

Urszula Doliwa

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

ORCID: 0000-0001-6946-7555

Magdalena Szydłowska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

ORCID: 0000-0002-6197-8876

Paulina Szczepańska

Ada Stachowicz

Piotr Kaźmierczak

Radiowe Koło Naukowe „Eter”

Crowdfunding jako metoda finansowania podcastów – analiza motywacji patronów wspierających „Raport o stanie świata”

Streszczenie

„Raport o stanie świata” to popularny, autorski podcast o charakterze informacyjno-publicystycznym dotyczący istotnych wydarzeń międzynarodowych wpisanych w przestrzeń społeczną, polityczną i gospodarczą. Finansowany jest przez tak zwanych patronów za pośrednictwem serwisu Patronite. W roku 2020 jego autor Dariusz Rosiak otrzymał tytuł Dziennikarza Roku w konkursie Grand Press. Celem badań było poznanie motywacji patronów podcastu. W badaniach ankietowych przeprowadzonych za pośrednictwem zamkniętej grupy facebookowej, skupiającej patronów finansujących „Raport o stanie świata”, udział wzięło 80 respondentów. Odbłyły się one między 10 a 21 maja 2021 roku. Do skonstruowania i dystrybucji ankiety wykorzystano platformę Google Forms. Zrealizowano także cztery wstępnie ustrukturyzowane wywiady z patronami podcastu w celu zebrania danych o charakterze jakościowym. Jak wynika z przeprowadzonych badań, aż 92,5% patronów zamierza dalej opłacać funkcjonowanie podcastu. Większość wskazała jako powód finansowego wsparcia jakość programu, osobowość prowadzących, zainteresowanie tematyką i chęć pomocy dziennikarzom. Badani zazwyczaj wyrażali pochlebne opinie na temat współpracy w grupie patronów. Jednym z niewielu mankamentów tej współpracy, wymienianym przez rozmówców, jest małe zaangażowanie moderatorów grupy facebookowej dedykowanej patronom.

Słowa kluczowe: podcast, *crowdfunding*, radio, nowe media, Patronite.

Crowdfunding as a method of financing podcasting – the analysis of the motivations of supporters of „Raport o stanie świata”

Abstract

„Raport o stanie świata” is a popular podcast of an informative and journalistic nature, dealing with important international social, political and economic subject matters. It is financed by the so-called patrons via the service Patronite. The author Dariusz Rosiak was awarded the title of the Journalist of the Year in the Polish Grand Press competition in 2020. The aim of the research was to get to know the motivations of the podcast patrons. 80 respondents took part in the conducted survey by the usage of a closed Facebook group gathering subscribers financing „Raport o stanie świata”. The research was carried out from May 10 to May 21, 2021. The Google Forms platform was used to construct and distribute the survey. Four semi-structured interviews with podcast supporters were also organised in order to collect qualitative data. According to the survey results most of the subscribers indicate the quality of the programme, personality of the hosts, interest in the topic and willingness to help journalists as the reasons for financial support. The majority of the participants expressed flattering comments on cooperation in the group of supporters. However, some people noticed the problem of low involvement of the Facebook group moderators.

Keywords: podcast, crowdfunding, radio, new media, Patronite.

Wprowadzenie

Jak donosi portal wirtualnedia.pl, podcast „Raport o stanie świata” Dariusza Rosiaka w 2020 roku, niespełna rok od powstania, przekroczył 2 miliony odsłon na Anchor¹ i zajął czwarte miejsce wśród najpopularniejszych programów na Spotify². Sam Dariusz Rosiak w grudniu 2020 roku został nagrodzony tytułem Dziennikarza Roku w plebiscycie Grand Press. Pojawienie się podcastu stało się więc istotnym wydarzeniem medialnym, biznesowym, ale jednocześnie można je postrzegać w kategorii pewnego fenomenu społecznego. Sukces ten nie byłby możliwy, gdyby nie grono wiernych słuchaczy, którzy tworzenie podcastu są gotowi finansować ze środków własnych, i to na masową skalę. Zjawisko to jest z pewnością godne uwagi, nie tylko w kontekście dalszego istnienia podcastu, lecz także możliwości analogicznego sposobu finansowania innych produkcji podcastowych. Szczególnie interesujące wydają się motywacje towarzyszące patronom podcastów, na których skupili się autorzy tego artykułu. Co jednak warto podkreślić, świadomość istnienia grupy fanów, którzy są gotowi wesprzeć swojego idola choćby niewielką kwotą, stanowi również dla niego ogromną wartość motywującą³.

¹ Anchor to platforma hostingowa dla podcasterów.

² Wirtualnedia.pl, „Raport o stanie świata” Dariusza Rosiaka z 2 mln odsłon na Anchor, rośnie liczba patronów, <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/raport-o-stanie-swiata-dariusza-rosiaka-2-mln-odslo-na-anch-or-rosnie-liczba-patronow> (dostęp: 1.09.2021).

³ J. Kubś, *Nasz klient, nasz fan? Crowdfunding subskrypcyjny jako nowa forma komunikacji z odbiorcą*, „Studia i Perspektywy Medioznawcze, Media w środowisku cyfrowym” 2020, nr 2, s. 227–242.

Podcasting i crowdfunding – założenia definicyjne i koncepcyjne

Termin *podcast* został po raz pierwszy użyty przez dziennikarza BBC Bena Hammersleya w 2004 roku. Nazwa składa się z dwóch członów: „pod” i „cast”. Pierwszy z nich nawiązuje do popularnego urządzenia marki Apple – iPod. Natomiast drugi to fragment słowa *broadcast*⁴. Termin opisuje zarówno samą formę produkcji audialnej, jak i technologię RSS, która umożliwia słuchanie i pobieranie audycji. Obecnie obserwujemy szybki rozwój *podcasting*. Można przyjąć za Richardem Berryem, że zjawisko to weszło w tak zwaną złotą erę⁵.

Początkowo *podcasting* był wykorzystywany głównie przez twórców amatorów⁶. Jednak od momentu rozpowszechnienia tej formy audialnej w 2004 roku podcasty zaczęły powstawać również w formule komercyjnej. Grażyna Stachyra w swojej pracy *Podcasting as audio technology. Development prospects* dzieli *podcasting* na dwie kategorie: *podcasting* amatorski oraz komercyjny – tworzony głównie przez byłych pracowników radia⁷.

Crowdfunding zdobywa coraz większą popularność w zakresie realizowania różnych projektów, w tym podcastów. Słowo to wywodzi się z języka angielskiego i powstało z połączenia słów *crowd* (tłum) i *funding* (finansowanie). Określa gromadzenie środków finansowych dzięki wsparciu rzeszy internautów⁸. Autorstwo tego terminu przypisuje się Michaelowi Sullivanowi, który użył go po raz pierwszy w 2006 roku⁹. Format zyskał popularność wraz z pojawieniem się crowdfundingowych platform, zwłaszcza platformy Kickstarter¹⁰.

W ciągu lat wykształciło się wiele modeli *crowdfunding*. Jak zauważa Jakub Kubś, jednym z najpopularniejszych jest tak zwany *reward-based crowdfunding*, w którym wpłacający otrzymuje od twórcy projektu konkretną nagrodę. Model ten, nazywany także tradycyjnym, polega na umieszczeniu przez twórcę projektu na platformie wraz z określeniem czasu trwania kampanii, podaniem celu finansowego i opisem nagród,

⁴ T. Bonini, *The „second age” of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium*, „Quaderns del CAC” 41” 2015, Vol. 18, s. 21–30; R. Berry, *Considering podcasting evolution*, „The Radio Journal” 2015, Vol. 14 (1), s. 7–22.

⁵ R. Berry, *A golden age of podcasting? Evaluation serial in the context of podcasts histories*, „Journal of Radio & Audio Media” 2015, Vol. 2 (2), s. 170–178.

⁶ J. Sullivan, P. Aufderheide, T. Bonini, R. Berry, D. Llinares, *Podcasting in transition: formalization and its discontents*. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, <https://doi.org/10.5210/spir.v2020i0.11150> (dostęp: 5.09.2021).

⁷ G. Stachyra, *Podcasting as audio technology. Development prospects*, „Media Studies” 2017, nr 68 (1), s. 1–17.

⁸ D.T. Dziuba, *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, „Problemy Zarządzania” 2012, nr 3 (38), s. 83–103.

⁹ M. Białoś, *Praktyki crowdfundingu w sztuce publicznej*, „Pogranicze. Studia Społeczne” 2015, t. 26, s. 75–88.

¹⁰ D. Castrataro, *A social history of crowdfunding*, *Socialmediaweek.org*, <http://socialmediaweek.org/blog/2011/12/a-social-history-of-crowdfunding/> (dostęp: 10.09.2021).

które wspierający otrzymują za wpłatę¹¹. Blisko powiązany z tym modelem jest tak zwany *crowdfunding* subskrypcyjny, w którym zbiórka jest zorganizowana w sposób ciągły i ma służyć finansowaniu danej działalności. Autor jednak i tak umieszcza tworzone przez siebie materiały w publicznym dostępie za darmo.

Na tym modelu został również oparty system finansowego wsparcia „Raportu o stanie świata”, który zostanie opisany w dalszej części artykułu.

Raport o stanie świata

Twórcą i pomysłodawcą „Raportu o stanie świata”, który powstał w 2007 roku, jest Dariusz Rosiak. Audycja była poświęcona problematyce międzynarodowej i emitowana na antenie III Programu Polskiego Radia nieprzerwanie przez ponad 13 lat¹². W tym czasie zdobyła wielu wiernych słuchaczy.

W 2020 roku Polskie Radio nie przedłużyło umowy z dziennikarzem¹³. Wywołało to niezadowolenie słuchaczy i Rosiaka, który wskazywał, że nie został mu podany powód tej decyzji¹⁴. Choć umowa z Polskim Radiem wygasła dopiero 31 stycznia, dziennikarz „zniknął” z anteny w drugiej połowie miesiąca. Ze słuchaczami mógł pożegnać się jedynie za pomocą profilu na Facebooku¹⁵. We wpisie na portalu społecznościowym podziękował zarówno fanom audycji, jak i wszystkim, z którymi udało mu się współpracować podczas jej tworzenia. Najważniejsza była jednak informacja o tym, że koniec jego kariery w Polskim Radiu nie oznacza rezygnacji z prowadzenia audycji, jak sam wówczas komentował: „«Raport o stanie świata» jako autorski program Dariusza Rosiaka przestaje istnieć w Trójce, co nie znaczy, że przestaje istnieć w ogóle – przynajmniej taką mam nadzieję. Przechodzi raczej w stan czasowego zawieszenia. Będę Państwa informował o jego dalszych losach”¹⁶.

Podniosły się wówczas liczne głosy za przywróceniem dziennikarza do pracy w radiu. W sprawę zaangażował się ówczesny Rzecznik Praw Obywatelskich Adam Bodnar, który zwrócił się do dyrektora Programu III Polskiego Radia – Tomasza Kowalczewskiego – o złożenie wyjaśnień w tej sprawie¹⁷. Głos zabrało również Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich¹⁸.

¹¹ J. Kubś, *Nasz klient, nasz fan?*...

¹² Polskieradio.pl, *Trojka*, <https://www.polskieradio.pl/9/313,Raport-o-stanie-swiata> (dostęp: 23.07.2021).

¹³ Wirtualnemedi.pl, *Dariusz Rosiak odchodzi z Polskiego Radia. „Nie przedłużono umowy”*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/dariusz-rosiak-odchodzi-z-trojki-nieprzedluzenie-umowy-raport-o-stanie-swiata-dlaczego-opinie-kariera> (dostęp: 24.07.2021).

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Raport o stanie świata, *Raport o stanie świata Dariusza Rosiaka*, <https://www.facebook.com/raportostanie/posts/3329168070487400> (dostęp: 24.07.2021).

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ A. Bodnar, *Wystąpienie RPO do Polskiego Radia ws. Dariusza Rosiaka, 21.01.2020*, (dostęp: 22.09.2021).

¹⁸ Centrum Monitoringu Wolności Prasy, *Apel CMWP SDP o przywrócenie red. Dariusza Rosiaka do pracy w Polskim Radiu*, <https://cmwp.sdp.pl/apel-cmwp-sdp-o-przywrocenie-red-dariusza>

Dziennikarz postanowił kontynuować audycję w sposób niezależny od Polskiego Radia. Pierwszy „Raport o stanie świata” poza strukturą Programu III był realizowany „na żywo”. Premiera odbyła się 6 lutego 2020 roku w Muzeum Powstania Warszawskiego, w spotkaniu wzięło udział 150 osób. Realizowana była również transmisja w internecie¹⁹.

„Nowe życie «Raportu» zaczyna się teraz” – tymi słowami rozpoczęła się audycja opublikowana 7 marca 2020 roku w serwisach streamingowych²⁰. Otwarty został nowy rozdział w historii audycji – odtąd miała ona być regularnie publikowana jedynie w sieci. Powiększająca się z każdym z dniem kwota zbiórki i rosnące grono patronów przyczyniły się do rozszerzenia projektu o nowe przedsięwzięcia. Pierwszy odcinek „Raportu na dziś” ukazał się 25 marca 2020 roku. Kolejnym podcastem „w rodzinie” stał się „Raport o książkach” – subiektywny przegląd interesującej literatury, w tym wielu reportaży.

Sukces „Raportu o stanie świata” został odnotowany w branży medialnej. W grudniu 2020 roku Dariusz Rosiak został nagrodzony tytułem Dziennikarza Roku w plebiscycie Grand Press²¹. Andrzej Skworz, redaktor naczelny magazynu „Press” motywował wybór następująco:

Nominowaliście go za udowodnienie, że dziennikarska pasja jest silniejsza niż przeciwności losu, za znakomity format znakomitego dziennikarza. Wierny niełatwym tematom zbudował markę osobistą, za dowód, że można zbudować znaczącą pozycję, wytwarzając wartościowe treści. Za stworzenie nowej przestrzeni dla niezależnego dziennikarstwa. Za audycję, która kształtuje wiedzę o świecie tysięcy słuchaczy²².

Model crowdfundingowy „Raportu o stanie świata”

Serwis Patronite jest wybierany przez wielu twórców głównie ze względu na możliwość ustalania własnych progów kwotowych. Dla każdego z nich można także przypisać odpowiednią „nagrode”. Wspierający, tak zwany patron, wybiera kwotę samodzielnie, może przelać ją jednorazowo lub zdecydować się na comiesięczne wsparcie.

25 lutego 2020 roku na portalu Patronite została utworzona zbiórka na „Raport”. Rosiak, oprócz zapewnienia cotygodniowych odcinków podcastu, postanowił

rosiaka-do-pracy-w-polskim-radiu/?fbclid=IwAR3XE2-uVNqj6UrWb1nnpJgIle5s3pvI0mgpY4j-Njp0qBCyzMS-zq29lbwc (dostęp: 24.07.2021).

¹⁹ Instytut Wolności, *Instytut Wolności zaprasza na wydarzenie „Raport o stanie świata” – legendarna audycja na żywo z Muzeum Powstania Warszawskiego*, <https://instytutwolnoscipol.pl/instytut-wolnoscizaprasza-na-wydarzenie-raport-o-stanie-swiata-legendarna-audycja-radiowa-na-zywo-z-muzeum-powstania-warszawskiego/> (dostęp: 24.07.2021).

²⁰ *Raport o stanie świata...*

²¹ Wyróżnienie to jest przyznawane dziennikarzom wykazującym się profesjonalizmem, przestrzegającym etyki zawodowej i zachowującym obiektywizm, *Press.pl, Dariusz Rosiak Dziennikarzem Roku 2020*, <https://www.press.pl/tresc/64181,dariusz-rosiak-dziennikarzem-roku-2020> (dostęp: 24.07.2021).

²² *Ibidem.*

zapropnować słuchaczom także inne formy współpracy, spotkało się to z aprobatą odbiorców. W ciągu niecałego dnia „istnienia” zbiórki udało się zebrać pięć tysięcy złotych, wtedy też Rosiak zapowiedział powstanie pierwszego odcinka podcastu²³.

„Raport” szybko znalazł się w rankingu dziesięciu najpopularniejszych podcastów serwisu Spotify²⁴. Już we wrześniu 2020 roku podcast mógł liczyć na ponad 50 tysięcy złotych wsparcia miesięcznie. Rok później kwota ta wzrosła do 80 tysięcy. W czerwcu 2021 roku łączna zebrana kwota przekroczyła barierę miliona złotych²⁵. Liczba patronów oscyluje od kilku miesięcy w granicach pięciu tysięcy.

Osoby wspierające podcast mają do wyboru siedem progów kwotowych, za które przysługują im wspomniane już wcześniej nagrody. Jeżeli ktoś zdecyduje się na wsparcie z wyższego progu kwotowego, otrzymuje także nagrody przewidziane dla niższych progów.

Za wsparcie produkcji w wysokości pięć złotych miesięcznie patroni otrzymują podziękowania w formie zbiorowej. Kolejny próg wynosi 10 złotych – ta kwota jest wybierana najczęściej. Daje on możliwość dołączenia do ekskluzywnej grupy na Facebooku, której członkiem jest Dariusz Rosiak. Oprócz tego każdy wspierający tą kwotą może liczyć na cotygodniowy przegląd prasy przygotowywany przez samego autora. Przeglądy są dostępne w specjalnej zakładce w serwisie Patronite, ale informacje o nich przesyłane są także w formie newslettera.

Trzeci próg równa się kwocie 20 złotych. Wybierający go patroni otrzymują autorską zapowiedź każdego „Raportu” w formie wideo. Jest to drugi pod względem popularności próg. Za wsparcie kwotą 50 złotych Dariusz Rosiak gwarantuje patronom wolny wstęp na wszystkie „Raporty o stanie świata”, nadawane na żywo, przy udziale publiczności. Za 100 złotych Rosiak zobowiązuje się do wysłania patronom dodatkowo jednej ze swoich książek. Aby skorzystać jednak z tego przywileju, należy wspierać „Raport” tą kwotą przez co najmniej trzy miesiące. Szóstym progiem do wyboru jest kwota 500 złotych. Osoby decydujące się na tak istotne wsparcie są wymieniane w każdym odcinku audycji. Patroni wybierają sposób przedstawienia swojej osoby samodzielnie i mogą liczyć na osobiste spotkanie z autorem.

Ostatni próg to kwota 1000 złotych. W tym przypadku nazwisko patrona bądź nazwa jego firmy, oznaczone tytułem „Producenta programu”, są wymieniane indywidualnie w trakcie każdego „Raportu”. Dodatkowo, jeżeli patron zdecyduje się na wsparcie co najmniej trzymiesięczne, ma możliwość odwiedzenia twórców podczas realizacji jednego z odcinków. Oprócz nagród wymienianych w poprzednich progach, w tym spotkania z progu szóstego, Rosiak proponuje kolejną osobistą rozmowę²⁶.

²³ Raport o stanie świata...

²⁴ Antyweb.pl, *Polaków nie interesują podcasty. Dane Spotify mówią co innego*, <https://antyweb.pl/spotify-podcasty-w-polsce-ciesza-sie-spora-popularnoscia> (dostęp: 24.07.2021).

²⁵ Press.pl, *Raport o stanie świata zebrał ponad milion złotych na Patronite.pl*, https://www.press.pl/tresc/66417,_raport-o-stanie-swiata_-zebral-ponad-milion-zlotych-na-patronite_pl (dostęp: 24.07.2021).

²⁶ Patronite.pl, *Dariusz Rosiak*, <https://patronite.pl/DariuszRosiak> (dostęp: 15.09.2021).

Metodologia

Głównym celem badań było poznanie motywacji patronów podcastu. W toku badań sformułowano cztery wiodące pytania badawcze:

1. Kim są osoby wspierające podcast finansowo?
2. Jaką kwotą wspierają podcast i od czego zależy jej wysokość?
3. Dlaczego badani decydują się na wspieranie podcastu?
4. Jakie modele relacji występują między twórcami podcastu a patronami?

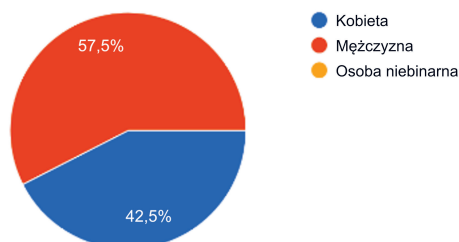
Aby poznać odpowiedzi na te pytania, dwoje członków zespołu badawczego dołączyło do grona patronów „Raportu” i weszło w skład zamkniętej grupy facebookowej, przeznaczonej dla osób udzielających finansowego wsparcia temu projektowi. Zostało tam opublikowane zaproszenie do wzięcia udziału w badaniu ankietowym. Odpowiedzi na pytania udzieliło 80 respondentów. Badania odbyły się między 10 a 21 maja 2021 roku. Do skonstruowania i dystrybucji ankiety użyto platformy Google Forms.

Od 8 do 16 czerwca 2021 roku zrealizowano także cztery wstępnie ustrukturyzowane wywiady z patronami podcastu, w celu zebrania danych o charakterze jakościowym. Kontakty z badanymi pozyskano za pośrednictwem aplikacji Messenger w grupie facebookowej patronów. Wywiady zostały nagrane i przetranskrybowane.

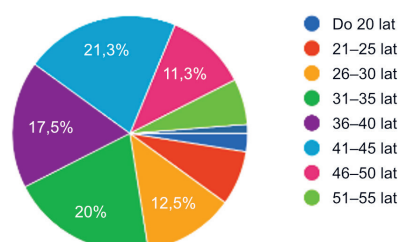
Podczas analizy zebranego materiału badawczego zastosowano indukcyjną metodę wnioskowania.

Wyniki badań ankietowych

Badaniem ankietowym udało się objąć grupę patronów zróżnicowaną pod względem wiekowym. Niewielką przewagę stanowili mężczyźni – 57% (por. rysunek 1). Uzyskanych wyników nie można utożsamiać z profilem całej grupy patronów wspierających podcast. Ankieta była bowiem dobrowolna – wzięły w niej udział tylko osoby chętne. Do pewnego stopnia, na podstawie tych wyników, możemy jednak wnioskować, że grupa patronów jest różnorodna. Choć przeważają w niej osoby młodsze i w średnim wieku, które są z reguły bardziej otwarte na nowinki technologiczne, to jednak zaskakująco wielu patronów ma powyżej pięćdziesięciu lat (por. rysunek 2).

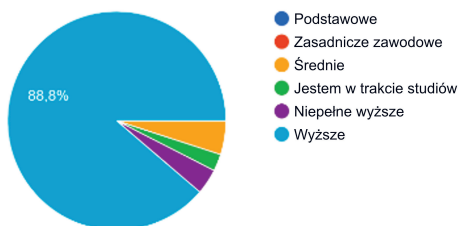


Rysunek 1. Płeć ankietowanych
Źródło: badania własne.



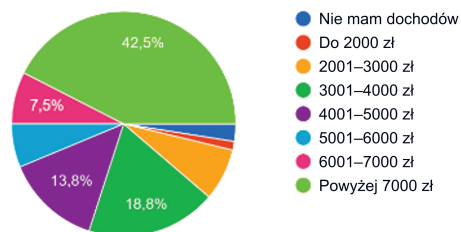
Rysunek 2. Wiek ankietowanych
Źródło: badania własne.

Tym, co zdaje się łączyć patronów, jest raczej nie płeć czy wiek, a poziom wykształcenia i poziom zarobków. Niemal 90% badanych ma wykształcenie wyższe (por. rysunek 3). Ponad połowa badanych zadeklarowała zarobki powyżej średniej, która w pierwszym kwartale 2021 roku wynosiła 5681,56 zł²⁷, w tym aż 42,5% badanych przyznało, że zarabia powyżej 7000 zł (por. rysunek 4).



Rysunek 3. Wykształcenie ankietowanych

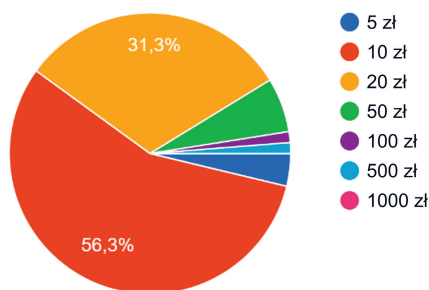
Źródło: badania własne.



Rysunek 4. Przedział finansowy (brutto) miesięcznych dochodów ankietowanych

Źródło: badania własne.

Przeprowadzone badania potwierdzają, że w przypadku tego typu projektu bardzo dużą rolę odgrywa efekt skali. Na sukces finansowy przedsięwzięcia składają się zazwyczaj małe kwoty dużej grupy patronów.

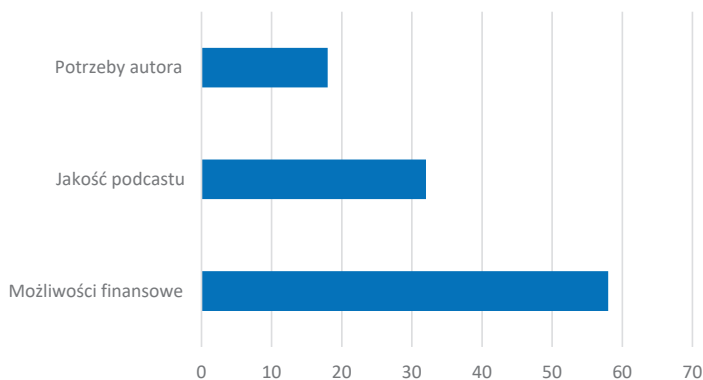


Rysunek 5. Jaka wpłatę miesięczną zadeklarowałeś?
Źródło: badania własne.

Jak wynika z danych zawartych na rysunku 5, na podstawie 80 uzyskanych odpowiedzi stwierdzono, że aż 56,3% badanych wspiera „Raport” kwotą 10 zł, a więc drugą co do wielkości. Kwotą najniższą (5 zł) wspiera podcast jedynie 3,8%. Natomiast 31,3% wpłaca co miesiąc 20 zł. Jedna osoba zadeklarowała wpłacanie co miesiąc 500 złotych. Przeważają więc niewielkie kwoty, nieobciążające fundatorów, a jednocześnie pozwalające na zachowanie ciągłości produkcji.

Kwoty wsparcia, jak już wcześniej ustalono, są z reguły niewielkie.

²⁷ GUS, *Komunikat Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 12 maja 2021 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia w pierwszym kwartale 2021 r.*, <https://stat.gov.pl/sygnalne/komunikaty-i-obwieszczenia/lista-komunikatow-i-obwieszczen/komunikat-w-sprawie-przecietnego-wynagrodzenia-w-pierwszym-kwartale-2021-roku,271,32.html> (dostęp: 10.09.2021).

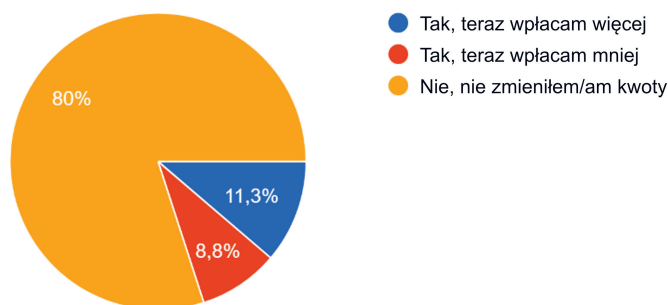


Rysunek 6. Od czego uzależniasz kwotę wpłaty?

Źródło: badania własne.

Analizy na podstawie zebranych danych zobrazowane na rysunku 6 wskazują, że znaczna większość ankietowanych (72,5%) uzależnia kwotę wpłacaną na rzecz podcastu od własnych możliwości finansowych, dla 40% ważna jest też jakość proponowanych treści. Spośród osób badanych 22,5% sugeruje, że to potrzeby autora są czynnikiem, który determinuje wysokość wpłacanej kwoty. W tym przypadku badani mieli możliwość wskazania kilku odpowiedzi. Dlatego też procenty odpowiedzi nie sumują się do 100. Respondenci mieli też możliwość dodania własnych odpowiedzi do tych zaproponowanych przez zespół badawczy. Pojedyncze osoby wskazywały, że poziom finansowego wsparcia zależy od ich nastroju czy też wysokości wsparcia zadeklarowanego przez nich dla innych projektów.

Finansowe wsparcie ze strony patronów zazwyczaj utrzymuje się na tym samym poziomie.



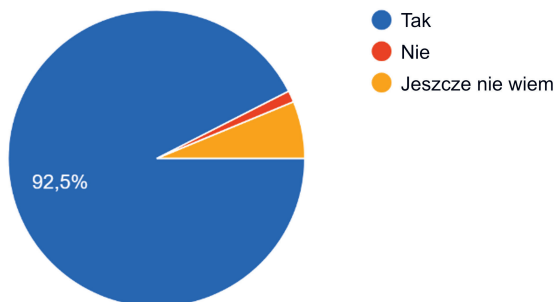
Rysunek 7. Czy w trakcie wspierania podcastu zmieniłeś kwotę wsparcia?

Źródło: badania własne.

Dane przedstawione na rysunku 7 wskazują, że spośród osób badanych (80 odpowiedzi) 80% deklarowało, że nie zmieniło kwoty wsparcia od czasu rozpoczęcia wpłat, 11,3% wpłaca więcej niż na początku, a 8,8% (siedem osób) wpłaca mniej. Można przypuszczać, że część z osób wpłacających mniej to ci, którzy deklarowali uzależnienie

wpłat od potrzeb autora. Zanim podcast osiągnął sukces i zebrał wystarczająco dużo środków „na start”, wpłacali więcej.

Co bardzo ważne, z punktu widzenia twórcy projektu i możliwości dalszego istnienia projektu, pomoc ze strony patronów ma charakter długofalowy.



Rysunek 8. Czy zamierzasz dalej wspierać podcast?

Źródło: badania własne.

Jak wskazują dane z badań przedstawione na rysunku 8, na podstawie 80 uzyskanych odpowiedzi stwierdzono, że ponad 90% patronów zamierza dalej wspierać „Raport”. Można przyjąć, że świadczy to o przekonaniu patronów o utrzymującym się wysokim poziomie merytorycznym produkcji i spełnieniu pokładanych w niej oczekiwań.

W centrum zainteresowania zespołu badawczego znalazły się motywacje, które towarzyszą patronom wspierającym podcast finansowo (por. rysunek 9).



Rysunek 9. Z jakich powodów zdecydowałeś się zostać patronem podcastu „Raport o stanie świata”?

Źródło: badania własne.

Spośród ankietowanych 85% zaznaczyło, że zdecydowało się wspierać podcast ze względu na jego wysoką jakość. Dużą liczbę wskazań (między 70% a 57,5%) odnotowano też w przypadku takich powodów jak: osobowość prowadzących, zainteresowanie

tematyką poruszaną w „Raporcie”, chęć pomocy dziennikarzowi, którego program w wyniku zmian w Programie III został zdjęty z anteny.

Co ciekawe, tylko pięciu ankietowanych (6,3%) wskazało, że na decyzję o wsparciu finansowym podcastu miały wpływ nagrody, które przysługują patronom. Badani mieli też możliwość podania innych motywacji. Pojedyncze osoby wskazywały nie tylko na ciekawość świata prowadzącego, „uwielbienie” dla twórcy podcastu, lecz także na niezależność i obiektywizm przekazywanych treści.

Analiza przeprowadzonych wywiadów

Jakub Kubś wyróżnił pięć rodzajów stosunków między twórcą a patronami. Podstawą do określenia tych relacji były motywacje osób wspierających przedsięwzięcie, które również znajdują się w centrum zainteresowania autorów tego artykułu:

- 1) Pierwszym z nich jest model najbliższy tradycyjnemu mecenasowi, w tym wypadku wspierający rzeczywiście są podstawą utrzymania artysty i mają tego świadomość. Motywem jest tutaj pewne „bohaterstwo” twórców, którzy są gotowi porzucić dotychczasowe zajęcie i utrzymywać się wyłącznie z pasji.
- 2) Drugi scenariusz można określić opisowo jako wykształcenie swoistego nawyku wśród fanów. Regularny kontakt z umieszczanymi przez tego typu twórców materiałami staje się dla wielu odbiorców zwyczajem, nawykiem, elementem każdego dnia.
- 3) Trzeci scenariusz polega na wspieraniu działalności zastępującej tradycyjne źródła rozrywki, tworzeniu substytutów programów, które prawdopodobnie nie znalazłyby poparcia w mediach tradycyjnych.
- 4) Czwarty scenariusz opiera się na poczuciu udziału patronów w realizacji społecznej misji. Motywacją do wspierania może być w tym wypadku chęć poruszenia pewnych trudnych tematów, wywołanie dyskusji, pośredni wpływ na otaczającą rzeczywistość.
- 5) Piątym modelem jest relacja twórcy z fanem na poziomie okazywania wsparcia wyłącznie z sympatii. Pasja artysty pozostaje na poziomie hobby, a patroni chcą po prostu zmotywować twórcę do kontynuowania działalności²⁸.

Podział zaproponowany przez Jakuba Kubsia okazał się przydatny podczas analizy wywiadów prowadzonych z wybranymi patronami. W trakcie badań udało się stwierdzić, że w przypadku „Raportu” mamy do czynienia z występowaniem różnych modeli relacji między autorem i odbiorcami, często one ze sobą współwystępują i trudno je od siebie oddzielić.

Na przykład wsparcie, którego udziela „Raportowi” właścicielka kawiarni i organizatorka wystaw Justyna Nestorowicz-Wyborska, wpisuje się w scenariusz czwarty – patronka, jak sama przyznaje, traktuje bowiem takie działanie jako rodzaj

²⁸ J. Kubś, *Nasz klient, nasz fan?*...

misji: „Postrzegam to jako swoją misję, nazwijmy to obywatelską, żeby tego typu rzeczy wspierać”²⁹.

Zarazem nie sposób w jej przypadku nie dostrzec motywacji typowych dla modelu pierwszego – patronka podkreśla uznanie dla odwagi dziennikarza, który w obliczu braku dalszej możliwości pracy w Programie III rozpoczął tworzenie podcastu i modelu trzeciego – zadeklarowała ona bowiem chęć wsparcia programu, który nie ma szansy zaistnieć w mediach tradycyjnych:

Wiedziałam, że w momencie, kiedy zdecydowana liczba dotychczasowych słuchaczy nie wesprze tego podcastu, to nie będzie miał szans przeżycia. Dla mnie było ważne, żeby to, co jest wartościowe przeżyło, a jest to jednak jeden z niewielu przejawów niezależnego dziennikarstwa³⁰.

Na chęć pomocy dziennikarzowi i wsparcia programu, którego dalszy los był zagrożony, wskazuje też twórca filmów wideo Konrad Adamczyk: „Jak była ta sytuacja z odejściem z Polskiego Radia, to nie byłem za bardzo pewien, czy ten projekt w ogóle da radę, no to chciałem pomóc dziennikarzom, którzy robią bardzo fajną pracę”³¹.

Podobne stanowisko zajął kontroler finansowy Tomasz Gąsecki. W jego wypowiedzi można również dostrzec chęć objęcia mecenatem wartościowych twórców, których podziwia, co znakomicie wpisuje się w model pierwszy relacji:

Zakładam tak: jeżeli nie będę wspierał podcastu, bo w takiej formie, w jakiej on w tej chwili jako powiedzmy, taki swobodny twórca, wolny twórca niezwiązany z żadną rozgłośnią – to, że jak nie będę tego robił i wielu ludzi nie będzie tego robiło, no to Pan Rosiak po prostu nie będzie mógł robić tego, co bardzo lubię³².

W dalszej części jego wypowiedzi można dostrzec przejaw ewolucji postaw, jaka następuje w sposobie podchodzenia do produkcji medialnych w internecie, którą można podsumować stwierdzeniem – „za wartościowe treści w Internecie należy płacić”. Jest to bardzo pozytywne zjawisko, które może napawać nadzieją niezależnych twórców podcastów, którzy chcieliby podążać śladem Dariusza Rosiaka. W typologii relacji zaproponowanej przez Kubsia można by tę postawę przyporządkować do modelu trzeciego, opartego na „wspieraniu działalności zastępującej tradycyjne źródła rozrywki, a także substytuty programów, które prawdopodobnie nie znalazłyby poparcia w mediach tradycyjnych”³³.

Tomasz Gąsecki konkluduje:

Dlaczego wspieram? Bo chcę tego słuchać. Te tematy, które pan Rosiak porusza, rzeczy, o których mówi, mnie po prostu interesują i chciałbym być na bieżąco. Są to tematy, które

²⁹ J. Nestorowicz-Wyborna, wywiad przeprowadzony przez P. Szczepańską 16 czerwca 2021.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ K. Adamczyk, wywiad przeprowadzony przez P. Kaźmierczaka 10 czerwca 2021.

³² T. Gąsecki, wywiad przeprowadzony przez M. Szydłowską 8 czerwca 2021.

³³ *Ibidem*.

czasem ciężko znaleźć w jakichś mediach głównego nurtu. Bardzo ceniłem i nadal cenię Pana Rosiaka za obiektywność, za dobór tematu. To, że Pan Rosiak, z zespołem w tej chwili jest bardzo dobrze przygotowany do każdej audycji. Dobór gości. Tak naprawdę uważam, że odkąd audycja Pana Rosiaka przeszła na taką wolną platformę, są dłuższe, jeszcze bardziej dogłębnie poruszające temat³⁴.

Również dla Macieja Seweryna, analityka zajmującego się monitoringiem mediów, zdecydowanie ważniejszą motywacją niż chęć pomocy dziennikarzowi jest jakość oferowanego produktu:

Trafiłem na stronę „Raportu” – i zacząłem słuchać, wtedy jeszcze przez Youtuba, zacząłem wracać do audycji archiwalnych i jasne stało się dla mnie, że jeżeli ten produkt, który konsumuję, potrzebuje wsparcia, to powinienem go wesprzeć³⁵.

Jednocześnie u wszystkich badanych można dostrzec istnienie pewnych nawyków związanych z odbiorem „Raportu” i wspieraniem podcastu, czyli zgodność z modelem czwartym. Wykształcenie tych nawyków może się przełożyć na zwiększenie szans dotarcia do odbiorców i sfinansowania podcastu. Tak swój rytuał związany ze słuchaniem podcastu opisuje Tomasz Gąsecki: „To są bardzo różne pory, ale powiedzmy najczęściej mogę powiedzieć tak, kiedy podróżuję samochodem z rodziną”³⁶.

Kontekst nawyku słuchania można też odnotować u Justyny Nestorowicz-Wybornskiej:

Zazwyczaj wykorzystuję na to jazdę samochodem. Nasza kawiarnia jest 50 km od miejsca naszego zamieszkania, więc to są akurat takie dwie porządne godziny na to, żeby ten materiał przesłuchać, więc słucham go w samochodzie. Oprócz tego czasami, jak robię coś, co nie angażuje uwagi, to wtedy faktycznie też mogę odsłuchiwać³⁷.

Najbardziej zrytualizowany sposób słuchania podcastu relacjonuje Maciej Seweryn:

W związku z tym, że podcast ukazuje się w sobotę, to ja staram się w słuchać w sobotę. W sobotę zwykle przychodzi taki czas, że trzeba posprzątać, ugotować, przygotować się na cały tydzień i takim stałym towarzyszem w tych czynnościach jest dla mnie „Raport”³⁸.

To, na co zwracają uwagę badacze crowdfundingu, to fakt, że wspierający mogą zgłaszać swoje uwagi, przez co produkt staje się bardziej dostosowany do ich potrzeb³⁹. Joanna Pieniążek, powołując się na wyniki badań Partner in Business Strategies (PBS), podkreśla też, że konsumenci pragną tego, co najlepsze, chcą to dostać zaraz i wyprzedzić

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ M. Seweryn, wywiad przeprowadzony przez U. Doliwę 16 czerwca 2021.

³⁶ T. Gąsecki, wywiad przeprowadzony przez M. Szydłowską 8 czerwca 2021.

³⁷ J. Nestorowicz-Wybornska, wywiad przeprowadzony przez P. Szczepańską 16 czerwca 2021.

³⁸ M. Seweryn, wywiad przeprowadzony przez U. Doliwę 16 czerwca 2021.

³⁹ J. Pieniążek, *Finansowanie społecznościowe a nowe trendy w zachowaniach konsumenc- kich*, „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych” 2014, nr 2 (12), s. 16.

innych, ale zarazem chcą nawiązywać prawdziwe relacje z innymi osobami⁴⁰. Jak zauważa Jakub Kubś, duża grupa fanów powoduje jednak, że relacja między twórcami a odbiorcami nie może się jednak zintensyfikować — jest to jednostronny przekaz, patroni pozostają raczej w roli odbiorców niż współtwórców. Odbiorcy, z którymi udało nam się porozmawiać, zdają się jednak w pełni akceptować tę sytuację.

Maciej Seweryn wskazuje:

Ja nie szukam interakcji. Rozumiem nowe media, natomiast ja konsumuję w taki nowoczesny sposób, ale nie do końca, ponieważ ja nie jestem człowiekiem, który po wysłuchaniu „Raportu” chciałby wejść na grupę i dyskutować o tym. Samo istnienie grupy, to jest dla mnie duża wartość dodana. Jest na grupie ten przegląd prasy⁴¹.

W podobnym tonie wypowiada się Justyna Nestorowicz-Wybowska:

Uważam, że dziennikarz powinien być niezależny, więc jakiegokolwiek próby nacisku – jacy są goście, czy jakie tematy są, to dla mnie to jest po prostu taka sprawa, na którą nigdy nie chciałabym mieć wpływu. Nawet z uwagi na to, że wspieram finansowo⁴².

Nieco bardziej krytycznie do zagadnienia relacji między twórcami a odbiorcami odnosi się Konrad Adamczyk. Na uwagę zasługuje jego zdaniem aktywność w grupie patronackiej:

Ze strony patronów jest bardzo duża inicjatywa moim zdaniem. Tam są jakieś samoistne regularne posty na tej grupie odnośnie historii muzyki, ludzie komentują, co im się podobało albo jakie mają swoje przemyślenia odnośnie podcastu i tam regularnie się coś takiego pojawia. W drugą stronę? Nie wydaje mi się, żeby twórcy podcastu byli dosyć aktywni na Facebooku. Raczej jest tego mało, takiej interakcji. Też nie mam do nich żalu, więc to nie jest tak, że źle to oceniam, ale raczej gdybym był patronem i nie miałbym dostępu do grupy na Facebooku, niewiele bym stracił⁴³.

Podsumowanie

Finansowanie podcastów takich jak „Raport o stanie świata” poprzez *crowdfunding* można porównać do mecenatu sztuki. Ten model wsparcia twórców był rozpowszechniony w XIX wieku⁴⁴. Miał on na celu ich uniezależnienie i zapewnienie im finansowego bezpieczeństwa. Analogicznie dzieje się współcześnie. Nowe definiowanie sztuki publicznej wprowadza ją w interesujący wymiar. Daje jej wolność wyrazu i kreacji. Patroni są ogniwem niezwykle istotnym, ich świadome aktywne „bycie” w przestrzeni publicznego finansowania można rozpatrywać w kategoriach istnienia

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ M. Seweryn, wywiad przeprowadzony przez U. Doliwę 16 czerwca 2021.

⁴² J. Nestorowicz-Wybowska, wywiad przeprowadzony przez P. Szczepańską 16 czerwca 2021.

⁴³ K. Adamczyk, wywiad przeprowadzony przez P. Kaźmierczaka 10 czerwca 2021.

⁴⁴ M. Golka, *Socjologia sztuki*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008, s. 102.

realnego społeczeństwa obywatelskiego. Zainteresowanie konkretnym projektem, tak jak dzieje się w tym wypadku, jest wyrazem aprobaty, ale także realnym aktem włączenia się patronów w procesy współtworzenia przestrzeni publicznej⁴⁵.

Sukces, który odniósł na tym polu Dariusz Rosiak, można uznać za spektakularny – zarówno ze względu na popularność samego podcastu, jego wysoki poziom merytoryczny, który zyskał uznanie samych dziennikarzy, decydujących o przyznaniu mu tytułu Dziennikarza Roku 2020, jak również liczbę patronów i sumę wpłat, która pozwala na tworzenie wysokogatunkowych treści. Powielenie tego sukcesu przez innych, mniej znanych publiczności twórców podcastów, zwłaszcza tych amatorskich, może jednak okazać się trudne. Jak wynika z przeprowadzonych badań, znakomitą większość patronów wspierających podcast stanowią dawni słuchacze radiowej audycji emitowanej pod tą samą nazwą. Dariusz Rosiak budował więc swój „tłum” wiernych odbiorców latami, wykorzystując do tego ogólnopolską antenę bardzo niegdyś popularnego Programu III Polskiego Radia.

Jednocześnie finansowy, programowy i społeczny sukces tego podcastu dobitnie świadczy o tym, że polskie społeczeństwo jest gotowe wspierać oddolne projekty dziennikarskie i poszerzać tym samym przestrzeń wolności słowa i pluralizmu mediów w internecie. Dotyczy to zwłaszcza tych treści, co do których odbiorcy mają poczucie, że dostęp do nich jest ograniczany. Świadczy o tym również sukces innych projektów medialnych zainicjowanych przez byłych już dziennikarzy Programu III – Radia Nowy Świat i Radia 357. Upowszechnienie zwyczaju płacenia za produkcję medialną w internecie może się w dłuższej perspektywie czasowej przyczynić do wykształcenia pewnych zwyczajów i nawyków związanych z finansowym wsparciem twórców podcastów. To z kolei może spowodować większą łatwość w pozyskiwaniu środków na działalność wśród twórców-amatorów, mniej znanych niż Dariusz Rosiak. Zmianę postaw w tym zakresie znakomicie obrazuje wypowiedź jednego z naszych rozmówców Tomasza Gąseckiego:

Nie zakładam, że wszystko jest za darmo i że wszystko się należy. Za dobrą treść też należy płacić [...]. Słucham tego, czego chcę słuchać. Oglądam to, co chcę oglądać no i tak to wygląda. Może nie wszyscy tak myślą, ale wydaje mi się, że coraz więcej ludzi tak do tego podchodzi⁴⁶.

Bibliografia

- Antyweb.pl, *Polaków nie interesują podcasty. Dane Spotify mówią co innego*, <https://antyweb.pl/spotify-podcasty-w-polsce-ciesza-sie-spora-popularnoscia> (dostęp: 24.07.2021).
- Berry R., *A golden age of podcasting? Evaluation serial in the context of podcasts histories*, „Journal of Radio & Audio Media” 2015, Vol. 2 (2), s. 170–178.
- Berry R., *Considering podcasting Evolution*, „The Radio Journal” 2015, Vol. 14 (1), s. 7–22.

⁴⁵ M. Białous, *Praktyki crowdfundingu...*

⁴⁶ T. Gąsecki, wywiad przeprowadzony przez M. Szydłowską 8 czerwca 2021.

- Białous M., *Praktyki crowdfundingu w sztuce publicznej*, „Pogranicze. Studia Społeczne” 2015, nr 26, s. 75–88.
- Bodnar A., *Wystąpienie RPO do Polskiego Radia ws. Dariusza Rosiaka*, 21.01.2020, <https://bip.brpo.gov.pl/sites/default/files/%2FWyst%C4%85pienie%20RPO%20do%20Polskiego%20Radia%20ws.%20Dariusza%20Rosiaka%2C%2021.01.2020.pdf> (dostęp: 22.09.2021).
- Bonini T., *The „second age” of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium*, „Quaderns del CAC 41” 2015, Vol. 18, s. 21–30.
- Castrataro D., *A social history of crowdfunding*, *Socialmediaweek.org*, <http://socialmediaweek.org/blog/2011/12/a-social-history-of-crowdfunding/> (dostęp: 10.09.2021).
- Centrum Monitoringu Wolności Prasy, *Apel CMWP SDP o przywrócenie red. Dariusza Rosiaka do pracy w Polskim Radiu*, <https://cmwp.sdp.pl/apel-cmwp-sdp-o-przywrocenie-red-dariusza-rosiaka-do-pracy-w-polskim-radiu/?fbclid=IwAR3XE2-uVNqj6UrWb1nzpJgIle-5s3pv10mgpY4jNjp0qBCyzMS-zq29lbwc> (dostęp: 24.07.2021).
- Dziuba D.T., *Rozwój systemów crowdfundingu – modele, oczekiwania i uwarunkowania*, „Problemy Zarządzania” 2012, nr 3 (38), s. 83–103.
- Golka M., *Socjologia sztuki*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008.
- GUS, *Komunikat Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 12 maja 2021 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia w pierwszym kwartale 2021 r.*, <https://stat.gov.pl/sygnalne/komunikaty-i-obwieszczenia/lista-komunikatow-i-obwieszczen/komunikat-w-sprawie-przecietnego-wynagrodzenia-w-pierwszym-kwartale-2021-roku,271,32.html> (dostęp: 10.09.2021).
- Instytut Wolności, *Instytut Wolności zaprasza na wydarzenie „Raport o stanie świata” – legendarna audycja na żywo z Muzeum Powstania Warszawskiego*, <https://instytutwolnosci.pl/instytut-wolnosci-zaprasza-na-wydarzenie-raport-o-stanie-swiata-legendarna-audycja-radiowa-na-zywo-z-muzeum-powstania-warszawskiego/>, (dostęp: 24.07.2021).
- Kubś J., *Nasz klient, nasz fan? Crowdfunding subskrypcyjny jako nowa forma komunikacji z odbiorcą*, „Studia i Perspektywy Medjoznawcze, Media w środowisku cyfrowym” 2020, nr 2, s. 227–242.
- Patronite.pl, *Dariusz Rosiak*, <https://patronite.pl/DariuszRosiak> (dostęp: 15.09.2021).
- Pieniążek J., *Finansowanie społecznościowe a nowe trendy w zachowaniach konsumenckich*, „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych” 2014, nr 2 (12), s. 78–99.
- Polskieradio.pl, *Trojka*, <https://www.polskieradio.pl/9/313,Raport-o-stanie-swiata> (dostęp: 23.07.2021).
- Press.pl, *Dariusz Rosiak Dziennikarzem Roku 2020*, <https://www.press.pl/tresc/64181,dariusz-rosiak-dziennikarzem-roku-2020> (dostęp: 24.07.2021).
- Press.pl, *Raport o stanie świata zebrał ponad milion złotych na Patronite.pl*, https://www.press.pl/tresc/66417,_raport-o-stanie-swiata_-zebral-ponad-milion-zlotych-na-patronite-pl (dostęp: 24.07.2021).
- Raport o stanie świata, *Raport o stanie świata Dariusza Rosiaka*, <https://www.facebook.com/raportostanie/posts/3329168070487400> (dostęp: 24.07.2021).
- Stachyra G., *Podcasting as audio technology Development prospects*, „Media Studies” 2017, Vol. 68 (1), s. 1–17.
- Sullivan J., Aufderheide P., Bonini T., Berry R., Llinares D., *Podcasting in transition: formalization and its discontents*. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, <https://doi.org/10.5210/spir.v2020i0.11150> (dostęp: 5.09.2021).
- Wirtualnemedi.pl, *„Raport o stanie świata” Dariusza Rosiaka z 2 mln odsłon na Anchor, rośnie liczba patronów*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/raport-o-stanie-swiata-dariusza-rosiaka-2-mln-odslo-na-anch-or-rosnie-liczba-patronow> (dostęp: 1.09.2021).

Wirtualnedia.pl, *Dariusz Rosiak odchodzi z Polskiego Radia. „Nie przedłużono umowy”*,
<https://www.wirtualnedia.pl/arttykul/dariusz-rosiak-odchodzi-z-trojki-nieprzedluzenie-umowy-raport-o-stanie-swiata-dlaczego-opinie-kariera> (dostęp: 24.07.2021).

Wywiady:

T. Gąsecki, wywiad przeprowadzony przez M. Szydłowską 8 czerwca 2021.

K. Adamczyk, wywiad przeprowadzony przez P. Kaźmierczaka 10 czerwca 2021.

J. Nestorowicz-Wyborna, wywiad przeprowadzony przez P. Szczepańską 16 czerwca 2021.

M. Seweryn, wywiad przeprowadzony przez U. Doliwę 16 czerwca 2021.