016].

²⁶ Wszystkie źródła, z których korzystałam i które cytuję, podają jako datę pierwszej emisji dzień 24 lutego, jednak w serwisie historii VOA widnieje data 1 lutego 1942 r., zatem uznałam ją za obowiązującą (*VOA History...*).

²⁷ Elmer Davis miał wieloletnie doświadczenie jako dziennikarz w “The New York Times” oraz komentator (niezwykle zresztą popularny) Radia CBS. Z kolei jako dyrektora sekcji nadawczości międzynarodowej zatrudniono dramaturga Roberta Sherwooda, wcześniej pełniącego funkcję dyrektora FIS i nazywanego „ojcem radia VOA”, a jako dyrektora programowego – Johna Housemana, broadwayowskiego producenta i scenarzystę, który zasłynął adaptacją *Wojny światów* przygotowaną wraz z Orsonem Wellesem (HEIL JR. 2003).

kerów. Ponadto na antenie obecna była audycja *America Calling Europe* zwana potocznie „ACE”, trwała pół godziny i zawierała relacje z przebiegu wojny, najnowsze wiadomości, komentarze oraz nagrania wypowiedzi osób trzecich, co było nowością w ówczesnej radiofonii międzynarodowej (HEIL JR. 2003). W innej audycji, pt. *This Is Our Enemy* demaskowano postępowanie państw Osi, w kolejnej pt. *You Can't Do Business With Hitler*, przekazywanej w formie transkrypcji do setek alianckich rozgłośni na świecie, obnażano manipulacje nazistowskiej propagandy. W programach emitowano lekką, taneczną muzykę, aktualne informacje, komentarze i audycje rozrywkowe częściowo przygotowywane samodzielnie przez radiowców VOA, a częściowo pochodzące z amerykańskich sieci radiowych obsługujących transmisje Głosu Ameryki (STERLING, KITROSS 2002, s. 263). Problemem w przygotowywaniu programów przez OWI były naciski ze strony wojskowych oraz dyrektora Donovana, szefa agencji OSS. Nalegali oni m.in. na to, aby audycje były rejestrowane i odtwarzane w radiu, co umożliwiłoby ich cenzurę prewencyjną. Z jednej strony chodziło o obawę przed ujawnieniem tajemnic wojskowych, z drugiej strony OSS chciało za pomocą VOA realizować cele wojny psychologicznej i stosować czarną propagandę (STERLING, KITROSS 2002; HEIL JR. 2003). Opór kierownictwa i dziennikarzy VOA był zdecydowany. Zarzucano OSS i dowództwu nie tylko chęć stosowania cenzury, ale także brak znajomości tajników pracy w radiu. Opieszałość decyzyjna służb bezpieczeństwa w zakresie dopuszczania treści do emisji powodowała luki w programie, momenty ciszy, która dla radiowców była nie do zaakceptowania, ponadto dziennikarze nie chcieli relacjonować wydarzeń (np. nalotów) *post factum*, lecz na żywo, w czasie rzeczywistym, chcieli łączyć się z reporterami na polu walki i dzięki ich świadectwom i ich ustami opowiadać wojnę. Przekonywano, że jeśli radio VOA ma być wiarygodne, nie można pozostawiać decyzji co do emisji materiału komukolwiek spoza radia, bo – jak argumentowano – „W radiu mikrofon jest szefem” (cyt. za: HEIL JR. 2003, s. 42). Z czasem naciski na cenzurę złagodniały, dowództwo sił zbrojnych zaczęło przyjmować do świadomości fakt, że to nie pracownicy radia są zagrożeniem dla bezpieczeństwa państwa i że zasługują na zaufanie, natomiast dowódcy powinni zatroszczyć się o bezpieczeństwo radiowej infrastruktury technicznej, aby nie była obiektem ataków, zagłuszania czy przejmowania częstotliwości przez wrogie siły (STERLING, KITROSS 2002).

VOA bardzo szybko rozwijało swoje struktury, w 1943 r. audycje nadawano już w 46 językach, emitowano 1 000 godz. wiadomości w tygodniu, 50 godz. dziennie. Latem 1944 r. VOA na całym świecie zatrudniało 3 tys. osób.

Amerykanie utworzyli ponadto w 1942 r. wojskowy serwis zagraniczny przeznaczony dla swoich żołnierzy, ale także dla sojuszników oraz wrogów. Powstało Armed Forces Radio Service – AFRS (Radio Sił Zbrojnych) (por. LEWANDOWSKI 1981; WIELOPOLSKA-SZYMURA 2015). Rozgłośnie nadawały przemówienia prezydenta i wszystkich wysokich rangą urzędników cywilnych i wojskowych. Transmitowano audycje popularnonaukowe (seria *Science Magazine of the Air*), informacyjno-educacyjne (*Heard at Home, Our Foreign Policy*), rozrywkowe z udziałem gwiazd teatru, filmu i radia (*Command Performance, Jubilee*) i reportaże o aktualnych zdarzeniach (*This Is the Story*). Departament Wojny USA był skłonny finansować aktywność radia, by realizować różne potrzeby swoich żołnierzy, m.in. występy gwiazd Hollywood. Tak powstały cykle pod nazwą *Command Performance*, czyli występy amerykańskich piosenkarzy i aktorów, dobieranych na podstawie list życzeń wysyłanych przez żołnierzy – gwiazdy z zasady nie odmawiały i występowały za darmo (WOOD 1994, s. 80; *Radio Platters...* 1946).

Amerykanie 30 kwietnia 1944 r. uruchomili jeszcze jedną rozgłośnie, specjalnie przeznaczoną dla ludności cywilnej w Europie, którą nazwali American Broadcasting Station in Europe (ABSIE). Programy tworzone w 6 językach europejskich, w tym po angielsku. Niektóre programy po angielsku współprodukowało BBC. Radio powstało na ponad miesiąc przed planowaną inwazją na Normandię i w zamysłach aliantów miało pełnić funkcję najważniejszego obserwatora i komentatora wieszczzonego zakończenia wojny. Amerykanie i ich sojusznicy potrzebowali spektakularnego zwycięstwa na froncie i w eterze.

Podczas wojny wytworzyło się coś na kształt masowej wyobraźni, zjawisko to nazwano *imaginery propaganda* (wymaginowaną propagandą) albo *fictionalized propaganda* (fabularyzowaną propagandą) (HOCHFELDER, PFAU 2010, s. 52), która poruszała umysły i emocje słuchaczy, tworząc złudne przekonanie, że domniemaną wiedzę zyskali poprzez zasłyszane audycje. W trakcie zmagañ wojennych generowały się różnego typu pogłoski, funkcjonujące na kształt współczesnych *urban legends*, które nie miały osadzenia w rzeczywistości, były fikcyjne, ale szybko rozchodziły się i wywoływały realne skutki. Przykładowo, żołnierzom biorącym udział w walkach na Pacyfiku podawano lekarstwo przeciw malarii – atabrynę. Przyjmowanie go powodowało lekkie zabarwienie skóry na kolor żółty, jednak szybko rozprzestrzeniła się informacja, rzekomo podana przez Tokyo Rose, że powoduje także impotencję i niepłodność. Żołnierze odmawiali przyjmowania go, co w konsekwencji spowodowało 7 tys. przypadków malarii zimą 1943 r. (HOCHFELDER, PFAU 2010, s. 54). Badania porównawcze z jednej strony audycji radio-

wych, z drugiej – zeznań i opinii żołnierzy, prowadzone przez instytucje zajmujące się nasłuchem propagandy radiowej, takie jak Princeton Listening Post, British Broadcasting Corporation Monitoring Service (BBC) oraz U.S. Foreign Broadcast Intelligence Service (FBIS), pokazały, że często występowało zjawisko „dopowiadania” źródeł rozpowszechnianych fałszywych informacji, najczęściej przypisując je spikerom, takim jak Tokyo Rose, Axis Sally czy Lord Haw-Haw. Porównanie audycji z plotkami pozwoliło wykazać, że w rzeczywistości źródłem plotek okazywali się sami żołnierze lub cywile (HOCHFELDER, PFAU 2010, s. 52).

Nie umniejsza to faktu, że podczas II wojny światowej radio ugruntowało swą pozycję jako medium, które jako jedyne gwarantowało publiczności szybki dostęp do ważnych informacji, dostarczało na bieżąco, niemal w czasie rzeczywistym, newsy o przebiegu działań militarnych, dawało też wytchnienie od trudów wojny. Nie chodzi tylko o tempo rozpowszechniania informacji, ale w ogóle o techniczną możliwość ich przekazania – prasa była ograniczana zarówno ze względu na cenzurę, jak i na limity papieru oraz wyższe koszty wytwarzania i dystrybucji, co podczas wojny miało istotne znaczenie. Radio było tanie, transmitowana przez nie informacja i rozrywka docierały do milionów odbiorców jednocześnie. Ze względu na tę właściwość stało się narzędziem propagandy, zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej. Radio pomagało wpływać na wizerunek wrogów i sojuszników, na kształtowanie nastrojów wśród cywilów i żołnierzy, umożliwiało skuteczną działalność operacyjną – komunikację strategiczną, wywiad, dywersję, taktykę bitewną. Wiele wojennych wynalazków funkcjonujących dzięki wykorzystaniu fal radiowych pozwoliło udoskonalić broń i środki rozpoznania bojowego. Radio podczas II wojny światowej stało się najważniejszym medium komunikowania międzynarodowego.

3.3. Radiowa nadawczość międzynarodowa Francji, USA i Wielkiej Brytanii podczas zimnej wojny

Po zakończeniu wojny wyzwolone państwa musiały odbudowywać swoje radiofonie często od podstaw. Wyniszczone wojną kraje kwestionowały potrzebę prowadzenia radiofonii zagranicznej, w ówczesnych parlamentach i rządach spierano się, czy taka działalność jest skuteczna i politycznie uzasadniona²⁸.

²⁸ Więcej na ten temat, m.in. w: SEMELIN 1999; HAJDASZ 2006; PUDDINGTON 2009; JOHNSON 2014.

Francja w ramach powojennej radiofonii nie odtworzyła odrębnej rozgłośni zagranicznej na wzór *Le Post Colonial*, utworzyła jedynie sekcje językowe, w tym polską (1949), działające w ramach *Radio-France*, które przygotowywały krótkie audycje – z myślą o różnych narodowo grupach imigrantów we Francji. Mimo że transmitowano programy w prawie 20 językach, powojenne okoliczności sprawiły, że audycje te były zaniedbywane, ekipy redakcyjne nie otrzymywały wystarczających środków na ich tworzenie, nie troszczono się o właściwe strategie komunikacyjne – np. sekcja rosyjskojęzyczna została wprowadzona dopiero 3 października 1960 r., mimo że władze głosiły potrzebę zwalczania sowieckiej propagandy (SEMELIN 1999, s. 29). Uwaga rządu francuskiego skierowana była przede wszystkim w stronę własnych posiadłości kolonialnych, w Afryce Północnej – w 1950 r. wprowadzono audycje po arabsku, nadawane za pośrednictwem *Radio-Alger* – oraz na Bliskim Wschodzie, w Wietnamie i Ameryce Łacińskiej. Francja od zakończenia wojny starała się organizować i odbudowywać miejscowe radiofonie – 5 października 1945 r. siły militarne Francji stacjonujące w Sajgonie wyodrębniły ekipę radiotechniczną odpowiedzialną za emisje radiowe. Pierwsza 50-minutowa audycja została nadana 9 grudnia 1945 r. Jednak 8 kwietnia 1946 r. eksplozja arsenału spowodowała zniszczenie części wyposażenia Radia Sajgon. Trwała wówczas I wojna indochińska pomiędzy Demokratyczną Republiką Wietnamu a Francją o niepodległość Wietnamu. Dopiero w lipcu 1948 r. międzyministerialne komisje francuskich i wietnamskich władz podpisały porozumienie o nacjonalizacji Radia Sajgon, pod kuratelą wietnamską, która finalnie dokonała się 17 października 1949 r. Jednocześnie powstała stacja należąca do Francuzów, pod nazwą *Radio-France-Asie*, z prawem przygotowania i emisji programów – potwierdzone w traktacie z 1 stycznia 1952 r. – głównie dla publicznego radia i telewizji RTF (*La Radiodiffusion Télévision Française*) w metropolii – każdego tygodnia wysyłano do Francji 25 godz. programów z Azji, w jej językach lokalnych (WUILLÈME 2007, s. 87).

Tymczasem 18 grudnia 1950 r. we francuskim Senacie przyjęto rezolucję zobowiązującą rząd do rozbudowania i wzmocnienia mocy nadawczej transponderów fal krótkich, aby „zapewnić większe rozprzestrzenianie informacji i kultury francuskiej w świecie” (WUILLÈME 2007, s. 86). Te plany odłożono jednak na wiele lat, a nawet rezygnowano z tego, co już istniało – w 1954 r. wstrzymano produkcję i emisję programów dla Ameryki Południowej i Finlandii. Audycje dla Polski, Jugosławii i Wielkiej Brytanii transmitowano za pośrednictwem Radia Brazzaville, żeby poprawić ich jakość emisyjną (WUILLÈME 2007, s. 104). Warto przypomnieć, że Radio Brazzaville, z którego podczas II wojny światowej emitowano programy generała de Gaulle’a i Wol-

nej Francji, nadal było w posiadaniu Francuzów, podobnie jak Radio-Dakar, oba znajdujące się w koloniach francuskich. Z Radia Brazzaville rozpowszechniano audycje w językach francuskim, angielskim, portugalskim, szwedzkim i duńskim w kierunku Europy, Bliskiego Wschodu, obu Ameryk, ale w żadnym z języków lokalnych (WUILLÈME 2007). W latach sześćdziesiątych na skutek ogłoszenia niepodległości przez kolejne kraje w afrykańskich koloniach Francja straciła bezpośrednią kontrolę nad radiofoniami w tamtym regionie (por. WUILLÈME 2007). 24 lutego 1963 r. powstała Dyrekcja do spraw Stosunków Międzynarodowych (DRE – Direction des relations extérieures), a w kwietniu tego samego roku opublikowano raport Eduarda Balladura, w którym rekomendowano wznowienie i zintensyfikowanie nadawania programów dla zagranicy. Kolejnym ruchem było zainicjowanie 20 listopada 1964 r. sondy (nazwanej „Różą wiatrów”) wśród zagranicznych słuchaczy, którzy przez jedenaście dni mieli wysyłać wypowiedzi na temat odbioru i oceny audycji dla zagranicy francuskiego radia. Akcja okazała się dużym sukcesem – nadesłano 45 147 odpowiedzi i 69 611 sprawozdań ze 114 krajów (SEMELIN 1999, s. 30; WUILLÈME 2007, s. 106). Pod wpływem tego sukcesu rząd francuski przyjął plan rozbudowy krótkofalowych stacji nadawczych, który został ogłoszony w Zgromadzeniu Narodowym 14 października 1965 r. Jednak ani Ministerstwo Finansów, które odmówiło finansowania przedsięwzięcia, ani Ministerstwo Spraw Zagranicznych nie wierzyły w potrzebę rozwijania nadawczości międzynarodowej i odmówiły wsparcia tego projektu (SEMELIN 1999). W 1968 r. DRE zostało przekształcone w Dyrekcję Spraw Zagranicznych i Współpracy (Direction des affaires extérieures et de la coopération – DAEC). Podjęła ona w 1969 r. próby poprawiania sytuacji nadawczości dla zagranicy m.in. przez reorganizację sekcji językowych w Radio-France i rezygnację z prowadzenia emisji w kilku językach: bułgarskim, portugalskim, słoweńskim. Ponadto łączna liczba nadawanych godzin audycji dziennie wzrosła do 240, z których 70 godz. realizowano w 14 językach obcych, a 170 po francusku. Zasadność nadawania w języku francuskim do mieszkańców innych państw kwestionowały nawet francuskie związki zawodowe dziennikarzy (SEMELIN 1999, s. 31). W lutym 1970 r. zwiększono do 22 liczbę godzin audycji transmitowanych na teren Europy Środkowo-Wschodniej, przy czym w języku francuskim emitowano dziennie 3 godz 30 min., w rosyjskim – 1 godz. 30 min., w polskim – 1 godz. 15 min. i rumuńskim – 45 min. (WUILLÈME 2007, s. 86), w zamian wstrzymano emisję programów do Afryki. Żaden z tych wysiłków nie spotkał się z pozytywną oceną, jakością audycji i ich wartość dla zagranicznych odbiorców była kwestionowana, zwłaszcza w odniesieniu do audycji nadawanych po

francusku – w języku niezbyt rozpowszechnionym w krajach socjalistycznych. Chaos organizacyjny spowodował, że zrezygnowano z prowadzenia jakichkolwiek serwisów dla Europy Wschodniej – zostały one zlikwidowane (SEMELIN 1999).

W 1974 r. na skutek reorganizacji wewnętrznej francuskich mediów audiowizualnych, działających od czerwca 1964 r. pod nazwą ORTF (Office de la Radiodiffusion-Télévision Française), zdecydowano o utworzeniu w ramach publicznych rozgłośni Radio France Internationale (RFI), która ostatecznie rozpoczęła działanie 20 stycznia 1975 r. (por. GOLKA 2001, s. 106). Celem nadawczym miała być Afryka, a nie wschód Europy. Dopiero wprowadzenie stanu wojennego w Polsce w 1981 r. uzmysłowiło Francuzom wagę transmisji do krajów socjalistycznych i ponownie stworzyli, w ramach RFI, sekcje językowe – polską (grudzień 1981 r.), następnie rosyjską (1983 r.), rumuńską (1984 r.), serbsko-chorwacką (1986 r.) (SEMELIN 1999, s. 32; WUILLÈME 2007, s. 131). Prężniej rozwijały się także programy dla Afryki. Badanie Gallupa w 1981 r. pokazało, że spośród 8 mln Afrykanów słuchających radia aż 36% słucha RFI (WUILLÈME 2007, s. 132). 29 lipca 1982 r. Zgromadzenie Narodowe uchwaliło nowe prawo audiowizualne, na mocy którego RFI stała się częścią nadawcy Radio-France, z budżetem w 40% pokrywanym z budżetu państwa, a w 60% – z opłaty audiowizualnej. To dawało gwarancję stałego finansowania RFI.

Zdecydowanie więcej przekonania do transmisji na teren Europy Środkowo-Wschodniej miały Wielka Brytania i Stany Zjednoczone. W dużym stopniu związane było to z nowym układem światowych sił politycznych i potrzebą zwalczania propagandy zimnowojennej. Utworzenie czterech stref okupacyjnych w Niemczech i podział Berlina na sektory wymusiło konieczność komunikacji z ludnością cywilną. Jednak Radio Berlin zostało przejęte przez Armię Czerwoną w kwietniu 1945 r. Jedynym sposobem, według USA, ustanowienia własnej komunikacji było utworzenie nowej rozgłośni. W efekcie w Amerykańskiej Strefie Okupacyjnej, z siedzibą w Berlinie, 7 lutego 1946 r. powstała stacja radiowa Drahtfunk in the American Sector – DIAS, nadzorowana przez amerykańskie władze. Początkowo działała ona z wykorzystaniem linii telefonicznych, ponieważ ZSRR wraz z Radiem Berlin przejął wszystkie nadajniki, jednak w ciągu kilku lat rozbudowała system antenowy, wystarczający do nadawania 24-godzinnego programu o zasięgu obejmującym także teren Wschodnich Niemiec. Jeszcze w 1946 r., na skutek porozumienia władz amerykańskich i brytyjskich, stacja objęła nadawaniem również Brytyjską Strefę Okupacyjną. W tym samym roku zmieniono jej nazwę na Rundfunk im amerikanischen Sektor (Radio in the American Sector) – RIAS – Radio w Sektorze

Amerykańskim²⁹ (WOOD 1994, s. 148–153; PASTUSIAK 1972, s. 343–366; LEWANDOWSKI 1981, s. 91–103). Programy nadawano w języku niemieckim i w założeniu miały służyć przekazywaniu komunikatów urzędowych do berlińskiej ludności cywilnej. Radio stało się bardzo ważnym narzędziem denazyfikacji społeczeństwa niemieckiego. Dwa dni po rozpoczęciu nadawania utworzono RIAS Symphony Orchestra, która w pierwszym koncercie zagrała muzykę kompozytorów zakazanych przez nazizm – głównie żydowskiego pochodzenia – Mendelssohna, Offenbacha i Mahlera; w późniejszym czasie nadawano jazz czy rock’n’roll. Relacjonowano rozprawy procesu norymberskiego, uzmysławiające Niemcom zakres zbrodni hitlerowskich (PASTUSIAK 1972, s. 346), oraz przebieg wyborów do władz Berlina w 1946 r., udostępniając antenę partiom politycznym ubiegającym się o miejsce w radzie miasta i o fotel burmistrza. Transmitowano programy dla szkół, tzw. Schulfunk, których celem było wspieranie niemieckiej oświaty w zakresie funkcjonowania demokracji. W ramach cyklu utworzono program „Szkolny Parlament” („Schulfunkparlament”), w którego skład wchodził uczniowie ze szkół zgłoszonych do akcji, a ich sesje parlamentarne transmitowano na antenie (PACTOR: *Unintended Consequences...*). W NRD w 1953 r. RIAS włączyło się czynnie w protesty robotników, którzy sprzeciwiali się podniesieniu norm pracy i obniżkom pensji – na antenie nawoływano do wzięcia udziału w strajku generalnym, planowanym na 16 i 17 czerwca. Związek Radziecki zarzucał RIAS, a zarazem władzom amerykańskim, uprawianie propagandy antykomunistycznej³⁰, RIAS natomiast nazywało siebie „Wolnym głosem wolnego świata” („The free voice of the free world”) (KUNDLER: *RIAS Berlin...*). Od 1953 r. do RIAS dołączyła stacja RIAS2, tworząca programy z myślą o różnych grupach Wschodnich Niemiec – np. dla kobiet, aktywistów partii komunistycznej, rolników czy przedstawicieli służb mundurowych (SEMELIN 1999). Jeszcze w 1949 r. w RIAS zainaugurowano audycje przeznaczone specjalnie dla mieszkańców Berlina Wschodniego (np. *Die Insulaner – The Islanders*), a także dla mieszkańców NRD (np. *Sendung fur Mittelduetschland – Broadcast for Central Germany*, później przemianowane na *Aus der Zone fur die Zone – From the Zone to the Zone*), wcześniej odbiorcy z NRD mogli odbierać program ogólny RIAS, nadawany dla stref okupacyjnych. Faktem jest, że radio było finansowane nie tylko przez rząd amerykański, ale

²⁹ RIAS nadawało do 1993 r., obecnie działa RIAS Berlin Commission, niemiecko-amerykańska organizacja, dbająca o dorobek RIAS i promująca współpracę w zakresie mediów. Zob. <http://www.riasberlin.de> [dostęp: 20.08.2016].

³⁰ Wyraźnie wskazują na to cytowane prace L. Pastusiaka (PASTUSIAK 1972) i B. Lewandowskiego (LEWANDOWSKI 1981).

także – co ukrywano – przez CIA (WOOD 1994, s. 152), i otwarcie występowało przeciw reżimowi komunistycznemu, wspierając mieszkańców Wschodnich Niemiec w ich protestach i walce z komunistyczną władzą. Jednak w późniejszych latach istnienia przyjęło bardziej subtelny formułę dyplomacji kulturalnej i publicznej. Przykładem może być transmisja przez RIAS koncertu rockowego, zorganizowanego jako jedna z atrakcji obchodów 750-lecia Berlina, słyszalna także w Berlinie Wschodnim, z udziałem gwiazd sceny muzyki rozrywkowej – m.in. Davida Bowiego, Steviego Wondera czy Tiny Turner (WOOD 1994). Od początku zresztą RIAS nadawało audycje – wymieniając się nimi z AFRS i VOA – literackie, muzyczne czy teatralne, które miały neutralny wydźwięk i wpisywały się w zasadę *soft power*.

Wraz z decyzją o utworzeniu RIAS, w USA kwestionowano celowość utrzymywania transmisji radia Głos Ameryki. Pod koniec 1945 r. jego audycje i personel zostały zmniejszone o połowę (SEMELIN 1999, s. 21). Jednakże stale pogarszające się stosunki pomiędzy USA a ZSRR były argumentem, aby na powrót zintensyfikować działalność zagraniczną radia, toteż w 1947 r. zaczęło ono nadawać w języku rosyjskim, a od 1950 r. otrzymywało większe środki na swoją działalność i liczba emitowanych audycji regularnie wzrastała. Mimo chwilowych trudności i ograniczania nakładów w czasach maccartyzmu, gdy VOA zarzucono, że stał się obiektem infiltracji radzieckich szpiegów (SEMELIN 1999, s. 22), radio w latach sześćdziesiątych, siedemdziesiątych i osiemdziesiątych przeżywało rozkwit w zakresie nadawczości (HEIL JR. 2003). W latach sześćdziesiątych przyczynił się do tego również rozwój technologii satelitarnej, za której pomocą rozgłośnie zagraniczne transmitowały programy, stając się dostępne w niemal każdym zakątku ziemi. Najważniejszym kierunkiem transmisji była Europa Środkowa i Wschodnia oraz Azja Wschodnia, dlatego zmniejszono liczbę godzin audycji w językach greckim i tureckim, a serwis w języku francuskim został zlikwidowany. Pod koniec 1969 r. emitowano 119 godz. audycji w języku rosyjskim i w innych językach republik ZSRR. Rozpoczęto transmisje do Wietnamu, który stał się najważniejszym celem VOA. Widać to po wzrastającej ilości czasu tygodniowej emisji – ze 112 godz. w 1960 r. do 126 godz. w 1972 r. W Wietnamie przestrzegano wówczas przed słuchaniem programów VOA. Na ulotkach rozpowszechnianych przez Wietkong można było przeczytać: „Słuchanie Głosu Ameryki jest niczym zakwaterowanie złodzieja w waszym domu, który ukradnie waszą duszę” (cyt. za: WUILLÈME 2007, s. 125).

W tamtym okresie Głos Ameryki emitował audycje w 36 językach oraz po angielsku. W przyjętej 12 lipca 1976 r. ustawie określającej zasady funkcjonowania VOA, Głos Ameryki miał „reprezentować głos

Stanów Zjednoczonych na świecie”³¹, a zatem głos całego społeczeństwa, a nie kolejnych rządów.

W latach osiemdziesiątych nastąpiła intensyfikacja emisji VOA do Ameryki Południowej, na Wyspy Karaibskie i Dominikanę, niezbyt liczne były audycje wysyłane do Afryki. Po wprowadzeniu stanu wojennego w Polsce zwiększono liczbę godzin audycji przekazywanych do Polski do 49 na tydzień. Trzeba pamiętać, że od lat pięćdziesiątych emisję prowadziły inne rozgłośnie amerykańskie – Radio Wolna Europa i Radio Swoboda (Radio Free Europe i Radio Liberty) – których zasadniczym celem była transmisja programów specjalnie do państw socjalistycznych, dlatego rzeczywista liczba godzin nadawania do tych krajów była o wiele wyższa. Ponadto w 1953 r. uruchomiono również Radio Martí z emisjami do Kuby.

Brytyjskie Radio BBC Empire Service po II wojnie światowej przemianowano na BBC Overseas Service, a od 1965 r. na BBC World Service. W 1945 r. BBC WS nadawała audycje w 36 językach, a w marcu 1946 r. uruchomiła program w języku rosyjskim. W tym czasie nadawała już 850 godz. audycji tygodniowo w 45 językach, po czterech kolejnych latach BBC WS transmitowała tygodniowo 643 godz. audycji międzynarodowych, dodatkowo 533 godz. do ZSRR i 214 godz. do Stanów Zjednoczonych. Radio cieszyło się uznaniem i zaufaniem odbiorców, wynikającym z jego działalności podczas wojny. Jednocześnie wdrożyło zasady neutralności w komunikowaniu o sytuacji wewnętrznej i międzynarodowej po II wojnie światowej (MANSELL 1982; SEMELIN 1999, s. 26). Neutralność dziennikarska światowego serwisu BBC stała się nawet powodem krytyki ze strony brytyjskich komentatorów politycznych, którzy byli zdania, że radio powinno wyraźniej akcentować brak akceptacji dla sytuacji w krajach socjalistycznych i polityki ZSRR (SEMELIN 1999, s. 27). W latach sześćdziesiątych ważnym kierunkiem nadawczości stała się Afryka, gdzie rozpoczęły się ruchy dekolonizacyjne. Nadal ważnym celem były kraje Układu Warszawskiego, w tym Polska, chociaż serwisy na tym obszarze ograniczono do języków polskiego, bułgarskiego, czeskiego i słowackiego, węgierskiego i rumuńskiego. Pod koniec lat siedemdziesiątych rząd planował zmniejszenie wydatków na radiowy serwis zagraniczny, jednak wprowadzenie stanu wojennego w Polsce oraz wybuch wojny w Afganistanie zmieniły nastawienie władz, które ostatecznie zwiększyły dotację dla BBC World Service. W latach osiemdziesiątych Radio BBC dla Zagranicy nadawało programy w 43 językach. Upa-

³¹ Voice of America – VOA’s *Mission in the 1960s and 1970s* – <http://www.insidevoa.com/a/a-13-34-2007-mission-in-the-1960s-and-1970s-111602674/177528.html> [dostęp: 20.08.2016].

dek systemu komunistycznego w Europie w latach dziewięćdziesiątych doprowadził do redefiniowania celów działalności BBC World Service – i chociaż jeszcze długo istniały sekcje krajowe, w tym sekcja polska (działająca aż do 2005 r.) – głównym kierunkiem transmisji stały się kraje Bliskiego i Dalekiego Wschodu, Afryki i Azji. Radio BBC World Service, ze względu na swój charakter daleki od propagandy, może być uznane za jeden z najważniejszych przykładów powojennej dyplomacji publicznej prowadzonej za pomocą radia – narzędzie świadomie wykorzystywane przez kolejne rządy Zjednoczonego Królestwa.

Konkluzje

Użycie fal radiowych umasowiło komunikowanie międzynarodowe, dotąd realizowane bez udziału publiczności, pomiędzy przedstawicielami państw za pomocą innych mediów typu *point-to-point*. Ułatwiło docieranie najpierw do swoich obywateli w zamorskich posiadłościach, następnie do obywateli obcych państw podczas wojny. Było wykorzystywane w dwóch formach komunikowania za granicę: w propagandzie i w dyplomacji publicznej. Jak słusznie zauważa Beata OCIEPKA: „[...] wskazanie wyraźnej granicy między propagandą i dyplomacją publiczną, podobnie jak między miękką i twardą siłą, jest niemożliwe. W wielu przypadkach nakładają się one na siebie lub uzupełniają. Ich rozróżnienie tkwi jednak we wskazaniu na to, że twarda siła i propaganda odwołują się do przemocy i ukierunkowane są przede wszystkim na zaspokojenie potrzeb nadawcy/aktora stosunków międzynarodowych. Miękka siła i dyplomacja publiczna budują relacje przez poszukiwanie obszarów współpracy, a także wzajemnych korzyści” (2013, s. 91). W tym sensie nadawczość międzynarodowa okresu II wojny światowej, a szczególnie zimnej wojny – ale podkreślić trzeba, że ta prawidłowość dotyczy państw demokratycznych – ewoluuje od propagandy w stronę dyplomacji publicznej. Z praktyki wykorzystania radia podczas II wojny światowej wyłania się dosyć niejednorodny obraz. Główny agresor i jego sojusznicy używali radiowej propagandy zagranicznej i wewnętrznej, aby przekonywać o słuszności swoich racji i zasadności roszczeń – w audycjach posługiwano się m.in. fałszem, manipulacją, szyderstwem i zastraszaniem. Jednak w państwach koalicji antyhitlerowskiej dla oficjalnie nadających rozgłośni przyjęto regułę nadrzędności informacji i wiarygodności, co ograniczyło stosowanie propagandy, a ukierunkowało radiostacje na mechanizmy charakteryzujące dyplomację publiczną

– chociaż pojęcie to jeszcze nie istniało. W Wielkiej Brytanii użycie radia miało charakter dwutorowy – w komunikacji strategicznej i militarnej służyło wojnie psychologicznej i dywersji, prowadzeniu podziemnych i fantomowych rozgłośni służących do zwalczania wrogiej propagandy, natomiast w oficjalnej publicznej rozgłośni starano się utrzymać właściwą harmonię pomiędzy perswazją a informacją, unikano nadawania nieprawdziwych informacji, manipulowania opinią publiczną w kraju i za granicą. Rząd USA zakładając własne rozgłosnie, zwłaszcza Głos Ameryki, od razu przypisał im funkcje typowe dla dyplomacji publicznej – miały być narzędziem łączności z diasporą, dostarczać niezależnych informacji (jako przeciwwaga dla hitlerowskiej propagandy) cywilom krajów okupowanych i swoim rodakom rozproszonym po świecie, stanowić środek rozrywki dla żołnierzy wojsk alianckich, zwłaszcza amerykańskich, wreszcie upowszechniać kulturę USA. Tak sformułowane cele stały się zasadą funkcjonowania wszystkich omawianych rozgłośni po zakończeniu II wojny światowej, w okresie zimnej wojny, wyłączając z nich komunikację skierowaną do żołnierzy, którą zajęły się inne, wyspecjalizowane media wojskowe (por. WIELOPOLSKA-SZYMURA 2015).

Na podstawie działalności opisanych rozgłośni oraz wielu innych występujących po II wojnie światowej, Jacques SEMELIN (1999) podzielił radiostacje międzynarodowe na kilka grup³² ze względu na pełnione przez nie funkcje:

- rozgłosnie reprezentujące określone państwo, działające jako jego rzecznicy i przez nie finansowane; odpowiadają za utrzymanie kontaktu z diasporą danego kraju i za rozpowszechnianie pozytywnego wizerunku danego państwa; komunikacja podporządkowana jest źródłu, zatem radio dostosowuje się do interesu i potrzeb właścicieli, na ogół rządu (SEMELIN 1999, s. 19–20);
- rozgłosnie substytucyjne, inaczej „zastępcze” (*surrogate radio*) – ich celem jest zastępowanie mediów w krajach, gdzie są one kontrolowane przez państwo, gdzie nie istnieje wolność słowa i działa cenzura ograniczająca swobodę przepływu informacji; rozgłosnie tworzą programy w języku kraju, do jakiego są kierowane; prezentują alternatywne wiadomości do mediów reżimowych i przekazują głosy rządowej opozycji; autor podkreśla, że komunikacja podporządkowana jest oczekiwaniom adresata, wyrażając jego interesy i potrzeby (SEMELIN 1999, s. 35–36).

Opisane rozgłosnie – czyli Voice of America, BBC World Service, Radio France Internationale – zaliczają się do pierwszej grupy, jako

³² Trzecią grupą rozgłośni międzynarodowych są rozgłosnie religijne – reprezentujące określoną religię, Kościół lub grupę wyznaniową. Pierwsza tego typu stacja to Radio Watykan. Rozgłosnie te nie mieszczą się w temacie niniejszych rozważań, zasługują zresztą na odrębną monografię.

stacje reprezentujące, jednak i one pełniły funkcje, które Semelin ujął jako „ingerencję informacyjną”, podkreślając ich udział w upadku systemu komunistycznego w Europie Środkowo-Wschodniej. Autor jednak zastrzega, że funkcje te miały charakter jedynie poboczny, a nie główny (SEMELIN 1999, s. 21). Stacje, takie jak m.in. Radio Wolna Europa i Radio Swoboda, RIAS czy Radio Martí – pełniły funkcje rozgłośni substytucyjnych zastępowały bowiem krajowe rozgłośnie w dostarczaniu informacji, wówczas gdy te podlegały cenzurze i kontroli (por. SEMELIN 1999; PUDDINGTON 2009; JOHNSON 2014).

Najważniejszymi celami radiowej nadawczości międzynarodowej omawianych trzech rozgłośni stały się: komunikacja z diasporą, reprezentowanie własnego państwa/narodu w świecie poprzez przedstawianie jego polityki, kultury i ekonomii, dostarczanie niezależnych, wiarygodnych i wyważonych informacji ze świata, szczególnie tam, gdzie nie istnieją wolne media, promocja i zachowanie języków macierzystych (np. frankofonia czy utrwalanie języków ludności etnicznej poprzez wykorzystanie ich w tworzonych audycjach).



ROZDZIAŁ 4

Działalność nadawcza rozgłośni międzynarodowych BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America współcześnie

W niniejszym rozdziale, poza przyjętą metodologią opisaną we wstępie, dokonano analizy programowej (tzw. analiza ramówki) trzech rozgłośni międzynarodowych.

Analiza ramówki ma formułę analizy eksploracyjnej, w której nie stawiałam sobie za cel ustalenia ani częstotliwości występowania, ani czasu trwania, ani dokonania pogłębionego zbadania zawartości audycji. W eksploracji wyznaczyłam sobie jako zadanie jedynie określenie ogólnej charakterystyki audycji i ramówki, a w konsekwencji rozgłośni. Badania ramówki w badaniach radiowych (powiązane z analizą danych zastanych) pozwalają ustalać profil rozgłośni (format), jej ogólne foniczne właściwości (np. obecność lub brak muzyki, sposób prowadzenia audycji – dynamicznie lub spokojnie itp.) oraz ogólną tematykę i podział na gatunki radiowe, bez określania ich wymiaru ilościowego. Ramówka oznacza zarys programu radiowego stacji, zestaw zaplanowanych, regularnie nadawanych audycji, ogólny schemat programu o charakterze liniowym, wskazujący miejsce danego, cyklicznie emitowanego programu w ofercie. Pasma w programie rozgłośni to określony przez instytucję nadawczą, wyodrębniony przedział czasu w trakcie doby – o różnym natężeniu odbioru (PISAREK 2006, s. 143), któremu nadaje się wyraźnie odmienny charakter, aby zróżnicować dobową ofertę rozgłośni. Najczęściej występującymi w ramówce są pasma: poranne, popołudniowe, popołudniowe, wieczorne i nocne. W ramach pasm można wydzielać kolejne mniejsze odcinki, zwane blokami programowymi.

Analiza miała charakter ciągły¹, polegający na systematycznym nasłuchu programów poszczególnych rozgłośni w losowo wybrane dni o losowo wybranych porach doby (dzień/noc), przez okres od 2014 r. do 2018 r. Ponadto przyjąłam okres od 7 do 20 października 2018 r. dla analizy eksploracyjnej ramówki trzech rozgłośni. W analizie uwzględniłam wszystkie stałe pozycje programowe, mające charakter cykliczny dzienny lub tygodniowy, bądź emitowane rzadziej, jeśli w danym okresie wystąpiły. Obecne w badanym okresie w dobowej ramówce (schematy ramowe zamieszczane są na stronach rozgłośni) pozycje programowe przejrzałam pod względem ich opisu na stronach internetowych rozgłośni, a także każdą z nich odsłuchałam w formie podcastów, a następnie dokonałam odsłuchania kolejnych dziesięciu losowo wyselekcjonowanych odcinków danego cyklu z różnych okresów, by przedstawić pełniejszy obraz charakteru audycji. Dokonałam także odsłuchu i nagrania serwisów informacyjnych nadawców. Serwisy te zostały zgromadzone w okresie od 27 marca do 19 czerwca 2018 r. po dwa wydania w ciągu dnia – z pasma porannego i popołudniowego, co pozwoliło uzyskać 553 serwisy informacyjne. Jednak warto wyraźnie podkreślić, że nie zostały one wykorzystane w pełnym stopniu na potrzeby rozdziału, nie przeprowadziłam ilościowej i jakościowej analizy zawartości, posłużyły mi jako materiał do analizy eksploracyjnej, aby określić, czy opisywani nadawcy w sposób bezpośredni (wprost poprzez funkcje informacyjne) wykonują nałożone na nich zadania określone w aktach prawnych i w zakresie dyplomacji publicznej². Warto zaznaczyć, że niemniejszą wartość dla czynionych rozważań stanowiły roczne sprawozdania z działalności poszczególnych radiostacji, w których zamieszczano informacje o strategiach programowych nadawców.

4.1. Voice of America – USA

Cele i zakres działania amerykańskiej dyplomacji publicznej określone są przez Prezydenta, Senat i Kongres oraz Departament Stanu i realizowane przez ten ostatni, a ściślej przez The Under Secretary for Public

¹ We wstępie zaznaczyłam, że jestem stałą słuchaczką rozgłośni międzynarodowych, zwłaszcza będących przedmiotem niniejszej analizy, więc audycji tych stacji słucham regularnie (kilka razy w miesiącu) od wielu lat. Od 2014 r., kiedy skryształizował się pomysł na badania w tej dziedzinie, słuchanie tych radiostacji przybrało bardziej usystematyzowany i regularny wymiar.

² Zgromadzony materiał jest podstawą odrębnych badań, niemieszczących się w ramach tej książki.

Diplomacy and Public Affairs (Podsekretarza ds. dyplomacji publicznej i spraw publicznych). Zgodnie z deklaracją: „Misją amerykańskiej dyplomacji publicznej jest udzielanie wsparcia w osiąganiu celów i zadań polityki zagranicznej, promowanie narodowych interesów, zwiększanie narodowego bezpieczeństwa poprzez informowanie i wpływanie na zagraniczną opinię publiczną oraz poprzez poszerzanie i wzmacnianie wzajemnych relacji pomiędzy obywatelami i rządem USA a obywatelami reszty świata” (*Under Secretary...*). Dyplomacja publiczna za granicą realizowana jest za pośrednictwem wielu narzędzi, jak: międzynarodowe stosunki kulturalne, granty naukowe, wymiana edukacyjna, programy wizytacyjne, walka ideologiczna z terroryzmem oraz komunikacja z międzynarodowym audytorium. Wskazane działania realizowane są przez powołane instytucje: Biuro ds. Edukacji i Kultury, Biuro Spraw Publicznych, Biuro ds. Międzynarodowych Programów Informacyjnych oraz Centrum Strategicznej Komunikacji Antyterrorystycznej. Za politykę komunikacyjną odpowiedzialne jest Bureau of Public Affairs (Biuro Spraw Publicznych) (WOLFSON 2008).

Nadawaniem skierowanym do międzynarodowego audytorium zajmuje się od 1 października 1999 r. Broadcasting Board of Governors – Rada Gubernatorów ds. Nadawania, w miejsce US Information Agency (USIA) działającej w latach 1953–1999, odpowiedzialna za realizację celów i wykonanie budżetu przez amerykańskie media zagraniczne, wynikające z ustawy oraz założeń polityki zagranicznej USA (WOLFSON 2008). Rada składa się z 9 członków, specjalistów w dziedzinie komunikowania masowego, mediów drukowanych i elektronicznych lub polityki zagranicznej; 8 z nich (4 rekomendowanych przez demokratów i 4 wskazanych przez republikanów) powołuje prezydent za zgodą Senatu, jeden zasiada w Radzie z urzędu – to urzędujący sekretarz stanu USA. Bezpośrednim wykonawcą zaleceń BBG, pełniącym funkcje administracyjne, finansowe, organizacyjne i programowe w stosunku do podlegających mu mediów ustanowiono International Broadcasting Bureau. W 2015 r. BBG, w porozumieniu z administracją prezydenta Baracka Obamy, powołało dyrektora generalnego – Chief Executive Officer (CEO), aby usprawnić zarządzanie mediami podlegającymi BBG³. Pierwszym w historii dyrektorem (CEO) został Andrew Lack, wcześniej dziennikarz NBC News; po jego niespodziewanej rezygnacji powołano na okres przejściowy André Mendesa, a od września 2015 r. (i nadal w 2019 r.) funkcję tę pełni John F. Lansing, były dziennikarz i producent telewizyjny, były prezes koncernu medialnego Scripps Networks (*BBG Annual...*, 2015, s. 55). 22 sierpnia 2018 r. BBG zostało przekształcone

³ Rada pełni funkcje doradczo-kontrolne, a członkostwo w niej nie ma charakteru stałego. Jej członkowie łączą aktywność w Radzie (za wynagrodzeniem w postaci diet i kosztów delegacji) z aktywnością zawodową (*U.S. International...*, 1994).

w United States Agency for Global Media (USAGM). Przede wszystkim dokonano zmiany nazwy, uzasadnionej koniecznością dostosowania się do nowego krajobrazu medialnego, w którym „nadawczość” (*broadcasting*) nie jest już jedyną formą komunikowania w systemie komunikowania międzynarodowego – do radia i telewizji dołączyły media cyfrowe i mobilne (LANSING 2017). Struktura organizacyjna, skład i zadania USAGM pozostają niezmiennione. Działalność USAGM jest finansowana z budżetu federalnego, koszty operacyjne działalności wyniosły w kolejnych latach: w 2014 r. – 728,831 mln USD; w 2015 r. – 756,070 mln USD; w 2016 r. – 754,084 mln USD, a w 2017 r. – 784,105 USD (*BBG Annual Reports* 2015; 2017) (por. tab. 1).

Media wchodzące w skład USAGM to – oprócz Voice of America – Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL), powstałe 4 lipca 1950 r., Office of Cuba Broadcasting (OCB), w którego skład wchodzi Radio Martí (od 1985 r.) i TV Martí (1990 r.), Radio Free Asia (RFA), założone 12 marca 1996 r. oraz arabskojęzyczna stacja Alhurra Television i Radio Sawa będące częścią Middle East Broadcasting Networks (MBN), uruchomione w 2004 r. Spośród wskazanych mediów jedynie Voice of America, Radio Martí i TV Martí mają status mediów federalnych finansowanych bezpośrednio z budżetu państwa. Pozostali nadawcy mają status mediów substytucyjnych (*surrogate media*) i otrzymują roczne dotacje z budżetu USAGM na działalność statutową.

TABELA 1. Finansowanie działalności USAGM z podziałem na obszary aktywności

Rodzaj aktywności	Lata							
	2014		2015		2016		2017	
	w mln USD	%	w mln USD	%	w mln USD	%	w mln USD	%
RFA	48,4	6,6	42,2	6	51,0	7,0	43,1	5,0
MBN	106,2	14,6	109,4	15	109,7	14,0	112,6	14,0
BCI	7,8	1,0	8,0	1	6,8	1,0	9,7	1,0
VOA	201,6	27,6	210,4	28	218,0	29,0	234,7	30,0
OCB	26,6	3,6	28,1	4	27,6	4,0	28,0	4,0
IBB	65,5	9,0	61,3	8	59,3	8,0	59,7	8,0
TSI	178,0	24,4	180,6	24	171,5	23,0	181,4	23,0
RFE/RL	95,3	13,0	103,9	14	108,9	14,0	117,4	15,0

RFA (Radio Free Asia), MBN (Middle East Broadcasting Network – Alhurra TV i Radio Sawa), BCI (Broadcasting Capital Improvements), VOA (Voice of America), OCB (Office of Cuba Broadcasting – Radio Martí, TV Martí), IBB (International Broadcasting Bureau), TSI (Technology, Services, and Innovation), RFE/RL (Radio Free Europe/Radio Liberty).

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie: *BBG Annual Reports* 2014; 2015; 2016; 2017.

Działalność emisyjna radia Voice of America za granicą⁴ realizowana jest na podstawie *VOA Charter*, dokumentu przyjętego w 1960 r., który 12 lipca 1976 r. został przez prezydenta Geralda Forda przekształcony w akt prawny, aby zagwarantować perspektywiczne działanie rozgłośni i zapewnić jej stałe finansowanie. W statucie tym określono ogólne zakresy i zadania VOA (*VOA Charter...*, 1976). VOA będzie:

1) niezmiennie rzetelnym i wiarygodnym źródłem wiadomości; wiadomości VOA będą dokładne, obiektywne i wszechstronne;

2) reprezentować Amerykę, a nie jakikolwiek segment społeczeństwa amerykańskiego, i dlatego przedstawi zrównoważony i kompleksowy obraz dominujących amerykańskich poglądów i instytucji;

3) przedstawiać politykę Stanów Zjednoczonych w sposób jasny i zrozumiały, a także będzie prezentować istotne dyskusje i opinie na temat tej polityki.

VOA Charter został oficjalnie włączony w 1994 r. do ustawy *U.S. International Broadcasting Act 1994*, a zawarte w nim zapisy wyznaczają standardy i zasady dla wszystkich mediów nadających dla zagranicy, które działają na jej podstawie. Najważniejsze zadania zawarte we wskazanej ustawie to (*U.S. International...*, 1994):

- wspieranie przez państwo prawa do wolności opinii i wypowiedzi, włączając wolność poszukiwania, otrzymywania i przekazywania informacji i idei za pomocą dowolnych mediów i niezależnie od granic, zgodnie z Art. 19 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ (1948 r.);
- wspieranie swobody komunikacji w wymianie informacji i idei między narodami, przyczyniającej się do pokoju i stabilności na świecie, która również leży w interesie Stanów Zjednoczonych;
- wspieranie nadawania programów do innych narodów, które jest zgodne z interesem Stanów Zjednoczonych;
- utrzymanie istniejącej nadawczości międzynarodowej przez Stany Zjednoczone oraz utworzenie nowej usługi nadawania dla obywateli Chińskiej Republiki Ludowej i innych krajów azjatyckich, niedysponujących odpowiednimi źródłami bezpłatnych informacji, które zwiększyłyby rozpowszechnianie informacji i idei, wynikające z celów polityki zagranicznej USA.

Ustawa zawiera również pryncypia, według których amerykańska nadawczość międzynarodowa powinna być:

⁴ Od 2 lipca 2013 r. programy dla zagranicy dostępne są także na terytorium USA – <http://www.bbg.gov/blog/2013/07/01/bbg-international-broadcasts-now-available-within-the-united-states/> [dostęp: 6.12.2014].

- zgodna z ogólnymi celami polityki zagranicznej Stanów Zjednoczonych;
- zgodna z międzynarodową polityką telekomunikacyjną i zobowiązaniami traktatowymi Stanów Zjednoczonych;
- prowadzona zgodnie z najwyższymi profesjonalnymi standardami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego;
- oparta na wiarygodnych informacjach na temat jego potencjalnych odbiorców;
- realizowana tak, aby skutecznie dotrzeć do znacznej grupy odbiorców.

Nie może jednak powielać działalności:

- nadawców w Stanach Zjednoczonych;
- podmiotów nadawczych innych demokratycznych narodów wspieranych przez rząd.

Ponadto, media międzynarodowe powinny dostarczać:

- wiadomości, które są konsekwentnie niezawodne i wiarygodne, dokładne, obiektywne i wszechstronne;
- przekazów odwzorowujących w sposób wyważony i kompleksowy myśli i instytucje Stanów Zjednoczonych, odzwierciedlających różnorodność amerykańskiej kultury i społeczeństwa;
- informacji jasno i efektywnie przedstawiających politykę rządu Stanów Zjednoczonych, a także istotne dyskusje i opinie na jej temat;
- programów w celu zaspokojenia potrzeb, które pozostają niezaspokojone przez ogół mediów dostępnych dla odbiorców w poszczególnych narodach;
- informacji na temat rozwoju w każdym znaczącym regionie świata;
- różnorodnych opinii i głosów z poszczególnych narodów i regionów, które przez cenzurę lub represje nie mogą być przekazywane do współobywateli.

W ustawie zaleca się również, aby media międzynarodowe USA, w celu zapewnienia realizacji wskazanych zadań, prowadziły rzetelne jakościowo badania, utrzymywały odpowiednią przepustowość nadajników i przekaźników w celu wspierania tych działań oraz prowadziły szkolenia i wsparcie techniczne dla niezależnych rdzennych mediów za pośrednictwem agencji rządowych lub prywatnych podmiotów amerykańskich.

Programy VOA nadawane są w 45 językach, z czego radiowe – w 42 językach; pozostała grupa języków to programy telewizyjne (cała sieć mediów BBG nadaje w 61 językach). Spośród wszystkich mediów grupy USAGM VOA cieszy się najliczniejszą publicznością, co obrazuje tabela 2.

TABELA 2. Publiczność według medium (w mln)

Rozgłośnię	Lata			
	2017	2016	2015	2014
VOA	236,8	236,6	187,7	171,6
MBN	25,7	27,5	25,7	29,3
OCB*	1,0	–	–	–
RFE/RL	25,8	26,9	23,6	23,3
RFA**	6,9	6,4	7,5	7,8
BBG	278,0	278,0	226,0	215,0

* Dane dostępne tylko za rok 2017, ponieważ wcześniej badania audytorium na Kubie nie były przeprowadzane.

** Badania publiczności nie zawierają danych z Korei Północnej, Tybetu i Ujguru w Chinach, z powodu zbyt dużego ryzyka prowadzenia sondaży w tamtych regionach. Zebrane dane są reprezentatywne dla krajów i regionów, do których docierają serwisy językowe nadawane przez RFA.

ŹRÓDŁO: *BBG Global Audience Estimate from the FY 2017 Performance and Results Report* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 10.09.2018].

W 2017 r. media wchodzące w skład sieci BBG/USAGM osiągnęły audytorium 278 mln osób tygodniowo, licząc łącznie wszystkie środki przekazu: radio, telewizję i Internet, identycznie jak w 2016 r. Ze względu na formę komunikowania audytorium dzieliło się następująco: telewizja – 180 mln odbiorców; radio – 122 mln słuchaczy, Internet – 45 mln użytkowników. Dane te nie duplikują się, co oznacza, że każda jednostka w badaniu liczona jest tylko raz, niezależnie od tego, z jak wielu mediów korzystała (*BBG Global Audience...*, 2017). W 2016 r. łączna wielkość audytorium była taka sama, jednak pojawiły się różnice w rozbiciu na poszczególne typy mediów: telewizja – 174 mln odbiorców, radio – 130 mln słuchaczy, Internet – 45 mln użytkowników. Warto zaznaczyć, że publiczność zwiększyła się w zauważalny sposób od 2015 r., kiedy jej wielkość wyniosła 226 mln odbiorców, publiczność radiowa wzrosła o 27%, a telewizyjna – o 23% w stosunku do 2015 r. Ten nagły wzrost audytorium władze USAGM tłumaczyły zwiększeniem się oferty o platformy cyfrowe i mobilne. Przede wszystkim jednak podkreślano, że potrzeba dostępu do amerykańskich mediów międzynarodowych powstała szczególnie w tych częściach świata, gdzie dostęp do wyważonych, niezależnych newsów jest ograniczony albo całkowicie niemożliwy. Według USAGM rynek mediów został zdominowany przez

deinformację i propagandę, dlatego coraz więcej osób korzysta z mediów USAGM, poszukując rzetelnego, precyzyjnego i opartego na faktach dziennikarstwa (*Unprecedented International...*, 2016).

Zaprezentowane zestawienia dotyczące poszczególnych mediów nie pokazują wielkości audytorium osobno dla Radia VOA. Ostatnie dostępne badanie surveyowe dotyczące VOA przeprowadziła agencja Gallup w 2016 r. Z badań wynika, że w każdym tygodniu telewizję VOA oglądają 154 mln ludzi, radia VOA słucha 108 mln ludzi, 34,5 mln korzysta z platform cyfrowych VOA, a 25% odbiorców korzysta ze wszystkich trzech typów mediów. Największy wzrost audytorium zanotowano w: Indonezji (16,4 mln), Meksyku (6,2 mln), Argentynie (4,3 mln), Kolumbii (4,2 mln) i Peru (4,2 mln). Sporą publiczność zanotowano również w Tanzanii (3,8 mln), Burundi (2,9 mln), Afryce Południowej (2,6 mln) i Nigerii (2,6 mln). W zakresie języków największą grupą są słuchacze hispanojęzyczni – 59,4 mln, na drugiej pozycji jest język indonezyjski z 47,5 mln odbiorców, wreszcie trzecią pozycję zajmuje język angielski, którym posługuje się 39,2 mln odbiorców. Badania pokazały również, że 86% z tygodniowej publiczności uważa programy VOA za „godne zaufania” i ten sam procent przyznaje, że dzięki programom VOA lepiej rozumie bieżące wydarzenia (*A Record for Voice...*, 2016; *BBG Performance...*, 2016).

Struktura Radia VOA podzielona jest według obszarów nadawania i języków, są to: Europa Środkowa i Wschodnia (języki: albański, bośniacki, macedoński, serbski i ukraiński) oraz Eurazja (gdzie oferowane są tylko programy telewizyjne w językach ormiańskim, azerskim, gruzińskim i rosyjskim), Azja Wschodnia i Południowo-Wschodnia (języki: birmański, kantoński, indonezyjski, khmerski, koreański, laotański, mandaryński, tajski, tybetański, wietnamski), Azja Środkowa (język uzbecki), Azja Południowa (języki: bengalski, dari, paszto, perski, urdu), Afryka i Afryka Północna (język arabski, języki: oromo, amharcki, bambara, hausa, rwanda, kirundi, ndebele, sango, shona, somalijski, songhaj, suahili, tamaszek, tigrinia, wolof), Środkowy Wschód (języki: kurdyjski i turecki) oraz Ameryka Południowa (języki: kreolski i hiszpański) oraz sekcje lingwistyczne, które przygotowują audycje w lokalnych językach (*BBG FY 2017 Performance...*).

Audycje są emitowane na żywo za pomocą nadajników FM i MW (na fal średnich), a w niewielkiej liczbie miejsc nadal nadawane są za pomocą fal krótkich – tam, gdzie brakuje zaawansowanej infrastruktury radiowej lub gdzie nadawanie jest możliwe tylko spoza danego kraju. Audycje ponadto transmitowane są dzięki umowom z lokalnymi rozgłośniami, które wydzielają część czasu antenowego w swoich ramówkach

na pasma produkowane przez Głos Ameryki. VOA współpracuje z ok. 2 200 rozgłośniami lokalnymi na świecie. Część materiałów radiowych jest rejestrowana wcześniej i emitowana w rozgłośniach. Rozgłośnie mogą też wymieniać je między sobą, jeśli ich zawartość odpowiada na zapotrzebowanie lokalnych odbiorców. Program radiowy jest również udostępniany przez satelitarne platformy cyfrowe, poprzez sieci kablowe, ponadto w Internecie (w kanałach YouTube, w postaci streamingu w portalach społecznościowych, takich jak Facebook, Twitter, Google+ i Instagram, oraz przez własne strony www.voanews.com), a także w formie aplikacji na urządzenia mobilne.

VOA Global English to główny kanał międzynarodowy VOA. Poza tym radio oferuje kanały sformatowane tematycznie, dostępne przede wszystkim online. Są to VOA Africa (przeznaczona dla Afryki – nadawana analogowo oraz online), VOA1 – The Hits (radiostacja muzyczna nadająca na żywo w Internecie, emitująca przeboje z różnych gatunków muzycznych, m.in. pop, jazz, soul, rock, country, a prócz tego wiadomości, sport i wywiady), *VOA Newscasts* (program informacyjny nadający codzienne serwisy informacyjne, tylko online – o pełnych godzinach nadawane są na żywo, w pozostałym czasie do odsłuchania w formie podcastów).

VOA Global English (VOA GE) jest anglojęzyczną rozgłośnią uniwersalną, tzn. że kieruje swoje programy do globalnej publiczności, bez wskazania konkretnych grup odbiorców, tak jak określono to w przypadku VOA Africa. W całodobowej ramówce radia VOA GE znajdują się różnorodne programy, radiostacja może być słuchana w eterze za pomocą odbiorników fal krótkich, a także – jak wspomniano – w Internecie i w aplikacjach mobilnych. Stałymi pozycjami są 5-minutowe serwisy informacyjne (*VOA Newscasts* i skróty wiadomości *Two Minute Newscast*) nadawane o pełnej godzinie, relacjonujące najważniejsze wydarzenia polityczne w USA i na świecie; poza tym dwa międzynarodowe wydania serwisów *International Edition*, w których informacje ze świata zawierają wypowiedzi naocznych świadków, relacje korespondentów, analizy ekspertów i dziennikarzy, w serwisach pojawiają się także doniesienia ze sfery nauki i rozrywki. Raz w tygodniu transmitowany jest półgodzinny magazyn publicystyczno-informacyjny *Press Conference USA*, którego autorka Carol Castiel omawia sprawy istotne z perspektywy amerykańskiej, z zakresu polityki krajowej i zagranicznej, światowego zdrowia, nauki i kultury. Ta sama dziennikarka prowadzi program *Encounter*, w którym dyskutuje z dwojgiem gości prezentujących przeciwstawne poglądy polityczne na najważniejsze tematy krajowe i z zakresu polityki zagranicznej USA. Emitowany jest także magazyn informacyjny *Issues in the News*.

Kolejną stałą pozycją jest 25-minutowa audycja *Daybreak Africa*, emitowana kilkukrotnie w ciągu dnia, przedstawiająca najważniejsze i najnowsze wydarzenia kontynentu afrykańskiego, zawierająca wywiady i raporty korespondentów i wiadomości sportowe. Wydarzeniom w Afryce poświęcone są także programy: *Africa News Tonight*, prezentujący newsy, relacje reporterów, wywiady z przedstawicielami afrykańskich rządów i liderami politycznymi opozycji, aktywistami organizacji pozarządowych, omawia tematy dotyczące środowiska naturalnego, praw człowieka, afrykańskiej diaspory i biznesu oraz lżejsze tematy – z zakresu nauki, technologii, sztuki i kultury; *Nightline Africa* – godzinna audycja przybliżająca sytuację w Afryce, biorą w niej udział dziennikarze zarówno z Waszyngtonu, jak i z kontynentu afrykańskiego; poza tym *Straight Talk Africa*, *Reporters' Roundtable* i poświęcony kryzysowi w Sudanie Południowym *South Sudan in Focus*.

Magazyny publicystyczne VOA są poświęcone także Azji, m.in. audycja *VOA Asia*, która zawiera raporty specjalne o sytuacji w poszczególnych częściach Azji, np. *Reports of Forced Labor for Uighurs in China* (o przymuszaniu Ujgurów do pracy w chińskich obozach pracy), *Rohingya Are Moving Nowhere for the Moment* (o uchodźcach z ludu Rohindża) czy *Censorship Concerns in Digital China* (plany powrotu Google na rynek chińskich mediów w zamian za blokowanie stron antyrządowych), *The Potential Casualties of a Trade War* (o wojnie handlowej USA i Chin), *A U.S. Report Says Human Rights in China is Deteriorating* (o łamaniu praw człowieka w Chinach); wśród tematów z 2018 r. znajdują się wątki związane z sytuacją w Korei Północnej, wyborami w Afganistanie, relacjami USA – Chin (*Raw Diplomacy in Beijing*) czy USA – Korea Północna („*Productive*” *Talks Possibly Bring Closer a Second U.S. – North Korea summit*), ale także trzęsieniem ziemi w Indonezji czy oddziaływaniem urządzeń elektronicznych na dzieci i młodzież.

VOA GE transmituje również lżejsze tematycznie programy, np. muzyczne i sportowe. Wśród muzycznych programów są m.in. *Border Crossings*, to show na żywo prezentujący zróżnicowaną muzykę z całego świata, jego prowadzącym jest Larry London. Kolejną propozycją stanowi *African Beat*, magazyn muzyczny zawierający najnowsze i najpopularniejsze współczesne przeboje muzyki afrykańskiej. Podczas audycji odbywają się także rozmowy o najciekawszych zjawiskach świata muzyki, prowadzącym program jest David Vandy. *Music Time in Africa* to z kolei najdłużej emitowany anglojęzyczny program w Radiu VOA, nadawany od 1965 r., przedstawiający zróżnicowaną gatunkowo i historycznie muzykę Afryki, jego prowadzącą jest etnomuzykolog Heather Maxwell. Lekką formułę ma również audycja *American Café* pokazują-

ca z różnych perspektyw życie „zwykłych” Amerykanów. Przedstawia najciekawsze amerykańskie zjawiska w sferze kultury, nauki, rozrywki i codziennego życia – atrakcją programu są wywiady z popularnymi osobistościami. Z kolei wiodący program sportowy to *Sonny Side of Sports*, emitowany od poniedziałku do piątku, którego gospodarz Sonny Young omawia wyniki i nadaje relacje z zawodów sportowych, zmagañ drużyn i sportowców. Następnym programem sportowym jest *VOA Game Room*.

Inną propozycję tematyczną stanowi program o zdrowiu, *Health Chat*, o formule *call-in* (zob. STACHYRA 2008), opartej na rozmowach na żywo ze słuchaczami, dzwoniącymi do studia po porady zdrowotne, których udzielają im zaproszeni zawodowi lekarze. Prowadzącą jest dziennikarka wyspecjalizowana w tematyce zdrowotnej Linord Moudou. Magazynem lifestylowym, publicystycznym jest audycja *Let's Talk* – ma charakter interaktywnej dyskusji, prowadzonej przez prezentera Sundaya Shomari, który porusza różnorodne tematy życia codziennego w Afryce (związki, randki internetowe, nowinki techniczne rtv i agd, kuchnia, nauczyciele z czasów szkolnych, czytanie książek, chirurgia plastyczna, przesady i wiele innych), proponowane przez słuchaczy za pośrednictwem mediów społecznościowych. Autor audycji rozwija je później w studio z zaproszonymi gośćmi; podczas programu emitowana jest popularna muzyka z Afryki, telefonują słuchacze.

Radio VOA próbuje docierać również do młodych słuchaczy – studentów, przygotowując dla nich specjalny program *Campus Connection*. To interaktywny program z udziałem słuchaczy (*call-in*) o tematyce związanej ze studiowaniem w USA – zawiera porady, jak dostać się na studia w tym kraju, jak sobie poradzić z wyzwaniem życia studenckiego, jak przygotowywać się do egzaminów, ale też jak nie popaść w kłopoty wynikające z nadmiernego spożywania alkoholu lub jak nie zostać ofiarą przemocy. Inną propozycją tworzoną dla młodych słuchaczy jest program *Up Front*, analizujący światowe wydarzenia z perspektywy młodego człowieka.

Jedną z najbardziej klasycznych pozycji programowych jest cykl edukacji językowej *VOA Learning English* (jego wcześniejsza nazwa to *Special English*), nadawany pół godziny każdego dnia (oraz powtórki), a wyemitowane odcinki lekcji radiowych są dostępne w formie podcastów i pogrupowane według stopnia zaawansowania znajomości języka. Co więcej, uruchomiono specjalny serwis informacyjny dla osób słabiej posługujących się językiem angielskim – serwisanci bardzo starannie i dużo wolniej odczytują wiadomości.

Oferta programowa edycji angielskiej radia Głos Ameryki zawiera jeszcze inne pozycje, wpisujące się w formę raportów specjalnych, ale

mają one charakter „ruchomy”, związany z nagłymi zdarzeniami lub ze zdarzeniami szczególnej wagi, które poddawane są wnikliwej analizie (np. *Melania Trump Goes to Africa – Another South Sudan Peace deal* – o wizycie pierwszej damy USA w Afryce z misją pokojową; *US Congressman Tom Garrett (Republican, Virginia)* – poświęcona sylwetce republikańskiego kongresmena; *Missing Saudi Journalist Feared Dead* – magazyn specjalny o zamordowaniu saudyjskiego dziennikarza Jamala Khashoggi (*UN Executions...*, 2019); *Outlook For Democrats in 2018 Midterm Election* – audycja omawiająca przebieg kampanii wyborczej, analizująca program demokratów).

Analiza oferty programowej, mimo że nie ma charakteru ilościowego, pozwala zauważyć, że na uniwersalnej antenie Głosu Ameryki akcentowana jest tematyka związana z USA – głównie z ich polityką zagraniczną, ale także ze sprawami wewnętrznymi, poza tym wyraźnie zauważalna jest duża liczba audycji poświęconych Afryce (również w wymiarze rozrywki), następnie Azji. Rozgłośnia koncentruje się na sytuacji międzynarodowej, kryzysach politycznych i militarnych w różnych obszarach świata. Przewagą gatunkową ma poważna publicystyka. Z perspektywy formatowania radia mieści się w formacie mieszanym *News-Talk International*, zawierającym elementy *call-in*, podnoszące interaktywność stacji, także autorskie audycje muzyczne, które nadają rozgłośni lżejszą formułę. Wprowadzenie programu studenckiego i programu dla młodzieży urozmaica ofertę i kieruje rozgłośnie na pokoleniowo młodszego słuchacza.

Główna antena VOA ma charakter rozgłośni reprezentującej według podziału Jacquesa Semelina, chociaż zawiera elementy typowe dla rozgłośni substytucyjnej (audycje poświęcone Afryce czy Azji, tworzone przez ich rdzennych mieszkańców).

4.2. BBC World Service – Wielka Brytania

Współcześnie BBC World Service Group to prężnie działająca instytucja medialna, w której skład wchodzi: 1) BBC World News – komercyjny międzynarodowy kanał TV, 2) strona internetowa BBC.com oraz 3) BBC Worldwide – agencja zajmująca się rozpowszechnianiem programów pochodzących z całej grupy medialnej, a jednocześnie tworząca ofertę programową (seriale, programy dla dzieci, magazyny lifestyle) dla platform satelitarnych (np. BBC Earth, BBC Lifestyle, CBeebies,

BBC Entertainment itp.), a także 4) najważniejszy kanał z perspektywy komunikowania międzynarodowego: BBC World Service, emitujący programy za pomocą radia, telewizji, stron internetowych oraz urządzeń mobilnych; ma charakter niekomercyjny i obecnie utrzymuje się z opłat abonamentowych. Warto zaznaczyć, że do końca marca 2014 r. BBC World Service był finansowany jedynie z rządowej dotacji z Biura ds. Polityki Zagranicznej i Wspólnoty – Foreign & Commonwealth Office, a od 1 kwietnia 2014 r. finansowany jest z wpływów abonamentowych. BBC WS wypełnia ogólne zalecenia i zadania misyjne, również w zakresie dyplomacji publicznej, które opisane są przede wszystkim w *Royal Charter* (Karcie Królewskiej) (*Broadcasting...*, 2016a), nadanej przez królową, oraz w tzw. *The Agreement* (*Broadcasting...*, 2016b; JĘDRZEJEWSKI 2010; 2015; WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2012b), czyli umowie pomiędzy BBC a Sekretarzem Stanu ds. Cyfryzacji, Kultury, Mediów i Sportu, w której szczegółowo określono cele i zadania BBC, w tym BBC World Service. Trzecim dokumentem, który obliguje BBC WS do wypełniania konkretnej misji jest umowa licencyjna *World Service Operating Licence* (2016). We wszystkich trzech dokumentach uszczegółowiono relacje pomiędzy BBC, BBC WS i Foreign Secretary; ten ostatni podmiot współokreśla politykę nadawania za granicę (w zakresie typu działających mediów, także celów i odbiorców) i musi wyrazić na nią zgodę, określa również, w ilu i w jakich językach rozgłoszenia ma nadawać programy. Są one podzielone na trzy grupy: „Global English” – programy nadawane w języku angielskim, w którym prowadzony jest serwis uniwersalny (globalny), zawierający najnowsze informacje międzynarodowe, programy publicystyczne i analizy na globalne tematy – ponieważ angielski uznaje się za wiodący język na świecie, pozwala lepiej realizować zadania z zakresu dyplomacji publicznej; „Other major languages” – programy tworzone na konkurencyjnych rynkach, które opierają się na globalnej ofercie informacyjnej BBC i bazują na wyróżniającym się dziennikarstwie, przeznaczone dla publiczności zarówno lokalnej, jak i globalnej; „Languages of particular need” – ich rolą jest dotarcie – za pomocą macierzystych języków – do specyficznych obszarów, gdzie istnieje luka w dostępie do profesjonalnie przygotowanych i bezstronnych (albo jakichkolwiek, warto dodać) międzynarodowych informacji.

W licencji zawarto listę 28 języków, które stanowią minimum w nadawczości BBC World Service (w rzeczywistości nadaje ona w ponad 40 językach), przy okazji określono, jakie priorytety strategiczne przyświecają nadawaniu w poszczególnych językach oraz w jakich gatunkach programowych ma być realizowana oferta w danym języku. W niektórych przypadkach celem jest dostęp miejscowej ludności do bieżących informacji zagranicznych (np. w języku bengali w Indiach czy

indonezyjskim w Indonezji); w innych przypadkach założono, że serwisy powinny dostarczać mieszankę bieżących informacji zagranicznych oraz informacji lokalnych z powodu ograniczonego dostępu ludności miejscowej do informacji, a także powinny zawierać treści z zakresu kultury, edukacji itp. (np. programy w języku arabskim na Środkowym Wschodzie i w Afryce Północnej), z kolei np. audycje nadawane po rosyjsku mają przekazywać bieżące informacje międzynarodowe, informacje na temat Rosji i jej relacji międzynarodowych, a ponadto powinny poszerzać zawartość o treści rozrywkowe z ogólnodostępnej oferty BBC, aby uatrakcyjnić przekaz i w efekcie powiększyć docelową grupę odbiorców (*World Service Operating Licence...*, 2016).

W licencji określa się bardzo szczegółowo sposoby działania BBC World Service w zakresie podstawowego celu określonego w ramach Public Purposes BBC⁵ w *Royal Charter*⁶. Piąte zadanie publiczne polega na popularyzacji Zjednoczonego Królestwa, jego kultury i wartości na świecie⁷ (trzeba zaznaczyć, że dotyczy ono wszystkich mediów BBC, ale szczególnie przypisane jest do BBC World Service). Jak ujęto w licencji (*World Service Operating Licence...*, 2016), ten cel ma być zrealizowany poprzez dostarczanie do międzynarodowej publiczności newsów wysokiej jakości, bezpośrednio opartych na brytyjskiej zasadzie staranności, niezależności i uczciwości. Międzynarodowe informacje, zróżnicowane treścią i formą, powinny ujmować Wielką Brytanię w kontekście światowym, aby wspomóc jej rozumienie jako całości, wraz z jej narodami i regionami. Wszystkie przekazy i wytwory powinny odpowiadać na potrzeby publiczności w Wielkiej Brytanii i poza nią. Ponad te podstawowe zapisy, w licencji zamieszczono bardziej szczegółowe zalecenia dla BBC World Service, który powinien:

- dostarczać informacji pozwalających publiczności spojrzeć na świat z globalnej perspektywy, nieopierającej się na żadnych narodowych czy komercyjnych interesach;
- służyć jako niezależny i zaufany przewodnik w wymiarze wzrastającej liczby informacji, pomagając publiczności rozumieć świat wokół niej i nadawać znaczenia konkurującym opiniom;
- zapewniać udział w toczącej się globalnej konwersacji, która sprzyja lepszemu zrozumieniu ponad narodowymi granicami, językami i mediami;

⁵ Zadania publiczne.

⁶ O skomplikowanych zależnościach pomiędzy *Broadcasting Royal Charter*, *Broadcasting Framework Agreement* i *Licence Agreement* można więcej przeczytać w opracowaniu mojego autorstwa na temat publicznej misji Radia BBC (WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2012b).

⁷ „To reflect the United Kingdom, its culture and values to the world” (*Broadcasting...*, 2016a).

- wzmacniać jakość i zakres oferty poprzez współpracę z innymi podmiotami BBC, aby wspomóc międzynarodowe porozumienie i tworzyć globalną perspektywę;
- umożliwić dostęp do produktów BBC World Service abonentom z Wielkiej Brytanii.

Zarówno w *The Agreement under Clause...*, (2016), jak i w licencji określono minimalne finansowanie ze środków abonamentowych na każdy rok obowiązywania czteroletniej licencji. Przyjęto, że w latach 2017/2018–2021/2022 BBC WS ma zagwarantowane przynajmniej 254 mln GBP rocznie. Jednocześnie BBC World Service może być beneficjentem innych źródeł dochodów, w ramach tzw. finansowania alternatywnego, jeśli są zgodne z ogólnymi warunkami polityki finansowej BBC SW (*The BBC World Service Statement...*, 2016). Dodatkowo BBC World Service może liczyć na dotacje bezpośrednio z Foreign & Commonwealth Office – ta droga finansowania nie została zablokowana po przejściu BBC WS na finansowanie z abonamentu. Ostatnia dotacja FCO obejmuje lata 2016–2020 i wynosi 289 mln GBP w czterech transzach co rok. Dotacja jest przeznaczona na projekty specjalne zgodne z polityką zagraniczną FCO i jest szczegółowo wskazana w umowie finansowej pomiędzy BBC WS i ministerstwem (*The Agreement under Clause...*, 2016). Wśród zamawianych projektów są zalecenia o konieczności wprowadzenia oferty w określonych językach oraz formy nadawczości, w jakich ma być realizowana – przykładowo, zalecono, by w Etiopii i Erytrei wprowadzić programy radiowe i serwisy internetowe w językach amharskim, afaan oromo i tigrinya, z kolei programy w języku arabskim powinny być poszerzone o audycje dla młodzieży oraz dla kobiet. To tylko pojedyncze przykłady zadań zaleconych przez FCO na lata 2016–2020.

BBC World Service Group tygodniowo osiąga łączne audytorium w wysokości 376 mln osób, lecz – jak pokazano w tabeli 3 – nadal najwyższą liczbę odbiorców uzyskuje poprzez radio: 160 mln słuchaczy tygodniowo (*BBC Annual Report...*, 2018). Radio rozpowszechnia programy na falach średnich i krótkich w Azji i Afryce, a w Europie i obu Amerykach za pośrednictwem krajowych rozgłośni FM, natomiast w Australii i Nowej Zelandii dodatkowo na falach AM (fale średnie). Wszędzie, gdzie zapewniony jest dostęp do Internetu, możliwy jest odbiór radia na żywo po angielsku. BBC WS umożliwia odbiór audycji także poprzez aplikacje mobilne. Ostatnie dane pokazują, że słuchalność anglojęzycznej edycji Radia BBC World Service (English) za pośrednictwem Internetu wynosi 27 mln słuchaczy tygodniowo. Ponadto podcasty z audycjami radia są pobierane przez milion osób na tydzień. Więcej niż 25% odbiorców BBC World Service jest pomiędzy

15. a 24. rokiem życia. Najwięcej odbiorców BBC WS znajduje się w Nigerii (41 mln), w USA (33 mln), Indiach (30 mln), Bangladeszu (16 mln), Egipcie (16 mln), Iranie (13 mln), Afganistanie (12 mln), Tanzanii (10 mln), Pakistanie (9 mln) i Indonezji (8 mln). Ponadto w Afganistanie powyżej 60% dorosłych ogląda BBC News, a w Nigerii 40% (*BBC's Global Audience...*, 2018). Największy spadek pod względem środka przekazu zanotowało radio na falach krótkich i średnich. Jednocześnie jest ono głównym medium w miejscach, gdzie nie można zastosować nadawania na falach FM.

TABELA 3. Publiczność według medium (w mln)

Medium	Lata					
	2017/2018	2016/2017	2015/2016	2014/2015	2013/2014	2012/2013
TV	111,0	110,0	90,6	74,2	58,7	41,5
Radio	160,0	155,0	144,6	131,6	127,8	144,8
Online	42,0	39,0	41,6	24,0	18,8	14,0
BBC World Service	279,0	269,0	246,3	209,8	191,4	192,2

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie: *BBC Annual Report and Accounts* (2014; 2015; 2016; 2017; 2018).

BBC World Service English jest kanałem globalnym, oferuje 7 edycji programowych w języku angielskim formatowanych ze względu na obszar nadawania audycji. Są to Ameryka Północna i Ameryka Południowa wraz z Karaibami, Australazja Wschodnia i Afryka Południowa, Azja Wschodnia, Europa i Środkowy Wschód, Azja Południowa oraz Afryka Zachodnia i Centralna; ponadto oferuje wersje specjalne na platformach cyfrowych w Wielkiej Brytanii UK DAB/Freeview, a także wydania internetowe (*News Internet*) i wydanie online. W każdej z tych edycji transmitowane są wspólne programy uniwersalne, a dodatkowo w poszczególnych wydaniach zamieszczane są audycje przeznaczone dla wskazanych obszarów. Wszystkie te anglojęzyczne edycje są możliwe do słuchania w wydaniu online, wystarczy się przełączyć pomiędzy poszczególnymi wersjami. Dzienna ramówka programu ogólnego Radia BBC World Service English oferuje wiele programów z różnych grup gatunkowych i tematycznych.

Główne serwisy informacyjne to trwające 5 min. *BBC News*, które nadawane są o pełnych godzinach, zawierają wiadomości o najważniejszych i bieżących wydarzeniach na świecie. Uzupełniane są 2-minutowy-

mi skrótami wiadomości nadawanymi co 2 godz. – *BBC News Summary*. Kolejną propozycją informacyjną jest codzienny program *The Newsroom*, który zawiera transmisje na żywo, sprawozdania korespondentów i komentarze z wydarzeń na świecie w momencie ich „dziania się”. Poza tym emitowane są magazyny: *Newsday*, poświęcony „wiadomości dnia” w pogłębionej formie, oraz *World Update*, będący podsumowaniem najważniejszych wydarzeń danego dnia. Podobny charakter mają nadawane w soboty audycje *Weekend* i *The World This Week*, podsumowujące najważniejsze zdarzenia tygodnia. BBC WS English nadaje kilka serwisów specjalistycznych o tematyce biznesowo-ekonomicznej światowej gospodarki, takich jak: *World Business Report*, *Business Matters*, *Business Daily*, *Global Business*. Swoje codzienne wydania mają także serwisy sportowe: *Sports News*, *Sport Today*, *World Football*. Poza tym tematyce sportowej poświęcone są rzadziej nadawane programy *Stumped*, *Sporting Witness*, *Sportsworld* i *Sportshour*.

Pozostałe pozycje ramówki to magazyny publicystyczne, takie jak: *HARDtalk*, czyli cykl wywiadów z ważnymi postaciami życia publicznego, kultury czy społeczeństwa; *The Inquiry*, program zawierający pogłębione analizy zjawisk i trendów na świecie, oraz *From Our Own Correspondent* – relacje reporterów BBC WS ze świata, a także magazyny *Forum* i *World Questions* na temat sytuacji w wybranym kraju. Ciekawą propozycją jest również audycja *Boston Calling*, prezentująca życie w USA i świat widziany z perspektywy amerykańskiej. W radiu nadawana jest publicystyka specjalistyczna: *Newshour* – program o zmianach klimatycznych i ich skutkach; *The Food Chain* – magazyn poruszający kwestie odżywiania się w kontekście zdrowia, zróżnicowanych diet oraz przemysłu spożywczego; *Health Check* – to audycja o zdrowiu, osiągnięciach medycyny, różnych formach leczenia; *Science in Action*, *Discovery* i *Tech Tent* – to programy prezentujące najnowsze wynalazki i osiągnięcia w nauce i ich wpływ na życie codzienne ludzi. Audycje – najczęściej w formie reportaży ze świata – zajmujące się problematyką społeczną i różnymi aspektami życia w różnych społeczeństwach i kulturach, to *Outlook*, *The Thought Show*, *BBC OS*, *Assignment*, *The Witness*, *The Real Story*, *Heart and Soul*, *The Fifth Floor*, *CrowdScience*, *Trending*, *The Compass*; emitowany jest także program dokumentalny *The Documentary* – omawiający różne zdarzenia, zjawiska, ludzi i miejsca z przeszłości. Radio emituje również magazyn poświęcony książkom – *World Book Club*, kulturze – *The Cultural Frontline*, program muzyczny (realizowany przez BBC Music) pt. *BBC Music on the World Service with Cerys Matthews*, interaktywną audycję *Over To You*, w której realizowane są tematy zaproponowane przez słuchaczy, program *More or Less*, w którym Tim Harford wyjaśnia znaczenie liczb i algorytmów w codziennym

życiu, a także serial radiowy *Death in Ice Valley* – w formie magazynu kryminalnego odkrywającego niewyjaśnioną zagadkę z przeszłości. W ostatnich miesiącach nową propozycją są także audycje *The History Hour* omawiające historyczne wydarzenia i ich wpływ na współczesność, oraz *The Arts Hour* poświęcona różnym formom sztuki powstającej na świecie – filmowi, malarstwu i street artowi, muzyce, architekturze, literaturze i innym.

Program radiowy BBC WS English ma charakter pluralistyczny, zaskakująca jest różnorodność omawianych tematów; program nie dotyczy wyłącznie Wielkiej Brytanii, jej społeczeństwa czy kultury, lecz daje przegląd tego, co dzieje się w danej dziedzinie na świecie w różnych krajach, społeczeństwach i kulturach. Wśród programów publicystycznych w ramówce dominuje tematyka społeczna i kulturalna, sporo miejsca zajmuje sport i światowa ekonomia. Tematyka polityczna – światowa, nie brytyjska – omawiana jest w głównych serwisach i w publicystyce politycznej, reprezentowanej w kilku wymienionych wcześniej programach i nie dominuje w programie dziennym rozgłośni. Format Radia BBC WS określiłabym jako mieszankę *Talk* i *Full Service*, ale najpełniej wyrażałaby ją nazwa, którą proponuję na potrzebę określenia tegoż radia – *Talk Varieties International*.

W ogólnym angielskim kanale radia niezauważalna jest formuła rozgłośni reprezentującej według typologii Semelina, co nie podważa faktu, że pełni ona takie funkcje nakazane jej na mocy przepisów. Podkreślić trzeba, że zarówno krajowe kanały BBC, jak i ich zagraniczne odmiany na ogół cieszą się niezależnością od doraźnej polityki rządu dzięki Karcie Królewskiej, która stoi na straży ich suwerenności edytorskiej i programowej.

4.3. Radio France Internationale (RFI) – Francja

Radio France Internationale – RFI – jest częścią grupy France Médias Monde, funkcjonującej od 2013 r.⁸ – nadawcy publicznego, odpowiedzialnego m.in. za promocję państwa i rozpowszechnianie kultury francuskiej w świecie oraz promującego komunikację międzykulturową. Do grupy tej – oprócz 1) RFI – należą również: 2) France 24 – całodobo-

⁸ Wcześniej, w latach 2008–2013, holding funkcjonował jako l’Audiovisuel extérieur de la France (AEF), w którego skład wchodziło RFI, France 24 i który posiadał 49% udziału w telewizji TV5Monde.

wy kanał telewizyjny, posiadający edycję arabską, francuską i angielską, a także 3) Radio Monte Carlo Doualiya – transmitujące programy w języku arabskim, skierowane do mieszkańców Bliskiego i Środkowego Wschodu, Mauretanii, Sudanu Południowego oraz do arabskich obywateli Francji; FMM jest także współdziałowcem satelitarnego kanału telewizyjnego, 4) TV5Monde oraz od kwietnia 2017 r., 5) CFI (Canal France International), operatora publicznego, który działa na rzecz rozwoju mediów w krajach na południu globu: Afryce, państwach arabskich i Azji Południowo-Wschodniej.

Podstawą działania FMM jest francuskie prawo audiowizualne *Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Létard)*, a ponadto umowy podpisywane na okres czteroletni pomiędzy Ministerstwem Spraw Zagranicznych, Ministerstwem Kultury i Komunikacji a publicznym nadawcą międzynarodowym, tzw. *Cahiers des Charges (Contrat d'objectifs...*, 2016) – zawierające zbiór zadań i obowiązków nałożonych przez państwo. Obecnie obowiązujące umowy weszły w życie 15 czerwca 2016 r., a ich nowelizacja – 9 maja 2017 r. W odniesieniu do zagranicznej polityki komunikacyjnej grupa France Médias Monde jest zobowiązana do (*Loi n° 86-1067...*):

- zapewnienia oddziaływania Francji i języka francuskiego i pobudzania wartości demokratycznych i republikańskich na świecie;
- proponowania alternatywnych rozwiązań dla istniejących na scenie międzynarodowej mediów, oferując, w wielu językach i z wykorzystaniem wszystkich mediów, francuskiej wizji bieżących wydarzeń międzynarodowych z zachowaniem niezależności wobec władzy politycznej, zapewniając promowanie dialogu, wymiany opinii i debaty publicznej;
- zapewnienie promocji kultury francuskiej i frankofońskiej w całej jej różnorodności.

Bardziej konkretne zalecenia dla radiofonii międzynarodowej mają polegać na dostarczaniu programów radiowych w języku francuskim i w językach obcych, przeznaczonych przede wszystkim dla Francuzów mieszkających poza Francją, poza tym dla odbiorców zagranicznych, również zamieszkujących Francję, odpowiedzialnych za przyczynianie się do upowszechniania kultury francuskiej i realizowanie misji informacyjnej dotyczącej spraw francuskich, europejskich i międzynarodowych. Ze względu na swój zasięg transnarodowy, wielojęzyczny oraz partnerstwo z podmiotami lokalnymi programy powinny działać zarówno jako media lokalne skierowane do odbiorców docelowych, jak i jako narzędzie promujące różnorodność kultur i wartości francuskie i frankofońskie. Radio powinno zwracać szczególną uwagę na podnoszenie świadomości w zakresie wartości demokratycznych. Skład i format przygotowywa-

nych programów powinien wynikać z sytuacji geopolitycznej i dostępnych technik dystrybucji, aby radio mogło stać się punktem odniesienia w stolicach i głównych regionach docelowych nadawczości (*Contrat d'objectifs...*, 2016).

RFI prowadzi audycje w sumie w 15 językach (i ich lokalnych odmianach), m.in. francuskim, angielskim, chińskim, hausa, hiszpańskim, kambodżyjskim, kiswahili, mandinka, perskim, portugalskim, rosyjskim, rumuńskim, wietnamskim. Programy radiowe są nadawane na 156 różnych częstotliwościach radiowych za pośrednictwem partnerskich stacji FM (blisko 1 000 rozgłośni), za pomocą fal krótkich i fal średnich oraz na 30 częstotliwościach satelitarnych. Można je ponadto odbierać przez strony internetowe, umożliwiające słuchanie audycji radiowych na żywo i w formie podcastów, a także oglądanie materiałów filmowych (jako retransmisje i podcasty); radio posiada ponadto aplikację na urządzenia mobilne – jest obecne w mediach społecznościowych (Facebook i Twitter). Dane ilościowe audytoriów poszczególnych mediów grupy France Media Monde przedstawia tabela 4.

TABELA 4. Publiczność mediów grupy FMM (w mln na tydzień)

Media	Lata			
	2017	2016	2015	2014
RFI	41,3	41,0	40,0	37,3
FRANCE 24	55,0	55,0	50,9	45,9
Monte Carlo Doualiya	7,3	7,3	7,3	7,3
Online (miesięcznie)	35,4	31,9	29,5	23,5
Facebook, Twitter (miesięcznie)	58,1	50,3	35,0	21,25
FMM (tylko RFI, FR24, MCD)	103,6	103,3	98,2	90,5

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie: *Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde Année 2016. Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde – Année 2017. Bilan quadriennal des résultats de la société France Médias Monde 2012–2015.*

Ze względów technicznych i organizacyjnych badania audytoriów są prowadzone w zaledwie 1/3 państw, w których odbierany jest sygnał radiostacji czy telewizji grupy FMM. Wyniki nie dublują się, tzn. że każdy konsument mediów został policzony tylko raz. Dane pokazują wzrost słuchalności RFI w ostatnich latach, z kolei dane dla radia Monte Carlo Doualiya są powielane od 2014 r., ponieważ nie można powtórzyć badań audytoriów ze względu na konflikty zbrojne w badanych krajach (m.in. Syria, Liban). Zaznacza się bardzo duży wzrost

aktywności online i w mediach społecznościowych sieci FMM (*Bilan quadriennal...*, 2017).

Kanały radiowe i telewizyjne finansowane są ze środków abonamentowych oraz z dotacji Ministerstwa Spraw Zagranicznych Francji. Wysokość finansowania w kolejnych latach przedstawia tabela 5.

TABELA 5. Finansowanie FMM (w milionach EUR)

Stacja	Lata			
	2017	2016	2015	2014
FMM	251,5	252,7	251,1	250,0

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie: *Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde Année 2016. Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde – Année 2017. Bilan quadriennal des résultats de la société France Médias Monde 2012-2015.*

Program Radio France Internationale składa się z dwóch podstawowych kanałów – RFI Monde i RFI Afrique – oraz dodatkowo internetowego kanału muzycznego RFI Musique, uruchomionego w listopadzie 2016 r., skierowanego do młodych słuchaczy i oferującego muzykę frankofońską i afrykańską. Oferta programowa RFI Monde i RFI Afrique zasadniczo się nie różni, edycja afrykańska zawiera dodatkowe audycje profilowane regionalnie. Jak wspomniano uprzednio, radio nadaje na różnych częstotliwościach FM mutacje lokalne, w językach etnicznych. W ten sposób działa RFI Planète Radio, które wspomaga lokalnych, etnicznych nadawców w rozwijaniu własnych radiofonii, dając wsparcie techniczne, organizacyjne, szkoleniowe czy programowe (wraz z Canal France International). Zakładając filie i nadając na obszarach dotkniętych kryzysami, jest często jedynym źródłem informacji.

RFI Monde to rozgłośnia uniwersalna, posiadająca edycje w języku francuskim i angielskim. Podstawowa francuskojęzyczna ramówka RFI Monde zawiera wiele audycji, które emitowane są w cyklach dziennych, tygodniowych, a niektóre w miesięcznych. Wśród stałych audycji znajdują się – co zrozumiałe – serwisy informacyjne *Journal*, emitowane o pełnych godzinach, trwające na ogół ok. 10 min., relacjonujące najnowsze wydarzenia ze świata. Inne stałe audycje informacyjne to *Sessions d'information* oraz *Tranche d'information*. Posiadają one też wydania poświęcone aktualnościom z Francji (*Tranche d'information France, Journal France*) lub Afryce (*Tranche Afrique*). Wieczorem transmitowany jest specjalny dziennik dla słabiej znających język francuski *Journal en français facile*. Na antenie obecne są również serwisy skierowane do

mieszkańców Haiti i obu Ameryk – *Journal d’Haïti et des Ameriques* oraz raz w tygodniu *Le Rendez-vous Ameriques Haïti*. Osobny serwis przeznaczony jest na wiadomości sportowe, poświęcone piłce nożnej, *Radio Foot Internationale*, natomiast raz w tygodniu w magazynie *Mondial Sports* podawane są wiadomości z różnych dyscyplin sportowych. Problematyka ekonomiczna Francji, Afryki oraz z innych obszarów świata poruszana jest w audycji *Eco d’ici Eco d’ailleurs*.

Publicystyka polityczna zajmuje sporo miejsca w programie stacji. Codziennie emitowane są: *Débat du jour*, czyli dyskusja z ekspertami o najważniejszym zdarzeniu dnia; *Décryptage*, w której do studia zapraszani są trzej eksperci, oceniający i komentujący wydarzenia z różnych perspektyw; *Appels sur l’actualité* – program interaktywny, do którego telefonują słuchacze i komentują najnowsze zdarzenia międzynarodowe, afrykańskie i francuskie. Pozostałe programy o tematyce politycznej nadawane są w cyklu tygodniowym i są to: *Une semaine d’actualité* – podsumowanie najważniejszych wydarzeń tygodnia; *Géopolitique, le Débat* – program o najważniejszych wydarzeniach na świecie omawianych z perspektywy międzynarodowej; *Accents du Monde* – audycja realizowana z udziałem korespondentów RFI, którzy pracując na co dzień w odległych zakątkach świata, są świadkami ważnych sytuacji, a w tej audycji mają okazję przedstawić zdarzenia ze swego regionu, pokazując ich lokalną perspektywę; *Dimanche politique* to niedzielny program będący omówieniem najistotniejszych spraw politycznych z Francji i ze świata; *Le debat africain* jest programem, którego autorzy koncentrują się na wielowymiarowym spojrzeniu na życie w Afryce.

Kolejne stałe propozycje ramówki to publicystyka społeczna. Należą do nich: *Accents d’Europe*, czyli magazyn nadawany każdego dnia, przedstawiający życie codzienne Europejczyków, od spraw politycznych po kwestie rodziny czy mody; z kolei *7 milliard de voisins* to program dla młodych mieszkańców Afryki, ukazujący wszelkie aspekty ich życia w Afryce, od rodziny, szkoły, pracy, po ich życie osobiste, modę i kulturę; *Grand reportage* jest magazynem nadającym od poniedziałku do piątku reportaże poświęcone różnym ludziom, kulturom i miejscom ze wszystkich stron świata; w interaktywnej audycji *Autour de la question* autorka Caroline Lachowsky, z pomocą ekspertów, szuka odpowiedzi na pytania i zagadnienia proponowane wcześniej przez słuchaczy; *Orient hebdo* to audycja poświęcona sytuacji w krajach Maghrebu, Bliskiego i Środkowego Wschodu, szczególnie życiu codziennemu, edukacji, kulturze czy modzie; *Le coq chante* to cykl reportaży i relacji o afrykańskich obszarach rolniczych i ich mieszkańcach, zmagających się z trudami egzystencji; autorka *C’est pas du vent*, Anne-Cécile Bras, koncentruje się na tematyce ekologicznej, przedstawiając zarówno pozytywne, jak i ne-

gatywne przykłady oddziaływania człowieka i przemysłu na środowisko naturalne; *Religions du monde* to program o wieloreligijności świata i kultur i wynikających z tego konsekwencji; natomiast *Priorité santé* to program informacyjno-publicystyczny o zdrowiu i higienie, o zagrożeniach epidemiologicznych, sposobach leczenia i prawach pacjentów.

Pozostała grupa programów ma charakter rozrywkowy, kulturalny lub edukacyjny; składają się na nią audycje: *Vous m'en direz des nouvelles!* na temat kultury codziennego życia, nowinki z obszaru muzyki, kinematografii, wystaw, literatury, teatru czy fotografii we Francji i innych częściach globu; *Couleurs tropicales* – audycja muzyczna o interaktywnym charakterze, nadawana od dwudziestu lat, prezentująca muzykę afrykańską, zawierająca dużą dawkę humoru, skeczy kabaretowych; *En Sol majeur* (inaczej *G-dur*) – audycja łącząca muzykę i kulturę ludową z muzyką i kulturą klasyczną, a udział w niej biorą goście (politycy, artyści, sportowcy, naukowcy) opowiadający o swoich pasjach kulturalnych; *Musique du Monde* – program nadawany w soboty i w niedziele, prezentujący muzykę klasyczną i estradową, prowadzi transmisje z festiwali i sal koncertowych; *Littérature sans frontières* – tygodniowy magazyn literacki, omawiający nowości wydawnicze i przedstawiający pisarzy frankofońskich i światowych; podobnego typu jest comiesięczna audycja *Books*; *Tous les cinemas du monde* – to z kolei magazyn filmowy prezentujący najważniejsze zdarzenia w świecie filmu z perspektywy międzynarodowej – premiery, recenzje, aktorów, twórców filmowych, festiwale i nagrody filmowe; *Archives d'Afrique* – program historyczny opowiadający o historii współczesnej Afryki, przełomach historycznych, postaciach, miejscach; historyczną tematykę porusza się też w audycji *La marche du monde*, poświęconej ruchom społecznym z przeszłości (i teraźniejszości), w której autorka Valérie Nivelon zamieszcza radiowe materiały archiwalne w celu udokumentowania przedstawianych zdarzeń; audycja *Idées* traktuje o wielkich myślicielach, intelektualistach francuskich i frankofońskich, biorą w niej udział słuchacze.

Najbliższymi tematycznie propozycjami tej grupy są *Le goût du monde* – audycja kulinarna, poświęcona smakom i kuchniom świata; *De vive(s) voix* – to nietypowe lekcje języka francuskiego, koncentrujące się na żartobliwych aspektach nauki języka (przejęzyczeniach, żartach słownych, złym odczytywaniu znaczeń, słownych *faux pas*); oraz *Atelier des médias* – program nadawany równolegle w radiu i w kanałach społecznościowych o nowościach technologicznych, społeczeństwie cyfrowym, rewolucji w świecie mediów i ich wpływie na człowieka.

Warto dodać, że RFI w 2015 r. uruchomiło specjalną stronę internetową o charakterze edukacyjnym RFI Savoirs, przeznaczoną dla szerokiej publiczności. Strona ma służyć do nauki języka francuskiego. Oprócz

typowych lekcji, zamieszczane są różnorodne treści i materiały radiowe po francusku, umożliwiającym doskonalenie umiejętności językowych.

Oferta programowa RFI Monde nastawiona jest w dużej mierze na rozpowszechnianie kultury francuskiej, spora część audycji odnosi się do Francuzów i życia we Francji, dużo miejsca zajmuje także polityka francuska i ważne dla tego kraju wydarzenia. Stały cykl przeznaczony jest również na sprawy europejskie (w tym francuskie). Mimo to w ramówce wyraźnie widać dominację problematyki afrykańskiej (przypomnieć należy, że Afryce poświęcony jest odrębny kanał RFI Afrique), sporo miejsca zajmują audycje o Haiti i obu kontynentach amerykańskich, za to nie ma ani jednej odrębnej audycji poświęconej Azji – tematyka jej dotycząca pojawia się w audycjach ogólnych, emitujących reportaże, np. z Indii, lub w publicystyce, w której omawia się aktualne wydarzenia, ale w analizowanym okresie w ofercie radia nie wyemitowano regularnej audycji o tematyce wyłącznie azjatyckiej.

Podobnie jak w przypadku BBC WS format RFI przypomina połączenie formatów *Talk* i *Full Service*, dlatego przyjmują nazewnictwo zaproponowane wcześniej *Talk Varieties International*. Wyraźne eksponowanie tematyki francuskiej i frankofońskiej pozwala stwierdzić, że ogólna antena RFI pełni funkcję rozgłośni reprezentującej (SEMELIN 1999).

Konkluzje

Rozgłoszenie międzynarodowe BBC World Service, Radio France Internationale – RFI oraz Voice of America działają na mocy zapisów ustawowych, co gwarantuje im ciągłość funkcjonowania wraz z trwałym finansowaniem. Jednocześnie zapisy ustaw dają im gwarancje niezależności od rządów i bieżącej polityki. Tym samym potwierdza to ich wysoką rangę w systemie medialnym danego kraju i w systemie komunikowania międzynarodowego, a nałożenie na rozgłoszenie obowiązków w zakresie reprezentowania danego narodu oraz państwa poza granicami kraju czyni z nich instrumenty dyplomacji publicznej. Co więcej, warto zaznaczyć, że w przepisach wyraźnie wskazuje się, że reprezentowane mają być przede wszystkim narody, państwo jako całość, a nie partykularne rodzaje polityki czy interesy poszczególnych rządów. W ten sposób formułowany priorytet jest spójny z powinnością dostarczania niezależnych, obiektywnych, bezstronnych i rzetelnych informacji, jaką nakładają przepisy na trzech nadawców. Niemniej jednak w krajach, w których

funkcjonują omawiane rozgłośnie, toczą się dyskusje, które ogólnie można sprowadzić do pytań: Czy niezależność od bieżącej polityki rządów zawsze udaje się utrzymać? Czy nie ma zasadniczej sprzeczności pomiędzy zadaniami dziennikarstwa a funkcjami państwowych/publicznych mediów międzynarodowych w sferze dyplomacji publicznej? (*Can't Afford to...*, 2018; *Pouzilhac porte...*, 2011; *Voice of America English...*, 2018). Są to w samej rzeczy bardzo istotne zagadnienia, które dotyczą w ogóle współczesnego dziennikarstwa i mediów, nie tylko opłacanych z podatków bądź abonamentu, ale też prywatnych. Upolitycznieniu i ideologizacji ulegają i dziennikarze, i media, i nie zawsze dzieje się to jako efekt presji ze strony rządu czy polityków. Obiektywne i bezstronne dziennikarstwo znalazło się w kryzysie i jest to zjawisko powszechne (NIERENBERG 2007; 2011; 2016a; 2016b). Dlatego w mniejszym lub większym stopniu dotyka również mediów międzynarodowych. Mimo naiwności odpowiedzi, jaka się narzuca, że niezależność i bezstronność mediów międzynarodowych jest w interesie samych państw, wydaje się ona słuszna. Wiarygodność państw bowiem w dużym stopniu zależy od reprezentujących je mediów i opiera się na zaufaniu odbiorców, które buduje się przez lata, a które stracić można bardzo szybko. Jednakże, aby zaufania i wiarygodności nie zaprzepaścić, należałoby wzmocnić pozycję dziennikarzy, zespołów redakcyjnych i kierownictwa mediów, których praca opierałaby się na mocnych etycznych podstawach i systemowych gwarancjach nietykalności, np. na podobieństwo immunitetu sędziów. Jest to założenie dosyć radykalne i trudne do przeprowadzenia, wymagałoby bowiem istotnych uregulowań prawnych i nastęrczałoby wątpliwości w odniesieniu do bezstronności samych zatrudnionych dziennikarzy. Jednak jeśli rozgłośnie międzynarodowe mają rzetelnie wypełniać swe zadania, opierać się naciskom doraźnej polityki, a także zwalczać propagandę płynącą z zewnątrz, to podobne rozwiązania mogą okazać się niezbędne.

Zakończenie

Radio w komunikowaniu międzynarodowym było wykorzystywane na różne sposoby – od technicznego użycia fal radiowych, by przesyłać informacje na odległość, przez propagandę, po (nową) dyplomację publiczną. W niniejszej publikacji podjęłam próbę udzielenia odpowiedzi na problemy badawcze, które sformułowałam we *Wstępie*.

Jedno z dwóch głównych pytań badawczych brzmiało: Czy radio nadal jest ważnym narzędziem rządów Francji, USA i Wielkiej Brytanii w komunikowaniu międzynarodowym?

Można na nie odpowiedzieć jednoznacznie pozytywnie. Mimo że na przestrzeni lat zmieniała się formuła radia międzynarodowego w wybranych krajach, że przechodziło transformację instytucjonalną i programową, włączając w to nadawane rozgłoszom nazwy (zwłaszcza we Francji), traktować je należy jako nadawców o historycznej ciągłości emisji. Współcześnie wpisanie funkcjonowania tych rozgłoszoni, ich zadań i finansowania, w ustawy i dokumenty wysokiej rangi wskazuje na poważne traktowanie radia w systemie komunikowania międzynarodowego omawianych państw. Wszystkie trzy rozgłosznie (i inne typy mediów międzynarodowych) podlegają ocenie i kontroli działań sprawozdawanych w parlamentach Francji, USA i Wielkiej Brytanii. Dodatkowo poziom finansowania rozgłoszoni międzynarodowych ze środków publicznych od kilku lat ma tendencję wzrostową, przy niewielkich wahanach rocznych, poza tym wysokokosztowe inwestycje w infrastrukturę radiową instalowaną w krajach docelowej komunikacji również świadczą o wysokim uznaniu państw dla radia jako narzędzia zagranicznego komunikowania. Warto również zaznaczyć, chociaż jest to argument poboczny, że w pozostałych mediach – w krajach pochodzenia trzech rozgłoszoni – toczą się dyskusje o ich zadaniach, powinnościach, zasadności i trafności wydatkowania publicznych pieniędzy na ich działalność. Zarówno BBC WS, jak i RFI zostały włączone do systemu krajowych mediów publicznych. Rozgłosznie te są obecne w wewnętrznych systemach

dystrybucji oferty medialnej (satelitarne platformy cyfrowe, sieci kablowe, Internet, aplikacje mobilne). VOA może być odbierany na terytorium USA głównie za pośrednictwem Internetu, a także poprzez subskrypcję programów przez instytucje i inne media – to wszystko powoduje, że uwaga publiczności krajowej, która ma dostęp do ich zawartości, ale przede wszystkim obserwatorów medialnych i instytucjonalnych, skupia się na aktywności międzynarodowych rozgłośni i podnosi świadomość ich istnienia w krajobrazie mediów.

Na drugie główne pytanie badawcze: Czy zmieniły się sposoby wykorzystania radia w wymiarze międzynarodowym w XXI w., czyli czy jest narzędziem propagandy, czy raczej dyplomacji publicznej? – odpowiedź nasuwa się niejednoznaczna. Ujęcie historyczne pozwala wskazać na dominujące formy wykorzystania radiofonii międzynarodowej w poszczególnych okresach. Czas II wojny światowej to dominacja propagandy (rozgłoszenie fantomowe, rozgłoszenie czarnej propagandy, radiofonia nazistowska i faszystowska oraz komunistyczna). Ale okres wojny to również substytucyjne działania rozgłosni skierowane do krajów okupowanych, pomagające wspierać wewnętrzny ruch oporu oraz dostarczać prawdziwe informacje o przebiegu wojny. Trzecią formą, która się objawiła w czasie II wojny światowej, to dyplomacja publiczna prowadzona za pomocą nowo powstających rozgłosni międzynarodowych – Głosu Ameryki, RIAS i AFRS, ponadto oficjalna aktywność BBC World Service również realizowana była w formach komunikowania typowych dla dyplomacji publicznej *government-to-people* (*g2p*). Okres zimnej wojny to przewaga dyplomacji publicznej w warunkach mniejszego udziału propagandy. Przy czym w stosunku do państw zachodnich wskazuje się na białą propagandę, a w stosunku do państw bloku komunistycznego – na propagandę czarną; obie strony oskarżały się zresztą o jej stosowanie.

Z historycznego punktu widzenia i na podstawie analiz naukowych przeprowadzanych w tamtym okresie nad audycjami radiowymi BBC WS, RFI i VOA, przyjęto, że rozgłoszenie te realizowały zadania dyplomacji publicznej, ale jednocześnie stosowały praktyki propagandowe, przy czym w literaturze przedmiotu częściej wskazuje się na VOA i BBC jako nośniki propagandy (RAWNSLEY 1996). Taka ocena wynika nie tylko z analizy programów Głosu Ameryki, w których w sposób otwarty potępiano i krytykowano Związek Radziecki, ale także z tego, że z zasady VOA nie mogło nadawać audycji do zaprzyjaźnionych krajów zachodnich w ich językach, nawet po angielsku do Anglii. Mimo że w tamtym czasie BBC WS uchodziło za neutralne, są i tacy autorzy, którzy uznają, że prowadziło subtelną propagandę (RAWNSLEY 1996). Te oceny wynikają zapewne również z faktu, że właściwie do lat dziewięćdziesiątych powszechne wśród naukowców amerykańskich (choć nie tylko) było utoż-

samianie dyplomacji publicznej z propagandą, a często i współcześnie takie podejście się obserwuje. Jacques Ellul nazwał ją „demokratyczną propagandą”, natomiast Robert S. Fortner, uważający, że była to dyplomacja publiczna, nazwał ją „cywilizowaną perswazją” (FORTNER 1993).

Stoję na podobnym stanowisku, co Robert S. FORTNER (1993; 1994) i Beata OCIEPKA (2013), że dyplomacja publiczna i propaganda są odrębnymi formami komunikowania międzynarodowego, czemu dałam wyraz w zaproponowanym przeze mnie graficznym modelu komunikowania międzynarodowego. Z perspektywy teoretycznej zasadne wydawałoby się odejście od stosowania terminu „biała propaganda”, ponieważ jest on nieadekwatny w stosunku do rozumienia samego terminu „propaganda” i funkcjonuje na zasadzie oksymoronu. Zwłaszcza w XX w. naznaczony jest on negatywnymi konotacjami, podkreślanymi w większości współczesnych definicji propagandy, o czym była mowa w rozdziale 1. Oczywiście, w praktyce społecznej używa się sformułowania m.in. „propagować pozytywne wartości”, ale propagandę z propagowaniem moim zdaniem łączy obecnie jedynie temat słowotwórczy. Używanie terminu „biała propaganda” wprowadza chaos pojęciowy i interpretacyjny (choć niekiedy w niniejszej książce używam tego wyrażenia).

Z moich analiz wynika, co potwierdzają wcześniejsze badania FORTNERA (1994), że VOA, BBC i RFI w czasie zimnej wojny wypełniały zadania typowe dla dyplomacji publicznej, zawarte w przepisach prawnych, statutach i w zasadach dobrych praktyk redakcyjnych¹. Współcześnie bezsporny jest fakt, że wszystkie trzy rozgłośnie stosują dyplomację publiczną, stroniąc od propagandy. Wynika to z kilku przesłanek. Przede wszystkim powszechny dostęp do zróżnicowanych źródeł informacji pozwala słuchaczom weryfikować nadawane informacje i dokonywać oceny wiarygodności stacji. Ocena ta uwydatnia się w wynikach słuchalności radia. Ponadto istnieje wiele organizacji pozarządowych, które weryfikują zawartość programów w imieniu odbiorców (np. BBG Watch w USA, która przyjęła za cel kontrolę działalności VOA). Co więcej, wszystkie radiostacje wprowadziły wielostopniowe procedury weryfikowania źródeł informacji przez samych dziennikarzy i redakcję, następnie wszystkie utrzymują działy rozpatrywania skarg, jakie napływają od odbiorców dostrzegających nieprawidłowości, a także regularnie zdają sprawozdania ze sposobów rozwiązywania wskazanych przez odbiorców problemów. Wreszcie ich umocowanie prawne daje redakcjom ochronę

¹ Aby móc w pełni odpowiedzieć na te wątpliwości i z całą jednoznacznością je rozstrzygnąć, należałoby zbadać archiwa CIA, w których zapewne znajduje się wiele nieujawnianych faktów. Niestety CIA, mimo udostępniania części tajnych dokumentów (również w Internecie), nadal nie odtajniła większości danych związanych z VOA, Radiem Wolna Europa i Radiem Swoboda.

przed naciskami politycznymi, m.in. na stosowanie propagandy (rzeczywistość pokazuje, że te naciski niezmiennie się zdarzają, a przy tym status prawny VOA i bezpośrednia zależność od finansowania federalnego chroni tę rozgłośnię w najmniejszym stopniu). Te wszystkie czynniki pozwalają uznać, że obecnie rozgłośnię VOA, BBC WS i RFI są medialnymi pośrednikami w dyplomacji publicznej swoich państw. Ponieważ jednak pytanie badawcze zostało sformułowane bardziej ogólnie i dotyczy nie tylko trzech rozgłośni będących przedmiotem rozważań, dlatego stwierdziłam, że odpowiedź na nie jest niejednoznaczna. W dalszym ciągu funkcjonują bowiem rozgłośnię o charakterze propagandowym, zwłaszcza rosyjskie Radio Sputnik czy chińskie China Radio International. Ociepka zaznacza, że „dyplomacja publiczna – jakkolwiek pojawia się w słownictwie reżimów niedemokratycznych, jak w Chinach – jest tym narzędziem miękkiej siły, które współcześnie może w pełni rozwijać się w systemach demokratycznych, gdyż wymaga debaty w sferze publicznej, niezbędnej dla włączenia nowych aktorów i wypracowania strategii, a więc swobodnego procesu kształtowania opinii publicznej, a jednocześnie swobodnej debaty nad kształtowaniem przekazu za granicę, a warunki te nie są możliwe do spełnienia w systemach niedemokratycznych” (ОСІЕПКА 2013, s. 74). Zatem dopóki istnieją niedemokratyczne reżimy, dopóty radio w komunikowaniu międzynarodowym tych państw pozostaje narzędziem propagandy, a nie dyplomacji publicznej, nawet jeśli deklarują jej stosowanie.

Odpowiedź na pytanie uzupełniające: Czy radio międzynarodowe adaptuje się do nowych technologii nadawczych i kanałów dystrybucji? – jest jednoznacznie pozytywna. Proces konwergencji radia dotyczy wszystkich jego odmian, także radia międzynarodowego. Chęć docierania do stałych słuchaczy, którzy zmieniają swoje nawyki odbiorcze i chętnie korzystają z nowych mediów, oraz konieczność ciągłego pozyskiwania młodego audytorium wymusza wprowadzanie innowacji technologicznych zgodnych z globalnymi trendami. Jak przedstawiono w tabelach w rozdziale 4, wykorzystanie radiowych serwisów internetowych oraz mediów społecznościowych rozgłośni transnarodowych przez ich słuchaczy stale rośnie. Wszystkie omawiane rozgłośnie adaptują się do nowych mediów, m.in. w zakresie prowadzenia stron internetowych, na których zamieszczają aktualne informacje ze świata wzbogacone o materiały audiowizualne, ponadto tworzą rozbudowane serwisy tematyczne, poświęcone jakimś konkretnym, istotnym zagadnieniom. Zastosowanie streamingu programu radiowego umożliwi słuchanie go na żywo, a ponadto stacje mogą nadawać równolegle wszystkie swoje główne wersje językowe, dodatkowo tworzą sformatowane kanały internetowe web-radia.

Rozgłoszenie uruchamiają również usługi nielinearne, udostępniając podcasty i wideo podcasty nadanych programów radiowych; tworzą specjalne serwisy edukacyjne (np. nauka języka angielskiego lub francuskiego); uruchamiają profile rozgłoszenia w kanale YouTube, mediach społecznościowych Twitter, Facebook; zakładają strony fanowskie. Wreszcie wszystkie rozgłoszenia rozwijają aplikacje na urządzenia mobilne (smartfony i tablety), umożliwiające słuchanie audycji bądź na żywo, bądź w postaci podcastów, oferują również tekstowe serwisy informacyjne i możliwość tworzenia list preferowanych programów. Liczba odbiorców korzystających ze stron internetowych rozgłoszenia stale rośnie, jak pokazały wyniki zaprezentowane w rozdziale 4, jednak nie przeważa ona jak dotąd nad liczbą słuchających międzynarodowego radia, przy czym należy założyć, zgodnie z tendencjami dotyczącymi użycia radia w ogóle (JĘDRZEJEWSKI 2010; 2015), że część użytkowników stron www rozgłoszenia międzynarodowych słucha za ich pośrednictwem radia, jednak skali tego zjawiska nie wyodrębnia się w raportach z badań (nie rozdziela się danych o liczbie osób czytających treści albo słuchających radia, albo robiących jedno i drugie jednocześnie).

Nie można zapominać, że mimo stosowania zaawansowanych technologii informatycznych nadal blisko połowa ludzkości nie ma dostępu do Internetu ani jego zasobów. Dane z 2018 r. pokazują, że w skali świata 53% ludności korzysta z Sieci, przy czym wysokie nasycenie osiąga północna część globu, południe pozostawiając w tyle. Najwięcej użytkowników Internetu jest w Europie Północnej i Zachodniej – odpowiednio 94% i 90%, w Europie Południowej – 77%, a w Europie Wschodniej – 74%. W Ameryce Północnej z Sieci korzysta 88% populacji, w Ameryce Środkowej – 61%, na Karaibach – 48%, w Ameryce Południowej zaś – 68% ludności. W Oceanii z Internetu korzysta 69% populacji. W Azji Zachodniej Internetu używa 68% ludności, w Azji Środkowej użytkowników odnotowano wśród 50% populacji, w Azji Wschodniej – 57%, w Azji Południowo-Wschodniej – 58%, ale w Azji Południowej jedynie – 36% populacji. Z kolei w Afryce użytkowników Internetu statystycznie jest najmniej i zauważalne są duże dysproporcje w liczbie użytkowników w różnych rejonach tego kontynentu, mianowicie w Afryce Południowej jest to 51% mieszkańców, w Afryce Północnej – 49%, natomiast w Afryce Zachodniej – 39%, w Afryce Wschodniej – 27%, w Afryce Środkowej zaś zaledwie 12% spośród mieszkańców ma dostęp do Internetu (*Global Digital 2018*).

Rozbudowywanie oferty radiowej dostępnej w Internecie jest ważne z perspektywy rozwiniętych technologicznie obszarów, ale nie może zdominować komunikowania międzynarodowego, dopóki tak rozległe terytoria są pozbawione infrastruktury do wykorzystania tej platfor-

my komunikacyjnej, zatem i oferty radiowej. Dlatego nadal tak istotne jest utrzymanie tradycyjnych, analogowych form nadawczych w tych rejonach świata, jeśli mają być realizowane nie tylko cele dyplomacji publicznej poszczególnych rozgłośni, ale również wspieranie wolności wypowiedzi (*World Trends in Freedom...*, 2018).

Kolejnym obszarem zmian jest cyfryzacja. Kanały dostępne są w satelitarnej ofercie cyfrowej, ale np. BBC WS i RFI także u cyfrowych operatorów krajowych, dzięki czemu docierają z ofertą do własnych obywateli. VOA i BBC podejmują także próby cyfryzacji transmisji na falach krótkich w standardzie DRM, pomimo że jak dotąd nie dają one korzystnych efektów. Wykonywane testy techniczne są niewystarczająco dobrej jakości, sygnał radiowy ma tendencję do zanikania, ponadto nie przewiduje się, aby na obszarach, na których jeszcze nadaje się na falach krótkich, nastąpił proces cyfryzacji krótkofalowej infrastruktury technicznej, są one bowiem technologicznie nieprzygotowane do tego przedsięwzięcia, a niski poziom dochodów ich mieszkańców uniemożliwia upowszechnienie się krótkofalowych radioodbiorników cyfrowych (ich koszt to ok. 100 dolarów).

Transformacja technologiczna w nadawczości VOA, BBC WS i RFI polega także na sukcesywnym odchodzeniu od transmisji za pomocą fal krótkich – tam, gdzie sytuacja polityczna poprawia się i możliwe jest nadawanie za pomocą lokalnej infrastruktury, tam rozgłoszenie przechodzi na system fal FM. Wymaga to uzyskania miejscowej licencji na prowadzenie rozgłośni lub na retransmisję sygnału przez lokalnych nadawców FM, dlatego możliwe jest to tylko w państwach otwartych na współpracę i godzących się na przyjęcie na swoim terytorium zagranicznych rozgłośni.

Na ostatnie pytanie badawcze: Czy działalność radia jest związana z geopolityką państwa nadającego? – także udało się odpowiedzieć twierdząco. Wszystkie badane rozgłoszenie realizują zalecenia rządów w zakresie kierunków nadawczości oraz języków, w których tworzy się audycje, omówione w rozdziale 4. Zalecenia wynikają bezpośrednio z umocowania formalnego rozgłośni, które z jednej strony gwarantuje im niezależność programową, z drugiej – nakłada obowiązki zgodnie z rekomendacjami ministrów spraw zagranicznych, zawartymi w aktach prawnych (ustawach i rozporządzeniach) (por. JĘDRZEJEWSKI 2010). Kierunki i języki nadawania zmieniały się na przestrzeni dekad wraz ze zmianą sytuacji międzynarodowej i celów polityki zagranicznej państw, co było przedmiotem rozważań w kolejnych rozdziałach. Warto podkreślić, że w ostatnich latach, oprócz wyznaczania kierunków transmisji, VOA, BBC WS i RFI mają przypisane zadania w zakresie przeciwdziałania ekstremizmom i weryfikowania fałszywych przekazów medialnych (*fake*

news). Wszystkie też prowadzą serwisy na temat praw kobiet, włączając je w zadanie zwalczania ekstremizmów i promowania praw człowieka. Działania te mają związek z polityką rządów USA, Wielkiej Brytanii i Francji w zakresie zwalczania państwa islamskiego i struktur terrorystycznych oraz w zakresie wzmacniania procesów demokratyzacyjnych – w obszarach świata dotkniętych konfliktami zbrojnymi. W tych częściach globu rozgłośnie ustanawiają priorytety nadawcze (*BBC Annual Report...*, 2018; *BBG Annual Report 2017*; *Contrat d'objectifs...*, 2016).

Hipoteza naukowa postawiona we *Wstępie* – wynikająca z założenia, że radio nie stanowi obecnie istotnego (ważnego) instrumentu w komunikowaniu międzynarodowym Francji, Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii – została sfalsyfikowana. Analiza dokumentów urzędowych – sprawozdań, danych o finansowaniu omawianych rozgłośni oraz badań ich słuchalności prowadzonych przez same rozgłośnie – doprowadziła do wniosku, że w analizowanym okresie (lata 2014–2017) sukcesywnie podnoszono wydatki na działalność rozgłośni (często w warunkach jednoczesnej reorganizacji ich struktury), modernizowano i rozbudowywano sieci i urządzenia nadawcze, inwestowano w platformy cyfrowe wykorzystywane przez radio, wprowadzano zmiany w ofercie programowej. Ponadto nastąpiła stabilizacja słuchalności analizowanych rozgłośni międzynarodowych, a nawet wzrost – jak pokazuję w rozdziale 4 – co w kontekście ogólnych zmian nawyków odbiorczych słuchaczy radia, zwłaszcza młodych, jest dosyć nietypowe. Aby szukać przyczyn takiej sytuacji, należy uwzględnić z jednej strony specyfikę wszystkich mediów, z drugiej strony – specyfikę nadawania za granicę.

Tendencje cywilizacyjne i technologiczne stawiają przed radiem jako medium nowe wyzwania (JĘDRZEJEWSKI 2010; 2015). Wizualność przekazów od dawna dominuje w systemach medialnych krajów rozwiniętych, rozwój Internetu przekierowuje audytoria w stronę Sieci, osłabia to nawet telewizję, chociaż tej konkurencji jeszcze nie przegrała. Radio także podlega konwergencji, daje się to zauważyć i w rozgłośniach krajowych (WIEŁOPOLSKA-SZYMURA 2012b), i w międzynarodowych. Jednak dane słuchalności trzech badanych rozgłośni wskazują, że w wymiarze nadawczości międzynarodowej nie tracą tradycyjnego audytorium, a ich słuchalność w badanym okresie systematycznie wzrasta. Ważną kwestią jest również sytuacja społeczno-ekonomiczna, a w dużej mierze polityczna kraju odbiorców, która determinuje zapotrzebowanie na medium określonego typu. Przykładowo w krajach europejskich (np. Litwa, Łotwa, Estonia i Ukraina) nadawana jest tylko telewizja VOA w ich rodzimych językach, ale już do Chin, Korei Północnej czy Syrii transmitowane są tylko programy radiowe na falach krótkich ze względu na sytuację polityczną. Zatem można stwierdzić, że ze względu na

specyfikę nadawczości międzynarodowej pozycja Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service względem telewizji i Internetu z tej samej grupy medialnej nie tylko nie jest zagrożona, ale jest bardzo mocna, może z powodzeniem pozyskiwać audytoria tych mediów, a z nimi samymi konkurować. Dane z 2017 r. to potwierdzają: RFI słucha 41,3 mln osób tygodniowo, telewizję France 24 ogląda 55 mln osób na tydzień, z treści online korzysta 35,4 mln osób miesięcznie, a z Facebooka i Twittera – 58,1 mln osób na miesiąc. Ponieważ wyniki odbioru mierzonego w skali tygodnia nie są porównywalne do tych mierzonych w przedziale miesiąca, trudno jednoznacznie zestawić i porównać z sobą dane. Jednak gdyby zestawić tygodniowe wyniki jedynie France 24 i RFI, można przyjąć, że różnica nie jest bardzo znacząca (ok. 14 mln) i media są sobie niemal równorzędne. W przypadku BBC World Service tygodniowe wyniki 2018 r. pokazują, że radio słuchało 160 mln osób, telewizję oglądało 111 mln, z serwisu online korzystało 42 mln. W mojej ocenie serwis radiowy BBC WS zdecydowanie dominuje, z przewagą blisko 50 mln osób. Wynik ten może być w pewnym stopniu wzmocniony słuchaniem radia online, jednak tych informacji nie uwzględniono w sprawozdaniach rozgłośni. Wreszcie VOA – w tym przypadku bardziej miarodajne będą wyniki tygodniowego odbioru z 2016 r. (zob. rozdz. 4.1): telewizję VOA oglądały 154 mln osób, radio słuchało 108 mln, 34,5 mln korzystało z platform cyfrowych VOA, a 25% odbiorców korzysta ze wszystkich trzech typów mediów. W tym przypadku przewaga telewizji nad radiem VOA wyniosła blisko 44 mln, ale i to nie świadczy o jego słabej pozycji. Zróznicowanie wynika bardziej ze specyfiki docelowych krajów transmisji.

Zaprezentowane w rozdziale 4 wyniki słuchalności pokazują tendencję wzrostową, co z perspektywy przemian w systemach medialnych jest zaskakujące. Mimo tych optymistycznych dla radia zestawień warto zaznaczyć, a co wynikało z rocznych raportów wszystkich rozgłośni, że telewizja dominuje w krajach rozwiniętych, natomiast radio – w rozwijających się albo niedemokratycznych. Potwierdza się ogólny wniosek, że radio jako medium tanie i nieznające granic przełamuje bariery ekonomiczne i polityczne, ale gdy te znikają, częściowo traci swoje audytoria na rzecz telewizji, a obecnie również Internetu. Tylko aktywna polityka rozgłośni w zakresie poszerzania radiowej oferty cyfrowej, internetowej i mobilnej pozwoli na utrzymanie stabilnego audytorium. Przemiany przyzwyczajzeń odbiorców w zakresie użytkowania mediów różnego typu, nie tylko słuchaczy radia, są na tyle nieprzewidywalne, że trudno cokolwiek z całą pewnością stwierdzić. Tym bardziej inwestycje w nowe technologie komunikacyjne oraz poszerzanie i modyfikacja oferty programowej powinny dla rozgłośni

Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service stanowią kluczową strategię rozwoju. Wobec wskazanych przesłanek można przyjąć, że rozgłośnie międzynarodowe Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service są obecnie istotnymi instrumentami w komunikowaniu międzynarodowym Francji, Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii.

Przeprowadzona w niniejszej książce analiza i wynikające z niej wcześniejsze konkluzje pozwoliły na realizację założonego celu badawczego – określenie aktualnej roli radia w komunikowaniu międzynarodowym państw w odniesieniu do wcześniejszych okresów działalności rozgłośni międzynarodowych (dominacji radia w tej sferze). Radio międzynarodowe będące częścią dyplomacji publicznej pełni funkcję pośrednika w komunikowaniu państw z zagranicznymi odbiorcami, działając jako platforma wzajemnych relacji, a nie tylko kanał transmisyjny wykorzystywany przez rządy w zagranicznym komunikowaniu politycznym. Wynika to z ogólnej misji nałożonej na omawianych nadawców, wyrażonej w aktach prawnych i statutach organizacyjnych, ale także z obowiązujących standardów nakładanych na dziennikarzy zatrudnionych w rozgłosniach. Jest także skutkiem bezpośredniej aktywności pracowników rozgłośni w strefach odbioru, ich zaangażowania we wspieranie społeczności lokalnych w tworzeniu własnych sieci komunikacyjnych w wymiarze technicznym, programowym i szkoleniowym, a poprzez sprofilowane audycje umożliwia aktywność w rozwiązywaniu lokalnych problemów (np. zdrowotnych w audycjach medycznych, w których omawia się choroby występujące wśród miejscowej ludności wraz z praktycznym poradnictwem w zakresie ich leczenia i zapobiegania im), promowanie lokalnych języków i kultury (nadawanie w etnicznych językach i uwzględnianie w ofercie rozgłośni kultur poszczególnych grup etnicznych jest formą uznania i szacunku dla ich tożsamości kulturowej, formą uznawania ich praw do samostanowienia, a także jest zgodne z polityką UNESCO w zakresie zachowania różnorodności kulturowej i językowej). Inną formą aktywności opisywanych rozgłośni jest włączanie się w procesy demokratyzacyjne (wspieranie wyborów lokalnych, zachęcanie do udziału w wyborach, wzmacnianie partycypacji kobiet w życiu publicznym, informowanie i instruowanie w zakresie praw wyborczych, praw obywatelskich itp.), z zastosowaniem zasady zachowania bezstronności. Zmiany społeczno-polityczne oraz medialne doprowadziły także do większej interaktywności tychże rozgłośni m.in. w zakresie udostępniania słuchaczom anteny radia czy cyfrowych platform komunikacyjnych, gdzie mogą wyrazić swoje opinie, skomentować aktualne zdarzenia, zaproponować własne tematy audycji, ale także poskarżyć się na nadawców i ich pro-

gramy. Co roku wszystkie trzy rozgłośnie składają sprawozdanie z tego typu działalności i są z niej rozliczane.

Nawiązując do rozważań teoretycznych zawartych w rozdziale 1, dotyczących roli radia, można spróbować określić jego funkcje z perspektywy współczesnej, stosując podział Jacquesa SEMELINA (1999). Podstawowe funkcje pełnione przez wymienione rozgłośnie to funkcje reprezentujące, typowe dla dyplomacji publicznej, polegające na prezentowaniu w radiu dla zagranicy punktu widzenia państwa w ważnych sprawach politycznych i społecznych na arenie międzynarodowej oraz na promowaniu kultury i języka własnego kraju (to ostatnie poprzez radiowe audycje edukacji językowej oraz odpowiadające im serwisy internetowe). Wszystkie trzy rozgłośnie Radio France Internationale, Voice of America i BBC World Service nakładają taką misję reprezentacyjną na swoje rozgłośnie poprzez akty prawne, a w ich ofercie programowej te aspekty się ujawniają, ale – co warto podkreślić – są często (choć nie we wszystkich przypadkach) wyodrębnione bądź zaznaczone w ofercie programowej (przede wszystkim w opisach audycji, w których informuje się, że przedstawia ona politykę USA, Francji czy Wielkiej Brytanii; niekiedy wskazanie takie zawarte jest bezpośrednio w tytułach audycji). Rozgłośnie te również promują, upowszechniają własną kulturę na świecie. To – jak wcześniej zaznaczono – nie jedyna funkcja. W ich statutach wyraźnie zapisano obowiązek dostarczania informacji w te rejony, w których nie występują wolne media. Co więcej, obowiązek ten rozszerza się na konieczność ponoszenia inwestycji, aby tam, gdzie to niezbędne, rozbudowywać krótkofalową bazę nadawczą w celu pokonywania zamkniętych granic lub wspierania na miejscu lokalnej społeczności w zakładaniu społecznego radia, tak aby odbiorcy mieli zagwarantowany dostęp do rzetelnych informacji, a przede wszystkim, by sami decydowali o programie rozgłośni i tematach, które ich interesują. W ten sposób rozgłośnie oprócz reprezentowania własnych krajów i społeczeństw, również pełnią funkcje rozgłośni substytucyjnych. To, że taka działalność jest potrzebna, potwierdza fakt, że sygnały radiowe rozgłośni BBC WS, RFI i VOA są stale zagłuszane w Chinach, Korei Północnej, Iranie czy Uzbekistanie.

Aktywność rozgłośni we wskazanych obszarach daje podstawę do sformułowania wniosku, że mamy do czynienia z nową dyplomacją publiczną, która zgodnie z założeniem m.in. Jana Melissena (MELISSEN 2005) włącza odbiorców do komunikowania międzynarodowego na zasadzie współuczestnictwa w tym procesie i koncentruje się na budowaniu relacji w stosunkach międzynarodowych. Aspekty te podkreśla również Beata Ociepka, która zauważa, „że dyplomacja publiczna rozwija się w kierunku formy symetrycznej, dialogowej, co odróżnia ją od

klasycznej dyplomacji publicznej okresu zimnej wojny” (OCIEPKA 2013, s. 7). Jestem zdania, że obecnie nadawczość radiowa wybranych radiofonii to ten obszar komunikowania międzynarodowego, który bliski jest formie dialogowej i symetrycznej. Mam również świadomość, że podjęta analiza nie umożliwi oceny wszystkich działań w zakresie dyplomacji publicznej omawianych państw. Nie leży to w moich zamiarach i dalece wykracza poza cel podjęty na kartach tejże książki. Jednocześnie warto ponownie podkreślić, słowami OCIEPKI, „że symetryczne narzędzia miękkiej siły mogą być rozwijane przede wszystkim w relacjach między państwami demokratycznymi” (2013, s. 7). Dlatego w systemie komunikowania międzynarodowego wyłania się naturalny podział na rozgłośnie stanowiące instrument dyplomacji publicznej i na rozgłośnie będące instrumentem propagandy. Przy takim rozróżnieniu można dokonać próby ustalenia cech obu typów komunikowania międzynarodowego.

Komunikowanie rozgłośni międzynarodowych systemów demokratycznych przyjmuje formę symetryczną i dialogową (uwzględnia się potrzeby zagranicznych odbiorców, komunikacja jest wielokierunkowa), relacyjną (następuje wymiana doświadczeń i współuczestnictwo w procesie tworzenia oferty programowej przez publiczność zagraniczną), jawną (jawne są cele, treści i nadawcy komunikowania); komunikowanie to łączy w sobie elementy modelu transmisyjnego i rytualno-ekspresyjnego (McQUAIL 2012).

Komunikowanie rozgłośni międzynarodowych systemów niedemokratycznych ma cechy przeciwstawne: jest asymetryczne i monologiczne (nadawca nie uwzględnia potrzeb odbiorcy zagranicznego, kieruje się swoim interesem), jednokierunkowe (nie dochodzi do wymiany doświadczeń, nadawca nie oczekuje współuczestnictwa w procesie tworzenia treści, chce osiągnąć cel propagandowy), niejawne (nadawca jest jawny, ale prawdziwe cele komunikowania są ukryte, treści fałszywe przemieszane są z prawdziwymi, pojawia się tendencyjny komentarz i tendencyjny montaż (SCHILLER 1976); komunikowanie odbywa się w modelu transmisyjnym (McQUAIL 2012).

Komunikowanie międzynarodowe pozostaje jedną z najważniejszych form realizowania polityki zagranicznej państw i stosunków międzynarodowych. Radio od wynalezienia aż do współczesności było jego najistotniejszym instrumentem. Mimo mocnej pozycji międzynarodowej radiofonii, obecnie najważniejsze będzie opracowanie strategii jej adaptacji nie tylko do nowych technologii informacyjnych – Internetu, cyfryzacji i mediów mobilnych – ale przede wszystkim do zmieniających

się nawyków odbiorczych młodego pokolenia, dla którego radio nie jest medium ani pierwszego, ani nawet drugiego wyboru. Nawet jeśli w krajach słabiej rozwijających się nawyki młodych odbiorców zmieniają się wolniej w stosunku do nawyków ich rówieśników w krajach zamożniejszych, to w nieodległej przyszłości aspekty te upodobnią się do siebie. Z tego powodu ważne jest, aby radiofonie międzynarodowe „wyprzedziły” przyszłość i określiły kierunki zmian w zakresie treści i form przekazów, aby zapewnić sobie przetrwanie i dobrą pozycję w systemie komunikowania międzynarodowego.

Bibliografia

Monografie i czasopisma

- ADAMOWSKI J.W., red., 2002: *O warsztacie dziennikarskim*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- ADAMOWSKI J.W., 2005: *Spółeczne funkcje prasy lokalnej (uwagi i refleksje dotyczące Warszawy)*. W: CHŁOPECKI J., red.: *Media lokalne a demokracja lokalna*. Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania.
- ADAMOWSKI J.W., 2006: *Czwarty stan. Media masowe w pejzażu społecznym Wielkiej Brytanii*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- ADAMOWSKI J.W., 2012: *System medialny Stanów Zjednoczonych*. W: ADAMOWSKI J.W., red.: *Wybrane zagraniczne systemy medialne*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- ADAMOWSKI J.W., red., 2012: *Wybrane zagraniczne systemy medialne*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- AITKEN H.G.J., 1985: *The Continuous Wave. Technology and American Radio 1900–1932*. Princeton: Princeton University Press.
- ALBERT P., TUDESQ A.-J., 1991: *Histoire de la radio-télévision*. Wyd. 3. Paris: Presse Universitaires de France.
- AMOUDRY M., 1993: *Le Générale Ferrié et la naissance de transmissions et de la radiodiffusion*. Grenoble: Presse Universitaires de Grenoble.
- AMOUDRY M., 2011: *Le Générale Ferrié, un soldat au service de la radioélectricité*. „Bulletin de la Sabix”, № 48.
- ANTOINE F., red., 2016: *Analyser la radio. Méthodes et mises en pratique*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.
- ANTOSZEWSKI A., 2016: *Współczesne teorie demokracji*. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe.
- ASTER H., OLECHOWSKA E., red., 1998: *Challenges for International Broadcasting. The Audience First?/La Radiodiffusion Internationale Face à ses défis: L'auditoire d'abord?* Oakville–Buffalo: Mosaic Press.
- BABBIE E., 2004: *Badania społeczne w praktyce*. Przeł. W. BETKIEWICZ [et al.]. Warszawa: PWN.

- BAJKA Z., 2008: *Historia mediów*. Kraków: Wydawnictwo ABCmedia/Towarzystwo Słowaków w Polsce.
- BALBI G., KITTLER J., 2016: *One-to-One and One-to-Many Dichotomy: Grand Theories, Periodization, and Historical Narratives in Communication Studies*. "International Journal of Communication", Vol. 10, s. 1971–1990.
- BAKER W.J., 1971: *A History of the Marconi Company*. New York: St. Martin's Press.
- BALLE F., 1996: *La politique audiovisuelle extérieure de la France*. Paris: La documentation Française.
- BANNERMAN LeROY R., 2013 (eBook): *World War II. The Radio War: Radio Reflections of the Usa Home Front*. AuthorHouse.
- BARCZYK A., 2013: *Funkcja kulturotwórcza a współczesna telewizja*. W: GRALCZYK A., MARCYŃSKI K., PRZYBYSZ M., red.: *Media w transformacji*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- BARCZYK-SITKOWSKA A., 2017: *Telewizyjna twórczość Piotra Słowikowskiego w kontekstach kulturotwórczej roli TVP Łódź*. Łódź: Wydawnictwo Primum Verbum.
- BARDIJEWSKA S., 2001: *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- BATHGATE G., 2012: *Voices from the Ether. The History of Radio*. Aberdeen: Girdleness Publishing.
- BAUER Z., 2008: *Gatunki dziennikarskie*. W: BAUER Z., CHUDZIŃSKI E., red.: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- BECK U., 2005: *Władza i przeciwwładza w epoce globalnej. Nowa ekonomia polityki światowej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- BELICZYŃSKI J., 2005: *Radio jako obiekt zarządzania*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
- BELICZYŃSKI J., 2012: *Organizacja radiowa jako obiekt badań w zarządzaniu mediami*. „Studia Medioznawcze” nr 1 (48), s. 15–32.
- BELICZYŃSKI J., 2015: *Zarządzanie radiem jako subdyscyplina zarządzania mediami*. „Studia Medioznawcze” nr 1 (60), s. 87–103.
- BELTRAN A., GRISET P., 1990: *Histoire des techniques aux XIX^e et XX^e siècles*. Paris: A. Colin.
- BENHALLA F., 1983 (ePub 2016): *La guerre radiophonique*. Paris: Revue Politique et Parlementaire/FeniXX.
- BERG J.S., 1999: *On the Short Waves, 1923–1945: Broadcast Listening in the Pioneer Days of Radio*. Jefferson–London: McFarland & Company.
- BERG J.S., 2008 (eBook): *Listening on the Short Waves, 1945 to Today*. Jefferson–London: McFarland & Company.
- BERG J.S., 2012 (eBook): *Broadcasting on the Short Waves, 1945 to Today*. Jefferson–London: McFarland & Company.
- BERG J.S., 2013 (eBook): *The Early Shortwave Stations. A Broadcasting History Through 1945*. Jefferson–London: McFarland & Company.
- BERTALANFFY L. von, 1933: *Modern Theories Of Development. An Introduction To Theoretical Biology*. Przeł. J.H. WOODGER. London: Humphrey Milford/Oxford University Press.

- BIDDLE W.W., 1931: *A Psychological Definition of Propaganda*. "The Journal of Abnormal and Social Psychology", nr 26 (October–December), pp. 283–295.
- BIRCH B., 1992: *Guglielmo Marconi. Jak radio przybliżyło świat*. Przeł. L. DZIADKIEWICZ. Warszawa: Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik.
- BLAINEY G., 2001: *The Tyranny of Distance. How Distance Shaped Australia's History*. Sydney: Macmillan Publishers.
- BONDYOPADHYAY P.K., 1998: *Sir J.C. Bose Diode Detector Received Marconi's First Transatlantic Wireless Signal of December 1901 (the "Italian Navy Coherer" Scandal Revisited)*. „Proceedings of the IEEE”, Vol. 86, Issue 1/January.
- BONINI T., 2015: *The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium*. „Quaderns del CAC” 41, vol. XVIII/July s. 21–30.
- BRIGGS A., 1995a: *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Vol. 1: *The Birth of Broadcasting 1896–1927*. Oxford: Oxford University Press.
- BRIGGS A., 1995b: *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Vol. 2: *The Golden Age of Wireless*. Oxford: Oxford University Press.
- BRIGGS A., BURKE P., 2010: *Spółeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*. Przeł. J. JEDLIŃSKI. Warszawa: PWN.
- BUMPUS B., SKELT B., 1985: *Seventy Years of International Broadcasting*. Paris: Unesco.
- CAYROL R., 1991: *Les médias. Presse écrite, radio, télévision*. Paris: Presses Universitaires de France.
- CHANDLER A.D. JR., CORTADA J.W., eds., 2000: *A Nation Transformed by Information. How Information Has Shaped the United States from Colonial Times to the Present*. New York: Oxford University Press.
- CHEVAL J.-J., 1997: *Les radios en France. Histoire, état et enjeux*. Rennes: Editions Apogée.
- CHUDZIŃSKI E., red., 2007: *Słownik wiedzy o mediach*. Bielsko-Biała: Wydawnictwo Park.
- CHYLIŃSKI M., RUSS-MOHL S., 2008: *Dziennikarstwo*. Warszawa: Grupa Wydawnicza Polskapresse.
- CLARK G.H., 1946: *The Life of John Stone Stone, Mathematician, Physicist, Electrical Engineer and Great Inventor*. San Diego Ca.: Frye & Smith Ltd.
- CLAUDEL P., 1971: *Możliwości teatru*. Przeł. M. SKIBNIEWSKA. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- CLAVIER A., 1923: *Les ondes courtes : émission, réception, construction des appareils*. Paris: Chiron.
- CODDING JR. G.A., 1959: *Broadcasting without Barriers*. Haga: Unesco.
- CRISELL A., 2002: *An Introductory History of British Broadcasting*. Wyd. 2. London: Routledge.
- CULL N.J., CULBERT D. H., WELCH D., 2003: *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Santa Barbara–Denver–Oxford: ABC-CLIO.
- CULL N.J., 2008: *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*. "The Annals of the American Academy of Political and Social Science", Vol. 616, s. 31–54.

- CUMMINGS R., 2009 (ePub): *Cold War Radio. The Dangerous History of American Broadcasting in Europe, 1950–1989*. Jefferson–London: McFarland & Company.
- CURRAN J., SEATON J., 2003: *Power without Responsibility. The Press, Broadcasting, and New Media in Britain*. Wyd. 6. London: Routledge.
- DAHL R., 2000: *O demokracji*. Przeł. M. KRÓL. Kraków: Wydawnictwo „Znak”.
- DAVISON W.Ph., GEORG A.L., 1952: *An Outline for the Study of International Political Communications*. “The Public Opinion Quarterly”, Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter, 1952–1953), s. 501–511.
- DEUTSCH K.W., MERRITT R.L., 1979: *Transnational Communications and the International System*. “The Annals of the American Academy of Political and Social Science”, Vol. 442, s. 84–97.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 1998: *Przemiany system medialnego w Polsce po 1989 roku*. W: DOBEK-OSTROWSKA B., red.: *Współczesne systemy komunikowania*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- DOBEK-OSTROWSKA B., FRAS J., OCIEPKA B., 1999: *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- DOBEK-OSTROWSKA B., WISZNIOWSKI R., 2001: *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 2004: *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- DOBEK-OSTROWSKA B., red., 2005: *Kampania wyborcza. Marketingowe aspekty komunikowania politycznego*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 2006: *Rozwój studiów nad komunikowaniem politycznym w Polsce na tle badan światowych – główne obszary badawcze i perspektywy rozwojowe*. “Global Media Journal” Polish Edition, No 1/Spring.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 2007: *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: PWN.
- DOBEK-OSTROWSKA B., 2009: *Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym*. Warszawa: PWN.
- DOBEK-OSTROWSKA B., MAJDECKA K., 2011: *Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- DOŁUCHANOW M.P., 1975: *Propagacja fal radiowych*. Przeł. A. PANKOW. Warszawa: Wydawnictwo Komunikacji i Łączności.
- DUNLAP E.O., 1937: *Marconi. The Man and His Wireless*. New York: The MacMillan Company.
- DUVAL R., 1979: *Histoire de la radio en France*. Paris: Editions Alain Moreau.
- ÉCREPONT B., 2014: *Radiola au fil de l’histoire. Un coup d’oeil dans le rétroviseur*. „Radiofil Magazine”. № 61 (marzec–kwiecień).
- EDWARDS J.C., 1991: *Berlin Calling: American Broadcasters in Service to the Third Reich*. New York: Praeger Publishers.
- FENWICK C.G., 1938: *The Use of the Radio as an Instrument of Foreign Propaganda*. “The American Journal of International Law”, Vol. 32, No 2, s. 339–343.

- FIKUS S., 2018: *Radiofonia w III Rzeszy. Studium ideowego zniewolenia*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”.
- FIKUS S., 2015: *Hans Fritzsche – komentator i sternik radia Trzeciej Rzeszy*. W: BUDZYŃSKI A., JASIEWICZ K., red.: *Polskie Radio w czasie II wojny światowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- FISKE J., 1999: *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- FORTNER R.S., 1993: *International Communication. History, Conflict, and Control of the Global Metropolis*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- FORTNER R.S., 1994: *Public Diplomacy and International Politics. The Symbolic Constructs of Summits and International Radio News*. Westport: Praeger.
- FOSS K.A., LITTLEJOHN S.W., red., 2009: *Encyclopedia of Communication Theory*. Los Angeles–London: Sage Publications.
- FRAS J., 2012: *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych*. W: KULCZYCKI E., WENDLAND M., red.: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- GAJDA S., 2010: *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Współczesny język polski*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- GEDDES K., 1974: *Guglielmo Marconi 1874–1937*. London: A Science Museum Booklet.
- GIDDENS A., 2010: *Socjologia*. Przeł. A. SZULZYCKA. Warszawa: PWN.
- GILBOA E., 2001: *Diplomacy in the Media Age. Three Models of Uses and Effects*. “Diplomacy and Statecraft” No 12/2, s. 1–28.
- GILBOA E., 2005a: *Media-Broker Diplomacy. When Journalists Become Mediators*. “Critical Studies in Media Communication”, No 22/2, s. 99–120.
- GILBOA E., 2005b: *The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations*. “Political Communication”, No 22, s. 27–44.
- GILBOA E., 2008: *Searching for a Theory of Public Diplomacy*. “The Annals of the American Academy of Political and Social Science”, No 616(3).
- GOBAN-KLAS T., 2005: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- GODZIC W., KOZIEŁ A., SZYLKO-KWAS J., red., 2015: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*. Warszawa: Wydawnictwo „Poltext”.
- GOLKA B., 2001: *System medialny Francji*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- GOLKA M., 2008: *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*. Warszawa: PWN.
- GOLKA M., 2010: *Imiona wielokulturowości*. Warszawa: Wydawnictwo Muza SA.
- GRABOWSKI W., 2015: *Radio Polskie w Londynie w latach 1940–1945. Organizacja i ludzie*. W: BUDZYŃSKI A., JASIEWICZ K., red.: *Polskie Radio w czasie II wojny światowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- GRAVES H.N. JR., 1941: *War on the Short Wave*. New York: The Foreign Policy Association.

- GRISSET P., 1983: *La Société Radio-France dans l'entre-deux-guerres*. „Histoire, Économie & Société”, Vol. 2, № 2–1.
- GRISSET P., 1991: *Les révolutions de la Communications XIX^e–XX^e siècle*. Hachette. Paris: A. Colin.
- GRZELEWSKA D., HABIELSKI R., KOZIEŁ A., OSICA J., PIWOŃSKA-PYKAŁO L., 2001: *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- GUPTA S.D.P., ENGINEER M.H., SHEPHERD V.A., 2009: *Remembering Sir J.C. Bose*. Singapur: World Scientific Publishing Co.
- HABERMAS J., 2013: *La démocratie a-t-elle encore une dimension épistémique? Recherche empirique et théorie normative (2)*. Przeł. I. AUBERT, K. GENEL. “Participations” № 5, s. 151–175.
- HAJDASZ J., 2006: *Szczekaczka, czyli Rozgłośnia Polska Radia Wolna Europa*. Poznań: Wydawnictwo Media Rodzina.
- HALL E.T., 1976: *Ukryty wymiar*. Przeł. T. HOŁÓWKA. Warszawa: PIW.
- HALL E.T., 1984: *Poza kulturą*. Przeł. E. GOŹDZIAK. Warszawa: PWN.
- HALL E.T., 1987: *Bezgrośny język*. Przeł. A. SKARBIŃSKA-ZIELIŃSKA, R. ZIMAND. Warszawa: PIW.
- HEADRICK D.R., 1988: *The Tentacles of Progress. Technology Transfer in the Age of Imperialism, 1850–1940*. Oxford–London–New York: Oxford University Press.
- HEIL A.L. JR., 2003: *Voice of America: A History*. New York: Columbia University Press.
- HELD D., 2010: *Modele demokracji*. Przeł. W. NOWICKI. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- HERBUT R., 1999: *Interes polityczny jako kategoria politologiczna*. W: JABŁOŃSKI A.W., SOBKOWIAK L., red.: *Studia z teorii polityki*. T. 1. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- HERZOG H., 1952–1953: *Listener Mail to the Voice of America*. “The Public Opinion Quarterly”, Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter), s. 607–611.
- HOCHFELDER D., PFAU A.E., 2010: “*Her Voice a Bullet*”. *Imaginary Propaganda and the Legendary Broadcasters of World War II*. In: STRASSER S., SUISMAN D., eds.: *Sound in the Age of Mechanical Reproduction*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- HOCKING B., 2005: *Rethinking the ‘New’ Public Diplomacy*. In: MELISSEN J., ed.: *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan.
- HOFSTEDE G., 2000: *Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu*. Przeł. M. DURSKA. Warszawa: PWE.
- HOPPE H.-H., 2006: *Demokracja – bóg, który zawiódł. Ekonomia i polityka demokracji, monarchii i ładu naturalnego*. Przeł. W. FALKOWSKI, J. JABŁECKI. Warszawa: Fijor Publishing.
- HORTEN G., 2002: *Radio Goes to War: The Cultural Politics of Propaganda during World War II*. Berkeley–Los Angeles–London: University of California Press.

- HOWETH L.S., 1963: *History of Communications-Electronics in the United States Navy*. Washington: Bureau of Ships and Office of Naval History.
- HSAB G., AGBOBLI C., 2011: *Communication internationale et communication interculturelle. Regards épistémologiques et espaces de pratique*. Québec: Les Presses de l'Université du Québec.
- HUNTINGTON S.P., 2005: *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*. Przeł. H. JANKOWSKA. Warszawa: Wydawnictwo Muza SA.
- INKELES A., 1952–1953: *Soviet Reactions to the Voice of America*. "The Public Opinion Quarterly", Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter), s. 612–617.
- INNIS H.A., 2007: *Empire and Communications*. Toronto: Dundurn Press Ltd.
- IRZYKOWSKI K., 1924: *Dziesiąta muza. Zagadnienia estetyczne kina*. Wyd. 1. Kraków: Krakowska Spółka Wydawnicza.
- JASIEWICZ K., 2015: *Polskojęzyczne radiostacje sowieckie w okresie II wojny światowej*. W: BUDZYŃSKI A., JASIEWICZ K., red.: *Polskie Radio w czasie II wojny światowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- JENSEN K.B., 2010: *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London: Routledge.
- JEZIŃSKI M., 2004: *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne. Przypadek III Rzeczypospolitej*. Toruń. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- JEZIŃSKI M., red., 2004: *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- JĘDRZEJEWSKI S., 2003: *Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe*. Warszawa: Profi-Press.
- JĘDRZEJEWSKI S., 2007: *Radio publiczne a polityka*. W: ADAMOWSKI J.W., WANIEK D., red.: *Media masowe w praktyce społecznej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- JĘDRZEJEWSKI S., 2010: *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- JĘDRZEJEWSKI S., 2015: *Radio publiczne w Europie. Program, finansowanie, technologia, audytorium*. Warszawa: Wydawnictwo „Poltext”.
- JOHNSON R.A., 2014: *Radio Wolna Europa i Radio Swoboda. Lata CIA i późniejsze*. Przeł. A. BORZYM. Wrocław: Wydawnictwo Kolegium Europy Wschodniej.
- JOYCE W., 1940: *Twilight Over England*. Berlin: Internationaler Verlag.
- KALAGA W., red., 2004: *Dylematy wielokulturowości*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- KEENE J., 2009: *Treason on the Airwaves. Three Allied Broadcasters on Axis Radio during World War II*. Westport: Praeger.
- KITA M., 2013: *Dyskurs radiowy*. W: MALINOWSKA E., NOCOŃ J., ŻYDEK-BEDNARCZUK U., red.: *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- KLAPPER J.T., 1952–1953: *Content Analysis for the Voice of America. A Symposium*. "The Public Opinion Quarterly", Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter), s. 605–606.

- KŁOSKOWSKA A., 1983a: *Kultura masowa. Krytyka i obrona*. Warszawa: PWN.
- KŁOSKOWSKA A., 1983b: *Socjologia kultury*. Warszawa: PWN.
- KOLCZYŃSKI M., 2005: *Współczesne komunikowanie polityczne – między propagandą a marketingiem politycznym*. „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” nr 1.
- KOLCZYŃSKI M., 2008: *Strategie komunikowania politycznego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- KONARSKA K., 2007: *System mediów elektronicznych w Wielkiej Brytanii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- KOSIENKOWSKI M., PISKORSKA B., red., 2014: *Dyplomacja cyfrowa jako instrument polityki zagranicznej Unii Europejskiej w XXI wieku*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- KOWALCZYK R., 2009: *Zadania mediów lokalnych w społeczeństwie obywatelskim*. W: KOSMANOWA B., red.: *Media dawne i współczesne*. Cz. 4. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- KOWALSKI J., 2008: *Państwo prawa. Demokratyczne państwo prawne*. Antologia. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. R. Łazarzkiego.
- KOWALSKI T., 2002: *Wprowadzenie do zarządzania mediami*. „Studia Medioznawcze” nr 2.
- KOZACZUK W., 1977: *Wojna w eterze*. Warszawa: Wydawnictwo Radia i Telewizji.
- KOZIEŁ A., 2002: *Gatunki dziennikarskie – rodowód, cechy i funkcje*. W: ADAMOWSKI J., red.: *O warsztacie dziennikarskim*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- KOZMIŃSKI A., 1976: *Analiza systemowa organizacji*. Warszawa: PWE.
- KRÓL E.C., 1999: *Propaganda i indoktrynacja narodowego socjalizmu w Niemczech 1919–1945. Studium organizacji, treści, metod i technik masowego oddziaływania*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza „Rytm”.
- KRÓL E.C., 2015a: *Na progu katastrofy. Środki masowego przekazu Trzeciej Rzeszy wobec Polski w sierpniu 1939 roku*. W: BUDZYŃSKI A., JASIEWICZ K., red.: *Polskie Radio w czasie II wojny światowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- KRÓL E.C., 2015b: *W poszukiwaniu modelu propagandy totalnej*. W: WOŁOZYN J.W., red.: *Propaganda w systemach demokratycznych i niedemokratycznych*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- KRZYSZTOFEK K., 1983: *Komunikowanie międzynarodowe: informacja, kultura, środki masowego przekazu, stosunki międzynarodowe*. Warszawa: PWN.
- KUBACZEWSKA W., HERMANOWSKI M., 2008: *Radio – historia i współczesność*. Poznań: Wydawnictwo „Ars Nova”.
- KWIATKOWSKI M.J., 1989: *Polskie Radio w konspiracji, 1939–1944*. Warszawa: PIW.
- LAURIE C.D., 1994: *Goebbels Iowan: Frederick W. Kaltenbach and Nazi Short-Wave Radio Broadcasts to America, 1939–1945*. „Annals of Iowa”, Vol. 53, No 3, s. 219–245.

- LASSWELL H.D., 1948: *Power and Personality*. New York: W.W. Norton and Company, Inc.
- LAZARSELD P.F., 1952–1953: *The Prognosis for International Communications Research*. "The Public Opinion Quarterly", Vol. 16, No 4, Special Issue on International Communications Research. (Winter), s. 481–490.
- LAZARSELD P.F., MERTON R.K., 2002: *Studia nad propagandą radiową i filmową*. W: MERTON R.K., red.: *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Warszawa: PWN.
- LEONARD M., STEAD C., SMEWING C., 2002: *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre.
- LEŚNIAK T., red., 1997: *Radio: szanse i wyzwania. Materiały konferencji „Kulturotwórcza Rola Radia”*. Kraków 14–15 lutego 1997. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury/Polskie Radio Kraków.
- LEVINSON P., 2006: *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*. Warszawa: Wydawnictwo Muza SA.
- LEWANDOWSKI B., 1981: *Propaganda radiowa USA*. Warszawa: PWN.
- LINDSAY D., 1984: *The Crawford Papers: the journals of David Lindsay, 27th Earl of Crawford and 10th Earl of Balcarres, 1871–1940, during the years 1892 to 1940*. Ed. VINCENT J.R. Manchester: Manchester University Press.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2008: *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2015: *Pytanie o genologię mediów w kulturze partycypacji. Próba rekonesansu metodologicznego*. W: GODZIC W., KOZIEŁ A., SZYLKO-KWAS J., red.: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*. Warszawa: Wydawnictwo „Poltext”.
- LOEWE I., 2007: *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- LOMMERS S., 2012: *Europe – On Air. Interwar Projects for Radio Broadcasting*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- LOVELL S., 2011: *How Russia Learned to Listen: Radio and the Making of Soviet Culture*. „Kritika” Vol. 12, No 3.
- LUCAS R., 2010: *Axis Sally: The American Voice of Nazi Germany*. Havertown–Newbury: Casemate Publishing.
- ŁÓDZKI B., 2017: „Fake news” – dezinformacja w mediach internetowych i formy jej zwalczania w przestrzeni międzynarodowej. „Polityka i Społeczeństwo” nr 4(15).
- ŁUKASIK-TURECKA A., 2018: *Zmiana usytuowania radia w komunikowaniu politycznym*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- MALCZEWSKI F., 1964: *Amerykańska wojna psychologiczna*. Warszawa: Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej.
- MANSELL G., 1982: *Let Thruth Be Told. 50 Years of BBC External Broadcasting*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- MALISZEWSKI M., 2012: *Deutsche Welle w systemie medialnym Republiki Federalnej Niemiec*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.

- MASSING P.W., 1952–1953: *Communist References to the Voice of America*. “The Public Opinion Quarterly”, Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter), s. 618–622.
- MATTELART A., MATTELART M., 2001: *Teorie komunikacji. Krótkie wprowadzenie*. Przeł. J. MIKUŁOWSKI POMORSKI. Warszawa–Kraków: PWN.
- MAZIARSKI J., 1976: *Gatunki dziennikarskie*. W: MAŚLANKA J., red.: *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- MAZUR M., 2002: *Marketing polityczny*. Warszawa: PWN.
- MCLUHAN M., 2001: *Wybór tekstów*. Red. MCLUHAN E., ZINGRONE F. Przeł. E. RÓŻAŁSKA, J.M. STOKŁOSA. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- MCLUHAN M., 2004: *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Przeł. N. SZCZUCKA. Warszawa: Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.
- MCQUAIL D., 2012: *Teoria komunikowania masowego*. Przeł. M. BUCHOLC, A. SZULŻYCKA. Warszawa: PWN.
- MÉADEL C., 1994: *Genèse du service public de radiodiffusion en France. Entre corporatisme et représentation*. „Medias, Culture and Society”, № 16 (4).
- MELISSEN J., 2005: *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. In: MELISSEN J., ed.: *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan.
- MENDYGRAŁ Z., 1985: *1000 słów o radiu i elektronice*. Warszawa: Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej.
- MICHALCZYK S., 2005: *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*. Katowice: Wydawnictwo „Śląsk”.
- MICHALCZYK S., 2010: *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- MICHAŁOWSKA G., 1991: *Zmienność i instytucjonalizacja międzynarodowych stosunków kulturalnych*. Warszawa: Ośrodek Badań Społecznych.
- MICHAŁOWSKA G., 2010: *Istota i geneza międzynarodowych stosunków kulturalnych*. W: ZIĘTEK A., red.: *Międzynarodowe Stosunki Kulturalne. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo „Poltext”.
- MIKUŁOWSKI POMORSKI J., 2007: *Kulturowość i wielokulturowość w komunikowaniu*. W: RATAJCZAK M., red.: *Multikulturalizm w sferze mediów*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- MIKUŁOWSKI POMORSKI J., 2008: *Prawo do komunikowania się: czy dawne dylematy są nadal aktualne?* W: MIKUŁOWSKI POMORSKI J.: *Zmieniający się świat mediów*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- MIKUŁOWSKI POMORSKI J., 2012: *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym. (Nowa edycja)*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- MISZCZAK S., 1971: *Radiofonia i telewizja w świecie 1920–1970*. Warszawa: Wydawnictwo Radia i Telewizji.
- MOWLANA H., 1997: *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*. Ed. 2. Thousand Oaks, Ca.: SAGE Publications Ltd.

- MOWLANA H., 2012: *International Communication*. "Journal of International Communication", Vol. 18, No 2, s. 267–290.
- MOWLANA H., 2016: *The Role of Media in Contemporary International Relations: Culture and Politics at the Crossroads*. "Journal of Multicultural Discourses", Vol. 11, No 1, s. 84–96.
- MROZOWSKI M., 1991: *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*. Warszawa: Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury.
- MROZOWSKI M., 2001: *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- MUKHERJI V., 1983: *Jagadis Chandra Bose*. New Delhi: Publications Division Ministry of Information & Broadcasting.
- NAHIN P.J., 2001: *The Science of Radio*. New York: Springer Science & Business Media.
- NEWCOURT-NOWODWORSKI S., 2008: *Czarna Propaganda. Polska, Niemcy, Wielka Brytania. Tajemnice największych oszustw II wojny światowej*. Przeł. J. RUMIŃSKA. Kraków: Znak.
- NIERENBERG B., 2007: *Publiczne przedsiębiorstwo medialne. Determinanty, systemy, modele*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- NIERENBERG B., 2011: *Zarządzanie mediami: ujęcie systemowe*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- NIERENBERG B., 2016a: *Radio i zarządzanie: wizerunek a odpowiedzialność*. W: KOSTERA M., NIERENBERG B., red.: *Komunikacja społeczna w zarządzaniu humanistycznym*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- NIERENBERG B., 2016b: *Kilka uwag o przyszłości dziennikarstwa radiowego*. W: KANIA J., KREFT J., NIERENBERG B., red.: *Przyszłość dziennikarstwa radiowego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- NIETZSCHE F.W., 2017: *Jutrzenka. Myśli o przesądach moralnych*. Przeł. S. WYRZYKOWSKI. Kraków: Wydawnictwo Vis a vis Etiuda.
- NYE J.S. JR., 2007: *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*. Przeł. J. ZABOROWSKI. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- NYE JR. J.S., 2008: *Public Diplomacy and Soft Power*. "The Annals of the American Academy of Political and Social Science" No 616(1), s. 94–109.
- OCIEPKA B., 2002: *Komunikowanie międzynarodowe*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- OCIEPKA B., red., 2008: *Dyplomacja publiczna*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- OCIEPKA B., 2008: *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowanie międzynarodowego*. W: OCIEPKA B., red.: *Dyplomacja publiczna*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- OCIEPKA B., 2013: *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- OCIEPKA B., 2016: *International Broadcasting by a Middle-size Country. The Case of Belsat TV from Poland to Belarus*. "Global Media and Communication" Vol. 12(2), s. 111–126.

- OGONOWSKA A., 2007: *Gatunki telewizyjne*. W: CHUDZIŃSKI E., red.: *Słownik wiedzy o mediach*. Bielsko-Biała–Warszawa: Wydawnictwo Szkolne PWN.
- O'KEEFE A., OLIVER A., 2010: *International Broadcasting and Its Contribution to Public Diplomacy*. Sydney: Lowy Institute for International Policy.
- OLEŃDZKI J., 1998: *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- ONISZCZUK Z., 1988: *Pojęcie funkcji w badaniach nad społecznym funkcjonowaniem prasy*. „Zeszyty Prasoznawcze” nr 2.
- ONISZCZUK Z., 2017: *Komunikacja transnarodowa jako przyszłość komunikowania międzynarodowego? “Political Preferences”*, Vol. 16, s. 5–16.
- ORŁOWSKI B., PŁOCHOCKI Z., PRZYROWSKI Z., red., 1979: *Encyklopedia odkryć i wynalazków. Chemia, fizyka, medycyna, rolnictwo, technika*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- O'SHAUGHNESSY N.J., 2004: *Politics and Propaganda. Weapons of Mass Seduction*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- PALECZNY T., 2007: *Interpersonalne stosunki międzykulturowe*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- PALIJ A., 1966: *Wojna radiowa*. Przeł. Z. MENDYGRAŁ. Gdynia: Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej.
- PARROT J., 1987 (ePub 2015): *La guerre des ondes: de Goebbels à Kadhafi*. Paris: PLON/ Société FeniXX.
- PASTUSIAK L., 1972: *Amerykanie w Berlinie Zachodnim. Polityka Stanów Zjednoczonych wobec Berlina Zachodniego*. Warszawa: Czytelnik.
- PENG D., 2017: *International Communication Strategies of Chinese Radio and TV Networks. Initial Observations*. Singapore: Springer Nature.
- PIETRZYK-REEVES D., KUŁAKOWSKA M., 2010: *Studia nad wielokulturowością*. Kraków: Księgarnia Akademicka.
- PISAREK W., 1993: *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*. „Zeszyty Prasoznawcze” T. 36, nr 3–4(135–136), s. 156–159.
- PISAREK W., 2002: *Nowa retoryka dziennikarska*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- PISAREK W., 2006: *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- PISAREK W., 2007: *O mediach i języku*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- PISAREK W., 2008: *Wstęp do nauki o komunikowaniu*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- PLESZKUN-OLEJNICZAKOWA E., 1996: *Instytucje literackie w Łodzi międzywojennej i ich rola kulturotwórcza*. Łódź: Wydawnictwo Biblioteka.
- PLAŻEWSKI J., 2008: *Historia filmu 1895–2005*. Wyd. 8. Warszawa: Wydawnictwo „Książka i Wiedza”.
- POLLOCK D.C., VAN REKEN R. E., 2001: *Third Culture Kids. The Experience of Growing Up Among Worlds*. Boston: Nicolas Brealey Publishing/International Press.
- POTTER E., 2002–2003: *Canada and the New Public Diplomacy* “International Journal” Winter.

- POTTER S.J., 2012: *Broadcasting Empire. The BBC and the British World, 1922–1970*. Oxford: Oxford University Press.
- POUND O., SPOO R., 1999: *Ezra and Dorothy Pound: Letters in Captivity, 1945–1946*. New York: Oxford University Press.
- PRATKANIS A., ARONSON E., 2004: *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*. Przeł. J. RADZICKI, M. SZUSTER. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- PUDDINGTON A., 2009: *Rozgłoszenie Wolności. Tryumf Radia Wolna Europa i Radia Swoboda w zimnej wojnie*. Przeł. A. BORZYM. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- RABOY M., 2016: *Marconi: The Man Who Networked the World*. Oxford: Oxford University Press.
- RAJCZYK R., 2016: *Nowoczesne wojny informacyjne*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- RATAJCZAK M., 2004: *Jak porozumiewają się Szwajcarzy? Media w wielokulturowej Szwajcarii*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- RATAJCZAK M., red., 2007: *Multikulturalizm w sferze mediów*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- RATAJCZAK M., 2012: *Różnorodność kulturowa w mediach. Doświadczenia europejskie*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- RATAJCZAK M., 2014: *Komunikacja międzykulturowa w nowym wymiarze*. W: ADAMOWSKI J.W., JASKIERNIA A., red.: *Międzykulturowe aspekty działalności mediów w epoce globalizacji*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- RATCLIFF D.P., 2016: *Understanding International Broadcasting. A Reference for Shortwave Radio & More*. CreateSpace Independent Publishing Platform (Amazon).
- RAWNSLEY G.D., 1996: *Radio Diplomacy and Propaganda, the BBC and VOA in International Politics, 1956–64*. New York: St. Martin's Press.
- ROSIŃSKA Z., 2001: *Blaustein. Koncepcja odbioru mediów*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- RYNIEJSKA-KIEŁDANOWICZ M., 2008: *Dyplomacja publiczna – polskie doświadczenia z okresu wchodzenia do Unii Europejskiej*. W: OCIEPKA B., red., *Dyplomacja publiczna*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- SAPIR E., 1978: *Kultura, język, osobowość. Wybrane eseje*. Przeł. STANOSZ B., ZIMAND R. Warszawa: PIW.
- SARKAR T.K., MAILLOUX R.J., OLINER A.A., SALAZAR-PALMA M., SENGUPTA D.L., 2006: *History of Wireless*. Hoboken–New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- SAWICKI A., SOSIŃSKI R., 2012: *Drgania nieliniowe w obwodzie z wyładowaniem łukowym w gazie o wysokim ciśnieniu*. „Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej. Elektryka”, z. 124 (1124).
- SCALES R.P., 2016: *Radio and the Politics of Sound in Interwar France, 1921–1939*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SCHILLER H.I., 1976: *Sternicy świadomości*. Przeł. U. SZCZEPAŃCZYK. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.

- SEMELIN J., 1999: *Wolność w eterze*. Przeł. H. ABRAMOWICZ. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- STACHYRA G., 2008: *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- STACHYRA G., 2015: *Polityczność radia w kontekście jego historii, technologii i estetyki*. W: PIETRUSZEWSKA-KOBIELA G., REGIEWICZ A., STACHYRA G., ŻYWIŃCZAK A.: *Polityczność mediów*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- STERLING C.H., KITROSS J.M., 2002: *Stay Tuned. A History of American Broadcasting*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- STERLING C.H., red., 2004: *Encyclopedia of Radio*. New York–London: Taylor and Francis Books.
- STERLING C.H., red., 2008: *Military Communications. From Ancient Times to the 21st Century*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
- STOICIU G., 2008: *L'émergence du domaine d'étude de la communication interculturelle*. „Hermès – cognition, communication, politique” Vol. 2, № 51.
- SUŁEK A., 2009: *Radio*. W: BONIKOWSKA M., red.: *Media a wyzwania XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- SZAHAJ A., 2004: *E pluribus unum? Dylematy wielokulturowości i politycznej poprawności*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- SZCZEPAŃSKI J., 1966: *Elementarne pojęcia socjologii*. Warszawa: PWN.
- SZPOCĨŃSKI A., 1999: *Edukacja kulturalna i uczestnictwo w kulturze*. W: KOSTYRKO T., CZERWIŃSKI M., red.: *Kultura polska w dekadzie przemian*. Warszawa: Instytut Kultury.
- SZREDER M., 2010: *Dydaktyka i nauka. O weryfikacji i falsyfikacji hipotez*. „Przełęcz Statystyczny” R. 57, z. 2–3, s. 82–88.
- SZULCZEWSKI M., 1976: *Publicystyka. Problemy teorii i praktyki*. Warszawa: PWN.
- SZYMAŃSKA A., LISOWSKA-MAGDZIARZ M., HESS A., red., 2018: *Metody badań medialnych i ich zastosowanie*. Kraków: Wydawnictwo ToC.
- ŚLAWSKA M., 2017: *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*. „Forum Lingwistyczne” Nr 4, s. 15–29.
- TAYLOR Ph.M., 2003: *Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. Ed. 3. Manchester: Manchester University Press.
- TCHAKHOTINE S., 1952: *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris: Gallimard.
- TESLA N., 1893: *The Tesla Lecture in St. Louis*. 8.03.1893. “The Electrical Engineer” Vol. 15, No 253.
- TETEŁOWSKA I., 1960: *Analiza zawartości gazet. Wstępne stadium funkcjonalnej typologii prasy*. Kraków.
- THUSSU D.K., 2004: *International Communication. Continuity and Change*. New York: Oxford University Press.
- TOMCZYK K., 2007: *Dylematy multikulturalizmu we współczesnych społeczeństwach liberalno-demokratycznych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- TROMPENAARS F., HAMPDEN-TURNER Ch., 2012: *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. London: Nicholas Brealey Publishing.

- TUNSTALL J., 1977: *The Media are American. Anglo-American Media in the World*. London: Constable.
- USEEM HILL R., 1974: *Third Cultural Factors in Educational Change*. In: BREMBECK C.S.: *Cultural Challenges to Education. The Influence of Cultural Factors in School Learning*. Lexington: Lexington Books.
- WEJTKOW T., 1949: *Kronika elektryczności*. Przeł. J. HURWIC. Warszawa: Spółdzielnia Wydawnicza „Współpraca”.
- WELSCH W., 1999: *Transculturality. The Puzzling Form of Cultures Today*. In: FEATHERSTONE M., LASH S., eds.: *Spaces of Culture. City, Nation, World*. London: Sage Pub.
- WHITE A., 1942: *BBC at War*. Wembley: British Broadcasting Corporation.
- WHITE R.K., 1952/1953: *The New Resistance to International Propaganda*. “The Public Opinion Quarterly” Vol. 16, No 4. Special Issue on International Communications Research (Winter, 1952–1953), s. 539–551.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2007: *Public Radio – Market or Mission?* W: JĘDRZEJEWSKI S., red.: *The Medium with Promising Future. Radio in Central and Eastern European Countries*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2012a: *Od audialności do wizualności. Zjawisko konwergencji mediów we współczesnej radiofonii*. W: ONISZCZUK Z., WIELOPOLSKA-SZYMURA M., red.: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*. T. 1. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2012b: *Program Purposes of National BBC Stations as a Form of Realising the Public Mission*. W: SIEWIERSKA-CHMAJ A., red.: *Media Mosaic*. Kraków–Rzeszów–Zamość: Konsorcjum Akademickie.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2013: *Program Kulturalny Polskiej Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej*. W: KOLCZYŃSKI M., red.: *Obraz prezydencji Polski w Radzie Unii Europejskiej (2011) w wybranych tytułach prasy polskiej*. Katowice: Uniwersytet Śląski–Gnome–Wydawnictwa Naukowe i Artystyczne.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2015: *Media w służbie sił zbrojnych. Polityka informacyjna Departamentu Obrony USA – zarys zagadnienia*. W: ADAMIK-SZYSIAK M., red.: *Mediatyzacja komunikowania politycznego. W kręgu badań politologicznych i medioznawczych*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2016a: *Dwójka – radio z kulturą. O kulturotwórczej misji Programu 2 Polskiego Radia – ujęcie monograficzne*. „Media. Kultura. Społeczeństwo”. Wrzesień (8). Olsztyn.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2016b: *„Radiowy Dom Kultury” – o kulturotwórczej i edukacyjnej roli radia*. W: ŁYSZCZARZ M., SOKOŁOWSKI M., red.: *Radio w cyfrowym świecie. Regionalne rozgłoszenie radiowe*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2016c: *Radio w dyplomacji publicznej. Mediatyzacja polityki na odległość*. W: ADAMIK-SZYSIAK M., red.: *Polityka w zmediatyzowanym świecie. Perspektywa politologiczna i medioznawcza*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2017: *Radio dla zagranicy – od »hard power« do »soft power« w międzynarodowej nadawczości radiowej*. „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” nr 1(39), s. 169–184.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2018a: *International Radio Broadcasting – A Case of Radio Poland – An External Service of Polish Public Radio*. „Preferencje Polityczne”, nr 19, s. 91–103.
- WIELOPOLSKA-SZYMURA M., 2018b: *Międzykulturowe komunikowanie lokalne: etniczne radio społeczne w Australii*. W: MICHALCZYK S., BRZOZA K., red.: *Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego*. T. 1: *Problemy teoretyczno-praktyczne*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- WIMMER R.D., DOMINICK J.R., 2006: *Mass media. Metody badań*. Przeł. T. KARŁOWICZ. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- WISZNIOWSKI R., 2000: *Marketing wyborczy*. Warszawa: PWN.
- WŁODARKIEWICZ W., 2015: *Programy radiowe dla słuchaczy polskich nadawane z Europy i Stanów Zjednoczonych w czasie II wojny światowej*. W: BUDZYŃSKI A., JASIEWICZ K., red.: *Polskie Radio w czasie II wojny światowej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- WOJTAK M., 2004: *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- WOJTAK M., 2015: *Konwencje (komunikacyjne) – niewola czy źródło inspiracji*. „Acta Humana” 6 (1/2015).
- WOJTASZCZYK K.A., 1996: *Kompendium wiedzy o państwie współczesnym*. Warszawa: Wydawnictwo Liber.
- WOJTASZCZYK K.A., JAKUBOWSKI W., red., 2002: *Spółeczeństwo i polityka: podstawy nauk politycznych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- WOLFSON E., 2008: *Dyplomacja publiczna z amerykańskiej perspektywy*. W: OCIEPKA B., red.: *Dyplomacja publiczna*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- WOLNY-ZMORZYŃSKI K., KALISZEWSKI A., FURMAN W., 2006: *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- WOLNY-ZMORZYŃSKI K., KOZIEŁ A., 2013: *Genologia dziennikarska*. „Studia Medioznawcze” nr 3(54), s. 23–34.
- WOŁOSZYN J.W., red., 2015: *Propaganda w systemach demokratycznych i niedemokratycznych*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- WOOD J., 1994: *History of International Broadcasting*. Peter Peregrinus Ltd. London.
- WUILLÈME B., 2007: *Les Radios Internationales*. Paris: Ellipses.
- WUNSCH A.D., 1998: *Misreading the Supreme Court. A Puzzling Chapter in the History of Radio*. „Antenna”, Vol. 11, No 1.
- VENDIK O., 2010: *Significant Contribution to the Development of Wireless Communication by Professor Alexander Popov*. “IEEE Communications Magazine”, October.

- YOUNG R.J., 2004: *Marketing Marianne: French Propaganda in America, 1900–1940*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- ZAHARNA R.S., 2008: *Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives. Information and Relational Communication Frameworks*. W: SNOW N., TAYLOR P.M., eds.: *The Routledge Handbook of Public Diplomacy*. London: Routledge.
- ZIĘTEK A.W., red., 2010: *Międzynarodowe stosunki kulturalne. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo „Poltext”.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U., 2012: *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*. W: KITA M., LOEWE I., red.: *Język w mediach. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- СМИРНОВ В.В., 2002: *Формы вещания. Формы, типология, структура радиопрограмм*. Москва: Аспект Пресс.
- СМИРНОВ В.В., 2006: *Жанровая система радиожурналистики. История. Теория. Особенности функционирования*. Ростов-на-Дону: ПТ „Нюанс”, Кучма Ю.Д.
- СМИРНОВ В.В., 2007: *Радиожурналистика в современном эфире*. Таганрог: НП „Центр развития личности”.
- МЕРКУЛОВ В., 2009: *История открытия радио*. „Radio” №3.

Akty prawne i dokumenty

- An Act to Regulate Radio Communication*. 13.08.1912 – <http://earlyradiohistory.us/1912act.htm> [dostęp: 8.05.2015].
- Agreement Under Clause 64c Of The BBC Framework Agreement Between: The British Broadcasting Corporation (“BBC”) And The Secretary Of State For Foreign And Commonwealth Affairs (“The Foreign Secretary”)*. 2016 – http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FNLC69KMeVsJ:downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/our_work/world_service/2016/wsol.pdf+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl [dostęp: 20.11.2018].
- Bilan quadriennal des résultats de la société France Médias Monde 2012–2015*. 2017 – <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-pu-blications-rapports-bilans-etudes-d-impact/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radios-publiques/Bilan-quadiennal-des-resultats-de-la-societe-France-Medias-Monde-RFI-France-24-MCD-France-Medias-Monde-2012-2015> [dostęp: 20.11.2018].
- BBC Annual Report and Accounts 2017/18*. 2018 – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/ara> [dostęp: 20.11.2018].
- BBC Annual Report and Accounts 2016/17*. 2017 – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/ara/archive> [dostęp: 20.11.2018].
- BBC Annual Report and Accounts 2015/16*. 2016 – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/ara/archive> [dostęp: 20.11.2018].

- BBC Annual Report and Accounts 2014/15*. 2015 – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/ara/archive> [dostęp: 20.11.2018].
- BBC Annual Report and Accounts 2013/14*. 2014 – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/ara/archive> [dostęp: 20.11.2018].
- BBC World Service Annual Review 2013/2014* – http://downloads.bbc.co.uk/worldservice/annual_review/bbc_world_service_annual_review_2013_14.pdf [dostęp: 25.08.2016.].
- BBC Royal Charter*. 1927 – <https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/charter-archive#heading-1927-charter> [dostęp: 18.09.2017].
- BBG Annual Report 2015* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/annual-reports/> [dostęp: 20.11.2018].
- BBG Annual Report 2016* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/annual-reports/> [dostęp: 20.11.2018].
- BBG Annual Report 2017* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/annual-reports/> [dostęp: 20.11.2018].
- BBG Global Audience Estimate from the FY 2017 Performance and Results Report* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 10.09.2018].
- BBG Global Audience Estimate From the FY 2016 Performance and Results Report* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 10.09.2018].
- BBG Performance and Accountability Report 2017* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 20.11.2018].
- BBG Performance and Accountability Report 2016* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 20.11.2018].
- BBG Performance and Accountability Report 2015* – <https://www.bbg.gov/strategy-and-performance/performance-accountability/> [dostęp: 20.11.2018].
- Broadcasting. Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation*. 2016a – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/managementstructure/bbccharterandagreement> [dostęp: 20.09.2018.]
- Broadcasting. An Agreement Between Her Majesty's Secretary of State for Culture, Media and Sport and the British Broadcasting Corporation*. 2016b – <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/managementstructure/bbccharterandagreement> [dostęp: 20.09.2018].
- Contrat d'objectifs et des moyens entre etat et france media monde 2016–2020*. 2016 – <http://www.senat.fr/rap/r16-147/r16-1477.html> [dostęp: 18.09.2018].
- Décret n° 2017–1042 du 9 mai 2017 portant modification des cahiers des charges des sociétés nationales de programme France Télévisions, Radio France et de la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France*. JORF n°0110 du 11 mai 2017 texte № 207 – <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000034679044&categorieLien=id> [dostęp: 18.09.2017].
- Defence of the Realm Consolidation Act*, 27 November 1914. US National Archives. – http://www.nationalarchives.gov.uk/pathways/firstworldwar/first_world_war/p_defence.htm [dostęp: 18.09.2017].

- Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léo-tard)*. Version consolidée au 22 décembre 2018 – <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930> [dostęp: 22.12.2018].
- Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde Année 2016. 2017* – <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications-rapports-bilans-etudes-d-impact/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radios-publiques/Rapport-sur-l-execution-du-cahier-des-charges-de-la-societe-Radio-France-Annee-2016> [dostęp: 18.12.2018].
- Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Médias Monde – Année 2017. 2018* – <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications-rapports-bilans-etudes-d-impact/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radios-publiques/Rapport-sur-l-execution-du-cahier-des-charges-de-France-Medias-Monde-Annee-2017> [dostęp: 18.12.2018].
- The BBC World Service Statement of Policy for Sources of Finance Other Than The Licence Fee (“Alternative Finance”)* – https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines/partnerships_and_finance.html [dostęp: 20.11.2018].
- The Defence of the Realm Act (DORA), 1914*. International Encyclopedia of the First World War – https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/defence_of_the_realm_act_dora [dostęp: 13.01.2019].
- United States Patent Office. Patent nr 1,108,895 z 1 września 1914 r. R.A. Fessenden. “*Signaling by Sound and Other Longitudinal Elastic Impulses*”. Nr seryjny 811,428 – <http://www.fessenden.ca/inventions/> [dostęp: 8.08.2017].
- U.S. *International Broadcasting Act 1994*, 29 April 1994. Public Law 103-236 – <https://www.bbg.gov/who-we-are/oversight/legislation/international-broadcasting-act/#> [dostęp: 18.09.2017].
- VOA *Charter*, 12 July 1976. Public Law 94-350 – <https://www.usagm.gov/who-we-are/oversight/legislation/voa-charter/> [dostęp: 18.09.2017].
- World Service Operating Licence*. 2016 – http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FNLC69KMeVsJ:downloads.bbc.co.uk/bbctrust/asets/files/pdf/our_work/world_service/2016/wsol.pdf+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl [dostęp: 20.11.2018].

Źródła internetowe

- BBC’S Global Audience Rises to 376m*. 22.06.2018 – <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/bbc-global-audience> [dostęp: 20.11.2018].
- BELROSE J.S., 2006: *Simulation of Fessenden’s Christmas Eve Broadcast* – <http://www.hammondmuseumofradio.org/fessenden-2006-recreation.html> [dostęp: 20.11.2018].
- Can’t Afford to Tell the Truth. Owen Bennett-Jones on the State of the BBC*. “London Review of Books”. Vol. 40, No. 24, s. 29–32. 20 December 2018

- <https://www.lrb.co.uk/v40/n24/owen-bennett-jones/cant-afford-to-tell-the-truth> [dostęp: 22.12.2018].
- CULL N.J., 2006: “*Public Diplomacy*” *Before Gullion: The Evolution of a Phrase* – <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> [dostęp: 11.02.2019].
- DAVIS B.: *KDKA: Broadcasting’s Pioneer Station*. Jesień 2010 – <http://pabook2.libraries.psu.edu/palitmap/KDKA.html> [dostęp: 24.03.2019].
- FANTEL H., 1984: *80 Years Ago This Month, It Was Live From The Met*. “The New York Times” – <https://www.nytimes.com/1984/06/24/arts/sound-80-years-ago-this-month-it-was-live-from-the-met.html> [dostęp: 15.04.2015].
- Global Digital 2018* – <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> [dostęp: 31.01.2019].
- GOW D., 2005: *Ericsson Deal Closes Marconi’s Final Chapter*. “The Guardian”. 26 października – <https://www.theguardian.com/business/2005/oct/26/front-pagenews> [dostęp: 10.08.2018].
- Hammond Museum of Radio – <http://www.hammondmuseumofradio.org/fes-senden-bio.html> [dostęp: 28.12.2014].
- HENLEY S., 1994: *The Longest Shortwave*. “The Washington Post” 31 stycznia – https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1994/01/31/the-longest-shortwave/1c10733f-472f-4b93-b646-s90dac708d079/?noredirect=on&utm_term=.1074fe8782db [dostęp: 20.09.2018].
- The Kaltenbachs: A Solid American Family, With a Shadow*. Opr. G.L. PETERSON, Rod Library Special Collections and University Archives, University of Northern Iowa – <https://www.library.uni.edu/collections/special-collections/university-archives/kaltenbachs-solid-american-family-shadow> [dostęp: 13.12.2017].
- Koniec telegramów. Dlaczego Poczta Polska likwiduje usługę?* Dziennik Wschodni. pl. 19.09.2018 – <https://www.dziennikwschodni.pl/magazyn/kondolencyna-depesza-dla-telegramu,n,1000227120.html> [dostęp: 20.09.2018].
- KONSTANTINOVA A.P., ZOLOTINKINA L.I., 2004: *Aleksandr Popov – A Great Contributor to the Development of Wireless Communication*. Engineering and Technology History – https://ethw.org/2004_IEEE_Conference_on_the_History_of_Electronics [dostęp: 18.12.2018].
- KUNDLER H.: *RIAS Berlin and the Americans* – <http://riasberlin.org/en/history/articles/> [dostęp: 13.12.2018].
- LANSING J.F.: 2017: *Annual Report USAGM* – <https://www.usagm.gov/our-work/strategy-and-results/strategic-priorities/annual-reports/> [dostęp: 10.12.2018].
- LEFÈVRE T., GINIAUX A.: *Tout en haut, il y a radio*. Reportaż TV nadany w telewizji France Info, 6 grudnia 2013 – <http://webdoc.franceinter.fr/tour-eiffel/> [dostęp: 20.08.2015].
- ŁOSIŃSKA E., PŁOCIŃSKI M., WYBRANOWSKI W., 2012: *Anonymous poszedł na wojnę z Polską. Międzynarodowa akcja hakerów uderzyła w strony rządowe. „Rzeczpospolita”*. 23.01.2012. RP.pl – <https://www.rp.pl/arttykul/796283-Anonymous-poszedl-na-wojne-z-Polska.html> [dostęp: 20.09.2017].

- NIEDZIŃSKI B., 2013: *Telegraf – wynalazek, który zrewolucjonizował sposób przekazywania informacji*. Forsal.pl 14.07.2013 – <https://forsal.pl/artykuly/718332,telegraf-wynalazek-ktory-zrewolucjonizowal-sposob-przekazywania-informacji.html> [dostęp: 20.07.2017].
- OATES J., 2005: *Ericsson Buys Marconi. £1.2bn for Assets and Name*. “The Register” 25 października – https://www.theregister.co.uk/2005/10/25/ericsson_buys_marconi/ [dostęp: 10.08.2018].
- PACTOR H.S., *Unintended Consequences: RIAS and the Cold War* – <http://riasberlin.org/en/history/articles/> [dostęp: 13.12.2018].
- POOLEY J., SOCOLOW M.J.: *The Myth of the War of the Worlds Panic*. Slate.com – http://www.slate.com/articles/arts/history/2013/10/orson_welles_war_of_the_worlds_panic_myth_the_infamous_radio_broadcast_did.html [dostęp: 5.09.2014].
- Pouzilhac porte atteinte à l'indépendance et à la crédibilité de RFI*. RFI Riposte. 6 juillet 2011 – <https://rfriposte.wordpress.com/2011/07/06/pouzilhac-porte-atteinte-a-lindependance-et-a-la-credibilite-de-rfi/> [dostęp: 5.09.2014].
- PŁOCIŃSKI M., 2012: *Dalekopis – historia teleksu*. “Rzeczpospolita” – Rz.pl. 8.02.2012 – <https://www.rp.pl/artykul/809032-Dalekopis---historia-teleksu.html> [dostęp: 26.11.2017].
- Radio Platters – Troop Information Tools*. „Army Information Digest” Vol. 1. No 2, czerwiec 1946 – <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.b3019680;view=1up;seq=20> [dostęp: 14.05.2016].
- A Record for Voice of America's Global Audience Growth*. VOA Public Relations. 16.11.2016 – <https://www.insidevoa.com/a/a-record-for-voice-of-americas-global-audience-growth/3598890.html> [dostęp: 20.11.2018].
- Records of the Office of War Information [OWI]*. US National Archives – <https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/208.html> [dostęp: 13.12.2017].
- THORNBURY W., 1878: *The Old Bailey*. In: *Old and New London*. Vol. 2: London, s. 461–477. British History Online – <http://british-history.ac.uk/old-new-london/vol2/pp461-477> [dostęp: 26.09.2018].
- TRAN M., 2005: *1,000 Jobs at Risk as Ericsson Buys Bulk of Marconi*. “The Guardian” 25 października – <https://www.theguardian.com/business/2005/oct/25/money2> [dostęp: 10.08.2018].
- Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs. US Department of State – <https://www.state.gov/r/index.htm> [dostęp: 10.09.2018].
- Unprecedented International Audience Growth to 278 Million*. 15.11.2016 – <https://www.bbg.gov/2016/11/15/unprecedented-international-audience-growth-278-million-u-s-international-media-sees-rise-demand-fact-based-global-reporting/> [dostęp: 10.09.2018].
- VOA's Mission in the 1960s and 1970s* – <http://www.insidevoa.com/a/a-13-34-2007-mission-in-the-1960s-and-1970s-111602674/177528.html> [dostęp: 20.08.2016].
- WINTOUR P., 2019: *UN Executions Expert to Visit Turkey to Lead Khashoggi Inquiry*. The Guardian online, 24.01.2019 – <https://www.theguardian.com>.

com/world/2019/jan/24/un-forensics-team-to-visit-turkey-in-inquiry-into-khashoggi-death [dostęp: 25.01.2019].

World Trends in Freedom of Expression and Media Development. Global Report 2017/2018, 2018 – <https://en.unesco.org/themes/fostering-freedom-expression> [dostęp: 20.01.2019].

Voice of America English Fails to Report on White House Crimea Policy. BBG Watch. 4 lipca 2018: <http://bbgwatch.com/bbgwatch/voice-of-america-english-fails-to-report-on-white-house-crimea-policy/> [dostęp: 20.12.2018].

Wykaz najważniejszych stron internetowych

Archives Nationales de France – <https://www.siv.archives-nationales.culture.gouv.fr/>

Archives Nationales du Monde du Travail – <http://www.archivesnationales.culture.gouv.fr>

BBC World Service – <https://www.bbc.co.uk/worldserviceradio>

BBC Worldwide – <https://www.bbcworldwide.com/about-us/who-we-are/>

BBC – www.bbc.co.uk

Boston Pops Orchestra – <http://www.bso.org>

British History Online – <http://www.british-history.ac.uk>

Broadcasting Board of Governors / United States Agency for Global Media – <http://www.bbg.gov>

Cold War Radio Museum – <http://www.coldwarradiomuseum.com>

Early Radio History – <http://earlyradiohistory.us/1916rmb.htm>

Encyclopedia Britannica – <http://www.britannica.com>

Engineering Timelines – <http://www.engineering-timelines.com>

France Médias Monde – <http://www.francemediasmonde.com>

Freedom House – <https://freedomhouse.org>

Grace Guide – <https://www.gracesguide.co.uk>

Hammond Museum of Radio – <http://www.hammondmuseumofradio.org>

Happy Station – https://www.facebook.com/pg/pcjradiointernational/community/?ref=page_internal

Human Rights Watch – <https://www.hrw.org>

Institute for Cultural Diplomacy (ICD) – www.culturaldiplomacy.org

Marconi Calling Museum – <http://www.marconicalling.com/museum/html/archivehome.html>

Musée de la Résistance 1940–1945 – <http://museedelaresistanceenligne.org>

National Museum of Broadcasting – <http://www.nmbpgh.org/>

Nobel Prize – <http://www.nobelprize.org/>

Radio Canada International – <http://www.rcinet.ca/fr/>

Radio France Internationale – <http://www.rfi.fr>

Reporters sans frontières – <https://rsf.org/fr>

-
- RFI Planète Radio – <https://www.rfiplaneteradio.org/fr/>
RIAS Berlin – <http://www.riasberlin.de>
The Institution of Engineering and Technology – <https://www.theiet.org>
The National Archives – <http://www.nationalarchives.gov.uk>
The Radio Times – <https://www.radiotimes.com>
The Royal British Legion – <https://www.britishlegion.org.uk>
Union Nationale des Transmission (UNATRANS) – <http://www.unatrans.fr>
United Nations, News and Media – <http://www.un.org/en/sections/news-and-media/>
VOA History – <https://www.insidevoa.com/p/5829.html>

Spis tabel i rysunków

Tabela 1. Finansowanie działalności USAGM z podziałem na obszary aktywności

Tabela 2. Publiczność według medium (w milionach)

Tabela 3. Publiczność według medium (w milionach)

Tabela 4. Publiczność mediów grupy FMM (w milionach na tydzień)

Tabela 5. Finansowanie FMM (w milionach Euro)

Rys. 1. Model komunikowania międzynarodowego

Indeks nazw osobowych

- Adamik-Szysiak Małgorzata 209
Adamowski Janusz W. 30, 75, 195
Agbogli Christian 22, 201
Aitken Hugh G.J. 195
Albert Pierre 81, 195
Alexanderson Ernst 63, 64, 74
Amoudry Michel 76, 77, 195
Ampère André Marie 53
Andersen Lale 130
Anderson Jane 129
Antoine Frédéric 195
Antoszewski Andrzej 195
Appleton Edward 112
Arco Georg von 57, 60, 61, 67
Arlin Harold W. 73
Armstrong Edwin Howard 88
Aronson Elliot 42, 119, 207
Aster Howard 195
Axis Sally, zob. Gillars Mildred
- B**
Babbie Earl 195
Baille-Stewart Norman 122
Bajka Zbigniew 196
Baker W.J. 65, 68, 84–87, 89, 91–95, 99,
104, 109, 110, 196
Balbi Gabriele 38, 196
Baldwin Stanley 101–103
Balladur Eduard 149
Balle Francis 196
Bannerman LeRoy R. 142, 196
Barczyk Agnieszka 31, 196
Barczyk-Sitkowska Agnieszka 31, 196
Bardijewska Sława 9, 196
Barnett Miles 112
Barrett Sheila 105
- Barrington Jonah 120
Bartmiński Jerzy 199
Bateson Gregory 28
Bathgate Gordon 96–100, 196
Bauer Zbigniew 40, 196
Beck Ulrich 21, 196
Beliczyński Jan 196
Bell Aleksander G. 59
Bell F. 111
Belrose John S. 63, 213
Beltran Alain 62, 196
Benhalla Fouad 142, 196
Bennett-Jones Owen 213
Berg Jerome S. 67, 68, 71–73, 75, 111,
113, 131, 139–142, 196
Bertalanffy Ludvig von 28, 196
Best Robert H. 122–124, 129
Béthenod Joseph 77
Biddle William W. 42, 197
Birch Beverley 68, 84, 197
Blainey Geoffrey 66, 197
Blaustein Leopold 8, 207
Blaustein Marcel 83
Bonar Law Andrew 96
Boncz-Brujewicz Michał 58
Bondyopadhyay Probir K. 59, 197
Bonikowska Małgorzata 208
Bonini Tiziano 10, 197
Borzym Andrzej 201, 207
Bose Jagadish Chandra 59, 197, 200, 205
Bowie David 152
Branly Édouard 55, 56, 58, 61
Bras Anne-Cécile 178
Braun Karl Ferdinand 59–61
Brembeck Cole Speicher 209

- Briggs Asa 54–56, 63, 66, 67, 84–90, 92–94, 103, 105, 197
Brüggemann Michael 20
Brzoza Katarzyna 210
Budzyński Andrzej 199, 201, 202, 210
Bumpus Bernard 197
Burke Peter 54–56, 63, 66, 67, 85, 87, 197
Burrows Arthur R. 93, 95, 96, 98
- Cairns Joyce Margaret 121, 127
Carnegie Andrew 65
Carpentier George 75, 93
Caruso Enrico 64
Castiel Carol 166
Cayrol Roland 58, 197
Chandler Alfred D. Jr. 197
Chandler Douglas 129
Cheng M. 24
Cheval Jean-Jacques 82, 83, 197
Chłopecki Jerzy 195
Chudziński Edward 40, 196, 197, 206
Churchill Winston 96, 102, 103, 121, 134, 141
Chyliński Marek 40, 197
Clark George H. 65, 197
Claudiel Jean 106, 197
Clavier André 102, 197
Coddling Jr. George A. 197
Cogdell Roy T. 22
Conrad Frank 71–73, 90
Cook William 54, 55, 84
Coolidge Calvin 75
Cortada James W. 197
Coulomb Charles Augustin de 53
Cox James M. 73
Crisell Andrew 85, 86, 89, 94, 97–102, 104, 105, 139, 197
Culbert David 135, 136, 197
Cull Nicholas J. 44, 135, 136, 197, 214
Cummings Richard H. 198
Curran James 100, 102, 103, 105, 134, 138, 139, 198
Czerwiński Marcin 208
- Dahl Robert A. 198
Daladier Édouard 130, 132, 133
Davis Brett 73, 74, 214
Davis Elmer 144
Davis Harry P. 73
Davison Walter Phillips 18, 19, 41, 198
- DeFleur Melvin 28
Delaney Edward Leo 125, 129
Delmer Sefton 137, 139, 140
Dempsey Jack 75
Denton Robert E. 18
Desjardins Philippe 134
Destinn Emmy 64
Deutsch Karl W. 198
Dietrich Marlene 130
Dobek-Ostrowska Bogusława 32, 42, 43, 198
Dołuchanow M.P. 198
Dominick Joseph R. 210
Donovan William 144, 145
Drexel Constance 129
Ducretet Eugène 57, 58, 61, 62, 67, 76
Dundee Johnny 73
Dunlap Orrin Elmer 87, 105, 198
Durska Małgorzata 200
Duval René 62, 76, 78, 82, 83, 116, 130, 198
- E.D. Ward, zob. Delaney Edward Leo
Eckersley Peter Pendleton (P.P.) 91–93, 95
Écrepont Bernard 80, 198
Edison Thomas A. 56, 59, 62, 65, 66, 71
Edward, książę Walii 56
Edwards John Carver 123, 124, 126, 129, 130, 198
Eiffel Gustav 76
Elgar Edward 98
Ellul Jacques 42, 185
Engineer Meher H. 59, 200
Erskine-Murray James Robert 91
Evanick Michael 128
- Falkowski Witold 200
Fantel Hans 64, 214
Faraday Michael 54, 84
Fay Charles François du 53
Featherstone Mike 209
Fenwick Charles G. 198
Ferdonnet Paul 130
Ferrié Gustave-Auguste 76, 77, 79, 111, 112, 196
Fessenden Reginald 62, 63, 65, 70, 74, 213
Fiedler Arthur 131
Fikus Sebastian 43, 119, 199
Fiske John 37, 199

- Fleming John Ambrose 62, 66, 84
Ford Gerald 161
Forest Lee de 63–65, 67, 74, 86, 87
Fortner Robert S. 16, 17, 24, 26, 27, 38,
109, 114, 115, 185, 199
Foss Karen A. 28, 29, 199
Franciszek Ferdynand, książę 88
Franklin Charles S. 88, 110
Fras Janina 40, 42, 43, 198, 199
Fritzsche Hans 119, 199
Furman Wojciech 210
- Gajda Stanisław 40, 199
Gale Clarence 128
Gatti-Casazza Giulio 64
Gaulle Charles de 134, 148
Gauss Carl Friedrich 54
Geddes Keith 59, 65, 84, 85, 199
George Alexander L. 18, 19, 41, 198
Giddens Anthony 29, 199
Gilboa Eytan 36, 37, 45, 46, 199
Gillars Mildred 123, 125–129, 147, 203
Giniaux Antoine 79, 80, 214
Girardeau Émile 77, 78, 80
Giraudoux Jean 132
Goban-Klas Tomasz 40, 199
Godzic Wiesław 199, 203
Goebbels Josef 119, 128, 202, 206
Goethe Johann Wolfgang von 19
Goffman Erving 28
Golka Bartłomiej 78, 150, 199
Golka Marian 23, 35, 199
Gow David 66, 214
Goyden C.W. 111
Grabowski Waldemar 199
Gralczyk Aleksandra 196
Graves Harold N. Jr. 118–121, 125, 126,
128, 130, 133, 142, 199
Griset Pascal 62, 67, 78–80, 82, 83, 110,
196, 200
Grzelewska Danuta 200
Guitry Lucien 80
Guitry Sacha 80
Gullion Edmund 44, 214
Gupta D.P. Sen 59, 200
- Habermas Jurgen 33, 200
Habielski Rafał 200
Hadamovsky Eugen 119
Hagemann Harry 125
Hajdasz Jolanta 147, 200
Hall Edward T. 8, 23, 28, 34
Händel Georg Friedrich 63
Harding Warren G. 73
Harford Tim 173
Headrick Daniel R. 79
Heaviside Oliver 84
Heil Alan L. Jr 144, 145, 152
Held David 200
Hell Rudolf 140
Henley Sara 113, 214
Herbut Ryszard 24
Hermanowski Marcin 203
Hertz Heinrich 56, 57
Herzog Herta 200
Hitler Adolf 8, 9, 44, 50, 105, 115, 116,
119, 124, 133, 141, 145
Hochfelder David 146, 147, 200
Hocking Brian 46, 200
Hofstede Geert 35, 200
Holst Gustav 98
Hoppe Hans-Hermann 200
Horne Joseph 72
Horten Gerd 142, 143, 200
Houseman John 144
Howeth Linwood S. 65, 68, 70, 72, 74,
84, 201
Hsab Gaby 22, 201
Hughes David 55, 59, 62
Hughes Richard 99
Hugo Victor 80
Humperdinck Engelbert 98
Huntington Samuel P. 26, 201
Hurwic Józef 209
- Inkeles Alex 201
Innis Harold A. 15, 17, 26, 201
Irzykowski Karol 201
- Jabłcki Juliusz 200
Jabłoński Andrzej W. 200
Jackson Henry 85
Jakubowski Wojciech 210
Jameson Anne 84
Jameson-Davis Henry 85
Jandt Fred E. 17
Jankowska Hanna 201
Jasiewicz Krzysztof 199, 201, 202, 210
Jaskiernia Alicja 207
Jensen Klaus Bruhn 38, 201

- Jerzy V, król 104, 105
Jeziński Marek 201
Jędrzejewski Stanisław 10, 106, 107, 169,
187–189, 201, 209
Johnson Ross A. 147, 156, 201
Jones Clarence W. 117
Joule James Prescott 53, 84
Jowett Garth S. 42
Joyce Margaret Cairns 121, 127
Joyce William 120–124, 127, 130, 138,
147, 201
- Kalaga Wojciech 23, 201
Kaliszewski Andrzej 40, 210
Kaltenbach Fred W. 124, 125, 129, 202,
214
Kania Jan 205
Karłowicz Tadeusz 210
Karol II, król 85
Keene Judith 201
Khashoggi Jamal 168, 215
Kiesinger Kurt 119
Kintner S.H. 73
Kipling Rudyard 105
Kirchhoff Gustav Robert 53
Kita Małgorzata 201, 211
Kittler Juraj 38, 196
Kittross J. Michael 67, 72–75, 144, 145,
208
Klapper Joseph.T. 201
Kłoskowska Antonina 39, 107, 202
Koischwitz Max Otto 125–129
Kolczyński Mariusz 18, 202, 209
Konarska Katarzyna 202
Konstantinova Anna P. 214
Kosienkowski Marcin 39, 202
Kosmanowa Bogumiła 202
Kostera Monika 205
Kostyrko Teresa 208
Kowalczyk Ryszard 30, 202
Kowalski Jerzy 202
Kowalski Tadeusz 202
Kozaczuk Władysław 69, 134, 136, 139,
140, 202
Kozieł Andrzej 40, 199, 200, 202, 203,
210
Kozmiński Andrzej 33, 202
Kreft Jan 205
Król Eugeniusz Cezary 43, 119, 202
Król Marcin 198
- Krzysztofek Kazimierz 17, 18, 202
Kubaczewska Wiesława 202
Kulczycki Emanuel 199
Kułakowska Małgorzata 206
Kundler Herbert 151, 214
Kwiatkowski Maciej Józef 142, 202
- Lachowsky Caroline 178
Lack Andrew 159
Lancer, zob. Baille-Stewart Norman
Lansing John F. 159, 160, 214
Laporte Marcel 81
Lash Scott 209
Lasswell Harold 28, 30, 203
Laurie Clayton D. 124, 202
Lazarsfeld Paul F. 30, 42, 203
Le Sage Georges-Louis 54
Lebas Jean-Baptiste 117
Lefèvre Thibault 79, 80, 214
Lenz Heinrich 53
Leonard Mark 45, 203
Leoncavallo Rugger 98
Leśniak Teresa 31, 203
Levinson Paul 7, 203
Lévy Lucien 82, 83
Lewandowski Bogdan 146, 151, 203
Lewis Ted “Kid” 93
Lindsey David, hr. Crawford 100
Lisowska-Magdziarz Małgorzata 203,
208
Littlejohn Stephen W. 28, 29, 199
Liu J. 24
Liu L. 24
Lodge Oliver 56, 61, 65, 100
Loewe Iwona 40, 203, 211
Lommers Suzanne 203
London Larry 166
Lord Haw-Haw, zob. Joyce William
Lord Hee-Haw, zob. Kaltenbach Fred W.
Lovell Stephen 203
Lucas Richard 119, 122, 123, 125, 127–
129, 203
- Łosińska Ewa 23, 214
Łódzki Bartłomiej 39, 203
Łukasik-Turecka Agnieszka 203
Łyszczarz Michał 209
- Mahler Gustav 151
Mailloux Robert J. 207

- Majdecka Kamila 198
Malczewski Fryderyk 203
Maletzke Gerhard 17, 22
Malinowska Ewa 201
Maliszewski Michał 13, 203
Mann Tomasz 137
Mansell Gerard 114, 138, 153, 203
Marconi Guglielmo 56, 58–62, 64–67, 69, 84–92, 95, 105, 109–111, 197–199, 207, 216
Marcyński Krzysztof 196
Massing Paul W. 204
Maślanka Julian 204
Mattelart Armand 20, 29, 204
Mattelart Michèle 20, 29, 204
Matthews Cerys 173
Maurer Erna 123
Maxwell Heather 166
Maxwell James Clerk 55, 62, 84
Maziarski Jacek 39, 40, 204
Mazur Marek 204
McLuhan Marshall 8, 9, 38, 204
McQuail Denis 16, 29, 30, 35, 193, 204
Méadel Cécile 83, 204
Meissner Alexander 88
Melby Nellie 88, 114
Melissen Jan 46, 192, 200, 204
Mendelssohn-Bartholdy Felix 151
Mendes André 159
Mendygrał Zenon 204, 206
Merritt Richard L. 198
Merton Robert K. 30, 42, 204
Mesny R. 111
Michalczyk Stanisław 18, 42, 204, 210
Michałowska Grażyna 41, 47, 204
Mikułowski Pomorski Jerzy 17, 20, 22, 35, 44, 204
Miszczak Stanisław 49, 64, 72, 73, 75, 76, 78, 115, 204
Młynarz Kazimierz 30
Moles Abraham 28
Morse Samuel 8, 54, 55, 57–60, 63, 65, 66, 77, 90, 106, 110
Moudou Linord 167
Mowlana Hamid 25, 26, 35, 204, 205
Mozart Wolfgang Amadeusz 98
Mr. Guess Who, zob. Best Robert H.
Mr. O.K., zob. Koischwitz Max Otto
Mrozowski Maciej 29, 30, 33, 37, 39, 40, 205
Mukherji Visvapriya 205
Murrow Edward R. 48, 117

Nahin Paul J. 59, 65, 66, 84, 205
Natan Bernard 83
Newcourt-Nowodworski Stanley 119, 205
Newman Robert 104
Niedziński Bartłomiej 38, 215
Nierenberg Bogusław 181, 205
Nietzsche Fryderyk 21, 205
Nightingale S.J. 111
Nivelon Valérie 179
Noble William 94
Nocoń Jolanta 201
Nowicki Wojciech 200
Nye Jr. Joseph S. 44, 47, 48, 205

O'Donnell Victoria 42
O'Keefe Annmaree 206
O'Shaughnessy Nicholas J. 206
Oates John 66, 215
Obama Barack 159
Obrecht André 130
Ociepka Beata 16, 17, 20, 22, 35, 42–44, 154, 185, 186, 192, 198, 205, 207, 210
Offenbach Jacques 151
Ogonowska Agnieszka 206
Ohm Georg Simon 53
Olechowska Elzbieta 195
Olędzki Jerzy 19, 20, 206
Oliner Arthur A. 207
Oliver Alex 206
Oniszczyk Zbigniew 20, 21, 29, 206
Orłowski Bolesław 62, 112, 206
Osica Janusz 200

Pactor Howard S. 151, 215
Palczyński Tadeusz 35, 206
Palij Aleksander 68, 69, 78, 206
Pankow Aleksy 198
Parrot Jacques 206
Pastusiak Longin 151, 206
Peng Duan 24, 206
Perloff Richard 18
Peterson Gerry L. 214
Pfau Ann Elisabeth 146, 147, 200
Pietruszewska-Kobiela Grażyna 208
Pietrzyk-Reeves Dorota 206
Pisarek Walery 29, 30, 40, 157, 206

- Piskorska Beata 39, 202
Piwońska-Pykało Lidia 200
Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta 31, 206
Płazewski Jerzy 206
Płochocki Zbigniew 62, 112, 206
Płociński Michał 23, 38, 214, 215
Pollock David C. 21, 206
Pollock Douglas 82
Pooley Jefferson 215
Popow Aleksandr 56–58, 60–62, 67, 76
Porter Richard 22
Potter Evan 206
Potter Simon J. 100, 104, 207
Poulsen Vladimir 62
Pound Dorothy 207
Pound Ezra 129, 207
Pound Omar 207
Prakke Henk 30
Pratkanis Anthony 42, 119, 207
Preece William H. 84, 85
Prouvost Jean 83
Przybysz Monika 196
Przyrowski Zbigniew 62, 112, 206
Puccini Giacomo 98
Puddington Arch 147, 156, 207
Pulitzer Joseph 122
Puskás Tivadar 63
- Raboy Marc 84, 207
Radzicki Józef 207
Rajczyk Robert 39, 207
Ratajczak Magdalena 22, 23, 204, 207
Ratcliff Daniel P. 115, 207
Rawnsley Gary D. 184, 207
Ray Johnnie 73
Regiewicz Adam 208
Reith John 96, 97, 99, 101, 103–105,
134, 135
Ribbentrop Joachim von 119, 126, 128
Ridge Pett 94
Roosevelt Franklin Delano 123, 127, 141
Rosińska Zofia 8, 207
Round Henry J. 69, 86, 88, 99
Rumińska Joanna 205
Russ-Mohl Stephan 40, 197
Rutter Donald 28
Rybkin Piotr 57, 58
- Salazar-Palma Magdalena 207
Salva i Campillo Francisco 54
Samovar Larry 22
Sanders Paul, zob. Seckelmann Peter
Sapir Edward 207
Sarkar Tapan K. 53, 55, 56, 59, 62, 65,
66, 84, 88, 207
Sarnoff David 74, 75, 90, 101
Sawicki Antoni 62, 207
Scales Rebeca P. 116, 117, 130, 207
Schiller Herbert Irving 193, 207
Schotte Karl 128
Seaton Jean 100, 102, 103, 105, 134,
138, 139, 198
Seckelmann Peter 139
Semelin Jacques 147–153, 155, 156, 168,
174, 180, 192, 208
Sengupta Dipak L. 207
Shannon Claude 28
Shepherd Virginia Anne 59, 200
Sherwood Robert 144
Shomari Sunday 167
Siewierska-Chmaj Anna 209
Sitaram K.S. 22
Skelt Barbara 197
Slaby Adolph 57, 60, 61, 67
Smewing Conrad 45, 203
Snow Nancy 211
Sobkowiak Leszek 200
Socolow Michael J. 215
Sokołowski Marek 209
Sola Pool Ithiel de 28
Sosiński Ryszard 62, 207
Sömmering Samuel von 54
Spoo Robert 207
Stachyra Grażyna 167, 208
Stanosz Barbara 207
Startz Edward 113
Stead Catherine 45, 203
Sterling Christopher H. 60, 61, 67–69,
72–75, 78, 84, 144, 145, 208
Stoiciu Gina 23, 208
Stone Stone John 65, 197
Strasser Susan 200
Suisman David 200
Sułek Andrzej 208
Sykes Frederick 100
Szahaj Andrzej 208
Szczepański Jan 23, 24, 208
Szekspir William 97
Szpociński Andrzej 31, 208
Szreder Mirosław 208

- Szulczewski Michał 30, 40, 208
Szuster Marcin 207
Szyling Paweł Lwowicz 54
Szyłko-Kwas Joanna 199
- Ślawska Magdalena 39, 40, 208
- Taylor Philip M. 135, 136, 138–140, 143, 208, 211
Tchakhotine Serge 208
Tesla Nikola 56, 65, 86, 208
Tetelowska Irena 29, 208
Thornbury W. 96, 215
Thussu Daya K. 17, 26, 27, 208
Tissot Camille 61, 62, 76
Togura Iva 131, 146, 147
Tokijska Róża, zob. Togura Iva
Tokyo Rose, zob. Togura Iva
Tomczyk Kamil 23, 208
Tran Mark 66, 215
Tudesq André-Jean 81, 195
Tunstall Jeremy 209
Turner Tina 152
- Useem John 21, 209
Useem Ruth Hill 21, 209
- Van Reken Ruth E. 21, 206
Vandy David 166
Vendik Orest 57, 210
Vincent John R. 203
Vitus Fernand 82, 83
Volta Alessandro 53
- Wagner Richard 98
Waniek Danuta 201
Waszyngton Jerzy 126
Watzlawick Paul 28
Weaver Warren 28
Weber Wilhelm 54
Wejtkow Teodor 57, 209
Welch David 135, 136, 197
Welles Orson 144
Welsch Wolfgang 21, 209
Wendland Michał 199
Wessler Hartmut 20
Wheatstone Charles 54, 55, 84
White Antonia 137, 139, 142, 209
White Ralph K. 209
Wielopolska-Szymura Mirosława 7, 10, 28, 31, 47, 48, 50, 118, 146, 155, 169, 170, 189, 209, 210
Wiener Norbert 28
Wiktorja, królowa 56
Wilhelm II, cesarz 60, 61
Williams John 131
Wilson Woodrow 64
Wimmer Roger D. 210
Wintour Patrick 215
Wiszniewski Robert 198, 210
Włodarkiewicz Wojciech 210
Wojtak Maria 39, 40, 210
Wojtaszczyk Konstanty A. 210
Wolfson Edyta 159, 210
Wolny-Zmorzyński Kazimierz 40, 210
Wołoszyn Jacek W. 119, 202, 210
Wonder Stevie 152
Wood Henry 104
Wood James 49, 74, 109–111, 119, 120, 128–131, 135, 136, 138, 141–144, 146, 151, 152, 210
Woodward Gary C. 18
Wright Charles R. 30
Wuillème Bernard 43, 110, 111, 115, 116, 119, 142, 148–150, 152, 210
Wunsch A. David 65, 210
Wybranowski Wojciech 23, 214
Wyrzykowski Stanisław 205
- Young Robert J. 132, 133, 211
Young Sonny 167
- Zaborowski Jakub 205
Zaharna Rhonda S. 44, 45, 211
Zhang Y. 24
Ziętek Agata W. 41, 204, 211
Zimand Roman 200, 207
Zimmerman Carl 128
Zolotinkina Larisa I. 214
- Żydek-Bednarczuk Urszula 40, 201, 211
Żywiołek Artur 208
- Меркулов Владимир 56, 211
Смирнов Владислав Вячеславович 211

Mirosława Wielopolska-Szymura

BBC World Service, Radio France Internationale, and Voice of America
in the Context of International Communication
From Propaganda to Public Diplomacy

S u m m a r y

The chief purpose of *BBC World Service, Radio France Internationale, and Voice of America in the Context of International Communication: From Propaganda to Public Diplomacy* is to analyse the role radio stations fulfil for international communication nowadays in the light of the roles they served in the past (that is, the times when radio dominated).

During the interwar period and right before World War II, new radio stations came to being that aimed at broadcasting content targeted at the listeners abroad. Initially, these radio stations were transmitting mostly official messages or functioning as private point-to-point communication; in both cases, they functioned similarly to telegraphs (assuming one addresser and one addressee). Along with not only the development of the transmitting and receiving devices but also the widening of our knowledge on radio waves, radio turned into a mass medium, thanks to various “freaks,” including investors and other radio lovers. Having access to the network of correspondents and a powerful radio signal, radio stations back then were able to provide live coverage of the events that interested listeners all around the globe.

The capacities of radio were significant during World War II as well; precisely, it ceased to serve communication purposes exclusively, and was included into military arsenal (used not only in operations and diversion actions, but also for jamming and scouting). This military conflict showed that the possibility of reaching listeners abroad – that is, the citizens of adversary, allied, and neutral states – had been of enormous importance, whereas the ability of shaping the opinions of foreign citizens had become a crucial part of contemporary warfare.

The relevance of radio for international communication was indisputable also during the Cold War. Radio Free Europe, Radio Liberty, Voice of America, BBC World Service, Radio France Internationale, Deutsche Welle, Radio Madrid, Radio Moskwa, and Radio China International were fundamentally engaged in both ideological war and public diplomacy.

Simultaneously, various international processes changed the position radio occupied among other media; the “Golden Age of Radio” reached a significant decline in the 1950s, when the dominance of radio gave way to the advent of television, whereas from late 1990s on the situation of all media was revolutionised by the birth of the Internet. As a result, digitalisation, convergence, shifts in reception and use of media – not to mention other broader phenomena, including the dominance of audiovisual culture – affected not only listeners and their preferences (inclining to fragmented radio programmes), but also ratings and marketability of radio stations. Finally, since political communication has privileged the audiovisual paradigm, and domestic policy has gradually become a media issue, radio has withdrawn in this area as well, giving primacy to television and new media.

Because of the aforementioned factors and shifts, it becomes vital to carefully reconsider the contemporary and international status of radio. After all, one might be tempted to think that radio is no longer in its heyday, whereas both governments

and individual listeners do not deem it as a genuine informative medium or a means capable of reaching the foreign public opinion.

This book, therefore, explores how Radio France Internationale, Voice of America, and BBC World Service changed diachronically in reference to other radio stations alike, points to rules they follow and formats their programmes take, and analyses their recent activity in international communication between 2014 and 2018.

Chapter 1 introduces theoretical vocabulary international communication relies on, and juxtaposes its various definitions with related cultural phenomena, including transcultural communication, political communication, propaganda, public diplomacy, cultural diplomacy, media diplomacy, and soft power. Aside from analysing these concepts, this chapter also proposes an innovative definition of international communication and its graphic model.

Chapter 2 is diachronic, and it focuses on the discovery of radio waves and the invention of radio read from the technical perspective, which determines the position of radio for international communication. Moreover, the early forms of radio are recalled with regard to their significance for foreign communication. Finally, the development of radio and broadcasting in France, United Kingdom, and the USA is presented with an emphasis put on the differences between their broadcasting models.

Chapter 3 is devoted to the development of international broadcasting, dividing it into three stages: 1) the early 20th century (until the 1930s), when radio waves were being tested, the first experimental stations came to being, and first international radio stations were founded, including those in Nauen and Zessen (Germany), Sainte-Assise and Le Post Colonial (France), Eindhoven and Heuzen (Netherlands), Chelmsford (United Kingdom); 2) the World War II period, in which the uses of radio for international military communication are analysed in reference to propaganda radio stations (Radio Berlin, Radio Hamburg, Radio Stuttgart, Radio Tokio) and its prominent figures (William Joyce (“Lord Haw-Haw”), Paul Ferdinand (“the Stuttgart Traitor”), Mildred Gillars (“Axis Sally”), Ivo Togure (“Tokyo Rose”)), British pirate radio stations functioning in response to the Axis propaganda (for instance, Gustav Siegfried Eins), the radio stations of French Resistance with a special emphasis put on Radio Brazzaville, that is, Charles de Gaulle’s chief means of international communication, and, finally, Voice of America serving for public diplomacy purposes; 3) the Cold War period, in which the objectives, assumptions, and strategies of international broadcasting posed by France, United Kingdom, the United States of America between 1945 and late 1980s are examined.

The last chapter is entirely dedicated to BBC World Service, Radio France Internationale and Voice of America nowadays, paying attention to their regulations, structures, and broadcasting services. These radio stations are understood as means used for public diplomacy of their countries, and their institutional and formal connections to government institutions are discussed. Consequently, this comparative chapter refers to the legal contexts, supported by acts and regulations of a given country, presents the principles and levels of funding, reconstructs the institutional positions of radio among other media, and characterises broadcasting in terms of services, directions, and programmes.

The analysis of contemporary strategies and activities of the discussed radio stations makes it possible to claim that the use of radio for international communication has not lost its relevance, and currently is supported with television and the Internet, that is, the media that were invented later in the course of historical progress. Radio stations, therefore, are not held in media bubbles; rather, they are still significant means of foreign communication because of their specificities. Furthermore, radio communication complies with strategic foreign policies, which affects various parts of the world

where levels of technological development diverge whilst the access to television or the Internet connection is not available. In the countries stricken with military conflicts or poverty, radio is still the predominant means of communication that serves numerous purposes; not only is it a source of information on military operations, epidemiological situations, climate and natural disasters, but also it educates its listeners on civil and human rights, especially women's rights. Finally, Voice of America, BBC World Service, and Radio France Internationale support policies against extremism and propaganda (for instance, fake news).

The services of the discussed radio stations are related to the policies the United States of America, United Kingdom, and France put forward against ISIL and international terrorism, but also to those actions that support democratic changes in the countries affected by war and political unrest.

Mirosława Wielopolska-Szymura

Les stations de radiodiffusion BBC World Service, Radio France Internationale
et Voice of America dans la communication internationale
De la propagande à la diplomatie publique

Résumé

L'objectif fondamental qui guidait la rédaction de la présente monographie intitulée *Les stations de radiodiffusion BBC World Service, Radio France Internationale et Voice of America dans la communication internationale. De la propagande à la diplomatie publique* était d'essayer de déterminer le rôle actuel de la radio dans le processus de la communication internationale des pays par rapport aux époques antérieures du fonctionnement des stations de radiodiffusion internationales (domination de la radio sur ce champ).

À l'époque de l'entre-deux-guerres et celle précédant directement la Seconde Guerre mondiale, on créait de nouvelles stations de radiodiffusion destinées aux auditeurs vivant à l'étranger. À l'origine, elles servaient principalement à la communication officielle ou privée du type *point-to-point* et fonctionnaient à l'instar de la communication télégraphique (d'un seul émetteur à un seul récepteur). Avec le développement des appareils d'émissions et de réception et l'approfondissement du savoir sur la nature des ondes radioélectriques, les dimensions et les possibilités de ce moyen de transmission s'élargissaient à tel point qu'il s'est transformé – grâce à des passionnés de la radiophonie (radioamateurs et investisseurs) – en un média de masse. Les stations de radiodiffusion, surtout internationales, disposant d'une ampleur du signal radioélectrique convenable et d'un réseau de correspondants étrangers pouvaient relater à jour et dans un temps réel les événements qui suscitaient l'intérêt du monde entier.

Le potentiel de la radio s'est avéré important aussi lors de la Seconde Guerre mondiale, où la radio était employée non seulement comme un moyen de transmission, mais également comme un outil d'une lutte armée (entre autres dans l'activité opérationnelle et subversive, le brouillement des signaux de l'adversaire ou dans la reconnaissance offensive). La Seconde Guerre mondiale était une époque où la possibilité de s'adresser directement aux récepteurs étrangers – citoyens des pays ennemis, alliés ou neutres – a pris une importance particulière, où l'action d'informer les habitants d'autres pays et d'influer sur leurs opinions est devenue cruciale pour le conflit militaire étant en cours de déroulement.

Le rôle de la radio était aussi incontestable dans la communication internationale à l'époque de la guerre froide. L'activité des stations de radiodiffusion telles que Radio Free Europe, Radio Liberty, Voice of America, BBC World Service, Radio France Internationale, Deutsche Welle, Radio Madrid, Radio Moscou ou Radio China International était fondamentale, d'une part, dans la guerre idéologique en cours, d'autre part, dans la diplomatie publique.

Avec ces processus, la position de la radio sur la scène internationale a changé par rapport aux autres médias de masse : de la domination à l'époque des « années d'or de la radio » à la baisse de l'audience dans les années cinquante où sa position a été prise par la télévision, jusqu'à la fin des années quatre-vingt-dix et l'époque contemporaine où le paysage de médias a été révolutionné par l'apparition de l'Internet. Les processus de la technologie et de la convergence digitales, les changements des habitudes de réception et les moyens d'utiliser les médias, mais également des phénomènes plus

larges, entre autres la domination de la culture audiovisuelle – qui accompagnaient toutes ces transformations – ont influencé les préférences des auditeurs (fragmentation des formats de radio) et l'audience de la radio, mais aussi sa position sur le marché. En outre, la médiatisation croissante de la politique intérieure des pays et la primauté du paradigme audiovisuel dans la communication politique ont fait que, dans ce domaine, la radio, en tant que moyen de transmission, a été reléguée à l'arrière-plan et dominée par l'usage de la télévision et de nouveaux médias.

Toutes ces prémisses ont fait que le rôle de la radio sur la scène internationale exigeait à l'époque contemporaine une reprise de la réflexion. Il s'est présenté alors de manière spontanée la conviction que la splendeur de la radiophonie internationale est déjà passée et qu'elle n'est plus perçue – aussi bien par les gouvernements des pays que par les auditoires – comme une source d'information importante ou un moyen significatif de parvenir jusqu'à l'opinion publique étrangère.

En effet, on a tracé dans la monographie le développement historique de Radio France Internationale, Voice of America et BBC World Service sur la toile de fond d'autres stations de radiodiffusion de ce type en démontrant les principes les plus importants et les formes de leur activité, et l'on a entrepris la réflexion sur leur activité actuelle quant à la communication internationale en se concentrant sur les années 2014–2018.

Dans le premier chapitre, on a présenté le spectre notionnel de la communication internationale en tenant compte de différentes interprétations des définitions et en les rattachant aux questions voisines, entre autres telles que la communication interculturelle, la communication politique, la propagande, la diplomatie publique, la diplomatie culturelle, la diplomatie de médias, soft power, et en les soumettant à l'analyse critique. L'auteure a proposé aussi sa propre définition de communication internationale avec un modèle graphique.

Le deuxième chapitre de la monographie a un caractère historique et il est consacré à la découverte des ondes électromagnétiques et à l'invention de la radio dans la perspective technique qui a déterminé le rôle de la radio dans la communication internationale. En outre, on a décrit les premières formes de l'application de la radio tout en mettant l'accent sur son potentiel dans la communication internationale, et l'on a présenté le développement de la radiophonie en France, en Grande-Bretagne et aux États-Unis tout en montrant les différences entre les modèles d'émissions étant en train de se former.

Dans le troisième chapitre, on a présenté le développement de la transmission radiophonique internationale tout en se concentrant sur ces trois étapes : 1) les trois premières décennies du XXe siècle où l'on testait les ondes radioélectriques et créait les premières stations expérimentales ainsi que les premières stations de radiodiffusion internationales telles que : à Nauen et Zeesen (Allemagne), Sainte-Assise et Le Post Colonial (France), Eindhoven et Heuzen (Pays-Bas), Chelmsford (Grande-Bretagne) ; 2) la période de la Seconde Guerre mondiale où l'on analyse les exemples d'utiliser la radio dans la communication guerrière internationale des stations de radiodiffusion appliquant la propagande, telles que Radio Berlin, Radio Hambourg ou Radio Stuttgart, Radio Tokyo ainsi que le caractère des propagandistes qui y travaillaient, entre autres William Joyce (Lord Haw-Haw), Paul Ferdonnet (« traître de Stuttgart »), Mildred Gillars (Axis Sally), Iva Togura (Tokyo Rose) ; ou des stations de radiodiffusion britanniques clandestines menant des tactiques subversives en réponse à la propagande des pays de la coalition fasciste (p.ex. : Gustav Siegfried Eins) ou de la radiophonie de la Résistance française, surtout la Radio Brazzaville constituant le canal principal de communication pour Charles de Gaulle et aussi le service de diffusion internationale par radio Voice

of America exerçant les tâches de la diplomatie publique ; 3) la période de la guerre froide où l'on a présenté les principes de base, les objectifs et les directions de la diffusion internationale entrepris par la France, la Grande-Bretagne et les États-Unis après la Seconde Guerre mondiale jusqu'au crépuscule de la guerre froide.

Le dernier chapitre, quatrième, est entièrement consacré aux principes, aux étendues et aux formes du fonctionnement des stations de radiodiffusion BBC World Service, Radio France Internationale et Voice of America à l'époque contemporaine. On s'est concentrée sur leur rôle en tant qu'instrument employé dans la diplomatie publique des pays représentés, tout en démontrant leur rapport institutionnel et formel avec les institutions étatiques. Dans cette analyse comparative, on dirige l'attention sur les conditions juridiques en rapportant les lois et les actes législatifs convenables, les principes et le niveau de financement, la place de la radio dans la structure des médias de masse internationaux d'un pays donné, les directions de la radiodiffusion ainsi que l'offre de programmes et la caractéristique des formats adoptés par les stations de radiodiffusion internationales.

L'analyse des principes et des formes d'activité des stations de radiodiffusion internationales analysées ici a permis de parvenir à la conviction que le rôle actuel de la radio dans le système de communication internationale est aussi important qu'auparavant, mais en même temps il a été soutenu – à la suite du développement historique – par les nouveaux médias, c'est-à-dire par la télévision et Internet. Les stations de radiodiffusion internationales n'existent pas dans un vide médiatique, mais elles demeurent un moyen important de la communication internationale surtout à cause des conditions spécifiques de ce type de communication. Elle est liée aux objectifs stratégiques de la politique extérieure des pays particuliers et celle-ci est réalisée dans différentes parties du monde, dans des pays à différent niveau de progrès technologique où la réception de la télévision, et notamment l'accès à Internet, ne sont pas possibles. Dans les pays atteints par des conflits armés ou ayant une situation économique difficile, la radio demeure le média le plus important de communication et exerce beaucoup de fonctions importantes : elle sert à informer sur les menaces guerrières, épidémiologiques, les catastrophes climatiques, les cataclysmes, mais aussi à répandre le savoir sur les droits de l'homme en tenant compte de la propagation du savoir sur les droits des femmes ; en bref, elle sert à informer sur les droits civiques. En outre, dans les dernières années, les stations de radiodiffusion VOA, BBC WS et RFI sont chargées de lutter contre les extrémismes et la propagande (prévention de la propagation de fausses informations).

Les actions des stations de radiodiffusion sont liées à la politique des gouvernements des États-Unis, de la Grande-Bretagne et de la France dans le domaine de lutter contre le soi-disant État islamique et les structures terroristes, ainsi que de renforcer les processus de démocratisation dans ces parties du monde qui sont atteintes par des conflits armés ou des crises politiques.

Redaktor: Barbara Konopka
Projektant okładki i stron działowych: Piotr Paczuski
Redaktor techniczny: Małgorzata Pleśniar
Korektor: Lidia Szumigąła
Łamanie: Damian Walasek
Autorka fotografii na skrzydełku okładki: Małgorzata Kłoskowicz

Copyright © 2019 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-3660-2
(wersja drukowana)
ISBN 978-83-226-3661-9
(wersja elektroniczna)

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
[e-mail:wydawus@us.edu.pl](mailto:wydawus@us.edu.pl)

Wydanie I. Ark. druk. 14,5 Ark. wyd. 16,5
Papier Offset. kl. III, 90 g. Cena 39,90 zł (w tym VAT)

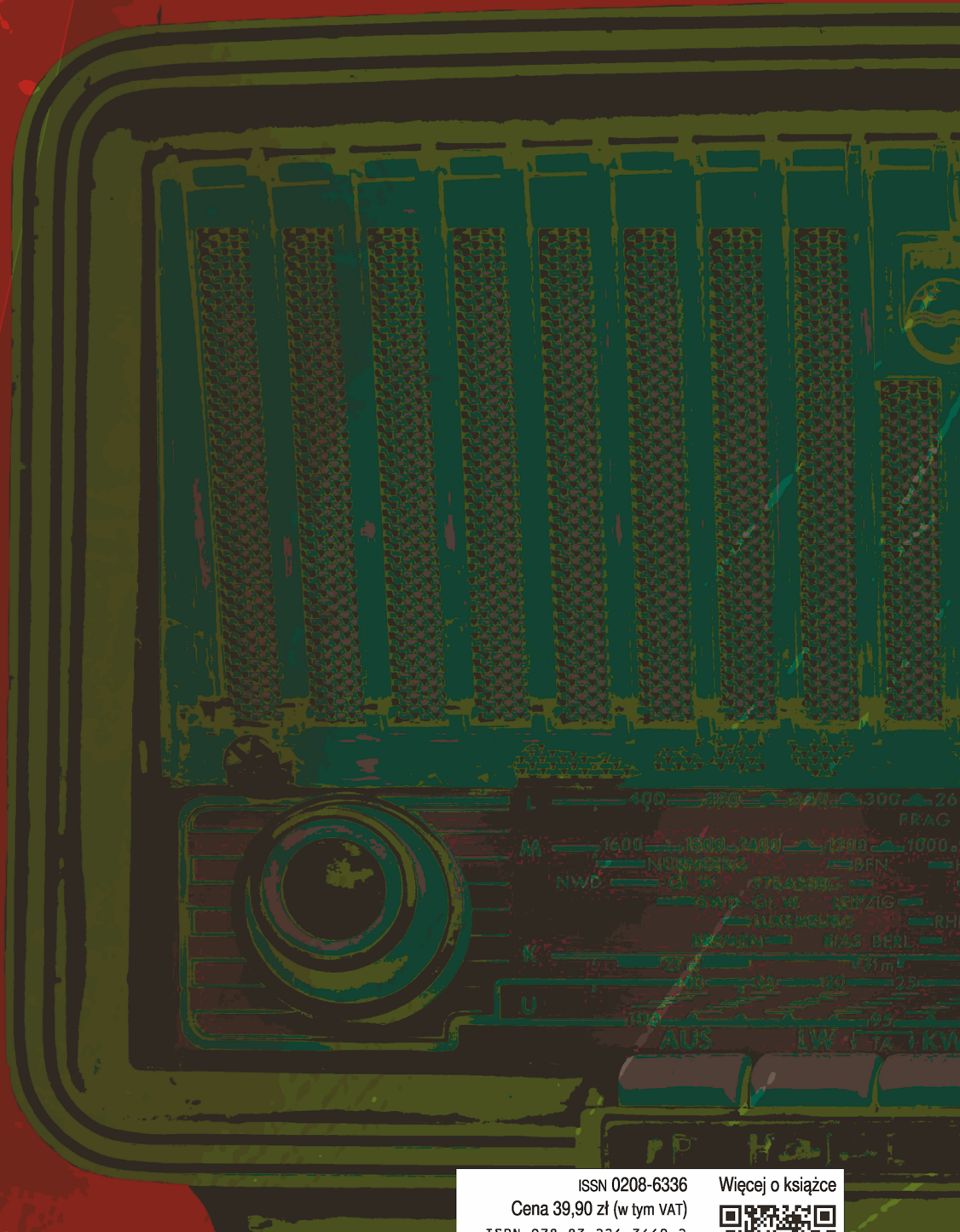
Druk i oprawa
Volumina.pl Daniel Krzanowski
ul. Księcia Witolda 7-9, 71-063 Szczecin



Mirosława Wielopolska-Szymura jest doktorem nauk humanistycznych w zakresie nauki o polityce; pracuje w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół problematyki radia jako medium, szczególnie radia publicznego, procesów cyfryzacji i konwergencji radia oraz roli radia w komunikowaniu międzynarodowym i komunikacji międzykulturowej; zajmuje się także polityką kulturalną. Należy do sekcji radiowej Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (od dwóch kadencji członek Komisji Rewizyjnej PTKS) oraz European Communication Research and Education Association (ECREA). W latach 2016–2019 była wykonawcą w projekcie „Powiązania między elitami sfery mediów i polityki w Polsce w perspektywie doświadczeń niemieckich” realizowanym w ramach grantu Narodowego Centrum Nauki NCN OPUS 10.

Jest współredaktorką (wraz z D. Gluszek-Szafraniec i Z. Oniszczykiem) monografii zbiorowej prezentującej wyniki grantu pt. *The Elites of the Media versus the Elites of Politics in Poland*, która ukaże się nakładem Peter Lang Publishing w 2019 r.

Współredagowała również inne publikacje zbiorowe: z Z. Oniszczykiem: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa* (T. 1. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2012) oraz z M. Gierulą: *Władza, media, polityka*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2006). Pozostałe wybrane publikacje: *International radio broadcasting – a case of Radio Poland – an external service of Polish public radio*. „Political Preferences” (2018, nr 19); *Radio dla zagranicy – od »hard power« do »soft power« w międzynarodowej nadawczości radiowej*. „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica” (2017, nr 1(39)); *Dwójka – radio z kulturą. O kulturotwórczej misji Programu 2 Polskiego Radia – ujęcie monograficzne*. „Media. Kultura. Komunikacja społeczna” (2016, nr 12/4); *Radio w dyplomacji publicznej. Mediatyzacja polityki na odległość*. W: *Polityka w zmediatyzowanym świecie. Perspektywa politologiczna i medioznawcza*. Red. M. Adamik-Szysiak (Lublin 2016); „*Radiowy Dom Kultury*” – o kulturotwórczej i edukacyjnej roli radia. W: *Radio w cyfrowym świecie. Regionalne rozgłośnie radiowe*. Red. M. Łyszczarz, M. Sokółowski (Olsztyn 2016); *Media w służbie sił zbrojnych. Polityka informacyjna Departamentu Obrony USA – zarys zagadnienia*. W: *Mediatyzacja komunikowania politycznego. W kręgu badań politologicznych i medioznawczych*. Red. M. Adamik-Szysiak (Lublin 2015); *Radio as an old and a new medium: Sustaining cultural identities of listeners*. In: *Radio: The Resilient Medium*. Eds. G. Starkey, G. Stachyra, M. Oliveira (Sunderland 2014).



ISSN 0208-6336

Więcej o książce

Cena 39,90 zł (w tym VAT)

ISBN 978-83-226-3660-2



9 788322 636602

