





# **Studia Medioznawcze**



Instytut Dziennikarstwa  
Uniwersytetu Warszawskiego

# **Studia Medioznawcze**

## **Nr 1/2000**

Warszawa 2000

## RADA REDAKCYJNA

Jerzy Bralczyk (Warszawa), Wiesław Dudek (Katowice), ks. Leon Dyczewski (Lublin), Tomasz Goban-Klas (Kraków), Bartłomiej Golka – przewodniczący Rady (Warszawa), Adam Koseski – zastępca przewodniczącego Rady (Pultusk), Marcei Kosman (Poznań), Włodzimierz Mich (Lublin), Bogdan Michalski (Warszawa), Beata Ociepka (Wrocław), Jerzy Olędzki (Warszawa), Wiktor Pepliński (Gdańsk), Walery Pisarek (Kraków), Teresa Sasińska-Klas (Kraków), Tadeusz Skoczek (Warszawa), Jacek Sobczak (Poznań), Andrzej Staniszewski (Olsztyn), Andrzej Ślisz (Warszawa), Wiesław Władyka (Warszawa)

Redaktor Naczelny:  
Janusz Adamowski

Zastępca Redaktora Naczelnego:  
Marek Jabłonowski

Adres Redakcji:  
„Studia Medioznawcze”  
Instytut Dziennikarstwa UW  
00-046 Warszawa, ul. Nowy Świat 69  
tel. 826-93-66

Projekt okładki:  
Barbara Kuropiejska-Przybyszewska

Redaktor: Mirosława Zygmunt

Korekta: Zespół

DTP: SK STUDIO

Publikacja dofinansowana przez Telewizję Polską S.A.

© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2000

ISSN 1641-0920

Realizacja na zlecenie Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego  
Oficyna Wydawnicza ASPRA

## SPIS TREŚCI

### ARTYKUŁY I MATERIAŁY

- Tomasz Goban-Klas – Pochwała medioznawstwa, czyli renesans McLuhana ..... 9
- Bartłomiej Golka – Integracja europejska a polityka medialna ..... 25
- Maciej Mrozowski – Dziedzictwo przeszłości – perspektywy rozwoju ..... 39
- Jacek Sobczak – Ochrona prawna tytułu prasowego ..... 57
- Tomasz Mieleczarek – Gorzki smak wolności. Degradacja polskiej prasy  
informacyjno-politycznej w latach 1989–2000 ..... 75
- Inga Oleksiuk – Wolność wypowiedzi w Internecie ..... 97
- Wiesław Sonezyk – „Obserwatorium faktów społecznych”  
czy „przedsiębiorstwo wywożenia społecznych brudów”?  
Wolność i odpowiedzialność w Prusowskiej  
koncepcji dziennikarstwa ..... 109

### SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

- Agnieszka Dmowska – „Polskie media – dziesięć lat po likwidacji cenzury”.  
Sprawozdanie z konferencji ..... 139

### RECENZJE

- Marceli Kosman – *Media w Polsce w XX wieku. Prasa – radio – telewizja.  
reklama – public relations – badania rynku.*  
Praca zbiorowa. Poznań 1999. .... 143
- Wiesław Sonezyk – Wątpliwości wokół leksykonu o mediach ..... 145
- Katarzyna Kamińska – *Towards a Civic Society: The Baltic Media's Long Road  
to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity  
and Journalism.* Ed. by Svernik Hoyer. Epp Lauk.  
Peeter Vihalemm. Tartu 1993. .... 153
- Donata Nowakowska – Wojciech Budzyński. *Reklama. Techniki skutecznej perswazji.*  
Warszawa 1999 ..... 159



## OD REDAKCJI

Oddajemy do rąk Czytelników pierwszy tom *Studiów Medioznawczych*, nowego kwartalnika, wydawanego przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Idea pisma zrodziła się w końcu lat dziewięćdziesiątych wśród pracowników Instytutu. Wywodziła się ona z potrzeby stworzenia drugiego, obok *Zeszytów Prasoznawczych*, forum dyskusji środowiska medioznawczego, a także z krytycznej oceny istniejącego systemu edukacji dziennikarzy, w szkolnictwie państwowym i prywatnym.

Zgodnie z intencjami zespołu redakcyjnego *Studia Medioznawcze* mają być pismem przeznaczonym głównie dla środowisk naukowych, nauczycieli akademickich i studentów. Chcielibyśmy także zaprosić do współpracy tych wszystkich, którzy na co dzień mają związek z mediami i wpływają na ich kształt, lub po prostu interesują się dziennikarstwem i komunikowaniem społecznym.

Mamy też nadzieję, że równie istotną funkcją kwartalnika będzie cementowanie szeroko pojętego środowiska medioznawców, i to nie tylko ze środowisk akademickich wyższych uczelni. Znajduje to odzwierciedlenie w składzie Rady Redakcyjnej – w jej pracach biorą udział wybitni przedstawiciele polskiego medioznawstwa, reprezentujący znakomitą większość ośrodków naszego kraju. Chcielibyśmy, aby wypowiedzi na łamach pisma wywoływały dyskusje i polemiki. Nie zapominamy o młodych pracownikach nauki i doktorantach, dlatego chcemy im stworzyć dogodną platformę prezentacji rezultatów swoich pierwszych badań.

Redakcja *Studiów Medioznawczych* stawia sobie za szczególne zadanie stworzenie forum dla wymiany poglądów, refleksji teoretycznej i rozważań praktycznych na temat treści i sposobów kształtowania nowoczesnego społecznego komunikowania, marketingu medialnego i public relations, prawa prasowego, systemów medialnych, języka środków masowego komunikowania. Oczywiście, nie będziemy także unikali problematyki z zakresu historii prasy i dziennikarstwa. Wydaje się, że w Polsce w chwili obecnej potrzebne są pogłębione studia teoretyczne i badania, z udziałem praktyków, których celem byłoby wypracowanie nowoczesnego i odpowiadającego wyzwaniom XXI wieku modelu studiów dziennikarskich. Chcielibyśmy łamy pisma udostępnić tym wszystkim, którzy pragną zabrać głos we wspomnianych sprawach.



TOMASZ GOBAN-KLAS

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*  
*ISSN 1641-0920*

## **POCHWAŁA MEDIOZNAWSTWA CZYLI RENESANS McLUHANA**

*„Technologia elektroniczna – jako medium naszych czasów przekształca i zmienia charakter stosunków społecznych oraz wpływa na wszystkie sfery naszego życia. Zmusza ona do ponownego rozważenia każdej idei, każdego działania i każdej instytucji, które dotychczas uznawaliśmy za podstawowe. Wszystko ulega zmianie – ty, twoja rodzina, sąsiedztwo, wykształcenie, twój stosunek do innych ludzi. [...]. Wszystkie media przekształcają nas całkowicie: nic nie zostanie niezmienione, nietknięte.*

*The medium is the message. Zrozumienie przemian kulturowych i społecznych możliwe jest jedynie wówczas, gdy rozważymy działanie mediów jako środowiska.*

*Wszystkie media są przedłużeniem naszych zdolności – psychicznych czy fizycznych [...]. Przedłużenie dowolnego zmysłu zmienia nasz sposób myślenia i działania – sposób, w jaki postrzegamy świat.*

*McLuhan i Fiore, 1967<sup>1</sup>*

### **McLuhan wiecznie żywy?**

Bez wątpienia, Marshall McLuhan osiągnął szczyt popularności za swojego życia, w latach sześćdziesiątych. Jego błyskotliwe *catchphrases*: „Świat staje się globalną wioską”, „Telewizja to medium zimne”, czy najslawniejsze (najoryginalniejsze i najbardziej wnikliwe) „Przekaznik (medium) jest przekazem”, były szeroko cytowane i akceptowane w kręgach twórców popkultury i interpretatorów mediów. Wkrótce jednak moda minęła, a nawet

---

<sup>1</sup> M. McLuhan, Q. Fiore, *War and Peace in the Global Village*, New York 1968.

modne stało się krytykowanie jego twórczości, co dobitnie wyraża tytuł książki Jonathana Millera „Spór z McLuhanem”<sup>2</sup>.

Jednak od kilkunastu lat przeżywamy umiarkowany renesans „mcluhanizmu”. Nie odnosi się on do pogłębionej analizy jego twórczości, a jest to raczej powrót do McLuhana jako guru refleksji o mediach. Dostrzeżono bowiem głęboką prawdę w stwierdzeniu, że to nie tylko konkretne przekazy (cóż takiego nowego jest w obecnym zalewie informacji?), co raczej ogół właściwości nowych mediów zmienia człowieka i zmienia jego świat.

Meyrowitz<sup>3</sup> – którego stanowisko jest autorowi tego tekstu szczególnie bliskie i którego analizy będą w dalszych rozważaniach często przywoływane – wprost wskazuje na McLuhana oraz jego poprzedników (Innis)<sup>4</sup> i uczniów-kontynuatorów (m.in. Ong)<sup>5</sup> jako pierwszej generacji twórców teorii medium. Używa on terminu „teoria medium” (*media theory*) dla odróżnienia ich podejścia (skupionego na śledzeniu rozwoju konkretnego medium np. mowy, pisma, druku, itd.) od różnorodnych „teorii mediów” (*media theories*), rozwijanych przez licznych uczonych (przykładem studium Altheidego i Snowa<sup>6</sup> czy Inglisa<sup>7</sup>. „Teoria medium – pisze Meyrowitz – skupia uwagę na szczególnych właściwościach każdego szczególnego rodzaju medium. Ogólnie mówiąc, teoretycy medium pytają: Jakie są względnie stałe cechy każdego ze środków komunikowania i jak te cechy odróżniają fizycznie, psychicznie i społecznie poszczególne media od innych mediów oraz interakcji twarzą-w-twarz”<sup>8</sup>.

Tym, który w tak wyraźny sposób przedstawił z tego punktu widzenia analizę mediów, był właśnie Marshall McLuhan, jakkolwiek odpowiedzi, jakie przedstawił, z pewnością nie były i nie są w pełni zadawalające (zwłaszcza niejasny i kontrowersyjny pozostaje podział mediów na media zimne i gorące<sup>9</sup>.

Oczywiście ani McLuhan ani Innis nie byli pierwszymi, którzy zwracali uwagę na specyficzne cechy mediów, kontrastując je z innymi. W zachowanej literaturze, palma pierwszeństwa należy się Platonowi, który w znanym dialogu *Fajdros* analizuje pismo jako lekarstwo na zapominanie oraz porównuje uczenie się z pomocą pisma i z pomocą bezpośredniego kontaktu z nauczycielem<sup>10</sup>. Platonowi wypada zatem przyznać tytuł prekursora teorii me-

<sup>2</sup> J. Miller, *Spór z McLuhanem*. Warszawa 1974.

<sup>3</sup> J. Meyrowitz, *Medium Theory*. W: *Communication Theory Today*. Ed. by D. Crowley, D. Mitchell, Cambridge 1994, s. 51.

<sup>4</sup> H. Innis, *Empire and Communication*, Oxford, UK 1950.

<sup>5</sup> W. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Lublin 1992.

<sup>6</sup> D. L. Altheide, R. P. Snow, *Media Logic*, Beverly Hills, CA 1979.

<sup>7</sup> F. Inglis, *Media Theory: an Introduction*, Oxford, UK 1990.

<sup>8</sup> J. Meyrowitz, *op. cit.*

<sup>9</sup> M. McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York 1994, (Polski przekład fragmentów zob. w: *Technika i społeczeństwo*. Pod red. A. Sicińskiego, Warszawa 1974, T. 1, s. 94-107.

<sup>10</sup> Platon opisuje w *Fajdrosie*: „Oto król Tamuz gościł boga Teuta, wynalazcę pisma, liczb, rachunków, itd... Gdy Teut prezentował swe wynalazki Tamuzmowi, twierdząc, że wszyscy powinni się nauczyć ich używać, powiedział: [...] ta nauka uczyni Egipcjan mądrzejszymi i sprawniejszymi w pa-

diów, tak jak Arystotelesowi, jako autorowi *Retoryki*, przypada tytuł pioniera wiedzy o komunikowaniu perswazyjnym.

Gdy chodzi o pierwszeństwo w nazewnictwie, to niewątpliwie prymat należy do niemieckich terminów „*Zeitungswissenschaft*” i późniejszego „*Publizistik(wissenschaft)*”, które leżą u podstaw polskiego „prasoznawstwa”. Od początku była to wiedza o periodycznym komunikowaniu z pomocą środków masowej dystrybucji przekazów<sup>11</sup> można więc było traktować jej zakres jako odpowiednik „*mass media research*”, terminu zrodzonego na gruncie amerykańskich nauk społecznych. Wiele rozważań i badań prasoznawczych miało charakter medioznawczy, podkreślając odmienną komunikacji społecznej z pomocą gazet i czasopism od masowej komunikacji bezpośredniej (jak np. encykliki odczytywane z ambon, wieści powtarzane ustnie, itd.)<sup>12</sup>.

Jednak brak, aż do lat 20 i 30. XX wieku, innych niż prasa środków masowego rozpowszechniania przekazów nie sprzyjał stworzeniu nowej terminologii ani perspektywy badawczej niż tradycyjne „prasoznawstwo”. Dopiero pojawienie się i wielka popularność filmu, a potem radio i jeszcze później telewizji, skłoniło badaczy do rozszerzenia kręgu zainteresowań na ogół środków docierania do masowych audytoriów. Pojawił się, wspomniany już, neologizm *mass media*, pojęcie, w odróżnieniu od prasy, w znacznym stopniu abstrakcyjne i otwarte. Mógł on obejmować nie tylko prasę, radio i telewizję, ale także i inne możliwe do wynalezienia środki masowego i periodycznego dystrybuowania przekazów. Ważniejszy od jego otwartości zakresowej był jego abstrakcyjny charakter, podkreślał bowiem w swej nazwie – „*media*” – nie technologię (prasa, druk), ale transmisyjną naturę działania. Prasa jaka jest, każdy widzi (w kiosku), ale media są pojęciem abstrakcyjnym, gdyż łączą środki o zupełnie innej technologii i formie działania (prasa – językowo-piśmienno-typograficzno-graficznej; radio – słowno-muzyczno-dźwiękowej; telewizja – obrazowo-graficzno-słowno-muzyczno-dźwiękowej).

Cechy wspólne mediów rysowały się niejasno (co łączy np. kwartalnik z telewizją?), jednak pewne podobieństwa gatunkowe (serwis informacyjny w dzienniku, w radiu i w telewizji, powieść w odcinkach, słuchowisko radiowe, telenowela), jak i masowość odbioru, po-

---

miętaniu: wynalazek ten jest lekarstwem na pamięć i mądrość. A król mu na to: Teucie, mistrzu najdoskonalszy, [...] jesteś ojcem liter, zatem przez dobre serce dla nich przypisałeś im wartość wprost przeciwną tej, którą one posiadają naprawdę. Ten wynalazek niepamięć w duszach ludzkich posieje, bo człowiek, który się tego wyuczy, przestanie ćwiczyć pamięć; zaufa pismu i będzie sobie przypominał wszystko z zewnątrz, a nie z własnego wnętrza, z siebie samego. Więc to nie jest lekarstwo na pamięć, tylko środek na przypominanie sobie. Uczniom swoim dasz tylko pozór mądrości, a nie mądrość prawdziwą”. Przekł. W. Witwicki, Warszawa 1958 (274D – 275B).

<sup>11</sup> W. Pisarek, *Ośrodek Badań Prasoznawczych w nauce o komunikacji społecznej u progu Trzeciego Tysiąclecia*. W: *Zarządzanie i komunikowanie. Tendencje rozwoju badań naukowych u progu XXI wieku*. Pod red. H. Kocójowej. Kraków 1999, s. 97-107.

<sup>12</sup> D. McQuail, *Mass Communication Theory. An Introduction*, 3th ed. London 1994.

mogły w potocznym rozumieniu prasy, radia i telewizji jako mass mediów. Trzeba jednak myśleć generalizująco, aby dostrzec ukryte podobieństwa i wspólną nazwą objąć tak różne formy komunikowania masowego.

McLuhan nie był oczywiście pierwszym, który wprowadził słowo „medium”, ani tym bardziej „media” do wiedzy o komunikowaniu (wcześniej popularny był termin „mass media”). Ma ono długą historię, chociaż karierę zrobiło dopiero w ostatnich dziesięcioleciach<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Raymond Williams. w leksykonie etymologicznym *Keywords* (London: Fontana, 1976, s. 169–170) wyjaśnia pochodzenie i znaczenie słów *medium* i *media* w języku angielskim:

*Medium*. od *medium* (łac.) – środek, jest w regularnym użyciu w języku angielskim od końca XVI wieku i najpóźniej na początku XVII wieku nabrało znaczenia interweniującego pośredniczenia lub materii pośredniczącej. Stąd Burton (1621): ‘To the Sight three things are required: the Object, the Organ and the Medium’ (‘Dla wzroku trzech rzeczy potrzeba: Obiektu, Organu i Medium’); Bacon (1605): ‘expressed by the Medium of wordes’. (‘Wyrażony przez medium słów’). Następnie było powszechne w XVIII wieku znaczenie w odniesieniu do gazet: ‘through the medium of your curious publication’ (‘poprzez medium pańskich ciekawych publikacji’) (1795), które w XIX wieku rozszerzyło się do takich zastosowań jak ‘considering your Journal one of the best possible mediums for such a scheme’ (‘uznając pana Dziennik jako jedno z najlepszych możliwych mediów dla takiego programu’) (1880). Wśród tego ogólnego zastosowania, opis gazety jako medium reklamowego stało się powszechne na początku XX wieku. XX-wieczny rozwój słowa *media* (słowo to powszechnie jest używane w liczbie mnogiej od połowy XIX wieku) prawdopodobnie dotyczył głównie tego kontekstu. Słowo *media* zaczęło być szeroko stosowane, kiedy emisja programów oraz prasa stały się ważnymi środkami komunikowania. wówczas słowo *media* stało się niezbędnym określeniem, po którym nastąpiły media masowe, ludzie mediów, agencje medialne, badania mediów. Nastąpiła prawdopodobnie zbieżność trzech znaczeń: (i) starego ogólnego znaczenia jako pośredniczenia bądź materii pośredniczącej; (ii) znaczenia fachowego jak w rozróżnieniu na media drukowane, dźwiękowe i wizualne, (iii) wyspecjalizowanego kapitalistycznego znaczenia, w którym gazeta lub usługa emisji – coś co już istnieje lub może być planowane – postrzegane jest jako medium dla czegoś innego, na przykład reklamy. Interesujące, że znaczenie (i) opierało się na szczególnych filozoficznych lub filozoficznych ideach, gdzie konieczna była substancja pośrednicząca pomiędzy zmysłem lub myślą a jego działaniem lub jej wyrażeniem. We współczesnej nauce i filozofii, a zwłaszcza w myśleniu o języku, odrzucono pojęcie *medium* i tak język jest nie *medium*, ale tylko jego pierwotną praktyką, a pisanie – dla druku, mowa zaś lub odgrywanie roli dla – emisji byłyby również praktykami. Jest więc rzeczą kontrowersyjną, czy druk i emisja, jak w znaczeniu fachowym (ii) są mediami, czy może ściślej biorąc, materialnymi formami i systemami znaków. To prawdopodobnie właśnie tutaj określone idee społeczne, w których pismo i emisja są spostrzegane jako zdeterminowane przez dwa bieguny od stosunkowo neutralnych ‘informacji’ po wysoce sprecyzowaną ‘reklamę’ i ‘propagandę’ – potwierdzają znaczenie nabyte, ale wtedy powodują zamieszanie we współczesnym znaczeniu słowa komunikowanie. Fachowe znaczenie słowa *medium*, jako czegoś o własnych określonych i determinujących własnościach (w jednej z wersji nadanie absolutnego priorytetu nad wszystkim, co jest mówione, pisane lub pokazywane) w praktyce zgodne jest ze społecznym znaczeniem mediów, zgodnie z którym praktyki i instytucje spostrzegane są jako pośrednicy w zupełnie innych niż pierwotne celach. Można by dodać, że w wyniku szybkiej popularyzacji tego terminu od lat pięćdziesiątych XX wieku *media* są często w języku angielskim używane w liczbie pojedynczej. (Tłumaczenie Grzegorz Mitera).

## Prasoznawstwo jest dobre na wszystko?

Historycznie rzecz biorąc, pierwszym medium masowym była prasa, stąd naturalnym rodzajem wiedzy o mediach stało się prasoznawstwo (jeśli nie liczyć retoryki, jako wiedzy i umiejętności posługiwania się medium mowy). Analogicznie, pierwszymi ludźmi mediów (znowu, jeśli nie liczyć retorów i kaznodziei), byli dziennikarze, specjaliści od periodycznego informowania i komentowania wydarzeń za pomocą słowa drukowanego. Stąd, gdy pojawiły się inne media, także ich personel redakcyjny nazywano dziennikarzami (choć w krajach bardziej medialnie rozwiniętych, szybko stali się oni „nowiniarzami”, *newsmanami*, a jako pracownicy merytoryczni – *media personnel*).

Ustawy prasowe, choćby z uwagi na rozważę i konserwatyzm prawników, zachowały swe nazwy, a jedynie z konieczności częściowo objęły także sprawy i personel innych mass mediów, tzn. radia i telewizji. Jednakże specyficzne cechy mediów audiowizualnych wykorzystujących widmo radiowe, to znaczy radia i telewizji, skłoniły władze państwowe do przygotowania odrębnych regulacji prawnych, nie mających odniesienia do prasy w ścisłym sensie tego słowa. W konsekwencji w wielu krajach mamy obecnie sytuację paradoksalną, choć łatwą do wytłumaczenia: ustawa Prawo prasowe obejmuje niektóre sprawy funkcjonowania radia i telewizji, natomiast Ustawa o radiofonii i telewizji w ogóle nie odnosi się do prasy.

Jednakże obecne trendy technologiczne, a zwłaszcza tzw. konwergencja mediów, w tym zbliżanie się telekomunikacji i telewizji, gdy chodzi o nowe formy kodowania i transmisji, a także powstanie sieci informacyjno-telekomunikacyjnych (Internet), sprawiają, iż coraz więcej krajów przyjmuje w tej szerokiej dziedzinie zintegrowane ustawodawstwo, określając podstawowy akt prawny „ustawą o mediach” czy, jak w USA o telekomunikacji).

W miarę pojawiania się nowych mediów i nowych trendów ich rozwoju, umacnia się tendencja do używania nowej terminologii. Pojęcie „prasoznawstwa” (jak i w Niemczech „Publizistikwissenschaft”) trąci myszką, zwłaszcza dla młodej generacji studentów i badaczy mediów, którym należy długo tłumaczyć zawilosci historii i naturalną w nauce ostrożność terminologiczną. Niezlomnym obrońcą tradycyjnej terminologii jest Walery Pisarek, wieloletni dyrektor Ośrodka Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch” w Krakowie (od 1998 roku Katedra Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego). Jednak jego obrona zarówno samej nazwy, jak i paradygmatu badań (rozwiniętych w Ośrodku jeszcze w czasach dyrektorowania Ireny Tetelowskiej), w świetle nowych trendów zmian zarówno samej nauki, jak i mediów, nie gwarantuje przetrwania paradygmatu (a także rozwoju samej placówki – jak dumnie ogłasza „u progu Trzeciego Tysiąclecia”<sup>14</sup>). Ważniej-

---

<sup>14</sup> Walery Pisarek. *op. cit.*, s. 9. rozpoczyna przedstawianie dorobku Ośrodka Badań Prasoznawczych stwierdzeniem: „Nauka o komunikowaniu się ludzi [...] jest niewątpliwie królową wszystkich nauk zwanych tradycyjnie humanistycznymi”. Szkopuł w tym, że – jak nieco dalej wyjaśnia sam autor – „[...] prawdziwa nauka o komunikacji międzyludzkiej [...] istnieje właściwie jako postulat, a nie brak

sze zatem od historycznych argumentów za pozostawianiem staroświeckich nazw i struktur organizacyjnych, wydają się względy merytoryczne poszukiwania nowej terminologii. Wchodzimy z pewnością w erę mediów, opuszczamy erę prasy i jej standardowych badań.

Prasoznawstwo w Polsce tworzone i rozwijane wedle wzorców Mieczysława Kafla i Ireny Telelowskiej – skupia się bowiem na transmisyjnym modelu działania mediów, koncentrując na elementarnej formule: NADAWCA – PRZEKAZ – ODBIORCY, dodatkowo zawężając je (jak M. Kafel), do zakresu pracy dziennikarskiej.

Tymczasem staje się jasne, że model transmisyjny, *implicite* zawarty w większości studiów prasoznawczych, to tylko jeden ze sposobów ujmowania problematyki masowego komunikowania medialnego. Nie chodzi bowiem tylko o to, co prasa (media) robi z ludźmi, ale jak to ujmuje podejście „użytków i satysfakcji”, także o to, co ludzie robią z prasą (mediami), czyli mówiąc językiem semiotyki, jak ludzie robią, dekonstruuja i jak odbierają przekazy<sup>15</sup>.

Kluczowe dla podejścia semiotycznego jest pojęcie tekstu, tworzonego nie przez sam przekaz, lecz przez odczytującego go odbiorcę (stąd uogólnione pojęcie „czytelnika”).

## Komunikowanie – proces czy dziedzina badań?

Podstawowym bodźcem, który stworzył nową dziedzinę studiów nauk społecznych, była konieczność rozpoznania zasięgu odbioru przekazów masowych za pomocą nowych wówczas mediów, radia, a potem telewizji. W systemie komercyjnym te media zależą od wpływów z reklam, a sumy, jakie są gotowi płacić reklamodawcy, zależą od zasięgu i jakości audytoriów. Publiczność (w terminologii anglosaskiej – audytorium), z uwagi na swe rozproszenie i domowy charakter odbioru, jest wielką niewiadomą procesu komunikowania za pomocą mediów masowych. Wykorzystując techniki stworzone przez Gallupa dla sondaży opinii publicznej, Paul Lazarsfeld i jego współpracownicy opracowali metody statystyczne badania i pomiaru wielkości i składu masowych audytoriów radiowych i widowni telewizyjnych.

Te, jak i inne ilościowe metody badawcze (berelsonowska analiza zawartości), były na tyle oryginalne, że już na początku lat czterdziestych naszego stulecia dały podstawę Robertowi Mertonowi do mówienia o amerykańskim wariacie socjologii wiedzy, skupionej na masowej informacji i komunikacji. Traktował go jako najoryginalniejszy amerykański wynalazek w dziedzinie nauk społecznych: opinię tę w innych słowach powtórzył znacznie później Everett Rogers<sup>16</sup>.

---

też głosów, że na zawsze pozostanie w sferze pobożnych życzeń”. Zatem, ta „królowa nauk” (jako socjolog pamiętam też czasy, gdy socjologię uznawano za królową nauk humanistycznych) jeszcze nie dojrzała do panowania, a może – o ironio! – jest po prostu wirtualną królową?.

<sup>15</sup> J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Przekł. A. Gierczak, Wrocław 1999.

<sup>16</sup> E. Rogers, *A History of Communication Study. A Bibliographical Approach*, New York-Toronto 1994, s. 445.

W Stanach Zjednoczonych badania nad radiem, filmem, telewizją, a w pewnej mierze prasą i dziennikarstwem, ukonstytuowały się jako odrębna dziedzina studiów, najczęściej nazywana *mass media research* (w węższym znaczeniu także *journalism research*, a w szerszym – *public opinion research*). Z uwagi na funkcje, jakim media służą – ogólnie mówiąc komunikowaniu – wiedza ta była określana jako „communication”. Wielkie zasługi jej kryształizacji, jako odrębnej dziedziny nauk społecznych, położył Willbur Schramm, prawdziwy ojciec amerykańskiej nauki o komunikowaniu (*communication science*), choć on sam wskazywał na czterech innych „ojców-założycieli” (Lasswell, Lazarsfeld, Hovland i Berelson). Jednak Rogers (1986) słusznie wskazuje na Schramma jako instytucjonalnego niestruzonego założyciela akademickich placówek badań nad komunikowaniem (masowym). Schramm był pierwszym w świecie profesorem, który otrzymał tytuł naukowy Professor of Communication. Sam Schramm był w pełni świadomy, że istotą badań ma być proces (i skutki) komunikowania, co ujmuje tytuł pierwszego w świecie podręcznika *Communication in Modern Society* (1948), a także jednej z pierwszych i najbardziej znanych i wpływowych książek pod jego redakcją *Process and Effects of Mass Communication* (1954).

Schramm, będąc z wykształcenia filologiem, dobrze rozumiał proces porozumiewania się ludzi, co z kolei ułatwiło mu traktowanie pojęcia „communication” jako nazwy ogólnej dla „wszelkich form porozumiewania się ludzi”<sup>17</sup>. Ta ogólność terminu „communication” umożliwiła amerykańskim wydziałom filologicznym na przemianowanie „Speech Department” na „Communication Department”, co niestety negatywnie ciąży na jasności terminologii naukoznawczej w Stanach Zjednoczonych<sup>18</sup>. Analogicznie jak termin prawo, oznaczający zarówno przedmiotową dziedzinę, jak i dyscyplinę akademicką, termin „communication” wskazuje na proces porozumiewania się, jego umiejętność, nauczanie oraz badanie. Nazwa „Communication Department” kryje w USA nader różne specjalizacje retoryczne, językoznawcze, ale też studia nad komunikowaniem i dziennikarstwo. Bardziej jednoznaczna, ale rzadsza, jest nazwa „Media Department”.

Komunikowanie jako proces porozumiewania się ludzi wymaga środków, inaczej – mediów. Zatem podstawowa jego klasyfikacja opiera się wykorzystywanych mediach. Jeśli, za McLuhanem, uznamy, że mowa jest medium myśli, to przecież mowa może być wyrażana, transmitowana i utrwalana za pomocą innych mediów (wtórnych, wedle określenia Sapira). A zatem, i pismo, i druk są mediami, z tym, że medium druku zawiera w sobie medium pisma, a ono z kolei medium mowy<sup>19</sup>. Związek mediów przypomina zatem popularną rosyjską „babę w babie”.

Jednak McLuhanowska analiza wskazuje, że przez media rozumie bardziej technologie (jako przedłużenia, ekstensje ludzkich zmysłów) niż instytucje produkujące i rozpowszechniają-

<sup>17</sup> W. Schramm, *Men, Messages, and Media. A Look at Human Communication*. New York 1973.

<sup>18</sup> E. Rogers, *op. cit.*, s. 446.

<sup>19</sup> M. McLuhan, *op. cit.*

ce przekazy, a w istocie znaczenia. Stąd McLuhan mógł powiedzieć: „Przełożnik (medium) jest przekazem”, wykpiwając Schrammowską krytykę, iż „To przekaz jest przekazem”.

Bardziej zbalansowane spojrzenie na media wskazuje, że obaj, i McLuhan i Schramm, mają po części rację; media bowiem mają dwie strony, są i przełożnikami, a więc przekazy są najważniejsze, ale są również przedłużeniem zmysłów i środowiska człowieka, a więc same zmieniają „balans doznań zmysłowych”.

## Meyrowitz – teoria medium czy teoria mediów?

W prosty sposób trzy perspektywy analizy mediów – jako mediów właśnie – przedstawił Meyrowitz w swej analizie różnych kompetencji medialnych (*multiple media literacies*). Proponuje on odróżnienie tradycyjnej analizy medium jako nośnika treści (przekazów) od analizy kodów (gramatyki mediów) i ich wykorzystania (środowisko medialne). Oto trzy zestawienia ilustrujące te trzy perspektywy analityczne.

### Zestawienie I. Elementy zawartości mediów<sup>20</sup>

Metafora mediów-jako-nośników skupia uwagę na tych elementach, które przenoszą się relatywnie łatwo od medium do medium oraz między interakcją twarzą-w-twarz a mediami. Te elementy to:

idee  
 tematy  
 zagadnienia  
 informacje  
 wartości  
 ideologie  
 apele perswazyjne  
 sytuacje  
 obiekty  
 osoby lub role  
 działania lub zachowania  
 narracje  
 gatunki (tematycznie lub rodzajowo zdefiniowane)

<sup>20</sup> J. Meyrowitz. *Multiple Media Literacies*, „Journal of Communication”, Winter 1998, s. 97–98.

*Typowe kwestie odnoszące się do elementów zawartości mediów:*

struktura (wzory powyżej wymienionych elementów)  
motywacje producentów zawartości  
wpływ przemysłu medialnego na strukturę zawartości  
wpływy ekonomiczne i polityczne na treści przekazów  
odmienności indywidualnej i grupowej recepcji zawartości  
korelacje pomiędzy zawartością mediów i rzeczywistością  
skutki zawartości  
typy przekazów, które rzadko lub w ogóle nie pojawiają się w mediach

Znaczenie treści medialnych jest najbardziej widoczne, gdy inne elementy zapośredniczonego (mediated) komunikowania zostaną pominięte i gdy jeden element zawartości, **A**, jest kontrastowany z innym, hipotetycznym elementem **B**.

#### **A versus B**

ELEMENT ZAWARTOŚCI **A** vs. ELEMENT ZAWARTOŚCI **B**

*Na przykład:*

gwałtowna vs. spokojna akcja  
seksistowska vs. partnerska treść  
rutynowe sprawozdania vs. dziennikarstwo śledcze  
dokumentalny vs. fabularny film  
jeden gatunek vs. inny gatunek

## Zestawienie 2. Przykłady zmiennych gramatyki mediów<sup>21</sup>

Zmienne produkcji mogą być kształtowane w ramach każdego medium, aby zmienić percepcję zawartości przekazu.

Media drukowane	Fotografia	Radio/audio	TV/Film
rozmiar/kształt strony, kolor papieru	ujęcie/kąt przód/tył/profil	ustawienie mikrofonu	(większość zmiennych fotografii, większość zmiennych radia/audio)
grubość papieru	wybór ogniskowej	perspektywa dźwiękowa,	zanikanie obrazu
rozmiary czcionek	głębina ostrości	głośność, ton, filtry	cięcia, montaż,
kolor czcionek	obiektyw (szeroko-wąskokątny)	częstotliwości,	zoom, ruchy kamerą
użycie kursywy, itd.	naświetlenie	zanikanie głosu	w poziomie, ruchy kamerą w pionie
szerokość kolumn	przesłona, migawka,	wieloscieżkowość	stała i drgająca
odstęp, akapity	rodzaj filmu, filtr,	sekwencje/milczenie	kamera podział
wolne przestrzenie	kolor, kontrast, typ papieru, obcięcie	echo zmiany szybkości –	ekranu powiązanie
grafika i łamanie	rozmiar/kształt obrazu	oddzielenie kanałów balans kanałów	obrazu i dźwięków

Wpływ gramatyki mediów jest najbardziej widoczny, gdy element zawartości A jest stały, a pewna zmienna gramatyki mediów jest kontrastowana z inną.

### A versus A

#### ZMIENNA GRAMATYKI I vs. ZMIENNA GRAMATYKI II

Na przykład:

#### MORDERSTWO

pokazane z perspektywy ofiary vs. z perspektywy mordercy

#### KOBIETA-DYREKTOR

przedstawiona „profesjonalnie” (ujęcie z niskiego kąta) vs. „intymnie” (ujęcie w zbliżeniu)

<sup>21</sup> *Ibidem*, s. 100-102.

## ULICA W BAGDADZIE

pokazana z pomocą teleobiektywu (zatłoczenie) vs.obraz  
szerokokątny (przestrzennie)

Zestawienie 3. **Zmienne dotyczące medium**<sup>22</sup>

Analiza medium skupia uwagę na tych relatywnie stałych cechach danego medium (albo jako ogólny rodzaj mediów), które nadają im unikalne właściwości i odróżniają je od innych mediów od interakcji twarzą-w-twarz.

rodzaje przekazywanej sensualnej informacji; jednozmysłowe albo wielozmysłowe  
(*wizualne, oralne, zapachowe, itd.*)

formy informacji w obrębie każdego zmysłu  
(*np. obrazy vs. pisanie słowa; dźwięki vs. głos*)

stopień definiowania, rozdzielczości, wierności  
(*np. głos radiowy jest bliżej żywego głosu niż zbliżenie obrazu telewizyjnego twarzy do twarzy w zwykłej konwersacji*)

jednokierunkowego vs.dwukierunkowego vs. wielokierunkowego (*np. radio vs. telefon vs. telekonferencja na żywo*)

symultaniczne vs. sekwencyjne dwukierunkowych (*np. słyszenie odpowiedzi jednej osoby w rozmowie telefonicznej vs. kolejne zabieranie głosu w CB radio*)

szybkość i stopień natychmiastowości w kodowaniu,  
rozpowszechnianiu oraz dekodowaniu

relatywna łatwość/trudność uczenia się kodowania i dekodowania  
oraz liczba i rodzaje mistrzowskiego opanowania  
(*Np. uczenie się czytania vs. uczenie się słuchania radia*)

stopień trudności kodowania do stopnia trudności odkodowywania

fizyczne wymagania dla wykorzystania medium  
(*Czy trzeba być w pewnym miejscu, trzymać coś, stać nieruchomo, patrzeć w określonym kierunku, używać określonego oświetlenia, zaprzestać interakcji twarzą-w-twarz, angażować lub unikać innych zajęć, itd.*)

<sup>22</sup> *Ibidem*, s. 104-105.

Stopień i rodzaje ludzkiej manipulacji  
(*np. malowanie obrazu vs. zrobienie fotografii*)

kształt i natura rozpowszechniania  
(*np. jak wiele osób ludzie może korzystać z tego samego przekazu w tym samym momencie*)

Otoczenie, środowisko medialne jest najbardziej widoczne, gdy elementy zawartości są stałe i patrzymy poza zakres gramatycznych zmiennych w ramach każdego medium do różnic w korzystaniu z jednego medium vs. innego medium (albo vs. żadnego z medium).

OTOCZENIE MEDIALNE I

versus

OTOCZENIE MEDIALNE II

*Na przykład:*

e-mail vs. rozmowa telefoniczna  
polityczna debata w radiu vs. w telewizji  
wiadomości telewizyjne vs. wiadomości gazetowe  
dyskusja polityczna w krajowym radiu vs. dyskusja w lokalnym radiu  
wyształcenie w „kulturze druku” vs. „kulturze elektronicznej” (także: jakiegokolwiek medium vs. rozmowa twarzą-w-twarz)

Na poziomie mikro, pojedynczej sytuacji, analizy mediów wnikają w konsekwencje wybrania jednego z mediów versus innego dla szczególnego przekazu. Na poziomie makro, sytuacji społecznej, analizy medium badają, jak szeroko rozpowszechnione sposoby używania i korzystania z nowego medium prowadzą do istotnych zmian społecznych.

### **Pożegnanie z masowymi mediami?**

Żegnamy erę Gutenberga, a wchodzimy w erę Turinga, Gatesa, a ogólnie McLuhana. Słowami kluczowymi nowej epoki są komputer, CD-ROM, Internet (sieć sieci), metafora „globalnej wioski”. Początek ery komunikowania masowego zwiastowała prasa, zwiastunem nowej jest Internet. Prasa była jednokanałowa i jednomedialna, zwłaszcza na swym początku, gdy operowała niemal wyłącznie typografią; współczesne multimedia są wielokanałowe i operują słowem, pismem, dźwiękiem muzycznym i obrazem, a zapewne w nieodległej przyszłości także dotykiem i zapachem (*virtual reality*).

Wynalazek druku, choć zaiste rewolucyjny, był łatwy do intelektualnego opanowania. Książka drukowana była techniczną realizacją formy już znanej – książki rękopiśmiennej. Nie było więc kłopotów ze znalezieniem dla niej treści – Gutenberg stworzył aparat powielania, czyli był dostawcą informacji (*information provider* w dzisiejszej terminologii), a nie jej twórcą. Był równocześnie selekcjonerem informacji – mógł wybrać inny tekst do drukowania. A jednak wybrał Biblię, jako nieodrodny syn swoich czasów, a także jako przewidujący rzemieślnik. Druk *Pisma Świętego* dawał bowiem największe szanse na finansowy sukces, gdyż z uwagi na znaczną liczbę bibliotek klasztornych mógł liczyć na zamożnych nabywców. I choć sam Gutenberg zbankrutował, to jego wynalazek przyniósł później fortunę wielu jego kontynuatorom, przede wszystkim wydawcom ksiąg świeckich. Jednak, jak słusznie podkreśla McLuhan, nie tyle sama treść ksiąg (*Biblia*, książki religijne), ale ich dostępność wywołała dalekosiężne skutki.

Epokowe znaczenie wynalazku druku było przedmiotem tak licznych wielostronnych i głębokich analiz, iż nie ma potrzeby ich tu przypominać<sup>23</sup>. Jednak warto podkreślić, że jego religijne, polityczne i kulturowe konsekwencje zaczęły się ujawniać dopiero w pięćdziesiąt lat później. Przede wszystkim książki drukowane rozwinęły typografię odmienną od liternictwa znanego z ksiąg rękopiśmiennych. Później stworzyło nowe formy graficzne (w tym umieszczanie spisu treści, indeksów). Ważniejsze były jednak konsekwencje społeczne, poczynając od skutecznego buntu religijnego Lutera, który bez książki drukowanej nawet pomyśleć się nie da, poprzez druki okazjonalne pamfletowe, aż do narodzin literatury popularnej i jej korelatu, edukacji powszechnej. I wreszcie warto wskazać, że książka drukowana była pierwszym w dziejach ludzkości towarem maszynowo i masowo produkowanym, tworzącym własną sieć promocji i dystrybucji (także międzynarodowej, przynajmniej w Europie).

Centralne znaczenie tekstu pisanego w kulturze Średniowiecza i Oświecenia stawiało książkę w centrum nośników znaczeń kulturowych. Gazeta, która pojawiła się ponad dwieście lat później niż księga drukowana, także była nośnikiem treści i form już znanych, nowin (czyli wiadomości bieżących) przesyłanych drogą listową. To, co odróżniało ją od dawnych listów kupieckich, to przede wszystkim periodyczność i stała struktura różnorodnej zawartości. Była także, wzorem książki, towarem oferowanym na sprzedaż dla szerokiego ogółu, a więc, w odróżnieniu od listów kupieckich, medium publicznym.

Połączenie siły słowa pisanego, druku, i regularności publikowania, stworzyło formę kulturową o niezwyklej mocy społecznego oddziaływania, potocznie określaną jako „czwarta władza”. W istocie, jak wiemy, to dziennikarze zostali uznani za czwarty stan społeczny, a tzw. władza prasy odnosi się (poza władzą selekcji, czyli *gatekeepera*) do wywierania wpływu na opinie, tak elit, jak i publiczności czytelnicznej. Niemniej, przez

---

<sup>23</sup> E. L. Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformation in Early Modern Europe*. Vol. 1-2, New York 1978.

co najmniej 350 lat prasa jako środek komunikowania masowego (masowego przekazu) była w centrum badań nad obiegiem informacji i komunikowania w społeczeństwie. To się jednak kończy, nie tylko dlatego, że i sam zasięg (nakłady) prasy, zwłaszcza codziennej, oraz liczba tytułów dzienników, ulegają zmniejszeniu. Media audiowizualne, jak radio, nadal mają się świetnie, a telewizja – mimo fragmentaryzacji – pochłania wielką i nadal rosnącą ilość czasu. Centralność prasy i odpowiednio – prasoznawstwa zanika wobec narodzin i rozwoju tzw. nowych mediów, czyli różnorodnych instrumentów, urządzeń, aparatów, które zmieniają pozycję zarówno nadawcy (dystrybutora), jak i odbiorcy treści.

Prasa (jak i poprzednio książka) oraz tradycyjne radio i telewizja były oparte na dominacji instytucji nadawczej (programowej), jednokierunkowej formie przekazu, nieadresowalnym i otwartym (publicznym) charakterze transmisji, na ogół wielkiej, mało zróżnicowanej i biernej zbiorowości odbiorczej (publiczności). Nowe media, w tym media korekcyjne (np. magnetowid VHS, pilot telewizyjny, audiotele, itp.), zmieniają zasadniczo obieg informacji, od modelu alokucji do modeli interakcyjnych: konwersacji, konsultacji i rejestracji<sup>24</sup>.

Co więcej, te media same ulegają konwergencji działając w torze kodu cyfrowego. Stają się multimediami. Relację NADAWCA-PRZEKAZ-ODBIORCA zastępuje relacja PRODUCENT-USŁUGA INFORMACYJNA-KONSUMENT, a często jeszcze prostsza DOSTAWCA-KLIENT, albo wręcz SERWER-KLIENT. Podział na tzw. *entertainment* (rozrywkę) i *information* zaciera się i mówimy o *info-tainment*. Dziennikarz telewizyjny, prezenter czy *anchorman (person)* staje się już nie nowiniarzem (*newsman*), ale raczej wideojockeyem, puszczającym informacyjne wideoklipy z kraju i ze świata.

Zatem na wszelkich szczeblach komunikowania występują zupełnie nowe problemy. Trzymanie się starych schematów, także terminologicznych, na pewno nie pomoże w identyfikacji problemów, ale raczej oznacza wciskanie nowych zjawisk w prokrustowe łożo dawnych terminów i ujęć.

Rzeczywistość ulega takiemu przetworzeniu przez media, że można mówić o kulturze medialnej rzeczywistości oraz rzeczywistej medialności (Castells operuje pojęciem *real virtuality*, rzeczywistej wirtualności). Ta pierwsza, czyli medialna rzeczywistość odnosi się do tradycyjnej sfery sztuki, np. filmowej, gdzie media (film fabularny) kreowały *sui generis* – rzeczywistość. Ta druga, czyli rzeczywista medialność odnosi się do prezentacji rzeczywistości *via* media, a zatem odchodzi od metafory mediów jako okna na świat lub lunety, gdy w istocie media tę rzeczywistość modyfikują, tworząc nowy byt społeczny, *real virtuality*, rzeczywistą medialność. Przykładów drugiego typu nie brakuje: tzw. film dokumentalny nie jest w istocie dokumentem, a raczej konstruk-

---

<sup>24</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teoria i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999, s. 77–78.

cją, tyle że przesiąkniętą tzw. rzeczywistością, która zresztą sama już jest rzeczywistością zmedializowaną.

Kariera nowego typu programów, zaczynając od *Reality TV* (nowy kanał w telewizji kablowej), aż po programy podglądackie, typu *Big Brother*, wskazuje, że to media wszelkiego rodzaju stają się centrum emocji społecznych.

Kluczowe dla nowej ery jest pojęcie sieci. Media stają się albo sieciowe (telefon, Internet) albo są elementami sieci rozsiewczych (radio, telewizja) czy adresowalnych (komputer, podłączone do sieci urządzenia peryferyjne, drukarki, magnetowid). Prasa zatem, jeśli nie chce odejść do lamusa historii, musi wejść do Internetu, a tam do tzw. portali (są to zarządzane zbiory witryn i łączników).

Czyżby na początku była prasa, a na końcu jest... portal?



BARTŁOMIEJ GOLKA

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

## INTEGRACJA EUROPEJSKA A POLITYKA MEDIALNA

Celem poniższych uwag będzie próba spojrzenia na te zasadnicze poczynania wielkich współczesnych instytucji europejskich (a zwłaszcza Rady Europy), które odnoszą się do polityki medialnej państw nie tylko będących już członkami Unii Europejskiej, ale także tych dopiero aspirujących do niej.

Wiele na ten temat powiedziano w dokumentach publikowanych w Strasburgu i Brukseli, jak i (choć oczywiście w węższym zakresie) w Warszawie. W tym miejscu nie chodzi jednak o przypomnienie pojedynczych faktów, lecz systematykę głównych kierunków oddziaływania na media, jakie wylaniają się w jednoczącej się Europie i, być może, sformułowanie pewnych konkluzji, które wydają się być szczególnie aktualne w przypadku naszego kraju. Sądzę bowiem, że w właśnie tej dziedzinie można dostrzec dychotomię rekomendacji europejskich i rzeczywistości medialnej w Polsce. Są to sprawy w znacznym stopniu dyskusyjne, ale i godne dyskusji, u nas zaś jak gdyby należące do kręgu zagadnień zarezerwowanych dla elitarnych grup polityków, dziennikarzy (którzy zresztą wypowiadają się na te tematy rzadko i dość niechętnie) i menedżerów. Nawet prawnicy, wydawałoby się szczególnie powołani do przekształcania teorii w praktykę przez akty normatywne i budowanie uznawanych zasad, w nikłym stopniu przyczyniają się do inicjowania i rozwoju dyskusji na temat roli mediów polskich w obliczu integracji europejskiej. Oby nie okazało się kiedyś, poniewczasie, że nasze przygotowania akurat w tej dziedzinie odstają od innych dziedzin i dlatego uniemożliwiają ostateczne postawienie kropki nad i.

Poniższe uwagi są w pewnym sensie kontynuacją i rozszerzeniem tekstu, jaki opublikowałem przed kilku laty w „Zeszytach Prasoznawczych”<sup>1</sup>. Wtedy skoncentrowałem się na problemach etycznych, odnosząc się głównie do dokumentów Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy, zawartych w zbiorze pt. *Recommandations et résolutions adoptées par l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> B. Golka, *Etyka dziennikarska – utopia czy ratunek?* „Zeszyty Prasoznawcze” 1995, nr 1/2.

<sup>2</sup> *Recommandations et résolutions adoptées par l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*, Strasbourg 1993, DH-MM (93)3.

Tamten zbiór, jak też jego kolejna wersja z roku 1994 (DHMM(94)3), a także teksty pt. *Recommandations adoptées par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*<sup>3</sup> oraz *Conférences Ministerielles Européennes sur la Politique des Communications de Masse, Direction des Droits de l'Homme*<sup>4</sup> stały się podstawą niniejszych rozważań.

W 1993 roku ukazała się też ważna publikacja pt. *Activités du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*<sup>5</sup>, która zawiera rys historyczny zaangażowania się Rady Europy w problematykę medialną oraz porządkuje jego kierunki.

Należy przypomnieć, że Rada Europy była pierwszą po II wojnie światowej organizacją polityczną powołaną do utrwalania jedności i współpracy w Europie. Powstała ona w Strasburgu 5 V 1949 roku<sup>6</sup>, a jej głównym przedmiotem zainteresowania są prawa człowieka. Zrzesza ona znacznie więcej członków niż Unia Europejska, aczkolwiek działania obydwu tych instytucji mają charakter komplementarny i służą procesowi integracji Europy.

„Program prac międzyrządowych Rady Europy w dziedzinie mediów został ustanowiony w 1976 roku, ale nawet przed jego przyjęciem podejmowanych było wiele działań międzyrządowych w odpowiedzi na raporty, zalecenia i rezolucje, przyjmowane przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy. Te zalecenia czy rezolucje, podobnie jak kolokwia organizowane przez Zgromadzenie świadczą o stałym zainteresowaniu polityków europejskich funkcjami mediów jako instrumentami niezbędnymi dla demokracji”<sup>7</sup>.

W 1991 roku Dyrekcja Praw Człowieka podjęła prace międzyrządowe Rady Europy w zakresie komunikowania masowego. Oznaczało to „wzmocnienie ścisłych więzów między mediami a wartościami fundamentalnymi, które leżą u podstaw Rady Europy. Dobre funkcjonowanie mediów niezależnych i autonomicznych oraz dostępność wielu źródeł informacji są bowiem czynnikami zasadniczymi dla demokracji i zrozumienia międzynarodowego. Wolność informacji jest nie tylko prawem fundamentalnym samym w sobie, ale również ułatwia korzystanie z imych praw fundamentalnych”<sup>8</sup>.

Komitet Ministrów Rady Europy powierzył realizację programu działań w dziedzinie mediów Komitetowi Kierowniczemu (Comité directeur) w dziedzinie środków masowego przekazu (CDMM). Komitet ten składa się z ekspertów mianowanych przez rządy państw uczestniczących w Radzie Europy.

---

<sup>3</sup> *Recommandations et résolutions adoptées par l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*, Strasbourg 1994, DH-MM (94)2.

<sup>4</sup> *Conférences Ministerielles Européennes sur la Politique des Communications de Masse, Direction des Droits de l'Homme*, Strasbourg 1995, DH-MM (95)4.

<sup>5</sup> *Activités du Conseil de l'Europe dans le domaine des Media*, Strasbourg 1993, DH-MM (93)1.

<sup>6</sup> *Europa od A do Z. Podręcznik integracji europejskiej*. Red. W. Weidenfeld, W. Wessels, Gliwice 1995, s. 290.

<sup>7</sup> *Activités du Conseil*, op. cit., s. 5.

<sup>8</sup> *Ibidem*

Do głównych zadań CDMM należy rozwijanie współpracy europejskiej w dziedzinie mediów między państwami uczestniczącymi, mając na uwadze umacnianie wolności wyrażania opinii oraz informacji w demokratycznym społeczeństwie pluralistycznym, a także swobodę obiegu informacji i idei; popieranie różnorodności niezależnych i autonomicznych mediów odzwierciedlających zróżnicowanie opinii i kultur.

W rezultacie tego CDMM powinien przygotowywać europejskie środki polityczne oraz instrumenty prawne i inne dla sprostania wymaganiom wynikającym z szybkiego rozwoju technicznego, ekonomicznego, politycznego etc. w dziedzinie mediów.

Prace CDMM opierają się na Statucie Rady Europy (1949), Europejskiej Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności (1950), Deklaracji Wolności wyrażania opinii oraz informacji (1982) i Europejskiej Konwencji o telewizji transgranicznej (1989).

Dla realizacji szczegółowych działań CDMM powołała szereg podkomitetów (komitety ekspertów, grupy specjalistów, grupy robocze). Powstały one m.in. dla analizy zagadnień prawnych, audiowizualnych, koncentracji mediów, wolności dziennikarstwa, praw człowieka etc.

Przewidziano także powoływanie różnorodnych grup i komitetów dla rozwiązywania aktualnych problemów, np. piractwa dźwiękowego i audiowizualnego, współpracy europejskiej w dziedzinie środków audiowizualnych itp.

CDMM zajmuje się wszystkimi aspektami działań medialnych: prawnymi, politycznymi, kulturalnymi, zdrowia społecznego, sportu, władz lokalnych etc., współpracując w tym celu ze wszystkimi instytucjami zawodowymi mającymi związek z mediami.

CDMM systematycznie publikuje wyniki swoich prac, a także organizuje konferencje i spotkania międzynarodowe.

Przytoczone wcześniej dokumenty pozwalają określić główne kierunki myślenia i oddziaływania politycznego Rady Europy w dziedzinie mediów.

Zacznijmy od stwierdzeń porządkujących.

Dokumenty zawarte w omawianych zbiorach można zgrupować w trzech kategoriach dotyczących a) wszystkich mediów, b) mediów audiowizualnych oraz c) – głównie – prasy drukowanej.

Najobszerniejsza, chociaż nie najliczniejsza jest grupa pierwsza. W niej bowiem zawierają się takie problemy mediów, jak:

- ekonomiczne,
- etyczne,
- koncentracji,
- prawne,
- wolności mediów,
- oddziaływania kulturalnego,
- reklamy,

- relacji między parlamentami a mediami,
- rozwoju technologii medialnych,
- futurologiczne.

W wielu dokumentach zagadnienia te występują łącznie, powyższe wyliczenie trzeba więc traktować tylko jako orientacyjne. Częstotliwość występowania każdego z wymienionych zagadnień przedstawia się następująco:

Problemy ekonomiczne – 1

Recommendation 1059(1987) on the economics of culture,

Problemy etyczne – 2

Resolution 1003 (1993) on the ethics of journalism; Recommendation 1215 (1993) on the ethics of journalism.

Problemy koncentracji medialnej – 2

Recommendation 747 (1975) on press concentrations, Resolution nr 1 przyjęta na trzeciej konferencji ministrów europejskich Nikozja, Cypr, 9-10 października 1991.

Problemy prawne – 11

Recommendation 952 (1982) relative aux mesures à prendre au niveau international pour protéger la liberté d'expression par une réglementation de la publicité commerciale, Resolution (74)26 sur le droit de réponse, Recommendation nr R(81) 19 sur l'accès à l'information détenue par les autorités publiques, Recommendation nr R(86)2 sur les principes relatif aux questions de droit d'auteur dans le domaine de la télévision par satellite et par cable, Recommendation nr R(86) sur le droit d'auteur et la politique culturelle, Recommendation nr R(88)1 sur la copie privée sonore et audiovisuelle, Recommendation nr R(88) sur des mesures visant a combattre la piraterie dans le domaine de droit d'auteur et des droits voisins, Recommendation nr R(90)11 sur les principes relatifs aux question de droits d'auteur dans le domaine de la reprographie, Recommendation nr R(91) sur le droit aux extraits sur des événements majeurs faisant l'objet de droits d'exclusivité pour la radiodiffusion télévisée dans un contexte transfrontiere, Recommendation nr R(91) 14 sur la protection juridique des services de télévision cryptes, Recommendation nr (92) 15 sur l'enseignement, la recherche et la formation dans le domaine du droit et des technologies de l'information.

Problemy wolności mediów – 5

Resolution 427 (1970) containing a declaration on communication media and human rights, Recommendation 815 (1977) on freedom of expression and the role of the writer in Europe, Recommendation 834 (1978) on threats to the freedom of the press and television, Recommendation data protection and freedom of information.

Problemy oddziaływania kulturalnego mediów – 5

Recommendation 963 (983) on cultural and educational means of reducing violence, Recommendation 1067 (1987) on the cultural dimension of broadcasting in Europe, Recommendation 1111 (1989) on the European dimension of education, Résolution 70 concernant les

emplois éducatifs et culturels de la radio et de la télévision en Europe, Economie des médias et pluralisme politique et culturel (Résolution nr 1, Nicosie 9-10 X, 1991).

Problemy reklamy – 2

Recommendation 952 (1982) on international means to protect freedom of expression by regulating commercial advertising (zaliczona także do grupy prawnej), Recommendation nr R(84)3 on principles on television advertising.

Problemy relacji między parlamentami a mediami – 2

Resolution 820 (1984) on relations of national parliaments with the media, Recommendation 996 (1984) on Council of Europe work relating to the media, Recommendation 1147 (1991) on parliamentary responsibility for the democratic reform of broadcasting.

Problemy rozwoju technologii medialnych – 2

Resolution 956 (1991) on transfer of technology to countries of Central and Eastern Europe. Recommendation nr R(84) 22 on the use of satellite capacity for television and sound radio.

Problemy futurologiczne mediów – 2

Les nouveaux media électronique en Europe, Plan d'Action stratégique pour la promotion des media, dans une société démocratique (1995).

Inne – 1

Recommendation nr R(84) 17 on equalities between women and men in the media.

Drugą, wyodrębnioną powyżej, grupę dokumentów Rady Europy stanowią te, które odnoszą się w całości lub głównie do mediów audiowizualnych. Można tu wymienić następujące pozycje:

Recommendation 748 (1975) on the role and management on national broadcasting, Recommendation 749 (1975) on European broadcasting, Recommendation 834 (1978) on threats to the freedom of the press and television, Recommendation 926 (1981) on question raised by cable and television by direct satellite broadcasts, Recommendation 1096 (1989) on the European Convention on Transfrontier Television, Recommendation 1098 (1989) on East-West audiovisual cooperation, Resolution 957 (1991) on the situation of local radio in Europe, Recommendation 1147 (1991) on parliamentary responsibility for the democratic reform on broadcasting, Resolution 61 (23) on the exchange of television programmes, Resolution 70 (19) on educational and cultural uses of radio and television in Europe, Recommendation nr R(81)19 on sport and television, Recommendation nr R(84)22 on the use of the satellite capacity for television and sound radio, Recommendation nr R(86)3 on the promotion of audiovisual production in Europe, Recommendation nr R(93)5 containing principles aimed at promoting the distribution and broadcasting of audio-visual works originated in countries or regions with a low audio-visual output or a limited geographic or linguistic coverage on the European television markets, Recommendation 1077 (1988) on access to transfrontier audiovisual media during election campaigns, Résolution nr 1 (Vienne 9-10 XII 1986): La promotion des oeuvres audiovisuelles européennes: production, programmation, distribution et transmission transfrontières, Résolution nr 2 (1995)<sup>4</sup> Radiodiffusion publique et privée en Europe.

I wreszcie trzecia grupa dokumentów Rady Europy odnosząca się głównie lub wyłącznie do prasy drukowanej:

Recommendation 747 (1957) on press concentrations, Recommendation 834 (1978) on threats to freedom of the press and television, Resolution 67 (13) on the press and the protection of youth, Resolution 74 (26) on the right of reply-position of the individual in relation to the press.

Zastrzegając się, iż w wielu dokumentach problemy wszystkich lub niektórych mediów traktowane są łącznie, wyrazić można jednakże pogląd, że już ilościowe proporcje tematyczne ukazują główne kierunki zainteresowań Rady Europy. Największe zainteresowanie wzbudzają problemy ogólnomediacyjne oraz mediów audiowizualnych, natomiast prasa drukowana znajduje się pod tym względem na końcu.

Dokonajmy teraz próby zwięzłego ukazania najważniejszych, jak się wydaje, kierunków i celów tej aktywności.

Traktowanie mediów jako wspólnego podmiotu prowadzi do wielostronnego postrzegania ich współczesnych problemów. Media te koncentrują bowiem wiele różnorodnych elementów, które zostały wymienione wcześniej.

Cel działań integracyjnych w dziedzinie mediów w Europie można sprowadzić do ukierunkowania ich rozwoju i aktywności w sposób zgodny z podstawowymi dokumentami dotyczącymi praw człowieka uznawanymi przez społeczność europejską. Mamy tu do czynienia z wyraźnym odrzuceniem aprobaty wyłącznego działania praw rynku i uznaniem społecznej doniosłości i siły oddziaływania mediów. Konsekwencją takiego stanowiska stało się poszukiwanie metod kształtowania przyszłości komunikacji medialnej w Europie nie tylko przez ogólne deklarowanie zasad, ale analizę i diagnozowanie konkretnych elementów rynku medialnego oraz formułowanie w miarę możliwości wyraźnych zaleceń co do polityki komunikowania masowego. Zwróćmy uwagę na znaczenie samego tego określenia, jakże często przewijającego się w uchwałach i dyskusjach rozmaitych gremiów europejskich. Jeden z opublikowanych zbiorów dokumentów nosi tytuł: Konferencje ministerialne europejskie na temat polityki komunikowania masowego<sup>9</sup>.

Wszystko to świadczy o randze problemu, szczególnie w warunkach szybkich zmian technologicznych zwielokrotniających siłę oddziaływania mediów.

Dokumenty odnoszące się do wszystkich mediów, a więc z natury rzeczy bardziej deklaratywne i zasadnicze, zawierają – jak się wydaje – dwa nurty refleksji. Jeden z nich to troska o rozwój mediów zgodny z „duchem europejskim”, a więc ich wolność i niezależność, różnorodność opinii, poziom etyczny dziennikarzy, prawdziwość informacji i uczciwość opinii. Drugi wątek dotyczy głównych warunków osiągnięcia tych postulatów przez odpowiednie środki prawne, określenie zasad i granic koncentracji medialnej, a także funkcjonowania ekonomicznego przedsiębiorstw medialnych, reklamy w mediach, właściwego wyko-

<sup>9</sup> *Conférences Ministérielles, op. cit.*

rzystania rozwoju nowych technologii i wreszcie relacji między mediami a parlamentami państw europejskich.

Jako przykład takiego podstawowego dokumentu można wskazać Rezolucję nr 428 (1970) Zgromadzenia Konsultatywnego Rady Europy na temat mediów komunikowania masowego i praw człowieka, która nawiązywała do prac Sympozjum w Salzburgu w roku 1968. Rezolucja ta zawierała postulaty w trzech głównych dziedzinach: statusu i niezależności prasy i innych mediów oraz – wreszcie – środków ochrony jednostki przed ingerowaniem w jej prawo do prywatności.

Rezolucja, uznając media jako instytucje wykonujące zasadnicze funkcje publiczne, formułowała następujące założenia ich działalności: prawo do wolności wyrażania, które obejmuje „swobodę poszukiwania, udzielania, publikowania i rozpowszechniania informacji oraz idei”<sup>10</sup>. Nakłada to na władze publiczne obowiązek udostępniania informacji „w granicach rozsądku”, a na media konieczność przekazu pełnego i kompletnego. Podkreślano potrzebę zapewnienia niezależności mediów od kontroli państwowej środkami prawnymi, a także likwidację bezpośredniej lub pośredniej cenzury.

Jednocześnie jednak akcentowano odpowiedzialność mediów wobec społeczeństwa i jednostki. Jako środek dla zapewnienia tego na pierwszym miejscu wymieniono zawodowe szkolenie dziennikarzy, a dalej – stworzenie kodów etyki dziennikarskiej oraz powołanie rad prasowych wyposażonych w uprawnienia niezbędne dla rozpatrywania przypadków nieprofesjonalnego działania dziennikarzy.

W sferze ochrony praw jednostki, rezolucja (w której wspomniano zresztą o życiu prywatnym „z minimalnymi ingerencjami”) wymieniała wiele możliwości zakłóceń, generalnie rzecz biorąc – szkodliwych dla życia indywidualnego i rodzinnego.

Szczególne znaczenie nadawano ochronie praw jednostek pełniących funkcje publiczne. Odrzucano tu popularną zasadę „gdzie zaczyna się życie publiczne, tam kończy się życie prywatne”, podkreślając, iż „fakt, że jednostka stanowi przedmiot informacji, nie pozbawia jej prawa do ochrony prywatnego życia”.

Zagrożenie dla prywatności upatrywano także w rozwoju wielu nowoczesnych technik umożliwiających ingerowanie w życie prywatne. Wzywano do stworzenia odpowiednich legislacji krajowych, zabezpieczających przed wszelkimi przypadkami naruszania praw jednostki.

Przyjrzyjmy się teraz, w jaki sposób Rada Europy stara się oddziaływać na rozwój mediów. Zaczniemy od problemów ekonomicznych, które zresztą nie były podejmowane zbyt często.

W dokumencie pt. Recommendation 1059 (1987) środki komunikowania masowego i prasa drukowana potraktowane zostały jako główne elementy kultury masowej, obok sportu i muzyki. Z tego względu należy im się szczególna uwaga, zwłaszcza iż wykazują one wielką wrażliwość wobec potężnych inwestorów i sił rynkowych.

---

<sup>10</sup> *Recommendations and résolutions*, DH-MM (93)3, 10

Podkreślono, że rządy państw mają obowiązek stworzenia dla twórczości kulturalnej i artystycznej warunków wolnych od więzów ekonomicznych, między innymi przez łączenie inicjatyw państwowych i prywatnych. Działania te powinny mieć charakter stały i stabilny, niezależnie od fluktuacji ekonomicznych.

Znacznie konkretniejszy charakter mają zalecenia i sugestie dotyczące etyki dziennikarzy, zawarte w dwóch dokumentach: Rezolucji 1003 (1993) i Rekomendacji 1215 (1993).

W pierwszym dokumencie zwraca uwagę intencja przyświecająca Zgromadzeniu Parlamentarnemu Rady Europy, zasygnalizowana na wstępie: „Zgromadzenie aprobuje poniższe zasady etyki dziennikarskiej i uważa, że powinny być one stosowane w tym zawodzie przez całą Europę”.

Funkcja „modelowa” wyraźna jest w obydwu tych tekstach, wyrażających pragnienie jakże trudnego łączenia altruistycznych postulatów etycznych z konkretnymi dążeniami do ich wcielania w życie skomercjalizowanych europejskich mediów. Służy temu próba określenia funkcji podstawowego tworzywa dziennikarskiego, jakim jest informacja i opinia, a także apel o konsekwentne rozgraniczenie obydwu tych elementów treści medialnych. Pierwszy z nich powinien być weryfikowany na podstawie prawdziwości, drugi – uczciwości. Oczywiście, zakładając dobrą wolę uczestników przekazu medialnego włącznie z dysponentami samych mediów. W dokumentach wielokrotnie akcentowana jest potrzeba komunikowania masowego bez ingerencji władz publicznych lub instytucji prywatnych, które nie tylko nie mogą uważać się za właścicieli informacji, ale powinny sprzyjać pluralizmowi mediów, bronić ich wolności.

Za warunki prawidłowego wypełniania obowiązków przez dziennikarzy uznane zostały takie czynniki, jak posiadanie przez nich wykształcenia zawodowego oraz zapewnienie im właściwej płacy.

Jak wynika z omawianych dokumentów, dziennikarstwo, ze względu na doniosłość swoich funkcji społecznych, powinno podlegać określonym zasadom. I tak, dziennikarze muszą kierować się prawdą i uczciwością, szanować prawo jednostki do życia prywatnego (włącznie z prawem osób sprawujących funkcje publiczne), zdobywać materiały w sposób legalny i uczciwy, a w razie naruszenia praw osobistych należy zapewnić pokrzywdzonemu możliwość odpowiedniego zadośćuczynienia.

Ważną rolę w tworzeniu mechanizmów samokontroli dziennikarskiej powinny odgrywać kolegialne ciała z udziałem dziennikarzy, wydawców, właścicieli mediów oraz ich odbiorców, a także przedstawicieli nauk szczególnie zainteresowanych mediami.

Dokumenty zawierają też ogólne wskazania na temat zachowań prasy w sytuacjach konfliktowych i szczególnych. Media mają obowiązek obrony wartości demokratycznych, praw ludzkich, przeciwstawiania się gwałtowi i przemocy.

Problemy koncentracji medialnej poruszone zostały między innymi w dwóch wymienionych już dokumentach – Recommendation 747 on press concentrations z 1975 roku oraz Resolution nr 1 pt. Economie des media et pluralisme politique et culturelle z 1991 roku.

Pierwszy dokument, powołujący się zresztą na wcześniejszą Rezolucję 534 (1972) oraz Rezolucję (74)43 Komitetu Ministrów, składał się z dwóch elementów: we wstępnej części jego autorzy przypominali o wzrastającym zagrożeniu dla różnorodności mediów jako konsekwencji dzielenia rynku między zmniejszającą się liczbą gazet oraz grup prasowych, a także dawali wyraz przeświadczeniu, iż różnorodność ta – „fundamentalny składnik wolności wyrażania” – jest wstępnym warunkiem demokratycznego systemu politycznego.

Podkreślali dalej, że aktualna sytuacja ekonomiczna stanowi dla prasy bardzo poważne zagrożenie, podważa bowiem stabilność finansową wszystkich gazet, a nawet byt jednostek słabszych i w tych warunkach zastosowanie środków pomocy publicznej staje się tym ważniejsze.

Nie powinny być jej pozbawione także periodyki opozycyjne wobec rządów, które kształtują owe programy.

W dalszej części dokumentu zawarte zostały zalecenia Komitetu Ministrów.

I tak, apelowano o rozważenie możliwości wsparcia środków narodowych środkami podejmowanymi na poziomie europejskim, jak np.:

- opracowaniem modelowego statutu dla personelu redakcyjnego, zawierającego gwarancję wolności wyrażania i informowania, zwłaszcza w obliczu wszelkich prób kontrolowania dziennikarzy podejmowanych przez właścicieli lub związki zawodowe;
- określeniem kryteriów polityki informacyjnej w społeczeństwie demokratycznym;
- stworzeniem w ramach Rady Europy ośrodka informacyjnego o koncentracji prasy.

Ośrodek taki powinien gromadzić i rozpowszechniać dane o sytuacji w każdym z krajów uczestniczących, systematycznie obserwować i analizować tendencje koncentracji prasy, związki między informacją drukowaną oraz audiowizualną, ustalać ścisłą współpracę z organizmami i stowarzyszeniami prasowymi w celu uświadamiania wszystkich możliwych środków poprawy jej samej, także drogą uwrażliwiania opinii publicznej na problemy koncentracji prasy.

Drugi dokument – wynik konferencji ministrów w Nikozji w 1991 roku – również nawiązywał do problemów stwarzanych przez czynniki ekonomiczne, polityczne dla pluralizmu mediów w Europie, zwłaszcza zaś przez procesy koncentracyjne.

Podkreślano w nim, co prawda, że nie należy tracić z pola widzenia pozytywnych ich skutków, ale wydaje się, że w większej mierze chodziło o zagrożenia dla demokracji.

Dając wyraz przekonaniu o obowiązkach Rady Europy co do inicjowania i rozwijania odpowiednich działań, apelowano do państw uczestniczących o dyskusję w celu wypracowania odpowiedniej polityki wobec koncentracji oraz zachowania niezależności i rozwoju mediów, wzywano Komitet Ministrów Rady Europy do uważnego śledzenia ewolucji procesów koncentracyjnych na poziomie transnarodowym i przygotowania odpowiednich środków prawnych w celu zachowania pluralizmu oraz wolności informacji.

Były to więc środki deklaratywne, apele o wielkiej wadze, chociażby ze względu na rangę instytucji stosujących, jednocześnie utrzymane w bardzo ogólnych ramach i bez wyraźnych wskazań realizacyjnych.

Najwięcej uwagi poświęcano jednak środkom prawnym, którymi można by uchronić wolność i zróżnicowanie mediów przed współczesnymi zagrożeniami. Środki te dotyczyły w większości konkretnych, określonych problemów.

I tak, Rekomendacja 952 odnosiła się do regulacji w zakresie reklam komercyjnych i miała na celu obronę wolności wyrażania jako „prawa fundamentalnego” w krajach Europy. Wstępną jej część stanowiło odwołanie się do artykułu 10 Europejskiej Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, który przypominał, iż „Każdy ma prawo do wolności wyrażania opinii. Prawo to obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji ze strony władz i bez względu na granice państwowe. Niniejszy przepis nie wyklucza prawa państwa do poddawania procedurze zezwoleń przedsiębiorstw radiowych, telewizyjnych lub kinematograficznych”<sup>11</sup>.

W dalszym ciągu akcentowano konieczność realizowania tego prawa, jednakże przy poszanowaniu praw innych, a następnie zwracano uwagę, iż reklama komercyjna – zasadniczy element gospodarki rynkowej – ma często charakter agresywny i niektóre grupy, np. dzieci i młodzież, nie są przeciwko niej dostatecznie uodpornione. Przykładem mogą być skutki reklamy alkoholu „alarmująco” odczuwalne w wielu krajach członkowskich.

Trzeba tu także wziąć pod uwagę szybki postęp techniczny w dziedzinie komunikowania masowego, np. telewizji kablowej czy bezpośrednich transmisji satelitarnych, które nie zatrzymują się przed granicami międzypaństwowymi.

Można się obawiać pomieszania reklamy z przekazami kulturalnymi, opinii i informacji, a także tego, iż wszelkie środki zaradcze ograniczające wpływy reklamy komercyjnej okażą się nieskuteczne, jeśli nie będą miały zasięgu międzynarodowego. Powinny one iść w parze z podnoszeniem na wyższy poziom edukacji młodzieży, wzmacnianiem organizacji konsumenckich.

I w tym przypadku podkreślano konieczność rozdzielania reklamy od programów w mediach elektronicznych. Inne zalecenia dotyczyły podejmowania skutecznych środków zmuszających reklamodawców do przestrzegania zasad krajowych i międzynarodowych, zwłaszcza w dziedzinie zdrowia, moralności, porządku publicznego, ochrony dzieci.

Dokument wskazywał także na konieczność przeciwdziałania reklamom kłamliwym oraz kryptoreklamie.

Interesującą inicjatywą było wezwanie do przyjęcia „obowiązkowego kodu deontologii reklamy komercyjnej, który powinien w szczególności uwzględniać wpływ reklamy na dzieci i młodzież, a także konieczność rozdziału między reklamą oraz informacją i opinią.

Innym zagadnieniem rozpatrywanym wśród problemów prawnomedialnych było prawo do odpowiedzi. Poświęcono mu Rezolucję 74 (26), przyjętą przez Komitet Ministrów 2 lipca 1974 roku.

---

<sup>11</sup> *Prawo w stosunkach międzynarodowych. Wybór dokumentów*. Oprac. S. Bieleń, Warszawa 1996, s. 181.

Wstępna część rezolucji służyła określeniu stanowiska Rady Europy wobec złożonego problemu równowagi między wolnością wyrażania, a zabezpieczeniem praw jednostki przeciwko „publikowaniu informacji zawierających nieprawdziwe dane w postaci faktów i opinii, które wkraczają w życie prywatne, naruszają godność, honor lub reputację” bez względu na rodzaj środka przekazu (drukowany, audiowizualny etc.).

Następnie zalecano rządów uczestniczącym, by pozycja jednostki wobec mediów zgodna była z następującymi zasadami:

- jednostka powinna mieć „efektywną możliwość” bezzwłocznego skorygowania publikowanych w mediach nieprawdziwych danych na swój temat w sposób równie widoczny, jak uczyniono to w publikacji korygowanej;
- sprostowanie dotyczyłoby ingerencji w sferę prywatności, jednak z wyjątkiem spraw usprawiedliwionych interesem publicznym, a także podejmowanych w ramach powszechnie stosowanej praktyki i w sposób zgodny z prawem;
- sprostowanie odpierałoby atak na czyjaś godność, honor lub opinię, jeśli informacji nie towarzyszyła cicha zgoda owej jednostki, a jednocześnie w grę nie wchodził krytycyzm oparty na prawdzie.

W dokumencie podkreślano jednocześnie, iż żadna okoliczność nie może usprawiedliwiać cenzury.

W rezolucji podjęta została także próba określenia pojęć stosowanych w związku z prawem do odpowiedzi.

I tak jednostka („individual”) miała oznaczać „wszystkie osoby fizyczne i prawne, jak również inne podmioty („bodies”) niezależnie od narodowości i miejsca zamieszkania z wyłączeniem państwa oraz innych władz publicznych”.

Przez „medium” rozumiano „wszelkie środki komunikacji służące publicznemu rozpowszechnianiu informacji o charakterze periodycznym, takie jak gazety, radio lub telewizja”.

Termin „efektywna możliwość naprawy” (effective possibility for the correction) to każda możliwość użycia środka naprawienia krzywdy („redress”), prawna lub innego charakteru, taka jak prawo do sprostowania, do odpowiedzi albo skarga do rady prasowej.

Określenie „remedium” („remedy”) oznacza środek naprawienia krzywdy, prawny lub inny, taki jak przewidziany prawem o zniesławieniu albo skarga do rady prasowej, którą może wnieść każda jednostka bez obciążenia przesadnymi kosztami.

Autorzy dokumentu zaznaczali, że zasady te powinny odnosić się do wszystkich mediów przy koniecznym uwzględnieniu konsekwencji ich specyficznych cech.

Dokumentowi towarzyszył załącznik pt. „Minimum zasad dotyczących prawa do odpowiedzi w prasie, radiu i telewizji oraz w innych mediach periodycznych”. Precyzował on pewne warunki stosowania tego prawa zależne m.in. od ustawodawstwa krajowego. Chodziło więc o możliwość odmowy w razie skierowania protestu po upływie zbyt długiego czasu, nadmiernej rozwlekłości skargi, przekroczenia uzasadnionych ram merytorycznych, zawarcia w niej karalnej obrazy, naruszenia uznawanych prawem interesów

osób trzecich, niemożnością wykazania przez osobę zgłaszającą pretensję osobistego uzasadnienia takich kroków.

W końcowej części załącznika zwracano uwagę na konieczność bezzwłocznego publikowania repliki i w taki sam sposób, w jaki opublikowana została wiadomość prostowana.

Dla zapewnienia realizacji prawa do odpowiedzi, prawo krajowe (national law) powinno określić osobę, która będzie reprezentowała media jako adresat, a także osobę odpowiedzialną za publikowanie odpowiedzi. Osoby takie nie powinny być chronione żadnym immunitetem.

Wszelkie spory co do zastosowania prawa do odpowiedzi powinny być rozstrzygane przez trybunał wyposażony w możliwość natychmiastowego nakazania publikacji.

Problemowi dostępu do informacji ze źródeł oficjalnych (władz) poświęcona była Rekomendacja nr R (81)19.

Ten zwięzły dokument Komitetu Ministrów Państw Uczestniczących (powołujący się na Rekomendację 854 o dostępie do dokumentów rządowych i wolności informacji) składał się z części wstępnej i załącznika.

Część pierwsza krótko określała ogólne przyczyny zajęcia się problemem, które sprowadzały się do zaznaczenia jego wagi dla większej jedności państw uczestniczących oraz roli informacji w państwie demokratycznym.

Załącznik zawierał natomiast rekomendacje dla rządów państw uczestniczących, by osiem wynikających stąd założeń było uwzględnianych w ich prawie i w praktyce wobec osób fizycznych i prawnych.

Pierwsza rekomendacja dotyczyła prawa każdego w państwach uczestniczących do otrzymania informacji od władz administracyjnych, ustawodawczych i sądowych.

Druga wzywała do zapewnienia po temu efektywnych i stosownych środków.

Trzecia stwierdzała, iż nie można odmówić dostępu do informacji przyjmując, że osoba ubiegająca się o to nie powinna interesować się daną sprawą.

Czwarta to postulat, by dostęp do informacji był zapewniony na zasadzie równości (equality).

Pozostałe zalecenia dotyczyły drugiej strony zagadnienia – ograniczeń, jakie powinny być uwzględniane w tej dziedzinie w demokratycznym społeczeństwie dla ochrony interesu publicznego.

I tak, w punkcie piątym wymienione zostały przyczyny koniecznych restrykcji: narodowe bezpieczeństwo, bezpieczeństwo publiczne, porządek publiczny, dobrobyt ekonomiczny kraju, zapobieganie przestępstwom, zapobieganie ujawnianiu informacji tajnych, a także ochrona prywatności, prywatnych interesów, prywatnego posiadania, a także informacji, które zagrozić mogą szczególnym interesom osób.

W punkcie szóstym stwierdzano, że odpowiedź na prośbę o udostępnienie informacji musi być udzielona w „rozsądnym” (reasonable) czasie.

Punkt siódmy zawierał stwierdzenie, iż negatywna odpowiedź na prośbę o udostępnienie informacji powinna być uzasadniona względami prawnymi albo praktycznymi.

Ostatnie zalecenie dotyczyło konieczności powtórnego rozpatrzenia sprawy na prośbę osoby zainteresowanej. Jak widać, dokument ten stanowić może dobry przykład problemu występującego niemal we wszystkich innych postulatach Rady Europy co do polityki medialnej – konieczności łączenia ze sobą w spójną całość tendencji przeciwstawnych, a w dodatku zjawisk, które trudno oceniać w sposób obiektywny i precyzyjny.

Wśród problematyki prawnej kilka zaleceń wiązało się z prawem autorskim w dziedzinie mediów. I tak, Rekomendacja R(86)2 odnosiła się do copyrightu w telewizji satelitarnej i kablowej. Dokument ten składał się z części wstępnej, zawierającej cele polityki oraz skonkretyzowanych zasad. W części początkowej podkreślano potrzebę zharmonizowania działań we Wspólnocie Europejskiej wyrażając opinię, iż Rada Europy jest „szczególnie predysponowana do opracowywania i rekomendowania zasad na tym polu na poziomie europejskim”.

„Zasady” dotyczyły właśnie czterech problemów:

- a) technicznych – rozróżnienia między programami nadawanymi za pośrednictwem satelitów bezpośrednich (direct broadcasting satellites) i stacjonarnych (fixed satellites), różnego typu sieci kablowych, etc.
- b) samych założeń, które powinny być przyjęte przez poszczególne organizacje nadające, uznania przez nie, iż prawa właścicieli wymagają skutecznej kontroli nad wykorzystywaniem ich dzieł i udziałów, szczególnie w przypadkach szerokiego rozpowszechniania za pośrednictwem satelitów.
- c) warunków formalnych, jakie powinny być spełniane przy rozpowszechnianiu chronionych dzieł za pośrednictwem satelitów lub kabla (w sposób pełny, bez zmian i przekształceń).
- d) roli państw w zapewnieniu ochrony praw autorskich (ujednoczenie stanowisk, uwzględnienie ekonomicznych skutków wpływu nowych mediów na dystrybucję dzieł, zatrudnianie autorów, rozważenie możliwości własnej ochrony materialnej, niezależnie od zabezpieczeń międzynarodowych, uzgodnienie polityki licencyjnej etc.).

Problemy prawa autorskiego i polityki kulturalnej państw przewijały się w kilku innych dokumentach. W Rekomendacji nr R(86)9 podkreślano na przykład, że celem Rady Europy jest osiągnięcie większej jedności w tej dziedzinie, a także iż copyright i prawa towarzyszące stanowią zasadniczy instrument polityki kulturalnej rządów. Rekomendacje dla rządów zmierzały w tym właśnie kierunku.

Rekomendacja R(88)2 dotyczyła z kolei piractwa w dziedzinie copyrightu i praw pokrewnych. Zawierała ona między innymi część pt. „Środki zaradcze i sankcje”, w której zawarto adresowany do państw uczestniczących postulat, by ich narodowe legislacje dostarczyły skutecznych środków przeciwko naruszaniu copyrightu oraz przeciwdziałały importowi i rozpowszechnianiu materiałów pirackich. W tym celu wzywano do maksymalnego wykorzystywania kontroli celnych i akcji policyjnych, państwa uczestniczące winny zaś informować się o podejmowanych działaniach, a także wspierać się wzajemnie.

Wśród licznych rekomendacji Rady Europy związanych z prawem medialnym warto jeszcze wspomnieć zalecenie nr R(92)15 dotyczące „Nauczania, badań i treningu w dziedzinie prawa oraz technologii informacyjnej”. Zostało ono przyjęte przez Komitet Ministrów 19 października 1992 roku.

Główną intencją tego dokumentu było stymulowanie studiów i badań z zakresu interakcji prawa i błyskawicznie rozwijających się technologii informacyjnych. M.in. zwracano uwagę władzom krajowym na potrzebę zorganizowania choć jednego narodowego ośrodka akademickiego o tym charakterze, a także apelowano o rozwijanie wymiany międzynarodowej studentów i uzyskiwanie stopni naukowych z tej dziedziny w różnych ośrodkach zagranicznych.

Załącznikiem do tego Zalecenia były „Sugestie dotyczące elementów programu studiów w dziedzinie prawa i technologii informacyjnych”. Składały się one z trzech części: uwag ogólnych, standardu minimalnego oraz studiów zaawansowanych.

Ściśle związane z problematyką prawno-medialną były zalecenia Rady Europy co do zakresu wolności mediów. W uwzględnionych publikacjach poświęcono im co najmniej 5 dokumentów. Podstawowe znaczenie wśród nich miała omówiona już wcześniej Rezolucja 428 (1970) zawierająca deklarację na temat środków masowego komunikowania i praw człowieka, która uwzględniała wyniki Sympozjum, odbytego w Salzburgu we wrześniu 1968 roku.

Ograniczone ramy artykułu nie pozwalają na analizę wszystkich dokumentów zawartych we wspomnianych na początku publikacjach Rady Europy. Kończąc ich skrótowy przegląd, wypada jednak podkreślić, że widoczna jest w nich idea nadrzędna – zrealizowanie w Europie określonej polityki medialnej w miejsce rozwoju mediów wyłącznie pod wpływem praw rynku i wolnej konkurencji.

Zasady tej polityki widoczne są wyraźnie. Potwierdzają one stare ideały prasy demokratycznej jako instytucji niezależnej od władzy politycznej, realizującej podstawowe prawo człowieka do informowania i wyrażania opinii, a jednocześnie działającej w sposób odpowiedzialny i zgodny z prawem.

Ważną cechą omawianych dokumentów jest wyraźne dążenie do konkretyzacji postulatów wszędzie tam, gdzie jest to możliwe i wskazane. Dlatego też należy założyć, że w zintegrowanej Europie zasady polityki medialnej w poszczególnych krajach poddawane będą uważnemu i wnikliwemu osądowi w interesie mediów, zbiorowości i jednostek.

MACIEJ MROZOWSKI

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*  
ISSN 1641-0920

## **MEDIA PUBLICZNE: DZIEDZICTWO PRZESZŁOŚCI – PERSPEKTYWY ROZWOJU**

Jedną z fundamentalnych instytucji społeczeństw demokratycznych Europy Zachodniej są niewątpliwie media publiczne. W mijającym właśnie półwieczu głęboko zapuściły korzenie w życiu społecznym, politycznym i kulturalnym europejskich demokracji, stały się zgoła fundamentem stabilności i harmonijnego rozwoju tych demokracji i społeczeństw. Niekwestionowane zalety mediów publicznych sprawiły, że nowe demokracje Europy Środkowej i Wschodniej przyjęły je jako wzór dla reform pokomunistycznych instytucji radiowych i telewizyjnych. Ale że nic nie trwa wiecznie, przeto i media publiczne zaczynają doświadczać upływu czasu – rozwój cywilizacyjny, któremu sprzyjały, uruchomił procesy i przekształcenia, które im nie sprzyjają. Zjawiska narastającej liberalizacji, komercjalizacji i globalizacji życia społecznego oraz stosunków gospodarczych rodzą niepokoje o tożsamość, rolę społeczną i przyszłość mediów publicznych. Tymczasem, dają one sobie radę nienajgorzej – zakumulowany przez lata kapitał społecznego zaufania procentuje, ale przyszłość nie rysuje się w ciepłych barwach, raczej zwiastuje narastające kłopoty. Dziś głównym zagrożeniem wydaje się komercjalizacja i globalizacja całej sfery komunikowania masowego. Potrzeba reakcji obronnej rodzi więc pytanie: co należy uczynić, żeby te procesy nie zaszkodziły tym mediom, żeby utrzymały one silną pozycję w zmieniającym się otoczeniu cywilizacyjnym i społecznym. Ponieważ jednak oba procesy dotyczą wszystkich dziedzin życia społecznego i wydają się logicznym, zgoła koniecznym etapem rozwoju cywilizacyjnego, dlatego właściwszym wydaje się odwrócenie perspektywy i postawienie innego pytania. Lepiej zatem spojrzeć na media publiczne z perspektywy obu wspomnianych procesów i spytać: jak zmieniają warunki działania mediów publicznych. Dopiero odpowiedź na to pytanie może stanowić przesłankę odpowiedzi na wcześniej postawione pytanie o przyszłość mediów publicznych.

## Ewolucja mediów publicznych w Europie Zachodniej

Patrząc na media publiczne z globalnej perspektywy spostrzec można, że podobnie jak inne instytucje oraz większość wytworów ludzkiej pracy, one także przechodzą przez swego rodzaju „cykl życia”. Tzn. powstają pod wpływem szczególnego splotu czynników techniczno-ekonomicznych i potrzeb społecznych, rozkwitają, gdy dobrze wykorzystują te czynniki i zaspokajają potrzeby społeczne, a popadają w kryzys, gdy zmieniają się techniczno-ekonomiczne warunki ich działania bądź potrzeby społeczne i albo dostosowują się do nowych warunków i potrzeb, znajdując dla siebie racje bytu w nowej rzeczywistości, albo tracą znaczenie i znikają (lub są utrzymywane jako elementy dziedzictwa czy pomniki przeszłości).

Instytucja nadawcy publicznego zrodziła się w Anglii w latach dwudziestych, kiedy to radio objawiło już swoją nośność społeczną oraz zasięg i siłę oddziaływania. Stało się wówczas jasne, iż to medium otwiera nowy rozdział w rozwoju cywilizacji. Radio ustanawiało bowiem nowy typ kontaktu komunikacyjnego, umożliwiającego przepływ informacji od centralnych instytucji państwowych do poszczególnych jednostek. Dzięki niemu, nie wychodząc z domu, mogły one uczestniczyć w ważnych wydarzeniach artystycznych, społecznych i politycznych, co więcej – mogły słuchać wielkich tego świata zwracających się do nich bezpośrednio. To tworzyło nową sytuację komunikacyjną i społeczną, także w zakresie sposobu sprawowania władzy w państwie. Powstało zatem pytanie: jak nowe medium należy wbudować w system społeczny, aby najlepiej służyło temu systemowi. W St. Zjednoczonych, opierających działanie systemu na inicjatywie prywatnej, radio włączono do sfery wolnej przedsiębiorczości, podlegającej regulom konkurencji rynkowej. W krajach opierających działanie systemu na autorytecie państwa (np. ZSRR, Włochy, Niemcy), radio podporządkowano państwu, czyniąc z niego ważne ogniwo aparatu władzy. W Anglii natomiast, gdzie działanie systemu miało się opierać na równoważnych stosunkach między wolnymi obywatelami i demokratycznym państwem, radiu nadano status instytucji publicznej, mającej pośredniczyć w prawidłowym kształtowaniu się tych stosunków.

Za twórcę koncepcji *slużby publicznej*, będącej powinnością, czy wręcz misją radia, jako *instytucji użyteczności publicznej*, uchodzi pierwszy dyrektor BBC, John Reith. Radio było dla niego narzędziem *oświecenia publicznego i upowszechniania wartościowej (wyższej) kultury*. Realizacja tak pojmowanej służby publicznej miała zaś polegać (i polegała) na tym, że elity intelektualne, polityczne i artystyczne starały się za pośrednictwem radia edukować resztę społeczeństwa i podnosić jego poziom kulturalny, by mogło ono świadomie uczestniczyć w życiu publicznym, kierując się interesem społecznym i zachowując poczucie narodowej tożsamości<sup>1</sup>. Za tę usługę społeczeństwo płaciło przymusowy abonament, gwarantujący nadawcy stabilność i niezależność. Z dzisiejszej perspektywy jest to ewident-

---

<sup>1</sup> A. Briggs, *The History of Broadcasting in the United Kingdom*, London 1961.

nie *paternalistyczna ideologia mediów*, lecz trzeba pamiętać, że cała ówczesna demokracja była *par excellence* paternalistyczna.

Gdy pojawiła się telewizja, dołączono ją do radia i objęto tym samym sposobem myślenia – oczywiście tam, gdzie obowiązywała koncepcja służby publicznej, a po II wojnie światowej przyjęła ją większość państw Europy Zachodniej. W państwach tych powstał więc silny sektor mediów publicznych, który funkcjonował, z pewnymi zgrzytami, do końca lat sześćdziesiątych, kiedy to wraz z całym modelem demokracji paternalistycznej został zakwestionowany przez potężny ruch protestu społecznego, określany jako kontestacja czy kontrkultura. Modelowi temu zarzucano, ogólnie biorąc, iż w istocie nie jest demokratyczny – formalne prawa polityczne nie zapewniają jednostce rzeczywistego wpływu na życie społeczne, a media publiczne utrwalają uprzywilejowaną pozycję elit. Żeby to zmienić, należało przedefiniować cały model demokracji, w tym także rolę mediów publicznych i koncepcję ich misji społecznej. Demokracji nie tworzą bowiem ani działające w pojedynkę jednostki, ani scentralizowane partie (elity) polityczne, tylko wspólnoty lokalne, więzy środowiskowe i zorganizowane grupy obywateli, czyli to, co określa się jako *społeczeństwo obywatelskie*. Media publiczne mogą odegrać konstruktywną rolę w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i na tym właśnie ma polegać ich służba publiczna. Innymi słowy: *publiczne radio i telewizja mają stanowić istotny, może nawet kluczowy element sfery publicznej, w obrębie której aktywizują się i organizują grupy obywatelskie, podejmujące trud rozwiązania nękających je problemów*. Nie umniejszając w niczym wagi działań edukacyjnych czy popularyzacji kultury wyższej, *media publiczne należy traktować przede wszystkim jako instytucje społeczeństwa obywatelskiego*, a ich służbę publiczną jako działanie na rzecz rozwoju tzw. trzeciego sektora, czyli inicjatyw obywatelskich i pozarządowych organizacji *non-profit*. W praktyce miałyby to polegać na umożliwieniu różnym grupom i organizacjom obywatelskim dostępu do mediów publicznych, żeby za ich pośrednictwem nawiązywały dialog tudzież współpracę z innymi grupami czy organizacjami. Powstające w efekcie takiego dialogu *więzy poziome* miały stanowić przeciwwagę dla *więzów pionowych* między elitami i masami<sup>2</sup>.

Lepiej lub gorzej, w latach siedemdziesiątych media publiczne starały się urzeczywistnić tak zmodyfikowaną koncepcję służby publicznej. Zmiany w sposobie zarządzania tymi mediami (decentralizacja, rozwój ośrodków lokalnych) i ich polityce programowej zwiększyły obecność w nich rozmaitych wspólnot środowiskowych, grup społecznych i mniejszości. Ten proces *demokratyzacji mediów publicznych* sprzyjał nowemu pojmowaniu istoty demokracji. Coraz rzadziej sprowadzano ją tylko do rządów opartych na woli większości, a coraz częściej utożsamiano z emancypacją i uczestnictwem w życiu publicznym rozmaitych mniejszości – etnicznych, rasowych, religijnych, seksualnych, kobiet, młodzieży, osób niepełnosprawnych, emerytów, eko-

---

<sup>2</sup> T. Burns, *The BBC: Public Service and Private World*, London 1977; N. Garnham, *The Mass Media and the Public Sphere*. W: P. Golding et al., (eds.), *Communicating Politics*, Leicester 1968.

logów, obrońców zwierząt, miłośników tradycji, weteranów, konsumentów, rzeczników zdrowego stylu życia, kolekcjonerów i hobbystów, etc. Media publiczne zaczęły dostarczać im informacji i wiedzy niezbędnej do walki o ich prawa oraz korzystania z tych praw, pozwalały im dyskutować o ich problemach – w konfrontacji z politykami lub we własnym gronie, a także dopuszczały ich do realizacji programów. Jeśli dodać do tego publicystykę polityczną, programy popularyzatorskie, promowanie twórczości i kultury wyższej oraz zróżnicowaną rozrywkę, z której media publiczne nigdy nie rezygnowały, otrzymujemy niezwykle szeroki wachlarz treści i funkcji, czyniących z tych mediów ważne instytucje społeczne<sup>3</sup>.

Trudno sądzić, czy proces demokratyzacji mediów publicznych oraz dywersyfikacji ich programów i funkcji postępowałby nadal, czy też raczej ulegałby pewnemu osłabieniu, gdyby pod koniec dekady lat siedemdziesiątych nie dokonał się głęboki zwrot polityczno-ekonomiczny, który wstrzymał te tendencje i postawił media publiczne w zupełnie nowej sytuacji. Chodzi o wzrost wpływów neoliberalnych sił politycznych, które w USA i Wielkiej Brytanii przejęły władzę i zapoczątkowały radykalne zmiany, wprowadzane pod hasłem liberalizacji i deregulacji. Przesłanką tej polityki była głęboka wiara w inicjatywę prywatną, przedsiębiorczość, wolną konkurencję i magiczną niemal moc „niewidzialnej ręki rynku”. Jakkolwiek ekspansja neoliberalnego katalogu wiary może się dziś wydawać triumfem naiwności, pozostaje faktem, że demontowanie różnego rodzaju ograniczeń prawnych i regulacji spowodowało ogromne ożywienie gospodarcze. Przejawiało się ono dwojako. Z jednej strony – swobodny przepływ kapitału, technologii i informacji wzmagał procesy globalizacji, czyli rozwijania działalności gospodarczej i eksportu kultury na skalę globalną. Z drugiej strony – poszerzanie zakresu działania prywatnych przedsiębiorców wzmagało proces komercjalizacji, czyli przenikania do wszystkich dziedzin życia zasady zyskowności i mechanizmu konkurencji rynkowej. Konsekwencje obu procesów są głębokie i nieodwracalne. *Globalizacja osłabia poczucie tożsamości narodowej, oparte na opozycji: krajowe (nasze) – zagraniczne (obce)*. Dziś we własnym kraju można pracować w zagranicznej firmie, a pochodzenie wielu produktów materialnych czy dóbr kultury jest trudne do ustalenia lub ewidentnie międzynarodowe. *Z kolei komercjalizacja zacięra podział na rolę obywatela i konsumenta*. O ile dawniej uczestnictwo w życiu publicznym było walką o podmiotowość (jednostkową lub zbiorową) i należne prawa, o tyle teraz jest ono raczej manifestacją indywidualnej satysfakcji, opartej na udziale w społecznym podziale bogactwa i poczuciu zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych – zresztą samo staje się formą aktywności konsumpcyjnej (wybory polityczne upodabniają się coraz bardziej do wyboru produktów konsumpcyjnych), traktowanej równocześnie jako warunek i przejaw prawdziwej wolności społecznej<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> P. Dahlgren, *Television and the Public Sphere*, London 1995.

<sup>4</sup> Z. Bauman, *Wolność*, Kraków 1995; M. Krajewski, *Konsumpcja i współczesność. O pewnej perspektywie rozumienia świata społecznego*, „Kultura i Społeczeństwo” 1997, nr 3; M. Eide, G. Knight, *Public/Private Service. Service Journalism and the Problems of Everyday Life*, „European Journal of Communication” Vol. 14 (1999), nr 4.

Oba te procesy nie ominęły, bo nie mogły, mediów publicznych. Co gorsza: właśnie media publiczne znalazły się w oku neoliberalnego cyklonu, jako że ucieleśniały wszystko to, co ten usiłował zetrzeć w pył. Były to jednak instytucje zbyt potężne, zbyt głęboko zakorzenione w społeczeństwie, by ich całkowita likwidacja, tj. prywatyzacja, wchodziła w grę (choć w Anglii poważnie to rozważano, a w innych krajach, np. Francji, częściowo zrealizowano). Jednakże umchomione procesy objęły również i tę sferę, zmieniając otoczenie i warunki działania nadawców publicznych. I tak, deregulacja przelamała ich monopol – pojawili się nadawcy prywatni, powstał tzw. model dualny. Państwa wprawdzie oszczędnie rozdawały licencje nadawcze, starając się, by liczba kanałów prywatnych nie przewyższała liczby kanałów publicznych, ale rozwój przekazu transgranicznego i systemów kablowych sprawił, że w krótkim czasie kanały konkurujące z nadawcami publicznymi zaczęto liczyć w dziesiątkach, a nawet setkach. Chcąc utrzymać znaczący udział w prężnie rozwijającym się rynku audiowizualnym, nadawcy publiczni musieli dostosować się do reguł konkurencji rynkowej, a to znaczyło tylko jedno – komercjalizację ich oferty i sposobu działania. Tak się też i stało, a przebieg i efekty tego procesu najpełniej opisuje teoria konwergencji<sup>5</sup>.

Teoria konwergencji zakłada, iż różne instytucje działające w tym samym środowisku i rywalizujące o te same dobra nieuchronnie upodabniają się w jakimś stopniu, nawet stosując odmienne mechanizmy adaptacyjne. Gdy spojrzy się na ofertę programową nadawców publicznych i prywatnych, efekty konwergencji widać gołym okiem, gdy zaś idzie o ich sposób działania – świadczą o tym z kolei różne wskaźniki ekonomiczne. W programach nadawców publicznych zwiększa się udział rozrywki, a pozycje edukacyjne i artystyczne spychane są w gorsze pasma czasowe, z kolei w programach komercyjnych rośnie udział informacji i publicystyki, pojawiają się też pozycje o pewnych ambicjach intelektualnych i artystycznych. Punkt zbiegu wyznaczają zazwyczaj gatunki stanowiące swoistą mieszaninę informacji i rozrywki, tzw. *infotainment*, np. formaty tabloidowe, *talk-shows*, *game-shows*, *documentary soap operas*, *reality tv*, etc. Wprawdzie nigdzie jeszcze nie stwierdzono, by pogorszenie programów publicznych i poprawa oferty komercyjnej zatarły różnice dzielące oba typy mediów, ale badania dowodzą, iż różnice te zmniejszają się systematycznie i wygląda na to, że media publiczne stają się „lepszą telewizją komercyjną”<sup>6</sup>.

Równie wyraźna jest komercjalizacja sposobu działania mediów publicznych – uzyskawszy prawo nadawania reklam, starają się one zdobyć jak największy udział w podziale „reklamowego tortu”. Zarazem strzegą zazdrośnie dochodów z tytułu przymusowego abonamentu,

---

<sup>5</sup> D. McQuail, *Caging the Beast: Constructing a Framework for the Analysis of Media Change in West Europe*, „European Journal of Communication” Vol. 5 (1990), nr 2/3; K. Siune, W. Truetzschler, *Dynamics of Media Politics*, London 1992.

<sup>6</sup> B. Pfetsch, *Convergence Through Privatization? Changing Media Environments Televised. Politics in Germany*, „European Journal of Communication” Vol. 11 (1996), nr 4; E. Bens, *Television Programming: More Diversity, More Convergence?* W: K. Brants, J. Hermen, L. Zoonen (eds.), *The Media in Question. Popular Culture and Public Interests*, London 1988.

uważając, iż tylko im się on należy, a do tego powinien być corocznie rewaloryzowany. Naraża je to na zarzut, iż są „uprzywilejowaną telewizją komercyjną”, łamiącą zasady uczciwej konkurencji. Taki stan rzeczy prowokuje też coraz częściej pytanie: czy różnica oferty między mediami publicznymi i komercyjnymi warta jest ceny tego abonamentu (tym bardziej, że można by te pieniądze wydać na płatne kanały kodowane, oferujące atrakcyjny repertuar filmowy).

Ostatecznym efektem, niejako ukoronowaniem procesu konwergencji, jest coraz wyraźniejsza ewolucja koncepcji służby publicznej, sankcjonująca komercyjną reorientację mediów publicznych. Wskazując na popularność programu jako warunek skuteczności służby publicznej, faktycznie czyni się z popularności najważniejsze kryterium polityki repertuarowej, zgoła cel działania. Dobry program to taki, który ma wysoką oglądalność, czyli trafia w gusty „masowego odbiorcy” i sprawia mu przyjemność. Wprawdzie nadal obowiązuje idea służby publicznej, ale nabiera ona nowego znaczenia – nie jest to już *oświecenie publiczne*, ani *służba na rzecz sfery publicznej*, tylko raczej *działanie w służbie publiczności*, czy *zgoła obsługa publiczności*. Przy tym publiczność definiowana jest bardziej w kategoriach zbiorowości konsumentów o różnych potrzebach, gustach i zasobności, niż jako zbiorowość obywateli. Nie ma tu już ani krzty paternalizmu, za to jego miejsce zajmuje klientyzm. W istocie, idea służby publicznej staje się bardziej elegancką i zawoalowaną wersją klasycznego zawołania rynkowego – „klient nasz pan”.

Na proces konwergencji trzeba też spojrzeć z perspektywy mediów komercyjnych, gdyż tu zmiany są równie głębokie. W ofercie programowej tych nadawców pojawiają się – jako efekt rywalizacji z mediami publicznymi oraz regulacji prawnych – pozycje wartościowe, typowe dla nadawców publicznych, jak np. publicystyka, dokument, edukacja. Co jednak najważniejsze, w niektórych krajach organy wydające koncesje nadawcom niepublicznym wprowadzają rozwiązania radykalnie zmieniające status nadawców komercyjnych, wpisując im do koncesji zadania programowe takie same (lub bardzo podobne) jak te, które mają nadawcy publiczni, np. TV2 i P4 w Norwegii czy TV4 w Szwecji. W rezultacie, *proces konwergencji prowadzi do hybrydyzacji kanałów – media publiczne działają w sposób komercyjny, a media komercyjne realizują służbę publiczną*<sup>7</sup>.

Pojawienie się kanałów-hybryd zamyka cykl rozwojowy mediów publicznych, gdyż urywa to, co było dotąd nierozzerwalne, czyli związek między zadaniami służby publicznej i mediami publicznymi. Teraz *służba publiczna przestaje być wyznacznikiem tożsamości instytucji nadawczej i staje się kategorią programową oderwaną od określonego typu nadawcy, która może być przypisana różnym nadawcom, niezależnie od ich statusu instytucjonalnego*.

Przyjmując, iż kategoria służby publicznej jest produktem i dziedzictwem ponad półwiekowej historii mediów publicznych, warto bliżej wskazać jej treść. Wszyscy na ogół się

---

<sup>7</sup> T. Syvertsen, *The Many Uses of the „Public Service” Concept*, „Nordicom Review” Vol. 20 (1999), nr 1; O. Findahl, *Public Service Broadcasting – A Fragile, Yet Durable Concept*, ibidem; H. Sondergaard, *Some Reflections on Public Service Broadcasting*, ibidem.

zgadzają, że jej istotą jest działanie w interesie publicznym. Ale kategoria interesu publicznego nie należy do dobrze zdefiniowanych, bywa pojmowana rozmaicie<sup>8</sup>, wobec czego niewiele wyjaśnia. Zamiast tego lepiej wskazać katalog zasad, które zwolennicy mediów publicznych zaliczają do ich podstawowych powinności. Wprawdzie tu też nie ma jednomyślności, lecz jest duża zbieżność. Rzecz całą upraszczając można przyjąć, iż dziś mamy do czynienia z dwoma podobnymi, ale jednak nieco innymi sposobami pojmowania zadań służby publicznej. Pierwszy wywodzi się z tradycji brytyjskiej i obejmuje osiem zasad działania<sup>9</sup>:

- zapewnienie powszechnej dostępności mediów;
- dążenie do zaspokojenia wszystkich gustów i zainteresowań;
- szczególnej troski o potrzeby mniejszości, zwłaszcza upośledzonych fizycznie lub społecznie;
- działanie na rzecz rozwoju sfery publicznej;
- oddanie sprawie edukacji publicznej;
- zachowanie dystansu wobec wszystkich grup interesu;
- tworzenie zachęt do rywalizacji o jakość programu, a nie o liczbę odbiorców;
- zagwarantowanie producentom programu znacznego zakresu swobody twórczej.

Drugi sposób pojmowania służby publicznej został przedstawiony w formie deklaracji przez uczestników ministerialnej konferencji Rady Europy w Pradze w 1994 roku i obejmuje siedem funkcji<sup>10</sup>:

- dostarczanie, poprzez programy, punktu odniesienia dla wszystkich członków publiczności oraz wzmocnienie spójności społecznej i integracji wszystkich jednostek, grup i wspólnot;
- tworzenie forum dla dyskusji;
- nadawanie bezstronnych i niezależnych informacji;
- rozwijanie pluralistycznych, nowatorskich i zróżnicowanych programów, odpowiadających wysokim standardom moralnym i jakościowym;
- dostarczanie programów i usług zaspokajających zainteresowania szerokiej publiczności z równoczesnym zaspokajaniem potrzeb grup mniejszościowych;
- odzwierciedlanie różnych orientacji filozoficznych i przekonań religijnych w społeczeństwie;
- aktywne przyczynianie się do umacniania różnorodności narodowego i europejskiego dziedzictwa kulturalnego.

Jak łatwo zauważyć, najważniejsza różnica dzieląca oba katalogi sprowadza się do tego, że o ile pierwszy jest nastawiony na „indywidualizm” (etos obywatelski), o tyle w drugim

<sup>8</sup> D. McQuail, *Media Performance. Mass Communication and the Public Interests*, London 1992.

<sup>9</sup> M. Tracey, *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford 1998.

<sup>10</sup> Council of Europe. *The Media in a Democratic Society. 4th European Ministerial Conference on Mass Media Policy*, Praga, 7–8 XII 1994.

są silniej wyeksponowane zadania „kolektywistyczne” – integracja społeczna, ochrona dziedzictwa i tożsamości narodowej. Nie ulega wątpliwości, że to przesunięcie akcentu jest reakcją obronną na procesy komercjalizacji i globalizacji komunikowania masowego, w tym także mediów publicznych. Cały szkopuł w tym, że takie przesunięcie akcentu odsłania pewne sprzeczności w koncepcji służby publicznej, które wprawdzie zawsze w niej tkwiły, ale teraz nabrały wyrazistości. Chodzi mianowicie o *sprzeczności między działaniem na rzecz integracji społecznej i promowaniem różnorodności kulturalnej, między adresowaniem programów do masowej publiczności i zaspokajaniem potrzeb różnych subkultur, między ochroną tożsamości narodowej i indywidualizacją stylów życia*. Niezależnie od tego, jak działają media publiczne, sprzeczności te narastają, tymczasem nie ma dobrego ich rozwiązania, nie ma też już od nich ucieczki.

## Sytuacja mediów publicznych w Polsce

Formalnie rzecz biorąc, media publiczne pojawiły się w Polsce w dniu 1 stycznia 1994 roku. W rzeczywistości wiele elementów służby publicznej można łatwo znaleźć w działalności Państwowej Jednostki Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja”, którą do 1989 roku od typowych mediów publicznych odróżniał głównie brak pluralizmu politycznego (światopoglądowego), a po 1989 roku upodabniała do nich komercjalizacja programu. Z tego powodu wprowadzenie w życie ustawy o radiofonii i telewizji (uchwalonej w 1992 roku) oraz przekształcenie tzw. Radiokomiteu w system publicznych instytucji nadawczych (TVP S.A., PR S.A. oraz siedemnaście samodzielnych rozgłośni regionalnych) stanowiło radykalny przełom i zapoczątkowało proces przekształceń systemowych, które prowadziły do powstania rynku audiowizualnego, zmuszając nadawców publicznych do konkurencji z mediami niepublicznymi.

Sześć lat istnienia w Polsce mediów publicznych to bardzo niewiele w porównaniu z ponad siedemdziesięcioletnią ich historią w krajach Europy Zachodniej. Jest to wszakże okres wystarczający, by pokusić się o ogólną ocenę kierunku rozwoju naszych mediów publicznych, w tym zwłaszcza o ocenę sposobu realizacji ich zadań, zapisanych w ustawie i wpisanych w całą europejską tradycję nadawców tego typu.

Ustawa o radiofonii i telewizji z 1992 roku stworzyła ramy prawne dualnego systemu mediów elektronicznych, obejmującego sektory: publiczny i niepubliczny, który tworzyć zarówno media komercyjne, jak też niekomercyjne, zwłaszcza religijne i kościelne. Abstrahując od perypetii związanych z uchwalaniem ustawy i uznając, że jej generalne założenia odpowiadają standardom europejskim, trzeba stwierdzić, iż *niektóre z przyjętych rozwiązań z góry wykluczyły możliwość powstania mediów publicznych w klasycznej, by tak rzec, postaci*. Wprawdzie te zapisy ustawy, które określają zadania nadawców publicznych, zawierają najważniejsze postulaty składające się na koncepcję służby publicznej, ale zapisy doty-

czące statusu i zasad działania instytucji nadawczych utrudniają, czy zgoła uniemożliwiają pełną realizację tych zadań. Chodzi tu zwłaszcza o trzy kwestie.

Po pierwsze – ustawa nadała mediom publicznym status spółek Skarbu Państwa, które mają działać jak przedsiębiorstwa państwowe, tzn. generować zyski, podlegając z tego tytułu nadzorowi ministra Skarbu Państwa; z drugiej zaś strony mają one realizować określone zadania programowe, w czym z kolei podlegają nadzorowi innego organu władzy państwowej – Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji. W rezultacie ów *podwójny status (spółka prawa handlowego – instytucja publiczna) i wynikająca z niego dwuwładza nad mediami publicznymi prowadzi do odrębnego „rozliczania” ekonomicznej i merytorycznej strony działalności*. Dwuwładza rzadko wychodzi na dobre tym, którzy jej podlegają, toteż zarządy mediów publicznych często znajdują się w sytuacji zakleszczenia – nie mogą operatywnie gospodarować, bo mają realizować ważne zadania społeczne, ale tych też nie mogą w pełni realizować, bo muszą się troszczyć o opłacalność podejmowanych działań.

Po drugie – z mocy ustawy, cały nadzór i kontrolę nad mediami publicznymi sprawują, za pośrednictwem KRRiT – naczelne organy władzy państwowej: parlament, prezydent i rząd, czyli instytucje polityczne obsadzone przez partie, które odniosły sukces wyborczy. Partie te mogą wprawdzie okazać wielkoduszność i zapewnić mediom publicznym niezależność, lecz oczekiwanie, iż tak postąpią, grzeszyłoby wielką naiwnością. Taka bowiem już jest natura polityków, że wszystkie urzędy i instytucje, na które mają jakikolwiek wpływ, postrzegają w kategoriach lupu politycznego. Stosownie zatem do możliwości, starają się obsadzić „swoimi ludźmi” jak najwięcej stanowisk kierowniczych w mediach publicznych, blokując tym samym wewnętrzne ścieżki awansu na te stanowiska ludziom, którzy te media znają „od podszewki”. Ma to zapewnić dwojakiego rodzaju korzyści: lojalność polityczną tych instytucji oraz usatysfakcjonowanie partyjnej kamaryli. *Partyjno-polityczna infiltracja mediów publicznych rodzi fatalne skutki, zarówno dla instytucji, jak i programu*. Dla instytucji, gdyż kierują nimi osoby o wątpliwych kompetencjach i niewielkim autorytecie, których kariera zależy bardziej od politycznej koniunktury i partyjnych układów, niż umiejętności i osiągnięć (praca w mediach jest zresztą tylko etapem kariery, będącym bądź trampoliną do lepszych stanowisk, bądź cichą przystanią). Dla programu, gdyż kierujący widzą go głównie przez pryzmat partyjnych interesów i atrakcyjności – przede wszystkim nie może on szkodzić własnej partii, powinien jej pomagać i dobrze by było, gdyby się podobał i przyciągał masowe audytoria (bo to lepiej służy celom politycznym).

Po trzecie – ustawa zezwala mediom publicznym, mającym zagwarantowane wpływy z abonamentu, na nadawanie reklam i to w takim samym wymiarze czasowym, jaki przysługuje nadawcom niepublicznym. Pomijając już to, iż takie rozwiązanie podważa moralną prawomocność abonamentu, jego główna wada polega na tym, iż sprzyja ono „intelektualnej korupcji” całej polityki programowej. Skoro program może przynosić zyski, to grzechem niegospodarności, czy zgoła frajerstwem, byłaby dobrowolna rezygnacja z nich w imię służby publicznej. W rezultacie *popularność (wskaźniki oglądalności) jest ważniej-*

szym kryterium oceny jakości programu, niż jego poziom intelektualny i artystyczny. Program jest podporządkowany bardziej strategii marketingowej, czyli walce o udział w rynku, niż celom społecznym i kulturalnym. Formalnie biorąc, daje się to pogodzić z ustawowymi zadaniami mediów publicznych, gdyż zyski z reklam zasilają realizację programów ambitnych, tzw. „niszowych”, „misyjnych”. Tyle że *programy ambitniejsze nadawane są zwykle w gorszych pasmach czasowych, by nie umniejszać zysków, docierają więc do niewielkiej grupy odbiorców i nie powodują szerszego rezonansu społecznego*. Wszystko to sprawia, że w czasie najwyższej oglądalności zawartość kanałów publicznych niewiele różni się od oferty komercyjnej, a już na pewno nie jest czynnikiem systematycznie rozbudzającym zainteresowania i podnoszącym gusty szerokiej publiczności.

Wszystkie zarysowane tendencje, wynikające z mankamentów ustawy o radiofonii i telewizji, uwidoczniły się już w pierwszych latach działania mediów publicznych, kiedy to jeszcze nie musiały się one zmagać z konkurencją nadawców komercyjnych. Wraz z pojawieniem się i rozwojem nadawców komercyjnych, ściślej: rosnącym ich udziałem w rynku, te tendencje nasiliły się i zinstytucjonalizowały. Tak czy owak, nic nie wskazuje na to, by w najbliższej przyszłości nasi nadawcy publiczni zamierzali – z własnej inicjatywy i dobrowolnie – zmienić swoją dotychczasową filozofię i praktykę programową. Należy raczej oczekiwać, iż reakcją na dalsze sukcesy nadawców komercyjnych będzie bardziej agresywna polityka repertuarowa, mająca ich pokonać ich własną bronią, czyli rozrywką i sensacją<sup>11</sup>.

Jak zatem na tle wskazanych wyżej rozwiązań i tendencji jest pojmowana idea służby publicznej przez nasze media publiczne? Otóż, najkrócej rzecz ujmując, jest ona specyficznym „skrzyżowaniem” najstarszej koncepcji, która służbę publiczną sprowadza do *oświecenia publicznego*, z koncepcją najmłodszą, kładącą nacisk na *obsługę publiczności*, przy niemal całkowitym braku myślenia w kategoriach służby na rzecz sfery publicznej i społeczeństwa obywatelskiego. Wspomniana specyficzność tego skrzyżowania bierze się głównie z uprzywilejowanego dostępu elit politycznych do mediów publicznych oraz sposobu pojmowania przez nie demokracji. Od początku transformacji ustrojowej utożsamiały one demokrację z pluralizmem politycznym i wolnymi wyborami, uczestnictwo w tych ostatnich traktując jako kardynalny i w zasadzie wystarczający warunek zbudowania nowego ustroju. Od mediów publicznych oczekiwano, że będą upowszechniać wiedzę o zasadach demokracji, prezentować programy i liderów poszczególnych partii oraz pomagać obywatelom w dokonywaniu rozsądnych wyborów. W efekcie, paternalizm właściwy tej koncepcji demokracji został sprowadzony do partyjnego elitaryzmu. Jediną przeciwwagą dla tak ujmowanego świata polityki są problemy środowisk dotkniętych kosztami transformacji, którym pomóc mogą tylko politycy, bo przedstawiciele grup obywatelskich i organizacji pozarządowych rzadko są dopuszczani do głosu. Podobnie wygląda działalność „oświeceniowa” w sferze kultury – z jednej strony nieliczne

---

<sup>11</sup> T. Mielczarek, *Telewizja Polska S.A. w latach 1994–1996*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1996, nr 3/4; M. Mrozowski, *Kultura w telewizji publicznej: dylematy misjonarza*, ibidem.

i spychane na margines oferty programowej przekazy kultury wyższej, z drugiej zaś strony rozrywka dostosowana do potrzeb i gustów szerokiej publiczności; pozycje łączące popularność z ambicjami artystycznymi, mające największy potencjał edukacyjny, należą do rzadkości.

Można ubolewać nad takim rozumieniem służby publicznej, jednakże wydaje się ono logicznym efektem przyspieszonego cyklu rozwojowego mediów publicznych w Polsce. Otóż w sposób typowy dla „spóźnionego przybysza” staraly się one połączyć tradycję tego typu instytucji (*oświecenie publiczne*) z współczesnym stylem ich działania (*służenie publiczności*). Taki przeskok od tradycji do współczesności pomijał etap pośredni (*służba na rzecz sfery publicznej*), który zakorzeniałby te instytucje w społeczeństwie obywatelskim. Przeskoczenie tego etapu było tym łatwiejsze, że nasze społeczeństwo obywatelskie jest w powijakach i nie stanowi realnej siły nacisku na media publiczne. To oczywiście ułatwia im działanie, ale ma też fatalne skutki – tylko część ich potencjału kulturotwórczego jest wykorzystywana, część ulega zaprzepaszczeniu lub komercjalizacji, resztę zaś starają się zawłaszczyć politycy, usiłujący podporządkować te instytucje swoim interesom.

Nasuwa się wobec tego pytanie: jak sytuacja mediów publicznych wygląda z perspektywy odbiorców? Jeśli spojrzeć na wskaźniki oglądalności i udziały w rynku, tzn. w ogólnym czasie oglądania i słuchania, okazuje się, że nadawcy publiczni radzą sobie nienajgorzej. Łączny udział w rynku dwóch głównych kanałów TVP przekracza 40 proc., a dwóch głównych kanałów komercyjnych (Polsat, TVN) – 30 proc., co łącznie daje ok. 75 proc. i odpowiada typowemu dla europejskiego modelu dualnemu podziałowi rynku. Nieco gorzej wie dzie się publicznej radiofonii, gdyż na rynkach lokalnych ma ona wielu prężnych konkurentów (komercyjnych i niekomercyjnych, jak np. sieć Radia Maryja), ale i ona utrzymuje znaczącą pozycję. Bardziej zagmatwana jest sytuacja, gdy wziąć pod uwagę opinie odbiorców o jakości ofert głównych nadawców. Cyklicznie powtarzany sondaż<sup>12</sup> na temat opinii widzów o telewizji publicznej i stacjach prywatnych potwierdza przekonanie większości widzów (55 proc.), iż pojawienie się telewizji prywatnej wpłynęło na poprawę jakości programu telewizji publicznej, większość (53 proc.) także uważa, że programy telewizji publicznej i prywatnej powinny się wyraźnie różnić. W ofercie telewizji publicznej powinno być więcej programów informacyjnych, popularno-naukowych, publicystyki i dobrych filmów, a w ofercie komercyjnej więcej dobrych filmów, programów rozrywkowych i w ogóle pozycji lekkich, łatwych i przyjemnych. Odnosząc się zaś do tego, co jest, widowie taką samą sympatią darzą Polsat i TVP1, ale lepiej oceniają oba główne kanały komercyjne, niż oba kanały publiczne, a gdy idzie o sprawy kraju i społeczeństwa – najbardziej ufają TVN (przy wyraźnym spadku zaufania do obu programów TVP). Do największych zalet stacji publicznych zaliczają: sposób nadawania reklam, ambitne programy, filmy i seriale dotyczące polskich spraw oraz programy o sprawach życia codziennego, ale komercyjną TVN wyżej cenią za wiarygodność i obiektywizm, jakość pracy dziennikarzy, utrzymanie niezależności od polityków oraz innowacje programowe. Z kolei za największe wady mediów publicznych uznają zbyt dużo polityki oraz zbyt późną porę nadawania ciekawych pro-

gramów, a nadawcom komercyjnym zarzucają denerwujący sposób nadawania reklam oraz nadmiar drastycznej przemocy i agresji, śmiałego erotyzmu i wulgarnego słownictwa.

Do opinii, wyrażonych w przywołanym sondażu i wszystkich poprzednich, należy podchodzić z dużą rezerwą pamiętając, że ponad połowa badanych, jak i całego naszego społeczeństwa, to osoby słabo wykształcone, dla których np. więcej dobrych filmów znaczy raczej więcej filmów atrakcyjnych, rozrywkowych, niż wartościowych, artystycznych. Mimo to zebrane opinie potwierdzają dwie generalne tezy. Po pierwsze, że TVP „wpasowała się” w tradycyjną koncepcję służby publicznej, skoncentrowanej na informacji i edukacji, swoje powinności na rzecz sfery publicznej i społeczeństwa obywatelskiego sprowadzając do debat polityków, wywołujących zresztą przesyt wśród dwóch trzecich odbiorców. Po drugie, że nasilająca się rywalizacja nadawców publicznych i komercyjnych prowadzi do „efektu konwergencji”, kiedy to nadawcy publiczni nadmiernie upodabniają swoją ofertę, zwłaszcza w czasie najwyższej oglądalności, do mediów komercyjnych, a te (np. TVN) wprowadzają nieco bardziej ambitne pozycje programowe. Na dłuższą metę takie zderzenie oportunistycznej polityki programowej TVP z bardziej śmiałymi inicjatywami komercyjnej konkurencji zagrozi reputacji nadawców publicznych. Nie musi to rzutować na oglądalność programów TVP, ale na pewno osłabi wiarę w zasadność opłat abonamentowych, co już dziś jest wymiernym i odczuwalnym problemem.

## Implikacje dla przyszłości

Mimo różnych dróg rozwojowych i raczej powierzchownych podobieństw media publiczne w Polsce i Europie Zachodniej stają wobec podobnych wyzwań i muszą borykać się z podobnymi dylematami. Nie ulega wątpliwości, że warunki ich działania będą się w najbliższej przyszłości pogarszać, za sprawą niekorzystnego dla nich splotu czynników technicznych, polityczno-ekonomicznych i społeczno-kulturalnych.

Czynniki techniczne to – z jednej strony – digitalizacja przekazu (DVB), zwiększająca liczbę kanałów w systemach dystrybucji kablowej, naziemnej i satelitarnej, a z drugiej – dalsza konwergencja technologii komputerowej, telekomunikacji i całego sektora mediów. W nowej infrastrukturze technicznej, której jednym z ważniejszych elementów są platformy cyfrowe, kluczowym ogniwem będą *multipleksowi operatorzy*, troszczący się nie tylko o jakość transmisji, lecz także decydujący o włączeniu do systemu kolejnych *bukietów programów i usług multimedialnych*. Takie bukiety, oprócz kanałów ogólnych, zawierać będą np. kanały tematyczne, wideo na życzenie, elektroniczne przewodniki programowe, tekstowe usługi informacyjne (videotext), transfer danych cyfrowych, gry interaktywne, Internet

---

<sup>12</sup> *Telewizja publiczna i stacje prywatne w opiniach widzów*, Warszawa: Ośrodek Badania Opinii Publicznej 2000.

i inne systemy liniowe, tele-zakupy, nowe usługi interaktywne, w tym edukację na odległość, etc. Nadawcy publiczni, nie chcąc zniknąć z oczu i uszu w mozaice różnych bukietów, też będą musieli wzbogacić swoją ofertę o bukiety dodatkowych kanałów i usług, co wiąże się z ogromnym nakładami inwestycyjnymi.

Ilościowemu i jakościowemu rozrostowi kanałów komercyjnych, konkurencyjnych wobec oferty nadawców publicznych, sprzyja polityka liberalizacji i globalizacji rynku mediów oraz koncentracja i kooperacja nadawców prywatnych działających na tym rynku. Liberalizacja (deregulacja) pozbawiła media publiczne komfortu monopolisty i wciągnęła je do rywalizacji z prężnie rozwijającym się sektorem prywatnym – w Europie już działa ponad 400 kanałów telewizyjnych, z czego mniej niż 100 należy do nadawców publicznych. Poza tym nadawcy prywatni ciągle rozszerzają skalę działania, wchodząc w kapitałowe i kooperacyjne związki z partnerami w różnych krajach, czego z oczywistych względów nie wolno nadawcom publicznym. Jediną dostępną dla tych ostatnich formą globalizacji jest zwiększanie skali dystrybucji przekazów na zasadach niekomercyjnych, co podnosi koszty i nie przysparza dodatkowych zysków, a więc daje efekty zupełnie odwrotne, niż w przypadku mediów prywatnych (wpływy z reklamy).

Sytuację nadawców publicznych dodatkowo pogarszają przemiany społeczno-kulturalne, takie jak: postępująca segmentacja społeczeństwa, rozwój rozmaitych subkultur oraz indywidualizacja stylów życia, będące następstwem poprawy materialnych warunków życia, oraz mieszanie się różnych kultur i grup etnicznych, będące następstwem różnorodnych migracji. Dla mediów publicznych oznacza to, że chcąc realizować nakazy służby publicznej powinny ciągle rozszerzać i różnicować ofertę, co unichamia spiralę kosztów. Nadawcy prywatni mogą ignorować te subkultury, które nie gwarantują zysku, bądź obsługiwać je w skali międzynarodowej, utrzymując koszty na niskim poziomie i *per saldo* wychodząc na swoje.

Taki rozwój sytuacji sprawia, że przyszłość nadawców publicznych zależy od tego, jak rozwiążą szereg stojących przed nimi dylematów. Według autorów międzynarodowego raportu o perspektywach mediów publicznych w Europie<sup>13</sup>, najważniejsze są trzy dylematy, dotyczące konkurencyjności, finansowania oraz restrukturyzacji i reorganizacji tych instytucji.

Z chwilą pojawienia się mediów komercyjnych konkurencja stała się faktem i toczy się dziś aż na czterech „frontach”, tzn. walki o widzów, wpływy z reklam, atrakcyjne programy i talenty medialne. Najważniejsza jest, rzecz jasna, walka o audytoria, z której nadawcy publiczni na razie wychodzą obronną ręką – w większości państw europejskich ich udział w rynku ustabilizował się na poziomie 40–50 proc. Wprawdzie walka o widza ożywiła i wzbogaciła ofertę mediów publicznych, jednak na dłuższą metę jest dla nich wyniszczająca, gdyż muszą ją toczyć na warunkach dyktowanych przez media komercyjne, czyli troszcząc się bardziej o wielkość audytoriów, niż jakość programu. Teoretycznie jedno nie wyklucza drugiego, ale w praktyce programy rozrywkowe zazwyczaj wypierają ambitną

<sup>13</sup> *Perspectives of Public Service Television in Europe*. R. Woldt et al. (eds.), Düsseldorf 1998.

twórczość, a chęć zadowolenia wszystkich grup odbiorców nie prowadzi do usatysfakcjonowania żadnej. Nadawcy prywatni nastawiają się głównie na młodzież i osoby zamożniejsze, co sprawia, że wśród audytoriów mediów publicznych mamy nadreprezentację osób starszych i mniej zamożnych. To z kolei powoduje, że ich wartość dla reklamodawców jest mniejsza. W ostatnich latach sytuację nadawców publicznych pogarsza też zaostrzająca się walka o prawa do transmisji wielkich wydarzeń sportowych oraz emisji filmów. Media prywatne wywindowały ceny transmisji i pakietów filmowych na taki poziom, że najatrakcyjniejsze z nich stają się coraz częściej niedostępne dla mediów publicznych. W niektórych krajach pojawiły się wręcz propozycje regulacji prawnych gwarantujących wszystkim nadawcom równy dostęp do „wielkich wydarzeń” – filmy i inne widowiska (np. koncerty) nadal będą domeną wolnego rynku. Na takiej samej zasadzie toczy się walka o talenty: media komercyjne z łatwością „podkupują” te osobistości mediów publicznych, które osiągnęły sukces i gwarantują atrakcyjny program wysokiej jakości. Wszystkie wskazane płaszczyzny konkurencji wciągają media publiczne w proces komercjalizacji, ale nawet jeśli odnoszą pewne sukcesy rynkowe, tracą coś po wielokroć ważniejszego: swoją tożsamość i społeczne zrozumienie dla racji ich istnienia.

Może to zdziwić polskiego czytelnika, ale podstawowym źródłem finansowania większości europejskich telewizji publicznych są wpływy z abonamentu, a reklama stanowi ważne, lecz drugorzędne źródło dochodów, czyli dokładnie odwrotnie, niż w przypadku TVP. Jest zaś tak nie dlatego, że w innych krajach media publiczne nie potrafią zarabiać na reklamie, tylko dlatego, że prawo im to ogranicza (limity czasowe, zakaz reklamy w pewnych pasmach czasowych). Opłaty abonamentowe są jednak nie tylko głównym źródłem finansowania mediów publicznych, są też źródłem problemów związanych z ustalaniem ich wysokości, sposobem ich zbierania oraz podziałem między radiem i telewizją, programami centralnymi i lokalnymi. Do tego wszystkiego dochodzi jeszcze rosnąca niechęć widzów do płacenia abonamentu (motywowana tym, że wolą media komercyjne lub że media publiczne nie różnią się od komercyjnych), a ostatnio także skargi zgłaszane do Komisji Europejskiej przez prywatnych nadawców hiszpańskich, portugalskich, niemieckich i brytyjskich, zdaniem których abonament faworyzuje nadawców publicznych i narusza zasady uczciwej konkurencji. Na razie skargi te nie znalazły posłuchu i zwyciężyli obrońcy mediów publicznych, ale sytuacja nie rozwija się po ich myśli. Narasta raczej przekonanie, iż abonamentu nie da się pogodzić z polityką liberalizacji i zasadami wolnego rynku. Trzeba więc będzie albo go ograniczyć tylko do finansowania twórczości artystycznej oraz ochrony dziedzictwa i tożsamości narodowej, albo odciąć media publiczne od rynku reklamy, albo pożegnać się z abonamentem na zawsze. Trudno przewidzieć, która opcja zwycięży. Ponieważ jednak łatwiej jest pozyskać przychylną opinię publicznej dla idei likwidacji abonamentu, wskazując na komercjalizację mediów publicznych, niż przekonywać ją co jakiś czas o potrzebie podniesienia tegoż abonamentu, dlatego rozwiązanie tego problemu przez jego likwidację wydaje się wielce kuszące i prawdopodobne. Gdyby to nastąpiło, byłby to oczywiście koniec istnienia mediów publicznych w ich do-

tychczasowym kształcie (alternatywą dla ich likwidacji byłby model amerykańskiej telewizji publicznej, żyjącej z dobrowolnych opłat i sponsoringu, lub prywatyzacja).

Nim dojdzie do jakichś rozstrzygnięć w kwestii finansowania, media publiczne mogą poprawić swoją kondycję przez restrukturyzację i reorganizację. Choć uczyniły już wiele, by przystosować się do zasad gospodarki rynkowej, sporo mogą (i muszą) jeszcze zrobić, żeby zwiększyć efektywność i elastyczność działania oraz ograniczyć koszty. Autorzy wspomnianego raportu wskazują cztery kierunki przekształceń: koordynacja różnych kanałów i form aktywności nadawczej (żeby programy publiczne nie konkurowały ze sobą); racjonalizacja struktur (redukcja zatrudnienia, zastąpienie deficytowych komórek organizacyjnych przez dostawców i producentów zewnętrznych, sprawniejsze zarządzanie i większa synergia wewnętrzna); znalezienie właściwej, tzn. opartej na ścisłej więzi z odbiorcami, równowagi między globalnością i lokalnością oferty; rozwijanie koprodukcji i działań typu *joint-venture* z firmami prywatnymi.

Od sposobu rozwiązania każdego z trzech wskazanych wyżej dylematów (dotyczących konkurencyjności, finansowania, restrukturyzacji) zależy nie tylko utrzymanie przez media publiczne znaczącej pozycji, ale zgola ich przetrwanie. Wszystko też wskazuje na to, że w różnych krajach będą praktykowane różne rozwiązania. Można przyjąć za pewnik, że media publiczne w dużych i zasobnych krajach (Anglia, Niemcy) będą realizować strategię wszechstronnego rozwoju, nie ustępując pola nadawcom prywatnym. W mniejszych krajach bardziej prawdopodobna jest strategia selektywnej adaptacji, skoncentrowana na wybranych, priorytetowych celach służby publicznej (np. integracja społeczna oraz ochrona kultury i tożsamości narodowej). Wreszcie w krajach mniej zasobnych i mniej stabilnych media publiczne będą zapewne dryfować między różnymi uwarunkowaniami, podlegając presji aktualnych konfiguracji interesów i koalicji politycznych. Wszystko to nie zwalnia jednak z pytania o przyszły *model* mediów publicznych, gdyż w którymś momencie zmiany nabiorą systemowego charakteru bądź takie zmiany staną się konieczne.

Przyszłość zawsze zaskakuje nowymi rozwiązaniami, ale też nigdy nie są to rozwiązania, które gwałtownie i całkowicie zmieniają kierunek procesów społecznych – jest raczej tak, że te procesy przechodzą w nowy jakościowy etap, a nowe rozwiązania są tego wyrazem i formą instytucjonalizacji. Tak rozumując, można snuć rozważania o przyszłości mediów publicznych, przewidując różne warianty rozwoju opisanych dotąd procesów. Chodzi przy tym nie o szczegółowy i możliwie najbardziej prawdopodobny przebieg wydarzeń, ale o wskazanie modelowych wariantów rozwiązań, które wchodzi w grę. A jak się zdaje, w grę wchodzi tylko trzy warianty modelowe, określane tu jako: „powrót do korzeni”, „konwergencja kontrolowana” oraz „radikalna alternatywa”

Wariant „powrotu do korzeni” to obrona racji istnienia mediów publicznych przez powrót do klasycznej koncepcji służby publicznej, tj. uczynienie z nich instytucji służących sprawie oświecenia publicznego i upowszechniania wartościowej kultury. Oznacza to konieczność rezygnacji z reklam i finansowanie działalności nadawczej z abonamentu oraz

szeroko rozwiniętego sponsoringu (na zasadach instytucji *non profit*). W globalnym środowisku multimedialnym programy nadawców publicznych byłyby poświęcone głównie sprawom krajowym i kulturze narodowej, stając się znakiem tożsamości narodowej i punktem odniesienia dla rodzimych nadawców komercyjnych. Z pozoru może to grozić marginalizacją mediów publicznych, czy zgoła uczynieniem z nich intelektualnego getta. W istocie wcale tak być nie musi, mogą one bowiem być nie tylko komplementarne wobec mediów komercyjnych, ale wręcz stanowić dla nich konkurencję. Rosnący poziom wykształcenia odbiorców stwarza zapotrzebowanie na programy o pewnej wartości intelektualnej, koncentracja zaś sił i środków na realizacji takich programów pozwoli na ciągłe doskonalenie ich formy, by były one atrakcyjne także dla widzów poszukujących przede wszystkim rozrywki. Z tej zresztą wcale nie trzeba by rezygnować, tylko traktować ją jako dopełnienie podstawowej oferty programowej, a nie „danie główne”. Powodzenie takiej formuły programowej zależeć będzie od ścisłej współpracy mediów publicznych z elitami intelektualnymi oraz organizacjami społecznymi (na szczeblu krajowym i lokalnym), które powinny chronić te media przed zakusami polityków i troszczyć się o to, żeby treści programów odpowiadały potrzebom edukacyjnym i kulturalnym społeczeństwa. Jeśli powiązanie tych mediów z instytucjami społeczeństwa obywatelskiego będzie dostatecznie rozbudowane, uchroni je to od zarzutu paternalizmu, właściwego klasycznej koncepcji służby publicznej..

Wariant „kontrolowanej konwergencji” stanowi ekstrapolację aktualnych tendencji. Racją bytu mediów publicznych jest w nim tworzenie przeciwwagi dla żywiołowej komercjalizacji, przez przenoszenie konkurencji z płaszczyzny ilościowej na jakościową. Pogodzenie społecznej akceptacji dla abonamentu z przyzwoleniem na czerpanie dochodów z reklam będzie niewątpliwie zależeć od bogactwa i zróżnicowania oferty mediów publicznych. Jej trzon powinny tworzyć dwojaki rodzaj pozycji: z jednej strony bogaty zestaw programów publicystycznych, dokumentalnych i edukacyjnych, wolnych od całej komercyjnej otoczki (np. w ramach kanału bez reklam); z drugiej strony programy popularne, łączące rozrywkę z twórczością artystyczną. Dzięki temu, media publiczne mogłyby godzić zadania zwykle kojarzone ze służbą publiczną z nowymi zadaniami, polegającymi na tworzeniu jakościowo lepszej oferty komercyjnej. W ten sposób wymuszałyby one na nadawcach komercyjnych utrzymanie oferty na przyzwoitym poziomie, gdyż inaczej publiczność bardziej krytyczną będzie zmieniać kanały na korzyść mediów publicznych. Różnica poziomu powinna być przy tym wyraźna, aby większość odbiorców miała świadomość, że media publiczne zasługują na swoją uprzywilejowaną pozycję. Poza tym winny się one troszczyć – jak w wariantcie pierwszym – o zbudowanie silnego zaplecza społecznego, w tym zwłaszcza zakorzenienie w strukturach społeczeństwa obywatelskiego, zapewniających im niezależność od presji interesów politycznych i świata biznesu. Trzeba jednak zaznaczyć, iż powodzenie tego wariantu zależy tyleż od zachowania mediów publicznych, co od strategii mediów komercyjnych – jeśli podniosą one poziom i bogactwo swojej oferty na tyle, iż zatrą istotne różnice dzielące je od oferty mediów publicznych, wówczas racją bytu tych ostat-

nich stanie się wątpliwa. Wtedy pozostanie im tylko jedyna linia obrony – przekonywanie, że gdyby media publiczne znikły, poziom mediów komercyjnych obniżyłby się drastycznie, a więc *summa summarum* oplaca się je utrzymywać.

Wariant „radykalnej alternatywy” zakłada, że dotychczasowy sposób finansowania mediów publicznych zostanie uznany za sprzeczny z zasadami uczciwej konkurencji, a media te, pozbawione wpływów z abonamentu, utracą motywację i zdolność do służby publicznej i skoncentrują się na walce o widza. Taki obrót spraw najprawdopodobniej doprowadzi do tego, że media publiczne zostaną wystawione na sprzedaż. Ich prywatyzacja nie musi jednak oznaczać pogrzebania raz na zawsze idei służby publicznej i triumfu komercjalizmu. Służba publiczna przestanie być wprawdzie racją istnienia publicznych instytucji nadawczych, ale pozostanie jako kategoria programowa, którą można włączyć do zadań wszystkich nadawców. Być może wystarczą do tego odpowiednie zapisy w koncesjach i innych aktach prawnych regulujących działanie mediów komercyjnych, nakładające na nie obowiązki w zakresie służby publicznej. To, co dzisiaj czynią niektóre państwa skandynawskie, tworząc swoiste komercyjno-publiczne kanały-hybrydy, może już w niedalekiej przyszłości stać się standardem europejskim. Powodzenie tego rozwiązania zależeć będzie oczywiście od egzekucji zapisów prawnych przez organy nadzorujące działanie mediów. Aby jednak służby publicznej nie sprowadzać tylko do serwitutu obwarowanego „polityką kija”, można dołączyć do tej polityki całkiem smaczną „marchewkę”, w postaci aktywnej ingerencji państwa, wspomagającego programy służące interesowi społecznemu i celom publicznym. Środki na to pochodziłyby z finansów publicznych lub innych źródeł – mógłby to być nawet dotychczasowy abonament, przeznaczony na finansowanie ambitnych programów i dostępny dla wszystkich nadawców na zasadach uczciwej konkurencji. Dysponowanie tymi środkami wymagaloby, rzecz jasna, stosowania przejrzystych procedur (wykorzystujących doświadczenia np. systemu grantów w nauce, zamówień publicznych, etc.) oraz jawności i kontroli społecznej. Ta ostatnia wydaje się wszakże o tyle łatwa, że efekty takiej polityki byłyby znane społeczeństwu lepiej, niż jakakolwiek inna dziedzina polityki publicznej, gdyż z codziennej odbiorczej autopsji. A przy umiejętnym łączeniu celów publicznych z interesem prywatnym mogłyby to być efekty wielce obiecujące. Co przy tym ważne, programy finansowane z tych środków pojawiałyby się w ofercie różnych nadawców, a po premierowej emisji wchodziłyby do zasobów dziedzictwa narodowego i każdy miałby do nich swobodny dostęp (np. przez wideotekę narodową, Internet, czy inną formę dystrybucji). W ten sposób może powstać i stale się rozrastać zasób programów edukacyjnych i artystycznych, stanowiących dobro społeczne w najpełniejszym tego słowa znaczeniu.

Przedstawione wyżej warianty, trzeba to podkreślić raz jeszcze, nie są niczym więcej, jak tylko próbą zarysowania kierunków przekształceń mediów publicznych, przy założeniu, że zbliża się kolejny moment zwrotny w ich historii. Kiedy zaś ten moment nastąpi, o tym zadecyduje szereg czynników, z których bodaj najważniejszym jest zachowanie publiczności. Jednak ten akurat czynnik należy do najtrudniej przewidywalnych. Być może

determinizm nawyków spowoduje wydłużenie „cyklu życia” mediów publicznych, być może podatność na zmiany modernizacyjne cykl ten skróci. Można wreszcie założyć, iż stopień przywiązania społeczeństwa do mediów publicznych będzie efektem kalkulacji kosztów, czyli opłaty abonamentowej, i korzyści płynących z ich działania. Jeśli media te będą postrzegane głównie jako dostawcy i dystrybutorzy programów, społeczeństwo łatwo dopuści myśl, iż media komercyjne potrafią to czynić efektywniej (skoro w niektórych krajach prywatni przedsiębiorcy przejmują prowadzenie więzień, to zdołają też zastąpić media publiczne w ich działalności „misyjnej”). Jeśli natomiast media publiczne będą postrzegane jako instytucje społeczne, stanowiące istotną część sfery publicznej, budujące więzi poziome oraz integrujące społeczeństwo obywatelskie, wówczas żadne media komercyjne nie będą w stanie ich w tym zastąpić. Słowem, *procesy dygitalizacji, globalizacji i komercjalizacji zagrażają mediom publicznym jako producentom i dostawcom programów, natomiast nie zagrażają im, a nawet sprzyjają ich rozwojowi jako instytucjom społeczeństwa obywatelskiego, troszczącym się o ochronę tożsamości różnych grup i interesów społecznych w konfrontacji ze światem polityki i globalną ekonomią. Zmiana sposobu finansowania, a nawet statusu prawnego instytucji nie zagraża jej istnieniu, gdy potrafi ona zaspokajać istotne potrzeby społeczne i dostosować się do nowych warunków działania, gdy zaś tego nie potrafi, musi ustąpić miejsca nowym instytucjom. Skoro nie ma ludzi niezastąpionych, to tym bardziej nie ma takich instytucji; niezastąpione jest tylko społeczeństwo ze swoimi potrzebami.*

JACEK SOB CZAK

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*  
ISSN 1641-0920

## OCHRONA PRAWNA TYTUŁU PRASOWEGO

Ustawodawca ani w prawie procesowym ani w innym akcie prawnym nie definiuje terminu „tytuł prasowy”. W treści ustawy *prawo prasowe* posługuje się pojęciem „tytuł prasowy” nader oszczędnie, preferując określenia „dziennik” i „czasopismo”, z wyraźną szkoda dla zwięzłości wypowiedzi. Stąd też często w treści wspomnianej ustawy mowa o dzienniku i czasopiśmie, a nie o tytule prasowym oraz o redaktorze naczelnym dziennika lub czasopisma (np. art. 25 ust. 2 i 3, art. 31 pr. pr.), a nie o redaktorze naczelnym tytułu prasowego<sup>1</sup>.

W tym miejscu – już na samym wstępie – godzi się sformułować dwa pytania. Po pierwsze, czy termin „tytuł prasowy” odnosi się jedynie do czasopism i dzienników, a więc do tzw. prasy drukowanej, czy też można się nim posługiwać na oznaczenie przekazów radiowych i telewizyjnych. Po drugie, czy tytuł prasowy jest tożsamy z nazwą dziennika lub czasopisma. Odpowiedź na te pytania będzie implikowała treść dalszych rozważań.

Ustawodawca wart. 20 ust. 1 i 2 pr. pr. wiąże wyraźnie termin „tytuł prasowy” z dziennikiem i czasopismem, nakazując, aby każdy wniosek o rejestrację zawierał tytuł dziennika lub czasopisma, które wnioskodawca chciałby wydawać. Przepisy prawa prasowego zgodnie z dyspozycją art. 3 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji subsydiar-

---

<sup>1</sup> Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. *prawo prasowe* (Dz. U. 1984, nr 5, poz. 24), (dalej: pr. pr.) była wielokrotnie nowelizowana, przy czym zmiany te miały częstokroć charakter bardzo głęboki, sięgający samych podstaw funkcjonowania polskiego systemu prasowego. Zm.: Dz. U. 1988, nr 41, poz. 324; 1989, nr 34, poz. 187; 1990, nr 29, poz. 173; 1991, nr 100, poz. 442; 1996, nr 114, poz. 542; 1997, nr 121, poz. 770; nr 88, poz. 554). W kwestii pojęć: „dziennik”, „czasopismo” por. jedyny istniejący komentarz: J. Sobczak, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa-Poznań 1992, s. 17 i n.; idem, *Polskie prawo prasowe*, Poznań 1993, s. 77.

nie stosuje się do przekazów radiowych i telewizyjnych<sup>2</sup>. (Godzi się w tym miejscu przypomnieć, że zgodnie z art. 7 ust. 2 pkt 1 pr. pr. prasą są programy radiowe i telewizyjne oraz, że w myśl art. 7 ust. 2 pkt 2 dziennikiem jest także „przekaz za pomocą dźwięku i obrazu, ukazujący się częściej niż raz w tygodniu. Podobnie w świetle art. 7 ust. 2 pkt 3 pr. pr. czasopismem jest nie tylko druk periodyczny ukazujący się nie częściej niż raz w tygodniu, a nie rzadziej niż raz w roku, lecz także przekaz za pomocą dźwięku oraz dźwięku i obrazu). W ustawie o radiofonii i telewizji nie sformułowano jednak wymogu oznaczania odrębnymi nazwami nie tylko poszczególnych audycji, lecz także programów, a nawet nadawców. Z tego faktu nie sposób jednak wyciągnąć pochopnego wniosku, iż nazwy audycji i programów oraz nadawców nie są chronione. Uprawnionym jest jedynie stwierdzenie, że ochrony takiej nie przewiduje dla tych nazw wspomniana ustawa o radiofonii i telewizji. Audycje radiowe bądź telewizyjne oznaczone są odróżniającymi je nazwami np. „Wiadomości”, „W centrum uwagi”, „Z życia zwierząt”, „Sprawa dla reportera”, „Magazyn historyczny”, „Studio sport”, „Randka w ciemno”. Cykliczny charakter większości z nich nakazuje audycje te zaliczyć, w zależności od interwału czasowego, w jakim następuje emisja, do dzienników lub czasopism zgodnie z treścią art. 7 ust. 2, pkt 2 i 3 pr. pr. Z tego, że audycje radiowe bądź telewizyjne są w świetle przepisów prawa prasowego dziennikami lub czasopismami nie wynika jednak, iż są one tytułami prasowymi.

Pojęcie tytułu prasowego ustawodawca zdaje się bowiem wiązać z obowiązkiem rejestracji, posługując się terminem „tytuł prasowy” właśnie wart. 20 ust. 2 pkt 1 i art. 21 pr. pr., które odnoszą się do rejestracji. Wprawdzie w przepisach tych mowa ogólnie o rejestracji dzienników i czasopism, co mogłoby prowadzić do błędnego wniosku, iż odnoszą się one także do przekazów radiowych i telewizyjnych – to jednak ewentualne wątpliwości przecina jednoznacznie dyspozycja art. 24 pr. pr. W myśl jego treści, przepisy dotyczące rejestracji działalności prasowej nie mają zastosowania do przekazów radiowych i telewizyjnych. Tak więc pojęcie „tytułu prasowego” odnieść należy wyłącznie do tzw. „prasy drukowanej”, podlegającej rejestracji, ściślej rzecz biorąc – do dzienników i czasopism. Ochrony nazwy audycji i programów radiowych bądź telewizyjnych nie sposób więc wiązać z ochroną tytułu prasowego. Nie oznacza to jednak, że w stosunku do audycji i programów nie znajdują w końcowym efekcie zastosowania przepisy tych samych ustaw, które przyjdzie powołać, w niektórych sytuacjach, dla ochrony tytułu prasowego. Przykładowo można tu wskazać normy kodeksu cywilnego (art. 23 i 24 kk), kodeksu handlowego, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ustawy o ochronie znaków towarowych.

---

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 24 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. 1993, nr 7, poz. 34; zm. Dz. U. 1995, nr 66, poz. 335; nr 142, poz. 701; 1996, nr 106, poz. 496; 1997, nr 88, poz. 554, nr 21, poz. 770). Por. J. Sobczak, *Ustawa o radiofonii...*; J. Piątek, *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, Warszawa 1993; J. Barta, R. Markiewicz, A. Matlak, *Telewizja kablowa i prawo*, Warszawa 1997.

W tym miejscu wypada także zwrócić uwagę na jeszcze jedną sprawę, a mianowicie na fakt, że czasopisma i dzienniki przez to, iż ukazują się w formie przekazu internetowego, nie tracą znamion tytułów prasowych i to zarówno wówczas, gdy przekaz internetowy towarzyszy przekazowi utrwalonemu na papierze (drukowanemu) stanowiąc inną – elektroniczną – jego postać w systemie *online*, jak i wówczas, gdy przekaz istnieje tylko w formie elektronicznej, w Internecie, ale ukazuje się periodycznie, spełniając wymogi, o których mowa w art. 7 ust. 2 pr. pr. Tym samym opowiedzieć się należy – mimo całej złożoności tej problematyki – za koniecznością rejestracji w trybie przewidzianym w art. 20 i n. pr. pr. zarówno periodyku ukazującego się wyłącznie w Internecie, jak i za tym, aby prowadzenie elektronicznej edycji dziennika bądź czasopisma było podawane do wiadomości organu rejestracyjnego<sup>3</sup>.

Dodatkowe trudności przy interpretacji pojęcia „tytuł prasowy” powoduje fakt, że w języku potocznym termin ten zdaje się mieć znaczenie różniące się od jego treści prawnej. Rozumiany jest bowiem w pierwszym rzędzie jako nazwa utworu zamieszczonego w prasie, nagłówek wyjaśniający treść utworu umieszczony na początku tytułu. W życiu codziennym „tytuł prasowy” funkcjonuje jako nazwa określająca pewną klasę jednostek. W tym znaczeniu mówi się, że: „Życie”, „Życie Warszawy”, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Głos Wielkopolski” itd. – to tytuły prasowe. Każdy z tych periodyków, biorąc z osobna, jest tytułem prasowym, a wszystkie przynależą do zbioru tytułów prasowych. Tak więc w języku potocznym „tytuł prasowy” wydaje się być synonimem „gazety”<sup>4</sup>.

Kłopoty z ustaleniem znaczenia terminu „tytuł prasowy” pogłębia ustawa z dnia 22 marca 1990 r. o likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Jakkolwiek w żadnym z jej przepisów nie ma mowy o tytułach prasowych, a jedynie o „wydawnictwach oraz innych jednostkach organizacyjnych Spółdzielni i ich wyodrębnionych części”<sup>5</sup>, to jednak środki masowego przekazu ugruntowały nie tylko wśród mas społecznych, ale i w środowisku prawniczym przekonanie, że powołana wspomnianą ustawą Komisja Likwidacyjna zajęła się sprzedażą i przekazywaniem tytułów prasowych<sup>6</sup>. Przekonanie to znalazło swój trwały wyraz także w piśmiennictwie naukowym, szczególnie w pracach wychodzących spod piór prasoznawców<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Internet a prawo*, Kraków 1998, s. 35-41, tamże szersza literatura. Piśmem, które ukazywało się wyłącznie w Internecie był miesięcznik motoryzacyjny „Car Test”. Por. Th. Hoereu, *Cybermanners und Wettbewerbsrechts – Einige Überlegungen zum Lauterkeitsrecht im Internet*, „Weettbewerb in Recht und Praxis” 1997, z. 11, s. 996.

<sup>4</sup> *Słownik języka polskiego*. Red. nauk. M. Szymczak, Warszawa 1989, T. 1, s. 637; T. 3, s. 567; *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 242-244.

<sup>5</sup> Dz. U. 1990, nr 21, poz. 125.

<sup>6</sup> *Plan likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch”*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 246 z 22 października; T. Rogulski, *Likwidacja koncernu. Pół roku przetargów*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 255 z 2 listopada; M. Usidus, *Likwidacja w sześciu obrazach*, „Rzeczpospolita” 1994, nr 230 z 3 października, *Wojciech Fibak chce kupić „Gazetę Poznańską”*, „Gazeta Poznańska” 1991, nr 28 z 2-3 lutego.

<sup>7</sup> Z. Bajka, *Rynek mediów w Polsce*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków 1996, s. 41; *Pięciolecie transformacji mediów (1989-1994)*. W: *Materiały po-*

Odpowiadając na drugie ze sformułowanych wyżej pytań, należy zauważyć, że art. 21 pr. pr. mówi o nazwie istniejącego tytułu prasowego. Tym samym wykładnia językowa nakazuje uznać, że pojęcie „tytuł prasowy” ma szerszy zakres od „nazwy”.

W tej sytuacji zrodzić się muszą dalsze pytania o zakres pojęcia *tytuł prasowy*, jego składniki i podstawy prawne ochrony.

Prawo prasowe reguluje w pierwszym rzędzie sprawę rejestracji tytułów prasowych. Przepisy dotyczące tej kwestii, zawarte w rozdziale 4 ustawy poświęconym organizacji działalności prasowej, należą do tych norm prawa prasowego, które były najczęściej nowelizowane, przy czym każdorazowa zmiana ich treści miała charakter gruntowny, wiążąc się z przekształceniami w całym systemie prasowym oraz przechodzeniem od systemu prasy kierowanej, poprzez system prasy kontrolowanej, do systemu prasy wolnej (lub, jak chcą inni, do systemu ograniczonej wolności). Ustawodawca wyraźnie sprecyzował dane, które powinien zawierać wniosek o rejestrację, stwierdzając, że wnioskodawca, ubiegający się o rejestrację dziennika lub czasopisma, winien we wniosku podać tytuł pisma, które chce zarejestrować, wskazać siedzibę i dokładny adres redakcji, dane osobowe redaktora naczelnego, wydawcy, jego siedzibę i dokładny adres, w końcu zaś częstotliwość ukazywania się dziennika lub czasopisma. Sądem rejestrowym jest obecnie sąd okręgowy właściwy miejscowo dla siedziby wydawcy. Nadając właśnie sądom status organów rejestracyjnych w odniesieniu do dzienników i czasopism ustawodawca holduje niewątpliwie słusznej tendencji powierzania spraw rejestrowych niezawisłym sądom prowadzącym m.in. rejestry: handlowe, spółek, spółdzielni, związków zawodowych, partii politycznych<sup>8</sup>.

---

*moeniczne do najnowszej historii dziennikarstwa*. Pod red. A. Słomkowskiej przy współpr. E. Ciborskiej, T. 25. Warszawa 1995, tamże m.in. Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach*, s. 87 i n.; E. Ciborska, *Pięćdziesiąt lat transformacji prasy postpezetpeerowskiej (1989-1994)*, s. 191 i n. *Transformacja mediów (1989-1995)*. W: *Materiały* T. 25. Warszawa 1996, tamże m.in. J. Jarowiecki, *Przekształcenia prasy polskiej w latach 1989-1995*, s. 43 i n.; M. Załuski, *Prywatyzacja spółdzielni dziennikarskich. Dylematy zmiany form własności*, s. 88 i n.; D. Dobrowolska, *Nicolo Grauso w polskich mediach*, s. 309 i n. Szczególnie ten ostatni artykuł razi uproszczeniami i brakiem wiedzy prawniczej. K. Stryzowski, *Likwidacja RSW „Prasa-Książka-Ruch”*. W: *Polskie media w okresie przemian*. Pod red. J. Olędzkiego, Warszawa 1991, s. 112.

<sup>8</sup> Większość zgłaszanych projektów prawa prasowego postulowała odebranie niezawisłym sądom uprawnień do rejestracji tytułów prasowych i powierzenie tej kompetencji organom administracji rządowej – wojewodom. Ścisłe praktyczne przesłanki takich rozwiązań są jasne i niewątpliwe. Zawarte w uzasadnieniach projektów wywody, że podyktowane jest to potrzebą zmniejszenia obciążenia sądów są balamutne. W chwili obecnej największe sądy okręgowe rejestrują miesięcznie dwa lub trzy tytuły prasowe, bowiem rynek mediów stopniowo się stabilizuje. Dla nikogo nie może natomiast budzić wątpliwości, iż związany „układami” partyjnymi wojewoda, niezależnie od tego, jaką stronę sceny politycznej będzie reprezentował, z natury rzeczy niechętnie będzie spoglądał na próbę rejestracji dziennika lub czasopisma swoich przeciwników politycznych. Autorzy kolejnych projektów postulujących takie rozwiązanie nie śledzili – jak się wydaje – kłopotów związanych z przekazywaniem reje-

Prawo prasowe tylko w dwóch przypadkach pozwala na odmowę rejestracji dziennika lub czasopisma. Po pierwsze wtedy, kiedy wniosek o rejestrację nie zawiera danych, o jakich mowa w art. 20 ust. 2 pr. pr. Po drugie, gdy udzielenie rejestracji stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony istniejącego już tytułu prasowego. Na marginesie wypada zauważyć, że prawo prasowe nie przewiduje możliwości odmowy rejestracji z tego powodu, iż jako redaktora naczelnego wskazano osobę nie spełniającą wymogów określonych w art. 25 ust. 2 i 3 pr. pr. a więc np. pozbawioną praw publicznych, nie mającą pełnej zdolności do czynności prawnych, skazaną za przestępstwo z niskich pobudek itd.

Wbrew utartym i prezentowanym przy różnych okazjach poglądom prawo prasowe nie formułuje zakazu rejestracji tytułu prasowego, którego nazwa już istnieje na rynku, lecz nakazuje odmowę rejestracji w sytuacji, gdy jej udzielenie stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony. Tak więc w istocie rzeczy ustawodawca określa szerzej podstawy odmowy rejestracji, niż to się przyjmuje w obiegu powszechnym. Niewątpliwie nie jest możliwa rejestracja tytułu prasowego, którego nazwa identyczna jest z nazwą tytułu istniejącego już na rynku. Nie ma przy tym żadnego znaczenia ani zasięg terytorialny pisma (np. to, że jedno ma charakter ogólnopolski, a drugie ogranicza się do obszaru powiatu), ani częstotliwość ukazywania się (np. to, że jedno jest rocznikiem, a drugie tygodnikiem) wreszcie tematyka (np. to, że jedno skierowane jest do miłośników motoryzacji, a drugie – o identycznym tytule – wydawca adresuje do działkowiczów).

Z olbrzymim niepokojem, poprzez pryzmat spraw o rejestrację tytułów prasowych, a także procesów o zamieszczenie sprostowania i ochronę dóbr osobistych, należy spojrzeć na stan wiedzy o prawie prasowym wśród dziennikarzy, redaktorów naczelnych i wydawców. Niepokój ten zwiększa fakt, iż w dużym stopniu winę za taki stan rzeczy ponoszą wykładowcy, w szczególności w odniesieniu do studentów studiów na specjalnościach dziennikarskich w wyższych szkołach niepublicznych (zwanymi często bezpodstawnie prywatnymi), ale nie tylko. Studia na specjalnościach dziennikarskich przyciągają liczne rzesze chętnych, dlatego w pierwszym rzędzie wyższe szkoły niepubliczne, ale też wiele wyższych szkół publicznych, na kierunkach nie cieszących się zainteresowaniem maturzystów, chcąc przyciągnąć słuchaczy, tworzą bez należytej obsady kadrowej, a często i bez koncepcji programowej, specjalności dziennikarskie. Wykładowcami na nich są osoby całkowicie przypadkowe i nieprzygotowane, których jedyną legitymacją do prowadzenia zajęć z prawa prasowego jest to, że wykonują (często bez większych sukcesów) zawód dziennikarza, ewentualnie fakt ukończenia studiów prawniczych lub w ostateczności prowadzenie kancelarii radcowskiej bądź adwokackiej. Przypomina to mocno powierzenie woźnicy wy-

---

strów z rąk b. Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk do sądów i nie rozumieją trudności organizacyjnych, jakie taka akcja rodzi. Zupełnie kuriozalny wydaje się pomysł projektu zrodzonego w środowisku Izby Wydawców Prasy powierzającego prowadzenie wykazu tytułów i publikacji Dyrektorowi Biblioteki Narodowej.

kładu prawa o ruchu drogowym na kursie dla kierowców zawodowych. Każdy bowiem słuchacz zdobywający wiedzę w ramach specjalności dziennikarskiej chce w przyszłości być dziennikarzem zawodowym. Skutki takiego proceduru są opłakane. Nieprzygotowani do zajęć, niewykwalifikowani wykładowcy prawa prasowego szerzą wiedzę całkowicie błędną. Piszący te słowa kilkakrotnie miał możliwość dowiedzieć się od studentów, iż informowano ich na zajęciach, że istnieje nadal Główny Urząd Kontroli Prasy, że dziennikarz nie ponosi odpowiedzialności za zniesławienie, że zamieszczenie sprostowania zależne jest od woli redaktora, że tekst sprostowania można dowolnie skracać, że nie ma obowiązku na żądanie rozmówcy udostępniać tekstu do adiustacji, wreszcie, że można bez przeszkód rejestrować tytuły prasowe, mimo że istnieją już na rynku tytuły o identycznym brzmieniu.

Taki stan rzeczy przynosi istotne i niewspółmierne szkody społeczne, prowadzi do niepotrzebnych procesów, powoduje wiele osobistych tragedii ludzi, których zniesławiono, przynosi rozczarowanie, kiedy sąd odmawia rejestracji tytułu. Możliwy jest on dlatego, że minister edukacji nie ma wpływu na powstawanie specjalności w ramach kierunków studiów. Dążenie do maksymalizacji zysku także ze strony wyższych szkół publicznych (w tym niekiedy także niektórych kierunków uniwersyteckich, głównie filologii) nie może przesłaniać strat, jakie powodują niekompetentni wykładowcy. Straty te dość dotkliwe mogą być już na etapie startu, w chwili rejestracji tytułu prasowego.

W doktrynie sporne jest, czy przyjęty w prawie prasowym system rejestracji tytułów prasowych jest systemem zgłoszeniowym czy też zawiera znamiona bardziej rygorystycznego systemu rejestracyjnego. Podnosi się, że wspomniane rozwiązania, odchodzące od systemu koncesyjnego, obowiązującego przed wejściem w życie prawa prasowego, w obecnym jego kształcie, stanowią wprawdzie istotny krok naprzód na drodze do wolności prasy – ale są sprzeczne ze standardami prawa międzynarodowego i europejskiego, które nie dopuszczają ograniczeń w zakresie powstawania i istnienia prasy drukowanej, widzą natomiast taką możliwość w odniesieniu do radiofonii i telewizji<sup>9</sup>.

Wbrew jednak głooszonym w Polsce poglądom, w niektórych krajach Europy Zachodniej (Francja, Hiszpania, Wielka Brytania) obowiązuje wymóg rejestracji tytułu prasowego, lecz władze nie mają prawa jej odmówić. We Francji, przed ukazaniem się dziennika lub czasopisma, w urzędzie właściwego miejscowo prokuratora, winno zostać złożone oświadczenie zawierające tytuł oraz dane wydawcy i adres drukarni. W Hiszpanii wydawca musi uzyskać numer rejestracyjny, przyznawany zresztą bez najmniejszych przeszkód, na każde żądanie. W Szwecji wydawca ma obowiązek zarejestrować nazwisko osoby ponoszącej odpowiedzialność prawną za treść publikacji. Spełnienie tego wymogu nie jest jednak egzekwowane, niemniej wydawca, który poniecha takiej rejestracji, będzie ponosił osobiście odpowie-

---

<sup>9</sup> I. Dobosz, *Tytuł prasowy jako nazwa dziennika lub czasopisma – problemy ontologiczne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, *Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej* Z. 62 (1993), s. 47.

działność za przestępstwa popełnione w prasie<sup>10</sup>. W RFN istnieje we wszystkich ustawach prasowych zakaz jakichkolwiek form rejestracji działalności prasowej. Rejestracja taka byłaby uznawana za niezgodną z konstytucyjną zasadą wolności prasy<sup>11</sup>.

Zauważyć jednak wypada, iż w rozważaniach o dopuszczalności rejestracji tytułów prasowych i sprzeczności takiej rejestracji ze standardami europejskimi i międzynarodowymi dochodzi do pewnego nieporozumienia. Nie zauważa się bowiem tego, że w warunkach polskich rejestracja tytułu ma w istocie jeden cel – jest nim niedopuszczanie na rynek tytułów, których rejestracja stanowiłaby naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego, a więc obrona przed nieuczciwą konkurencją. Namiętni krytycy obowiązującego obecnie w Polsce systemu nie zauważają, że RFN, gdzie istnieje wręcz zakaz rejestracji prasy drukowanej, nie może powstać drugi „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, „Sueddeutsche Zeitung”, „Die Welt”, „Die Zeit”, „Der Spiegel”, „Der Stern”. We Francji nie jest możliwe, aby powstały nowe pisma o tytułach zbieżnych lub chociażby podobnych do już istniejących. Niemożliwe jest więc, aby powstał nowy: „France – Soir”, „Le Monde”, „Le Figaro”. Podobnie wygląda to w innych państwach Europy Zachodniej. Na przeszkodzie tworzeniu nowych pism o tytułach identycznych bądź zbieżnych z istniejącymi stoją przepisy zwalczające nieuczciwą konkurencję, usytuowane w różnych aktach prawnych. Znacznie wyższa niż w Polsce kultura prawna i świadomość prawna, zwłaszcza w obszarze prawa handlowego i gospodarczego, sprawniejszy – w tym właśnie zakresie – aparat jurysdykcyjny i egzekucyjny zabezpieczy w dostatecznym stopniu przed nieuczciwą konkurencją, przed pojawieniem się tytułów, które naruszają prawo do ochrony istniejących już na rynku gazet. W Polsce zaporą taką ma być rejestracja tytułów prasowych, uniemożliwiająca powstanie nowej „Polityki”, czy „Tygodnika Powszechnego”. Przepisy o rejestracji chronią więc, z jednej strony, tytuły istniejące już na rynku, z drugiej zaś klientów, potencjalnych nabywców, przed kupnem innego towaru (innego tytułu) niż zamierzali.

Podkreślić należy, że prawo prasowe, w obowiązującym obecnie kształcie, nie przewiduje możliwości „cofnięcia” rejestracji tytułu prasowego. Nakłada to na organy rejestracyjne obowiązek szczególnej staranności w toku postępowania rejestracyjnego. Oczywiście w warunkach przewidzianych w postępowaniu cywilnym możliwe jest wznowienie postępowania o wpis tytułu prasowego do rejestru. Dla porządku przypomnieć należy, iż przepisy art. 23 pr. pr. w brzmieniu z 1984 r. i art. 22 pr. pr. w kształcie z 1989 r., które obecnie po nowelizacjach mają całkowicie odmienną treść, przewidywały możliwość cofnięcia rejestracji z powodu naruszenia ustawy prawo prasowe bądź innych ustaw. Obecnie obowiązujące *prawo prasowe* zna jedynie odmowę rejestracji i zawieszenie wydawania dziennika lub czasopisma.

---

<sup>10</sup> S. Coliver, *Analiza porównawcza prawa prasowego w demokracjach europejskich i innych*, Biuro Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu [b.r.w.], s. 11.

<sup>11</sup> M. Löffler, *Presserecht*, München 1997, s. 205.

Celem rejestracji tytułu prasowego jest ochrona jego nazwy. Wprawdzie we wniosku o rejestrację należy podać personalia redaktora naczelnego, wskazać wydawcę, jego siedzibę i dokładny adres – ale dane te z biegiem czasu mogą się zmieniać. Godzi się zauważyć, że o wszelkich zmianach w zakresie objętym treścią wniosku należy niezwłocznie powiadamiać organ rejestracyjny (art. 20 ust. 5 pr. pr.). Jest rzeczą znamionną, iż obowiązujące prawo prasowe, ani żaden inny akt prawny, nie przesądza tego, jakiemu podmiotowi, po rejestracji tytułu prasowego, przysługują do niego prawa oraz jaki jest zakres i charakter tych praw. W praktyce obrotu prawnego przyjmuje się, iż prawa do tytułu przysługują wydawcy, ewentualnie podmiotowi składającemu wniosek o rejestrację. Najczęściej jest to zresztą ta sama osoba fizyczna lub prawna. Zdarzają się jednak przypadki, iż z roszczeniami o prawo do tytułu prasowego zgłasza się redaktor naczelny, zespół redakcyjny lub jakaś inna osoba. Najczęściej wywodzą oni prawo do tytułu z przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych podnosząc, iż są twórcami tytułu, a więc przysługują im do niego autorskie prawa majątkowe i osobiste. Prawną wskazówką, pomagającą rozwiązać dylematy dotyczące problemu własności tytułu prasowego, są działania pracującej na podstawie ustawy z dnia 22 marca 1990 r. o likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch” Komisji Likwidacyjnej, która sprzedała bądź przekazała pozostające w jej dyspozycji tytuły prasowe nowym wydawcom. Pozwala to na przyjęcie tezy, iż wolą ustawodawcy jest, aby prawo do tytułu przysługiwało wydawcy. Trzeba jednak przyznać, że podstawy takiego twierdzenia są nader kruche i wątpliwe.

W postępowaniu rejestracyjnym nie przesądza się więc prawa do tytułu prasowego, a jedynie notyfikuje się, kto jest jego wydawcą. Godzi się przy tym zauważyć, że terminu „wydawca” prawo prasowe nie wyjaśnia, ograniczając się jedynie do wskazania podmiotów, które mogą występować w roli wydawcy (art. 8 ust. 1 i 2 pr. pr.). Próbę szczegółowszego określenia „wydawcy”, sprecyzowania jego praw i obowiązków podejmują niektóre ze zgłoszonych projektów prawa prasowego. Tytuł prasowy może być przedmiotem obrotu, można go nabywać i sprzedawać, dochodzić wobec niego praw własności. Nie ma formalnych przeszkód, aby stał się on przedmiotem zastawu, darowizny, zapisu testamentowego. Rodzi się więc w tym miejscu pytanie, czym jest w tej sytuacji tytuł prasowy i co jest naprawdę przedmiotem obrotu.

Na wstępie wypada zauważyć, że judykatura dość jednoznacznie stoi na stanowisku, iż „pojęciowe zakwalifikowanie tytułu do prasy jest zupełnie inną kwestią niż ochrona prawna określonego tytułu prasowego”, prezentując pogląd, że fakt wydawania w przeszłości pisma w tzw. „podziemiu” nie rodzi uprawnień do zarejestrowania tytułu prasowego, którego nazwa jest identyczna z nazwą tytułu ukazującego się niegdyś nielegalnie. Podkreśla się także, że wyrażenie „istniejący tytuł prasowy” zawarte w treści art. 21 pr. pr. należy rozumieć jako „tytuł zarejestrowany”, „znajdujący się w rejestrze”. Podobnie z faktu, iż jakiś podmiot wydawał pismo w okresie międzywojennym nie można wywodzić, że ma on prawo do ty-

tytułu prasowego, którego nazwa brzmi identycznie jak pisma przedwojennego, a który został zarejestrowany przez inny podmiot<sup>12</sup>.

Oczywiście może się zdarzyć, że określony tytuł prasowy nie został zarejestrowany, ale sąd posiada wiedzę o jego istnieniu. W takiej sytuacji powinien odmówić wnioskowi o rejestrację zgłoszonemu przez podmiot nie będący wydawcą. Sytuacja taka miała miejsce w Poznaniu, gdy okazało się, iż jeden z najpoczytniejszych dzienników, ukazujący się w tym mieście od 1945 r. nie figuruje w rejestrze. Próba rejestracji tego tytułu prasowego przez osobę nie związaną z tym dziennikiem spotkała się z odmową sądu, który stwierdził, że dziennik, co do którego zgłoszono wniosek o rejestrację już istnieje – mimo, że nie został zarejestrowany<sup>13</sup>. Podkreśla się, iż miarodajnym dla stwierdzenia czy tytuł istnieje czy też nie, jest zapis w rejestrze dzienników i czasopism. Pozarejestrowa wiedza o istnieniu tytułu prasowego nie może być regułą i w istocie rzeczy sprowadzać się ona może jedynie do sytuacji zupełnie oczywistych.

Nazwa tytułu prasowego niewątpliwie jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych<sup>14</sup>. Oznacza to, iż twórca takowego tytułu posiada do niego prawa osobiste i majątkowe. W doktrynie i judykaturze wyraża się pogląd, iż tytuł wraz z treścią utworu stanowi jednolite dzieło. Dla ochrony tytułu w świetle stanowiska Sądu Najwyższego nie ma decydującego znaczenia to, czy treść wypełniająca tytuł zawiera w sobie oryginalny pomysł o charakterze przejawu działalności duchowej, noszącej cechy osobistej twórczości. Podkreślono przy tym w uzasadnieniu, iż nie ma decydującego znaczenia okoliczność, że treść tytułu zawarto w słowie pospolitym, służącym do codziennego użytku<sup>15</sup>.

W doktrynie, w ślad za literaturą niemiecką i wyraźnym do tej literatury nawiązaniu, wskazuje się często na istnienie tzw. tytułów „mocnych”, które wyróżniają się same przez się (np. „Stary człowiek i morze”, „Grona gniewu”, „Komu bije dzwon”, „Idzie skacząc po górach”, „Namiętnik”, „Krfotok”) oraz słabych, najczęściej jednowyrazowych o treści powszechnie używanej, banalnej (np. „Tato”, „listy”, „prawo karne”, „Róża”). Wyraża się przy tym pogląd, że tylko tytuły „mocne” objęte są ochroną autorsko-prawną<sup>16</sup>. W sytuacji, gdy utwór oznaczony tytułem „słabym”, zyskuje powszechne uznanie, nabierając w ten sposób szczególnego znaczenia, jego „słaby” tytuł może przekształcić się w „mocny”. Podział tytu-

<sup>12</sup> „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 1993, nr 1, s. 25-26.

<sup>13</sup> Sytuacja taka była możliwa, gdyż, jak się okazało, część tytułów zlikwidowanej RSW „Prasa-Książka-Ruch” nie została zarejestrowana przez Główny Urząd Kontroli Prasy Publikacji i Widowisk, na którym po wejściu w życie ustawy *prawo prasowe* początkowo, do nowelizacji 1990 r., spoczywał ten obowiązek.

<sup>14</sup> Dz. U. 1994, nr 24, poz. 83; sprostowanie nr 43, poz. 470.

<sup>15</sup> Por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19 września 1935 r., I K 557/35, OSN 1936, poz. 109.

<sup>16</sup> J. Brzechwa, *Prawo autorskie*, Warszawa 1939, s. 54-55; R. Markiewicz, *Dzieło literackie i jego twórca w polskim prawie autorskim*, Kraków 1984, s. 53-55.

łów na „słabe” i „mocne” – przyjęty w doktrynie i judykaturze niemieckiej – nie wynika z przesłanek wywodzących się z obowiązujących w RFN przepisów prawa autorskiego, lecz oparty jest na założeniach wynikających z norm prawa o zwalczaniu niemieckiej konkurencji. Zakazuje ono wykorzystywania szczególnego oznaczenia druku w taki sposób, który może powodować pomyłki odbiorców polegające na tym, że brać będą druk za inny, jakim posługuje się uprawniony. Przepis ten wykorzystywany jest do ochrony tytułów prasowych, a także podtytułów i nagłówek w pismach<sup>17</sup>. Przyjęte w RFN rozwiązanie jest niewątpliwie prostą konsekwencją istniejącego w tym państwie zakazu rejestracji prasy. W doktrynie niemieckiej przyjmuje się przy tym, że na zdolność do ochrony ma wpływ siła odróżniająca tytułu oraz niebezpieczeństwo omyłki przez chociażby wąski krąg odbiorców.

Zwolennikiem rozwiązań niemieckich zdaje się być B. Michalski stwierdzając, że „tytuł będący jakby oznaczniakiem pisma, czyli cechą identyfikacyjną, wyróżniającą takowe od innych w formie słowa lub grupy słów odpowiednio opracowanych graficznie, jest przedmiotem ochrony przez prawo autorskie”. Zauważa przy tym, iż ochrona tytułu pisma tym różni się od ochrony tytułu utworu, że każdy tytuł prasowy jest chroniony, a słabe tytuły utworów nie korzystają z ochrony. Dzieląc tytuły na mocne, do których zalicza „określenia nie kojarzące się w sposób oczywisty z zawartością pisma lub stanowiące termin, który stał się oryginalny” (np. „Przekrój”, „Rzeczpospolita”, „Kulisy”) oraz słabe o „mniej lub więcej wyrażonym charakterze prasowym” (np. wszelkiego rodzaju „Dzienniki”, „Wiadomości”, „Expressy”, „Przeglądy”, „Gazety”, „Roczniki”), z których część uzupełniają jakieś dodatki, najczęściej o charakterze geograficznym („Gazeta Poznańska”, „Express Warszawski”), wydziela tytuły osłabione, do których zalicza tytuły prasowe mające niegdyś oryginalny charakter, ale uznawane za słabe przez zbyt częste ich używanie (np. „Życie”, „Głos”). Zdaniem B. Michalskiego, podział ten warunkuje zakres ochrony. Z pełnej ochrony – według niego – korzystać będą tytuły mocne, w odniesieniu do tytułu słabego ochronie podlega całość tytułu, w praktyce najczęściej dwuczłonowa (np. „Gazeta Olsztyńska”, „Życie Warszawy”, „Głos Wielkopolski”). Tym samym, w opinii B. Michalskiego, mogą powstawać nowe pisma mające w tytule słowa: „Życie”, „Głos”, „Gazeta”<sup>18</sup>.

Propozycje B. Michalskiego poddała dość ostrej, ale powierzchownej krytyce I. Dobosz, stwierdzając, że „brak przesłanek ontologicznych, które uzasadniałyby przyznanie pełniejszej ochrony dla tytułów prasowych, w porównaniu z tytułami pozostałych utworów”. Podniosła także, że poglądy Michalskiego nie znajdują uzasadnienia w żadnych przepisach prawa, zauważając przy tym, iż w jego koncepcji nie sposób dostrzec racjonalnych przesłanek. Nie zauważyła jednak, że koncepcję swoją B. Michalski sformułował przed wejściem

<sup>17</sup> Zwróciła na to uwagę I. Dobosz, *op. cit.*, s. 37. Por. H. Hubmann, *Urheber und Verlagsrecht*, München – Berlin 1966, s. 237.

<sup>18</sup> B. Michalski, *Dziennikarstwo a prawo*, Kraków 1980, s. 118. Koncepcję B. Michalskiego zdawał się w części dzielić J. Bleszyński, *Prawo autorskie*, Warszawa 1985, s. 51.

w życie prawa prasowego, bo w 1980 r. i przed uchwałą Trybunału Konstytucyjnego z dnia 23 stycznia 1991 r., w której potwierdzono dalsze obowiązywanie, dziś już uchylonej, ustawy z dnia 2 sierpnia 1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. RP 1930, nr 56, poz. 467) konstatając, że moc obowiązującą utraciły jedynie przepisy przewidujące odpowiedzialność karną<sup>19</sup>.

Koncepcja B. Michalskiego istotnie zasadzała się na niezwykle rozszerzającej wykładni obowiązujących wówczas przepisów prawa autorskiego, ale w momencie jej powstawania, kiedy nie istniało jeszcze prawo prasowe z 1984 r. i wyrażono w doktrynie poważne wątpliwości, czy obowiązująca ustawa z dnia 2 sierpnia 1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, odrzucając, wręcz jednomyślnie, aby obowiązywać mógł dekret Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 21 listopada 1938 r. – *Prawo prasowe* (Dz. U. 1938, nr 89, poz. 608), formalnie uchylony dopiero w art. 60 pr. pr. – stanowiła ona dość dobrze uzasadnioną próbę praktycznego rozwiązania problemów, jakie nastroczała problematyka ochrony tytułu prasowego. Późniejsze wypadki, spór „Życia Warszawy” z „Życiem”, zdają się potwierdzać – co do zasady – słuszność konkluzji zawartych w koncepcji B. Michalskiego, jakkolwiek przesłanki, które doprowadziły w konkretnej sprawie do rozwiązania zgodnego z tezą B. Michalskiego, wypływały z nieco innych źródeł.

W praktyce wymiaru sprawiedliwości, po wejściu w życie prawa prasowego z 1984 r., w szczególności po nowelizacji dokonanej ustawą z dnia 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy *prawo prasowe*<sup>20</sup>, kiedy oddano sprawę rejestru tytułów prasowych w ręce sądów, podkreślano, że rejestracja tytułów prasowych w rejestrach prowadzonych przez sądy ma na celu m.in. zapobieżenie istnieniu na rynku prasowym pism o identycznych tytułach. Zauważono, iż art. 21 pr. pr. upoważnia organ rejestracyjny (sąd) do odmowy rejestracji tytułu prasowego, jeżeli jej udzielenie stanowiłoby naruszenie przepisów ustawy *prawo prasowe* albo prawa do ochrony nazw istniejącego już tytułu prasowego. Zauważono przy tym, iż wydane na podstawie art. 23a pr. pr. rozporządzenie ministra sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism<sup>21</sup> w § 4 ust. 2 zobowiązuje sąd rejestrowy do zasięgnięcia, przed wydaniem postanowienia, informacji w Sądzie Wojewódzkim (obecnie Okręgowym) w Warszawie, czy nazwa dziennika lub czasopisma nie jest zbieżna z istniejącym tytułem prasowym. Podkreślano przy tym, iż użyty w rozporządzeniu termin „zbieżny” ma dosłowne (językowe) znaczenie szersze niż określenie „identyczny”. Stwierdzono jednak, że jego treść nie może być wykładana w oderwaniu od hipotezy art. 21 pr. pr., który upoważnia do odmowy rejestracji, gdyby zarejestrowanie stanowiło naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego. Taka regulacja oznacza – zdaniem Są-

<sup>19</sup> Dz. U. 1991, nr 11, poz. 45.

<sup>20</sup> Dz. U. 1990, nr 29, poz. 173.

<sup>21</sup> Dz. U. 1990, nr 46, poz. 275.

du Najwyższego – potrzebę badania przez sąd w toku postępowania rejestrowego, czy mający być zarejestrowany tytuł prasowy odróżnia się dostatecznie od już istniejącego oraz czy proponowany tytuł nie będzie mylony z już istniejącym. Muszą zatem między tytułami prasowymi zachodzić elementy różnicujące je, co nie znaczy, że nie mogą być podobne w niektórych elementach (określeniach) składowych tytułów. Tymczasem ważne jest, aby na rynku prasowym nie istniał tytuł prasowy identyczny ze zgłoszonym do zarejestrowania. Mogą natomiast funkcjonować tytuły prasowe o nazwach podobnych. Judykatura konstatowała przy tym, iż instytucja rejestracji nie chroni skutecznie i w pełnym zakresie nazwy tytułu prasowego, wskazując, iż ochrony takiej wydawcy mogą poszukiwać na podstawie innych ustaw np. kodeksu cywilnego w zakresie ochrony dóbr osobistych. Interesującym jest przy tym fakt, że judykatura nie ma wątpliwości co do tego, iż prawa do tytułu przysługują wydawcy oraz, że to właśnie on może poszukiwać ochrony<sup>22</sup>. Zdaniem Sądu Najwyższego w sprawach o rejestrację dziennika lub czasopisma aktywność sądu jest niezbędna i dlatego Sąd Wojewódzki (dziś już Okręgowy) nie powinien odmawiać rejestracji z przyczyn określonych w art. 21 pr. pr. bez uprzedniego wysłuchania wnioskodawcy na posiedzeniu lub odebrania od niego oświadczenia na piśmie<sup>23</sup>. Uznając to za procesową konieczność, Sąd Najwyższy wyprowadził swoje stanowisko z treści uchwały 7 sędziów Sądu Najwyższego z dnia 9 grudnia 1982 r. (III PZP 5/82, OSNCP 1983, nr 5/6, poz. 62). Stanowisko to spotkało się z krytyką doktryny<sup>24</sup>. Nader wątpliwa wydaje się natomiast niezbyt fortunnie sformułowana teza Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 18 lutego 1993 r., w myśl której wydawanie tytułu prasowego o nazwie podobnej do renomowanego tytułu już istniejącego na tym samym terytorium o podobnej problematyce może wprowadzić w błąd odbiorców, dlatego też w takim przypadku istnieje potrzeba przeciwdziałania bezprawnemu używaniu cudzego tytułu już w postępowaniu rejestrowym<sup>25</sup>. Zauważyć należy, iż Sąd Apelacyjny bez należytej podstawy posłużył się kategoriami: „nazwy podobnej do renomowanego tytułu” oraz „terytorium”. Z tezy wspomnianego postanowienia można by bowiem wyprowadzić wniosek, że nazwa tytułu podobna do innego tytułu, ale nierenomowanego, może zostać zarejestrowana. Tymczasem byłby to pogląd błędny, gdyż art. 21 pr. pr. udziela ochrony wszelkim tytułom, ale nie tylko tytułom renomowanym. Podobnie mylące jest wprowadzenie kategorii terytorium, z której wynikałoby, iż obowiązek odmowy rejestracji tytułu, w sytuacji, gdy udzielenie rejestracji stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego, ograniczony jest do jakiegoś terytorium. Tymczasem takiego ograniczenia ustawodawca nie sformułował, sta-

<sup>22</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 1 grudnia 1997 r., III CKN 443/97, OSNC 1998, nr 5, poz. 88.

<sup>23</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 14 kwietnia 1992 r., I CRN 31/92.

<sup>24</sup> Por. J. Gudowski, *Przegląd orzecznictwa z zakresu prawa cywilnego procesowego (za I półrocze 1992 r.)*, „Przegląd Sądowy” 1994, nr 9, s. 73-74.

<sup>25</sup> I ACR 21/93, „Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych”, wkładka do „Przeglądu Sądowego” (dalej: OSA), 1994, nr 4, s. 21.

rając się chronić tytuł na całym terytorium państwa. Gdyby przyjąć poglądy Sądu Apelacyjnego, powstałoby szereg pytań o zasięg wspomnianego terytorium, czy ograniczone jest ono do obszaru jednej gminy, powiatu, województwa, regionu społeczno-gospodarczego. Zauważyć też należy, iż ochrona tytułu udzielana jest we wszystkich tych sytuacjach, w których rejestracja nowego tytułu stanowiłaby naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu, a nie tylko tytułu prasowego brzmiącego podobnie.

Sąd Apelacyjny w Poznaniu, formułując zrelacjonowane wyżej poglądy, nie dostrzegł, iż postępowanie rejestrowe ma charakter formalny, co oznacza, że obowiązki sądu rejestrowego ograniczają się do sprawdzenia, czy wniosek odpowiada przesłankom określonym w art. 20 ust. 2 i art. 21 pr. pr. Przyczyną odmowy rejestracji może w tej sytuacji być wyłącznie brak we wniosku danych, o których mowa w art. 20 ust. 2 pr. pr. lub naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego (art. 21 pr. pr.). W judykaturze podnosi się, że wykładnia pojęcia „naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego” winna być dokonywana w związku z treścią § 4 ust. 2 rozporządzenia ministra sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism (Dz. U. 1990 nr 46, poz. 275; zm. 1997, nr 141, poz. 947). Ten ostatni przepis stanowi, że przed wydaniem postanowienia o zarejestrowaniu, sąd zasięga informacji w Sądzie Wojewódzkim (Okręgowym) w Warszawie, czy nazwa dziennika lub czasopisma nie jest zbieżna z istniejącym już tytułem prasowym. Zauważono przy tym, że zwrot „zbieżny” jest nieostry, a jego znaczenie semantyczne to: „zbiegający się w jednym punkcie, taki, w którym coś się zbiega, styka, krzyżuje” (por. *Słownik języka polskiego*. Red. M. Szymczak, T. 3., Warszawa 1989, s. 983). Mimo to zauważyć należy, opierając się na wykładni celowościowej, że odmówić rejestracji można wówczas, gdy tytuły prasowe są identyczne, niczym się nie różniące. Odmówić więc rejestracji sąd może wówczas, gdy mający być zarejestrowany tytuł prasowy jest identyczny i niczym się nie różni od już istniejącego. Tym samym nazwa już istniejącego tytułu prasowego, podlegająca ochronie wyłącznie na podstawie art. 21 pr. pr. oznacza nazwę tożsamą (taką samą)<sup>26</sup>.

Podobny pogląd reprezentował Sąd Apelacyjny w Warszawie w postanowieniu z dnia 5 marca 1998 r., stwierdzając, że niedopuszczalne jest zarejestrowanie pisma, którego tytuł jest identyczny z nazwą pisma już istniejącego. Dopuszczalne jest natomiast wpisanie do rejestru prasowego pisma o tytule podobnym lub zbliżonym do tytułu prasowego wcześniej zarejestrowanego<sup>27</sup>.

Stanowisko takie zaprezentował także Sąd Najwyższy w postanowieniu z dnia 1 grudnia 1997 r., stwierdzając, że sąd w postanowieniu mającym na celu zarejestrowanie tytułu pra-

<sup>26</sup> Stanowisko takie sformułował Sąd Apelacyjny w Warszawie w postanowieniu z dnia 19 maja 1998 r., I ACa 216/98, OSA 1999, nr 10, poz. 42.

<sup>27</sup> Postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 1998 r., I ACa 1034/97, OSA 1999, nr 11, poz. 1.

sowego bada, czy na rynku prasowym istnieje tytuł prasowy identyczny ze zgłoszonym do zarejestrowania<sup>28</sup>.

W uzasadnieniu wspomnianego postanowienia raz jeszcze przypomniano, iż art. 21 pr. pr. nie może być wykładany w oderwaniu od § 4 ust. 2 rozporządzenia ministra sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism. Zauważono, że użyty w tym przepisie zwrot „zbieżny” ma dosłowne (językowe) znaczenie, szersze niż określenie „identyczny”. Jednak wobec tego, że treść art. 21 pr. pr. upoważnia do odmowy rejestracji, gdyby zarejestrowanie stanowiło naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu prasowego, sąd w toku postępowania ma obowiązek badać, czy zgłoszony do rejestracji tytuł prasowy odróżnia się dostatecznie od już istniejącego na rynku oraz czy proponowany tytuł nie będzie mylony z już istniejącym. Zdaniem Sądu Najwyższego, muszą zatem między tytułami prasowymi zachodzić elementy je różnicujące, co nie oznacza, że nie mogą być podobne w niektórych elementach. Na rynku prasowym mogą więc funkcjonować tytuły prasowe o nazwach podobnych.

Stanowisko judykatury, zawarte w treści przywołanych postanowień Sądu Najwyższego i Sądów Apelacyjnych, jest całkowicie przekonujące i nie może budzić najmniejszych wątpliwości. W tej sytuacji, jakkolwiek nie jest możliwa rejestracja tytułu prasowego identycznego z istniejącym już na rynku, gdyż udzielenie rejestracji niewątpliwie stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony tytułu już istniejącego, to jednak nie ma przeszkód, aby zarejestrować tytuł prasowy, którego nazwa jest podobna, ale nie identyczna, do tytułu pisma już istniejącego, różniąc się tylko nieznacznie od obecnego już na rynku tytułu. Tak więc obok „Życia Warszawy” może istnieć „Życie” i „Życie Gospodarcze”, obok „Tygodnika Angora” może być wydawana „Angora. Przegląd Prasy Krajowej”, obok „Ekspresu” „SuperExpress”, obok „Domownika” może ukazywać się „Domownik-Budownictwo-Mieszkania-Wnętrza”, wreszcie obok „Wprost” może funkcjonować „Nowy Wprost”<sup>29</sup>.

Niezbyt przekonujący i odosobniony wydaje się natomiast pogląd wyrażony przez Sąd Najwyższy w uzasadnieniu postanowienia z dnia 18 sierpnia 1999 r., na marginesie problemu właściwości sądu w postępowaniu rejestrowym do rozstrzygnięcia sporu o prawo do tytułu. Zdaniem Sądu Najwyższego uregulowanie, zawarte w art. 20 ust. 2 i 21 pr. pr. oraz w rozporządzeniu ministra sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism, ma na celu zapobieżenie istnieniu na rynku prasowym pism o identycznych lub podobnych tytułach, co oczywiście mogłoby naruszać nie tylko interes wydawców, lecz także czytelników<sup>30</sup>. Nie kwestionując tezy, iż istnienie na rynku pism o identycznych

<sup>28</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 1 grudnia 1997 r., III CKN 443/97, OSN 1998, nr 5, poz. 8.

<sup>29</sup> Piszący te słowa pogląd taki sformułował jeszcze przez procesem między „Życiem Warszawy” a „Życiem” o prawo do rejestracji tytułu. Por. J. Sobczak, *Polskie prawo...*, s. 80. Por. także postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 19 maja 1998 r., IACa 216/98, OSA 1999, nr 10, poz. 42.

<sup>30</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 18 sierpnia 1999 r., I CKN 502/99, OSNC 2000, nr 3, poz. 50.

tytułach mogłoby naruszać chronione prawem interesy wydawców bądź czytelników, wypada jednak zauważyć, że Sąd Najwyższy ani jednym zdaniem nie uzasadnił poglądu, iż przywołane w uzasadnieniu przepisy mają na celu zapobieżenie istnieniu na rynku prasowym pism o podobnych tytułach, a nie, jak dotąd przyjmowano, identycznych tytułach.

Zarówno w judykaturze, jak i w doktrynie, zdaje się dominować pogląd, że skoro ustawodawca bardzo wąsko określił zakres kognicji sądu rejestrowego w sprawach o rejestrację tytułów prasowych i do minimum ograniczył środki dowodowe (tylko dokumenty), to uznać należy, że zamierzał kwestie sporne przekazać do postępowania spornego. W tym postępowaniu można bowiem żądać zastosowania różnych środków ochrony, zmierzających do usunięcia naruszeń lub zagrożenia naruszeniem opartych na różnych podstawach materialnoprawnych<sup>31</sup>.

W judykaturze dość dobitnie podkreślono, że instytucja rejestracji nie chroni skutecznie i w pełnym zakresie nazwy czasopisma bądź dziennika, konstatując nawet, że to nie jest jej zasadniczym celem. Ochrony takiej – zdaniem Sądu Najwyższego – wydawcy mogą ewentualnie poszukiwać na podstawie przepisów innych ustaw, np. w oparciu o przepisy kodeksu cywilnego, stojące na straży dóbr osobistych. Podkreślono przy tym, iż rejestracja tytułu prasowego ma na celu zapobieżenie funkcjonowaniu na rynku prasowym dzienników lub czasopism o identycznych tytułach, przeto w postępowaniu rejestracyjnym sąd bada, poza wymogami formalnymi wniosku określonymi w art. 20 ust. 2 pr. pr., czy zgłoszony tytuł nie będzie mylony z już istniejącym. Celowi temu służy informacja, której Sąd zasięga stosownie do § 4 ust. 2 rozporządzenia ministra sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r., co do zbieżności nazwy dziennika lub czasopisma z istniejącym już tytułem prasowym<sup>32</sup>.

Ze stanowiskiem tym koresponduje pogląd wyrażony przez Sąd Apelacyjny w Katowicach w postanowieniu z dnia 7 kwietnia 1999 r., co do tego, że w obecnym stanie prawnym brak jest podstaw do badania przez sąd w związku z rejestracją dziennika lub czasopisma, czy jego tytuł zawiera stwierdzenia zgodne czy też niezgodne z faktycznym stanem rzeczy<sup>33</sup>.

Podniesiono także w judykaturze, że w postępowaniu rejestrowym sąd nie zajmuje się problematyką własności tytułu, dodając jednak całkowicie bezpodstawnie, że prawo prasowe nie zajmuje się problematyką ochrony tytułu prasowego<sup>34</sup>. W istocie, jakkolwiek kwestia własności tytułu nie może być badana w postępowaniu rejestracyjnym, to jednak przepisy prawa prasowego zawarte w art. 20-21 mają właśnie na celu ochrony tego tytułu, ale ograniczają się jedynie do zapobieżenia temu, aby nie został zarejestrowany tytuł o brzmieniu identycznym z już istniejącym.

<sup>31</sup> *Ibidem*, por. także J. Sobczak, *Ustawa prawo prasowe. Komentarz*. Warszawa 1999, s. 278 i n.

<sup>32</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 1 grudnia 1997 r., III CKN 443/97, OSNC 1998, nr 5, poz. 88.

<sup>33</sup> Postanowienie Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 7 kwietnia 1999 r. I ACa 738/98, OSA 1999, nr 10, poz. 4.

<sup>34</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 18 sierpnia 1999 r., I CKN 502/99, OSNC 2000, nr 3, poz. 50.

Zgodzić się należy z wywodami zawartymi w uzasadnieniu wspomnianego postanowienia Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 18 lutego 1993 r. co do tego, iż wydawca zagrożony naruszeniem może poszukiwać ochrony w przepisach prawa handlowego, oczywiście w sytuacji, gdy prowadzi działalność w formie organizacyjno-prawnej spółki prawa handlowego. Słusznie też zauważył Sąd Apelacyjny, że przepisy prawa handlowego nie wykraczają poza ochronę praw kupca rejestrowego do firmy, a więc do nazwy, pod którą kupiec prowadzi przedsiębiorstwo, nie zapewniając ochrony oznaczenia towarowego lub nazwy wprowadzonego do obrotu wytworu. Takim wytworem jest niewątpliwie – co należy wyraźnie dodać, doprecyzowując wywody Sądu Apelacyjnego – tytuł prasowy. Słusznie też Sąd Apelacyjny wskazał, że ochrony tytułu prasowego można poszukiwać zarówno w przypisach w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jak i w treści art. 23 i 24 k. c. w związku z art. 43 k. c., wywodząc ochronę tytułów prasowych z dóbr osobistych<sup>35</sup>. Podzielić także należy pogląd Sądu Apelacyjnego co do tego, że w postępowaniu rejestrowym może brać udział zainteresowany wydawca tytułu już istniejącego, wezwany do udziału w sprawie na podstawie art. 510 § 2 k. p. c. Odmowa rejestracji tytułu prasowego znajduje uzasadnienie w przepisach ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 10 i 13 ust. 1)<sup>36</sup> zarówno w sytuacji, gdy udzielenie rejestracji stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony nazwy istniejącego już tytułu, jak i niekiedy także wówczas, gdy nowy tytuł jest zbliżony do istniejącego, ale nie identyczny z nim.

Aspekt ten pominięto przy okazji głośnego sporu między „Życiem Warszawy” i „Życiem” o prawo do rejestracji. Jasne jest bowiem, że kupujący, żądając od sprzedawcy pisma, mówił: „Życie, proszę” niezależnie od tego, czy domagał się „Życia Warszawy” czy „Życia”. Podobnie jak nabywca „Głosu Wielkopolskiego” mówi: „Głos, proszę”, a kupujący „Gazetę Wyborczą” – „Wyborczą, proszę”. Dopiero później prawo obywatelstwa zyskało żądanie: „Życie Wołka, proszę”, pozwalające uniknąć ewentualnych nieporozumień. Obserwacja ta zdaje się potwierdzać tezę, że na etapie powstawania – bo już nie dzisiaj – należało rozważyć problem rejestracji „Życia”, także pod kątem przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Nie wolno zapominać, że tytuł prasowy pełni funkcje nazwy identyfikującej przedsiębiorcę i prowadzone przez niego przedsiębiorstwo, kupując prawo do odrębności i samodzielności. Tak więc nie tylko przepisy prawa cywilnego dotyczące dóbr osobistych oraz normy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, lecz także rozwiązania zawarte w kodeksie handlowym i ustawie o znakach towarowych pełnią w odniesieniu do tytułu prasowego funkcje ochrony<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> Wiele sądów gotowych jest zaliczać tytuł prasowy do dóbr osobistych i objąć go ochroną na podstawie art. 23 i 24 k.c., por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 2 kwietnia 1992 r., OSA 1993, nr 11/12, poz. 1.

<sup>36</sup> Dz. U. 1993, nr 47, poz. 211.

<sup>37</sup> W kwestii tej por. R. Stefanicki, *Prawo do nazwy (firmy) i jego ochrona*, Kraków 1999, s. 26 i n.; K. Golat, R. Golat, *Oznaczenia indywidualizujące przedsiębiorców*, Warszawa 1998, s. 52 i n.; G. Kycia, *Powstanie i ustanie prawa do firmy i prawa do znaku towarowego oraz ochrony niezarejestrowanych znaków towarowych*, Kraków 1999, s. 52 i n.; J. Koczanowski, *Ochrona dóbr osobistych osób*

Podzielić wypada pogląd, iż istnieją podstawy odmowy rejestracji tytułu prasowego, którego brzmienie nawoływałoby do nienawiści na tle różnic narodowościowych bądź rasowych, np. „Bij Murzynów”. Treść takiego tytułu naruszałaby bowiem prawo karne. Wypada jednak zauważyć, iż § 5 rozporządzenia ministra sprawiedliwości z 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism, zakazujący dokonywania wpisów niezgodnych z obowiązującymi przepisami lub faktycznym stanem rzeczy, został skreślony rozporządzeniem ministra sprawiedliwości z 15 listopada 1997 r. (Dz. U. 1997, nr 141, poz. 947). Z tego, że niedopuszczalna jest rejestracja czasopisma, którego tytuł wypełnia znamiona przestępstwa, narusza cudze przekonania lub zawiera treści obraźliwe względnie narusza dobra osobiste, nie wynika jednak, że niemożliwa jest rejestracja tytułu, którego treść sprzeczna jest z aktualnymi wytycznymi polityki rządu, treścią zawartych układów międzynarodowych, czy ideologią. Podzielić należy pogląd zawarty w uzasadnieniu postanowienia Sądu Apelacyjnego w Katowicach z 7 kwietnia 1999 r., wywiedziony z treści orzecznictwa Europejskiego Trybunału, iż swoboda wypowiedzi nie może ograniczać się jedynie do informacji i poglądów, które są odbierane przychylnie albo postrzegane jako nieszkodliwe lub obojętne, lecz odnosi się w równym stopniu do takich, które obrażają, oburzają lub wprowadzają niepokój. *In concreto* w sprawie, której dotyczy to orzeczenie, Sąd Apelacyjny nie znalazł powodów odmowy rejestracji czasopisma „Kwartalnik Historyczny. Niemcy – Polski Wróg Tysiąclecia”<sup>38</sup>. Argumentację sądu osłabia zawarte w uzasadnieniu stwierdzenie, że czasopismo może być zarejestrowane, gdyż dotyczy wrogości Niemców do narodu polskiego w kontekście historycznym. Zgodzić się natomiast należy, że brzmienie tytułu tego czasopisma nie daje podstaw do przyjęcia, że nawołuje on do nienawiści na tle różnic narodowościowych, nie znieważa też grupy ludności z powodu przynależności narodowej.

Zauważyć w tym miejscu należy, iż z punktu widzenia prawa autorskiego tytuł chroniony jest z chwilą jego powstania. Ochrona ta nie wymaga dopełnienia jakichkolwiek formalności, dokonania zastrzeżeń, rejestracji czy uiszczenia jakichkolwiek opłat. Rejestracja tytułu, opatrzenie go numerem ISSN lub znakiem © oraz notą zastrzegającą prawa autorskie Copyright nie ma znaczenia dla objęcia utworu ochroną przewidzianą przez prawo autorskie. Z uwagi na fakt, że wiele państw, zgodnie ze swym ustawodawstwem wewnętrznym wymaga spełnienia, jako warunku ochrony praw autorskich, takich formalności, jak: zdeponowanie, zarejestrowanie, zastrzeżenie, poświadczenie notarialne, uiszczenie opłat, przyjęto – w myśl art. 3 ust. 1 Powszechnej Konwencji o prawie autorskim, sporządzonej w Genewie 6 września 1952 r., zrewidowanej w Paryżu dnia 24 lipca 1971 r.<sup>39</sup> – iż opatrzenie

---

prawnych, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”. Ser. Spec. Monografie nr 139 (1999), s. 31 i n. Szerzej w tym przedmiocie J. Sobczak, *Tytuł prasowy i jego ochrona*, złożone do druku w oficynie „Zakamycze”.

<sup>38</sup> Postanowienie Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 7 kwietnia 1999 r., ACa 738/98, OSA 1999, nr 10, poz. 41.

<sup>39</sup> Dz. U. 1978, nr 8, poz. 28.

wszystkich egzemplarzy dzieła symbolem © oraz nazwą podmiotu i wskazaniem pierwszej publikacji, stanowi spełnienie takich formalności przewidzianych przez prawo wewnętrzne.

Godzi się w tym miejscu zauważyć, że używanie przez niektóre tytuły oznaczeń © jest zbędne z punktu widzenia polskiego prawa autorskiego. Może ułatwić jednak ochronę tytułu poza granicami. Podobnie używanie międzynarodowego znormalizowanego numeru wydawnictw ciągłych nie rodzi praw do tytułu prasowego, a jest świadectwem uzyskania zezwolenia na działalność wydawniczą, na publikowanie określonego tytułu<sup>40</sup>.

Niewątpliwie tytuł prasowy jest znakiem towarowym, gdyż nadaje się do odróżnienia jednego tytułu od drugiego. Znakiem towarowym może być przy tym nie tylko sam wyraz, czy zestawienie wyrazów tworzących tytuł, ale kompozycja kolorystyczna okładki, jej układ graficzny. Ochrona tytułu prasowego, jako znaku towarowego, może nastąpić jednak dopiero po jego rejestracji w Urzędzie Patentowym oraz po uzyskaniu świadectwa ochronnego. Zauważyć przy tym należy, iż niedopuszczalna jest przy tym rejestracja znaku sprzecznego z obowiązującym prawem lub zasadami współżycia społecznego, naruszająca prawa osobiste lub majątkowe osób trzecich względnie znaku podobnego do już zarejestrowanego w Polsce ewentualnie zarejestrowanego na rzecz innego przedsiębiorstwa. Uprawniony do używania znaku może zaznaczyć, że jego znak został zarejestrowany poprzez umieszczenie litery R wpisanej w okrąg ® w sąsiedztwie znaku towarowego.<sup>41</sup> Na gruncie polskim tego typu zastrzeżenie uwidacznia na okładce i w stopce redakcyjnej wydawca „Twojego Stylu”.

Powyższe uwagi stanowią skrótowe z natury rzeczy przedstawienie problematyki prawnej ochrony tytułu prasowego. Szersze jej omówienie nastąpi w złożonej do druku monografii. W pierwszym rzędzie ochrony tytułu prasowego poszukiwać należy w przepisach prawa prasowego, dalej w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w prawie cywilnym, wreszcie – w razie zarejestrowania tytułu jako znaku towarowego – w ustawie o ochronie znaków towarowych. Szczególnie ważne wydaje się objęcie ochroną tytułu przez prawo cywilne jako dobra osobistego.

---

<sup>40</sup> Szerzej w tym przedmiocie M. Barańska-Sereda, *Obowiązki rejestracyjne wydawców – ISSN, ISBN*. W: *Problemy organizacyjno-prawne prasy*. Red. J. Sobczak, Poznań 1995, s. 76-86.

<sup>41</sup> Ustawa z 31 stycznia 1985 r. o znakach towarowych, Dz. U. 1985, nr 5, poz. 17; zm. 1989, nr 35, poz. 192; 1993, nr 10, poz. 46; 1994, nr 74, poz. 331.

TOMASZ MIELCZAREK

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

**GORZKI SMAK WOLNOŚCI  
DEGRADACJA POLSKIEJ PRASY INFORMACYJNO-POLITYCZNEJ  
W LATACH 1989-2000**

Jednym z najważniejszych hasel demokratycznej opozycji w latach osiemdziesiątych była wolność jednostki oraz zagwarantowanie jej wszelkich praw obywatelskich. Wśród tych praw szczególnie eksponowano wolność wyrażania sądów i opinii, które to skutecznie blokowała, istniejąca do roku 1990, cenzura. Działacze opozycji sądzili, że wraz z jej zniesieniem oraz demonopolizacją rynku prasowego ukształtuje się w Polsce pluralistyczny i niczym nie skrępowany system komunikacji społecznej. Tymczasem jednak nawet powierzchowna analiza procesów zachodzących na polskim rynku prasowym w ostatniej dekadzie wykazuje, iż praktyka codzienności znacznie rozminęła się z wcześniejszymi planami. Warto zatem postawić pytanie, jak wyglądała realizacja tych szczytnych hasel i zastanowić się, jakie efekty przyniosło zniesienie cenzury w przypadku prasy informacyjno-politycznej<sup>1</sup>.

Analiza katalogów prasowych wydawanych w latach 90. pozwala stwierdzić, że ok. 30% z blisko 5 tys. tytułów mieściło się w grupie prasy informacyjno-politycznej. Większość stanowiły niskonakładowe biuletyny organizacyjne oraz czasopisma adresowane do niewielkich kręgów czytelniczych – głównie członków konkretnych partii politycznych. Pod względem społecznego oddziaływania największe znaczenie miały natomiast ogólnopolskie i ogólnoinformacyjne dzienniki, dlatego też im poświęcimy najwięcej miejsca.

Prasa informacyjno-polityczna ma w polskim systemie medialnym szczególne znaczenie, w XX w. zakres oddziaływania tej prasy był wyjątkowo duży, a zjawisko to nasiliło się zwłaszcza w latach PRL. Ideologizacja i upolitycznienie dotyczyły nie tylko prasy informa-

---

<sup>1</sup> Szerzej o tym typie prasy w: A. Paczkowski, *Prasa polska w latach 1918-1939*, Warszawa 1980, s. 29 oraz *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976, s. 172.

cyjnej, ale dotknęły też czasopisma specjalistyczne lub adresowane do wybranego i, jakby mogło się wydawać, apolitycznego audytorium. Treści propagandowe odnajdziemy bowiem m.in. w prasie hobbystycznej, sportowej itp.

Warto przypomnieć, że wśród prasy informacyjnej i politycznej prasa wydawana przez RSW, choć nie była zbyt liczna, to jednak dominowała pod względem nakładów i zakresu oddziaływania na opinię publiczną. W grupie tej szczególnie ważną rolę odgrywała prasa PZPR, pełniąca funkcje prasowych organów tej partii. Prasa RSW, w tym partyjna, nie bez racji postrzegana była przez audytorium czytelnicze jako narzędzie sprawowania władzy. Dlatego też, choć w miarę popularna, była czytana krytycznie, a jej nakłady po wprowadzeniu stanu wojennego, nie tylko ze względów ekonomicznych, systematycznie malały.

## Organy partii politycznych

Obserwując przekształcenia polskiego rynku prasowego, można dojść do przekonania, że wiosną 1989 r. polskie społeczeństwo oczekiwało na wydawnictwa niezależne i krytykujące ówczesny ustrój społeczno-polityczny. Na takie zapotrzebowanie odpowiedziała prasa „Solidarności”. Wiosną 1989 r. wyszło z konspiracji około tysiąca czasopism<sup>2</sup> tego obozu, a ponadto rozpoczęto wydawanie różnego rodzaju biuletynów organizacyjnych komitetów obywatelskich przy L. Wałęsie, których zadaniem było prowadzenie agitacji wyborczej. Prasa ta, choć miała znaczny wpływ na funkcjonowanie pism RSW, nie odniosła jednakże sukcesu. Wobec daleko idącej transformacji pism postpezetperowskich oraz „czytelnikowskich”, prasa „solidarnościowa” nie miała już racji bytu. Czytelnicy odnajdywali podobne treści w pismach wydawanych w profesjonalny sposób, a ponadto znanych im od lat i dobrze zakorzenionych na rynku prasowym. Prasa pozostająca jeszcze w gestii RSW starannie zacierала swe uprzednie kontakty z PZPR i innymi partiami politycznymi działającymi w latach PRL. Jeszcze przed rozwiązaniem PZPR usuwano z winiet hasło „Proletariusze wszystkich krajów łączcie się”, zmieniano tytuły poszczególnych dzienników i czasopism. Znamienny był też fakt, iż sondaże opinii publicznej wykazywały społeczny „przesyt” polityką. Po 1989 r. zainteresowania czytelnicze częściej lokowano w tzw. „prasie tęczącej” (kobiecej, bulwarowej), co znacznie osłabiło pozycję pism informacyjno-politycznych.

Prasa „solidarnościowa”, nie posiadająca zbyt dużych środków finansowych, odpowiedniego zaplecza technicznego, a niekiedy i doświadczonych kadr menedżerskich, rozwijała się powoli. Dlatego też Komisja Likwidacyjna podjęła intensywne starania zmierzające do ideowej demonopolizacji rynku prasowego. Z jednej strony dążyła do przekazania poszczególnych tytułów prasowych partiom i organizacjom politycznym, które zrodziły się z obo-

---

<sup>2</sup> E. Ciborska, *Pięćdziesiąt lat transformacji prasy postpezetperowskiej (1989-1994)*. W: *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*. Pod red. A. Słomkowskiej, T. 25. Warszawa 1995, s. 191.

zu „Solidarności”, z drugiej zaś – do zawężenia zakresu wpływów prasowych PZPR. Najbardziej spektakularnym przejawem tych zmian były losy „Trybuny Ludu”. Ostatni numer (23/14090) tego dziennika ukazał się w sobotę 27 stycznia 1990 r. Od 29 stycznia dawny zespół redakcyjny wraz ze swym redaktorem naczelnym Jerzym Majką rozpoczął wydawanie „Trybuny Kongresowej”, która wychodziła do 12 lutego 1990 r., a następnego dnia światło dzienne ujrzała „Trybuna”.

„Trybuna” rozpoczęła swą działalność jako „gazeta codzienna SdRP”, a zatem prasowy organ tej partii. 15 października 1991 r. zapisano w jej stopce, iż jest to „gazeta socjaldemokratyczna”, co miało sugerować poszerzenie politycznych podstaw pisma. Jednak o faktycznym statusie dziennika nie przesądzały jego deklaracje, ale organizacyjne i personalne związki istniejące pomiędzy „Trybuną” i SdRP oraz SLD.

Początkowo wydawcą „Trybuny” była RSW, od 31 marca do 30 kwietnia 1990 r. wydawnictwo „Edytor”, w maju i czerwcu koszty wydawania pisma ponosiła SdRP, a od 1 lipca 1990 r. – spółka „Befra”, przekształcona następnie w powiązaną z „Universalem” spółkę „Ad Novum”. Jak można było się ostatnio dowiedzieć, „Ad Novum” jest obecnie prywatną własnością Anny Turskiej<sup>3</sup>. Niezależnie od tych formalnych przekształceń pismo nadal pozostaje w politycznej gestii SLD, a partia ta wspomagała dziennik w jego trudnych ekonomicznych i organizacyjnych początkach.

Dziennik socjaldemokratów odziedziczył po „Trybunie Ludu” system teletransmisji, sieć międzynarodowych korespondentów oraz siedzibę redakcji mieszczącą się przy pl. Starynkiewicza. Normalna działalność rynkowa dowiodła jednak, że u progu lat dziewięćdziesiątych w Polsce zmalało zainteresowanie lewicowym pismem ściśle związanym ze swym politycznym dysponentem. „Trybuna” szybko traciła wszelkie atuty swej poprzedniczki. Spółka „Ad Novum” miała ogromne kłopoty z rozliczeniem się z Komisją Likwidacyjną RSW. „Trybunę” sprzedano w pakiecie wraz z „Głosem Żyrardowa” oraz „Chłopską Droga” za 1,25 mld ówczesnych złotych. Niewywiązywanie się spółki z warunków umowy doprowadziło w lipcu 1991 r. do decyzji Komisji Likwidacyjnej, na mocy której „Głos Żyrardowa” miał przejść na własność wojewody skierniewickiego, a pozostałe 2 pisma na własność Skarbu Państwa. Według opinii pracowników „Trybuny”, którym grożono znacjonalizowaniem gazety, wszelkie te perturbacje miały przede wszystkim charakter polityczny, a Komisja Likwidacyjna zmierzała do wyeliminowania z rynku prasowego pism reprezentujących lewicowe poglądy polityczne<sup>4</sup>.

Pierwszym redaktorem naczelnym „Trybuny” został były szef „ITD”, rzecznik prasowy kongresu założycielskiego SdRP, Marek Siwiec. Wraz z nim przyszli do pisma inni trzydziestolatkowie, przede wszystkim pracownicy pism młodzieżowych, wśród których był m.in. Dariusz Szymczycha. Gdy M. Siwiec wszedł w skład Krajowej Rady Radiofonii i Telewi-

3 Por. „Gazeta Wyborcza” 2000 z 10. 01, s. 3.

<sup>4</sup> M. Kowalski, „Trybuna” (1990-1992). W: *Materiały*, T. 22. Warszawa 1992, s. 231.

zji, Szymczycha objął obowiązki redaktora naczelnego i pełnił je do lipca 1997 r. Został odwołany wraz ze swymi zastępcami (Czesławem Rowińskim i Stanisławem Ćwikiem) na mocy decyzji wydawcy, który na ich miejsce desygnował Janusza Rolickiego<sup>5</sup>. Pod kierownictwem J. Rolickiego „Trybuna” zastrzyła ton swych wypowiedzi, co przysporzyło jej czytelników, ale odstręczyło reklamodawców<sup>6</sup>. Gdy okrzyła SLD i rozpoczęły się nieformalne przygotowania do kampanii prezydenckiej, doszło do konfliktów w kierownictwie redakcji. J. Rolicki zwolnił w sierpniu 1999 r. swych zastępców<sup>7</sup>. Jednak w pół roku później i on utracił swe stanowisko. Od stycznia 2000 r. kolejnym szefem „Trybuny” został rzecznik klubu parlamentarnego SLD, Andrzej Urbańczyk. Jedną z pierwszych jego decyzji było przywrócenie do pracy usuniętych wcześniej zastępców redaktora naczelnego Wojciecha Pileckiego i Piotra Łapę.

W latach 1990-2000 nakłady „Trybuny” oscylowały wokół 100 tys. egz., ale liczba zwrotów wynosiła ok. 50%. Nawet bardzo pobieżny przegląd zawartości „Trybuny” wskazuje, że dziennik ten starał się dystansować od swego politycznego dysponenta. Nie ukrywając swych politycznych sympatii, unikał jednakże drukowania partyjnych dokumentów, artykułów hagiograficznych itp. Gazeta socjaldemokratów, z lepszym lub gorszym skutkiem, spełniała funkcje informacyjne.

Działalność Komisji Likwidacyjnej RSW pozbawiła SdRP-SLD pism regionalnych i lokalnych. Ich miejsce zajęły różnego rodzaju biuletyny organizacyjne – miesięczniki lub pisma wydawane nieregularnie i spełniające funkcje organizacyjne oraz propagandowe. Z informacji uzyskanych w SLD wynika, że biuletyny te wydawano praktycznie we wszystkich miastach wojewódzkich. Katalogi prasy odnotowały natomiast zaledwie kilka z nich. Były to m.in.: „Biuletyn Informacyjny SdRP” wydawany w Dąbrowie Górniczej, „Głos Lewicy” edytowany w Częstochowie, zielonogórski „Głos Socjaldemokracji” czy też olsztyńskie „Nasze Sprawy”.

Równie nieliczna była prasa innych ugrupowań lewicowych. Wiadomo, że własnymi piśmami dysponowała Polska Partia Socjalistyczna („Robotnik”, „Lewą Nogą”), komuniści („Brzask”), syndykaliści i trockiści.

Swą dawną, uprzywilejowaną pozycję utraciły też inne partie i organizacje społeczne działające w latach Polski Ludowej. Ugrupowania te, choć formalnie nie zostały pozbawione własnej prasy, utraciły możliwość faktycznego wpływania na polski system medialny, a co za tym idzie – polską opinię publiczną. Wystarczy w tym miejscu jedynie wspomnieć, iż sztandarowy dziennik Stronnictwa Demokratycznego, „Kurier Polski”, stał się własno-

---

<sup>5</sup> Związki niektórych pism lewicy z PZH „Universal” i innymi spółkami zajmowały szczególnie „Wprost” (zob. np. nr.: 49 z 8. 12. 1996; 11 z 9. 03. 1997 i 12 z 23. 03. 1997) oraz „Gazetę Wyborczą” (nr 114 z 28. 07. 1997, s. 2).

<sup>6</sup> Szerzej na ten temat: „Press” 1998, nr 2, s. 7.

<sup>7</sup> W. Pilecki, *Cysorz na lewicy*. Rozm. przepr. M. Lizut, P. Błoński. „Gazeta Wyborcza” 1999 z 10.08.

ścią Z. Solorza. Dzienniki ten sukcesywnie tracił czytelników, dlatego też w styczniu 1999 r. przekształcono go w ilustrowany tygodnik, a ostatecznie pismo zakończyło swój żywot w listopadzie tego roku jako „Kurier Sensacji i Rozrywki”. Równie skromnie prezentowały się pisma sygnowane przez Wydawnictwo Ludowe. Wydawano je w niewielkich nakładach i nie cieszyły się zbyt dużą popularnością<sup>8</sup>.

W nowej rzeczywistości nie mógł też odnaleźć się, założony w 1947 r., dziennik PAX „Słowo Powszechne”. Dlatego też 22 stycznia 1993 r. ukazał się pierwszy numer „Słowa-Dziennika Katolickiego”. Od 1993 r. edytorem pisma była sp. z o.o. Inco Veritas, wchodząca w skład wydawnictwa „Civitas Christiana”. Pierwszym redaktorem naczelnym katolickiego „Słowa” był Jerzy Marlewski, zastąpiony w 1995 r. przez Adama Wieczorka, a w 1996 r. – Andrzeja Chojnowskiego.

Nakład dziennika systematycznie spadał. Według „Gazety Wyborczej” w 1997 r. sprzedaż pisma w dni codzienne nie przekraczała 8 tys. egz., a w wydaniach sobotnio-niedzielnym 80 tys. egz. Miesięczny deficyt pisma wynosił ok. 0,4 mln zł<sup>9</sup>. Dlatego też wydawca podjął decyzję o likwidacji „Słowa”. Pismem zainteresował się szef Radia Maryja, o. Tadeusz Rydzyk, ale i on uznał, że nie da się go uratować. „Słowo” jako dziennik ukazywało się do 9 maja 1997 r., a do czerwca 1997 r. wychodziło jako tygodnik.

Warto przy tej okazji dodać, iż środowisko Radia Maryja zmaterializowało swe plany pod postacią „Naszego Dziennika”. Gazeta ta ukazuje się od 29 stycznia 1998 r. i wychodzi w nakładzie mniejszym niż 100 tys. egz., notując blisko pięćdziesięcioprocentowe zwroty. Pismem kierował początkowo Adam Górski, a od września 1999 r. Ewa Solowiej. W skład redakcji wchodzi ok. 40 dziennikarzy, w wieku 25 – 30 lat.

Wypada też dodać, że ten sam wydawca podjął 1998 r. niezbyt udaną próbę przejęcia bydgoskiego „Ilustrowanego Kuriera Polskiego”.

Proces transformacji polskiej prasy polityczno-informacyjnej miał również swój wymiar lokalny. Także i w tym wypadku szczególnie burzliwe zmiany zaszły w latach 1989-1991 między wyborami parlamentarnymi, a zakończeniem pierwszego etapu pracy Komisji Likwidacyjnej RSW. Porozumienia społeczne zawarte przy Okrągłym Stole uruchomiły żywiołowy proces tworzenia lokalnych pism informacyjno-politycznych reprezentujących bądź to szeroko rozumiany obóz „Solidarności”, bądź też konkretne ugrupowania politycz-

---

<sup>8</sup> W 1991 r. PSL podjęło nieudaną próbę wydawania „Powszechnego Dziennika Krajowego”. Bardziej trwały był tygodnik redagowany przez Zenona Kraszkę „Dziennik Ludowy”. Pismo to wychodziło od października 1991 r. do kwietnia 1994 r. w deklarowanym przez wydawcę nakładzie 40 tys. egz. Naczelnym wydawnictwem PSL pozostawał tygodnik „Zielony Sztandar”. Pismo to powoływało się na przedwojenne tradycje, a jako datę swego założenia podawało 19 kwietnia 1931 r.; nie informowało o swym nakładzie. Nadto PSL dysponował kilkoma innymi wydawnictwami o zasięgu regionalnym i lokalnym. Były to m.in.: „Koniczynka” (mies., Kluczbork), „Piast Tarnowski” (mies.), „Siewca” (mies., Suwałki) i inne.

<sup>9</sup> „Słowo” bez czytelników, „Gazeta Wyborcza” 1997, nr 5 z 7. 01.

ne. Ze zrozumiałych względów nie zaprezentujemy tu wszystkich tych pism, ale ograniczymy się jedynie do kilku przykładów z Gdańska, Krakowa i Łodzi<sup>10</sup>.

W Gdańsku powołano: „Tygodnik Gdański” (początkowo jako „Tygodnik Wyborczy”; 1989-1991), „Młodą Polskę” (1989-1991) i „Gazetę Gdańską” (1990-1993), w Krakowie „Czas Krakowski”<sup>11</sup> (1990-1995). Pisma te swe największe sukcesy odniosły w pierwszych miesiącach edycji. Bezkompromisowo walczyły z relikdami poprzedniego systemu społeczno-politycznego, upowszechniały idee i poglądy znane wcześniej w wąskich – elitarnych kręgach społecznych. Ich radykalizm i, w pewnym sensie awangardowość, czyniły z nich pisma popularne i zyskujące wielu czytelników. Z biegiem czasu ich formuła traciła jednakże na powabie i atrakcyjności. Pozbawione poważnych podstaw ekonomicznych stopniowo znikwały z rynku prasowego.

Lepiej powiodło się nowym lokalnym pismom, które początkowo miały charakter informacyjno-polityczny, później zaś przybrały kierunek popularny, a niekiedy sensacyjny. Bodaj najciekawszym tego przykładem były związane początkowo z ZChN łódzkie „Wiadomości Dnia”. Pismo to było wydawane przez SA „Lus”, a następnie przez bawarską grupę kapitałową<sup>12</sup>; kierowała nim Ewa Kluczkowska. Mimo niezbyt wysokiego nakładu (50 tys. egz.) „Wiadomości” miały aż 5 mutacji i szeroko rozbudowany system pozyskiwania inzeratów. Gwarantowało to dziennikowi dobrą kondycję ekonomiczną i trwałą egzystencję.

Własną prasę wydawały też partie polityczne i organizacje społeczne, które zyskały możliwość legalnej działalności dopiero po 1989 r. Niezależnie od liczby członków i realnych wpływów politycznych organizacje te starały się wydawać periodyk (informacyjny lub teoretyczno-polityczny) o zasięgu ogólnopolskim oraz pisma regionalne i lokalne. W wielu wypadkach wydawanie własnej prasy było podstawową, a niekiedy jedyną, formą ich publicznej aktywności. Najliczniejszą prasą dysponowała „Solidarność”<sup>13</sup>, KPN<sup>14</sup>, ale jej wydawcami byli republikanie, Chrześcijańska Demokracja, konserwatyści, Porozumienie Centrum czy też Zjednoczenie Chrześcijańsko-Narodowe i in. Z innych inicjatyw

---

<sup>10</sup> W. Pepliński, *Transformacja prasy gdańskiej i pomorskiej (1989-1992)*. W: *Materiały*, T. 22. Warszawa 1992, 135-145; idem, *Kontrowersje wokół transformacji prasy gdańskiej i pomorskiej*, *ibidem*, T. 24, Warszawa 1994, 206-216; J. Jarowiecki, *Zmiany w prasie krakowskiej*, *ibidem* s. 193-205; *Przerzedziło się*, Rzeczpospolita 1996, nr 4 z 5. 01.

<sup>11</sup> W końcu 1996 r. „Czas” został reaktywowany i wychodził jako tygodnik, a od czerwca do sierpnia 1997 r., tj. kolejnej likwidacji ponownie był dziennikiem. „Nowy Czas Krakowski” redagował Piotr Legutko; pismo wychodziło w nakładzie 40 tys. egz.

<sup>12</sup> Grupa ta początkowo odżegnywała się od związków z koncernem Passauer. „Press” 1997, nr 4, s. 3.

<sup>13</sup> Sztandarowym pismem związku był wydawany w 50-tysięcznym nakładzie „Tygodnik Solidarność”. Nadto „Solidarność” wydawała m.in.: „Biuletyn Solidarność Świętokrzyska”, „Solidarność – Poznań”, „Co Drugi Tydzień”, „Feniks”, „Rezonans – Solidarność Olsztyn” i inne.

<sup>14</sup> Podstawowym pismem KPN była „Gazeta Polska”. Ten dwutygodnik był wydawany przez PHUP „Kompan” sp. z o.o. i miał mutację śląską („Gazeta Śląska”). Według deklaracji wydawcy pismo odbijano w nakładzie 30 tys. egz. Dwutygodnika KPN nie należy mylić z powołaną w marcu

wydawniczych mieszczących się w tej formule wypada wymienić m.in.: utworzony 26 sierpnia 1995 r. dziennik „Głos” Antoniego Macierewicza (wyd. Dziedzictwo Polskie, nakł. 20 tys. egz.), powołany w końcu 1996 r. „Głos Narodu Polskiego” (wyd. Biuro Sekretarza Generalnego BBWR), czy też stworzony z myślą o parlamentarnej kampanii wyborczej, wychodzący od grudnia 1996 r. „Tygodnik Małopolska-AWS”<sup>15</sup>.

Nawet dość pobieżny przegląd pism pełniących funkcje organów organizacji społeczno-politycznych skłania do wniosku, iż prasa ta nie cieszyła się dużą popularnością. Przemawiały za tym niewielkie jej nakłady oraz dość hermetyczna treściowa zawartość, adresowana do czytelników zaznajomionych z działalnością konkretnego ugrupowania politycznego.

### Próby przejęcia tytułów RSW przez nowe partie polityczne

Prasa polityczna, w tym partyjna, w latach dziewięćdziesiątych miała niewielki wpływ na opinię publiczną i stopniowo schodziła na margines polskiego systemu medialnego. Dlatego też partie, które odniosły polityczny sukces w 1989 r., zainteresowały się tytułami już istniejącymi na rynku prasowym. Staraly się je przejąć i dzięki nim oddziaływać na postawy polityczne polskiego społeczeństwa. Przykładem tego typu działalności była próba zdobycia przez KPN „Sztandaru Młodych”. Rozgłos tej sprawie nadał konflikt, jaki wybuchł pomiędzy zespołem redakcyjnym dziennika a jego potencjalnym politycznym dysponentem.

Ustawa likwidująca RSW dawała możliwość przekazywania pism spółdzielniom dziennikarskim, w których skład weszła co najmniej połowa zespołu redakcyjnego. W „Sztandarze” nie doszło do tego, albowiem młody zespół nie posiadał stosownych środków finansowych, a ponadto znaczna część dziennikarzy wiązała swe nadzieje z organizowanym w owym czasie dziennikiem „Nowa Europa”<sup>16</sup>. „Sztandarem” zainteresowała się natomiast Konfederacja Polski Niepodległej. W październiku 1990 r. Konfederaci okupowali budynki publiczne, domagając się dostępu do środków komunikowania masowego. Zaprzestali tej akcji, gdy Komisja Likwidacyjna RSW obiecała im przyznanie kilku tytułów prasowych. Zgodnie z wolą L. Wałęsy jednym z nich miał być „Sztandar Młodych”. Funkcję redaktora naczelnego zamierzano powierzyć Krzysztofowi Królowi. Na wieść o przekazaniu dzienni-

---

1993 r. „Gazetą Polską” Piotra Wierzbickiego. Tygodnik P. Wierzbickiego był wydawany przez Niezależne Wydawnictwo Prasowe i w 1996 r. deklarował nakład 125 tys. egz.

<sup>15</sup> Piśmo to powołano na bazie wychodzącego od listopada 1989 r. „Tygodnika Małopolska”. „AWS” do numeru 16 z 1997 r. kierował Piotr Walaszczyk, a następnie Czesław Wilczyński. „AWS” od numeru 23 z 1997 r. zmienił format na A3 i wychodził (50 tys. egz. nakł.) w kolorowej szacie graficznej.

<sup>16</sup> P. Dybicz, *Transformacja prasy młodzieżowej (1989-1992)*. W: *Materiały*, T. 22. Warszawa 1992, s. 93.

ka w ręce KPN praktycznie cały zespół złożył wypowiedzenia z pracy i zaangażował się w spółce „Zarządzanie i Bankowość” – wydawcy „Nowej Europy”. Decyzja Komisji Likwidacyjnej została zanegowana przez Tadeusza Mazowieckiego. Premier uznał, że mianowanie „politycznych komisarzy” w poszczególnych tytułach prasowych prowadzi do ich upartyjnienia, a ponadto mija się z duchem prowadzonych w owym czasie reform. Dlatego też zakazał Komisji Likwidacyjnej dalszych takich decyzji<sup>17</sup>.

„Sztandar Młodych” wystawiono na przetarg, a jego nowym właścicielem została spółka „SM-Media”, w której skład wchodziła: kierowana przez Leszka Balcerowicza Fundacja Edukacji Ekonomicznej, PP „Polskie Nagrania”, Barbara Holding SA i mieszkający w Wiedniu Wojciech Gawęda (49% udziałów) 15% udziałów rozdysponowano pomiędzy pracowników pisma. „Sztandar” sprzedano za ok. 1 mln \$. Taka struktura własności utrzymała się do 1994 r. kiedy to powołano „Dom Wydawniczy SM”, w skład którego, prócz wspomnianych już podmiotów, weszła szwajcarska grupa kapitałowa Jörga Marquarda i Fibak Investment Group. W 1995 r. dziennik był własnością sp. z o.o. „Dom Wydawniczy SM”, w której – prócz Fibaka – 70% udziałów posiadał szwajcarski koncern JMG Ost Presse Jörga Marquarda<sup>18</sup>.

„Sztandar Młodych”, mimo zmiany tytułu i uatrakcyjnienia szaty graficznej, sukcesywnie tracił czytelników. W 1997 r. nakłady pisma w wydaniach codziennych wynosiły 55 tys. egz. – a w weekendy 130 tys. egz. Zwroty sięgały od 40 do 50%<sup>19</sup>. Dziennik przynosił straty, dlatego też wydawca zamknął go 25 lipca 1997 r.

„Sztandar” w latach 1990-1994 miał charakter ogólnoinformacyjny. Później jednak, po zmianie redaktora naczelnego<sup>20</sup>, ewoluował w stronę pisma popularnego, w którym nie stroniło od sensacji. Według innych opinii, pismo po 1995 r. miało centrowoprawicowy charakter<sup>21</sup>. Było czytane głównie przez inteligencję mieszkającą poza Warszawą<sup>22</sup>. Jedną z form uatrakcyjnienia pisma były kolumny lokalne mutowane dla dużych aglomeracji miejskich.

Innym przykładem nieudanej próby opanowania tzw. „starego” tytułu były dzieje „Gromady-Rolnika Polskiego”. Pismo to utworzono w 1947 r., a w latach osiemdziesiątych, z racji swego blisko półmilionowego nakładu, było drugim ogólnopolskim dziennikiem. Jeszcze w 1989 r. nakład „Gromady” wynosił 430 tys. egz.

Zgodnie z dyrektywą Komisji Likwidacyjnej, 29 lutego 1990 r. w dzienniku powołano spółdzielnię pracowniczą, która obowiązki redaktora naczelnego powierzyła byłemu przewodniczącemu Związku Młodzieży Wiejskiej, Leszkowi Leśniakowi. Tytuł, za 25 ówczes-

---

<sup>17</sup> Zob. A. Grajewski, *Bitwa o prasę. Krótki zarys likwidacji koncernu prasowego RSW*. „Więź” 1992, nr 11, s. 51.

<sup>18</sup> P. Dybicz, *Przekształcenia „Sztandaru Młodych”*. W: *Materiały*, T. 26. Warszawa 1996, s. 207.

<sup>19</sup> „Gazeta Wyborcza” 1997, nr 174 z 28. 07, s. 25.

<sup>20</sup> W latach 1991-1993 pismem kierowała Grażyna Minkowska, Jerzy Domański w latach 1985-1991 i 1993-1995, a w latach 1995-1997 Michał Komar.

<sup>21</sup> Zob. m.in. J. Domański, *Mój błąd*, „Przegląd Tygodniowy” 1997, nr 33 z 13. 08.

<sup>22</sup> „Polityka” 1997, nr 30 z 26. 07.

nych mld zł przekazano jednakże spółce „Corso” firmującej PSL „Solidarność” (później jako: Stronnictwo Ludowo-Chrześcijańskie) Józefa Ślisza. Starania tego ugrupowania o prawa do „Gromady-Rolnika Polskiego” wspierał m.in. L. Wałęsa i przewodniczący Obywatelskiego Klubu Parlamentarnego Bronisław Geremek<sup>23</sup>.

Przekazanie „Gromady” w ręce PSL „Solidarność” doprowadziło do powołania nowego tytułu – kierowanej przez L. Leśniaka „Gromady Rolników”. Dziennik ten ukazywał się od 17 kwietnia 1991 r., a od 25 kwietnia 1992 r. wydawano go pt. „Gazeta Rolnicza”. „Gazeta Rolnicza” w latach 1993-1994 wychodziła w deklarowanym przez wydawcę nakładzie 70 tys. egz., a w latach 1995-1997 deklarowany nakład wahał się w granicach od 45 do 60 tys. egz. w wydaniach codziennych i od 80 do 90 tys. w wydaniach magazynowych.

„Gromada-Rolnik Polski” sukcesywnie traciła czytelników. Choć w latach 1993-1995 wydawca informował, iż pismo odbijane było w ilości 100-150 tys. egz. (50% zwrotów), dziennik został zawieszony w marcu 1995 r. Umiarkowane powodzenie „Gazety Rolniczej” i upadek „Gromady” świadczyły, iż niezależnie od politycznych perturbacji związanych z transformacją tytułu, prasa adresowana tylko dla wsi i rolników po 1989 r. nie cieszyła się zbyt wielkim powodzeniem.

Zainteresowanie własnym pismem codziennym przejawiało także Porozumienie Centrum. Partia ta chciała przejąć jedną z najpopularniejszych polskich „popołudniówek” – „Express Wieczorny”. Pismo to założono 20 maja 1946 r. W latach siedemdziesiątych nakłady „Expressu” sięgały 800 tys. egz., a w latach osiemdziesiątych – 450 tys. Kłopoty wydawnicze, jakie wystąpiły na początku lat dziewięćdziesiątych, nie ominęły także tej gazety. W 1990 r. jej nakład spadł do 200 tys. egz.

„Express Wieczorny” był gazetą, o którą rywalizowały dwa ugrupowania: Polska Partia Socjalistyczna – wydawca pisma w latach 1946-1948 – oraz Porozumienie Centrum, występujące jako Fundacja Prasowa „Solidarności”. Starania tej ostatniej partii popierał m.in. ówczesny prezydent-elekt L. Wałęsa. 30 marca 1990 r. 100 (na 110) pracowników pisma założyło spółdzielnię pracowniczą. Mimo to dziennik, za 16 mld ówczesnych zł, sprzedano 11 stycznia 1991 r. Fundacji Prasowej „Solidarności”. Spotkało się to ze zdecydowanym protestem członków spółdzielni pracowniczej. W pierwszej połowie lutego 1991 r. blisko 80% zespołu redakcyjnego przeszło do „Expressu” – pisma założonego 10 października 1990 r. Dziennik ten wydawano rano, a redagował go były zespół „Expressu Wieczornego”.

Po zakupieniu „Expressu Wieczornego” przez Fundację Prasową „Solidarności” redaktorem naczelnym pisma został Krzysztof Czabański. Pełnił on swe obowiązki do sierpnia 1991 r., kiedy to nowym redaktorem naczelnym został Andrzej Urbański. Jednakże już we wrześniu 1992 r. A. Urbański został odwołany z tej funkcji. Wszedł on bowiem w konflikt z prezesem zarządu Fundacji Prasowej „Solidarności” Sławomirem Siwkiem, bliskim

---

<sup>23</sup> M. Pionkowska, *Kontrowersje wokół „Gromady-Rolnika Polskiego”*. W: *Materiały*, T. 23, Warszawa 1993, s. 216.

współpracownikiem Jarosława Kaczyńskiego. A. Urbański zaproponował, by PC weszło w skład koalicji rządowej. Postulował też przekształcenie wydawnictwa w spółkę, w której większość udziałów miałiby prywatni inwestorzy. Partia utraciłaby co prawda wpływ na linię polityczną pisma, ale wydawnictwo miało przynosić jej dochody. Koncepcję A. Urbańskiego zrealizowano tylko częściowo. Pierwszego października 1992 r. powołano spółkę, ale w 100% była ona własnością Fundacji Prasowej „Solidarności”. Nowym redaktorem naczelnym pisma i prezesem spółki został ponownie K. Czabański. W lipcu 1993 r. 80% udziałów w spółce kupił holding prasowy JMG Ost Presse AG, a pozostałe 20% Fibak Press SA. W ślad za tym redaktor naczelny stwierdził, że do przeszłości należą czasy, kiedy to „Express Wieczorny” był organem PC<sup>24</sup>. Pismo przybrało popularny charakter, a w końcu 1997 r. planowano przekształcenie dziennika w pismo regionalne zajmujące się głównie sprawami Warszawy i Mazowsza.

Perturbacje związane ze zmianami własnościowymi i formuły „Expressu” odbiły się niekorzystnie na jego nakładzie. W 1996 r. zweryfikowany średni nakład pisma wynosił 136 tys. egz.<sup>25</sup>, a zwroty sięgały 30%. Kondycja „Expressu Wieczornego” miała jednak ulec poprawie, gdy wydawca zamknął inny swój dziennik „Sztandar”, a poczynione w ten sposób oszczędności zaczął przeznaczyć na promocję „Expressu”. Były to jednak tylko czcze obietnice. W sierpniu 1998 r. wydawca zlikwidował wszystkie dodatki dziennika, zmniejszył jego objętość do 20 kolumn oraz zwolnił połowę dziennikarzy. 1 lipca 1999 r. pismo, jako trwale deficytowe, zostało zamknięte. Jego nakład wynosił w owym czasie 30 tys. egz. w wydaniach codziennych i 120 tys. egz. w wydaniu magazynowym, noszącym tytuł „Kulisy”.

Ugrupowania polityczne, które po 1989 r. przejęły władzę, podejmowały ponadto zabiegi o pozyskanie wpływów w pismach o zasięgu regionalnym i lokalnym. W tym jednakże przypadku występowały w ramach różnorodnych spółek nierzadko wspomaganym kapitałem zagranicznym. Np. w przetargu o „Gazetę Poznańską” wystąpiła apolityczna – jak wskazywała nazwa – Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa, za którą kryło się Zjednoczenie Chrześcijańsko-Narodowe. Firma „Semico”, zainteresowana „Gazetą Olsztyńską”, związana była z Kongresem Liberalno-Demokratycznym. O wrocławską „Gazetę Robotniczą”, bydgoską „Gazetę Pomorską” i o „Głos Szczeciński” zabiegało Porozumienie Centrum. O „Gazetę Krakowską” rywalizowały PC i Unia Demokratyczna. W rzeszowskich „Nowinach” udziały zdobyły „Solidarność” i Stronnictwo Ludowo-Chrześcijańskie Józefa Ślisza<sup>26</sup>. „Solidarność” partycypowała też w „Dzienniku Polskim”, „Dzienniku Zachodnim” i „Dzienniku Bałtyckim”<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> „Życie Warszawy” 1993 z 17/18. 07.

<sup>25</sup> „Rynek Prasowy” 1996, nr 8, s. 46.

<sup>26</sup> E. Ciborska, *op. cit.*, s. 191-207.

<sup>27</sup> D. Gdańska, *Transformacja dzienników poczytelnikowskich (1989-1992)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1/2, s. 110-111.

## Biznes i polityka

Przytoczone powyżej przykłady dowiodły, że bezpośrednie podporządkowanie tzw. „starego” tytułu prasowego partii politycznej prowadziło jedynie do konfliktów i podważało dalszą egzystencję pisma. Z nieco lepszym skutkiem, ale również nie bez konfliktów, przebiegało przejmowanie pism przez grupy dziennikarskie reprezentujące określony światopogląd i związki ideowe, ale nie utożsamiane z konkretną partią polityczną. W taki bowiem sposób można interpretować przejęcie „Życia Warszawy” przez spółkę „Życie Press”.

W 1990 r. podjęto próbę zorganizowania spółki wydawniczej, która miała wyodrębnić się z RSW i rozpocząć samodzielne wydawanie „Życia Warszawy”. Mimo to Komisja Likwidacyjna RSW funkcje p.o. redaktorów naczelnych powierzyła Kazimierzowi Wóycickiemu i Tomaszowi Wolkowi.

Równoległe z przetarasowaniami kadrowymi, dokonującymi się w redakcji gazety, trwały przygotowania do sprzedaży tytułu. Ostatecznie prawa własnościowe uzyskała spółka „Życie Press”. Nabyła ona tytuł za 40 mld ówczesnych zł, choć jej oferta pod względem cenowym ustępowała trzem innym kontrahentom. „Życie Press” składało się początkowo z kilkunastu podmiotów – m.in.: STEI Nicoli Grauso (400 udziałów), „Czytelnika” (160 udziałów), Wielkopolskiego Banku Kredytowego (150 udziałów), „Lexomu” Roberta Smoktunowicza (40 udziałów) oraz „Varsovii Press” (90 udziałów). Z biegiem czasu wycofał się z niego „Czytelnik” i WBK, a praktycznie wszystkie akcje znalazły się we włoskich rękach. Jednakże, aby zadośćuczynić zezwoleniu Agencji Inwestycji Zagranicznych dopuszczającej tylko mniejszościowy udział Włochów w „Życiu Press”, N. Grauso utworzył w Polsce spółkę SEI, która odkupiła część udziałów od STEI. W ten sposób N. Grauso, kontrolując faktycznie ponad 98% udziałów „Życia Press”, nominalnie miał mniejszościowy pakiet akcji<sup>28</sup>.

Dobór włoskiego kontrahenta nie był przypadkowy. Gwarantował on unikalną pozycję dla spółki K. Wóycickiego i T. Wolka. To właśnie od „Varsovii Press” zależała obsada funkcji redaktora naczelnego, polityka kadrowa prowadzona w piśmie oraz jego ideowe oblicze. Natomiast wszelkie aspekty finansowego funkcjonowania dziennika uzależnione były od strony włoskiej. Ona także powołała spółkę „Publicitas Poland” – jedyne koncesjonariusza reklam i ogłoszeń publikowanych w „Życiu Warszawy”.

Zgodnie z umową kupna, strona włoska dokonała znacznych inwestycji. Wszelkie działania promocyjne oraz modernizacja „Życia” ustaly jednak, gdy stało się jasne, że N. Grauso nie otrzyma koncesji na ogólnopolską telewizję prywatną. Zamknięcie nadajników „Polonii 1” spowodowało drastyczne cięcia w gazecie. Zmniejszono jej objętość o ok. 50%, ale utrzymano poprzednią – wysoką cenę. Od drugiej połowy 1994 r. docierały do opinii publicznej informacje o rozmowach N. Grauso mających na celu sprzedaż tytułu. Daleko idą-

<sup>28</sup> W. Lewandowska, *Dolegliwości transformacji „Życia Warszawy”*. W. *Materiały*, T. 25. Warszawa 1995, s. 360.

ca modernizacja pisma, transformacja jego zawartości i zmiana szaty graficznej bez niezbędnego w takim przypadku przygotowania czytelników doprowadziły do znacznego spadku nakładów. W 1996 r. zweryfikowany nakład „Życia Warszawy” wynosił 61 tys. egz., a sprzedaż 40 tys. egz. Podobne nakłady deklarowano w 1997 r.<sup>29</sup>

W początkach lat dziewięćdziesiątych „Życie Warszawy” starało się odgrywać rolę ogólnopolskiego dziennika informacyjno-opiniotwórczego. Jednakże dość szybko zaczęło interesować się tropieniem malwersacji i nadużyć w życiu politycznym i społecznym. Na takiej też płaszczyźnie zwalczano rządy W. Pawlaka i J. Oleksego. Natomiast w 1995 r. „Życie” prowadziło otwartą wojnę z kandydatem na prezydenta RP, A. Kwaśniewskim<sup>30</sup>.

Przegrana L. Wałęsy postawiła „Życie Warszawy” w trudnym położeniu. W 2 dni po wyborach do redakcji dotarły kolejne sygnały, iż wydawca nie jest zadowolony z ekonomicznej kondycji pisma i jego politycznej sytuacji. L. Wałęsa – jeszcze jako urzędujący prezydent – odwiedził „Życie Warszawy” 29 listopada. T. Wołka poparli też działacze ZChN, Stronnictwa Ludowo-Chrześcijańskiego, niektóre kręgi UW, „Solidarności” oraz szefowie SDP (Karol Sawicki) i SDK (Maciej Łętowski). 5 grudnia „Życie” wydrukowało całą kolumnę listów czytelników solidaryzujących się z redaktorem naczelnym. Następnego dnia doszło do posiedzenia zarządu spółki, podczas którego reprezentanci strony włoskiej starali się odwołać T. Wołka. Ten nie zgodził się z taką decyzją i uznał ją za polityczną zemstę. Dnia 7 grudnia „Życie” na swej pierwszej kolumnie wydrukowało protest redakcyjnej organizacji „Solidarności” oraz artykuł broniący T. Wołka.

Włoscy właściciele pisma nie poddali się presji. Uznali, iż pełniącym obowiązki redaktora naczelnego był Jerzy Wysocki, choć w stopce „Życia” nadal wymieniano T. Wołka. Przestał on pełnić swe obowiązki 6 stycznia 1996 r. W tym samym czasie wydawcy podjęli decyzję o zamknięciu niedzielного wydania gazety i nadal poszukiwali kupca na „Życie Warszawy”. Ostatecznie został nim, ubiegający się o to pismo jeszcze w 1990 r., Zbigniew Jakubas<sup>31</sup>. Ceny zakupu nie ujawniono, choć spekulowano, iż sama drukarnia warta była 10 mln \$.

Nim jednak doszło do sprzedaży, wiosną 1996 r. na łamach „Życia” podważano wiarygodność przyszłego właściciela, sugerując, że zamierza on kupić pismo głównie po to, by zmienić jego linię polityczną. Zmiana właściciela pociągnęła za sobą odejście z gazety całego kierownictwa redakcji oraz wszystkich pracowników działu krajowego. Jako główny motyw tak dramatycznej decyzji podano względy polityczne oraz chęć zachowania zawodowej niezależności.

---

<sup>29</sup> „Rzeczpospolita” 1997, nr 14 z 17. 01.

<sup>30</sup> *Czerwona pajęczyna*, „Życie Warszawy” 1995, nr 294 z 28. 11; *Lider SLD zataił akcje*, *ibidem* 1995, nr 305 z 9.11; *Kwaśniewski pod lupą*, *ibidem* 1995, nr 306 z 10.11; T. Wolek, *Dzień po, czyli przebudzenie*, „Życie Warszawy” 1995 z 17.11, s. 6 i n.

<sup>31</sup> Zob. też: W. Klusek, *Transformacja „Kuriera Lubelskiego”*. W: *Materiały*, T. 24. Warszawa 1994, s. 262-270; idem, *Express-Fakty* – porażka nowego tytułu, *ibidem*, T. 25, s. 415-421; Z „Kurierem” po „Życie”, „Gazeta Wyborcza” 1996 z 22. 04; *Jakubas na nowej drodze „Życia”*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 121 z 25/25. 05.

Z. Jakubas zadeklarował, iż pismo nie będzie związane z żadną partią polityczną, natomiast wnikliwe wsłuchiwać się będzie w glosy czytelników<sup>32</sup>. „Życie” Z. Jakubasa nieustannie zmieniał redaktorów naczelnych. Aleksander Chećko był nim zaledwie 11 miesięcy. Na początku czerwca 1997 r. nowym redaktorem „Życia” został Andrzej Urbański, który pełnił tę funkcję do połowy września 1997 r. Wtedy to kolejnym szefem „Życia Warszawy” został były poseł PC i szef Biura Bezpieczeństwa Narodowego Maciej Zalewski, a po nim (od sierpnia 1999 r.) dziennikarz bydgoski Marek Zgórski.

„Życie Warszawy” utraciło ogólnopolski charakter. W 1997 r. zlikwidowano mutację radomską, rok później wydanie krajowe, a w końcu 1999 r. Z. Jakubas sprzedał prowincjonalnym przedsiębiorcom usamodzielnione w 1997 r. „Życie Częstochowy”. W tym samym czasie przejął co prawda po „Expressie Wieczornym” „Kulisy”, ale prasa poczynania te interpretowała jako próbę sanacji „Życia Warszawy” przed przekazaniem go w ręce zachodnioeuropejskiego wydawcy.

Po zwolnieniu przez Włochów T. Wolek podjął intensywne starania mające na celu uruchomienie własnej gazety. Sygnalny numer „Życia” – taką bowiem nazwę przyjęto dla nowego dziennika – ukazał się 16 września, a stałą edycję rozpoczęto 28 września 1996 r. Pismo wychodziło w nakładzie 120 tys. egz., z czego sprzedawano 76 tys. egz.<sup>33</sup>. W początkach 2000 r. sprzedaż wynosiła ok. 55 tys. egz. Edytorem „Życia” był Dom Wydawniczy „Wolne Słowo”, w skład którego wchodziły takie firmy, jak: Poltrust (63% akcji), Ruhl International GmBh&Co i Format (po 18%). Początkowo w skład około 80-osobowego zespołu redakcyjnego weszli byli dziennikarze „Życia Warszawy” i telewizyjnego *Pulsu Dnia*<sup>34</sup>. Później z pisma odszedł m.in. Bronisław Wildstein i Piotr Bazyłko. Pozyskano natomiast kilku dziennikarzy z „Super Expressu”.

T. Wolek przedstawił nowy dziennik jako niezależny i konserwatywny, pod względem ideowym plasujący się pomiędzy „Gazetą Wyborczą” i „Gazetą Polską”. Nadto deklarowano pełnienie funkcji informacyjnych oraz uprawianie „dziennikarstwa śledczego”. Zamierzano podglądać każdą władzę, „lecz szczególnie taką, która sprawuje rządy monopolistyczne”<sup>35</sup>.

Wydawcy mieli świadomość ogromnego „zagęszczenia” polskiego rynku prasowego i przewidywali początkowy deficyt „Życia”<sup>36</sup>. Mimo to podjęli intensywne działania organizacyjne. Powołano oddziały dziennika w Gdańsku, Warszawie, Wrocławiu i Poznaniu.

<sup>32</sup> Szanowni czytelnicy „Życia Warszawy”, „Życie Warszawy” 1996, nr 103/104 z 4-5.05.

<sup>33</sup> „Press” 1997, nr 7, s. 41.

<sup>34</sup> Redaktorem nac. „Życia” został T. Wolek, a jego zastępcami: Jerzy Wysocki i Bronisław Wildstein (do września 1997 r.). Funkcję dyrektora wydawniczego pełniła Joanna Lubieniecka, a sekretarza redakcji Paweł Fąfara. Dyrektorem wydawnictwa został Leszek Stafiej.

<sup>35</sup> T. Wolek, *To właśnie my*. [Prospekt reklamowy „Życia”], „Rzeczpospolita” 1996, nr 226 z 27. 09.

<sup>36</sup> W 1996 r. deficyt ten wyniósł 3,7 mln zł, a w 1997 r. – 6,6 mln zł. Zob. L. Zalewska, *Atuty dziennika prawicy*, „Rzeczpospolita” 2000, nr 55 z 6. 03, s. A4.

Jednak w niecały rok później „Życie nad Odrą” i „Życie Wielkopolski” zostały zlikwidowane, a do opinii publicznej zaczęły docierać informacje, iż wydawcy poszukują zagranicznego inwestora.

Przykładem udanej i raczej bezkonfliktowej transformacji starego tytułu prasowego była natomiast „Rzeczpospolita”. 15 października 1989 r. na redaktora naczelnego tego pisma premier T. Mazowiecki desygnował D. Fikusa. Choć T. Mazowiecki nie był zainteresowany posiadaniem własnego organu rządowego, „Rzeczpospolita” była w początkach lat dziewięćdziesiątych postrzegana jako pismo oficjalne. Jej wyjątkowy status potwierdzał udział D. Fikusa w posiedzeniach Rady Ministrów (był tam obserwatorem) oraz dotacja, jakiej rząd udzielił pismu w 1990 r.

Takie usytuowanie „Rzeczpospolitej” nie zadowalało ani rządu, ani zespołu redakcyjnego. Dlatego też w 1990 r. rozpoczęto poszukiwanie zagranicznego partnera, który zainwestowałby w pismo, a zarazem przyczynił się do jego prywatyzacji. Wybór padł na grupę Roberta Hersanta. 1 lutego 1991 r. zarejestrowano sp. z o.o. „Press Publica”, w której skład weszło PPW „Rzeczpospolita” (51% udziałów) i francuska spółka „Socpress SA” (49% udziałów). Polskim wkładem do spółki był tytuł własności „Rzeczpospolitej”, której wartość w 1991 r. oszacowano na 4,7 mln \$. Strona francuska, wzorując się na doświadczeniach „Le Figaro”, wprowadziła nowy system pracy, skomputeryzowała redakcję oraz dostarczyła nowoczesną maszynę offsetową. Wartość inwestycji francuskich oszacowano na 4,5 mln \$, z czego 2 mln \$ wyasygnowano w gotówce. W lipcu 1995 r. rząd wystąpił z inicjatywą przekształcenia PPW w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa. Spowodowało to gwałtowną reakcję Francuzów i zespołu redakcyjnego. Strona francuska za 2,595 mln \$ dokupiła 2% udziałów. Zobowiązała się także do kolejnej modernizacji redakcyjnego systemu komputerowego oraz budowy samodzielnej drukarni prasowej. Wartość tej inwestycji miała wynieść 15 mln zł<sup>37</sup>. Taka struktura spółki utrzymała się do 22 maja 1996 r. Wtedy to norweska spółka Orkla Media kupiła od Francuzów 51% udziałów „Press Publiki” i 50,8% udziałów w drukarni gazety „Warszawa Print”. Cenę transakcji określono na 46 mln \$<sup>38</sup>.

W 1988 r. nakład „Rzeczpospolitej” wynosił 240 tys. egz., a w 1996 r. – 266 tys. egz. W prenumeracie sprzedawano ok. 50% nakładu. Zwroty wynosiły od 20 do 40 tys. egz.

Jak już wspomniano, zgodnie z decyzją T. Mazowieckiego w 1989 r., „Rzeczpospolita” przestała pełnić funkcję organu rządowego. Ambicją zespołu redakcyjnego było uczynienie z dziennika pisma informacyjnego, stroniącego od wszelkich filiacji politycznych, albowiem – jak stwierdził jego redaktor naczelny – „informacja jest bezpartyjna”<sup>39</sup>. Ze-

<sup>37</sup> Por. „Rzeczpospolita” 1994, nr 33 z 8. 02, 1995, nr 180 z 18. 08.

<sup>38</sup> *Nowy współwydawca „Rzeczpospolitej”*, „Rzeczpospolita” 1996, nr 119 z 23. 05 oraz *Orkla kupuje „Rzeczpospolitą”*, „Gazeta Wyborcza” 1996, nr 119 z 23. 05.

<sup>39</sup> D. Fikus, *Kontrowersje wokół „Rzeczpospolitej*. W: *Materiały*, T. 23. Warszawa 1993, s. 206.

spół redakcyjny nie odzęgnywał się jednak od ideowych inspiracji. Podkreślano, że choć kierownictwo redakcji prezentuje różnorodne preferencje polityczne, to jednak wywodzi się z „Solidarności” i dlatego sprzyjał wszystkim rządóm związanym z tym ruchem społecznym. Leżało to w interesie pisma, którego gros nakładu kupowały instytucje lub osoby uzależnione od funkcjonowania administracji państwowej. Niemniej jednak, dla niektórych polityków status pisma nie był jasny, dlatego też PPW było nieustannie kontrolowane, a na forum parlamentu ciągle ponawiano pytanie „Czyją własnością jest „Rzeczpospolita”?”<sup>40</sup>.

Polski rynek prasowy wykazywał małą chłonność na nowe dzienniki. Nie zyskały czytelniczej akceptacji „Obserwator Codzienny” i „Glob 24”. Choć w liberalny „Dziennik Krajowy” zainwestowano 2 mln \$, wyszedł on zaledwie w kilku próbnych numerach, a szeroko reklamowany dziennik „24 Godziny” nigdy nie ujrzał światła dziennego.

Receptą umożliwiającą utrzymanie się pisma na rynku było zawężanie pola zainteresowań gazety do ściśle określonej i specjalistycznej problematyki, a co za tym idzie, przyjęcie założenia, iż krąg potencjalnych czytelników będzie niewielki. Jednym z przykładów tego zjawiska był dziennik ekonomiczny „Nowa Europa”. Pierwszy jego numer ukazał się 28 stycznia 1992 r. „Nowej Europie” nie udało się wejść przebojem na polski rynek prasowy. Miesięczne straty tytułu wynosiły ok. 0,3 mln zł, sprzedawano ok. 10 tys. egz. gazety dziennie, nie udało się też zdobyć licznych i dobrze opłacanych inseratów, Wydawca podjął zatem decyzje oszczędnościowe oraz zmienił redaktora naczelnego dziennika, Po K. T. Toeplitzu funkcję tę objął w połowie września 1992 r. poseł Kongresu Liberalno-Demokratycznego, Witold Gadomski. Oficjalnie decyzję tę ogłoszono 5 października 1992 r., a w tydzień później (od numeru 201) „Nowa Europa” ukazała się z podtytułem „Gazeta Finansowa”.

Tym razem zadbano o właściwą promocję dziennika. Zorganizowano konkursy prasowe, pismo rozpoczęło współpracę z radiem „Eska”, zdobyło ok. 10 tys. prenumeratorów. Pozwoliło to na znaczną poprawę jego sytuacji finansowej, a nawet osiągnięcie niewielkiego zysku. Nad „Nową Europą” ciążyły jednak długie związane z uruchomieniem dziennika, dlatego też przez cały rok 1993 poszukiwano zagranicznego inwestora gotowego wspomóc wydawnictwo zastrzykiem gotówki. Inwestorem tym okazał się wydawca największego (300 tys. egz. nakładu) włoskiego dziennika ekonomicznego – „Il Sole 24 Ore”. W końcu 1993 r. powołano spółkę „Wydawnictwo Nowa Europa”, w którym ok. 90% posiadał Editore „Il Sole 24 Ore”, a ok. 10% „Nowa Europa” sp. z o.o., tj. BIG SA. Włoscy wydawcy nie przedłużyli kontraktu uprzedniemu redaktorowi naczelnemu pisma, K. Szyndzielorzowi. Od stycznia 1995 r. obowiązki te pełnił Waldemar Kedaj, zaś 28 kwietnia 1995 r. redaktorem naczelnym „Nowej Europy” został Andrzej K. Wróblewski, wcześniej szef „Gazety Bankowej”. Włosi rozpoczęli też poszukiwanie partnera dla wydawania swej gazety.

---

<sup>40</sup> Informacja dla posłów z Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu, ibidem, s. 207.

Nowym współwłaścicielem pisma została spółka „Infor”<sup>41</sup> specjalizująca się w wydawaniu prasy prawniczej<sup>42</sup>.

W początkach stycznia 1996 r. „Infor” desygnował na redaktora naczelnego „Nowej Europy” Krzysztofa Sobczaka<sup>43</sup>, a 28 stycznia 1997 r., wykupił pozostałą część udziałów pisma. Według deklaracji wydawcy „Nowa Europa” w owym czasie znajdowała od 15 do 20 tys. nabywców.

7 kwietnia 1997 r. „Nowa Europa” została przekształcona w „Dziennik Prawa i Gospodarki”. Pismo to, kierowane przez Romana Chocyka, wychodziło pierwotnie w nakładzie 120 tys. egz. Później zmniejszono nakład do 60 tys. egz., a sprzedaż wynosiła ok. 30 tys. egz.<sup>44</sup>. Kolejnej zmiany dokonano w połowie października 1997 r. – dziennik zmienił tytuł na „Prawo i Gospodarka”. Dział informacyjny drukowano tradycyjnie na białym papierze, a kolorowe były jedynie dodatki – prawny i gospodarczy.

Dziennik „Inforu” podjął rywalizację nie tylko z „Rzeczpospolitą” i wydawnictwami „BOSS-a”, ale i z założonym 14 stycznia 1997 r. „Pulsem Biznesu”, dla którego wzorem było szwedzkie pismo „Dagens Industri” grupy Bonnier. Dziennik ten wychodził w nakładzie 30 tys., egz.; kierował nim Andrzej Nierychło.

## Beneficjanci transformacji

Po 1989 r., największy sukces wydawniczy odniosła, dominująca obecnie na polskim rynku prasowym, „Gazeta Wyborcza”. Jej początki należy datować na kwiecień 1989 r. Wtedy to powstał zespół kierowniczy dziennika, powołany przez Komitet Obywatelski przy Lechu Wałęsie. W skład zespołu weszli: Helena Łuczywo, Adam Michnik i Ernest Skalski. Prace przygotowawcze zmierzające do uruchomienia pisma nabrały żywszego tempa po podpisaniu umów zawartych przy Okrągłym Stole. Powołano wówczas spółkę „Agora”, która miała być oficjalnym wydawcą „Gazety Wyborczej”. W jej skład weszli: Zbigniew Bujak, Aleksander Paszyński i Andrzej Wajda. Pierwszy numer pisma ukazał się z datą 8 maja 1989 r.

Bezpośrednie związki pisma z NSZZ „Solidarność” utrzymano do września 1990 r. Tocząca się wówczas prezydencka kampania wyborcza doprowadziła do podziału obozu „So-

---

<sup>41</sup> Wydawnictwo to w 1987 r. założył radca prawny Ryszard Pieńkowski. Dziesięć lat później zatrudniał ok. 500 osób, a wydawnictwo posiadało 27 tytułów prasowych. W 1996 r. obroty „Inforu” wyniosły ok. 60 mln zł, a zyski 4 mln zł.

<sup>42</sup> Były to m.in: kupione w sierpniu 1995 r. od J. Frey „Prawo i Życie”, kupione od tej samej firmy w 1996 r. „Życie Gospodarcze” oraz „Gazeta Prawna”, „Doradca Podatnika” i „Prawo Przedsiębiorcy”. W grudniu 1996 r. „Infor” uruchomił, kierowany przez Zbigniewa Biskupskiego, tygodnik „Twój Biznes”. Pismo to dość szybko osiągnęło nakład wynoszący ok. 100 tys. egz.

<sup>43</sup> *Teraz ja będę szefem*, „Gazeta Wyborcza 1996, nr 9 z 11, 01.

<sup>44</sup> „Gazeta Wyborcza” 1997, nr 227 z 29. 09.

lidarności”. Decyzja Komisji Krajowej pozbawiła „Gazetę” prawa do używania symbolu związkowego. Dziennik wychodził przez kilka dni z okrojonym hasłem („Nie ma wolności”), a następnie w ogóle z niego zrezygnował. Zmieniała się też struktura własnościowa pisma. W 1992 r. dokonano reorganizacji i podzielono spółkę na dwa podmioty: „Agorę Gazetę” i „Agorę Druk”. W sierpniu 1993 r. 12,5% akcji „Agory Gazety” zakupił amerykański koncern „Cox Enterprises”. W dziesiątym roku swej działalności „Agora” weszła na giełdę. Jej wartość wyceniono na 2,83 mld zł.

Z biegiem czasu praca pisma ulegała doskonaleniu. Zyskiwało ono, organizowane przez Seweryna Blumsztajna, lokalne dodatki. Pierwszym z nich była uruchomiona 7 stycznia 1990 r. „Gazeta Stołeczna”, a ostatni – 18 dodatek lokalny – uruchomiono 1 lutego 1993 r. Była nim „Gazeta Zachodnia”, obejmująca swym zasięgiem województwo zielonogórskie i gorzowskie. Prócz wkładek lokalnych „Gazeta Wyborcza” drukowała 3 ogólnopolskie magazyny: piątkowy „Magazyn”, „Gazetę Telewizyjną” i „Wysokie Obcasy”. Ponadto drukowano wkładki tematyczne – m.in.: „Praca”, „Gazeta-Biuro-Komputer”, „Gazeta-Budownictwo-Dom” itp. Wkładek tych drukowano ok. 50 kwartalnie.

Pierwsze numery dziennika odbijano w nakładzie 80 tys. egz. Jednakże już w końcu 1989 r. nakład pisma osiągnął 0,5 mln egz. W 1990 r., w związku z gwałtowną podwyżką cen papieru, nakład obniżył się do 350 tys. egz., by ponownie wzrosnąć w 1991 r. do ok. 0,5 mln. W 1999 r. średnia sprzedaż pisma przekraczała 450 tys. egz., a „Gazeta Wyborcza” pod względem wielkości nakładu zajmowała pierwsze miejsce w Polsce. W wydaniu krajowym inseraty stanowiły ok. 35% objętości pisma, a wydaniach lokalnych – do 70%. Ponad 2/3 dochodów dziennika płynęło z druku reklam i ogłoszeń.

W „Gazecie” zatrudnionych było ok. 1,9 tys. osób, z czego ok. 700 pracowało na stanowiskach dziennikarskich. Dla 90% z nich była to pierwsza praca w życiu. Średnia wieku dziennikarzy wynosiła ok. 30 lat.

Trudno nie docenić ideowo-politycznego znaczenia pisma. To właśnie na jego łamach Adam Michnik wystąpił z artykułem *Wasz prezydent, nasz premier*. W pierwszych miesiącach istnienia Trzeciej Rzeczypospolitej „Gazeta” i jej redaktor naczelny byli rzecznikami całego obozu „Solidarności”. Wraz ze zróżnicowaniem tego ruchu społecznego doszło też do podziałów w dzienniku. Część dziennikarzy przeszła do „Tygodnika Solidarność”, inni zaś do „Nowego Świata” Piotra Wierzbickiego.

„Gazeta” nie chciała uchodzić za organ Unii Wolności (Demokratycznej), jednakże nie odżegnywała się od tego związku. Jak stwierdził A. Michnik, bliskie kontakty z ugrupowaniem kierowanym przez L. Balcerowicza nie oznaczały, że szczędzono mu krytyki<sup>45</sup>. Faktem było też, iż pismo krytykowało PC i ZChN. Jednakże głównym obiektem polemicznych ataków pozostawali reprezentanci SLD.

<sup>45</sup> A. Michnik, „Gazeta” – kłopoty wolności, „Gazeta Wyborcza” 1995 z 9. 05.

Strefa zainteresowań „Gazety” była bardzo szeroka. Obejmowała zarówno problematykę niewielkich społeczności lokalnych, jak i stosunki międzynarodowe. Posiadanie licznych mutacji ułatwiało „Gazecie” doskonałą orientację w sprawach krajowych. Pismo nie tylko rejestrowało wydarzenia w lokalnych społecznościach, ale też w wielu wypadkach nadało im rangę ogólnokrajową. Wystarczy w tym miejscu przypomnieć zaangażowanie „Gazety” w sprawę wykrycia korupcji w poznańskiej policji. „Gazeta” inicjowała też różnorodne akcje społeczne. Bodaj z największym rezonansem spotkała się jej akcja zorganizowana pod hasłem „Rodzić po ludzku”.

Zamiarem pisma jest prezentowanie pełnej i rzetelnej informacji. Już w 1990 r. opracowano wewnątrzredakcyjny dokument zatytułowany *Karta Gazety Wyborczej*. Przyjęto generalne założenie precyzyjnego oddzielenia informacji od komentarzy oraz prezentowania w miarę pełnej gamy poglądów dotyczących życia publicznego.

Innym beneficjentem okresu transformacji prasy polskiej okazał się „Super Express”. Jak już wiemy, narodziny tego pisma związane były z konfliktami, jakie miały miejsce w „Expressie Wieczornym”. 27 lutego 1991 r. Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe i Dziennikarska Spółdzielnia Pracy zawiązały spółkę „Express Wieczorny-Kulisy”, której celem było wydawanie „Expressu” (w 1991 r. też jako „Express Poranny”). W 1991 r. pismo to znajdowało się w bardzo złym położeniu finansowym. Pod względem zawartości i szaty graficznej było niemalże identyczne z „Expressem Wieczornym”, dlatego też czytelnicy prawie go nie dostrzegali. Przy nakładzie wynoszącym 40 tys. egz. zwroty wynosiły ok. 50%. Spółka przynosiła straty, a „Express” utracił swą uprzednią drukarnię i siedzibę redakcji mieszczącą się przy pl. Zawiszy.

1 listopada 1991 r. Walne Zgromadzenie Udziałowców spółki „ZPR-Express” odwołało uprzednie kierownictwo redakcji (Andrzeja Bunna i Marka Adamskiego), a losy gazety oddało w ręce współautora sukcesu „Gazety Wyborczej” Grzegorza Lindenberga, który wspólnie z amerykańską firmą konsultingową, wystąpił z propozycją całkowitej reorganizacji pisma. Zmieniono tytuł z „Express Poranny” na „Super Express” oraz przyjęto koncepcję wydawania ilustrowanego dziennika łamanego w formie tabloidu. Teksty publikowane w piśmie odznaczały się językową prostotą i jasnością wypowiedzi. Były krótkie i dotyczyły codziennych spraw Polaków<sup>46</sup>. Jak wspominał dziennikarz „Super Expressu”: „Przez kilka miesięcy w redakcji pracowali cenzorzy – ludzie z ulicy, którzy czytali teksty i zaznaczali to, czego nie rozumieją”<sup>47</sup>. „Super Express” miał zdecydowanie apolityczny charakter i zajmował się głównie tematyką sensacyjną i obyczajową.

Głównym źródłem sukcesu pisma okazała się jednakże nie jego treściowa zawartość, ale konkursy organizowane przez redakcję. Dzięki „zdrapce” „Super Express” odnotował rekordowy wśród polskiej prasy codziennej nakład, który 15 maja 1995 r. wyniósł 2 mln egz.

<sup>46</sup> G. Lindenberg, *Testament prezesa, czyli jak pisać w „Super Expressie”*, „Press” 1996, nr 3, s. 15–17.

<sup>47</sup> M. Pietraszczyk, *Od buntu do koncernu. Historia „Super Expressu”*, Materiały, T. 26. Warszawa 1996, s. 220.

Rzecz jasna, średnie nakłady były niższe. W 1999 r. średni zweryfikowany nakład wynosił ok. 400 tys. egz. Już w 1994 r. „Super Express” pod względem nakładu był drugim polskim pismem codziennym.

Mimo to dziennik popadł w kłopoty finansowe. Załamanie sprzedaży prasy codziennej widoczne latem 1994 r. oraz zaangażowanie dużych środków w budowę nowej drukarni spowodowało, że pismo rok 1994 zamknęło deficytem 6,7 mln zł. Dlatego też rozpoczęto poszukiwania zagranicznego inwestora, który wsparłby „Super Express” znacznym zastrzykiem finansowym. Ostateczny wybór padł na szwedzki koncern Tidnings AB Marieberg, należący do rodziny Bonnier i wydający popołudniówkę „Expressen” (380 tys. egz. nakładu) oraz opiniotwórczy dziennik „Dagens Nyheter” (384 tys. nakładu)<sup>48</sup>.

20 grudnia 1994 r. „ZPR-Express” podpisał umowę z Tidnings AB Marieberg, Szwedzi za 30% udziałów wykupili długi firmy, otrzymali obietnicę wykupu dalszych 20% akcji, a kapitał założycielski spółki podniesiono do 42,5 mln zł. Dzięki temu „Super Express” ukończył wcześniejsze inwestycje i mógł od 12 kwietnia 1995 r. ukazać się w kolorowej szacie graficznej.

Innym beneficjentem okresu transformacji okazali się zachodnioeuropejscy inwestorzy. Jak już wiemy, zdobyli oni znaczne wpływy w prasie o zasięgu ogólnopolskim, zdominowali też rynki regionalne. Proces transformacji prasy regionalnej przebiegał w dwóch kierunkach. Tytuły o niewielkich nakładach i lokalnym, a niekiedy i sublokalnym znaczeniu znalazły się w rękach spółdzielni dziennikarskich lub polskich grup kapitałowych<sup>49</sup>. Natomiast prasą regionalną, dysponującą jednorazowymi nakładami znacznie przekraczającymi 50 tys. egz., zainteresował się kapitał zagraniczny.

W początkowym okresie transformacji najbardziej aktywna okazała się francuska grupa kapitałowa Roberta Hersanta. Grupa ta zainteresowała się 4 ośrodkami wydawniczymi. W Gdańsku, wspólnie ze spółką „Przekaz” (lokalna organizacja „Solidarności”), wykupiła udziały w „Dzienniku Bałtyckim” i „Wieczorze Wybrzeża”. Wykupiono też krakowską gazetę sportową „Tempo” i „Gazetę Krakowską”. W Katowicach grupa R. Hersanta partycypowała w prawach własnościowych „Trybuny Śląskiej” (uprzednio: „Trybuna Robotnicza”) i „Dziennika Zachodniego”. W Łodzi zaś wykupiono udziały w „Expressie Ilustrowanym” i „Dzienniku Łódzkim”. Pisma te kupowano podczas przetargów zorganizowanych przez Komisję Likwidacyjną RSW. Francuski inwestor wchodził w spółki z lokalnymi organizacjami

---

<sup>48</sup> Reprezentanci tego koncernu pojawili się w Polsce już wiosną 1994 r. Wspólnie z Andrzejem Wilmowskim prowadzili w owym czasie przygotowania do wydawania ogólnopolskiego dziennika „24 godziny”. Z iniejiatywy tej jednak nie wyszło. Zob. A. Bilik, *Jak nie powstał dziennik „24 godziny”*. W: *Materiały*, T. 26, s. 251-252.

<sup>49</sup> Przykładem udanej ekonomicznej transformacji starego tytułu jest kieleckie „Echo Dnia”. Ta założona w 1971 r. popołudniówka – jak podawał wydawca – odbijana była w nakładzie 60 tys. egz. w wydaniach codziennych i 100 tys. egz. w wydaniach poprzedzających święta. Pismo stanowiło własność polskiej Spółki Akcyjnej „Echo Press”. Spółka ta jako pierwsza polska firma zajmująca się mediami wyemitowała akcje, które trafiły na giełdę papierów wartościowych.

społeczno-politycznymi i grupami kapitałowymi. Początkowo zadowalał się mniejszościowym pakietem akcji. Później jednak kupował kolejne udziały albo dokonywał znacznych inwestycji w redakcjach i drukarniach, co powodowało powiększenie puli jego udziałów. W 1994 r. grupa R. Hersanta miała 8 dzienników (w tym „Rzeczpospolitą”), których jednorazowy nakład wynosił 1 mln egz. w wydaniach codziennych i 2 mln egz. w wydaniach magazynowych. Wszystkie te pisma miały wspólny dodatek telewizyjny. Polskie inwestycje R. Hersanta, łącznie z modernizacją drukarni w Raszynie, Pruszczu Gdańskim i Łodzi, szacowano na ok. 40 mln \$, a wartość całego majątku miała wynieść ok. 80 mln \$<sup>50</sup>.

Kłopoty, jakie spotkały R. Hersanta na rynku francuskim (związane z ograniczeniem wpływów z reklam i ogłoszeń), zmusiły go do sprzedania swych udziałów w polskiej prasie lokalnej. Ich nabywcą za 100 mln marek okazał się niemiecki koncern Passauer Neue Presse. W 2000 r. koncern ten posiadał udziały w 13 dziennikach oraz 15 tygodnikach lokalnych<sup>51</sup>. Codzienna prasa koncernu w dni powszednie wychodziła w nakładzie 0,7 mln egz., a w wydaniach magazynowych – ok. 2,5 mln egz. Passauer dawał zatrudnienie ok. 2 tys. osób i informował, iż poczynił w Polsce inwestycje za ok. 200 mln marek.

Innym inwestorem zagranicznym interesującym się lokalną prasą informacyjno-polityczną był norweski koncern Orkla Media. W 1990 r. podjął on wspólnie z regionalną organizacją „Solidarności” nieudaną próbę utworzenia nowej gazety lokalnej – „Dziennika Dolnośląskiego”. Później jednak nastawił się na kupowanie „starych” tytułów prasowych. Obecnie Norwedzy partycypują w 11 tytułach. Jednorazowa sprzedaż gazet koncernu, łącznie z „Rzeczpospolitą”, wynosiła – jak deklarował wydawca – 630 tys. egz.<sup>52</sup>.

Oddzielny problem stanowiła polsko-szwajcarska firma Wojciecha Fibaka. Fibak Investment Group i Fibak-Noma Press SA, wspólnie ze szwajcarską firmą prasową JMG Ost Presse Holding SA, dysponowały początkowo udziałami m.in.: „Gazety Poznańskiej”, „Expressu Poznańskiego”, „Dziennika Śląskiego”, „Sportu”, „Dziennika Beskidzkiego” oraz kilku czasopism – m.in. „Panoramy” i „Ekranu”<sup>53</sup>. Przypomnijmy, iż firmy te były ponadto właścicielami „Sztandaru Młodych” i „Expressu Wieczornego”. Po 1994 r. W. Fibak stopniowo wyzbywał się udziałów w polskich mediach. Sprzedał akcje „Sztandaru Młodych”, „Expressu Wieczornego” oraz lokalnych dzienników poznańskich. Jörg Marquard pozostawił sobie gazety sportowe: „Dziennik Sportowy” („Przegląd Sportowy” i „Tempo”) oraz „Sport”.

Kapitał zagraniczny miał zatem znaczne udziały w strukturze własności polskiej prasy informacyjno-politycznej. W przypadku gazet regionalnych liczba tytułów będących w jego posiadaniu zbliżyła się do 100%. Zagraniczni inwestorzy posiadali też niemal wszystkie

<sup>50</sup> Zob. „Gazeta Wyborcza 1994, nr 206 z 5. 09 oraz „Polityka” 1994, nr 1 z 4. 01.

<sup>51</sup> „Press” 1997, nr 4, s. 8, nr 5, s. 6.

<sup>52</sup> Nowy wydawca „Rzeczpospolitej”, „Rzeczpospolita” 1996, nr 119 z 23. 05.

<sup>53</sup> „Życie Warszawy” 1993 z 17. 07.

pisma ogólnopolskie. Tak znaczne wpływy zagranicznych inwestorów nie poddają się jednoznacznej interpretacji. Z jednej strony pojawiały się opinie, iż doszło do nie kontrolowanej wyprzedazy majątku narodowego, co w przypadku mediów może mieć wpływ na postawy polityczne społeczeństwa, czy też poziom jego tożsamości narodowej. Z drugiej zaś strony trzeba zaznaczyć, że zagraniczni inwestorzy niezbyt często wpływają na linię ideową i polityczną swoich pism.

Obserwacja pism informacyjno-politycznych, w tym lokalnych i specjalistycznych, dowodzi, iż zagraniczni inwestorzy w zasadzie nie interesowali się treściową zawartością swych polskich gazet do momentu, kiedy były one dochodowe. Jeśli nie byli zadowoleni z konkretnego tytułu, nie wahali się podejmować drastycznych decyzji, które przede wszystkim miały wymiar kadrowy. Dokonując zmian za każdym razem zagraniczni wydawcy zgłaszali swe postulaty programowe, ale ich głównym celem – jak się wydaje – było osiągnięcie zysku, a nie próby kształtowania polskiej opinii publicznej. Warto w tym miejscu przytoczyć opinię Zygmunta Broniarka, który stwierdził, że „obcy kapitał nie knebluje polskich mediów, bo gdyby tak było, to znalazłby on sposoby, by przeciwstawić się jego krytyce w tychże mediach”<sup>54</sup>.

Powyższe spostrzeżenia i uwagi mają jedynie wstępny charakter, a relacje pomiędzy zagranicznymi właścicielami prasy polskiej a linią polityczną tych pism winny być dalej wnikliwie badane. Warto przy tym pamiętać, że to właśnie dzięki zastrzykowi zagranicznego kapitału polska prasa i poligrafia uległy modernizacji i unowocześnieniu. Do Polski trafił nie tylko nowoczesny sprzęt, ale też nowe techniki zarządzania i organizacji pracy<sup>55</sup>.

\* \* \*

Wraz ze zmianą systemu społeczno-politycznego dokonała się transformacja prasy informacyjno-politycznej. U podstaw tego zjawiska legła likwidacja cenzury oraz RSW.

W pierwszych latach Trzeciej Rzeczypospolitej doszło do zaniku prasy pełniącej funkcje organów partyjnych. Prasa ta w całości systemu medialnego odgrywała marginalną rolę. Wydawano ją w niewielkich nakładach i była czytana przez członków i sympatyków konkretnych partii politycznych.

Ugrupowaniom politycznym, które po 1989 r. zyskały warunki legalnej działalności, nie udało się pozyskać tzw. „starych tytułów”. Wszelkie próby przejęcia tych pism prowadziły do podziału zespołów redakcyjnych lub też do degradacji tytułu. Jak dotychczas jedynym dziennikiem ogólnopolskim, który tego uniknął, okazała się „Rzeczpospolita”. Dziennik

<sup>54</sup> Z. Broniarek, *Nie utoniemy*. W: *Materiały*, T. 26, Warszawa 1996, s. 316.

<sup>55</sup> O zaangażowaniu zagranicznego kapitału w polskich mediach zob. też: Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 1/2 s. 5-22; idem, Suplement do artykułu z „Zeszytów Prasoznawczych” z 1994, nr 1/2, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 3/4, s. 5-9.

ten, wraz z „Gazetą Wyborczą” i „Super Expressem”, w połowie lat dziewięćdziesiątych dominował wśród polskich pism informacyjno-politycznych. Zmieniła się panorama prasy regionalnej. Podczas kampanii wyborczej poprzedzającej wybory z 1989 r. mieliśmy do czynienia z żywiołowym procesem powstawania nowych pism, które w początkowym okresie pełniły zadania agitacyjne i propagandowe. Nieliczne z nich przerodziły się w profesjonalnie wydawaną prasę. Z biegiem czasu prasa ta zaczęła ściślej wiązać się z partiami politycznymi, traciła na świeżości, wklęła się w walki polityczne, stopniowo traciła czytelników i znikwała z rynku prasowego.

Zwycięzcami procesu transformacji polskiej prasy informacyjno-politycznej okazali się zagraniczni inwestorzy. Wkraczali oni do Polski stopniowo. Początkowo zadowalali się mniejszościowymi udziałami w poszczególnych tytułach prasowych, ale w 2000 r. w ich rękach były niemal wszystkie wysokonakładowe polskie codzienne pisma informacyjno-polityczne. Zagraniczni inwestorzy podzielili między siebie poszczególne regionalne rynki prasowe. Zazwyczaj w jednym ośrodku występował jeden inwestor dysponujący jednym, a niekiedy i dwoma pismami informacyjno-politycznymi. Zapewne jest tylko kwestią czasu racjonalizacja tych rynków – ograniczenie ogólnej liczby tytułów oraz podniesienie ich nakładów, czego dowodzą ostatnie przetarasowania na poznańskim rynku prasowym. Współczesna polska prasa informacyjno-polityczna, choć nie wyrzekła się swych ideowych związków, stroniła od jednoznacznych filiacji politycznych. Starła się przy tym zachować niezależność, a podkreślała to m.in. przez radykalizm publikowanych materiałów, prowadzenie własnych śledztw dziennikarskich i organizowanie różnorodnych kampanii prasowych. Z drugiej zaś strony nie unikała taniej sensacji i szukała metod dotarcia do jak największej liczby czytelników. Ewolucja ku formule popularnej była szczególnie widoczna wśród regionalnych i lokalnych pism informacyjno-politycznych.

INGA OLEKSIUK

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

## WOLNOŚĆ WYPOWIEDZI W INTERNECIE

U progu XXI wieku Internet staje się ważnym środkiem masowego komunikowania. Liczbę jego użytkowników ocenia się obecnie na 200 milionów, przy czym stale ona wzrasta<sup>1</sup>. Jednocześnie, powstanie nowego medium może przyczynić się do zmian jakościowych w międzynarodowym systemie rozpowszechnia informacji i wymiany poglądów. Każda jednostka mająca dostęp do Internetu jest zarówno potencjalnym odbiorcą, jak i twórcą informacji. To oznacza, że od strony technicznej sieć komputerowa tworzy warunki rozwoju największego i najbardziej otwartego rynku swobodnej wypowiedzi<sup>2</sup>.

Jednak, w aspekcie uniwersalnym, wolność wypowiedzi stanowi przedmiot ostrych kontrowersji, zarówno co do swojej istoty, jak i co do jej granic<sup>3</sup>. To właśnie rozwój nowego medium otworzył puszkę Pandory. Dyskusja poruszająca tradycyjne problemy nabrała nowego wymiaru. Okazało się bowiem, że obrona wartości rzeczywistego świata w przestrzeni cybernetycznej stwarza poważne problemy.

---

<sup>1</sup> Por. [www.commerce.net](http://www.commerce.net). lub [www.cdn-news.com](http://www.cdn-news.com)

<sup>2</sup> Rozwój Internetu częstokroć porównywany z wynalazkiem druku w zakresie skutków społecznych. Już w 1983 Ithiel de Sola Pool pisał w *Technologies of Freedom*, Cambridge 1983: *sieć komputerowa będzie prasą dwudziestego pierwszego wieku*. Por. też wypowiedzi D. Johnston, S. Handa, Ch. Morgan, *Cyberlaw. What You Need to Know About Doing Business Online*, Toronto 1997, rozważające rewolucję informacyjną i jej skutki społeczne, oraz M. McGuire at al. (eds.), *The Internet Handbook for Writers, Researchers and Journalists*, Toronto 1997, przedstawiające to zagadnienie od strony zawodowej.

<sup>3</sup> To zagadnienie jest przedmiotem zainteresowania przedstawicieli szeregu nauk humanistycznych, od filozofii, przez socjologię po prawo. Dyskusję w duchu zachodniego systemu wartości przedstawił szeroko, wraz z współczesnymi implikacjami W. Sadurski w: *Freedom of speech and its limits*, Dordrecht 1998.

Rozpatrując system ochrony wolności wypowiedzi w wymiarze globalnym, należy zwrócić uwagę na co najmniej dwie płaszczyzny ochrony: międzynarodową oraz państwową. Nie można też pominąć roli prywatnych podmiotów, które prowadzą często własną politykę, zarówno w zakresie mediów tradycyjnych, jak i Internetu<sup>4</sup>.

## Worzec Międzynarodowy

Uchwalona przez Organizację Narodów Zjednoczonych: *Powszechna Deklaracja Praw Człowieka* (1948) oraz *Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych* (1966)<sup>5</sup> są aktami fundamentalnymi w uniwersalnym systemie ochrony wolności wypowiedzi. W obydwu aktach ustanawia się zasadę powszechności, zgodnie z którą każdy człowiek ma prawo do wolności wypowiedzi. Oznacza to, że od strony formalnej nie przewiduje się różnych stopni korzystania z tego prawa np. ze względu na płeć, pochodzenie społeczne czy rasowe. Przeszkodą w urzeczywistnianiu wolności wypowiedzi jest natomiast brak materialnych gwarancji dostępu do informacji, wykształcenia i środków masowego komunikowania. Od strony przedmiotowej prawo to obejmuje wolność poglądów (niezależnej opinii) i swobodę poszukiwania oraz otrzymywania i rozpowszechniania informacji.

Kształtowanie się świadomej swojej wolności jednostki ma największe szanse w systemie otwartym, gwarantującym pluralizm i tolerancję. *Nie zgadzam się z tym co mówisz, jednak do samej śmierci będę bronił twojego prawa do wypowiedzi* głosił Voltaire ponad 2 wieki temu. Z wolnością wypowiedzi jest bowiem związane prawo do prowadzenia dyskusji i formułowania kontrowersyjnych argumentów, podważających zarówno działalność rządów, jak i uznanych w społeczeństwie autorytetów. Oznacza to również prawo szerzenia niepopularnych poglądów, jak i przywilej dzielenia opinii mniejszości. Do tego katalogu należy dodać prawo do powstrzymania się od wypowiedzi.

System ochrony wolności wypowiedzi, ustanowiony przez Organizację Narodów Zjednoczonych, ma w swoim założeniu charakter uniwersalny; niezależny od granic państwowych (art. 19 Deklaracji, art. 19 pkt 2 *Paktu Praw*). Natomiast, rozpatrywana od strony dopuszczalnej formy, wolność wypowiedzi ma charakter otwarty; niezależny od sposobu rozpowszechniania informacji (art. 19 Deklaracji, art. 19 pkt 2 *Paktu Praw*)<sup>6</sup>. Wraz z rozwojem nowych środków przekazu powinno to implikować, wolne od ingerencji władz publicz-

---

<sup>4</sup> W czasie pisania artykułu wielki zachodni koncern medialny Time Warner został wchłonięty przez kolosa sieci – dostawcę usług internetowych America on Line (AOL), wartość rynkowa połączonych przedsiębiorstw jest szacowana jest na 350 mld dolarów US.

<sup>5</sup> Teksty wymienionych dokumentów zob. R. Kuźniar, *Prawa Człowieka. Prawo, instytucje, stosunki międzynarodowe*, Warszawa 2000. Por. [www.un.org](http://www.un.org).

<sup>6</sup> Szerzej A. Michalska, *Komitet Praw Człowieka. Kompetencje, funkcjonowanie, orzecznictwo*. Warszawa 1994.

nych i podmiotów prywatnych, ogólnoswiatowe korzystanie ze swobody wypowiedzi. Internet jest właśnie medium globalnym, nie respektującym ani granic czasowych, ani granic państwowych. Rozpowszechnianie informacji, które znajdowało się dotychczas w rękach państwa albo właścicieli tradycyjnych mediów może stać się udziałem każdej z 200 milionów jednostek, mających dostęp do Internetu. Z technicznego punktu widzenia, możliwości działania *online* są równe dla prywatnych podmiotów i organów publicznych. Co więcej, możliwości te ulegają stałej ewolucji. Do publikacji internetowych dołączane są ilustracje i dźwięk, a ostatnio coraz częściej video.

Odpowiedzią na te zmiany są działania prowadzone w ramach struktur międzynarodowych, których celem jest urzeczywistnianie w przestrzeni cybernetycznej pryncypiów ujętych w przedstawionych aktach. Dotyczy to w szczególności inicjatyw podjętych przez ONZ, UNESCO i UNIDROIT. Na uwagę zasługuje fakt, że znaczenie wolności i praw w Internecie zostało uznane w oficjalnych dokumentach, opracowanych przez te organizacje. W tym kontekście na uwagę zasługuje raport ekspertów przygotowany na zlecenie Dyrektora Generalnego UNESCO pod koniec 1998 roku. Jako fundamentalne określono: prawo do komunikowania, w tym swobodę wypowiedzi, powszechny dostęp do technologii komputerowej, edukację, prawo do informacji oraz prywatność i wolność szyfrowania informacji. Zasady te, zdaniem autorów raportu, powinny być promowane ponad granicami państwowymi czy granicami informatycznymi. Te ostatnie mogą być tworzone przez programy filtrujące i wprowadzenie zróżnicowanych standardów technicznych.

Dla pełnego zrozumienia znaczenia internetowej wolności wypowiedzi i jej skutków w świecie realnym proponuję przeprowadzić analizę sposobów jej ograniczania. Od strony negatywnej wolność słowa jest wolnością od cenzury, zarówno tej bezpośredniej, jak i tej o charakterze pośrednim.

Techniczne, kulturalne i etniczne zróżnicowanie ludzi korzystających obecnie z Internetu pociąga za sobą stosowanie różnych modeli kontroli rozpowszechniania informacji. W rezultacie problem swobody przepływu informacji i jej ograniczeń należy przedstawić w aspekcie globalnym.

System społeczno-polityczny, oparty na wolności wypowiedzi, sprzyja rozwojowi jednostki, w sensie indywidualistycznie rozumianej autonomii osobistej i związanej z nią odpowiedzialności za swoje postępowanie. Jednak poczucie odpowiedzialności jednostki za wyrażane przez nią poglądy nie jest uznawane za wystarczające zabezpieczenie innych przyjętych w społeczeństwie wartości<sup>7</sup>. Dlatego wszystkie państwa wprowadzają formalne i materialne ograniczenia swobody wypowiedzi. Różnice dotyczą charakteru tych ograniczeń. W systemie międzynarodowym, w którym wolność wypowiedzi jest traktowana jako prawo podstawowe, wyznaczono granicę między korzystaniem a nadużywaniem swobody wypowiedzi.

---

<sup>7</sup> Por. B. Michalski, *Ochrona dóbr osobistych. W: Podstawowe problemy prawa prasowego*, Warszawa 1998, idem, *Dziennikarstwo a prawo*, Kraków 1980.

*Deklaracja Praw* była pierwszym dokumentem o charakterze uniwersalnym, w którym wprowadzono katalog dopuszczalnych ograniczeń wymienionych w niej praw. W korzystaniu ze swoich praw i wolności, w tym wolności wypowiedzi każdy człowiek podlega takim ograniczeniom, które są ustanowione przez prawo w celu ochrony praw i wolności innych podmiotów (art. 29 pkt. 2), a także urzeczywistnieniu słusznym zasad porządku publicznego, moralności i dobrobytu w demokratycznym państwie prawnym (art. 29 pkt. 2). Ograniczenia wynikają również z obowiązków, jakie jednostka ma wobec społeczeństwa (art. 29 pkt. 1). Te jednak nie zostały skonkretyzowane. Natomiast praw proklamowanych w Deklaracji nie można nadużywać przez działanie sprzeczne z celami i zasadami Narodów Zjednoczonych (art. 29 pkt. 3). Do nich należy utrzymanie międzynarodowego pokoju (art. 1 pkt. 1 Karty NZ z 1945 r.) i rozwijanie przyjaznych stosunków między narodami (art. 1 pkt. 2 Karty NZ) oraz rozstrzyganie międzynarodowych problemów ekonomicznych, socjalnych, kulturalnych i humanitarnych w duchu międzynarodowej współpracy (art. 1 pkt. 3 Karty NZ).

Znaczenie *Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych*, który jest uznany za następny fundamentalny akt w zakresie wszystkim z jego charakteru prawnego. Państwa – strony *Paktu* przyjmują bowiem zobowiązanie nieograniczania wolności poglądów i wypowiedzi ponad modelowe granice wyznaczone przez *Pakt*. Jego doniosłość w zakresie omawianej wolności jest też związana z ustanowieniem systemu ograniczeń, który odnosi się wyłącznie do wolności wypowiedzi. Granice między korzystaniem a nadużywaniem wolności wypowiedzi wyznaczone są ze względu na prawa i dobre imię innych, ochronę bezpieczeństwa państwowego i porządku publicznego oraz zdrowia i moralności publicznej (art. 19 pkt 3). Jak wynika z analizy aktów międzynarodowych standardy wolności wypowiedzi zostały w nich ujęte szczególnie szeroko.

## 2. Krajowe systemy prawne

Porównując wzorzec uniwersalny z prawem krajowym należy pamiętać, że poziom ochrony wynikający z tych norm różni się jakościowo. Z zasady to prawo wewnątrzrajowe wiąże bezpośrednio państwo w stosunkach ze swoimi obywatelami. Dlatego dopiero analiza systemu prawnego i związanego z nim systemu politycznego, społecznego i kulturowego oraz gwarancji ekonomicznych pozwala na ustalenie, czy wolność wypowiedzi jest urzeczywistniana.

Systemy prawne większości państw Bliskiego i Dalekiego Wschodu nie przyznają wolności wypowiedzi podstawowego znaczenia. Hierarchia praw ukształtowana jest wokół innych wartości<sup>8</sup>. Akt cenzury może mieć wymiar symboliczny i stanowić dla obywateli afirmację wartości, które określają tradycyjne społeczeństwa. W rezultacie, rządy tych państw

---

<sup>8</sup> Poruszona tematyka w literaturze polskiej została szeroko przedstawiona w pracy zbiorowej *Główne kultury prawne współczesnego świata*, Warszawa 1995.

dążą do poddania kontroli dostępu do materiałów publikowanych w Internecie. W szczególności dotyczy to treści o charakterze politycznym, religijnym i ze względów kulturowych np. pornograficznych. Władze regulują to najczęściej w umowach z pośrednikami usług, a wraz z rozwojem sieci – przez wprowadzenie systemu koncesji na te usługi. Na przykład, w jednym z państw regionu, jeszcze przed wprowadzeniem pierwszego serwisu internetowego, rząd nakazał potencjalnym dostawcom usług stosowanie takich zabezpieczeń technicznych, żeby żaden materiał pornograficzny ani antyrządowy nie był dostępny w zakresie dostarczanych przez nich usług internetowych. W praktyce, ze względów ekonomicznych zachodni klub internetowy zgodził się cenzurować informacje w zgodzie z lokalnym prawem.

Zgodnie z raportem *Silencing the Net*, przygotowanym przez pozarządową organizację obywatelską Global Internet Liberty Campaign (GILC), dostęp do Internetu był poddawany kontroli w większości krajów azjatyckich już od początku rozwoju tam sieci.

W Chinach, gdzie komercyjni dostawcy usług internetowych rozpoczęli działalność jeszcze w 1995 roku, przedstawiciele rządu szybko złożyli oświadczenia, z których jednoznacznie wynikało, że rozwój nowego medium nie będzie prowadzić do absolutnej wolności słowa. Wobec tego Chiny, jako suwerenne państwo, będą nadzorowały na swoim terytorium informacje rozpowszechniane i odbierane przez użytkowników Internetu. W istocie, w przeciągu roku nakazano wszystkim użytkownikom sieci obowiązkową rejestrację.

Obecnie ich liczba sięga prawie dziewięciu milionów<sup>9</sup>. Jednocześnie władza przygotowuje nowe regulacje w tej materii. Informacje na ten temat podawane są na bieżąco przez UNESCO. Na początku tego roku miała zostać wprowadzona nowa regulacja zagranicznych dostawców usług internetowych. Kontrola ich działalności w przestrzeni cybernetycznej zostanie rozdzielona między dwa organy państwowe – jeden będzie nadzorował publikacje internetowe, drugi – pośredników, których działalność podlegać ma przymusowej rejestracji. Na gruncie tych doświadczeń rodzi się pytanie o skuteczność administracyjno-władczych metod kontroli Internetu.

W tym kontekście należy podkreślić słowa wypowiedziane na forum parlamentu w Singapurze: *cenzura nie może być już w stu procentach skuteczna[...], ale [...] nawet jeśli będzie działać tylko w 20 procentach, to musimy nadal kontynuować cenzurowanie. Nie jesteśmy w stanie zatrzymać każdej informacji, która przepływa przez infostradę, ale możemy uznać działalność masowego dystrybutora niestosownych materiałów w Singapurze za nielegalną* [www.glic.org za: Reuters, 7 lipca 1995]. Głównym sposobem nadzoru jest kontrola dostępu do nowoczesnej technologii przez ustanowienie systemu licencji – Internet jest traktowany jak rozgłośnie i wszelkie wiadomości z zasady podlegają cenzurze, jaką objęte są radio i telewizja. Również rządy innych państw przyznają, że nowe medium jest poza pełną kontrolą, np. tam gdzie konta internetowe są poddawane inspekcji, bogaci obywatele mo-

---

<sup>9</sup> Dane pochodzą ze stycznia 2000 r. Zgodnie z informacją podaną za AP (Benjing) liczba użytkowników w Chinach uległa od tego czasu podwojeniu.

gą połączyć się bezpośrednio z np. amerykańskim czy kanadyjskim dostawcą usług internetowych i w ten sposób unikać podglądu.

Działalność władzy zmierzająca do cenzurowania swobodnej dyskusji może się okazać szczególnie trudna, jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że propozycje wstrzymania dopływu informacji nie są spójne z dążeniami do wykorzystania ekonomicznego potencjału Internetu. Na przykład, w Singapurze tworzy się centrum informatyczne na miarę amerykańskiej Doliny Krzemowej. Wątpliwa wydaje się jednak możliwość stworzenia systemu, który przyczyniłby się do rozwoju gospodarczego, uniemożliwiając dostęp do innych informacji przepływających przez Sieć szerokim grupom społecznym. Działania takie wydają się sprzeczne z zdecentralizowaną strukturą Internetu i dlatego prawdopodobne jest, że wraz z rozwojem nowe medium może wprowadzić do krajów łączących się z Internetem materiały, które rygorystyczne władze były w stanie, do tej pory, trzymać z daleka od swoich granic. To dotyczy nie tylko pornografii, ale i dyskusji nad istotnymi problemami z zakresu praw człowieka, religii, krytyki rządu, administracji czy systemu sądownictwa.

Gwałtowny rozwój publikacji *online* trudności związane z kontrolą rozpowszechnianych materiałów sprawiły, że zagadnienie nieskrępowanej swobody wypowiedzi internetowej pojawiło się również w państwach, w których wolność wypowiedzi uznaje się za podstawę systemu społeczno-politycznego. Kontrowersje nie dotyczą prowadzenia otwartej dyskusji politycznej, czy rzeczowej krytyki władzy, które podlegają ochronie prawnej. Wskazuje się natomiast na możliwości łatwego rozpowszechniania materiałów zagrażających porządkowi i bezpieczeństwu publicznemu (np. instrukcji wytwarzania materiałów wybuchowych). Niepokój budzą też publikacje godzące w dobra osobiste (w szczególności naruszające prywatność); w godność człowieka (np. wypowiedzi rasistowskie) i wartości rodzinne (np. wykorzystywanie dzieci).

Rozwiązywanie sprzeczności między zasadą nieskrępowanej wolności wypowiedzi a wymienionymi dobrami jest w państwach demokratycznych przedmiotem działania organów publicznych i obywatelskich organizacji pozarządowych.

Proponuję przeanalizować doświadczenia USA w tej dziedzinie, nie tylko ze względu na szczególną pozycję prawną wolności wypowiedzi w tym kraju, ale ze względu na największą na świecie liczbę użytkowników Internetu<sup>10</sup>. W tym kontekście trzeba też dodać, że Internet jako zdecentralizowana sieć komunikowania narodził się właśnie Stanach Zjednoczonych.

W wyniku wielu batalii procesowych, prowadzonych zarówno z inicjatywy świata mediów, jak i zwykłych obywateli, w USA wykształcił się system instytucji prawnych, które gwarantują szeroką ochronę wolności wypowiedzi w przypadku jej konfliktu z innymi wartościami. Dotyczy to wartości o charakterze publicznym i indywidualnym. U podstaw tego systemu stoi ujęta w Pierwszej Poprawce do Konstytucji klauzula zakazująca Kongresowi uchwalania ustaw ograniczających wolność wypowiedzi. Jakkolwiek trudno dzisiaj określić

---

<sup>10</sup> Por. przyp. 1.

znaczenie, jakie przypisywano wolności wypowiedzi przed dwustu laty, to warto tu przywołać opinię sędziego Brandeisa z Sądu Najwyższego USA. Zgodnie z poetycko ujętym przez niego wywodem, twórcy Pierwszej Poprawki *Uważali wolność za sekret szczęścia, a odwagę za sekret wolności. Dlatego swobodę posiadania dowolnych poglądów i dzielenia się nimi uważali za niezbędną podstawę odkrywania i szerzenia prawdy politycznej*<sup>11</sup>. Wprawdzie interpretacja omawianego zapisu nie poszła w kierunku absolutystycznej wykładni<sup>12</sup> to wymaga się, by stanowienie prawa, które ogranicza konstytucyjnie chronioną wypowiedź było konieczną oraz jedyną, adekwatną metodą osiągnięcia uzasadnionych celów ustawodawcy. Zgodnie z linią orzecznictwa ograniczenie jest uzasadnione tylko wówczas, gdy istnieje wyraźna obawa, że pozostawienie nieograniczonej wolności wypowiedzi doprowadzi do realnego niebezpieczeństwa<sup>13</sup>. Wyżej przedstawioną zasadę uzupełnia szereg doktryn wypracowanych przez Sąd Najwyższy USA, stojący na straży Konstytucji.

Szczególnie cenna jest teoria „wolnego rynku idei”, która ma zagorzałych zwolenników zarówno wśród prawników, polityków, jak i oczywiście dziennikarzy. Jej istotę wyłożył sędzia Holmes na początku tego wieku w sprawie o prowadzenie propagandy politycznej<sup>14</sup>.

*Jeśli nie ma się żadnych zastrzeżeń co do własnej słuszności lub siły i z całego serca pragnie się osiągnąć określony cel, swoje dążenia przemienia się w system prawny i pozbywa się wszelkiej opozycji. [...] Kiedy jednak ludzie dostrzegli, że z czasem pokonano już niejedną wojującą wiarę, mogą dojść do przekonania silniejszego niż to, które stoi u podstaw ich własnego działania, że najcenniejsze dobro jest łatwiej osiągnąć przez wolną wymianę idei, i że zdolność danej myśli do zdobycia uznania w warunkach wolnorynkowej konkurencji jest najlepszym testem prawdy. Prawda jest jedyną podstawą, na której można bezpiecznie realizować ludzkie pragnienia. To założenie jest, w każdym razie, ujęte w naszej Konstytucji*<sup>15</sup>.

Co więcej, wydaje się, że w przestrzeni wirtualnej ma ona większą możliwość realizacji niż w świecie realnym<sup>16</sup>.

<sup>11</sup> Withney przeciwko Kalifornii 274 U.S.357 (1927)

<sup>12</sup> Należy jednak zwrócić uwagę na to, że zwolennicy tzw. „absolutystycznej wykładni”, zgodnie z którą konstytucja zakazuje wszelkich ograniczeń omawianej wolności, mieli swojego przedstawiciela – sędziego Blacka – nawet w Sądzie Najwyższym. Por. H. Black, *The Constitutional Faith*, New York 1969.

<sup>13</sup> Zasada „pewnego i bezpośredniego niebezpieczeństwa” została ostatecznie zaakceptowana przez Sąd Najwyższy w sprawie Brandenburg przeciwko Ohio 395 U.S.44 (1969)

<sup>14</sup> Abrams przeciwko Stanom Zjednoczonym 250 U.S.616 (1919). Należy jednak dodać, że sędzia Holmes zawarł tę teorię w zdaniu odrębnym. Większość składu sędziowskiego nie przyznała wypowiedziom oskarżonych ochrony wynikającej z Pierwszej Poprawki do Konstytucji.

<sup>15</sup> S. Frankowski, R. Goldman, E. Lętowska, Sąd Najwyższy USA. *Prawa i wolności obywatelskie*, Warszawa 1999

<sup>16</sup> Por. J. Dzierżowska, M. Wąsek-Wiaderek: *prawne reglamentowanie [...] zachowań [przestępczych] przy wykorzystaniu instrumentarium prawa karnego jest utrudnione ze względu na zdecentralizowany i ogólnosięwiatowy charakter środowiska internetowego (Prawo karne a Internet. W: Internet, problemy prawne. Materiały z konferencji zorganizowanej 2 grudnia 1998 r. w Lublinie. Lublin 1999, s. 240).*

W tej sytuacji należy zadać pytanie, czy potrzebna jest rewizja systemu regulującego wolność wypowiedzi, ze względu na rozwój nowego medium masowego przekazu?

Nie ma wątpliwości, że niektóre z instytucji prawa prasowego czy autorskiego zostaną poddane próbie i w wyniku nowych cech, jakie prezentuje Internet, pewne koncepcje prawne będą musiały ulec dopasowaniu do potrzeb nowego medium. Dotyczy to np. zniesławienia. W innych sytuacjach potrzebna będzie nawet nowa regulacja problemów nie znanych twórcom i odbiorcom tradycyjnych środków przekazu np.: w wypadku *cashingu*, czyli przetrzymywania popularnych stron www na prywatnym serwerze dostawców usług internetowych, w celu przyspieszenia ich odbioru przez użytkowników.

Niezależnie od tych problemów, nie wydaje się słuszne poddawanie w wątpliwość podstawowych praw i wolności obywatelskich. Jeżeli współczesne społeczeństwa w drodze ewolucji i rewolucji politycznych wywalczyły sobie wolność poglądów i wypowiedzi, to postęp techniczny powinien te osiągnięcia urzeczywistniać, a nie je ograniczać. Jak stwierdził Sąd Najwyższy USA w najważniejszym do tej pory orzeczeniu w zakresie wolności wypowiedzi w nowym medium: *Internet może być uznany za niekończącą się dyskusję o wymiarze światowym. Rząd nie może przez CDA<sup>17</sup> przerwać tej dyskusji. Jako najbardziej powszechny ze wszystkich środków masowego komunikowania dotąd rozwiniętych, Internet zasługuje na najwyższy stopień ochrony od ingerencji państwowej.*

Ze względu na szczególne znaczenie sprawy w debacie nad swobodą wypowiedzi w Internecie proponuję przedstawić bliżej jej przebieg.

Od strony prawnej rozpatrywany był status Internetu i zasady odpowiedzialności prawnej za „nieobyčajny” materiał publikowany *online*. Od strony społecznej problem dotyczył ochrony psychicznego rozwoju dzieci i młodzieży przez uniemożliwienie im dostępu do tych materiałów. Na tym gruncie zrodziło się pytanie, czy do Internetu powinno się stosować ograniczenia, jakim ze względu na swoją charakterystykę podlegają radio i telewizja, czy też przysługuje mu pełna ochrona wynikająca z Pierwszej Poprawki do Konstytucji. W 1996 roku Kongres Amerykański uznał, że komunikowanie w Internecie powinno podlegać ograniczeniom i uchwalił w 1996 roku ustawę o nieobyčajnym przekazie nazwaną The Communications Decency Act (CDA), która wobec niepełnoletnich wprowadzała zakaz rozpowszechniania nieprzyzwoitego i obscenicznego materiału. Zwolennicy regulacji argumentowali, że Internet może dać każdemu dziecku wolny wstęp do elektronicznej księgarni dla dorosłych i należy tej sytuacji zapobiec. Powołując się na Konstytucję postulowali, że państwo powinno pomagać rodzicom w wychowaniu młodego pokolenia, które przez wprowadzenie tego prawa będzie zabezpieczone przed niewłaściwymi materiałami dostępnymi w sieci komputerowej. Z drugiej strony, organizacje broniące praw politycznych argumentowały, że Communications Decency Act ogranicza internetową wolność słowa,

---

<sup>17</sup> Communication Decency Act (CDA) uchwalona przez Kongres w 1996 47 U.S.C.& 223 (a) – (h), uznana przez Sąd Najwyższy za niezgodną z konstytucją w *Reno v. ACLU* 521 US 824,849 1997.

z której mogą korzystać dorośli, do tego, co jest stosowne dla dzieci<sup>18</sup>. Biorąc też pod uwagę niejasne kryteria wprowadzonych ograniczeń zakwestionowali konstytucyjność tego prawa, opierając się na zasadzie sformułowanej w Pierwszej Poprawce do Konstytucji.

Dla obrońców wolności wypowiedzi było sprawą priorytetową, żeby już w pierwszych etapach rozwoju technologicznego nowego medium Sąd Najwyższy USA potwierdził jego znaczenie. Stało się to przez nadanie Internetowi pełnej ochrony w zakresie swobodnej wymiany wypowiedzi, to jest takiej, jaką przyznaje Pierwsza Poprawka do Konstytucji.

Jakkolwiek Sąd Najwyższy przyznał, że władza ustawodawcza i wykonawcza kierując się interesem społecznym, ma prawo występować w obronie moralności dzieci, przeciwko rozprowadzaniu kontrowersyjnych materiałów w Internecie, to uznał również, że nie można tego robić kosztem wolności dorosłych. W wypadku Communications Decency Act Sąd wyraził zaniepokojenie, że większość wypowiedzi, które byłyby zakazane ze względu na dobro dzieci, stanowi materiał, do którego dorośli mają konstytucyjne prawo dostępu. Sąd stwierdził, że CDA *pokrywa zbyt dużym cieniem wolność słowa, zagrażając szerokim kręgom społeczności internetowej*.

Kontynuację tej batalii stanowi uchwalenie nowego aktu przez zwolenników CDA w Kongresie USA. Celem ustawy o ochronie dziecka w sieci komputerowej – *Child Online Protection Act (COPA)*<sup>19</sup>, było ustanowienie takiej metody kontroli rozpowszechniania pornografii w Internecie, która byłaby zgodna z Pierwszą Poprawką do Konstytucji USA. Jednak i ta ustawa została opatrzona tymczasowym nakazem wstrzymania wejścia w życie (*temporary restraining order*)<sup>20</sup>. W opinii sędziego Lowella Reeda, który wydał tę decyzję, obrońcy wolności wypowiedzi mają duże szanse udowodnienia swoich racji. W rok po uchwaleniu COPA, w listopadzie 1999 roku, sprawa o jej zgodność z ustawą zasadniczą przeszła do sądu apelacyjnego.

W tym kontekście należy też zaznaczyć, że w sądzie przedstawiono dowody na to, że twórcy i dostawcy usług internetowych nie zawsze są w stanie skontrolować wiek osoby, która przegląda kontrowersyjny materiał. Nie są też skuteczne jednostkowe zakazy dostępu. Na gruncie tych rozważań rodzi się pytanie o egzekwowanie praw w Internecie, a w konsekwencji problem praktycznego wprowadzenia w życie jakiegokolwiek formy internetowej cenzury. Oczywiście, wyjąwszy administracyjną kontrolę dostępu do globalnej sieci komputerowej.

W rzeczywistości wirtualnej, podobnie jak w świecie realnym, jedno państwo nie może rościć sobie pretensji, by w sposób legalnie uznany jego normy prawne były egzekwowane w innych

---

<sup>18</sup> Żarliwa dyskusja była prowadzona przez obie strony zarówno przy pomocy tradycyjnych mediów, co miało swoje odzwierciedlenie w ówczesnej prasie, jak i w ramach Internetu. Aktywną działalność i agitację prowadziły w szczególności pozarządowe organizacje wolnościowe. Por. [www.eff.org/blueribbon](http://www.eff.org/blueribbon) – The Blue Ribbon campaign was launched on the Internet to raise awareness of online censorship: *the EFF and other civil liberties group asked to display a blue ribbon to show support for the essential civil liberties as the right to free speech*.

<sup>19</sup> Przyjęty w grudniu 1998 roku w ramach Omnibus Consolidated and Emergency Supplemental Appropriations Act, Pub. L. No, 105-277, tit. XVI 112 Stat. 2681,2736-41 (1998).

<sup>20</sup> *ACLU v. Reno*, 31 F. Supp 473,479 (E.D. Pa. 1999).

krajach. Nie ma też takiego organu, który nadzoruje globalny przepływ informacji, rozpowszechnianych w wyniku aktywności użytkowników działających w całej przestrzeni cybernetycznej. Sankcjonowanie prawa, które nie jest powszechnie uznane, może stać się, wraz z rozwojem oplatającej cały świat sieci komputerowej, jednym z największych wyzwań stojących przed społeczeństwem informatycznym. Globalność Internetu oznacza przecież, że materiał wyrządzający szkody na podstawie lokalnego prawa może powstać poza granicami jego obowiązywania.

Na tle tej problematyki rodzi się pytanie o środki, których celem byłoby zabezpieczenie użytkowników Internetu, w szczególności niepełnoletnich, przed niepożądanymi przez nich lub dla nich materiałami.

### **Rozwiązania technologiczne**

W kraju narodzin Internetu prowadzi się od dłuższego czasu żywiołową dyskusję nad sposobami kontroli materiałów rozpowszechnianych w Sieci przez wykorzystanie odpowiednich technologii. Dotyczy to mechanizmów klasyfikowania treści oraz jej filtrowania i blokowania. Te rozwiązania zostały uznane za alternatywne w stosunku do regulacji państwowych. Jednocześnie rynek komputerowy oferuje szeroki katalog programów umożliwiających kontrolę nad poczynaniami użytkowników Internetu. Zadaniem tych programów jest umożliwienie monitorowania i blokowania dostępu do wszystkiego, co może przepływać przez sieć i być ściągnięte przez komputer: w domu, na uczelni czy w pracy.

Innym możliwym rozwiązaniem stosowanym w USA jest dobrowolny system klasyfikacji materiału. Podstawą jego działania jest ocena treści strony internetowej ze względu na zawartość wypowiedzi np. o charakterze pornograficznym, rasistowskim, o dużym poziomie brutalności czy wulgarności języka. Wydaje się, że władze federalne i stanowe w USA nie tylko aprobują, ale i popierają stosowanie omawianych rozwiązań<sup>21</sup>. Wątpliwości co do ich wdrażania zrodziły się natomiast wokół pytania o to, kto i na jakich zasadach ma dokonywać blokowania kontrowersyjnych treści.

Jeżeli te decyzje mają być rzeczywiście dobrowolne, to o użyciu tych systemów oraz o kryteriach, zgodnie z którymi mają działać, powinien decydować odbiorca końcowy lub grupa odbiorców, która wspólnie używa Internetu, np. rodzina. Zwolennicy nieograniczonej wolności dostępu i wypowiedzi w Internecie są zaalarmowani faktem, że to, co proponuje się jako przekazanie odpowiedzialności w ręce jednostek, może okazać się negacją przedstawionej zasady. Sprawą kluczową jest uniknięcie sytuacji, w której prywatne firmy komputerowe, produkujące oprogramowanie filtrujące i klasyfikujące lub dostawcy usług internetowych, nie przejęli zadań należących do użytkownika, a w wypadku nielegalnych materiałów, roli organów ścigania i sądów.

---

<sup>21</sup> Por. np. stanowisko prezentowane przez administrację prezydencką [www.whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov).

Takie działanie miałyby bowiem charakter prywatnej cenzury, której podstawy prawne i zasady działania nie są jasne. Przy obecnym poziomie rozwoju technologii okazuje się, że nawet twórcy tych systemów przyznają, że nie są one w pełni skuteczne. Z jednej strony zdarza się, że zdaniem końcowego odbiorcy przepuszczają one wypowiedzi kontrowersyjne, natomiast z drugiej strony cenzurują treści, nie mające nic wspólnego z pornografią ani z brutalnością. Według przedstawicieli środowisk opowiadających się za nieograniczonym korzystaniem z Internetu, blokują one dostęp do informacji chronionych prawnie i dostępnych nawet dla dzieci, np. z zakresu problematyki zdrowotnej<sup>22</sup>.

Niezależnie od problemów o charakterze informatycznym, wysoce kontrowersyjny jest już sam fakt usuwania informacji przez podmioty prywatne, których pierwotnym i podstawowym zadaniem jest dostarczanie środków technicznych, umożliwiających dostęp do sieci. Jeżeli jednostki te prowadzą politykę opartą na zasadach wolnego rynku, a nie ochrony wolności obywatelskich i praw osobistych, to przekazanie im zadania kontroli nad dostępem do treści publikowanej w Internecie nie stanowi odpowiedniej gwarancji tych praw<sup>23</sup>. W tym kontekście na uwagę zasługują uregulowania *Amerykańskiej Konwencji Praw Człowieka*, której twórcy zwrócili uwagę na fakt, że wolność wypowiedzi ograniczana jest nie tylko przez środki bezpośrednie, jak państwowa cenzura prewencyjna, ale i środki pośrednie, jak np. prywatna kontrola prasy czy nadzór nad urządzeniami do rozpowszechniania informacji. Często są one nawet bardziej uciążliwe, prowadzą bowiem do tego, że informacje kontrowersyjne, lecz jak najbardziej legalne, zostają usunięte. Dodatkowo należy zaznaczyć, że przed cenzurą stosowaną przez prywatne podmioty nie przysługuje ochrona konstytucyjna. Biorąc to pod uwagę twórcy *Amerykańskiej Konwencji* wprowadzili zakaz stosowania ograniczeń pośrednich.

Wprowadzenie prywatnej cenzury może zagrażać użytkownikom Internetu, jeśli pozycja prawna pośredników usług internetowych i odnoszące się do nich zasady odpowiedzialności nie są jasne. Dotyczy to w szczególności sytuacji, jeśli ryzykują oni pociągnięcie do odpowiedzialności prawnej za materiał, który jest rozpowszechniany w sieci przez ich klientów. Jak długo ta kwestia pozostaje nieuregulowana, tak długo działając pod presją konsekwencji prawnych mogą oni usuwać każdy materiał, który wydaje im się nielegalny lub mogący być przyczyną kosztownej sprawy sądowej, czyli raczej więcej niż mniej. Fakt cenzurowania materiału na tej podstawie, że może on okazać się nielegalny, należy uznać za bezpośrednie zagrożenie wolności wypowiedzi. A nadto, jeśli taka działalność jest popierana przez państwo, to daje to podstawę do zaskarżenia o naruszenie praw konstytucyjnych. Poza legislacyjną działalnością organów państwa, problematyka odpowiedzialności pośred-

---

<sup>22</sup> Por. stanowisko Global Internet Liberty Campaign – [www.gilc.org](http://www.gilc.org) lub Electronic Frontier Foundation – [www EFF.org](http://www EFF.org)

<sup>23</sup> Por. stanowisko Kanadyjskiego Zrzeszenia Dostawców Usług Internetowych (Canadian Association of Internet Service Providers – CAIP), które wielokrotnie wyraziło potrzebę wyraźnego określenia funkcji poszczególnych dostawców odpowiedzialności w zakresie wykonywanych przez nich usług – <http://www.caip.ca/>

dników była tematem dominującym na pierwszym etapie dyskusji nad ochroną internetowej swobody wypowiedzi w USA. Na podstawie ostatnio kształtującego się orzecznictwa można jednak sądzić, że w zgodzie z amerykańskim systemem ochrony wolności wypowiedzi, odpowiedzialność prywatnych dostawców została ograniczona do przypadków, kiedy aktywnie uczestniczą oni w publikacji np. tworząc strony WWW.

Natomiast pełniąc rolę bliższą spółkom telekomunikacyjnym niż wydawnictwom, nie byłiby oni ani zobowiązani do monitorowania materiałów przekazywanych przez korzystających z ich technicznej pomocy klientów, ani odpowiedzialni za treść tych przekazów.

Przedmiotem debaty nad funkcją dostawców usług internetowych pozostaje natomiast ustalenie roli instytucji publicznych, oferujących dostęp do sieci komputerowej. Dotyczy to w szczególności bibliotek publicznych. Pod koniec 1998 roku sąd w Wirginii<sup>24</sup> uznał za sprzeczne z Pierwszą Poprawką do Konstytucji stosowanie oprogramowania filtrującego w bibliotece publicznej w Loudoun. Sąd zaznaczył, że jego instalacja uniemożliwiała dorosłym użytkownikom dostęp do materiałów, którym przysługuje ochrona konstytucyjna. Jakkolwiek pozarządowe organizacje działające na rzecz nieograniczonej wolności w Internecie w USA uznały to orzeczenie za jeszcze jedno zwycięstwo swobody wypowiedzi, to sprawa stosowania oprogramowania filtrującego w wymiarze całej sieci wymaga jeszcze wyjaśnienia.

W celu uniknięcia sytuacji, w której swoboda wypowiedzi byłaby zepchnięta do marginesu przestrzeni wirtualnej, należy promować zasady, które umożliwią korzystanie z rozwiązań technicznych w zgodzie z interesami indywidualnego użytkownika. Przede wszystkim powinien on być zawsze skutecznie poinformowany, że używając Internetu może korzystać z programów filtrujących. Ze względu na znaczenie zachowania pluralizmu w sieci, użytkownik powinien mieć dostęp do różnorodnych filtrów i systemów klasyfikacji treści. W końcu, w imieniu internetowej samorządności, do użytkownika, a nie do pośredników powinna należeć ostateczna decyzja o stosowaniu cenzury.

Wprowadzenie formalnych gwarancji swobody wypowiedzi jest wyrazem wiary, że jednostka potrafi sama dojść do prawdy na „wolnym rynku idei”. Takie założenie przy wykorzystaniu materialnych gwarancji, stwarzanych przez rozwój globalnej sieci komputerowej, daje realne możliwości urzeczywistnienia uniwersalnego wzorca swobody wypowiedzi. W związku z tym narasta potrzeba podejmowania konsekwentnych i skutecznych środków prowadzących do realizacji tego celu. Oznacza to obowiązek powstrzymywania organów państwa przed wydawaniem aktów normatywnych, a podmiotów prywatnych przed podejmowaniem działań, które mogłyby ograniczać wolność wypowiedzi i związane z nią prawa. Propozycje wprowadzania cenzury internetowej, bez względu na źródła ich pochodzenia nie tylko są sprzeczne z uniwersalnym wzorcem wolności wypowiedzi, ale zagrażają prawidłowemu rozwojowi Internetu jako nowemu medium globalnego i masowego komunikowania.

---

<sup>24</sup> [http://www.efl.org/pub/Legal/Cases/Loudoun\\_library/HTML/19981123\\_opinion\\_order.html](http://www.efl.org/pub/Legal/Cases/Loudoun_library/HTML/19981123_opinion_order.html)

WIESŁAW SONCZYK

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

**„OBSERWATORIUM FAKTÓW SPOŁECZNYCH”  
CZY „PRZEDSIĘBIORSTWO DO WYWOŻENIA SPOŁECZNYCH  
BRUDÓW”?  
WOLNOŚĆ I ODPOWIEDZIALNOŚĆ W PRUSOWSKIEJ KONCEPCJI  
DZIENNIKARSTWA**

Bolesław Prus postrzegany jest przede wszystkim jako jeden z najwybitniejszych i najbardziej znanych przedstawicieli literatury polskiej II połowy XIX stulecia, określanej zwykle mianem pozytywizmu. Wiedzę o jego twórczości i poglądach kształtują wśród Polaków głównie lektury szkolne, w tym zwłaszcza powieści (m. in. „Lalka”, „Faraon”, „Placówka”, „Emancypantki”) oraz nowele (m. in. „Antek”, „Kamizelka”, „Katarynka”, „Anielka”, „Sieroca doła”). Do upowszechnienia twórczości Prusa z pewnością w dużym stopniu przyczyniły się także teatralne, filmowe i telewizyjne adaptacje jego utworów (m. in. „Faraona” i „Lalki”). Dodatkowo wzmocniły one wizerunek Prusa jako literata.

Natomiast nieco mniej Prus znany jest jako dziennikarz, a dokładniej mówiąc, jako wieloletni współpracownik kilkunastu – przede wszystkim warszawskich – dzienników i czasopism. Jego współpraca z niektórymi redakcjami była wprawdzie krótkotrwała lub wręcz incydentalna (m. in. z „Kurierem Niedzielnym”, „Opiekunem Domowym”, „Ateneum” czy z „Gazetą Polską”), ale z kilkoma związany był przez wiele lat (m. in. z „Kurierem Warszawskim”, „Kurierem Codziennym” czy z „Tygodnikiem Ilustrowanym”). Dostarczał im – systematycznie lub od czasu do czasu – przede wszystkim felietony (zwane kronikami), dzięki którym stał się autorem powszechnie znanym. Oprócz tego publikował także liczne artykuły publicystyczne, w których przedstawiał swoje przemyślenia, poglądy i opinie – głównie w zakresie szeroko rozumianej problematyki społecznej. W niektórych z tych tekstów – podobnie jak w kronikach – podejmował kwestie związane z działalnością ówczesnej prasy i społeczną rolą dziennikarzy<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Bibliografia literatury polskiej „Nowy Korbut”*. Tom 17, vol. 1: *Bolesław Prus (Aleksander Głowacki)*. Oprac. Teresa Tyszkiewicz pod kier. Z. Szwejkowskiego, Warszawa 1981.

Warto przy okazji przypomnieć, że wszystkie ważniejsze utwory literackie Prusa ukazywały się najpierw – w odcinkach – na lamach prasy, a dopiero potem w wydaniu książkowym. Dla przykładu: „Faraon” był drukowany na lamach „Tygodnika Ilustrowanego” w roku 1895 (od nr 40 do nr 52) i w roku 1896 (od nr 1 do nr 52), a wydanie książkowe ukazało się w roku 1897. Praktyka drukowania powieści w odcinkach była zresztą wówczas często stosowana. Jak pisze prof. Józef Bachórz: „[...] Rywalizacja rynkowa sprawiała, że redakcje zabiegały o autorów poczytnych i o teksty lubiane przez czytelników. Stąd zarówno w dziennikach, jak i w tygodnikach starano się nie tylko o wiadomości bieżące, lecz również o beletrystykę w odcinkach. Atrakcyjna powieść nieraz decydowała o sukcesie finansowym pisma, a i sama zyskiwała rozgłos, dzięki któremu później miała wysokie nakłady książkowe. Wszystkie sławne powieści Sienkiewicza („Trylogia”, „Krzyżacy”, „Quo vadis”), wszystkie wielkie powieści Prusa („Placówka”, „Lalka”, „Emancypantki”, „Faraon”), większość powieści Kraszewskiego, liczne powieści Dygańskiego – miały najpierw druk w odcinkach, dopiero potem ukazywały się w edycjach książkowych”<sup>2</sup>.

Dzięki ogromnemu poświęceniu i osobistemu zainteresowaniu oraz wręcz benedyktyńskiej pracy zespołu kierowanego przez prof. Zygmunta Szweykowskiego otrzymaliśmy swego czasu kompletny, dwudziestotomowy zestaw „Kronik” Prusa, opatrzonych licznymi wyjaśnieniami i wspaniałym, wyczerpującym komentarzem, bez którego współczesny czytelnik właściwie nie potrafiłby ani zrozumieć wielu felietonów, ani nawet próbować interpretować myśli Prusa, często wyrażanych – ze względu na istnienie cenzury – w sposób aluzyjny, nie mówiąc już o próbach odtworzenia jego intencji itp.<sup>3</sup>.

W osobnych wydaniach książkowych opublikowano też sporo tekstów publicystycznych Prusa poświęconych różnym problemom społecznym oraz recenzji i tekstów krytyczno-literackich. Są też na ten temat osobne opracowania<sup>4</sup>.

W sumie można więc powiedzieć, że dorobek dziennikarski Prusa jest dostępny i dzięki temu – znany. Ale nie oznacza to bynajmniej, że dysponujemy krytyczną analizą poglądów Prusa w odniesieniu do społecznej roli dziennikarstwa i dziennikarzy, wyrażanych w felietonach i innych tekstach publicystycznych. Wręcz odwrotnie: pozostają one właściwie zupełnie nieznane, jeśli nie liczyć parostronicowych rozważań o dziennikarstwie Prusa. znajdujących się we wszystkich opracowaniach historycznoliterackich oraz materiałów o charakterze przyczynkarskim<sup>5</sup>. Pozytywnym wyjątkiem jest bodaj tylko monograficzne

<sup>2</sup> J. Bachórz, *Pozytywizm. Podręcznik dla szkół ponadpodstawowych*. Wyd. 4. Warszawa 1998, s. 46.

<sup>3</sup> B. Prus, *Kroniki*. Oprac. Z. Szweykowski. T. 1–20. Warszawa 1953–1970.

<sup>4</sup> S. Melkowski, *Poglądy estetyczne i działalność krytycznoliteracka Bolesława Prusa*, Warszawa 1963; *Prus: z dziejów recepcji twórczości*. Wybór tekstów, oprac. i wstęp E. Pieścikowski. Warszawa 1988.

<sup>5</sup> Np.: M. Gawalewicz, *Prus jako felietonista*, „Kurier Codzienny” 1897, nr 1; K. Laganowski, *Prus jako redaktor*, „Rozwój” 1904, nr 276; Z. Dębicki, *Prus – publicysta*, „Kurier Warszawski” 1912,

opracowanie twórczości Prusa, przygotowane przez prof. Janinę Kulczycką-Saloni, w którym znalazł się osobny rozdział o teoretycznych i warsztatowych osiągnięciach Prusa-dziennikarza<sup>6</sup>.

## Prusowska koncepcja dziennikarstwa

Użyte w tytule niniejszego referatu określenie „Prusowska koncepcja dziennikarstwa” wymaga dodatkowego wyjaśnienia. Prus nie zostawił bowiem jednolitej, zwartej a zarazem autorskiej „teorii” dziennikarstwa, sformułowanej w osobnej książce, cyklu artykułów itp. Swoje poglądy na ten temat wyrażał natomiast przy różnych okazjach i w rozmaitej postaci. Liczne uwagi i oceny dotyczące stosunku prasy do ówczesnej rzeczywistości, do konkretnych problemów, zjawisk czy nawet pojedynczych wydarzeń, a także własne opinie – często dość ostro formułowane – o zawartości i sposobie redagowania konkretnych tytułów prasowych można spotkać w wielu felietonach Prusa. Mogą to być tylko luźne zdania, wplecione zręcznie w tekst kroniki, ale mogą to być również całe akapity lub nawet większe fragmenty. Co więcej, te uwagi i opinie pojawiają się niby przypadkowo, przy okazji omawiania innych tematów.

Dla przykładu: w *kronice tygodniowej* drukowanej w nr 36 „Kuriera Codziennego” z 5 lutego 1889 r. Prus obszernie pisze o zasługach redakcji „Pamiętnika Fizjograficznego” w dziedzinie popularyzacji nauki, apelując jednocześnie o składanie przedpłat na prenumeratę tego pisma, by w ten sposób zdobyło ono fundusze na dalsze utrzymanie. Kończąc rozważania na ten temat formułuje zaskakujący postulat: „[...] A teraz – napisawszy tyle i tak wymownych rzeczy o >Pamiętniku Fizjograficznym< – proszę jego redakcję o jedną łaskę. Niech mi wystawi świadectwo, podpisane przez rządcę domu i potwierdzone przez cyrkul, że: oprócz „Pamiętnika” redakcja nie dała mi żadnego >prezentu< ani w formie śniadań, ani w gotówce”. Stwierdzając w następnym zdaniu, iż „dzieją się u nas rzeczy ciekawe”, z właściwą sobie ironią opisuje zjawisko przekupywania dziennikarzy przez właścicieli różnych spółek, poszukujących „poparcia dzienników”. Kończy zaś zupełnie poważnym wnioskiem, że „[...] ciężkim jest położenie dziennikarza. Jeżeli nie chwali jednych, a nie potępia innych czynów, jeżeli nie sądzi i nie reklamuje, mówią o nim, że jest nieużyty, że go nie obchodzą interesa społeczne. A jeżeli reklamuje, wówczas zapisują go w rachunkach rozmaitych instytucji, choćby nie wziął wycofanej z kursu kopiejki. Co do mnie, pomimo cierpkich do-

---

nr 149; B. Koskowski, *Prus jako publicysta*, „Tygodnik Ilustrowany” 1912, nr 22; J. Bero, *B. Prus jako dziennikarz. W 20-tą rocznicę zgonu B. Prusa*, „Prasa” 1932, nr 4/5; Z. Szweykowski, *B. Prus jako felietonista*; „Świat” 1948, nr 11; W. Natanson – *B. Prus jako felietonista*, „Życie Warszawy” 1951, nr 128; J. Z. Jakubowski, *Testament Prusa – publicysty*, „Stolica” 1967, nr 51/51.

<sup>6</sup> J. Kulczycka-Saloni, *Bolesław Prus*, Warszawa 1975 (rozdział pt. *Teoria i praktyka dziennikarska*, s. 213–243).

świadczeń, będę pisywał reklamy, komu mi się podoba i za co mi się podoba! Upraszam tylko o jedną łaskę, ażeby ci wszyscy, którzy dadzą mi łapówkę, brali ode mnie kwit, na którym wyraźnie będzie napisane: ile dali i za co dali. W przeciwnym razie zawsze będę mógł się wykręcać i przed publicznością odegrywać rolę niewiniątka, z którą jest nawet nie do twarzy człowiekowi w moim wieku”<sup>7</sup>.

Albo inny przykład: w kolejnej *kronice tygodniowej* zamieszczonej w nr 164 „Kuriera Codziennego” z 16 czerwca 1889 r., we fragmencie dotyczącym niesłusznej – wedle Prusa – krytyki twórczości malarskiej Stanisława Witkiewicza przez „monachijskich protestantów” (m. in. Józefa Brandta, Alfreda Wierusz-Kowalskiego, Juliana Fałata i innych) znajdujemy osobny akapit: „[...] Ciekawszym dla czytelników będzie fakt, że nie tylko malarze protestują przeciw Witkiewiczowi, ale że nadto – dzienniki... lękają się drukować jego artykułów, tak pełnych życia i treści!... Zdawałoby się, że nasza prasa jest cichym bagienkiem, gdzie wolno kwakać żabom i drzemać ślimakom, ale gdzie najłżejszy powiew świeżego powietrza wywołuje burzę”<sup>8</sup>.

Powyższej opinii nie należy odczytywać dosłownie. Również miejsce i kontekst, w którym została przedstawiona, nie są bynajmniej przypadkowe. Prus wyraził bowiem w ten sposób swój stosunek (żeby nie powiedzieć: pogardę) do ówczesnej formuły prasy warszawskiej, przypominającej „ciche bagienko”, a obojętnej wobec spraw – jego zdaniem – rzeczywiście ważnych. Co więcej, stając po stronie Witkiewicza i wpisując się do dyskusji prowadzonej przecież w gronie fachowców (wybitnych artystów-malarzy) Prus zdaje się w ten sposób dowodzić, że sam jest fachowcem w sprawach, w których wypowiada się publicznie i że jego opinie nie powinny być ani lekceważone przez czytelników, ani traktowane jako gorszące, niemoralne albo zgoła dziwaczne. Tak traktowano go i takie zarzuty stawiano mu wielokrotnie, a – jak podkreśla prof. J. Kulczycka-Saloni – „opinia dziwaka, fantasty, gorszyciela towarzyszyła mu od momentu pierwszych publicystycznych wystąpień aż do schyłku jego dziennikarskiej działalności”<sup>9</sup>.

Sam Prus widać wcześniej to zrozumiał, skoro w *kronice* opublikowanej w nr 240/241 „Kuriera Warszawskiego” z dnia 29–30 października 1875 r. stwierdził szyderczo: „Osoby bogobojne i wstydlive, które sznurują usta, aby nie puścić na świat nieprawości, które grzeszą tylko z zamkniętymi oczyma, nie chcąc nawet samym sobie dawać złego przykładu, otóż osoby takie dostrzegły, rozumie się z nader świętobliwym zgorszeniem, że ja zamiast uczyć, oświecać, umoralniać i drogę do zbawienia wskazywać – demoralizuję ogół czytelników”. Zaraz też, w typowy dla siebie sposób ripostował: „Sprawiedliwa skarga ta w zepsutym sercu moim wywołała tak głęboki i niespodziewany efekt, że w ciągu kilku dni dziwnie wyszlachetniałem i zmieniłem się do niepoznania. Odtąd przemawiać będę do ogółu nie inaczej jak

<sup>7</sup> B. Prus, *op. cit.*, T. 12, s. 29–30.

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 46.

<sup>9</sup> J. Kulczycka-Saloni, *op. cit.*, s. 220.

w bladożółtych lub bladoniebieskich rękawiczkach, spuszczać przy tym oczy jak szesnastoletnia panienka, która nie wie jeszcze o wygnaniu z raju pierwszych naszych rodziców. Węzidłem i uzdą ścisnę wszeteczny język, wyprę się sprośnych wierszyków, a do kronik swoich brać będę tylko te wzniosłe przedmioty, które stanowią treść artykułów kaznodziej-skich „Kroniki Rodzinnej”, a przy których nawet ojcowie kameduli usypiają. Tak jest, dosyć tego! Za wiele dusz niewinnych stoczyło się z mojej poręki w otchłań piekielną, za wiele trucizny wlałem w niedojrzale społeczeństwo. Czas pokazać, że i mnie nieobcą jest moralność i że nie darmo ocieram się o przejeżdżające powozy wielkich panów i studiuję kamasze ich lokai celem nabycia dobrych manier!”<sup>10</sup>. Jest oczywiście, że to „mocne postanowienie poprawy” jest dla Prusa tylko zręcznym chwytem warsztatowo-stylistycznym!

Podobnych przykładów można byłoby podać znacznie więcej. Są zresztą nawet takie kroniki, w których Prus kilka razy wypowiada się w sprawach prasy i dziennikarstwa. Czasem pisze o nich wprost, powołując się na jakiś konkretny tekst, opublikowany na przykład w jakimś piśmie, czasem wypowiada się tylko aluzyjnie, ponieważ zmuszają go do tego warunki i okoliczności (zwłaszcza cenzura państwowa lub wewnątrzredakcyjna).

Jeżeli więc można mówić o Prusowskiej koncepcji dziennikarstwa – a w moim przekonaniu jest to w pełni uzasadnione – należy brać pod uwagę nie tylko te teksty, które bezpośrednio dotyczą prasy i zawodu dziennikarskiego, ale również takie, w których Prus formuluje swoje opinie, uwagi i poglądy w sposób zawoalowany, a więc niejako „między wierszami” kronik. Wymagają one współcześnie dodatkowego zabiegu – swego rodzaju re-interpretacji. Jest to wyzwanie bardzo atrakcyjne, choćby tylko ze względów poznawczych, ale równocześnie – niezwykle trudne i ryzykowne.

Jedno jest pewne. Wszelkie wypowiedzi Prusa na temat prasy i dziennikarzy – nawet takie, które z pozoru wydawać się mogą zupełnie przypadkowe czy okazjonalne – są w gruncie rzeczy elementem składowym jego koncepcji dziennikarstwa<sup>11</sup>. Czy możliwej do realizacji w praktyce – to już zupełnie inna sprawa.

## Prus jako redaktor dziennika „Nowiny”

Na potrzeby niniejszego artykułu wybrano świadomie tylko kilkumiesięczny fragment działalności dziennikarskiej Prusa. Ten mianowicie, gdy był on nie tylko autorem tekstów, ale także pełnił funkcję redaktora naczelnego jednego z dzienników warszawskich. Chodzi

---

<sup>10</sup> B. Prus, *op. cit.*, T. 2, s. 156 – 157. Trzeba dodać, że wymieniona przez Prusa *Kronika Rodzinna* skrytykowała „niektórych dziennikarzy warszawskich” za to, że gorszą swoich czytelników. Chodziło zapewne przede wszystkim o Prusa.

<sup>11</sup> W tym miejscu warto przywołać podobną tezę – opisaną na łamach „Tygodnika Powszechnego” – w odniesieniu do sposobu przedstawiania przez Prusa problemów miasta i mieszkańców Warszawy. M. Janowski, *Do jakiej pan należy partii, panie Prus?* „Tygodnik Powszechny” 1998, nr 5, s. 14.

o „Nowiny”, którymi Prus kierował od 11 czerwca 1882 r. do końca istnienia pisma, czyli do 31 marca 1883 r. Był to bowiem w biografii Prusa-dziennikarza okres szczególny. Choćby z tego względu, że na łamach „Nowin” mógł wtedy otwarcie i swobodnie – jeśli nie liczyć ograniczeń ze strony cenzury państwowej – dać wyraz swoim poglądom na dziennikarstwo i kształtujący się wtedy zawód dziennikarski. I to zarówno w praktyce, a więc w formie kolejnych kronik, jak i teoretycznie – drukując teksty zawierające jego „filozofię” dziennikarstwa.

W tym miejscu warto przypomnieć, że „Nowiny Niedzielne” – bo tak brzmiał początkowo tytuł pisma – zaczęły się ukazywać od roku 1876, będąc najpierw dodatkiem do dziennika „Wiek”, jednej z warszawskich „gazet politycznych”, założonej przez H. Lewestama w roku 1873. „Wiek” był pismem zdecydowanie konserwatywnym, bronił założeń tzw. filozofii idealistycznej, a w sferze stosunków społecznych propagował ideę „sojuszu ziemiaństwa z zamożnym mieszczaństwem”<sup>12</sup>.

Określenie „gazeta polityczna” było wtedy pojmowane w sposób szczególny. Trzeba bowiem pamiętać, że w obrębie grupy typologicznej dzienników funkcjonowały wówczas dwie ich kategorie. Jedną tworzyły tzw. kurierki (m.in. „Kurier Warszawski”, „Kurier Codzienny” i „Kurier Poranny”), które na swoich łamach preferowały krótkie, często humorystyczne lub ciekawostkowe, do tego sensacyjnie podane informacje bieżące, najczęściej z życia mieszkańców Warszawy. Były to pisma – dziś powiedzielibyśmy: typowo miejskie – adresowane przeważnie do przedstawicieli warszawskiego drobnomieszczaństwa, mające zresztą w tej grupie społecznej najwięcej prenumeratorów. Na łamach „kurierków” z rzadka pojawiały się poważniejsze tematy polityczne czy społeczne. Również niewiele materiałów dotyczyło problemów ówczesnej prowincji, a jeśli – to pisano głównie o ciekawostkach i sensacjach. Pisma te zwano niekiedy brukowcami, aczkolwiek – co warto podkreślić – taka kwalifikacja nie miała jednak wtedy tak jednoznacznie pejoratywnego znaczenia, jak to jest obecnie.

Na tym tle zdecydowanie pozytywnie wyróżniała się druga kategoria dzienników, czyli tzw. „gazety polityczne”. Nazywano je tak choćby z tego powodu, że „[...] istotnie dział polityki miały one najbardziej rozbudowany: obszerny artykuły wstępne omawiające przeważnie konflikty polityczne Europy czy nawet innych części globu ziemskiego, polityczne komentarze dnia, telegramy i korespondencje z zagranicy; sprawy te stanowiły podstawę treści owych dzienników. Zagadnieniami miejscowymi interesowały się one znacznie mniej, dział wiadomości bieżących miały stosunkowo skromny, natomiast chętniej omawiały zagadnienia wewnętrzne w syntetycznych artykułach redakcyjnych lub w studiach pisanych przez specjalistów. Życiem prowincji interesowały się znacznie bardziej niż >kurierki<, mając o niej wiadomości głównie od licznych korespondentów. Ważną wreszcie rolę odgrywał w nich odcinek drukujący nowości powieściowe – oryginalne i tłumaczone”<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> B. Prus, *op. cit.*, T. 1, cz. 1, s. 247.

<sup>13</sup> *Ibidem*.

Do grupy „gazet politycznych” – obok „Gazety Warszawskiej”, „Echa” i „Gazety Polskiej” – należał także dziennik „Wiek”, wyróżniający się nie tyle profilem ideowym (bo wszystkie pisma były konserwatywne), ile przede wszystkim sposobem redagowania i treścią (zawartością). Na łamach „Wieku” mniej było tekstów poświęconych sprawom stricte politycznym, więcej natomiast – tematyki społecznej i aktualnych wiadomości krajowych.

„Nowiny” – zwłaszcza po roku 1878, gdy kupił je warszawski bankier i finansista Stanisław Kronenberg, a redaktorem naczelnym został Aleksander Świętochowski – wyróżniały się zdecydowanie spośród „gazet politycznych” i to nie tylko treścią, ale także pod względem formalnym. Zaczęły ukazywać się w godzinach rannych (podobnie uczynił Feliks Fryze wydając „Kurier Poranny”) i to zarówno w dni powszednie, jak również w niedziele i dni świąteczne. Obok tytułu umieszczona była zresztą informacja, że „Nowiny” wychodzą „w dni powszednie, niedzielne, świąteczne i galowe. 362 numerów rocznie”.

Po objęciu funkcji redaktora naczelnego „Nowin” przez Aleksandra Świętochowskiego wprowadzono podtytuł określający jednoznacznie profil pisma. Odtąd był to „dziennik polityczny, społeczny i literacki”. Taki podtytuł utrzymał się zresztą do końca istnienia pisma. Z „Nowinami” współpracowali w tym czasie – obok Świętochowskiego – inni wybitni przedstawiciele pozytywizmu, między innymi Piotr Chmielowski, T. T. Jeż, Jan Lam, Henryk Sienkiewicz, Erazm Piltz i Włodzimierz Spasowicz. W latach siedemdziesiątych XIX wieku „Nowiny” głosiły oczywiście filozofię pozytywizmu i zgadzały się na ugodowy kurs w stosunku do Rosji.

Warto natomiast zwrócić uwagę, że w połowie czerwca 1882 r. – bezpośrednio przed objęciem kierownictwa „Nowin” przez Prusa – nie ma już w gronie współpracowników żadnego z wymienionych działaczy i publicystów. Jako wydawca – podpisujący pismo do druku – figurował wówczas Jan Finkelhaus, natomiast funkcję redaktora naczelnego sprawował – jako p.o. redaktora naczelnego – Stefan Czarnowski.

Wiele wskazuje na to, że pomysł powierzenia Prusowi redakcji „Nowin” podsunął Kronenbergowi Aleksander Świętochowski, który kierował pismem w latach 1878–1881 a od 1 stycznia 1882 r. zaczął redagować „Prawdę”, określaną jako „tygodnik polityczny, społeczny i literacki”. Wniosek taki można postawić choćby na tej podstawie, że na krótko przed ukazaniem się kolejnego numeru „Nowin”, zawierającego między innymi napisane przez Prusa „Słówko do publiczności”, na łamach redagowanej właśnie przez Świętochowskiego „Prawdy” ukazała się obszerna informacja, zapowiadająca rychłą zmianę na stanowisku redaktora naczelnego „Nowin”. Podpisując się jako „poseł prawdy”, Świętochowski stwierdził na temat zmiany kierownictwa „Nowin”: „[...] Mają powstać aż cztery nowe pisma. Jednocześnie „Nowiny”, gazeta, która już rozwiódła się z czterema redaktorami, a z jednym kilkakrotnie, poślubiła świeżo dzielnego małżonka, A. Głowackiego (B. Prusa). Chociaż na tym weselu ani wina, ani miodu nie piłem, życzę młodej parze wszelkiej pomyślności, spodziewam się licznego z niej potomstwa, a pragnę, żeby mu ojciec wybrał... najswobodniejsze wyznanie. Pragnienie to opatruję szczególnym naciskiem”.

Właśnie sformułowanie „poślubiła świeżo” zdaje się dowodzić, że Świętochowski musiał wiedzieć zarówno o ofercie pracy dla Prusa, jak i o jego decyzji przynajmniej kilka dni wcześniej, skoro swój felieton „Liberum veto”, zawierający tę wiadomość, zdążył wydrukować w tygodniku „Prawda”, zanim uczynił to Prus jako redaktor naczelny „Nowin”, zamieszczając „Słówko do publiczności”.

Trzeba podkreślić, że w dalszej części swego tekstu „poseł prawdy” daje niezwykle barwną, ale jednocześnie ciekawą i nader krytyczną analizę oraz ocenę stanu ówczesnej prasy. Jest to o tyle istotne, że wskazuje na kontekst, w którym przyszło działać Prusowi jako kierownikowi redakcji. Z kolei kontekst ten determinował możliwości manewru, dopuszczalne dla Prusa, który nie mógł dokonywać w formule wydawniczej „Nowin” zbyt radykalnych zmian, jeżeli chciał liczyć na akceptację ze strony czytelników, a zwłaszcza prenumeratorów. Z pewnością musiał przecież zdawać sobie sprawę, że zmniejszenie się ich kręgu oznaczałoby likwidację pisma.

„U nas – zauważa z przekąsem Świętochowski – prasa posiada dotąd tak pierwotny charakter, że w niej *dzienniki* należą jeszcze do literatury. Kto zna zagraniczną, wie, że tam one straciły już to idealne znamię. Tam najlepszy *dziennik* jest tym, czym kursctel, rozkład jazdy kolejowej, raport, afisz, odezwa agitacyjna, protokół obrad sejmowych lub sądowych – jest informacją i rejestrem świeżych faktów. Artykuły literackie grają w nim tę samą rolę, co np. wyjątki z bajek Krasickiego na naszych pudełkach od zapalek: ten i ów je czyta, ale każdemu głównie chodzi o zapalki. I u nas ta potrzeba objawia się wyraźnie”.

Chcąc zwiększyć wiarygodność swoich opinii na temat dokonującej się w tym okresie ewolucji formuły wydawniczej *dzienników* i ich społecznej roli, Świętochowski odwołuje się do własnych doświadczeń *dziennikarskich*. Wzmacnia też siłę używanych argumentów, starając się unikać prezentowania swego „ja”, wykorzystując za to – często wtedy stosowane w publicystyce – elementy prozy narracyjnej. Stwierdza mianowicie: „Przed paru laty redagowałem gazetę codzienną. W chwili, gdy zebrałszy okazały zastęp sił zacząłem wypełniać je obficie naukami i sztukami, odbieram od jednego z abonentów list tej treści: >Bardzo to piękne co pan drukujesz, ale my wolelibyśmy widzieć, jak p. Święcka grała w „Zielonej wyspie”. Oslupiałem, tym bardziej, że nawet nic nie słyszałem o >Zielonej wyspie<. Nazajutrz wchodzi do redakcji naszej ktoś życzliwy i mówi ze smutną miną: >Znowu was „*Kurier*” ubiegł. Jak to, ubiegł, pytam. On dał sprawozdanie o pożarze w Łukowie, a wy nie. Innym razem odbieram pocztą wyrzut: >Panie redaktorze, co się w waszym piśmie dzieje: już miesiąc drukujecie jednakową temperaturę i co dzień św. Floriana<”.

Doczekałem się wreszcie pociechy; do gabinetu mojego wszedł jakiś poważny człowiek i rzekł, podając rękę: >Przychodzę osobiście wyrazić panu podziękowanie za tak pięknie prowadzoną rubrykę *przyjechali i wyjechali*. Szkoda tylko, że oprócz Hotelu Europejskiego nie podajecie panowie innych<”.

Świętochowski zdaje się też przekazywać Prusowi i równocześnie całemu zespołowi redakcyjnemu „Nowin” pewne uwagi warsztatowe, zwłaszcza gdy chodzi o konieczność

uwzględniania przy przygotowywaniu poszczególnych numerów dziennika oczekiwań jego rzeczywistych i potencjalnych odbiorców. I to bez względu na własną opinię w odniesieniu do danego tematu. Nie musi się on podobać redaktorowi, ważne i konieczne jest, by podobał się i zainteresował czytelnika. „Byłem – pisze „poseł prawdy” – w prawdziwej rozpaczy; wśród znacznej liczby abonentów wszystkie moje wysiłki literackie nie zwracały uwagi i bladły wobec zasług reporterskich. Z tym smutkiem zwierzyłem się przyjacielowi. – Czyż to nie obojętne, kto występował w *Zielonej wyspie* lub na którego świętego przypada dyżur?

– Wcale nie obojętne dla czytelnika codziennej gazety – odrzekł mój przyjaciel i miał słuszość.

Gdym wreszcie słuszość tę rozumiał, porzuciłem redakcję dziennika i chyba nigdy chleba z tego pieca już nie skosztuję.

Ale jak wspomniałem, nasza prasa codzienna należy jeszcze do literatury. Jałowość życia, jego jednostajny rytm i warunki wytwarzają taki brak przedmiotów, że gdy reporteria wyśledzi bójki uliczne, zapisze pożary, doniesie, kto występował w teatrze a kto przyjechał do Warszawy – wyczerpie cały potok faktów bieżących. Redakcje więc muszą te szparagi polewać posilniejszym sosem. Czytelnicy polscy – chociaż ich pewne głosy spędzają w jedną gromadę – są bardzo wrażliwi na smak tej przyprawy, wpatrują się uważnie w budowę każdego pisma i wymagają, ażeby trzymało się stale jej kierunku”.

To ostatnie zdanie brzmi jak swego rodzaju przestroga, zwłaszcza w sprawach dotyczących formuły treściowej pisma. Trudno jednak orzec, czy w ogóle, a jeśli tak – to w jakim stopniu – Prus przyjął tę uwagę jako skierowaną pod jego adresem.

Jako były redaktor naczelny „Nowin”, Świętochowski stara się też przedstawić Prusowi pewne uwagi i wytyczne w odniesieniu do przyszłej linii politycznej i roli społecznej pisma. Co ciekawe, podobnie jak to czynił Prus w kronikach, opinię swoją podkreśla barwnymi porównaniami i szczególnym sposobem argumentowania. Nie szczędzi przy tym ciepłych słów ani pozytywnej oceny jego twórczości i dorobku dziennikarskiego. Zdecydowanie krytycznie wypowiada się natomiast o „Kurierze Warszawskim”, z którym Prus dotąd współpracował. Dlatego między innymi obawia się, by wynikające z tej współpracy wnioski i indywidualne doświadczenie nie wpłynęły ujemnie na formułę wydawniczą „Nowin”.

„Bussola >Nowin< – stwierdza stanowczo Świętochowski – mimo wszelkich burz i zmiany sterników, była ciągle liberalną. Pragnąłbym, aby taką samą pozostała nadal. Pragnąłbym, zaś dla tego samego powodu, dla którego wołałbym widzieć lany nasze obsiane żytem, niż pasternakiem. Nie przeczę, że i konserwatywny pasternak w gospodarstwie społecznym jest potrzebny, ale sądzę, że go mamy za dużo i że nam potrzeba żyta. Wszystkie nasze pisma codzienne są mniej lub bardziej zachowawcze, a większa ich część śpiewa tak klerykalnie, jak gdyby na podwórzach swoich abonentów kołędami zbierały przez lufciki wyrzucaną prenumeratę. Proszę mi wskazać w Europie drugi kraj, gdzie by wielkie gazety trudniły się reporterią kościelną i pomieszczały sprawozdania o wszystkich odpustach.

Zaskoczyć mnie tu może pytanie: kto ma prawo wymagać od jakiegokolwiek redakcji wyznawania i głoszenia zasad przez nią niepodzielanych? Uwaga ta byłaby bardzo słuszną, gdyby wszystkie publicznie wyznawane i głoszone u nas zasady płynęły z istotnego przekonania. Pomijam ludzi, fałszujących i puszczających w kurs zdawkową monetę konserwatyzmu dla osobistej korzyści; pomijam ateuszów, namawiających do bigoterii; pomijam spasionie wieprze, udające głos idealnych słowików; ale rozrodził się u nas nadmiernie gatunek oportunistów, przedstawiających sobie nasze społeczeństwo w postaci szpitala chorych, których zbawić może tylko najściślejsza dieta. Uznając wartość i pożywność silniejszych pokarmów umysłowych gdzie indziej, przygotowują mu tylko mdłe kleiki i obwijają flanelami. Z tymi lekarzami rozchodzimy się zarówno w ocenianiu stanu zdrowia naszego ogółu, jak i w metodzie leczenia go. Według nas, nie powinien on być wyniszczany dietą, ale odżywiany i wzmacniany pospiesznie.

Czy Prus jest oportunistą? Nie ma w obecnej literaturze pisarza, w którego talent bardziej bym wierzył. Wyznam nawet, że gdyby dotychczasowe jego utwory posiadały szerszy zakrój i staranniejsze wykończenie, nazwałbym go najznakomitszym z żyjących powieściopisarzy polskich. Nie zmniejszam wagi żadnego, gdy wszakże najlepsi z nich przedstawiają popoliłość podniesioną do bardzo wysokiej potęgi i nieraz spekulują na doraźne oklaski, Prus jest na wskroś oryginalnym i w pomysłach swoich ani od paradyzu, ani od parteru, ani od łóż niezależnym. W talencie jego skrzy się humor, czasem swawolny, ale zawsze głęboki i świetny. Myli się nieraz i widocznie, ale nawet te jego omyłki tchną wonią najczystszych zamiarów. Na nieszczęście diament ten szlifował się w najniewłaściwszym warsztacie – w >Kurierze Warszawskim<. Pismo to, o ile nie należy do literatury, jako reporter jest wybornym; o ile wszakże chce do niej należeć, nie tylko grzeszy pyszałkowatą lekkomyślnością, ale nadto ciałnym, często do miary osobistych interesów skurczonym oportunistem, niszczy i krępuje najlepsze siły. W tym światku Prus był Herkulesem, ale Herkulesem, który nieraz w swych *kronikach* musiał obierać kartofle, zamiast skręcać hydrom głowy. Nie pozwolono mu się rozwinąć, wytracono maczugę z ręki i wsadzono w nią cienki rożenek. Otóż pytanie, czy On, wyzwoliwszy się, ów rożenek odpasze, czy zrzuci perukę i frak konwencjonalnego oportunisty, a okryje się lwią skórą, czy też zatrzyma dawną odzież, do której nawykł, tylko ją nieco swobodniej przykroi? Co do mnie, wolę, ażeby czyścił obszerną u nas Augiaszową stajnię, niż tłuł kamykiem konserwatywne orzechy. Zobaczymy, co on wybierze.

Gdybym był wydawcą >Nowin<, nie zmuszałbym go do pamiętania ani o pannach Święckich, ani o św. Florianach, ani o przyjezdnych i wyjezdnych, ani o krótkich i długich terminach w giełdzie, ani nawet o podziale wiadomości z kraju na gubernie, ale powiedziałbym mu: pisz pan sobie tylko powiastki i felietony tak swobodnie, jak ci talent podyktuje.

A gdybym był wydawcą >Kuriera Warszawskiego<? Zrobiłbym tak jak on: nawet bym nie wspominał, że Prus ode mnie do innego pisma uciekł”<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Por.: „Prawda. Tygodnik polityczny, społeczny i literacki” 1882, nr 23 z 10 czerwca, s. 275.

Trzeba podkreślić, że złożoną przez Stanisława Kronenberga – warszawskiego finansistę i przemysłowca – propozycję objęcia funkcji redaktora naczelnego „Nowin” przyjął Prus chętnie, wręcz entuzjastycznie. Uczynił to zresztą w sposób, z praktykowania którego najbliżsi znali go już wcześniej – nawet tak ważną dla siebie decyzję podjął natychmiast, bez dłuższego zastanawiania się czy wnikliwego analizowania i oceniania swoich przyszłych obowiązków, a także ewentualnych korzyści. Postawa taka i decyzja wynikały jednak nie tylko z charakteru Prusa, ale również – jak można przypuszczać – przynajmniej z trzech dodatkowych powodów.

Po pierwsze – objęcie samodzielnego stanowiska i to od razu redaktora naczelnego dawało mu niemal nieograniczone możliwości realizowania własnej koncepcji redagowania pisma i uprawiania dziennikarstwa. Odtąd nie musiał już – z konieczności – godzić się na niezbyt korzystne warunki, jakie dyktował mu dotąd wydawca „Kuriera Warszawskiego”, w tym zwłaszcza, gdy chodzi o wybór tematu i styl pisania kronik oraz warunki finansowe. Prus dał zresztą wyraz swojej radości już w pierwszym artykule wstępnym pt. „Słówko do publiczności”, zamieszczonym w nr 159 „Nowin” z dnia 11 czerwca 1882 r. Stwierdził w nim między innymi: „>Nowiny< zmieniły właściciela, a dzisiejszy ich nabywca zwrócił się do mnie z propozycją: ażebym wypracował program dla codziennego pisma. Ponieważ co do tej, najważniejszej, kwestii, mieliśmy, jak się okazało, jednakowe poglądy i ponieważ dano mi zupełną plenipotencję, tak co do organizowania nowej redakcji, jak i co do sposobu kierowania >Nowinami<, więc w zasadzie – przyjąłem ofiarowane mi stanowisko redaktora głównego, które urzędownie będę mógł objąć dopiero wówczas, gdy otrzymam upoważnienie władzy. Tymczasem wspólnie z kilkoma wybranymi przeze mnie kolegami wstępujemy do redakcji >Nowin<, na miejsce dawniejszych współpracowników”.

Po drugie – nie mniej istotnym czynnikiem, skłaniającym 35-letniego Prusa do przyjęcia propozycji Kronenberga była z pewnością nadzieja, a nawet pewność co do rychłej i radykalnej poprawy jego dotychczasowej, wręcz katastrofalnej sytuacji materialnej. Finansowe warunki współpracy z „Kurierem Warszawskim” (w pierwszym okresie tej współpracy, czyli od 24 lipca 1874 r. do 27 maja 1882 r.) były bowiem dla Prusa na tyle niekorzystne, że honoraria uzyskiwane za publikowane kroniki nie pozwalały mu nawet na pokrycie bieżących kosztów utrzymania. W związku z tym często musiał zaciągać rozmaite pożyczki – zarówno z kasy redakcyjnej, jak i u osób prywatnych. Dlatego natychmiast po objęciu funkcji redaktora naczelnego z radością poinformował swego nowego pracodawcę o tym, że dzięki jego pomocy finansowej spłacił swoje dotychczasowe długi: „Ja moje długi już uregulowałem, na com wziął 2000 rs.”<sup>15</sup>.

I wreszcie trzeci, być może najważniejszy dla Głowackiego argument – objęcie funkcji redaktora naczelnego „Nowin” stwarzało mu praktyczną możliwość publicznego prezento-

---

<sup>15</sup> List Prusa z dnia 5 lipca 1882 r. do Stanisława Kronenberga, B. Prus, *Listy*. Oprac., komentarz i posł. K. Tokarżówna, Warszawa 1959, s. 103.

wania swojej wizji zawodu dziennikarskiego i programu służby społecznej. Skorzystał z tej szansy już w pierwszym, „swoim” numerze „Nowin”, publikując wspomniane wcześniej „Słówko do publiczności”. Jak bardzo mu na tym zależało, świadczyć może pewna niekonsekwencja, która aż nadto jest w tym tekście widoczna. Najpierw bowiem zastrzega się, że: „[...] Za wcześnie mówić dziś o tem: czem pragniemy uczynić „Nowiny”. Redakcja przekształcającego się do gruntu pisma, przypomina fabrykę, której kotły wyleciały w powietrze. Łatwo więc pojąć, że mechanizm wydawnictwa jest zrujnowany, że musi iść kulawo i że zorganizowanie się nowej redakcji wymaga pewnego czasu”. Ale zaraz potem – jakby na przekór swej wcześniejszej opinii – informuje czytelników: „[...] Mimo to czuję się zobowiązany przedstawić szkic przyszłej naszej działalności”, przy czym ów „szkic” wypełnia w całości treść artykułu (dziś powiedzielibyśmy: artykułu wstępnego).

„Słówko do publiczności” jest pierwszą publiczną wypowiedzią Prusa jako redaktora naczelnego „Nowin”. Warto zwrócić uwagę, że tekst tego wystąpienia jest podpisany nie tylko jego literackim, a zarazem dziennikarskim pseudonimem, ale również pełnym imieniem i nazwiskiem. W ten sposób Prus zdaje się podkreślać, że w pełni identyfikuje się z wyrażonymi w tekście poglądami. Jako artykuł programowy „Słówko do publiczności” stanowi z pewnością cenne i oryginalne źródło wiedzy na temat jego koncepcji uprawiania dziennikarstwa, społecznej roli prasy itp. Prus starał się już od wielu lat realizować tę koncepcję poprzez kroniki, drukowane w „Kurierze Warszawskim”. Oczywiście, mógł to robić wyłącznie w granicach możliwości, które stwarzała mu redakcja i właściciele pisma. Do tego, że były one nader ograniczone i doraźnie wyznaczane, a tym samym – bardzo dokuczliwe dla autora kronik, przyzna się dopiero po kilku latach.

Tymczasem obejmując stanowisko redaktora naczelnego „Nowin” zyskiwał Prus pełną swobodę działania, zwłaszcza że Stanisław Kronenberg – jako właściciel pisma – dobrowolnie zrzekał się kontroli nad treścią dziennika i nie zamierzał w niczym ograniczać władzy kierownictwa redakcji. Podkreślił to zresztą Prus w „Małym uzupełnieniu dużej >Książki jubileuszowej<” stwierdzając między innymi: „[...] O Stanisławie Kronenbergu do końca życia zachowam wdzięczną pamięć. Człowiek ten nie tylko uposażył mnie tak, że mogłem spłacić najdokuczliwsze długi, ale jeszcze obudził we mnie wiarę we własne siły. Nie wyrzucał moich artykułów, nie narzucał mi sympatii ani poglądów, a nadto – chciał mieć pismo szczerze, choć spokojnie demokratyczne i postawił na zasadę: dopuścić współpracowników do udziału w zyskach”<sup>16</sup>.

Omawianie sytuacji materialnej i finansowej Prusa w okresie jego współpracy z „Kurierem Warszawskim” jest o tyle ciekawe i w tym miejscu uzasadnione, ponieważ pokazuje ono także stosunki panujące w ówczesnych redakcjach, a pośrednio – granice swobody wypowiedzi dziennikarskiej. Sprawy te przedstawił Prus dopiero po kilkunastu latach, zmuszony okolicznościami i kampanią oszczerstw, prowadzoną przeciwko niemu przez nowych

---

<sup>16</sup> *Male uzupełnienie dużej >Książki jubileuszowej<*. B. Prus, *Pisma*. Pod red. Z. Szwejkowskiego. T. 29: *Studia literackie, artystyczne i polemiki*, Warszawa 1950, s. 221–222.

właścicieli „Kuriera Warszawskiego”, już po jego odejściu do redakcji „Kuriera Codziennego”. W książce wydanej w roku 1896, w związku z jubileuszem „Kuriera Warszawskiego” zarzucono Prusowi, że nie rozliczył się z redakcją, której winien jest kilkaset rubli, chociaż redakcja przyznaje, że nie posiada na to dowodów<sup>17</sup>.

W obszernej publikacji pt. „Małe uzupełnienie dużej >Księgi Jubileuszowej<” (opublikowanej na łamach „Kuriera Codziennego”) Prus stwierdził: „[...] Sprawa, którą ośmielę się przedstawić sumieniu publicznemu, wygląda na pozór jako zatarg osobisty. W gruncie rzeczy jest ona czymś zupełnie innym, mianowicie – jaskrawą ilustracją stosunków między właścicielami i redakcją „Kuriera Warszawskiego” a garstką pracowników, którzy w roku 1887 razem z pp. Gebethnerem i Wolffem opuścili to pismo i przenieśli się do „Kuriera Codziennego”. [...] Otóż oświadczam wszystkim, kogo to obchodzi, że: 1. Jeżeli w stosunku między „Kurierem Warszawskim” a mną był ktoś pokrzywdzony, to byłem nim – ja. Ja też naprawdę jestem *wierzycielem*, a „Kurier” moim *dużnikiem*, 2. Dług 598 rs. natychmiast zapłacę redakcji „Kuriera Warszawskiego”, jeżeli otrzymam od niej odszkodowanie za wyrzucane mi przez redakcję kroniki. Suma ta w przybliżeniu wyniesie około 690 rs. [...] Dlaczego „Kurier Warszawski” upominając się o należności przyznaje się jednocześnie do braku dowodów? Czy to ma znaczyć, że dowody istniały, lecz że... zostały usunięte? Była to jedna z oryginalnych cech „Kuriera Warszawskiego, że np. ja nie pamiętam, czy – biorąc co tydzień pieniądze – podpisywałem kiedykolwiek jaki kwit. Jeżeli chodziło o większą zaliczkę, kwit podpisywał redaktor; jeżeli brało się pieniądze za rękopis, kwitu nie podpisywał nikt, a w każdym razie pobierający sumę.

Taki sposób załatwiania interesów pieniężnych dowodzi wprawdzie wielkiej ufności obu stron, ale miał punkta słabe. Redakcja na wypadek procesu pozbawiała się dowodów; zaś pracownik nie miał żadnej pewności, że gdyby w administracji znalazł się człowiek nieuczciwy, rachunki współpracownika nie byłyby fałszowane na jego niekorzyść. Kto bowiem skontrolowałby figlarza, który dawszy pracownikowi np. rs. 20 zapisałby na dług 25 i sobie wziął 5 pozostałych rubli?...

[...] Podobno za granicą ze wszystkich rubryk dziennikarskich najdrożej placą się felietony, zaś autorowie ich mają nie tylko byt wygodny, ale – powozy, konie, nawet własne wille. Nasze społeczeństwo jest zanadto ubogie i za mało posiada czytających, ażeby mogło zbyt hojnie wynagradzać swoich pisarzy. Zdaje mi się jednak, że nie przesadzę w wymaganiach, gdy powiem, że: autor powinien mieć z pracy swojej utrzymanie tym pewniejsze, gdy jest dla pisma użytecznym, a samo pismo – bogate.

Czy ja byłem użyteczny dla >Kuriera Warszawskiego<? Na to odpowiada >Książka jubileuszowa< na str. 175: „[...] Kroniki przyszłego autora >Lalki< były przez lat jedenaście najpoczytniejszym działem >Kuriera<. Rozchwytywała je ludność miejska, czytywała je również czeladź warsztatu, jak i pan majster, subiekci i pryncypał w sklepie, czytał bankier

<sup>17</sup> Chodzi o książkę pt. „Kurier Warszawski”. *Książka jubileuszowa 1821–1896*, Warszawa 1896.

i arystokrata – wszystkich one zajmowały”. Przypuszczam, że w słowach powyższych jest za wiele optymizmu. Bądź jak bądź praca moja była dla >Kuriera< użyteczną.

A czy pismo było zamożne? Gdy wstępowałem do >Kuriera Warszawskiego<, liczył on około 5000, zaś w kilka lat później miał 20000 prenumeratorów. >Kurier< więc mógł utrzymać swego felietonistę, a przynajmniej... nie rujnować go materialnie... W ciągu mojej służby w >Kurierze Warszawskim< pisywałem rocznie około 40 felietonów, średnio po 300 wierszy każdy, czyli 12 tysięcy wierszy rocznie.

Otóż między rokiem 1874 i 1882 płacono mi początkowo po 3 kop., później 6 kopiejek od wiersza. Co mi przynosiło w pierwszych latach 360 rubli, potem 720 rubli. Średnio około 500 do 600 rubli rocznie. Jeżeli zwrócimy uwagę, że samo życie i mieszkanie kosztowało mnie około 900 rubli, że ubrania również nie miałem za darmo, że jako >felietonista< musiałem zajrzeć od czasu do czasu na koncert, teatr, bal, maskaradę itd., że wreszcie dla dania odpoczynku szarpanym nerwom musiałem co roku uciekać na wakacje, to pytam się, jakim sposobem można pokryć powyższe wydatki, choćby sześciomaset rublami dochodu za felietony?

Pisywałem także i powiastki, ale to już była praca uboczna i także przynosiła niewiele.

Muszę dodać, że życie moje było i jest bardzo skromne: nie znam ani kart, ani win i koniaków, ani stosunków teatralnych, słowem, nic z tego, co powiększa rozchody.

[...] Jest to rzecz nieprawdopodobna, a jednak prawdziwa, że należę do tych nielicznych autorów, którzy do literatury polskiej obok pracy dokładali gotówkę. Innymi słowy, >Kurier Warszawski< miał felietonistę, który pismu przysparzał czytelników, a ja – temu felietonistcie w ciągu siedmiu lat dopłaciłem 2300 rubli z pieniędzy, które wziąłem od rodziny i jej powinienem zostawić!

Dziś, gdy przypominam sobie ówczesne położenie, dwie rzeczy pocieszają mnie. Najprzód to, że klęsce, jaka spadła na mnie, w połowie ja sam byłem winien. Bo dlaczego nie upominałem się o podwyższenie honorarium? Dlaczego nie targowałem się?... Niestety! byłem w tym wieku, kiedy człowiek wyobraża sobie, że jeszcze ma czas na to, aby go inni ocenili, i że piszącemu nie wypada targować się o swoje uczucia i myśli... Drugą pocięchą jest to, że nie ja sam stanowiłem taki tani towar literacki [...]”<sup>18</sup>.

„Małe uzupełnienie” przynosi też sporo ciekawych informacji na temat traktowania Prusa jako autora poczytnych felietonów. Okazuje się, że redakcja bezpardonowo obchodziła się z jego tekstami, rezygnując z drukowania ich fragmentów lub nie kwalifikując do druku w całości, nawet wtedy, gdy autor wziął a konto jakąś zaliczkę. „Kupując artykuły tanio – wspomina z goryczą Prus – >Kurier Warszawski< był jednocześnie bardzo wymagającym. Ile razy w moich >Kronikach< znalazło się coś niezgodnego z interesami lub sympatiami redakcji, w y r z u c a n o mi to, a nawet c a l e >Kroniki<, bez ceremonii.

– Pan wiesz – mówiono mi w takich wypadkach – że pańska >Kronika< naraziłaby nas na stratę prenumeratorów!...

<sup>18</sup> *Małe uzupełnienie...*, s. 213–220.

Albo:

– Co pan wspomina tutaj nazwiska ludzi, z którymi nie chcemy mieć do czynienia...

Comte, Mill, Darwin, >Przegląd Tygodniowy< i jego współpracownicy – to były osoby i pisma, za które najwięcej zapłaciłem >Kurierowi<... kar pieniężnych!

Toteż w owej epoce począł mi się zarysowywać typ polskiego literata. Był on podobny do mamki z coraz mniej świeżym pokarmem, ale za to coraz bardziej zadłużonej.

Okolo r. 1881 i 1882 byłem już takim bankrutem, że stanowczo myślałem porzucić >niwę ojczystej literatury<. Zdarzył mi się jednak wypadek niezwykle, coś na kształt wygranej na loterii. Oto Stanisław Kronenberg kupił >Nowiny< i mnie wezwał na redaktora!”<sup>19</sup>.

## Wolność prasy w opinii Prusa

Działalność dziennikarska Prusa odbywała się w warunkach cenzury prewencyjnej, którą objęta była prasa Królestwa Polskiego. Na podstawie ustawy o cenzurze z roku 1857 sprawował ją Warszawski Komitet Cenzury, podlegający Głównemu Zarządowi do Spraw Prasy z siedzibą w Petersburgu. Działalność cenzorska Komitetu oparta była na przepisach wspomnianej ustawy, ale także odbywała się na podstawie licznych „rozporządzeń uzupełniających, instrukcji, wreszcie tajnych i jawnych okólników”<sup>20</sup>.

Swobodę wypowiedzi dziennikarskiej skutecznie ograniczały również interesy, poglądy i indywidualne decyzje właścicieli pism, czego Prus wielokrotnie doświadczył. Liczne ślady owych interwencji redakcyjnych znaleźć można także w jego korespondencji prywatnej. Dla przykładu: w liście do Erazma Piltza, redaktora naczelnego petersburskiego tygodnika społeczno-politycznego „Kraj” (ukazującego się w latach 1882–1909) Prus stanowczo zaproteutował przeciwko „cenzurowaniu” jego materiałów dziennikarskich, wypaczaniu jego myśli, intencji, ocen itp.: „[...] Z każdym rokiem życia przekonuję się, że pokora nie należy do cnót użytecznych. Mam tego świeży dowód na kwestii recenzji *Alberta*, w której wasza redakcja moją pokorę literacką wyzyskała – do ośmieszenia mnie, a zapewne i siebie. Ciąg, który czytałem, jest wprost niemożliwy logicznie: nikt bowiem nie robi indukcji bez faktów, >Kraj< zaś zacytował uogólnienia bez cytat! Wyrodziło się z tego tak potworne głupstwo, że solidaryzować się z nim nie mogę i nie chcę [...]. Gdy mnie więc strony zainteresowane zaczepią, oświadczę, że za artykuł nie odpowiadam. Nie wątpię, że >Kraj< posiada ludzi rozsądnie myślących i stylistów; po tej próbie pozwolę sobie nie uznawać ich kompetencji wobec moich robót, które są organicznymi całościami, nie zaś tandetą pisaną na wiersze. Oświadczam też, że od tej pory na żadne zmiany w moich rękopisach nie zgo-

<sup>19</sup> *Ibidem*.

<sup>20</sup> A. Jaszczuk, *Spór pozytywistów z konserwatystami o przyszłość Polski 1870-1903*, Warszawa 1986, s. 21.

dzę się. Będą drukowane tak, jak były napisane, albo nie będą drukowane. Jeżeliś Pan la-skaw, wyslijcie mi następny N. >Kraju< do Nałęczowa, ażebym się i na świeżym powie-trzu mógł nasycać pięknosciami bękartu urodzonego z moich myśli i cudzych teorii krytycz-nych. Jeżeli krytyka literacka ma zejść na takie psy, to lepiej w ogóle zarzucić ją. Wybacz Pan może trochę cierpkie zdania: robię je jednak i dla dobra >Kraju<. Źródłem bowiem upadku prasy warszawskiej jest fakt, że redakcje, zamiast przyjmować lub odrzucać artyku-ly, bawią się w ich poprawianie. Proceder ten nie tylko zabija wszelką samodzielność autor-ską, ale jeszcze mąci w głowach i psuje smak publiczny”<sup>21</sup>. Podobnych wypowiedzi, może nawet jeszcze ostrzejszych w tonie, znaleźć można w listach Prusa znacznie więcej.

Biorąc pod uwagę liczne rygory cenzury prewencyjnej łatwo odpowiedzieć na pytanie, dla-czego ani w kronikach, ani w artykułach publicystycznych Prusa nie ma tematów, czy choćby słów albo wyrażeń kojarzących się na przykład z patriotyzmem, w tym między innymi słów ta-kich jak wolność, niezależność, niepodległość itp. Nie mogąc pisać wprost, Prus starał się wy-powiadać na te tematy w sposób aluzyjny, z pewnością zrozumiały dla większości ówczesnych czytelników jego tekstów. „Wbrew temu – jak podkreśla prof. J. Kulczycka-Saloni – co się czę-sto pisze o postawie Prusa, ciężenie narodowej niewoli, jej deprawujący wpływ na charaktery ludzkie – i degenerujący na procesy społeczne są częstym tematem rozważań Prusa, stanowią jakby podziemny nurt jego publicystyki, między innymi wtedy, gdy przemawia przeciwko ide-om wielkim, propaguje natomiast zajęcie się ideami małymi, ponieważ one właśnie przygotowu-ją ludzi i rzeczy do realizacji wielkich idei i pozwolą je wcielić w życie, gdy nadejdzie po temu sposobna pora”<sup>22</sup>. Przykładem aluzyjnej wypowiedzi Prusa o zakresie wolności pozostającego w niewoli społeczeństwa polskiego jest na przykład ten fragment kroniki drukowanej w nr 102 „Kuriera Warszawskiego” z 6 maja 1882 r., w którym opisuje on umiejętności pewnego sztuk-mistrza – nazywając go cudotwórcą – potrafiącego na przykład palić papierosy, mimo że „zwią-zano p. Eswe ręce i nogi, a samego przytrokowano do słupa jak skazańca”. Komentując to wy-darzenie Prus stwierdza: „[...] to, że on sam dzwoni i pali papierosy będąc związany, nie stanowi dla mnie żadnej osobliwości. My wszyscy ludzie jesteśmy spętani i zakneblowani na tysiące spo-sobów, a mimo to palimy papierosy, dzwonicmy, brząkamy, jemy, a nawet chodzimy i o ile się da, zrywamy z bliźnich surduty. Byłoby jeszcze za co płacić, gdyby p. Eswe nauczył nas sposobu rozwiązywania się, ale tak!... Nie nas brać na sztuki, które umiemy sami”<sup>23</sup>. Nie mogąc pisać o wolności, Prus napisał więc o „sposobie rozwiązywania się”.

W tym kontekście warto zwrócić uwagę na specyficzny sposób pojmowania przez Prusa kwestii wolności prasy. Jest zresztą symptomatyczne, że właśnie od tej kwestii zaczyna swo-

---

<sup>21</sup> Gniewna opinia Prusa dotyczy zmian, których redakcja „Kraju” samowolnie dokonała w jego ar-tykule pt. *Albert wójt krakowski i dramatyczny sąd konkursowy*. Artykuł zawierał omówienie wyników „Konkursu dramatycznego im. Wojciecha Bogusławskiego”, który odbył się w Warszawie w 1886 r.

<sup>22</sup> J. Kulczycka-Saloni, *op. cit.*, s. 214.

<sup>23</sup> B. Prus, *Kroniki*, T. 5, s. 317.

je „programowe” rozważania, przedstawione w „Słówku do publiczności”. Zapewne dobrze znając realia ówczesnego rynku prasowego i uzależnienie poszczególnych pism od polityki i politycznych grup nacisku, stara się najpierw przedstawić czytelnikowi właśnie problem niezależności „Nowin”. Stwierdza wprost: „Pierwsze pytanie, na które wypada odpowiedzieć ogółowi jest to, do jakiego „Nowiny” należą stronnictwa? Otóż nim zdążyłbym wyliczyć choćby połowę istniejących, zniecierpliwiony czytelnik przerwałby mi, wołając:

– Mów krótko: czym chcecie być? Radykalistami czy konserwatystami, bigotami czy ateuszami, pacholkami bogactwa czy pokątnymi doradcami nędzy, czcicielami herbu czy agentami szyldu?...

My na to odpowiadamy stanowczo, że nie chcemy ani wpisywać się do żadnej podobnej partii, ani tworzyć nowej. Jesteśmy i chcemy zostać miłującymi ten kraj obywatelami, którzy pragną dbać o jego materialne i duchowe siły na wewnątrz, a na zewnątrz utrzymać związek z najszlachetniejszymi pierwiastkami ludzkości”.

Po tej ogólnej, wręcz patetycznej deklaracji Prus stara się swoje stanowisko uzasadnić. Nie chcąc przyporządkować pisma jakiemuś stronnictwu i tylko jego program popularyzować, czyni tak dlatego, że „[...] Każde pojedyncze stronnictwo wytwarza tylko część zbiorowych sił narodu, o ile coś robi – i – każde może być narzędziem osłabienia ich, o ile postępuje w bezwzględny sposób. Z tego powodu, szanując ludzi i uczciwą pracę każdej partii, każdej wiary, każdego narodu, z ich dążności uwzględniać będziemy tylko te, które posiadają cechę użytecznej siły i skłonność do ogólnej harmonii.

Przede wszystkim o siły kraju i tylko o jego siły dbać musimy, poza obrębem wszelkich teorii, sympatii i interesów osobistych albo stronnicych. Dbać musimy o te siły, które drze mią w naturze nie obudzonej jeszcze przez pracę, te, które mają już postać narodowych bogactw, te, które skryzalizowały się w formę dobrych praw i obyczajów, te – które pielęgnują się w młodym pokoleniu, te – które wiedza zasiała w umysły klas oświeconych i – nareszcie – te największe, dla przyszłości najważniejsze, a dziś, niestety! jeszcze marniejące siły – klas ludowych”.

Rozważań Prusa na temat ewentualnego związku pisma lub jego stosunku do jakiegoś stronnictwa lub partii politycznej nie można jednak rozpatrywać dosłownie. Choćby z tej przyczyny, że w zaborze rosyjskim w tym czasie nie działały jeszcze partie czy organizacje polityczne w dzisiejszym rozumieniu. Pisząc więc o przynależności do „stronnictwa” lub „partii” Prus miał na myśli przede wszystkim zespół poglądów i przekonań, pozwalających kogoś zaliczyć – najogólniej mówiąc – do „partii” ludzi postępowych lub konserwatystów. Przy czym zawsze za ważniejsze uważał poglądy w sprawach społecznych i ekonomicznych niż strictly politycznych czy światopoglądowych.

Zwrócił na to uwagę Maciej Jankowski, stwierdzając między innymi: „[...] Prus – czy tego chciał czy nie – ze swymi poglądami sytuował się bez wątpienia wśród ludzi, których w XIX wieku nazywano się >postępowymi<. Dostrzegał wszakże, iż wiele polemik pozornie światopoglądowych toczy się w istocie wokół kwestii drobnych, często ambicjonalnych,

gdzie nietrudno można by dojść do porozumienia. Prus nie wierzył teoriom głoszącym, że walka i konflikt między ludźmi są stanem naturalnym czy nawet korzystnym, bo sprzyjają kształceniu przekonań i charakterów. Sądził raczej, że doprowadzają one do niepotrzebnej agresji i odwracają uwagę od jedynej prawdziwej walki, którą toczyć warto: walki z nędzą, z ignorancją i z nieszczęściami, to jest z oporem materii i otaczającego nas świata raczej niż z drugim człowiekiem”<sup>24</sup>.

Zarówno sam fakt objęcia przez Prusa redakcji „Nowin”, jak i jego program działania, wyrażony w „Słówku do publiczności”, stały się przedmiotem krytyki ze strony niektórych pism warszawskich. Najbardziej zdecydowanie zaatakował „Kurier Codzienny”, w którym już następnego dnia ukazał się komentarz nawiązujący do wypowiedzi Prusa. Redaktor X stwierdził bez ogródek: „[...] >Nowiny< we wczorajszym numerze pomieściły odezwę p. Bolesława Prusa, zasługującą na uwagę ze względu na próżnię i sofizmatyczną frazeologię. Nie widać tam ani okruszyny talentu, który felietonom p. Prusa zjednał tak wielką popularność [...]. Program p. Prusa jest raczej udzieleniem nagany poprzedniej redakcji >Nowin< w szczególności a dziennikarstwu warszawskiemu w ogóle, aniżeli przedstawieniem własnego planu przyszłej działalności”. Kilka dni później, felietonista tego samego dziennika napisał jeszcze dosadniej: „[...] Lubię doprawdy dziewiczy patos wszystkich mów programowych i wszelkich odezw [...]. Zamiłowanie moje na tym punkcie jest tak wielkie, iż w swojej bibliotece posiadam kilkunastotomową kolekcję takich >słówek<, które niezawodnie staną się doskonałym materiałem humorystycznym dla naszych wnuków i prawnuków [...] Otóż przyjaciel mój osobisty z >interesu felietonowego< pewnego pisma został zawezwany do >interesu redaktorskiego< „Nowin”. Wielki jubel panował w Izraelu, przepraszam, w obozie postępowców, myślano już o urządzeniu fakielcugu [...], gdy się ukaże wyraźny program nowego redaktora. Ukazał się nareszcie! Obstupui tenebat ora! Przeczytałem go [...] i cóż powiecie, ani w ząb nic nie zrozumiałem. >Chcemy pozostać miłującymi ten kraj obywatelami< mówi >Słówko<. Doprawdy, wynalazek ten nie różni się w niczym pod względem tej starości od wynalazku świętej pamięci nieboszczyka Pitagorasa. I w prostocie ducha mojego twierdzą, iż na całym obszarze polskiego świata dziennikarskiego nie ma ani jednego redaktora, bez względu na to, czy jest >radykałistą lub konserwatystą, bigotem lub ateuszem, pacholkiem bogactwa lub pokątnym doradcą nędzy, czcicielem herbu lub agentem szyldu<, któremu można by odmówić przymiotu, jakiego pragną dobić się >Nowiny< ”<sup>25</sup>.

Deklaracja Prusa, wyrażona w „Słówku do publiczności”, wzbudziła także pozytywne reakcje, zwłaszcza wśród życzliwych mu kolegów po piórze. W niektórych pismach pojawiły się wzmianki a czasem nawet dłuższe komentarze, zawierające wyrazy życzliwego poparcia i dowody akceptowania tezy o koniecznej „apolityczności” pisma. Przykładem może być między innymi publikacja w tygodniku „Kłosy”, podpisana – Quis. Autor cytując ten

<sup>24</sup> M. Janowski, *op. cit.*

<sup>25</sup> *Bolesław Prus 1847–1912. Kalendarz życia i twórczości*. Oprac.: K. Tokarżówna, S. Fita, Warszawa 1969, s. 257.

sam fragment deklaracji Prusa interpretuje go zupełnie inaczej niż felietonista „Kuriera Codziennego”; stwierdza bowiem: „[...] Choćby nic więcej nie określało charakteru odżywionych >Nowin<, słowa powyższe wzbudzić muszą zaufanie i sympatię dla celu i kierunku takiego pisma, tym bardziej że Prusowi można zawierzyć” a kilka zdań później dodaje ważne uzupełnienie: „[...] Kto zna działalność i stanowisko dotychczasowe Prusa, nie będzie się przywiązywał do litery jego programatu, w którym może to i owo nie jest dosyć zrozumiałe dla wszystkich powiedzianym; człowiek i jego uczciwe przekonanie starczą za najwymowniejsze frazesa, a przyszłość pisma okaże, czy człowiek i pismo – to jedno.

Co do mnie, nie mam pod tym względem najmniejszej wątpliwości. >Nowiny< mają być przede wszystkim obserwatorium społecznych faktów, a zadaniem ich będzie, jeżeli nie zawsze kierować umysły na drogę prostego i racjonalnego rozumowania, to strzec ich od fałszywych dróg sądu i przewrotnej sylogistyki. Oby się im to jak najpomyślniej udało”<sup>26</sup>.

Bodaj najwięcej pochlebnych słów pod adresem i „Nowin”, i samego Prusa opublikował dwutygodnik „Niwa”, czyniąc to piórem redaktora naczelnego – Mściśława Godlewskiego, pisującego pod pseudonimem Bogusław Mir. W swoim stałym felietonie pt. „Sprawy bieżące”, zamieszczonym w zeszycie 181 „Niwy” z 1 lipca 1882 r. – szerzej omawiając działalność „Kasy pomocy dla osób pracujących na polu naukowym im. Józefa Mianowskiego” – powołał się on najpierw na opinię Bolesława Prusa o szczególnie ważnej roli ludzi nauki, wyrażoną w obszernym artykule na łamach 169 numeru „Nowin” z 21 czerwca. Stwierdził mianowicie: „[...] Pisał o tym niedawno w >Nowinach< dzisiejszy ich redaktor, a niegdyś nasz współpracownik – Aleksander Głowacki (Bolesław Prus) między innymi słowa następujące: >Istnieje u nas nieliczna, użyteczna, a uboga klasa działaczy społecznych, pracujących na polu umysłowym. Są to autorowie dzieł tak zwanych >poważnych<, a więc – mało poczytnych i prawie nie przynoszących dochodu, które jednak albo streszczają w sobie dotychczasowe zdobycze wiedzy, albo zawiadamiają ogół o jej postępach”. W dalszej, wyraźnie wyodrębnionej części felietonu w następujących słowach odniósł się do zmiany w kierownictwie „Nowin”: „[...] Wspomniawszy o >Nowinach< nie mogę powstrzymać się od powinszowania czytającemu ogółowi przeobrażenia, jakiemu to pismo uległo. P. Stanisław Kronenberg, nabywszy je na własność, powierzył redakcję jego p. Aleksandrowi Głowackiemu, znanemu w publicystyce pod pseudonimem Bolesława Prusa. Z poglądami tego bądź co bądź utalentowanego pisarza nie zawsze godzić się mogła >Niwa<. Niemniej szanowaliśmy w nim zawsze człowieka charakteru prawego i jak najlepszymi dla interesów ogólnych chęciami ożywionego obywatela. Mamy też nadzieję, że pod jego kierunkiem >Nowiny< przestaną być tym, czym były, a z czym niejednokrotnie walczyć musieliśmy. Garstka owa zapaleńców, którym się zdaje, że oni tylko poznali drogi >prawdziwego postępu<, którzy mienią być wsteczni-kiem każdego, kto razem z nimi nie robi wrzawy nieustannym powtarzaniem zużytych ha-

<sup>26</sup> Por. „Kłosa” 1882, nr 886 z 22 czerwca.

sel i pustych frazesów, którzy nie rozumieją, że postęp nie na gwałtownych skokach i lamancach dialektycznych, ale na wszechstronnym rozwoju moralnych i umysłowych sił człowieka polega – garstka owa traci z >Nowinami< możliwość codziennego przemawiania do publiczności i szerzenia wśród niej balamutnych swoich poglądów. Wielkie też w tak zwanym >postępowym< obozie niezadowolenie z dzisiejszego redaktora >Nowin<. Powód do niego zrozumieć łatwo, zwłaszcza że Prus przy objęciu pisma wystąpił do czytelników z odezwą, w której mówiąc o zamiarach swoich na przyszłość i o drodze, jaką pójść zamysła, użył wyrażenia: >jeżeli Bóg pozwoli...<. Słowa te, tak naturalne w ustach każdego, kto za bezwyznaniowca uchodzić nie pragnie, pociągnęły stanowczą granicę między przeszłością a przyszłością >Nowin<. Musiały one, rzecz prosta, pójść nie w smak ludziom, którzy postęp zasadzają przede wszystkim na >wyzwoleniu ludzkości z pęt narzuconych jej przez kościół< (czytaj – religię), którzy w oczach uczniów i wyznawców swoich pragną uchodzić za osobistych nieprzyjaciół Pana Boga lub przynajmniej którego ze świętych... *Inde irae*.

My, co postępu dla społeczeństwa pragniemy gorąco, inaczej go jednak pojmując, zmianę, jaka zaszła w >Nowinach<, za pożądaną bądź co bądź uważać musimy. Zmianę tę zaznaczając, nie chcemy przesądzać o całkowitym kierunku pisma. Jaki on będzie – zobaczymy dopiero”<sup>27</sup>.

Analizując dokładniej publikacje prasowe dotyczące deklaracji Prusa nietrudno zauważyć, że autorzy sprzyjający mu, siłę swoich argumentów zdają się opierać nie tyle na treści „Słówka do publiczności”, ile raczej – a może nawet wyłącznie – na szacunku i zaufaniu do osoby autora, jego autorytetu moralnego, znanego i uznanego już wówczas pisarza i dziennikarza. Inaczej mówiąc – w odniesieniu do przyszłej formuły wydawniczej „Nowin” ważniejsze jest to, że wypowiada się o niej właśnie Prus, a nie to, jak on sam widzi ją w szczegółach. Przecież w ten sposób uzasadnia swoją opinię Aleksander Świętochowski, gdy podkreśla w nr 23 „Prawdy”, iż „[...] Prus jest na wskroś oryginalnym i w pomysłach swoich [...] niezależnym. W talencie jego skrzy się humor, czasem swawolny, ale zawsze głęboki i świetny. Myli się nieraz i widocznie, ale nawet te jego omyłki tchną wonią najczystszych zamiarów”. Z kolei komentator „Kłosów” – witając Prusa w roli redaktora i udzielając mu pozytywnej rekomendacji – przestrzega nawet, że treści „Słówka do publiczności” nie można brać dosłownie, ponieważ „może to i owo nie jest dosyć zrozumiałe dla wszystkich powiedzianym”, ale równocześnie podkreśla: „[...] Kto zna działalność i stanowisko dotychczasowe Prusa, nie będzie się przywiązywał do litery jego programu [...], człowiek i jego uczciwe przekonanie starczą za najwymowniejsze frazesy”. Nieco wcześniej stwierdza, że słowa Prusa „[...] wzbudzić muszą zaufanie i sympatię dla celu i kierunku [...] pisma, tym bardziej że Prusowi można zawierzyć”. Tym samym, wysoce pozytywnym dla Prusa argumentem posługuje się tak-

<sup>27</sup> Por. „Niwa. Dwutygodnik poświęcony sprawom społecznym, politycznym, naukowym i literackim”, T. 22 (1882)

że Mściław Godlewski, określając go jako „[...] człowieka charakteru prawego i jak najlepszych dla interesów ogólnych chęciami ożywionego obywatela”.

Wracając jednak do treści „Słówka do publiczności” warto zwrócić uwagę, że Prus nie tylko obszernie przedstawił cel, któremu odtąd „Nowiny” miały służyć i który przez część środowiska dziennikarskiego został niemal wyśmiany. Równie szczegółowo przedstawił także sposoby realizacji tego celu. Zadał więc pytanie: „[...] czy dziennik może podjąć się podobnego obowiązku – i jakie ma po temu środki?”. I od razu, w następnych zdaniach obszernie odpowiada na tak postawione pytanie. Stwierdza wprost: „Może – poprzez oświecanie ogółu. Trzeba przypominać czytelnikowi o otaczającej go naturze i jej skarbach, o zdolnościach, prawach i pracach ludzkiej istoty, o budowie społecznych organizmów, o prądach jakie w nich tętnią. Trzeba w każdym czynniku życiowym wskazywać jego dwa oblicza, pozytywne i szkodliwe, piękne i brzydkie, ludzające i prawdziwe. Trzeba w końcu dowodzić za pomocą faktów, że osobiste szczęście człowieka jest możliwe tylko wśród harmonii wszystkich sił społecznych, co stanowi najwyższy ideał ludzkości. Krótko mówiąc – trzeba patrzeć na rzeczy obiektywnie, a opisywać – jasno i zwięźle”.

## Odpowiedzialność społeczna dziennikarzy

W swojej koncepcji dziennikarstwa Prus nakłada na prasę i dziennikarzy niezwykle ważne zadania społeczne. W dalszej części „Słówka do publiczności”, gdy przedstawia formułę „Nowin”, wymienia główne funkcje społeczne „swego” dziennika, a nawet zarys jego przyszłej struktury i sposobu redagowania. Omawia też zasadnicze – jego zdaniem – grupy zagadnień, które powinny być podejmowane w poszczególnych działach. Stwierdza bowiem: „[...] Po tym wyznaniu wiary, możemy bliżej określić przyszły charakter „Nowin”. Chcemy je uczynić jak najużyteczniejszymi dla społeczeństwa. Nie mamy przecie śmiesznej pretensji ani robić z nich tamy, o którą rozbijałyby się fale wypadków, ani przedsiębiorstwa do wywożenia społecznych brudów, ani pręgierza dla występnych, ani kadzielnicy dla możnych. Chcemy przede wszystkim z tego dziennika uczynić obserwatorium społecznych faktów, tak jak istnieją obserwatoria dla badania ruchów ciał niebieskich, albo zmian klimatycznych.

W tym celu „Nowiny” zapożyczą sobie metody nie od dziennikarstwa, ale od nauki. W dziennikarstwie odbywa się gonitwa za efektownymi pogłoskami, które następnie opisuje się w jak największej liczbie wierszy. Nauka zaś naprzód spostrzeża fakt, potem – określa go, potem – uogólnia, a nareszcie – wyprowadza wnioski. Tę metodę pragnęlibyśmy zastosować do zjawisk życia codziennego i pod tym względem wolelibyśmy w naszej redakcji widzieć ciało, raczej podobne do korpusu inżynierii, aniżeli do towarzystwa osób bawiących się według rozmaitych gustów.

Dalej – między spostrzeżonymi zjawiskami codziennego życia będą takie, które należy zgłębić i przedyskutować. W tych razach odwołamy się do pomocy nauki i ludzi fachowych, nie pytając o partię, do jakiej ktoś należy, ale – o znajomość przedmiotu. Społeczeństwo bowiem ma prawo przyjmować usługi wszystkich swoich synów.

Trzecią, niezmiernie szacowną rubryką dla dziennika, stanowią dzieła talentu. I tu również nie będziemy pytali ani o narodowość, ani o stronnictwo do jakiego należy autor, ale uszanujemy indywidualność twórcy, o ile będzie przedstawiał piękną siłę.

Wreszcie – wszystko co wkracza w dziedzinę miejskich plotek, wiadomości drażniących a niepożytecznych i osobistych klótni – wszystko to raz na zawsze usuwa się z „Nowin”. Potrafimy uszanować każde szlachetne uczucie, litować się nad nieszczęściem i ująć się za krzywdą, ale dogadzać niesformym instyktom ludzkim wcale nie mamy zamiaru.

A teraz prosimy ogół o poparcie nas w pracy, to jest, o odwoływanie się do pisma w kwestiach wątpliwych, o nadsyłanie rzetelnych i ważnych wiadomości, udzielanie informacji naszym współpracownikom i o uwagi nad artykułami. O łaskawe jednak względy w formie licznej prenumeraty nie prosimy, z góry wiedząc, że tak samo nie potrzebuje łaskawych względów pismo użyteczne, jak społeczeństwo nie potrzebuje pisma bezużytecznego.

Jeżeli Bóg pozwoli, w ciągu kilku tygodni ukończymy organizację redakcji, a wówczas poznamy się bliżej. Wtedy przekona się ogół, że nowa jego strażnica potrafi być czujną. Do innych zaś należy śledzić i ogłaszać czy nasze obserwacje są obiektywne, czy też zabarwione osobistymi interesami lub widokami partii.

Nie taimy przed sobą, że droga nasza nie jest wysłana kwiatami; znamy już trochę grunt, po którym przyjdzie stąpać. To jednak dodaje nam otuchy, że jest jakaś przyszłość i jakieś publiczne sumienie, które osądzą nasze zamiary i pracę”.

Analizując ten fragment deklaracji Prusa można bez wahania uznać, że jego koncepcja formuły wydawniczej „Nowin” była nie tylko nowoczesna, ale i oryginalna. Była ponadto – jak to zwykle u Prusa – silnie motywowana pragmatycznymi względami. Nowoczesność polega w tym przypadku na próbie połączenia w trakcie praktycznej działalności redakcji funkcji społecznych charakterystycznych dla pisma codziennego i periodyku. Czy istnienie takiego tytułu – rozpatrując problem w sensie teoretycznym – było wówczas i czy nawet dzisiaj jest możliwe, to już zupełnie inna sprawa. Oryginalność propozycji Prusa zawiera się natomiast w tym, że na ówczesnym rynku prasowym dokonywał się akurat odwrotny proces. W drugiej połowie XIX wieku następował bowiem wyraźny podział prasy na dwie kategorie: dzienniki i periodyki. Główną przyczyną były zróżnicowane funkcje społeczne pism, dywersyfikacja kręgu odbiorców itd. Pierwszorzędną funkcją dzienników było informowanie, bez względu na językową formę publikowanych wiadomości, dobór tematów, ich zasięg geograficzny itp. Natomiast w przypadku czasopism chodziło przede wszystkim o realizowanie funkcji opiniotwórczej, edukacyjnej czy rozrywkowej. Periodyki spełniały ją w innych formach wypowiedzi dziennikarskiej, a więc najczęściej w postaci długich tekstów publicystycznych.

Prus zapewne doskonale zdawał sobie sprawę, że wiele pism codziennych niewłaściwie wywiązuje się ze swej funkcji informacyjnej, oferując czytelnikom tanią sensację i ciekawostki. Na pewno nie apróbował takiej formuły i to nawet tych pism, w których – z ekonomicznych powodów – zamieszczał swoje publikacje. W tym względzie posiadał zresztą wieloletnie, własne doświadczenie, choćby z racji współpracy z „Kurierem Warszawskim”. W związku z tym jego zamiar uczynienia „Nowin” >obserwatorium społecznych faktów< należy odczytać jako jednoznaczny dowód na to, że nie kwestionował funkcji informacyjnej jako wiodącej dla pisma codziennego. Uważał jednak, że na treść dziennika powinny składać się wiadomości ważne i pożyteczne ze społecznego punktu widzenia, a nie „efektowne pogłoski” czy plotki przekształcające redakcję w „przedsiębiorstwo do wywożenia społecznych brudów”. Spełnianie przez „Nowiny” funkcji informacyjnej było w świadomości Prusa wręcz równoznaczne z uprawianiem swego rodzaju kultu faktów. Bo tylko w ten sposób – jego zdaniem – można dowodzić i przekonywać czytelników, że „osobiste szczęście człowieka jest możliwe tylko wśród harmonii wszystkich sił społecznych”. Gdyby chcieć w lapidarny sposób określić rolę Prusa jako redaktora naczelnego „Nowin”, to – używając jego określenia – polegać ona miała na uczynieniu pisma „jak najużyteczniejszym dla społeczeństwa”.

Prusowska koncepcja dziennikarstwa, w ogólnych zarysach przedstawiona w „Słówku do publiczności”, dotyczyła nie tylko specyficznie pojmowanej funkcji informacyjnej. Inaczej mówiąc, prasa codzienna nie powinna – jego zdaniem – ograniczać się tylko do prezentowania faktów, ale również we właściwy sposób je wykorzystywać. Właściwy, czyli odpowiedzialny, obiektywny i społecznie pożyteczny. Według Prusa oznacza to, że dziennikarze powinni postępować tak jak naukowcy i korzystać z metod pracy naukowej. Wypowiadając się na temat – dziś powiedzielibyśmy – organizacji pracy redakcji pisma codziennego, Prus wyróżniał trzy etapy procesu redagowania. Dodajmy od razu – każdy z nich odgrywał jednakowo ważną rolę z punktu widzenia społecznej funkcji dziennikarstwa.

Pierwszy etap to wybór i zarazem dobór faktów. W tej fazie pracy redakcyjnej dziennikarz powinien szczególnie uważnie oceniać rangę społeczną wydarzenia, którego dana informacja dotyczy i zdecydowanie unikać publikowania wszystkiego „co wkracza w dziedzinę miejskich plotek, wiadomości drażniących a niepożytecznych i osobistych kłótni”. Dziennikarstwo – według Prusa – nie może przecież „dogadzać niesformym instynktom ludzkim”.

Drugi etap pracy redakcyjnej to pełne, wiarygodne i obiektywne opisanie wybranych wcześniej faktów. Dziennikarz musi w tym momencie zwracać szczególną uwagę na to, by uwzględniać nie tylko istotę, ale także specyfikę, a nawet – jeśli są rzeczywiście ważne – drobne detale, dotyczące przedstawianej osoby, instytucji czy zjawiska. Wszystko zgodnie z zasadą, że „trzeba patrzeć na rzeczy obiektywnie, a opisywać – jasno i zwięźle”.

Funkcji społecznych pisma codziennego – w opinii Prusa – nie powinno się więc ograniczać tylko do informowania czytelników o ważnych i społecznie użytecznych faktach.

Niektóre z nich trzeba bowiem „zglebić i przedyskutować”. To jest trzeci etap pracy redakcyjnej. Jednak wniosek ten można rozumieć przynajmniej dwojako. Po pierwsze – Prusowi chodziło zapewne o to, by informacjom towarzyszyły wyczerpujące temat komentarze i wyjaśnienia, pochodzące od „nauki i ludzi fachowych”, dzięki czemu czytelnicy mogliby lepiej rozumieć rozmaite wydarzenia, zjawiska i w konsekwencji – złożony proces rozwoju społecznego. Autor nie wypowiada się wprawdzie na temat proporcji między poszczególnymi rodzajami wypowiedzi dziennikarskiej, ale najpewniej przyjmuje, że informacje powinny w piśmie codziennym dominować, komentarze natomiast dotyczyłyby tylko niektórych spośród opisywanych faktów. Z drugiej strony jednak sformułowanie „zglebić i przedyskutować” równie dobrze mogło – wedle Prusa – znaczyć tyle, co uzmysłowić czytelnikom czysto praktyczne konsekwencje opisywanych faktów dla życia społeczeństwa i jednostki ludzkiej. Jeśli tak, to obok pierwszoplanowej dla dziennika funkcji informacyjnej winien on także pełnić inne funkcje, w tym zwłaszcza opiniotwórczą i edukacyjną. Wobec potencjalnych autorów komentarzy i wszelkich materiałów publicystycznych Prus stawiał tylko jeden wymóg – kompetencję, czyli – używając jego określenia – „znajomość przedmiotu”.

Formuła prasy codziennej zaproponowana w „Słótku do publiczności” uwzględniała także konieczność publikowania „dzieł talentu”, czyli utworów literackich. Prus miał zapewne na myśli przede wszystkim dzieła pisane prozą, ukazujące „indywidualność twórcy”. Wierzył bowiem, że literatura w znacznym stopniu potrafi wpływać na społeczeństwo, kreować jego sposób myślenia, zachowanie, poczucie tożsamości narodowej itp. Chodziło mu także o upowszechnienie dorobku najwybitniejszych twórców, którzy mogą być wzorem do naśladowania.

Warto w tym miejscu podkreślić, że formułując redakcyjne credo Prus zwrócił się także do czytelników „Nowin”, licząc na ścisłą więź z nimi. Co więcej, można powiedzieć nawet, że w charakterystyczny dla siebie sposób przydzielił im określone zadania: odwoływanie się do pisma w kwestiach dla siebie wątpliwych, przesyłanie do redakcji wiadomości ważnych i rzetelnie przedstawionych, a także polemizowanie z autorami tekstów już opublikowanych itp. Znamienne jest zwłaszcza to, że Prus zwraca się do wszystkich o „udzielanie informacji naszym współpracownikom”, co może oznaczać, że już ówczesni dziennikarze mieli kłopoty z dostępem do źródeł informacji! Mógł ich osobiście doświadczyć również Prus. W każdym razie z pewnością zdawał sobie sprawę z tego, jak wielkie znaczenie dla wiarygodności pisma ma kwestia dostępu dziennikarza do informacji.

Pisząc o więzi z czytelnikami, Prus zbagatelizował znaczenie prenumeraty, co może wydawać się – przynajmniej na pierwszy rzut oka – działaniem wręcz samobójczym, zwłaszcza że była to wówczas podstawowa forma dystrybucji prasy. I dlatego w pierwszej chwili może się wydawać, że Prus postąpił w tym przypadku nader lekkomyślnie, stawiając znak równości pomiędzy „użytecznością” swego pisma i interesem społeczeństwa postrzeganego en bloc. Bo nie sposób inaczej skomentować cytowanego już zdania: „[...] O łaskawe jed-

nak względy w formie licznej prenumeraty nie prosimy, z góry wiedząc, że tak samo nie potrzebuje laskawych względów pismo użyteczne, jak społeczeństwo nie potrzebuje pisma bezużytecznego”. Ale rzeczywiście – znając charakter Prusa – nie sposób wykluczyć, że istotnie mógł tak myśleć, zakładając że jego dobre chęci oraz „czucie i wiara” w redagowaniu pisma będą mu przysparzać coraz więcej prenumeratorów, zapewniając tym samym trwałe miejsce na rynku prasy warszawskiej. W tym przypadku Prus mógł się przecież także kierować tymi samymi motywami, które wcześniej – w okresie współpracy z redakcją „Kuriera Warszawskiego” – nie pozwalały mu targować się z wydawcą o podwyższenie honorarium za *kroniki*.

Z drugiej strony jednak wydaje się, że przytoczonej wyżej opinii Prusa na temat prenumeraty nie można odczytywać dosłownie, a więc i przypisywać mu lekkomyślności. Prus zbyt dobrze znał przecież realia ówczesnego rynku prasowego, by nie zabiegać o prenumeratorów. Jest więc prawdopodobne, że tak formułując swoje zdanie starał się wyrazić w niekonwencjonalny sposób. Ale nie ma w tym ani lekkomyślności, ani nonszalancji. Po prostu – Prus postąpił inaczej niż wielu współczesnych mu wydawców, którzy na lamach swoich pism często zwracali się z prośbami i apelami do potencjalnych prenumeratorów. Podobnym chwytem posługiwał się zresztą często w *kronikach*, im bardziej rolę czegoś lub kogoś minimalizował, tym bardziej jej znaczenie chciał w ten sposób podkreślić.

W tym przypadku trzeba przecież pamiętać, że sytuacja finansowa zdecydowanej większości tytułów była bardzo trudna, a ich losy zależały od zachowania i przyzwyczajień prenumeratorów. Prus z pewnością o tym wiedział. I tylko duma świeżo upieczonego redaktora oraz osobiste ambicje nie pozwalały mu bezpośrednio wypowiadać się na ten temat.

O tym, jak dramatyczna była w tym czasie kondycja finansowa większości tytułów prasy warszawskiej najdobitniej świadczyć może następujący fragment felietonu A. Świętochowskiego, opublikowanego na lamach „Prawdy” kilka miesięcy przed objęciem przez Prusa redakcji „Nowin”: „[...] Niedawno odwiedziłem pewnego wydawcę. Gdy po chwili rozmowy ujął klucz i zaczął nim otwierać swój żelazny skarbiec, zdawało mi się, że ujrzę całe rzyzy pożyczek premiovych i listów zastawnych; tymczasem na pustych półkach dostrzegłem tylko dwa dumnie rozłożone cygara, z których jedno spaliło się w ustach moich, a drugie zaryglował [...]. Pisma rosyjskie [...] posiadają szersze koła abonentów i korzystne warunki rozwoju. Nasze pisma, rozmawiające z czytelnikami językiem Ezopa, nie mają siły dźwignąć się; to też jeśli które przejdzie poza 2000 prenumeratorów, jego wydawca radby o swym szczęściu zatelegrafować do Bombaju i Fezu. Niedawno spotkałem jednego z takich szczęśliwców. – Jakże panu idzie? Świetnie, odrzekł uśmiechnięty; w przeszłym roku miałem 402, a w tym 405”<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> Felieton „*Liberum veto*”, „Prawda” 1882, nr 6 z 11 lutego, s. 68.

## Aktualność Prusowskiej koncepcji dziennikarstwa

To oczywiste, że Prus formułował swoją „teorię” dziennikarstwa w zupełnie innej rzeczywistości. Chodzi w tym momencie nie tylko o warunki społeczne, cywilizacyjno-kulturowe, ekonomiczne czy polityczne, ale także to, iż w czasach mu współczesnych istniała tylko prasa drukowana, a spośród innych instytucji – dziś możemy powiedzieć: medialnych – tworzące się dopiero pierwociny agencji prasowych.

Wydaje się jednak, że mimo upływu lat, zmiany warunków składających się na szeroko rozumiany kontekst działalności mediów, wreszcie – jakościowy i ilościowy rozwój samych środków masowego przekazu, część elementów Prusowskiej koncepcji dziennikarstwa nie straciła swej aktualności. Przynajmniej trzy z nich wydają się obecnie szczególnie ważne.

Po pierwsze: tak jak niegdyś Prus żądał od prasy, tak dziś oczekujemy od wszystkich mediów, by w dostępny dla siebie sposób starały się „rozjaśniać życie społeczne”. Prus miał rację, gdy w pierwszej kronice opublikowanej na łamach „Nowin” (nr 173 z 25 czerwca 1882 r.) pisał: „[...] pragnąłbym przyczynić się do tego, ażeby >Nowiny< [...] były nie tylko pismem ruchliwym a niepretensjonalnym, ale jeszcze i trochę rozjaśniającym życie społeczne. Dziennikarstwo jest historią czasów bieżących, dziennikarz zaś nie może być ani sędzią, ani kaznodzieją, ani katem, ale przede wszystkim: dobrym obserwatorem, który, zamiast śledzić i chłostać jednostki, śledzi całe klasy i prądy społeczne. Jednostkę osądzi i ochłoszcze lada kumoszka w chwili dobrego humoru, ale ta kumoszka nad badaniem społecznych prądów nie pofatyguje sobie głowy [...], naszą ambicją będzie to, ażeby: każdy fakt, człowiek, instytucja – takie zajmowały miejsce w piśmie, jakie zajmują w życiu. Nic nie dodamy swoim przyjaciółom, nic nie ujmemy nieprzyjaciółom”.

Biorąc konieczną poprawkę, gdy chodzi o język i styl powyższej opinii, można powiedzieć, że i obecnie kluczowymi dla dziennikarstwa kwestiami są: uczciwość w prezentowaniu wydarzeń, wiarygodność relacji dziennikarskich, obiektywizm w informowaniu itd. Podobnie jak w czasach Prusa zarzuca się dziś różnym redakcjom i mediom tendencyjność w prezentowaniu i interpretowaniu otaczającej nas rzeczywistości, manipulowanie świadomością odbiorców, przedkładanie partykularnych interesów nad interes publiczny itp. Oto – nieodosobniony bynajmniej – przykład takich zarzutów: „[...] Osobne słowo należy się >Gazecie Wyborczej<, najbardziej opiniotwórczemu dziś w Polsce dziennikowi, który jest wyspecjalizowany w praktycznej realizacji doktryny >zmiękczenia<. Syndrom polskiej wersji >Liberation< [...] jest o tyle niebezpieczny, że głoszone na jego łamach poglądy są transmitowane i wzmacniane przez większość środków masowego przekazu w Polsce. Bierze się to stąd, że jakobińska wizja świata A. Michnika jest bliska postkomunistycznej mentalności redaktorów wielu tytułów prasowych. Telewizyjni dziennikarze rozpoczynają pracę od lektury >GW<, czerpiąc z niej natchnienie i interpretację rzeczywistości, czego efekty codziennie oglądamy. Ulubioną metodą działania >Gazety Wyborczej< jest dość prosty zabieg polegający na ośmieszaniu wszelkich autorytetów, na walce z Kościołem, wyszydzaniu partii

politycznych i wmawianiu Polakom, że są do niczego niezdolni. W ten sposób koduje się w społeczeństwie przekonanie, że życie publiczne polega na bałaganie, nieustannych przetargach i >walce o stolki<, a dawniej, w czasach PRL panował ład i porządek; społeczeństwo się zniechęca, następuje zanik aktywności społecznej i znowu się mówi >oni< [...]. Istnieje przekonanie, że >GW< jest atrakcyjną i fachowo robioną inicjatywą wydawniczą. Jest ono o tyle niesłuszne, że w pojęciu fachowości, obok poziomu warsztatowego, mieści się również rzetelność i etyka zawodowa. A tego wszystkiego na próżno byłoby szukać u fundamentalistów >europejskości< i ortodoksów humanizmu laickiego”<sup>29</sup>.

Po drugie: w tej samej kronice – dokonując analizy zawartości ówczesnych dzienników – Prus doszedł do następującego wniosku: „[...] W sprawach wewnętrznych większość dzienników może trochę za mało zajmuje się rzeczywistymi siłami kraju i ich typowymi objawami, i kto wie, czy nie zbyt gorliwie notuje projekty, pogłoski, a nawet – uczciwszy uszy – bajki, kładąc jednocześnie nacisk na wypadki wyjątkowe, jakimi są zbrodnie, skandale lub nieszczęścia losowe. Że dzienniki nie zawsze bywają zwierciadłem naszego społecznego życia i że bodaj czy nie najskwapliwiej darzą rozgłosem bohaterów dnia, choćby nimi byli zabójcy, samobójcy i rozjechani, milcząc jednocześnie o ludziach cichej pracy, którzy właśnie tworzą postęp narodu. Że w wiadomościach zagranicznych dzienniki trochę za wiele mówią o polityce gabinetowej, a za mało o wewnętrznym życiu ludów”.

Dziś sytuacja jest podobna i dotyczy treści preferowanych przez wszystkie media, zwłaszcza zaś telewizję. Socjologowie i psychologowie społeczni z coraz większym niepokojem sygnalizują gwałtowny rozwój procesu brutalizacji życia publicznego, zanikania więzi międzyludzkich, szerzenia kultu siły (zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży) itp. Zgodnie twierdzą, że współodpowiedzialność za taką sytuację ponoszą także media.

Niektórzy widzą ten proces znacznie szerzej, twierdząc że w ciągu kilku ostatnich lat radykalnie zmieniło się w naszym kraju „środowisko komunikacyjne”, w którym porusza się tzw. przeciętny obywatel. „W tej naszej epoce przejściowej – napisał publicysta >Polityki< – zatkały się dotychczasowe kanały komunikacji społecznej, zarówno te dawniej opozycyjne, jak i oficjalne. Nie jest już >instytucją moralną< teatr, nie jest nią literatura, nie porozumiewamy się poprzez nowe filmy Wajdy, Zanussiego czy Kiesłowskiego, również Kościół przestaje być miejscem wymiany poglądów. Stajemy się normalni normalnością postmodernistyczną, w której urywa się publiczny dyskurs, a z wirówki zmieniających się tematów dyżurnych – raz teczek, kiedy indziej aborcji czy niemieckich pomników na Śląsku – niepodobna wyluskać zasadniczych debat nad sensami przemian. Z opóźnieniem, ale jednak, wprawiamy się w ten sam stan wielogębnej anomii, w jakim ponoć znalazły się zamożne społeczeństwa zachodnie. Wszyscy mówimy dużo, ale rozmawiamy coraz mniej [...]. Jeszcze przez pierwsze dziesięciolecia XX wieku kultura słowa drukowanego współlistniała z kulturą obrazkową, choć mocno atakowana przez kino. W gazetach pojawiały się znako-

<sup>29</sup> J. M. Jackowski, *Bitwa o Polskę*, Warszawa 1993 (rozdz. 19 pt. *Czwarta władza*, s. 151–152).

mite powieści, wynalazek radia zdawał się nawet przywracać słowu siłę oddziaływania, ale tylko do czasu. Telewizja, a potem inne media elektroniczne – aż po sztukę komputerową – stworzyły świat wizualnej uludy, doprowadzając do perfekcji to, co się zaczęło szatkowaniem rzeczywistości przez telegraf i dagerotyp. Dziś nie ma dziedziny – od polityki poprzez wychowanie, religię, naukę, sport – która nie jest kształtowana przez jej telewizyjny „mit”, podświadomy wzorzec odczuwania świata, zamknięty w obrazie, a nie w słowie. Coraz mniej słów, coraz krótsze zdania, coraz prościej, trywialniej zwerbalizowane treści stają się standardem komunikacji społecznej<sup>30</sup>.

Po trzecie: jak w czasach Prusa, tak i obecnie trwa dyskusja na temat: kto może być dziennikarzem? Jakimi cechami powinien się charakteryzować dobry dziennikarz? Prus przedstawił swoją opinię w tej sprawie w kronice, opublikowanej w nr 63 „Kuriera Codziennego” z 4 marca 1900 r.: „[...] Jakim powinien być dziennikarz? Przede wszystkim powinien mieć zdolną głowę, to jest taką, która w lot chwyta i porządkuje każdy szereg idei. Następnie powinien mieć serce, powinien wszystko odczuwać. Człowiek, który nic nie odczuwa, może być dobrym kelnerem, ale nie dziennikarzem. Dalej – powinien nienawidzić złego, kochać wszystko co słuszne, ogarniać całą komplikację życia... A nade wszystko powinien sobie samemu zadawać pytania: >Jaka jest moja misja, moje posłannictwo? Jeżeli mam uczyć, kogo będę uczył? Czy to, o czym chcę mówić, jest warte mówienia?<<sup>31</sup>.

Prus do końca swego dziennikarskiego żywota zdawał się mieć – choć nie zawsze wyrażał to dosłownie – liczne pretensje do wielu kolegów po piórze. Jednym zarzucał, że nie mają „zdolnej głowy”, innym – że brakuje im „serca”. Współczesne dziennikarstwo również jest pod wieloma względami „niepełnosprawne”, chociaż poszczególne redakcje próbują podejmować środki zaradcze lub przynajmniej łagodzące oba rodzaje tego kalektwa. Jednym ze sposobów jest ustanawianie wewnętrznych kodeksów etycznych czy zasad etycznego wykonywania obowiązków dziennikarskich.

Moralny kryzys naszego dziennikarstwa może się jednak okazać zjawiskiem trwalszym niż ktokolwiek gotów jest założyć. Niepełną listę „grzechów” opublikował między innymi J. Maziarski na łamach tygodnika „Ład”: „[...] Od jakiegoś czasu narastały we mnie podejrzenia, że duża część recenzji, list bestsellerów i publikacji o rynku książek w Polsce jest po prostu płatnym szwindlem [...], czy rzeczywiście chcemy, aby przedstawiciele prasy, często ludzie bardzo młodzi i niedoświadczeni, uprawiali proceder „przebieranek” (chodzi o tzw. reportaże i inne publikacje „wcieleniowe” – W.S.) wedle własnego widzimisię, bo przecież prasa jest całkowicie wolna [...], >wcielanie się< stało się już utartą praktyką, a redakcje jakby przestały dostrzegać moralną dwuznaczność procederu, polegającego, co tu gadać, na oszustwie. >Wcielanie się< jest tylko częścią ogólniejszego zjawiska – dramatycznego zalamania norm etycznych w mediach [...]. Kryzys moralny mediów polega właśnie na tym, że znika bariera wstydu. Kilka lat temu dziennikarz, któremu udowodniono manipulowanie

<sup>30</sup> A. Krzemiński, *Zainformujemy się na śmierć*. „Polityka” 1993, nr 4 z 23 stycznia.

<sup>31</sup> B. Prus, *Kroniki*, T. 15, s. 381-382.

był skompromitowany w oczach środowiska i czytelników. Dzisiaj dożyliśmy czasów, kiedy dziennikarze chwalać się biegłością w manipulowaniu”<sup>32</sup>.

Próbując znaleźć przyczyny moralnego kryzysu dziennikarstwa Prus obwiniał także opinię publiczną, która wymuszała na dziennikarzach nawet zachowania nieetyczne. W jednym z felietonów drukowanych w „Kolcach” pisał: „[...] My, literaci, a osobliwie też my, felietoniści, musimy błagować z konieczności, inaczej bowiem nie wyszlibyśmy na swoje. Piękna to rzecz poszukiwanie prawdy, ale kosztowna, trudna i chleba nie daje. Nasz władca, publiczność, chce się bawić przede wszystkim – bawimy go więc, rozcieńczając fakta widziane, przepisując już wydrukowane lub obmyślając takie, które nigdy nie istniały pod słońcem”<sup>33</sup>.

W listopadowym numerze miesięcznika „Sukces” ukazał się obszerny artykuł pt. „Gdy dziennikarze kłamią”, w którym opisane są różne przykłady świadomych fałszerstw, których dopuścili się dziennikarze, nawet tacy profesjonalści jak Peter Arnett z CNN<sup>34</sup>. Końcowy wniosek tego artykułu brzmi – o ironio! – niemal dosłownie tak, jak wniosek Prusa sprzed 124 lat: „[...] Są dziennikarze, którzy kłamią, oszukują i fałszują dla zysku i sławy. Amettowi nie brakowało ani jednego, ani drugiego. Dlaczego więc sprokurował największy skandal w historii amerykańskiej telewizji? Przez Was, drodzy Czytelnicy i Widzowie. To Wy nieustannie żądacie sensacji i rewelacji. Jeśli ich nie dostajecie, przestajecie kupować prasę i zmieniać kanał w telewizji. Broniąc pozycji swojej firmy i swojego miejsca pracy, Peter Arnett i wielu innych starają się po prostu dać Wam to, czego pragniecie”.

<sup>32</sup> J. Maziarski, *Bezwstyd*, „Lad” 1995, nr 43 z 22 października.

<sup>33</sup> B. Prus, *Kroniki*, T. 1, cz. 1, s. 41.

<sup>34</sup> K. Pytko, *Gdy dziennikarze kłamią*, „Sukces” 1998, nr 11, s. 112–114.



AGNIESZKA DMOWSKA

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

## **„POLSKIE MEDIA – DZIESIĘĆ LAT PO LIKWIDACJI CENZURY” SPRAWOZDANIE Z KONFERENCJI**

Instytut Dziennikarstwa Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego zorganizował konferencję medioznawczą pt. „Polskie media – dziesięć lat po likwidacji cenzury”, która w dniach 1 – 2 czerwca 2000 roku obradowała w warszawskim Pałacu Kazimierzowskim. Uczestnikami konferencji byli pracownicy wyższych uczelni z Bydgoszczy, Gdańska, Katowic, Kielc, Krakowa, Lublina, Opola, Poznania, Rzeszowa, Wrocławia i Warszawy. Uczestnicy konferencji mogli wysłuchać 38 referatów oraz licznych głosów w dyskusji. Organizatorzy kilkakrotnie przywoływali tradycję konferencji poświęconych kondycji mediów w Polsce organizowanych w Instytucie Dziennikarstwa UW przez nieżyjącą już prof. Alinę Słomkowską.

Konferencja poświęcona była przeobrażeniom, jakie dokonały się w polskich mediach po likwidacji cenzury, problemom, z jakimi borykają się media regionalne, nowym zjawiskom w polskich mediach oraz niektórym aspektom związanym z przyszłością środków masowego przekazu. Celem konferencji było także spotkanie się medioznawców z różnych ośrodków badawczych w kraju, wymiana poglądów i zapoznanie się z aktualnym dorobkiem naukowym.

Pierwszej sesji plenarnej przewodniczył prof. Jerzy Olędzki z Uniwersytetu Warszawskiego. Obrady plenarne rozpoczął prof. Bartłomiej Golka (UW) referatem poświęconym transformacji mediów w Polsce w latach 90. i wynikającej z tego konieczności ponownego określenia potrzeb badawczych. Na temat przedmiotu i kierunków rozwoju współczesnego medioznawstwa w Polsce wypowiedział się prof. Tomasz Goban-Klas (Uniwersytet Jagielloński), a prof. Jacek Sobczak (UAM w Poznaniu) wskazywał na konieczność zmian ustawodawstwa w zakresie działalności społecznych środków przekazu. W swoim wystąpieniu prof. Beata Ociepka (Uniwersytet Wrocławski), porównując brytyjski i polski model mediów publicznych, podkreślała konieczność dokonania zmian prawnych i strukturalnych tak,

by w Polsce rzeczywiście można było mówić o mediach publicznych. Jednym z problemów poruszanych podczas sesji plenarnej była także zauważalna degradacja polskiej prasy informacyjno-politycznej (prof. Tomasz Mielczarek, WSP w Kielcach) spadek liczby tytułów dzienników ogólnokrajowych i regionalnych. Sesję zakończył prof. Janusz Rulka (WSP w Bydgoszczy) rozważaniami nad historią w mediach na przykładzie wybranych przypadków z lat 1990-1999. Podczas dyskusji zwrócono uwagę na problem precyzyjnego zdefiniowania pojęcia *społeczne środki przekazu* oraz na odmienność tradycji kontynentalnej oraz anglosaskiej w odniesieniu do modelu mediów publicznych.

Po przerwie obrady były kontynuowane w trzech sekcjach. Obradom sekcji pierwszej, poświęconym dylematom rozwoju mediów regionalnych przewodniczył dr hab. Janusz Adamowski (Uniwersytet Warszawski). Podczas 11 wystąpień zaprezentowany został obraz mediów regionalnych od Wybrzeża do Śląska i – zdaniem referentów – nie był to obraz optymistyczny. W wystąpieniach wskazywano na kryzys mediów regionalnych, będący efektem nieustabilizowania rynku i dyktatu pracodawców. Zwrócono też uwagę na stan środowiska dziennikarskiego oraz kryzys prasy.

W sekcji drugiej, której przewodniczył prof. Bogdan Michalski (Uniwersytet Warszawski), referaty poświęcone były prawnym problemom mediów po 1989 roku. W 11 referatach i podczas dyskusji referenci zwracali uwagę, że zlikwidowanie cenzury zaowocowało różnymi próbami reglamentacji prasy, np. przez kolportaż. Wskazywano na próby manipulacji ustawą o prawach autorskich oraz na wykorzystywanie przepisów do reaktywacji cenzury i ograniczania swobody wypowiedzi. W kilku wystąpieniach podkreślano pojawienie się problemu związanego z ingerencją coraz silniejszych grup nacisku, które podejmują próby kontrolowania mediów i kwestię kompetencji samych dziennikarzy, często nie potrafiących skutecznie bronić swoich praw.

Obradom sekcji trzeciej przewodniczył dr hab. Maciej Mrozowski (Uniwersytet Warszawski). W 9 referatach zostało poruszonych 9 zagadnień, określonych jako nowe zjawiska w polskich mediach po 1989 roku. W kilku referatach omówiono problem zacierania się granic między sferą publiczną i prywatną oraz kształtowania się nowych relacji między elitami medialnymi a elitami politycznymi. W dwóch innych referatach przedstawiony został rozwój nowych mediów w Polsce oraz społeczne implikacje związane z pojawieniem się nowych technik komunikowania. Referenci zgodzili się, że pewne kategorie problemów, jak np. zagrożenia i pułapki wynikające z dynamicznego rozwoju Internetu, są wspólne zarówno dla nas, jak i dla krajów zachodnich. Bez wątpienia natomiast do zjawisk charakterystycznych dla polskiego rynku prasowego można zaliczyć dominację zachodnich, głównie niemieckich, wydawców na rynku prasy kobiecej i związany z tym transfer filozofii i wzorców, dostosowany jednak do polskiej specyfiki kulturowej. Dyskusję podsumował przewodniczący obradom dr hab. M. Mrozowski podkreślając, że w zasadzie każdy z prezentowanych tematów otwiera nowe problemy badawcze.

W drugim dniu obrad sesji plenarnej przewodniczył prof. Jerzy Bralczyk (Uniwersytet Warszawski). Pierwszy referat poświęcony refleksjom nad cenzurą i autocenzurą wygłosił

prof. Marcei Kosman (UAM w Poznaniu), który przypomniał, że od czasów Galla Anonima każdy, kto pisał na użytek publiczny, wliczając w to królewskich kronikarzy, zdawał sobie sprawę z odpowiedzialności za słowo i nie przelewał na papier wszystkich swoich obserwacji. Dr Marcelina Zuber (Uniwersytet Wrocławski) z punktu widzenia socjologa przedstawiła wizerunek mediów i dziennikarzy wynikający z badań opinii publicznej, wskazując na dość wysoki poziom prestiżu zawodu dziennikarskiego i społeczne przyzwolenie na krytykę elit politycznych oraz powszechną akceptację tezy, że prasa powinna być niezależna. Szczegółową analizę środków perswazyjnych, przede wszystkim metafor językowych, używanych w dyskursie politycznym przed i po zniesieniu cenzury przedstawili dr Paweł Nowak i mgr Danuta Kępa-Figura (UMCS w Lublinie). Interesująca była obserwacja, że zniesienie cenzury nie miało wpływu na zmianę językowego obrazu świata i współcześnie politykę objaśniają te same kategorie pojęciowe.

Przyszłością mediów i mediami przyszłości, będących efektem procesu kompleksowych zmian zdefiniowanym jako mediamorfoza zajął się w swoim wystąpieniu dr hab. Tadeusz Kowalski (Uniwersytet Warszawski). Podkreślając największą w dziejach ilość form medialnych, referent jednocześnie zwrócił uwagę na często występujący brak dystansu do innowacji, przecenianie jednych i niedocenywanie innych technologii. Po wystąpieniach odbyła się dyskusja i przewodniczący sekcji zapoznali zebranych z wynikami prac w poszczególnych zespołach. Wszystkie referaty i ważniejsze głosy w dyskusji konferencji „Polskie media – dziesięć lat po likwidacji cenzury” zostaną wydane przez Instytut Dziennikarstwa WDiNP UW w tomie, który ukaże się na początku 2001 roku.

Na zakończenie sesji dr hab. Janusz Adamowski podziękował przewodniczącym sekcji, referentom i dyskutantom wyraził wolę kontynuowania spotkań, dających szansę na wymianę myśli i pełniących funkcję integracyjną dla środowiska naukowego medioznawców. Przewodniczący konferencji podkreślił konieczność wymiany rezultatów pracy naukowej koordynowania podejmowanych badań, jako jednych z podstawowych czynników rozwoju medioznawstwa w Polsce. J. Adamowski zaproponował utworzenie komitetu, na forum którego zostanie przedyskutowana kwestia powołania stowarzyszenia jednoczącego publiczne szkoły dziennikarskie.



MARCELI KOSMAN

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

*Media w Polsce w XX wieku. Prasa – radio – telewizja – reklama – public relations – badania rynku* Praca zbiorowa. Poznań: „Press” 1999, s. 286.

Środki masowego przekazu u schyłku XX w. rozwijają się w oszałamiającym tempie i nic dziwnego, że zjawisku temu towarzyszy również bujny rozwój piśmiennictwa. Niestety, w tym zakresie jakość nie idzie w parze z budzącą bardziej irytację niż podziw ilością. Bardzo często bowiem mamy do czynienia z publikacjami merytorycznie nagannymi, kiedy biorą się do ich opracowania autorzy nie przygotowani, albo też firmują je swymi nazwiskami osoby znane, jednak nie mające w tym zakresie dorobku ani doświadczenia. Pojawiają się więc książki (czasami nawet okazałe księgi) pod szumnym tytułem encyklopedii lub słowników, które jednak z tymi formami nie mają nic wspólnego.

Na szczęście tego rodzaju uwag nie muszą kierować wobec starannie wydanej i bogato ilustrowanej publikacji zasygnalizowanej w nagłówku, która – jak mamy prawo sądzić z informacji wydawniczej na odwrocie strony tytułowej – zapoczątkowuje serię poświęconą polskim mediom. Nie została zaopatrzona w żaden podtytuł (wstęp, wprowadzenie, przewodnik itp.), a w istocie jest dobrze zaprogramowanym *sui generis* podręcznikiem, zawierającym podstawowe wiadomości obejmujące wiek XX. Rok 1900 ma tu charakter umowny, uwaga piszących koncentruje się na okresie po drugiej wojnie światowej aż do czasów nam współczesnych.

Ponadto wypada zauważyć, że znaczna część budzących wątpliwości publikacji jest emocjonalnie zaangażowana, podaje wiadomości wybiórczo i tendencyjnie. W tym wypadku autorzy – jest ich dwudziestu, są to profesjonaliści oraz postaci związane organizacyjnie ze środkami masowego przekazu – uniknęli tego zarzutu, co nie znaczy, że w opinii piszącego te słowa zawsze idealnie zdołali zobiektywizować obraz burzliwych dziejów ostatniego ćwierćwiecza kończącego się stulecia. Byli jednak tego bliscy, natomiast dalecy od jednostronnych ocen. A zresztą każdy werdykt w tym zakresie spotkać się może z zastrzeżeniami, że jest bliski którejś opcji.

Najtrudniej oczywiście ocenić to wszystko, co należy do dziejącej się współczesności. Toteż historyk może wnikliwiej spojrzeć na czasy już zamknięte, czyli – z wszelkimi zastrzeżeniami – przed 1945 r. W tym zakresie czytelnik otrzymał instruktywny obraz prasy, o niej napisano najwięcej (s.7-102), również można przyjąć jako reprezentatywny dobór *dziennikarzy wieku* (s.103-110), choć tu można by listę – znowu przemawia przede mną subiektywizm - nieco skorygować. Tylko nieco. Wiele uwagi poświęcono radiu (s.111-162) oraz telewizji (s. 163-218). Druga część książki (s. 229-284) dotyczy reklamy, public relations (może byłby już czas na wprowadzenie polskiego odpowiednika, dziś biedni studenci szermują tym określeniem często nie mając pojęcia, co się swojskiego pod tym kryje – ale to oczywiście nie zarzut pod adresem twórców książki) oraz badań rynku.

*Media w Polsce XX wieku* stanowią pożyteczną kontynuację kompetentnych, ale już historycznych opracowań, takich jak jednotomowy zarys prasy pod redakcją Jerzego Łojka, dowodzą też postępu na drodze do zobiektywizowanego obrazu zagadnienia w ostatnim półwieczu, dostrzegania nie tylko wad, ale i osiągnięć sprzed 1989 (1980, 1956 ?) r., politycznych uwarunkowań działalności czołowych ludzi prasy.

Śluszenie na początku zamieszczono mądrą wypowiedź Jerzego Giedroycia, owego mędrca, którego miejsce w kształtowaniu kultury politycznej Polaków jest niezaprzeczone, choć ostatnimi czasy lansuje się nadmiernie innych sędziwych nauczycieli narodu rodem z emigracji, właśnie kosztem olbrzyma z paryskiego domu „Kultury”. Ale to temat wykraczający poza zwięzłą recenzję.

Skoro jednak mowa o Giedroyciu, nie można nie zauważyć dziwnej ostatnimi laty innowacji w pisowni tego wielowiekowego nazwiska z Litwy historycznej. Oto Giedroyć (tak i on się pisał, wystarczy przyjrzeć się reprodukowanym licznie w wielu publikacjach jego autografom oraz legitymacjom) zamienił się w ... Giedroycia. Skoro bowiem *ć* zostało w jego ojczyźnie zastąpione przez *c*, dopełniacz musiałby przybrać horrendalną formę. Tak jest i tutaj, choć oczywiście nikt nie chciałby walczyć z *Giedroyciami*, którzy jako tacy zajęli trwale miejsce w naszej polsko-litewskiej historii. A że na zachodzie *ć* zapewne było trudne do wymówienia, to już sprawa inna.

Jeszcze jedno, już z kręgu baśniowej wykładni dziejów. Na s.182 podpis pod ilustracją głosi, że debata Miodowicz – Wałęsa *była wstępem do Okrągłego Stołu*. Była, owszem, ale tylko spektakularnym, w rzeczywistości bowiem rozmowy w ówczesnym Pałacu Namiestnikowskim mozolnie i w ciągu kilku długich lat były przygotowywane podczas posiedzeń Rady Konsultacyjnej – Wojciech Jaruzelski wysłuchiwał głosów autorytetów również z kręgu opozycyjnego i utwierdzał się w przekonaniu, że radykalne zmiany są konieczne. To tak na marginesie obrazu najnowszej przeszłości lansowanego przez środki masowego przekazu.

W sumie zamykamy tę dobrze napisaną książkę z nadzieją, że ona i jej podobne wyprą z rynku czytelniczego publikacje przypadkowe dotyczące mediów współczesnych.

WIESŁAW SONCZYK

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

## WĄTPLIWOŚCI WOKÓŁ LEKSYKONU O MEDIACH

PWN-owski pomysł stworzenia serii popularnych leksykonów tematycznych z pewnością zasługuje na życzliwe przyjęcie i poparcie. Choćby z tego względu, że właśnie leksykonów – rozumianych jako uporządkowany alfabetycznie zbiór haseł dotyczących określonej dyscypliny naukowej czy wycinka otaczającej nas rzeczywistości – nigdy przecież za dużo. Zwłaszcza w naszych czasach, gdy zarówno zasób leksykalny, jak i zdolność rozumienia znaczenia wielu pojęć przez tzw. przeciętnego człowieka nie są imponujące, a do tego – niestety – zmniejszają się w szybkim tempie. Członkowie komisji egzaminacyjnych, przysłuchujący się wypowiedziom kandydatów na studia mogą coś o tym powiedzieć po każdej rekrutacji. A należy pamiętać, że kandydaci na studia to – w przeważającej mierze – nie są ludzie przeciętni, ale elita współczesnej młodzieży.

Nie dziwi też fakt, że jedna z pierwszych publikacji z tej serii została poświęcona mediom<sup>1</sup>. Bo właśnie media – poprzez swoje rozliczne funkcje społeczne i niezwykle dynamiczny rozwój wewnętrzny – w coraz większym stopniu wpływają na nasze postawy, styl życia, sposób myślenia, opinie itp. Ten wpływ coraz częściej jest, niestety, negatywny. Dotyczy to zarówno pojedynczych ludzi, jak i większych grup społecznych, środowisk czy narodów, wreszcie – ludzkości w ogóle. Media zaznaczyły też swój niebagatelny wpływ na kierunek, tempo i skutki procesu transformacji społeczno-ustrojowej w Polsce po roku 1989.

Dzieje się tak zresztą nadal. Co więcej, trzeba się pogodzić z licznymi – nie zawsze pożądanymi ze społecznego punktu widzenia – konsekwencjami wzrastającej roli mediów, szczególnie w kontekście procesu kształtowania się społeczeństwa informacyjnego i agresywnego rozwoju rzeczywistości wirtualnej, rozpatrywanej zwłaszcza w perspektywie komunikacyjnej.

Zakres przedmiotowy i przeznaczenie leksykonu poświęconego mediom są zaskakująco szerokie. Jak głosi informacja na okładce, ma on być *przewodnikiem po świecie informacji*, oma-

---

<sup>1</sup> *Media*. Pod red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000, 280 s.

wiającym przede wszystkim *główne kierunki rozwoju środków masowego przekazu*, ale także prezentującym *najnowsze rozwiązania techniczne stosowane w gromadzeniu, przetwarzaniu i upowszechnianiu danych*. Ma on być także informatorem, który *ulatwia poznanie historii i współczesności prasy polskiej i zagranicznej, najszynniejszych rozgłośni radiowych, stacji telewizyjnych (także platformy cyfrowej), biografii zawodowej dziennikarzy i prezenterów, dyrygentów orkiestr Polskiego Radia*. *Specjalne miejsce w leksykonie zajmuje problem reklamy, terminy związane z jej przygotowaniem, prezentacją i badaniem odbioru społecznego*. Jako uzupełnienie książka zawiera *zestawienie dziejów mediów, ujęte w przejrzysty układ chronologiczny*.

W pierwszej chwili takie założenie metodologiczne wydaje się oczywiste i w pełni uzasadnione. Media stanowią przecież bardzo złożoną całość (system) i należy traktować je właśnie całościowo, uwzględniając jednocześnie ich wewnętrzne zróżnicowanie (w znaczeniu instytucjonalnym, technicznym, osobowym itp.).

Z drugiej strony jednak taka zapowiedź wydała mi się od razu nieco „podejrzana”. Choćby dlatego, że w zestawieniu ze stosunkowo skromną objętością książki skłania do ambiwalentnego wniosku: można się spodziewać albo genialnie skonstruowanej encyklopedii, albo – zaledwie – luźnego konglomeratu haseł powierzchownie opracowanych, mało użytecznych, z których czytelnik niewiele może się dowiedzieć. Powiem szczerze, że właśnie bardzo szeroko zakreślone ramy czasowe i tematyczne leksykonu sugerują raczej to drugie: bo jak pogodzić – powiedzmy dla przykładu – faktograficzne bogactwo historii prasy polskiej i zagranicznej ze złożonością problemów funkcjonowania współczesnych mediów, nie mówiąc już o biografiach zawodowych dziennikarzy, prezenterów itd. Dość powiedzieć, że wydany niedawno „Leksykon polskiego dziennikarstwa” to opasłe, liczące blisko 700 stron dzieło, w którym zebrano biogramy zaledwie dziennikarzy czynnych zawodowo po II wojnie światowej (a i tak z pewnością nie wszystkich!)<sup>2</sup>.

Mimo wszystko jednak do lektury leksykonu o mediach zabrałem się początkowo z nadzieją, a już na pewno ze świadomością, że jest to pierwsza tego typu publikacja od wielu lat. Bowiem od czasu wydanej w roku 1976 (sic!) „Encyklopedii wiedzy o prasie”<sup>3</sup> nie mieliśmy dotąd żadnego encyklopedycznego przewodnika po skomplikowanym świecie współczesnych mediów. Wydawano wprawdzie różnego typu informatory, ale to były przecież książki o zupełnie innym profilu<sup>4</sup>. Tymczasem nie ulega wątpliwości, że zapotrzebowanie na tego typu publikacje jest (i to coraz większe). Chodzi nie tylko o prace omawiające media współczesne – w całej ich okazałości – w ujęciu systemowym, ale także pokazujące je z jakiegoś konkretnego punktu widzenia, a więc w ujęciu problemowym.

Są ku temu przynajmniej dwa istotne powody. Po pierwsze – proces transformacji polskiego systemu medialnego dokonuje się w bardzo szybkim tempie i trzeba go, najlepiej na

<sup>2</sup> E. Ciborska, *Leksykon polskiego dziennikarstwa*, Warszawa 2000.

<sup>3</sup> *Encyklopedia wiedzy o prasie*. Pod red. Juliana Maślanki, Kraków 1976.

<sup>4</sup> Por.: *Prasa, radio i telewizja w świecie. Informator*. Praca zbiorowa pod red. B. Golki, Warszawa 1980.

bieżaco – w miarę szczegółowo opisywać, choćby tylko dla celów poznawczych. Wszystkiego wprawdzie opisać się nie da, ale trzeba zrobić wszystko, by zarejestrować i „zatrzymać w kadrze” chociaż to, co najważniejsze i najbardziej charakterystyczne dla procesu przekształceń. Tymczasem wystarczy przywołać liczne przykłady pism, które już dawno przestały ukazywać się, a o których niewiele lub właściwie nic nie wiadomo. Podobnie jest z wiedzą choćby o problemach funkcjonowania lokalnych nadawców komercyjnych, zwłaszcza radiowych. Po drugie – wydaje się, że im więcej będzie prac cząstkowych i opracowań przyczynkarskich, tym szybciej – oby! – doczekamy się wreszcie wyczerpującego, monograficznego podręcznika transformacji polskich mediów. Do tej pory, a minęło już 10 lat, takiego opracowania przecież nie ma.

Łukę badawczą i poznawczą w pewnym, bardzo ograniczonym stopniu wypełniają prace dyplomowe i magisterskie przygotowywane przez absolwentów dziennikarstwa w różnych uczelniach (m. in. w Instytucie Dziennikarstwa WDiNP UW). Ale to przysłowiowa kropla w morzu potrzeb. To samo zadanie próbują też realizować krakowskie „Zeszyty Prasoznawcze” oraz warszawskie „Studia Medioznawcze”. Ale dwa pisma – w tym jedno jako nominalnie kwartalnik, a faktycznie półrocznik – nie są w stanie w pełni i skutecznie wywiązać się z tak trudnej roli.

Profil i strukturę omawianej książki jej redaktorka przedstawia w krótkiej przedmowie, stwierdzając m. in.: *Leksykon jest to rodzaj publikacji encyklopedycznej, umożliwiającej czytelnikowi szybkie sprawdzenie i uzupełnienie wiadomości posiadanych lub uzyskanie nowych. Zapewnia to alfabetyczne ułożenie hasel, często słownikowych [...]. Największa grupa hasel umożliwia poznanie zarówno historii prasy polskiej, jak i światowej, zarówno tytułów prasowych zagranicznych, jak i polskich (od publicystyczno-informacyjnych, przez kulturalne i specjalistyczne, po popularne i bulwarowe). Nie zabrakło tytułów prasy emigracyjnej i polonijnej oraz oczywiście mniejszości narodowych w Polsce. Obok cenionych i popularnych dziennikarzy i wydawców znaleźli się fotoreporterzy. Leksykon »Media« to również propozycja poznania najbardziej popularnych rozgłośni radiowych, programów, dziennikarzy, satyryków, muzyków, dyrygentów i orkiestr Polskiego Radia (od początków istnienia po dzień dzisiejszy – od otwarcia stacji nadawczej w Raszynie po Solec Kujawski). Media to również historia telewizji światowej i polskiej, wraz z jej budowniczymi, popularnymi dziennikarzami i prezenterami oraz programami (od Jana Suzina po Agatę Młynarską, od »Tele-echa« – po »Ibisekcję«). Leksykon zawiera również informacje o stacjach telewizyjnych polskich i zagranicznych (również platformy cyfrowe i ich właściciele).*

*Cechą łączącą wszystkie wyżej wymienione media jest ich obecność w Internecie. Leksykon nasz to też opis zasad funkcjonowania Internetu i oczywiście słownik pojęć. Miejsce w mediach znalazła reklama, która zadziwia językiem niezbędnym w procesie tworzenia profesjonalnej reklamy i trudnym do zrozumienia. Ten proces spróbowaliśmy opisać i dołączyliśmy słownik pojęć.*

*W naszym opracowaniu nie zabrakło ściągawki ze słownika terminologicznego dziennikarstwa i pojęć technicznych. Zamieściliśmy też najbardziej znane konkursy i nagrody radiowe, telewizyjne, filmowe i fotograficzne. Ponieważ największą popularnością wśród telewidzów cieszą się filmy, w leksykonie można znaleźć najlepsze polskie serie telewizyjne, definicje gatunków filmowych oraz światowe wytwornie filmowe (s. 5-6).*

Tak szeroki zakres tematyczny leksykonu łatwo zapowiedzieć, znacznie trudniej kompetentnie go zrealizować (jeśli w ogóle jest to możliwe w jednej książce!). Chodzi w tym przypadku zarówno o dobór hasel, jak i o ich treść oraz sposób sporządzenia (strukturę) całości.

To, co bodaj najbardziej rzuca się w oczy w trakcie nawet pobieżnej lektury leksykonu, to zróżnicowana objętość poszczególnych jego hasel, wyodrębnionych wedle alfabetu. Niektóre z nich (np. rozpoczynające się na litery „k”, „p” czy „s”) liczą nawet po kilkanaście stron, niektóre zaś mają wymiar zupełnie symboliczny, a już na pewno skrajnie „oszczędnym” przypadkiem jest „I”, gdyż te hasła zmieściła autorka na jednej stronie. W pewnym stopniu to wprawdzie zrozumiałe, gdyż w polszczyźnie relatywnie mało jest wyrazów zaczynających się od „I”, ale 8 (osiem!) omówionych hasel to stanowczo zbyt mało.

Na pewno na to zasługują i powinny być uwzględnione także inne, jak choćby: łam czy łamanie. W tej części powinny też być uwzględnione biogramy kilkunastu znanych przedstawicieli polskiego dziennikarstwa (np. Leopold Łabędź, zmarły w roku 1993 politolog i publicysta emigracyjny, współpracownik m. in. paryskiej „Kultury”). Nawiasem mówiąc, wśród uwzględnionych hasel znalazły się biogramy Jana Łangowskiego i Zygmunta Ławrynowicza, tyle tylko że – niestety – przepisane bodaj dosłownie z III tomu „Nowej encyklopedii powszechnej PWN” z roku 1996. Tymczasem wypadalo je rozszerzyć, choćby poprzez wyeksponowanie zasług i dorobku dziennikarskiego obu zasłużonych postaci.

Z pewnością wypadaloby też uwzględnić kilka nazwisk współczesnych dziennikarzy, których nazwiska zaczynają się na „I” i którzy – obecnie czy przed laty – piastowali nawet kierownicze funkcje w redakcjach (choćby red. Maciej Łukasiewicz z „Rzeczpospolitej” czy dr Maria Łopatkowa, w latach 1969-1971 kierująca redakcją miesięcznika „Przyjaciel Dziecka”). Można zapytać, dlaczego zabrakło – wymieńmy dla przykładu – biogramu Eustachego Łapskiego (właściwie: Ostap Łapski), współtwórcy tygodnika dla mniejszości ukraińskiej „Nasze Słowo” i autora licznych audycji ukraińskojęzycznych w Polskim Radiu, dlaczego brakuje biogramu prof. Jerzego Łojka, zmarłego w roku 1986 wybitnego znawcy dziejów prasy polskiej i autora podręczników z tego zakresu (m. in. to pod jego redakcją w Pracowni Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego XIX i XX wieku przygotowano monumentalną, czterotomową historię prasy polskiej), wreszcie – dlaczego nie ma nawet drobnej wzmianki o Tadeuszu Łomnickim, wybitnym aktorze, znanym z licznych ról w filmach i serialach telewizyjnych, nie ma też ani słowa o Filipie Łobodzińskim (choć są odnotowani inni prezenterzy telewizyjni z jego pokolenia). Podobnych przykładów znalazłoby się więcej.

Osobna kwestia to pisma, których tytuły zaczynają się na „I”. W leksykonie opisano m. in. katolicki tygodnik „Ład” (zlikwidowany w roku 1995), zapomniano zaś o istniejących po dzień dzisiejszy pismach (np. wydawany od roku 1899 miesięcznik „Łowiec Polski”, wydawany od 1950 r. tygodnik „Łączność” czy istniejące od roku 1925 „Łomżyńskie Wiadomości Diecezjalne”). Ale to bynajmniej nie odosobniony przypadek niekonsekwencji: przecież skoro już wymieniono czasopismo „Ład”, podając przy tym, że w ostatnich latach (od roku 1991) kierował nim red. Maciej Łętowski, to należało właśnie o nim napisać coś więcej i to w osobnym haśle biograficznym. To przecież m. in. współtwórca Stowarzyszenia Dziennikarzy Katolickich, znany felietonista, komentator, zaangażowany także w radiu publicznym, z pewnością zasługujący więc na uwzględnienie w stopniu nie mniejszym (chyba?) niż na przykład Kinga Rusin, Maciej Orłoś czy Tomasz Lis (ich sylwetki podano). Nie mam też nic przeciwko umieszczeniu biogramów Heleny Łuczywo czy Marka Łatyńskiego, ale jestem pewien, że – zwłaszcza wśród żyjących, nadal czynnych zawodowo dziennikarzy – jest jeszcze kilku, których nazwiska zaczynają się na „I” i którzy z pewnością zasłużyli na wymienienie ich w leksykonie.

Przykłady podobnych wątpliwości można mnożyć. I nie chodzi bynajmniej o to, czyje biogramy są, czyich nie ma. Rzecz w tym natomiast, że ani w przedmowie autorka nie określiła, ani na podstawie analizy treści leksykonu nie sposób jednoznacznie stwierdzić tego, co dla konstrukcji wszelkich leksykonów jest bodaj najważniejsze – wedle jakiego kryterium dobierano poszczególne nazwiska i szerzej – hasła. Co więcej, można odnieść wrażenie, iż w tym przypadku dobierano je zupełnie dowolnie i przypadkowo. A leksykon ułożony chaotycznie trudno uznać za udany i użyteczny.

Chodzi zresztą nie tylko o dobór hasel. Wiele wątpliwości nastęrcza także ich budowa i objętość. Niektóre hasła są przecież tak lakoniczne, że można zapytać o celowość (sens) ich uwzględnienia. Dla przykładu: pod hasłem „Jantar” podano tylko, że to *tygodnik dla młodzieży, wydawany 1957-81 w Szczecinie*, zaś pod hasłem „telewizja cyfrowa” wyjaśniono, że to *telewizja, w której do przetwarzania i przesyłania sygnałów stosuje się technikę cyfrową*, a już niezwykle „odkrywczo” (przepraszam za tę małą złośliwość!) brzmi hasło „teledwidz” (*widz oglądający program telewizyjny*). Niewiele mówią hasła typu „Alba Television” (*prywatna stacja telewizyjna, działająca od 1997 w Tiranie*) czy „Łodzier Togblat” (*syjonistyczna gazeta codzienna, wydawana 1908-36 w języku jidysz*). Podobnych przykładów hasel o wątpliwej wartości poznawczej jest w omawianym leksykonie wiele. Nie ma sensu ich wyliczać. Powtórzę natomiast: skoro leksykon ma specjalistyczny profil, to jego potencjalni odbiorcy mają pełne prawo oczekiwać wiedzy bardziej szczegółowej niż ta, którą przekazują hasła encyklopedii popularnej, świadomie adresowanej do wszystkich.

Przedziwna i mocno dyskusyjna jest też konstrukcja wielu biogramów; dla przykładu: Ryszardowi Kapuścińskiemu – jednemu z największych współczesnych dziennikarzy polskich – poświęcono raptem 14 wierszy, za to biogram Tadeusza Mazowieckiego – chyba jednak znanego bardziej jako polityka niż dziennikarza – jest niemal dwukrotnie dłuższy.

Albo inny przykład: jest biogram Kazimierza Kąkola (prof. UW, w latach 1957-1974 – redaktor naczelny tygodnika „Prawo i Życie” itd.), ale nie ma ani słowa o red. Krzysztofie Kąkolewskim. Nie ma też biogramu Bolesława Prusa, jednego z największych dziennikarzy polskich II połowy XIX w., współpracownika wielu pism warszawskich, redaktora naczelnego dziennika „Nowiny” (ale jest hasło „Nowiny”), autora słynnych kronik tygodniowych i jednego z pierwszych polskich prasoznawców. Jeszcze inny przykład: jest bardziej niż skromny (o to akurat nie mam pretensji) biogram Henryka Rzewuskiego (1791–1866), ale może właśnie dlatego powinno się w nim podać, że o tym ciekawym, choć mało znanym pisarzu i publicyście można przeczytać w niezwykle bogato udokumentowanej monografii Andrzeja Ślisza<sup>5</sup>.

Jest też sporo drobnych wprawdzie, ale dziwnych przypadków w rodzaju: biogram Moniki Olejnik zaczyna się od roku 1982, ale brak danych o roku urodzenia („ur. ?”), w haśle „abonament” podano (tylko po co?) wysokość abonamentu radiowo-telewizyjnego (ale jedynie w latach 1999 i 2000), natomiast hasło „Centrum Nadawcze Polskiego Radia” (s. 37) opatrzone odsyłaczem do „Solec Kujawski”, a to hasło z kolei rozwinięto na s. 204 jako „Solec Kujawski, Radiowe Centrum Nadawcze Polskiego Radia w Solcu Kujawskim”. Przykładów tego typu jest – niestety – znacznie więcej. Trochę drażnią, trochę śmieszają...

W kontekście powyższych uwag i zastrzeżeń, wysuniętych bynajmniej nie w celu wyłącznego skrytykowania formuły czy ze świadomej chęci obniżenia wartości omawianej książki, trudno więc zgodzić się ze sformułowaną w przedmowie tezą, iż leksykon to [...] *próba opisanie stanu wiedzy na początku XXI wieku i zdefiniowania nowych zjawisk, które właśnie stają się codziennością. Około 2,5 tysiąca haseł prezentuje główne kierunki rozwoju mediów. Zakres ich sprawia, że leksykon jest użyteczny dla osób poszukujących informacji zawodowo (choćby dziennikarzy) oraz zarówno dla uczniów czy studentów decydujących o swej przyszłości, jak i ich rodziców próbujących zrozumieć język współczesnej informacji i techniki* (s. 5). Po pierwsze – wiek XXI jeszcze się nie rozpoczął, po drugie – z tą użytecznością leksykonu to chyba jednak spora przesada.

Wydanie leksykonu chciałbym jednak potraktować jako dobrą okazję do szerszej dyskusji o sposobie popularyzacji problemów medioznawstwa. Inaczej mówiąc, warto zastanowić się, jak powinien być skonstruowany leksykon, by był bardziej użyteczny i by lepiej prezentował złożoną rzeczywistość medialną. Nie sądzę zresztą, by ktoś miał gotowy, klarowny pomysł w tym względzie. Z tego właśnie powodu formułę takiego encyklopedycznego podręcznika mediów warto dokładniej przedyskutować.

Jednym z ważniejszych problemów, który wymaga rozstrzygnięcia, jest zakres takiej książki: czy mają to być od razu wszystkie media, czy może każdy środek przekazu powinien być omawiany oddzielnie. Wówczas należałoby mówić o kilku samoistnych publikacjach (zeszytach), tworzących jednak integralną całość. W związku z tym należałoby także

---

<sup>5</sup> A. Ślisz, *Henryk Rzewuski – życie i poglądy*, Warszawa 1986.

rozstrzygnąć zakres samego pojęcia media (w ujęciu systemowym). Tradycyjne granice systemu medialnego zacierają się przecież coraz bardziej. Autorzy niektórych podręczników zaliczają do mediów drukowanych już nie tylko dzienniki i czasopisma, ale także książki, broszury, ulotki, plakaty itd., a do mediów elektronicznych – oprócz radia i telewizji – również kasety audio i video, nie mówiąc już o telefaksach czy wszelkich nowinkach telekomunikacyjnych, Internecie oraz sieci WWW.

Przyjęcie takiego założenia wydaje się jednak wątpliwe, a już na pewno – dyskusyjne. Co innego bowiem możliwość wykorzystywania, nawet na dużą skalę, różnych sposobów komunikowania się ludzi między sobą, co innego natomiast środki przekazu tworzące pewien system, charakterystyczny dla danego państwa, stanowiący zresztą jego element składowy (chodzi o podstawy prawne, strukturę i organizację działalności mediów, ich funkcje społeczne itp.). Dla przykładu: Internet z pewnością jest nowoczesnym, technicznie doskonałym sposobem interaktywnej komunikacji międzyludzkiej, ale choćby ze względu na swą aterytorialność nie można go traktować jako elementu systemu medialnego konkretnego państwa.

Celowe wydaje się także określenie *a priori* geograficznego (terytorialnego) zasięgu tematyki leksykonu: chodzi o to, czy poszczególne hasła mają dotyczyć wyłącznie naszego kraju (byłbym temu przeciwny), czy także innych państw. Szczerze mówiąc, bardziej odpowiada mi koncepcja rozszerzenia zasięgu terytorialnego, ale jednocześnie sądzę, że trzeba byłoby go w miarę jednoznacznie i przekonująco uściślić (np. objąć tylko najważniejsze kraje świata czy nawet jedynie państwa europejskie). A to nie jest bynajmniej proste ani łatwe. W każdym razie, w przedmowie powinna się znaleźć stosowna informacja na ten temat.

Równie konieczne wydaje się ustalenie granic czasowych leksykonu, co dotyczy zwłaszcza prasy drukowanej, której początki w Polsce sięgają przecież XVII w. Powstaje zatem wątpliwość natury metodologicznej: czy brać pod uwagę wszystkie pisma, które się odtąd ukazały, czy może tylko niektóre. Ale jeśli wybierać, to wedle jakiego klucza? Podobnych, nasuwających się przy tej okazji wątpliwości, jest więcej. Inne instytucje składowe systemu medialnego nastroczają już mniej kłopotów, gdyż ich historia jest znacznie krótsza.

Dlatego, być może, trzeba byłoby rozważyć pomysł przedstawienia zdecydowanie obszerniejszych niż w obecnym leksykonie haseł poświęconych głównym mediom (prasa, radio, telewizja, kolportaż itd.), ukazując wedle kryterium chronologicznego ich historię, rozwój organizacyjny itp. Tego typu hasła choć nieliczne są wprawdzie w leksykonie zamieszczone, ale niektóre z nich nie wiadomo dlaczego, kończą się na przedstawieniu faktów bodaj sprzed kilku dziesięcioleci. Dla przykładu warto podać, że hasło RSW „Prasa” kończy się (i słusznie) informacją o powstaniu w roku 1973 RSW „Prasa-Książka-Ruch”, ale o dalszych losach tej Spółdzielni nie napisano już ani słowa. Gwoli ścisłości RSW „Prasa-Książka-Ruch”, choć w stadium likwidacji, istnieje po dzień dzisiejszy.

Wskazane byłoby również ujednolicenie budowy haseł, zwłaszcza osobowych (biogramów). Trudno przecież zgodzić się na to, by za wyczerpujące i satysfakcjonujące bardziej wymagającego czytelnika uznać biogramy red. Jerzego Turowicza (14 wierszy), czy red.

Tomasza Lisa (23 wiersze). Sposób skonstruowania obu biogramów jest nie do przyjęcia: pierwszy jest zbyt zdawkowy, drugi przesadnie rozbudowany o drugorzędne szczegóły (np. z kim – chodziło m.in. o głowy państw i prominentnych polityków – red. Lis przeprowadził wywiady). Wydaje się, że gdy chodzi o budowę haseł osobowych, można byłoby skorzystać z istniejących już i w praktyce sprawdzonych wzorów, np. z zasad opracowanych przez redakcję „Polskiego Słownika Biograficznego”, których przestrzegać muszą autorzy publikowanych tam biogramów

Nie ulega wątpliwości, że praktyczna użyteczność leksykonu zwiększyłaby się znacznie, gdyby był on wyposażony w podstawowe indeksy, choćby przedmiotowy i osobowy. Przydałby się zresztą również indeks tytułów prasowych, nazw rozgłośni, firm kolporterskich itd. Wówczas poprzez system odsyłaczy czytelnik mógłby nie tylko stosunkowo szybko dotrzeć do potrzebnych mu informacji konkretnych, bezpośrednio dotyczących osoby czy instytucji, ale i poznać kontekst ich funkcjonowania (w przeszłości czy obecnie). A w wielu przypadkach jest to przecież niezwykle istotne.

Leksykon poświęcony mediom powinien zawierać również ilustracje i inne elementy graficzne, które wzbogaciłyby materiał tekstowy. Biogramy dziennikarzy czy popularniejszych osobowości prasowych, radiowych czy telewizyjnych mogłyby być uzupełnione ich fotografiami, a w przypadku aktorów – nawet fotosami z głośniejszych filmów. Z kolei hasła prezentujące poszczególne redakcje pism codziennych i periodycznych, stacji radiowych czy telewizyjnych itd. powinny być zilustrowane choćby fotokopiami ich tytułów, zdjęciami logo czy innymi znakami graficznymi, z którymi dana instytucja na co dzień się kojarzy.

Trud stworzenia leksykonu o mediach warto więc ponowić. Ten, który właśnie ukazał się nakładem zasłużonej oficyny wydawniczej, można potraktować jako wersję roboczą, wymagającą poprawek. Tymczasem zaś – zgodnie z ludowym porzekadłem – „jak się nie ma co się lubi, to się lubi co się ma”.

KATARZYNA KAMIŃSKA

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

ISSN 1641-0920

*Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity and Journalism.* Ed. by Svennik Høyer, Epp Lauk, Peeter Vihalemm. Tartu 1993, 360 s.

Powstanie książki jest konsekwencją spotkania przedstawicieli i znawców prasy z krajów bałtyckich na konferencji, która odbyła się w Oslo w 1991. Temat konferencji – *Media w zmieniającym się społeczeństwie* – omówiony został zaledwie w sześć tygodni po odzyskaniu niepodległości przez kraje bałtyckie.

Dzięki Baltic Association for Media Research, instytucji powołanej na Uniwersytecie w Tartu podczas pracy nad omawianym dziełem, powstała książka wyjątkowa i, jak do tej pory, jedyna, która opisuje bałtyckie media<sup>1</sup>. Współpraca ponad dwudziestu autorów sześciu narodowości zaowocowała dziełem opisującym rozwój mediów Estonii, Łotwy i Litwy. Trudu koordynowania pracy wszystkich autorów podjął się profesor Peeter Vihalemm z Uniwersytetu w Tartu. O konsultację poproszeni zostali profesor Svennik Høyer, który napisał również wprowadzenie do pracy, oraz pracownicy Wydziału Mediów i Komunikacji Uniwersytetu w Oslo. Historyczną część zredagowała Epp Lauk, która zestawiała w logiczną całość powstające na ten temat prace poszczególnych autorów, poruszając również wiele zagadnień do tej pory nie badanych.

Zawarte w książce fakty dotyczące mediów są mało znane i mogą zaskoczyć również osoby znające historię prasy państw bałtyckich. Pomysłowe ujęcie zagadnień historycznych

---

<sup>1</sup> Tak twierdzi we wstępie do recenzowanej książki (s. 9) jeden z jej konsultantów – profesor Svennik Høyer. Podstawowe informacje na temat prasy drukowanej w Estonii oraz na temat jej mediów elektronicznych zawarł także J. Darski w swojej książce pt. *Estonia. Historia, współczesność i konflikty narodowe*, Warszawa 1995. O prasie politycznej okresu międzywojennego wspomina również P. Lossowski, *Kraje bałtyckie na drodze od demokracji parlamentarnej do dyktatury (1918-1934)*, Wrocław 1972.

i spojrzenie na nie przez pryzmat rozwoju mediów, zmieniających się wymagań i ograniczeń cenzorskich oraz wizerunku rynku wydawniczego, pozwoliło na napisanie dzieła niezwykle ciekawego i niebanalnego. Nieszablonowość przedsięwzięcia polega nie tylko na dokładnym opracowaniu poszczególnych okresów historycznych pod kątem prasy, ale również na dodaniu komentarzy autorskich, które mają za zadanie zainteresować czytelnika nie wtajemniczonego w zasady funkcjonowania systemów mediów państw bałtyckich.

Książka składa się z wprowadzenia historycznego, trzech części podzielonych na rozdziały i podrozdziały oraz zakończenia w formie eseju. Dodatkową zaletą pracy są również, umieszczone na końcu książki, dodatki zawierające mapy, tabele i wykresy, stanowiące jej graficzne uzupełnienie. Pierwszą część pracy zatytułowaną „Retrospektywne spojrzenie na rozwój mediów w państwach bałtyckich” podzielono na sześć rozdziałów. Rozdziały od siódmego do dziesiątego zawarto w drugiej części nazwanej „System radziecki w prasie bałtyckiej”, a trzecia część, zatytułowana „Nowy początek”, obejmuje rozdziały od jedenastego do trzynastego.

Książkę otwiera wprowadzenie historyczne, w którym omówiono poszczególne okresy rozwoju państw bałtyckich. Okres od trzynastego do dziewiętnastego stulecia został potraktowany dość ogólnikowo, natomiast więcej miejsca poświęcono wydarzeniom wieku dwudziestego, który dla Baltów był stuleciem największych zmian, ale przede wszystkim oznaczał uzyskanie i odzyskanie utraconej niepodległości. Wadą tej części książki jest zbyt skrótowe ujęcie historii. Mimo iż nie ona, lecz rozwój mediów jest głównym tematem pracy, to jednak dla czytelnika nie obeznanego z dziejami tej części świata pewne aspekty opisane we wstępie mogą pozostać niezrozumiałe. Opublikowanie pracy w języku angielskim sugeruje, że ma ona dotrzeć do szerszego grona odbiorców z różnych państw. Niestety, nie zawsze czytelnik dysponuje odpowiednią wiedzą, aby poradzić sobie z mało znanym i ściśle określonym tematem, jakim są zagadnienia poświęcone krajom od niedawna samodzielnie egzystującym na arenie międzynarodowej, jak np. Estonia, czy Łotwa<sup>2</sup>. Kształtowanie się świadomości narodowej w państwach bałtyckich i przywiązanie do niej stało się bowiem jednym z bodźców prowadzących do przemian kulturowych, rozbudziło chęć walki o niezależność i niepodległość, a w konsekwencji wpłynęło na rozwój ich prasy. Stąd też wskazane byłoby szersze spojrzenie na kontekst historyczny i rozbudowanie tej części książki.

W pierwszym rozdziale poświęconym początkom publikowania autorzy przedstawiają problemy związane z wprowadzeniem druku i jego rozpowszechnianiem, zajmują się rozwojem służb pocztowych, literatury oraz prekursorami dziennikarstwa. Opisano wszelkie periodyki i dzienniki ukazujące się od początku istnienia prasy na terenie dzisiejszych państw bałtyckich po dziewiętnasty wiek.

---

<sup>2</sup> Zainteresowany czytelnik z Polski może poszerzyć swoją wiedzę na temat historii państw bałtyckich sięgając po cytowaną już pracę P. Lossowskiego oraz tegoż, *Stosunki polsko-estońskie 1919-1939*, Gdańsk 1992, a także książkę J. Darskiego, *op. cit.*

Kolejny rozdział poświęcono krytycznej sytuacji prasy narodowej w dziewiętnastym stuleciu. Upolitycznienie prasy, poddawanie cenzurze oraz dążenie do podporządkowania wpływom usiłującym wynarodowić Baltów stanowią główne zagadnienia tej części pracy. Opisano również wpływ wojen oraz kryzysów, które nie omijały w owych czasach państwa carów. Konsekwencją tych wydarzeń była czasowa liberalizacja polityki rządów wobec prowincji bałtyckich. Zaowocowało to ożywieniem publicznego życia politycznego i nie pozostało bez wpływu na rozwój prasy narodowej. Znaczące zmiany w strukturze społeczno-ekonomicznej będące konsekwencją reform agrarnych oraz rozwój szkolnictwa również kształtowały świadomość narodową i zaznaczyły różnice pomiędzy ludnością państw bałtyckich.

Następny rozdział zatytułowano „Wyzwania stawiane przed dziennikarstwem narodowym w obliczu poczynań władz niemieckich i rosyjskich”. Autorzy opisują poszczególne publikacje ukazujące się na terenach pozostających pod wpływem władz nie zainteresowanych rozwojem odrębności etnicznej na Litwie, Łotwie i Estonii oraz jej dalszym umacnianiem się. Konsekwentna polityka wynarodowiania doprowadziła do masowej emigracji<sup>3</sup>, przedstawiono więc rolę prasy litewskiej wspieranej przez Stany Zjednoczone i wydawanej na obczyźnie. Omówiono też sytuację prasy mniejszości litewskiej na terytorium Prus i Imperium Rosyjskiego, rozwój narodowej prasy estońskiej oraz łotewskiej, która była konsekwencją wzmacniania się aspiracji narodowych tych nacji.

Rozdział czwarty traktuje o prasie politycznej na początku wieku dwudziestego. Rewolucja 1905 roku zaowocowała bezprecedensową ekspansją dziennikarstwa bałtyckiego. Prasa staje się wówczas nierozzerwalną częścią życia publicznego. Wkrada się we wszystkie sfery życia społecznego, jej wpływ na opinię publiczną wzrasta, toczą się pierwsze, publiczne boje o wolność prasy łotewskiej i estońskiej. Szczególnie podkreślono nasilenie się ruchów rewolucyjnych, które znalazły swoje odzwierciedlenie w zawartości prasy przed I wojną światową. Opisano również wpływ pierwszej z wojen światowych na rozwój prasy w państwach bałtyckich oraz wprowadzenie cenzury wojskowej, która została zniesiona w 1917 r., po rewolucji lutowej, kiedy rząd tymczasowy promulgował prawo prasowe głoszące swobodę słowa drukowanego oraz handlowania materiałami drukowanymi<sup>4</sup>.

Piąty rozdział pierwszej części podzielono na trzy podrozdziały poświęcone kolejno Estonii, Łotwie i Litwie. Poruszono zagadnienia dotyczące relacji między prasą a władzami państwowymi w okresie kształtowania się młodych demokracji w latach 1918–1940. Zwrócono uwagę na kryzysy państwowe, wprowadzenie dyktatur oraz konsekwencje takich

---

<sup>3</sup> Jak podają autorzy recenzowanej pracy (s. 85), w wyniku masowej emigracji, która rozpoczęła się w drugiej połowie XIX wieku, jedna trzecia Litwinów mieszkała za granicą, głównie w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej i Kanadzie.

<sup>4</sup> Po raz pierwszy w historii Imperium Rosyjskiego została wówczas ogłoszona wolność prasy. Jednak niestabilność polityczna ograniczyła wprowadzenie deklarowanych wolności i ponownie doprowadziła do powrotu cenzury wojskowej, *ibidem*, s. 114.

działań dla prasy i dziennikarzy. Omówiono zagrożenia dla wolności prasy wynikające ze zmieniającej się rzeczywistości historycznej oraz specyficzne uregulowania ograniczające wolność wypowiedzi w odniesieniu do poszczególnych organów państwowych. Oddzielne akapity poświęcono powstawaniu radia, jego rozwojowi i porównaniu sytuacji nadawców z krajów bałtyckich oraz innych państw.

Wydarzenia związane z okupacją państw bałtyckich w okresie od lata 1940 do jesieni 1944 zawarte zostały w rozdziale kolejnym. Przedstawiono sposób włączania lokalnych mediów do struktur prasy tworzonych przez okupantów oraz ruch oporu działający na terenach podporządkowanych obcej władzy.

Druga część książki – rozdziały od siódmego do dziesiątego – opisuje prasę bałtycką w czasie, gdy republiki bałtyckie stanowiły część Związku Radzieckiego. Dziennikarstwo było wówczas ważnym elementem systemu politycznego, bowiem – jak twierdził Lenin – dziennikarstwo miało być „nie tylko kolektywnym agitatorom, ale również kolektywnym organizatorem”<sup>5</sup>. Opisano zatem ideologiczne standardy mediów masowych w państwie komunistycznym oraz próby przejęcia kontroli nad życiem ludzi poprzez nadawanie wszystkiemu znaczenia, a także poddawania ocenie dziennikarstwa, które miało być nauczycielem ludu.

Rozdział ósmy obejmuje zagadnienia dotyczące prasy podziemnej wydawanej w czasie stalinizmu, sporo uwagi poświęcono również radiu, które scharakteryzowano jako „zalaną żalosią i monotonna propagandą”<sup>6</sup>. Opisano także działalność cenzury i represje kierowane w stosunku do pracowników prasy i radia.

Zmianom zachodzącym w mediach podczas odwilży politycznej w latach 1956-1968 poświęcono rozdział dziewiąty. Publiczne potępienie kultu Stalina zapoczątkowało radykalne zerwanie z przeszłością. Media zaczęły zmieniać swoje oblicze z elementu maszyny propagandowej stopniowo stając się prasą masową we właściwym tego słowa znaczeniu. Po raz pierwszy od zakończenia II wojny światowej Bałtowie mieli możliwość kontaktowania się ze swoimi krewnymi za granicą, co odnowiło związki z własną kulturą narodową, która rozwijała się bardzo pręźnie właśnie na emigracji.

Kolejnym represjom obywatele republik nadbałtyckich poddani zostali na początku lat siedemdziesiątych, o czym mówi rozdział dziesiąty. Represje były mniej dotkliwe niż w latach pięćdziesiątych i dotyczyły przede wszystkim tych, którzy otwarcie buntowali się przeciwko władzy. W okresie stagnacji od 1976 do 1986 roku aparat ideologiczny państwa radzieckiego został wydatnie osłabiony.

Stopniowo słabnie zaangażowanie cenzury w proces kontroli publikacji, co było wynikiem znudzenia ideologią nie przystającą do codziennego życia. Pozwoliło to na przedstawianie osobistych komentarzy dziennikarskich, które były odmienne od oficjalnej doktryny państwa.

---

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 177.

<sup>6</sup> *Ibidem*, s. 191.

„Nowy początek” – to tytuł trzeciej części książki, składającej się z rozdziałów jedenastego do trzynastego. Poprzedzono ją wstępem historycznym nazwanym przez autorów „Przebudzenie” i obejmującym lata 1987-1990. Rozdział jedenasty poświęcono prasie drukowanej i elektronicznej na Łotwie od momentu rewolucji zwanej śpiewaną, po wybory w 1993 roku. Nie pominięto również roli mediów w wydarzeniach z 1991 oraz opisano rynek prasy i zasady jego finansowania oraz istniejące obecnie dzienniki, periodyki oraz wydawnictwa mniejszości rosyjskiej. W podobny sposób przedstawiono w następnym rozdziale sytuację na Litwie, ale temu państwu poświęcono mniej miejsca. W trzynastym rozdziale omawia się analogicznie prasę estońską.

Zakończenie – w formie eseju – przygotowane zostało przez osobę nie będącą obywatelem państwa bałtyckiego, co sugeruje tytuł wypowiedzi „Spojrzenie z zewnątrz”. W tej części zwraca się uwagę na odrodzenie i dalszy rozwój tożsamości narodowej państw bałtyckich oraz dążenia do umocnienia wartości demokratycznych w tych krajach.

Zaletą pracy są liczne dodatki umieszczone na końcu książki. Znajduje się tam między innymi kalendarium najważniejszych wydarzeń w krajach bałtyckich. Wykresy przedstawiają strukturę handlu zagranicznego, zatrudnienia, emigracji na przestrzeni dziejów, rozwój liczebny społeczeństw krajów bałtyckich. Książkę uzupełnia zestawienie chronologiczne faktów z historii prasy, przedstawiono także tytuły oraz dane dotyczące nakładów prasy drukowanej, ukazującej się od roku 1766 do czasów współczesnych. Podobnie zestawiono informacje na temat mediów elektronicznych

Niewątpliwą zaletą pracy jest fakt, iż w gronie jej autorów znalazły się osoby na co dzień związane z mediami i w nich pracujące. Wśród nich są między innymi przedstawiciele największych tytułów prasowych, jak np. pani Tiina Kaalep, pełnomocnik redaktora naczelnego „Eesti Ekspress” – jednego z największych tygodników na rynku estońskim.



DONATA NOWAKOWSKA

*Studia Medioznawcze nr 1/2000*

*ISSN 1641-0920*

**Wojciech Budzyński: *Reklama. Techniki skutecznej perswazji*. Warszawa: Poltex 1999, 217 s.**

„Reklama techniki skutecznej perswazji” to kolejna pozycja, która ukazała się w serii Warsztaty Menedżerskie nakładem warszawskiego wydawnictwa Poltex.

Najnowsza publikacja W. Budzyńskiego składa się ze wstępu, 12 rozdziałów i zakończenia. Zawiera także dwa aneksy, z których pierwszy przedstawia jednolite reguły prowadzenia interesów z potencjalnymi klientami, drugi zaś to spis wybranych aktów prawnych i samoograniczeń. Cennym uzupełnieniem są zamieszczone przykłady reklam.

Poszczególne rozdziały krok po kroku wprowadzają czytelnika w świat reklamy, wyjaśniając podstawowe pojęcia.

Rozdział pierwszy – „Uwarunkowania prawne działalności reklamowej” – poświęcony został normom prawnym dotyczącym działalności reklamowej. Autor zaczyna od ustawowego wyjaśnienia pojęcia reklamy. Czym więc jest reklama? „Uśmiechniętym ścierwem” (według Toscaniego), oglupiającym kalejdoskopem pełnym kolorowej tandety, czy może sztuką przez duże S? *Brak ustawowo zdefiniowanego uniwersalnego pojęcia reklamy pozwala podmiotom gospodarczym na podejmowanie działań o charakterze reklamowym pod pozorem działań nie mających takich cech* – pisze Budzyński.

Ustawowa definicja reklamy pojawiła się dopiero w 1992 r. w ustawie o radiofonii i telewizji. Następnie autor zapoznaje czytelnika z ustawą o nieuczciwej konkurencji, która stanowi fundamentalny zbiór zasad obowiązujących w świecie reklamy. Dużo miejsca poświęca reklamom budzącym liczne kontrowersje. Dotyczy to reklam takich artykułów jak alkohol, papierosy, a także leków czy gier hazardowych. W centrum zainteresowania znalazły się też takie zagadnienia, jak reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami i uchybiająca godności człowieka, reklama wprowadzająca w błąd, nierzeczowa, ukryta, uciążliwa, a także kryptoreklama. Ta problematyka rozważana jest w kontekście uwarunkowań prawnych, dotyczących działalności reklamowej w świetle

ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, prawa autorskiego i kodeksu postępowania w dziedzinie reklamy.

„Etapy tworzenia reklamy i wybór jej celów” oraz „Decyzje w zakresie grup docelowych, treści reklamy i budżetu” to tytuły drugiego i trzeciego rozdziału, w których autor koncentruje się na technicznych aspektach tworzenia kampanii reklamowej, omawiając tu takie zagadnienia jak: wybór celów i adresatów reklamy czy ustalenie budżetu reklamowego. Ta problematyka zostaje rozwinięta i uzupełniona w następnych rozdziałach: „Sporządzenie briefu reklamowego” (rozdz. IV), „Plan mediów – wybór środków przekazu reklamowego (rozdz. V) i „Zasady współpracy z agencją reklamową” (rozdz. VI). Autor m.in. wyjaśnia zasady tworzenia i elementy składowe briefu reklamowego, zasady konstrukcji media planu, czyli doboru nośników reklamy. A więc dlaczego, na przykład, wybieramy radio jako podstawowy nośnik. Jakie są plusy i minusy takiej decyzji? Kiedy, w jakich okolicznościach i dlaczego radio przyniesie reklamodawcy korzyści, które będą niewspółmierne wysokie w stosunku do poniesionych kosztów? Autor porusza także zasady współpracy z agencją reklamową – uwzględniając strukturę agencji i wyjaśniając, kim są i czym się zajmują ludzie pracujący w poszczególnych działach.

Kolejnym zagadnieniem znajdującym się w kręgu zainteresowań Budzyńskiego jest charakterystyka podstawowych – ze względu na rodzaj nośników – rodzajów reklamy. „Reklama prasowa”, „Reklama telewizyjna”, „Reklama radiowa” i „Reklama zewnętrzna” to tytuły kolejnych rozdziałów, w których omówione zostają koszty i efektywność, techniki reklamy czy reguły współpracy ze zleceniodawcą. Przedostatni – XI rozdział pt. „Internet” przybliży zasady zamieszczania reklam w sieci. Przedstawiona problematyka: zasady wykorzystania Internetu, koszty oraz zasady administrowania serwisem promocyjnym w Internecie, zostały omówione bardzo ogólnie i pobieżnie. A tymczasem to Internet staje się coraz bardziej popularnym nośnikiem najbardziej aktualnych informacji.

W ostatnim rozdziale – „Inne formy reklamy” – Budzyński opisuje m.in. gadżety reklamowe, ulotki, foldery, które stanowią znakomite uzupełnienie wizerunku reklamowanego produktu. Do innych form reklamy autor zalicza także reklamy wielkowymiarowe. Taka klasyfikacja wydaje się błędna. Tym bardziej że wcześniej została przedstawiona charakterystyka reklamy zewnętrznej. Bardziej uzasadnione byłoby więc zaklasyfikowanie reklamy wielkowymiarowej jako jednej z form reklamy zewnętrznej.

*Mam nadzieję, że książka ta pomoże Ci czytelniku zrozumieć jak powstaje reklama i jak pracują ludzie od reklamy. Przyczyni się do poznania zasad tworzenia briefu, planu mediów, współpracy z Accountem i Copywriterem, kupowaniem czasu antenowego, oceny pracy drukarza, wykorzystania Internetu i wielu innych zagadnień, które są przecież takie proste zanim się za nie zabierzemy.*

Autor ma świadomość, że przeczytanie jego publikacji nie stanowi odpowiedzi na wszystkie pytania dotyczące reklamy. Być może pojawi się wiele nowych wątpliwości i dylematów, które, niestety, na razie pozostaną bez odpowiedzi. Reklama to temat ostatnio bar-

dzo modny, o którym wręcz trzeba napisać. W kontekście innych tytułów poświęconych reklamie, takich jak „Świat reklamy” Mariana Golki, „Reklama” Urlicha Wernera czy „Reklama” Jacka Kalla, „Reklama techniki skutecznej perswazji” Wojciecha Budzyńskiego nie wyróżnia się niczym szczególnym. Tak jakby autor z góry założył, że ta książka będzie swoim kompendium wiedzy o reklamie dla niezbyt wymagających czytelników. Odnoszę wrażenie, że dopracowane merytorycznie są publikacje zawierające (użyte w różnym rodzaju i przypadku) przymiotnik „prawny”. Wystarczy choćby wspomnieć o „Polskim prawie reklamy” Ireny Wiszniewskiej czy „Reklamie i prawie” Wojciecha Orzewskiego. Wygląda na to, że tylko słowo „prawo” ma wyłączność na konkretność i precyzyjność sformułowań.

Można sądzić, że wydanie tego tytułu w serii Warsztaty menedżerskie jest pomyłką. Bardziej rozsądna byłaby publikacja w ramach serii „warsztaty laika – czyli nie za mało, nie za dużo, lecz w sam raz”. Zapewne dla tej grupy czytelników jest to lektura w zupełności wystarczająca. Tym bardziej, że współczesne czasy to wciąż jeszcze złoty okres dla pseudomenedżerów. Ludzi z zapleczem finansowym i deficytem intelektualnym. Namiętnych zwolenników weekendowych superintensywnych kursów językowych i trzymiesięcznych korespondencyjnych kursów z zakresu marketingu, reklamy i Public Relations.

Trzeba jednak docenić, że Budzyński stara się jednak wyjść poza tę grupę obiorców. Porusza szeroką gamę zagadnień związanych z reklamą, które niekoniecznie interesują pana X, właściciela firmy Y, specjalizującej się na przykład w sprzedaży powierzchni reklamowej w kolorowych tygodnikach kobiecych. Co prawda zasady i etapy tworzenia skutecznego przekazu reklamowego bez względu na nośniki są na swój sposób uniwersalne, ale o tym nie każdy chce pamiętać.

„Reklama techniki skutecznej perswazji” to propozycja dla tych wszystkich, którzy nie chcą zostać w tyle, którzy idą z duchem czasu. We współczesnym świecie zalanym reklamami: w dobie past z mikrogranulkami wybielającymi zęby czy proszków do prania typu OMO Inteligent, omawiana książka uświadamia, czym jest reklama. Pokazuje mechanizm działania, uczy, jak oglądać reklamy. Jednym słowem, jak być świadomym, a nie bezkrytycznym odbiorcą, który widzi tylko „Sexas, Bawizonę i Entuzjaho”, który ma „oczy szeroko zamknięte”. Od reklamy nie można uciec. Nawet gdy się wyłączy radio czy telewizor. W końcu „reklama dźwignią handlu”. *A zdobywanie wiedzy o reklamie – jak napisał w zakończeniu autor – jest procesem ciągłym i zróżnicowanym. Nie wolno więc poprzestać na czytaniu książek na ten temat. Na pewno można jednak od tego zacząć.*

### **WSKAZÓWKI DLA AUTORÓW**

Artykuły powinny być dostarczane do redakcji w 1 egzemplarzu wraz z dyskietką. Do tekstu należy dołączyć krótkie (ok. 0,5 strony) streszczenie w języku angielskim.

Dodatkowo autor powinien podać informację o miejscu zamieszkania, nr PESEL i NIP, adres Urzędu Skarbowego (można podać także nr konta bankowego) oraz nazwę instytucji (uczelni, instytutu), w której jest zatrudniony.

Uwaga: Publikacji nie zamówionych Redakcja nie zwraca oraz zastrzega sobie jednocześnie prawo dokonywania w nich skrótów.

## **NASI AUTORZY:**

- Tomasz Goban-Klas** – profesor zwyczajny UJ w Krakowie, socjolog i medioznawca, pracownik naukowy Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej
- Bartłomiej Golka** – profesor zwyczajny UW, specjalista w zakresie zagranicznych systemów informacji masowej, przewodniczący Rady Naukowej Instytutu Dziennikarstwa UW
- Maciej Mrozowski** – doktor habilitowany, medioznawca, specjalizuje się w problematyce teorii masowego komunikowania, prodziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW
- Jacek Sobczak** – profesor zwyczajny UAM w Poznaniu, specjalizuje się w problematyce prawa mediów, sędzia Sądu Najwyższego
- Tomasz Mielczarek** – profesor nadzwyczajny Akademii Pedagogicznej w Kielcach, historyk środków przekazu w Polsce
- Marceli Kosman** – profesor zwyczajny UAM w Poznaniu, historyk, kierownik Zakładu Prasoznawstwa w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
- Wiesław Sonczyk** – doktor, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa, specjalista w zakresie problemów polskiego systemu prasowego
- Agnieszka Dmowska** – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa UW
- Inga Oleksiuk** – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa UW
- Katarzyna Kamińska** – doktorantka w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu
- Donata Nowakowska** – doktorantka w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu

W numerze piszą między innymi:

prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas - *Pochwała medioznawstwa,  
czyli renesans McLuhana*

prof. dr hab. Bartłomiej Golka - *Integracja europejska  
a polityka medialna*

dr hab. Maciej Mrozowski - *Dziedzictwo przeszłości  
-perspektywy rozwoju*

prof. dr hab. Jacek Sobczak - *Ochrona prawna tytułu  
prasowego*