

**Media
Studies**

**Studia
Medioznawcze**

media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media
media media media media media media

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

The Institute of Journalism | Instytut Dziennikarstwa
of Warsaw University | Uniwersytetu Warszawskiego

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

Vol. 3 (13) 2003 Nr 3 (13) 2003

Warsaw 2003 Warszawa 2003

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 (Pułtusk),
Marceli 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),
Wiesław Sonczyk (Warszawa), Andrzej Staniszewski (Olsztyn),
Wiesław Władyka (Warszawa)

Redaktor naczelny:

Janusz Adamowski

Zastępca redaktora naczelnego:

Marek Jabłonowski

Sekretarz:

Agnieszka Dmowska

Stali współpracownicy:

Marta Kieldanowicz (Wrocław), Elżbieta Kossewska (Warszawa),
Anna Mydlarska (Gdańsk), Lidia Pokrzycka (Lublin),
Agnieszka Stępińska (Poznań), Joanna Szydłowska (Olsztyn),
Weronika Świerczyńska-Głownia (Kraków), Mirosława Wielopolska
(Katowice), Michał Wierusz-Kowalski (Warszawa), Monika Worsowicz
(Łódź), Michał Zaremba (Warszawa)

Adres redakcji:

„Studia Medioznawcze”
Instytut Dziennikarstwa UW
00-046 Warszawa, ul. Nowy Świat 69
tel. (0-22) 826 93 66
e-mail: sm@id.uw.edu.pl
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl

Projekt okładki:

Barbara Kuropiejska-Przybyszewska

Redaktor:

Mirosława Zygmunt

Korekta:

zespół

© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2003

ISSN 1641-0920

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa
tel./fax 613-53-03, 0-602 247-367
e-mail: asprajr@friko.sos.com.pl

Nakład 350 egz.

Druk i oprawa: Drukarnia J. J. Maciejewscy, Przasnysz

SPIS TREŚCI

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

MICHAŁ GAJLEWICZ	Internet a globalizacja	11
TADEUSZ KOWALSKI	Wprowadzenie do analizy struktury przemysłu nowych mediów	22
AGNIESZKA DMOWSKA	Antyglobalizm a nowe media	31
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	Media online	40
GRZEGORZ DĄBKOWSKI	Polskie słowniki w Internecie	62
JAKUB BECELA	Polszczyzna na czatach	74
WŁODZIMIERZ GRUSZCZYŃSKI		
INGA OLEKSIUK	Twórczość u progu sztucznej inteligencji. Zagadnienia autorskoprawne	93

SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

ELŻBIETA KOSSEWSKA	Elektroniczne środki przekazu w Polsce wobec rozszerzenia Unii Europejskiej	106
MONIKA WORSOWICZ	Współczesne odmiany języka narodowego	113

RECENZJE I NOTY RECENZYJNE

WIESŁAW SONCZYK	Kultura i polityka w czasopismach Polski Ludowej Tomasz Mielczarek <i>Od „Nowej Kultury” do „Polityki”. Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne</i>	122
MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI	Małgorzata Marcjanik <i>Polska grzeczność językowa</i>	127

CONTENTS

PAPERS AND DOCUMENTS

MICHAŁ GAJLEWICZ	Internet versus globalization	11
TADEUSZ KOWALSKI	Introduction to the analysis of new media industry structure	22
AGNIESZKA DMOWSKA	Antiglobalizm and new media	31
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	Media online	40
GRZEGORZ DĄBKOWSKI	Polish dictionaries in Internet	62
JAKUB BECELA	Polish language on chats	74
WŁODZIMIERZ GRUSZCZYŃSKI		
INGA OLEKSIUK	Creativity on the verge of artificial intelligence.	
	Issues related to copyright regulations	93

REPORTS AND INFORMATION

ELŻBIETA KOSSEWSKA	Electronic media in Poland in relation to European Union enlargement	106
MONIKA WORSOWICZ	Modern types of national language	113

REVIEWS

WIESŁAW SONCZYK	Culture and Politics in Magazines Published in the People's Republic of Poland Tomasz Mielczarek <i>From "New Culture" to "Politics". Socio-cultural and Socio-political Weeklies in the People's Republic of Poland</i>	122
MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI	Małgorzata Marcjanik <i>Polish language courteousness</i>	127

**PAPERS | ARTYKUŁY
AND | I
DOCUMENTS | MATERIAŁY**

MICHAŁ GAJLEWICZ

Internet | Internet
versus | a
globalization | globalizacja

KEY WORDS

globalization, Internet, networks, concentration

SŁOWA KLUCZOWE

globalizacja, Internet, sieci, koncentracja

ABSTRACT

The issue of Internet development in the context of globalization has been raised many times. Internet is of a global character due to its range, offer and the way of being used. Dynamic development of the network brings about questions with regard to what is the structure of Internet, what – from both theoretical and practical points of view – its features are and whether it is possible to work out more effective ways of using this system. The result of research work concerning density of web sites and www pages shows that the structure of Internet is based on the principle of enormous concentration. Also, the development of Internet falls into line with this principle, which does not favour egalitarianism. In the field of culture and mass communication, the problems resulting from concentration have been previously known and regarded as the consequence of popularization of new technologies. It seems that in respect of reception of contents by recipients/consumers, media will more and more become similar to Internet.

STRESZCZENIE

Zagadnienie rozwoju Internetu w kontekście globalizacji było już niejednokrotnie podejmowane. Internet ma globalny charakter ze względu na zasięg, ofertę i sposób korzystania. Żywiłowy rozwój sieci rodzi pytania o to, jak zbudowany jest Internet, jakie – z teoretycznego i praktycznego punktu widzenia – ma cechy i czy można wypracować zasady bardziej efektywnego korzystania z tego systemu. Badanie skupień witryn i stron internetowych wykazuje, że Internet ma strukturę opartą na zasadzie ogromnej koncentracji. Również rozwój Internetu jest podporządkowany tej zasadzie, co nie sprzyja egalitaryzmowi. W dziedzinie kultury i masowego komunikowania problemy wynikające z koncentracji, były znane już wcześniej jako konsekwencja upowszechnienia nowych technologii. Wydaje się, że pod względem odbioru treści przez odbiorców media będą się coraz bardziej upodabniać do Internetu.

Ostatnio coraz częściej mówi się o zjawisku albo procesie globalizacji. Samo pojęcie globalizacji jest wieloznaczne i niełatwe do zdefiniowania, przede wszystkim ze względu na wieloaspektowość samego zjawiska oraz dużą liczbę czynników, które mogą na nie wpływać. Dla potrzeb tego tematu globalizację wystarczy rozumieć jako ujmowanie różnego rodzaju spraw albo działanie w skali obejmującej świat lub ludzkość jako całość. Oczywiście, może to być zarówno proces osiągnięcia, jak i realizacji globalizacji.

Na ogół jako na główną przyczynę powstania i postępu globalizacji wskazuje się na gospodarkę, a przede wszystkim na rosnące rynki i działalność firm międzynarodowych. Jednak również w innych dziedzinach można mówić o globalizacji.

Problem rozwoju internetu w kontekście globalizacji był już niejednokrotnie podejmowany. Takie ujmowanie tego zagadnienia jest naturalne chociażby z tego powodu, że globalna pajęczyna¹ rzeczywiście oplata cały świat, chociaż w niejednakowym stopniu poszczególne kontynenty i kraje. Jest to więc sieć ogólnosiwiatowa w sensie zasięgu. Ponadto sieć jest globalna jeszcze w innym sensie – zarówno oferta jak i korzystanie mają ogólnosiwiatowy charakter. Wynika to z wielu powodów, jednak chyba najważniejszy jest ten, że nie ma właściwie żadnych istotnych przeszkód ani trudności, aby wchodzić na strony obsługiwane przez serwery znajdujące się w dowolnym miejscu kuli ziemskiej. Większy problem stanowi przeciążenie sieci na skutek jednoczesnego korzystania z niej dużej liczby użytkowników.

Internet jako ogromna sieć komputerowa ma zasięg ogólnosiwiatowy. Stworzono go w celu przesyłania i wymiany informacji między podłączonymi do sieci komputerami. Charakteryzuje się on następującymi cechami:

¹ WWW (World Wide Web) – sieć na skalę światową.

- Ogromne i praktycznie nieograniczone możliwości wzrostu sieci, jeżeli mierzyć ją liczbą podłączonych użytkowników lub urządzeń (ograniczeniem może być tylko ewentualna niska wydajność łączy);

- Wykorzystuje się w nim wiele kanałów – stwarza to wiele możliwości przesyłania informacji między komputerami (w razie zniszczenia albo blokady jednego kanału – można wybrać inny);

- Brak wyraźnie widzianej struktury lub hierarchizacji poszczególnych jednostek podłączonych do sieci i uczestniczących w wymianie informacji. Dlatego internet wydaje się na tle innych sieci jako coś nieuporządkowanego: nieregularnego, trudnego do ogarnięcia;

- Nie ma ośrodka kierującego, chociaż są podejmowane pewne próby koordynacji i regulacji działalności w tej sieci (na przykład aspektów etycznych albo ekonomicznych).

Istnieje tendencja do traktowania Internetu jako platformy do realizacji różnych działań i usług, zarówno takich, które mają medialny charakter (czyli mających związek z działalnością środków masowego przekazu: prasy, radia, telewizji itp.) oraz nie-medialny, na przykład służący realizacji celów marketingowych w tej sieci.

Sieć internetowa w odróżnieniu od swoich – w pewnym sensie – poprzedniczek² ma bardziej biologiczną strukturę, ale bez narzuconej z góry hierarchizacji. Ma to zarówno pozytywne jak i negatywne konsekwencje. Użycie określenia „biologiczna struktura” jest w odniesieniu do sieci internetu jak najbardziej uzasadnione, ponieważ pod względem budowy, wzrostu, jak i pewnych prawidłowości, które ją charakteryzują, internet rzeczywiście przypomina sieci komórek ciała organizmu, na przykład mózgu. Istnieje również podobieństwo Internetu do sieci, jakie tworzą systemy ekologiczne. Warto parę słów powiedzieć na ten temat.

Na początku należy podkreślić, że sieć internetowa rozwija się w sposób żywiołowy, ponieważ założenie własnej witryny internetowej albo podłączenie łącza do własnego serwera nie wymaga pytania kogokolwiek o zgodę³. Można również powiedzieć, że na większą skalę Internet nie podlega także kontroli, chociaż podejmowane są próby w odniesieniu do niektórych aspektów oferty (pornografia, przemoc itd.) części sieci.

² Mam na myśli przede wszystkim systemy w rodzaju Videotextu (na przykład niemiecki Bildschirmtext), których szczytowe lata rozwoju przypadają na koniec lat 70. i początek 80. Były to systemy oparte na wykorzystaniu telewizora z pilotem lub przystawką jako urządzenia peryferyjnego służącego do odbierania i przekazywania informacji, sieci telefonicznej oraz komputera pełniącego rolę centrali. Systemy te miały ściśle hierarchiczną budowę, a adres każdej strony wynikał z oznaczeń kolejnych szczebli katalogu tematycznego. Systemy te miały na ogół sposób kodowania informacji taki sam jak teletext, jednak różniły się od niego głównie tym, że po pierwsze, dla części odbiorców były medium interaktywnym, a po drugie, nie miały dużych ograniczeń ilości przekazywanej informacji, które charakteryzują teletext.

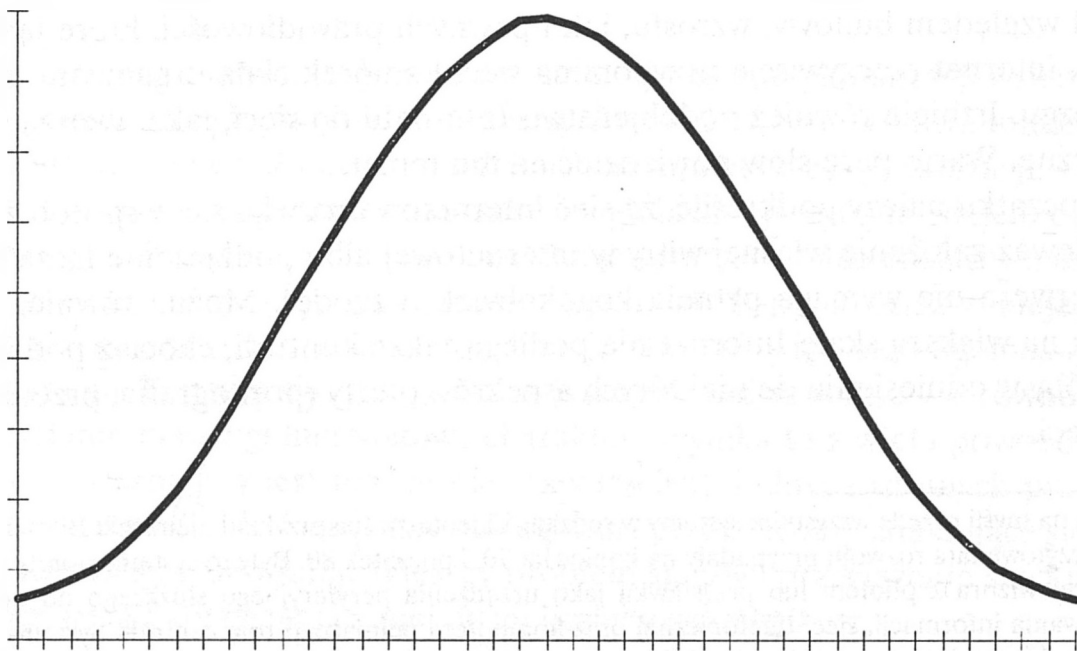
³ Oczywiście, mowa jest o realiach krajów demokratycznych – w systemach totalitarnych internet stanowi dla władzy zagrożenie, dlatego stara się ona ograniczyć dostęp do Sieci. Ponadto warto się zastrzec, że zupełnie inną sprawą jest korzystanie z płatnych połączeń z internetem, gdzie kontroli podlega rynkowy aspekt korzystania z niego.

Dotychczas specjalistów interesowały głównie problemy sprawnego funkcjonowania sieci: przede wszystkim projektowania bardziej wydajnych urządzeń i programów. Było to zrozumiałe zwłaszcza we wczesnych fazach rozwoju Internetu.

Obecnie, gdy mamy do czynienia z molochem zbudowanym z setek milionów witryn, coraz częściej zadawane są następujące pytania:

1. Jak właściwie jest zbudowany Internet?
2. Jakie ma cechy istotne zarówno z teoretycznego jak i praktycznego punktu widzenia?
3. Czy można wypracować zasady bardziej efektywnego korzystania z tego systemu, przede wszystkim przy wyszukiwaniu potrzebnej informacji?

Ta problematyka jest bardziej systematycznie badana dopiero od kilku lat. Na początek zajęli się sprawą matematycy, badając topologię sieci. Spodziewano się, że WWW będzie wykazywać prawidłowości statystyczne charakteryzujące losowe rozmieszczenie węzłów (witryn i stron) i łączy (linków). Taka budowa sieci oznacza stosunkowo równomierne rozmieszczenie wspomnianych jej elementów, a przede wszystkim to, że większość witryn ma podobną, stosunkowo niewielką liczbę łączy. Przyuszczano, że liczebności łączy dla poszczególnych węzłów mają charakter rozkładu normalnego, a graficznie obrazuje ten rozkład tak zwana krzywa dzwonowa, dobrze znana w statystyce.

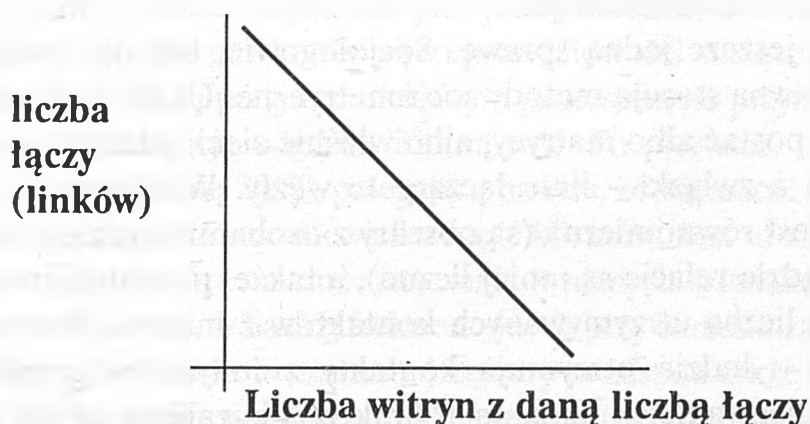


Krzywa dzwonowa jest przydatnym narzędziem opisywania częstości występowania pewnych wielkości w wielu naturalnych procesach i zbiorach. Ma tę cechę, że w środku (na wykresie przy liczbie 50 na poziomej osi) znajdują się trzy ważne wiel-

kości: średnia arytmetyczna, mediana (linia dzieląca zbiór na dwie równe części) oraz wartość modalna (wartość występująca najczęściej). Gdyby powyższy wykres miał charakteryzować zależność między liczebnościami witryn i łączy w internecie, przy założeniu, że na osi pionowej są ukazane liczebności witryn, a na pionowej – liczby łączy, to oznaczałoby to następującą sytuację. Większość witryn ma około 50 linków do innych witryn (tyle wynosi średnia arytmetyczna), natomiast coraz mniejsza jest liczebność tych witryn, które mają zarówno mniej jak i więcej linków. Przy czym im większa jest różnica od średniej, zarówno in minus jak i in plus, tym mniej jest takich witryn. Jest to swoiste równanie do średniej.

Przy pierwszych próbach zbadania sieci⁴ na próbie o większej liczbie witryn (było ich setki tysięcy) okazało się, że internet ma inną budowę. Taką strukturę i zasadę rozbudowy mają też inne sieci. Tego rodzaju sieci nazwano bezskalowymi⁵. Charakteryzują się one głównie tym, że w bardzo nierównomierny sposób rozkładają się połączenia między poszczególnymi węzłami (witrynami lub stronami). Bardzo duża liczba witryn ma niewiele połączeń z innymi, natomiast stosunkowo niewielka, ale znacząca część witryn ma ogromną liczbę połączeń z innymi witrynami. Dlatego zróżnicowanie jest tak ogromne, że witryny z najmniejszą liczbą połączeń mogą ich mieć kilka lub kilkanaście, natomiast witryny z największą – około miliona. Takie zróżnicowanie nie występuje w sieciach losowych.

Taki system cechuje się ogromną koncentracją połączeń między witrynami. Wykres rozkładu liczby witryn i połączeń między nimi ma charakter wykładniczy i w uproszczeniu przypomina prostą, która jest pochylona stromo w prawą stronę. Zależność tę ukazuje zamieszczony niżej schematyczny wykres (należy dodać, że liczby zarówno na pionowej jak i poziomej osi rosną w skali logarytmicznej).



⁴ Zainteresowanych odsyłam do mniej lub bardziej popularnie wyjaśnianych zagadnień związanych z sieciami bezskalowymi. Można wskazać między innymi na następujące pozycje zarówno drukowane jak i dostępne w Internecie: A.-L. Barabási, E. Bonabeau, *Sieci bezskalowe*, „Świat Nauki” 2003, nr 6; D. Cohen, *All the World's Net*, „New Scientist” Nr 2338 (2002) – www.nd.edu/~networks (witryna zawiera różne dokumenty i odnośniki na temat sieci bezskalowych, nie tylko w odniesieniu do Internetu).

⁵ W terminologii angielskiej używa się nazwy *scale-free networks*.

Taka struktura internetu oznacza ogromną koncentrację połączeń między witrynami, przede wszystkim w postaci odnośników do tych witryn, które dominują w sieci. Ten fakt ma jeszcze inne konsekwencje. Z różnych powodów odnośniki są znacznie chętniej kierowane do dominujących witryn niż do peryferyjnych, między innymi dlatego, że mogą mieć lepszą albo bardziej aktualną ofertę albo są po prostu bardziej znane. Czyli umieszczanie odnośników w witrynach ma charakter preferencyjny, nie jest losowe. To zaś zwiększa dominację centralnych, dominujących witryn kosztem witryn peryferyjnych. Jednak cały system nie stoi w miejscu – cały czas zwiększa się liczba zarówno witryn jak i połączeń między nimi. Aczkolwiek dokonuje się to w sposób niekontrolowany i zależny od wielu czynników, bo na przykład, z jednej strony, powstają nowe witryny, ale z drugiej – likwidowane są niektóre stare. Sieci bezskalowowe mają jednak tę cechę, że mimo iż zmienia się wielkość całego systemu, to zróżnicowanie pozostaje takie samo w tym sensie, że charakteryzuje je ta sama zależność, ukazana na powyższym wykresie.

Omawiana prawidłowość daje możliwość obliczenia, ile w przybliżeniu będzie witryn o określonej liczbie połączeń z innymi witrynami w zbiorze witryn dowolnej wielkości (całej sieci lub jej fragmencie). A to oznacza, że również można określić, ile i jak wielkich jest w danym zbiorze witryn dominujących, jeżeli chodzi o liczbę linków. Istnienie witryn dominujących pod względem liczby połączeń w sieciach bezskalowowych powoduje jeszcze jeden skutek o doniosłym znaczeniu. Dla porównania weźmy dwie sieci: bezskalową i losową (losowa sieć, oczywiście, nie jest siecią internetową), które mają po 130 węzłów i 430 linków⁶. Otóż więcej niż 60% witryn w całej sieci bezskalowej można osiągnąć przy wykorzystaniu 5 (pięciu) witryn o największej liczbie połączeń. Sieć o strukturze losowej dla pięciu analogicznych węzłów daje możliwość dotarcia tylko do 27% węzłów w sieci. Zatem sieć bezskalowa jest bardziej scentralizowana, co rodzi ważne konsekwencje.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jedną sprawę. Socjologowie, badając związki i relacje między ludźmi, od dawna stosują metody socjometryczne. Ukazywanie tych związków przyjmuje na ogół postać albo matrycy, albo właśnie sieci, gdzie poszczególne osoby stanowią węzły, a związki – linie łączące te węzły. Wiadomo że, po pierwsze, sieć powiązań nie jest równomierna (są obszary z osobami bardziej ze sobą powiązanymi oraz takie, gdzie relacje są mniej liczne), a także, po drugie, osoby w sposób znaczny różnią się liczbą utrzymywanych kontaktów z innymi. Potoczne obserwacje to potwierdzają – ludzie utrzymują kontakty z innymi w grupach, a wśród ludzi jest duże zróżnicowanie: w badaniach praktycznie zawsze da się wyróżnić osoby centralne, koncentrujące dużo kontaktów i peryferyjne. Również z samego określenia grupy wynika to, że powiązania wewnątrz grup są większe, a między nimi – mniejsze.

⁶ Przykład został wzięty ze strony internetowej (<http://physicsweb.org/article/world/14/7/9#pw140709fp>), na której znajduje się artykuł A.-L. Barabási, *The Physics of the Web*, „Physics World” July 2001.

Natomiast mniej znana jest inna prawidłowość, a mianowicie ta, że mimo iż powiązania między grupami są słabsze, to łączą one dosłownie całą ludzkość. Przy odpowiednim doborze kontaktów średnio wystarczy sześć kroków (sześć kontaktów między ludźmi), aby ustalić pośredni związek między dowolnymi dwoma osobami na kuli ziemskiej. Tę zadziwiającą prawidłowość ustalił w 1967 roku Stanley Milgram, socjolog z Harvard University⁷. Ta prawidłowość znana jest jako „sześć stopni separacji”. W związku z tym nasuwa się następujący komentarz: globalność ludzkości mierzona liczbą kontaktów nie znajduje się daleko od lokalności. I to mimo ogromnej skali badanego systemu – liczby ludności mierzonej w miliardach.

Okazuje się, że podobną cechę ma także internet. Badanie przeprowadzone w 1999 roku⁸ wykazało, że najkrótsza droga prowadząca od jednej strony internetowej do dowolnej drugiej, dla liczby stron wynoszącej 800 milionów⁹, liczy tylko 19 kroków. Trzeba jednak dodać, że pod warunkiem, iż połączenie w ogóle istnieje (w sieci niekoniecznie wszystkie strony mają odnośniki).

Badanie skupień wykazuje, że również witryny i strony internetowe mają grupową strukturę, która w znacznym stopniu ułatwia kontakty z innymi witrynami i stronami. Zatem tu również mamy do czynienia z niedużą odległością struktur lokalnych od globalnych, jeżeli mierzyć tę odległość liczbą koniecznych lub wystarczających kontaktów potrzebnych do osiągnięcia innego węzła.

To, co zostało powiedziane wyżej, można krótko podsumować w następujący sposób: internet ma strukturę opartą na zasadzie ogromnej koncentracji. Jego rozwój jest również podporządkowany tej zasadzie, że większemu jest dawane więcej, a mniejszemu mniej. Z tego faktu można wyciągnąć określone wnioski. W biologii czy ekologii takie prawidłowości mogą pełnić istotne i pozytywne role. W odniesieniu do spraw społecznych, a zwłaszcza do procesów masowego komunikowania, rola tych prawidłowości chyba nie jest jednoznaczna, a w każdym razie wymaga badań i przemysłów. Na pewno nie są to prawidłowości służące egalitaryzmowi.

Jeżeli się bliżej przyjrzeć niektórym procesom, na przykład w marketingu, to okazuje się, że koncentracja odgrywa istotną rolę. Po pierwsze, można tu wspomnieć zasadę, w skrócie nazywaną 20/80, polegającą na tym, że większość określonego towaru na rynku konsumuje stosunkowo niewielka część klientów. Jest to zresztą skrótowo sformułowana zasada Pareta, która ma duże znaczenie w różnych dziedzinach, oprócz marketingu także w kontroli jakości, w listach frekwencyjnych przy badaniu zagadnień językowych itd.

W sferze szeroko rozumianej kultury ta zasada także od dawna jest obserwowana i ma zastosowanie w praktyce. Można w tym kontekście wymienić na przykład popularność określonych dzieł (muzycznych, filmowych, plastycznych itd.) czy twórców. Stosunkowo niewielka część twórców i dzieł obsługuje większość odbiorców.

⁷ Tamże.

⁸ Tamże.

⁹ Badanie było prowadzone za pomocą specjalnego programu tworzącego bazę danych z kolejnych linków uzyskiwanych w wyniku odwiedzin kolejnych stron.

Nie jest od tej prawidłowości wolne również dziennikarstwo czy sfera masowego komunikowania, które chociażby z racji swego masowego charakteru podlegają tej zasadzie. Analizy przeprowadzone jeszcze w latach 70. i wcześniejszych ukazywały ogromną koncentrację różnych aspektów oferty mediów: od tematyki, poprzez geografię omawianych spraw (koncentracja, nie zawsze uzasadniona, na stolicy i centralnych regionach) aż do sposobów ujmowania problemów.

Zasada ta ma, oczywiście, swoje dobre strony. Na przykład usprawnia, czy wręcz umożliwia, komunikację między ludźmi, a także tworzy podstawy wspólnoty przez możliwość odniesienia się do tego samego kanonu spraw, faktów czy wspólnych symboli. Jednak rodzi także problemy, przede wszystkim na skutek powstających i pogłębiających się nierówności: od ekonomicznych aż po kulturowe.

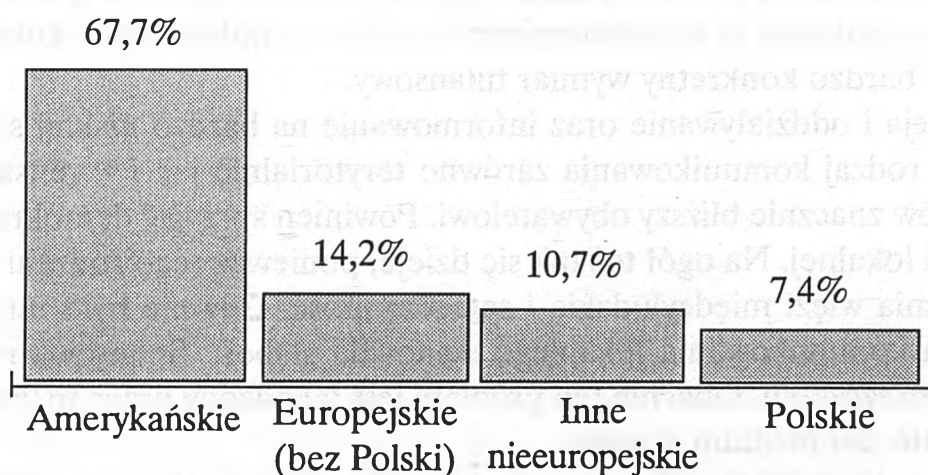
W dziedzinie kultury i masowego komunikowania wspomniane wyżej problemy były znane już wcześniej i były konsekwencją upowszechniania nowych technologii w dziedzinie masowego komunikowania jeszcze przed powstaniem internetu. Jaskrawym tego przykładem są skutki masowego odbioru przekazów satelitarnych, przede wszystkim telewizji satelitarnej, przy współdziałaniu niektórych innych mediów, dla międzynarodowej wymiany w dziedzinie masowego komunikowania. Chodzi o to, że już obecnie ukształtowała się duża dysproporcja polegająca na tym, że znacznie więcej treści, utworów i idei płynie z Centrum (ewentualnie Centrów) do Peryferii niż w kierunku odwrotnym. Ta tendencja potwierdzana jest przez dane statystyczne już od wielu lat, jednak jest to lepiej widoczna, powierzchowna warstwa tego procesu. Statystyka bowiem ujmuje procent, jaki stanowią programy (telewizyjne, bo one są w centrum uwagi) pochodzące z importu w stosunku do całości i z jakich krajów. Natomiast nie mniej istotne są różnego rodzaju konwencje i mody (określony styl w muzyce i plastyce, sposoby ujmowania problemów itp.), popularność określonych twórców i wykonawców itd. One również wędrują w tym samym kierunku na zasadzie szczególnego, bo rynkowego dyktatu Centrum, bowiem dla przeważającej części twórców kultury masowej dostosowywanie się do aktualnych konwencji i mód jest warunkiem istnienia na rynku. Zaś dla Centrum (chodzi o USA i w mniejszym stopniu o niektóre kraje anglosaskie) jest to niezwykle korzystna sytuacja, ze względu na to, że wspomniane konwencje i mody powstają na podstawie rodzimej tradycji oraz przy użyciu ojczystego języka, co daje twórcom i producentom z tego obszaru przewagę. Sytuację można określić jako dyktowanie swoich warunków na rynku.

Można ten stan rzeczy różnie oceniać i wskazywać różnorodne jego przyczyny. Na przykład twierdzić, że Amerykanie po prostu najlepiej opanowali reguły gry rynkowej w dziedzinie kultury masowej i te umiejętności są z powodzeniem wspierane przez ogromny potencjał gospodarczy tego kraju, a poza tym w oferowanych na sprzedaż utworach wykorzystują najbardziej uniwersalne wartości i archetypy kulturowe. Z tym, że można się zastanawiać, czy w tym przypadku pewne wartości nie są właśnie dlatego uniwersalne, że zostały szeroko spopularyzowane przez kulturę masową, w tym również amerykańską.

Dla zilustrowania stopnia koncentracji produktów kultury na polskim rynku medialnym warto przytoczyć wyniki analizy, którą przeprowadziłem w 1998 roku. Obliczyłem wówczas dla pięciu polskojęzycznych stacji telewizyjnych o największej oglądalności, ile w analizowanym okresie wyemitowano filmów pojedynczych, filmów seryjnych oraz seriali. Chodziło o ukazanie, ile filmów i jakiej produkcji emitują stacje, które są oglądane przez większość mieszkańców Polski. Podczas 108 dni analizy wyemitowano na wspomnianych kanałach 6874 pojedynczych filmów, filmów seryjnych i seriali. Jeżeli chodzi o kraj lub kontynent, w którym wyprodukowano film, to proporcje ukazuje zamieszczona niżej tabela.

Filmy pochodzące z określonego kraju albo kontynentu	
Amerykańskie	67,68%
Europejskie	14,24%
Nieuropejskie	10,69%
Polskie	7,39%
Razem	100,00%

Te proporcje ilustruje też następujący wykres:



Przedstawione wyżej dane nie dają podstaw do twierdzenia, że media w zakresie oferowanych treści poddane są w jakimś większym stopniu procesowi globalizacji. Oczywiście, jeżeli globalizację rozumieć bardziej rygorystycznie jako całościowe i we właściwych proporcjach ujmowanie spraw dotyczących całego globu.

W dziedzinie filmu praktycznie poza naszym polem widzenia pozostają całe duże obszary świata. Nie chcę tego oceniać ani wyjaśniać, z czego to wynika, jednak warto

to odnotować jako fakt, który nie pozwala nam mówić o osiągniętej w liczącym się stopniu globalizacji w tej dziedzinie. Należałoby raczej mówić o monopolu. Jednak jest to monopol w skali światowej, co ma swój globalizacyjny wydźwięk.

Na obecnym etapie rozwoju mediów o globalizacji więcej mogą nam powiedzieć badania odbioru konkretnych treści przez odbiorców i możliwości, jakie stwarzają im w tym zakresie media, niż badanie samej oferty. Oferta bowiem jest tak bogata, że nawet niewielka jej część daje możliwość wyboru. Wydaje się, iż pod tym względem środki masowego przekazu będą coraz bardziej upodabniać się do internetu, który z treści oferuje prawie wszystko, a dla jego roli decydujące jest wykorzystanie tych treści przez odbiorców.

Na końcu można pokusić się o przedstawienie wniosku, że znaczna część przewidywań, które formułowano wcześniej, między innymi w latach 70. i 80., dla rozwoju nowych mediów, w grubszych zarysach pozostaje aktualna do dziś. Kilka z tych przewidywanych dawniej tendencji można przytoczyć.

1. Globalizacja i internacjonalizacja komunikowania w skali międzynarodowej. Przekazy mogą mieć zasięg globalny, a informacja staje się coraz bardziej dostępna. Z jednej strony rozsądza to wszelkie systemy społeczne, w których próbuje się ograniczać albo uniemożliwiać dostęp do informacji. Ale z drugiej strony zwiększa nierówności w przepływie informacji między silniejszymi i słabszymi na rynku komunikowania i mediów. Przepływ informacji staje się coraz bardziej jednostronny – kraje i społeczeństwa różnicują się w coraz większym stopniu na producentów i konsumentów informacji i produktów z dziedziny masowego komunikowania. Na tym tle mogą narastać konflikty, ponieważ ta nierównomierność, oprócz społecznego i kulturowego, ma także swój bardzo konkretny wymiar finansowy.

2. Regionalizacja i oddziaływanie oraz informowanie na bardzo niskim szczeblu lokalnym. Jest to rodzaj komunikowania zarówno terytorialnie jak i w sensie omawianych problemów znacznie bliższy obywatelowi. Powinien sprzyjać demokratyzacji stosunków w skali lokalnej. Na ogół też tak się dzieje, ponieważ tego rodzaju komunikowanie wzmacnia więzi międzyludzkie i samorządność. Gdy nie było internetu, duży problem dla komunikowania lokalnego stanowiła słabość finansowa mediów działających na tym szczeblu. Obecnie ten problem jest łagodzony przez to, że Internet dla nadawcy nie jest medium drogim.

3. Szanse dla mniejszości wszelkiego rodzaju – od osób niepełnosprawnych, poprzez mniejszości etniczne i religijne aż do mniejszości seksualnych. Niepodważalną rolę pełnią tu media, jeżeli chodzi o możliwość komunikowania się mniejszości między sobą (co jest, oczywiście, bardzo ważne), natomiast pod znakiem zapytania jest sprawa zintegrowania lub włączenia komunikowania przeznaczonego dla mniejszości z głównym nurtem komunikowania dla wszystkich.

4. Luka informacyjna. Jest to problem bolesny, dotąd nie tylko nie rozwiązany, lecz także ciągle rosnący, jeżeli chodzi o zasięg jak i skutki. Najprościej formułując: jedni mają coraz większy dostęp do informacji i robią z niej coraz większy użytek,

a inni mają na to relatywnie coraz mniejsze szanse. Dzieje się tak nawet wtedy, gdy faktycznie słabsze podmioty mają obiektywnie coraz większe możliwości w tym zakresie, to jednak w porównaniu z silniejszymi ich możliwości są relatywnie coraz mniejsze. Proces ten jest widoczny na różnych szczeblach: zwiększają się różnice między poszczególnymi jednostkami, warstwami społecznymi, społeczeństwami, a także krajami i grupami krajów. Ponadto obserwuje się także prawidłowość, że triada „informacja–pieniądze–władza” ma tendencję do łączenia się i wspierania. Kto ma informację, ten często poza tym ma pieniądze i władzę. Jeden człon warunkuje pozostałe. Koncentracja w tym zakresie jest widoczna, umacnia się: rodzi i będzie rodziła konflikty.

TADEUSZ KOWALSKI

Introduction
to the analysis
of new media
industry structure

Wprowadzenie do
analizy struktury
przemysłu nowych
mediów

KEY WORDS

new media, digitalization, Internet, multimedia,
copyrights

SŁOWA KLUCZOWE

nowe media, cyfryzacja, Internet, multimedia,
prawa autorskie

ABSTRACT

The Author tries to describe the most important elements which create the structure of the new electronic media. In particular presents the meaning of processes and phenomenons like: mediamorphosis, Internet development, Generation@, problems of perfect competition and protection of copyrights. From the economic perspective the new media industry is still in infancy, despite of growing popularity and accessibility of Internet and multimedia services.

STRESZCZENIE

Autor podejmuje próbę określenia najważniejszych elementów tworzących strukturę nowych mediów elektronicznych. W szczególności wskazuje na znaczenie mediamorfozy, rozwój Internetu, Generacji@, kwestie konkurencji doskonałej i ochronę praw autorskich. Przemysł nowych mediów, w perspektywie ekonomicznej, znajduje się nadal w fazie wczesnego rozwoju, mimo rosnącej popularności i dostępności Internetu i usług multimedialnych.

...*Nomadowie to członkowie pasterskiego lub zbieracko-
-łowieckiego ludu prowadzącego koczowniczy tryb życia; człowiek
zmieniający często miejsce pobytu, prowadzący nieosiadły tryb
życia; koczownik, wędrowiec, tułacz [...]*
(*Słownik języka polskiego*. Red. nauk. M. Szymczaka, Warszawa 1982)

Internautów można niewątpliwie porównać do nomadów, charakteryzując ich jako członków rozproszonych w skali globalnej zbiorowości, korzystających – dzięki charakterystycznej dla rzeczywistości wirtualnej kompresji czasu i przestrzeni – z bogatych zasobów informacji i rozrywki, polujący na i gromadzący te zasoby.

Media w coraz większym stopniu będą miały do czynienia z nomadycznym stylem użytkowania cyfrowych zasobów Internetu.

Dla opisu ogółu procesów zachodzących w związku z przekształcaniem się systemów komunikowania pod wpływem rozwoju potrzeb, konkurencji i wpływów politycznych, a także zmian społecznych i technicznych innowacji (ze szczególnym uwzględnieniem techniki cyfrowej) użyty zostanie termin *mediamorfoza*¹. Mediamorfoza skupia uwagę na procesach istotnie uwarunkowanych rozwojem techniki, ale zarazem będących w zasięgu oddziaływań innych elementów porządku społeczno-politycznego i instytucjonalnego.

Doświadczenie historii rozwoju mediów i komunikowania, zarówno w perspektywie społecznej jak też postępu technicznego, zdaje się wskazywać na istnienie kilku ważnych okoliczności, które powinny być brane pod uwagę. W szczególności konieczne jest zwrócenie uwagi, że:

1. W rozwoju nowych technik ważną rolę do spełnienia mają siły społeczne, polityczne i ekonomiczne;
2. Techniczna wartość wynalazków i innowacji nie przesądza o ich szerokiej akceptacji;
3. Dla rozwoju techniki konieczne jest zaistnienie pewnej szansy i motywacji społecznej, politycznej lub ekonomicznej.

Mediamorfoza jest zatem procesem złożonym, który dokonuje się pomiędzy subiektywnymi potrzebami odbiorców, konsumentów, klientów (potrzeby kultu-

¹ R.F. Fidler, *Mediamorphosis. Understanding New Media*, Thousand Oaks, CA 1997, s. 3–15.

rowe), stanem konkurencji na rynku mediów, istniejącą strukturą polityczną i jej zdolnością do uwzględniania różnicujących się potrzeb i oczekiwań, a innowacjami społecznymi i technicznymi.

Jest ona zatem w istocie zespołem trzech zjawisk:

1. Współewolucji i współistnienia – nowe formy komunikowania podlegają raczej procesowi komplementarności aniżeli substytucyjności;

2. Konwergencji – nowe formy komunikowania są następstwem przenikania się dotychczas dostępnych technik na pewnej wspólnej platformie, w kontekście początków XXI w., chodzi tu o technologię cyfrową;

3. Kompleksowości – media istnieją w warunkach swoistego uniwersum o znacznej zdolności adaptacyjnej (procesy samoorganizacji i dostosowania do zmieniających się warunków otoczenia)².

Podobnie jak inne dziedziny silnie uzależnione od techniki, sektor mediów wydaje się być przedmiotem niemal permanentnych zmian i dostosowań. Zwłaszcza w ostatnich latach techniki przekazu kablowego i satelitarnego spowodowały znaczący wzrost w rozpowszechnianiu telewizji. Prawdziwej eksplozji liczby kanałów telewizyjnych i radiowych, w tym zwłaszcza dostępnych drogą satelitarną, nie towarzyszył jednak odpowiedni wzrost czasu ich oglądania i słuchania przez odbiorców³. W rezultacie tego stanu rzeczy z ekonomicznego punktu widzenia mówimy o narastającej fragmentacji popytu. Socjologowie ostrożnie formułują tezy o zaniku społeczeństwa masowego i wielkich audytoriów odbiorczych.

Postępy w zakresie kodowania sygnału wniosły swój udział do fragmentacji popytu i segmentacji odbiorców, umożliwiając rozwój usług płatnych w kanałach niszowych lub tematycznych. Techniki cyfrowe stanowią nową siłę napędową rozwoju mediów, a następstwa ich rozwoju dotyczą wszystkich aspektów i wszystkich przemysłów medialnych. Cyfryzacja umożliwia przechowywanie, reprodukcję i rozpowszechnianie fragmentów medialnej zawartości, jednocześnie zwiększając zdolność jej dostosowywania do wielu kanałów rozpowszechniania lub formatów. Cyfryzacja prowadzi do stopniowego zacierania się granic między mediami, pozwala na bardziej efektywne wykorzystanie istniejących kanałów transmisyjnych, a tym samym na oferowanie większej ilości różnorodnych usług⁴.

Rozpowszechnienie technik cyfrowych wpływa na wszystkie fazy cyklu gospodarowania, a więc na produkcję, dystrybucję (rozpowszechnianie) oraz konsumpcję mediów. Oferując wspólną płaszczyznę technologiczną, cyfryzacja doprowadziła do znaczącego zbliżenia sektora telekomunikacji, informatyki i mediów, zmieniając istotnie ich dotychczasową logikę prowadzenia biznesu i tworząc wiele wyzwań na przyszłość.

² T. Kowalski, *Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów i mediach przyszłości w aspekcie konwergencji*, *Studia Medioznawcze* 2001, nr 1, s. 21–32.

³ J. Steemers, *Broadcasting is dead. Long live digital choice*. W: *The media reader. Continuity and transformation*, Ed. by H. Mackay, T. O'Sullivan, London 2000, s. 231–241.

⁴ J.V. Pavlik, *New Media Technology. Cultural and Commercial Perspectives*, Boston 1998, s. 1–26.

Coraz powszechniej obecny w miejscu pracy i w domu Internet stał się istotnym elementem systemu komunikowania, oferując dogodną podstawę dla licznych zastosowań prywatnych, jak też dla rozwoju elektronicznego handlu. Z rozwojem Internetu wiązane są nadzieje na obniżkę kosztów dla przedsiębiorstw, poprawę efektywności działania, przyspieszenie komunikacji i obiegu informacji, ułatwienie dostępu do informacji dla klientów, kooperantów i współpracowników. Erotyka, książki, CD, DVD, usługi turystyczne (w tym rezerwacja hoteli, biletów lotniczych), to wiodące dziedziny światowego handlu elektronicznego.

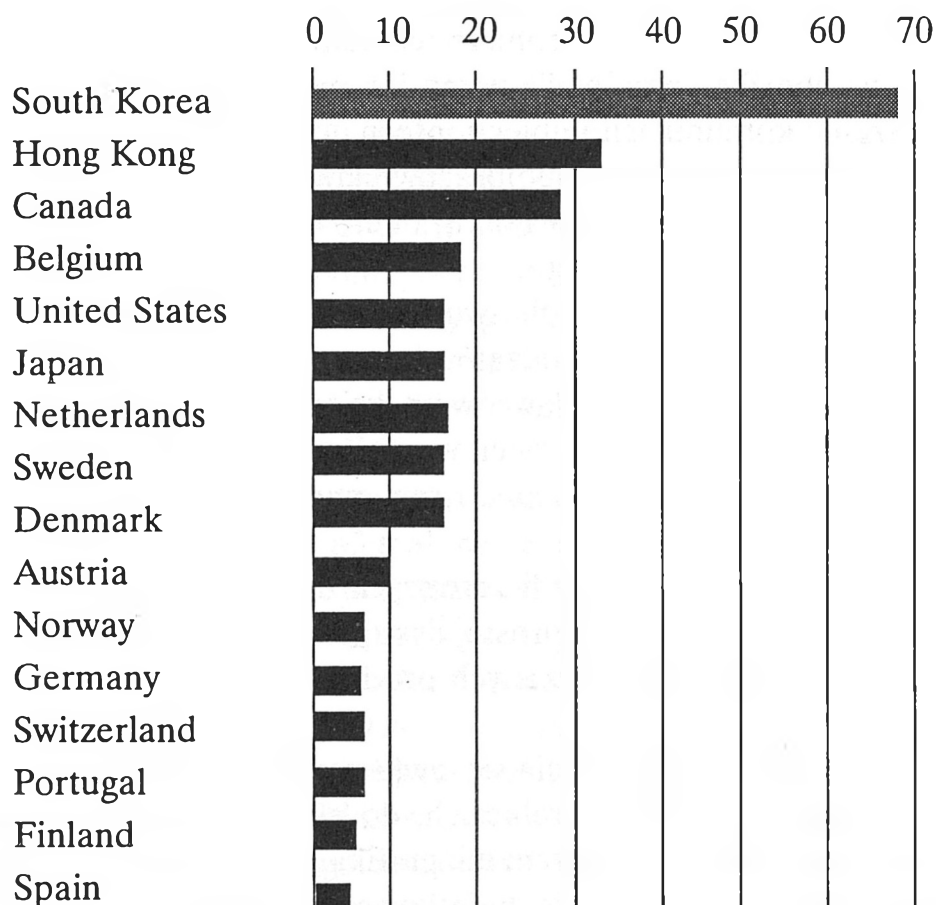
Cyfryzacja stwarza doskonałą podstawę dla tworzenia nowego lub alternatywnego sposobu rozpowszechniania wszelkich rodzajów zawartości i usług medialnych. Korzyści, tak wyraźnie odczuwane przez wydawców np. książek, związane z marginalnymi kosztami sprzedaży za pośrednictwem sieci, w porównaniu do metod tradycyjnych, są możliwe do osiągnięcia także przez inne firmy medialne, nie wyłączając radio i telewizji.

Obserwacja strategii postępowania coraz liczniejszych firm medialnych wskazuje na wykorzystywanie Internetu nie tylko dla prostej dystrybucji programu, ale przede wszystkim dla tworzenia nowych i zróżnicowanych produktów o charakterze multimedialnym.

Ekran telewizora coraz bardziej upodabnia się, zwłaszcza przy przekazach informacyjnych, transmisjach na żywo i innych relacjach, do ekranu komputera, łącząc elementy przekazów audiowizualnych z tekstem lub grafiką, a na wyświetlaczu nowoczesnych odbiorników radiowych pokazują się dodatkowe informacje w trakcie nadawania programu.

Jakkolwiek należy zachować ostrożność w prognozowaniu zmian, zważywszy na istotne przewartościowanie kapitałowe firm nowej technologii i telekomunikacyjnych (oraz związane z tym spowolnienie inwestycyjne), to jednak względna nadwyżka zdolności przesyłowych istniejącej infrastruktury telekomunikacyjnej tworzy szereg pozytywnych oczekiwań na przyszłość. Łąca szerokopasmowe zdobywają nowych użytkowników, a wraz z nimi pojawiają się nowe możliwości dla mediów i ich odbiorców. Znaczące postępy w rozwoju infrastruktury i usług medialnych, są już udziałem najbardziej rozwiniętych krajów świata, takich jak USA, Japonia, Wielka Brytania, kraje skandynawskie, Niemcy. Doświadczenia tych krajów mają ogromne znaczenie dla pozostałych i zdają się wskazywać na to, że wprawdzie można proces konwersji do środowiska cyfrowego opóźnić (także poprzez politykę regulacyjną), ale nie można go unieważnić czy też całkowicie zaniechać, chyba że chce się długotrwale pozostawać na peryferiach.

Tab.1. Rozpowszechnienie łączy szerokopasmowych w wybranych krajach



Źródło: *Seriously wired*, „The Economist” 2003, 17 April.

„Generacja @” wychowana w środowisku Internetu, WAP, SMS, WWW, cyfrowej telewizji i radia, MP3 oraz wielu innych technicznych nowinek, tworzy nowy popyt na masowe i wyspecjalizowane programy radiowe oraz telewizyjne, na publikacje, usługi multimedialne i interaktywne różnego rodzaju. Technika tworzy potencjał sprzyjający realizacji tego rodzaju oczekiwań.

Cyfryzacja sprzyja obniżce kosztów produkcji. W sektorze audiowizualnym relatywnie tanie wysokiej jakości cyfrowe kamery oraz komputerowe oprogramowanie dla edycji (dostępne w standardowych zestawach komputerów Mac), sprzyja restrukturyzacji zasobów pracy (zmniejszenie udziału personelu technicznego), obniżając radykalnie bariery wejścia do sektora audiowizualnego. Mniejsze koszty produkcji oznaczają rosnącą zdolność nadawców do wytwarzania zawartości, która będzie oferowana stosunkowo nielicznym odbiorcom. Dla określenia tego procesu coraz częściej używa się terminu *narrowcasting*, a więc komunikowanie wyspecjalizowane, zamiast *broadcasting*, czyli komunikowanie masowe.

Cyfryzacja pozwala na sprowadzanie obrazów, dźwięków i tekstów do wspólnego formatu, który może być następnie, w różnych postaciach, rozpowszechniany za po-

średnictwem jednolitej sieci infrastrukturalnej. Odrębne dotąd branże medialne spotykają się na wspólnej platformie. Zawartość mediów, zredukowana do postaci cyfrowych *megadanych*, może być łatwo archiwizowana, przetwarzana (manipulowana), przystosowywana do różnych formatów oraz dystrybuowana (rozpowszechniana) w wielu formach i kanałach, ze znacznie większą łatwością niż dotychczas, co ma poważne konsekwencje dla eksploatacji utworów medialnych oraz ekonomiki ich produkcji i wymiany⁵.

Jest to obszar właściwy dla rozpatrywania utworów medialnych w kontekście ekonomiki skali. Hasło: *One content distributed by as many channels as possible* (zawartość rozpowszechniana za pomocą tak wielu kanałów jak to tylko możliwe), znajduje tu swoje materialne uzasadnienie. Z punktu widzenia ekonomii marginalnie zróżnicowane produkty medialne są uzasadnione w takim stopniu, w jakim przychody uzyskane z ich sprzedaży przewyższają koszty poniesione na ich wytworzenie. Cechą szczególną technik cyfrowych jest znacząca redukcja kosztów marginalnych.

Rozwój technik cyfrowych stwarza zatem firmom medialnym możliwość rozpowszechniania wytworzonej zawartości za pośrednictwem różnych platform i w różnych formatach. Firmy medialne, dotychczas postrzegane jako nadawcy radiowi, telewizyjni lub wydawcy prasy, w środowisku cyfrowym staną się dostawcami multimedialnych produktów oferowanych odbiorcom w różnych formatach, w czasie i miejscu dla nich dogodnym. Takie wieloproduktowe firmy będą osiągały zarówno korzyści z ekonomii skali (efektywność kosztów wytworzenia zawartości), jak też ekonomii zakresu (wielość form, w których owa wytworzona zawartość może być oferowana potencjalnym odbiorcom).

Jeden z rozpowszechnionych mitów związanych z użyciem techniki cyfrowej w skali znaczącej społecznie zakłada, że Internet będzie funkcjonował na zasadach zbliżonych do opisanej przez A. Smitha konkurencji doskonałej. Obserwacja dotychczasowych tendencji rozwojowych nie pozwala na podtrzymanie takiego założenia. W Internecie, jak w świecie tradycyjnych mediów, także liczy się marka lub renoma dostawcy zawartości, zaufanie do źródła, a więc otwiera się pole dla marketingu i tworzenia wartości marki, co zazwyczaj skojarzone jest z firmami o liczących się zasobach kapitałowych. Duże i doświadczone firmy medialne, nadawcy radiowi i telewizyjni o znaczącej renomie wśród odbiorców, także w nowym środowisku powinni znaleźć dla siebie stosowną pozycję rynkową. Jednak jednym z najważniejszych wyzwań, wobec którego stają nadawcy w nowym środowisku, jest kwestia ochrony cyfrowych zasobów, które tak naprawdę są aktywami firm medialnych. Dla ekonomisty, zawartość mediów będąca przedmiotem obrotu, jest najważniejszym rodzajem aktywów firm medialnych.

Środowisko cyfrowe tworzy jednak nieoczekiwanie nowy kontekst dla profesjonalnie przygotowanych produktów medialnych w postaci usług interaktywnych,

⁵ N. Negroponte, *Being Digital*, New York 1995, s. 89–103.

w tym koncepcji telewizji interaktywnej (iTV). Tego rodzaju medium, jakkolwiek znajdujące się w fazie wczesnego rozwoju i eksperymentu, zakłada istnienie dwustronnej komunikacji między nadawcą a odbiorcą, z możliwością ingerencji tego ostatniego w formę i treść przekazu. Zakres usług interaktywnych, obok już komercyjnie eksploatowanych w wielu kanałach telewizyjnych, obejmuje ponadto takie usługi jak: „telewizyjna sprzedaż” (czyli zakupy z użyciem telewizora), gry i quizy z udziałem widzów; „telewizję na życzenie”, w której widz decyduje o tym, jakie informacje dodatkowe są mu potrzebne, czy też z której kamery chce oglądać np. wydarzenie sportowe, oraz „video-na-życzenie” z możliwością oglądania zamówionego filmu zamiast proponowanego przez nadawcę, ponadto możliwość wysyłania i odbioru poczty elektronicznej, wykonywanie zleceń bankowych i innych⁶.

Zarazem otwarta pozostaje kwestia chęci widzów do korzystania z udogodnień oferowanych w środowisku cyfrowym. Pozytywne doświadczenia, rozumiane tutaj jako aktywne korzystanie z interaktywności, zderzają się z licznymi przykładami pasywnych postaw odbiorców, którzy nawykli do ograniczonej aktywności w trakcie oglądania tradycyjnej telewizji. Nadzieje tych, którzy zakładają osiągnięcie znaczących wyników ekonomicznych ze świadczenia usług interaktywnych, związane są przede wszystkim z szybko dorastającą „Generacją @”.

Niejako równolegle do zagadnienia interaktywności rozwija się w cyfrowym środowisku kolejna koncepcja zachowań odbiorców, dla której kluczowe znaczenie ma słowo „personalizacja”. Koncepcja ta oznacza swoiste przejęcie kontroli przez odbiorców, którzy mogą dokonywać wyboru spośród szerokiej oferty multimedialnych produktów, tworząc niejako własny schemat programowy, a więc konsumpcja zaczyna być dostosowywana do indywidualnych potrzeb odbiorców. Stosunkowo najszybciej idea ta znalazła swoje praktyczne zastosowania w dziedzinie elektronicznych publikacji, znacznie większy sceptycyzm panuje w środowisku mediów finansowanych przede wszystkim przez reklamę. O ile kanały tematyczne, niszowe i specjalistyczne poruszają się tu na gruncie dobrze im znanym, o tyle media związane z reklamą odczuwają swoisty dyskomfort narastającego braku pewności co do reakcji audytorium. Personalizacja mediów może stanowić poważne wyzwanie dla mediów wspieranych pieniądzem reklamowym⁷.

Jak dotychczas, finansowe efekty telewizji interaktywnej, interaktywnych gier komputerowych, multimedialnej zawartości dostępnej w sieci, nie są zbyt zachęcające, a to przede wszystkim dlatego, że infrastruktura nie nadąża za kreatywnością. Nawet podatni na innowacje Amerykanie nie przejawiają nadmiernej skłonności do korzystania z łączy szerokopasmowych, które z kolei są warunkiem szybkiego przekazu o dobrej jakości technicznej.

⁶ *Interactive Television. TV of the Future or the Future of TV?* Ed. by J.F. Jensen, C. Toscan, Aalborg 1999, s. 11–91.

⁷ T. Kowalski, *Przyszłość mediów – media przyszłości*. W: *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*. Pod red. B. Junga, Warszawa 2001, s. 240–256.

Webcasting (rozumiany jako rozpowszechnianie programów wideo za pośrednictwem sieci) wygląda jak bardzo ubogi krewny zwykłej telewizji. Niezależnie od licznych korzyści, jakie oferuje globalna sieć firmom medialnym, są też liczne zagrożenia, takie jak darmowe miejsca w sieci, komunikacja *peer-to-peer*, doskonałe dopasowanie do reklamy klasyfikowanej, fragmentacja audytorium telewizyjnego w przyszłości.

W sieci istnieją zasadniczo trzy sposoby zarabiania pieniędzy: reklama, handel elektroniczny (lub tworzenie platformy dla jego realizacji) oraz bezpośrednie opłaty od odbiorców. Jak dotychczas, najtrudniejszy do realizacji wydaje się ostatni wariant, jakkolwiek coraz częściej można spotkać się z opinią, że era darmowego Internetu to tylko epizod jego wczesnej fazy rozwojowej, a odpłatność stanie się warunkiem dalszego znaczącego postępu w tej dziedzinie.

Niewątpliwie ważną przesłanką na przyszłość dla dokonania kolejnego przełomu w rozwoju sieci jest kwestia ochrony praw związanych z utworami dystrybuowanymi za pośrednictwem Internetu. Problem ochrony praw autorskich ilustruje, jak tradycyjna teoria ekonomii nie jest w stanie dobrze objaśniać prawidłowości funkcjonowania mediów w środowisku cyfrowym. Ekonomia opiera się na koncepcji rzadkości dóbr i niewzruszonym przekonaniu, że produkcja większej ilości dóbr musi kosztować więcej niż mniejszej ich ilości. Tymczasem elektroniczna reprodukcja kosztuje niewiele lub wręcz nic nie kosztuje (zwłaszcza, kiedy dystrybucja dokonuje się w sieci).

Optimum Vilfreda Pareta zakłada, że sytuacja równowagi idealnej zachodzi wówczas, gdy nie można tak zreorganizować alokacji zasobów, aby ktokolwiek osiągnął dodatkową korzyść bez ograniczania korzyści pozostałych. Inaczej mówiąc, zysk jednych jest stratą innych, a więc obowiązuje zasada „coś za coś”. Brak równowagi idealnej to sytuacja, w której można zwiększyć korzyść jednych, bez ograniczania zysków pozostałych. Nieefektywność powstaje zatem zawsze wówczas, gdy komukolwiek odmawia się dostępu do chronionej prawem wartości intelektualnej. Oferując zatem swobodny dostęp do chronionych prawem autorskim produktów tym, którzy nie są skłonni do zapłaty lub nie stać ich na płacenie, można osiągnąć przyrost ogólnego dobrobytu rodzaju ludzkiego, bez pogarszania sytuacji pozostałych właścicieli praw, którzy i tak nie mogliby liczyć na wynagrodzenie ze strony wymienionych kategorii odbiorców. Żelazną konsekwencją takiej logiki postępowania powinno być zatem – w celu uniknięcia suboptymalnej alokacji zasobów, zrezygnowanie z ochrony prawnej utworów dostępnych w globalnej sieci.

Taki punkt widzenia dogodny jest jednak dla darmowych konsumentów chronionych prawem utworów. Celem ochrony praw jest tworzenie warunków dla rozwoju twórczości autorów, muzyków, producentów medialnej zawartości. Twórcy medialnych dóbr mają prawo do życia z owoców ich pracy, a kluczowym tego warunkiem jest prawo do monopolizacji pożytków generowanych z ich produktów w pewnym okresie czasu. Bez właściwej ochrony prawnej, ilość i jakość zawartości ulegną naturalnemu ograniczeniu, a więc w sumie ucierpi społeczna korzyść z twórczości. Biorąc

zatem pod uwagę potencjalne straty społecznych pożytków, należy zrezygnować z optimum Pareta i wspierać ochronę prawną utworów.

Pryncypialne spory w tej dziedzinie to jeden z oczywistych efektów rozpowszechnienia cyfryzacji i rozwoju nowych mediów. Łatwość i nawet brak kosztów reprodukcji nie może pozbawiać pisarzy, muzyków, aktorów i reżyserów oraz wielu innych twórców prawa do monopolowego czerpania pożytków z ich twórczości. Problem w tym, że ochrona jest technicznie coraz trudniejsza, a spory między zwolennikami potrzeby ochrony praw należnych twórcom oraz popierającymi ideę wolnego obiegu opinii i idei pozostaną na długo aktualne.

AGNIESZKA DMOWSKA

Antiglobalizm | Antyglobalizm and new media | a nowe media

KEY WORDS

anti-globalistic movements, Internet, Independent Media Centre

SŁOWA KLUCZOWE

ruchy antyglobalistyczne, Internet, Centrum Mediów Niezależnych

ABSTRACT

We witness new social movements coming into existence, mainly anti-globalistic, which on a wide scale use modern media and communication techniques, especially Internet, for transfer of information and social mobilization. It is on their initiative that independent mass media are being established – in opposition to the traditional ones recognized as corporate – acting as non-profit and on the basis of journalists' and volunteers' activity.

One of them is the Independent Media Centre (IMC) established by a group of activists in November 1999 during the protests against WTO summit in Seattle, now having branches in more than 60 countries. The object of IMC activity is to enable access to independent information and to support local publishing and audiovisual projects.

New media constitute more and more important forum for social and political discussion due to low costs of operation, supranational range and overcoming language barriers. Polish branch cooperates within this range with other anti-globalistic organizations.

STRESZCZENIE

Na naszych oczach powstają nowe ruchy społeczne, głównie antyglobalistyczne, wykorzystujące w szerokim zakresie nowoczesne techniki medialne i komunikacyjne, zwłaszcza Internet, do przekazywania informacji i mobilizacji społecznej. Z ich inicjatywy tworzone są – w opozycji do tradycyjnych, postrzeganych jako korporacyjne – niezależne środki masowego przekazu, działające na zasadach non-profit i opierające się na aktywności dziennikarzy i wolontariuszy. Jednym z nich jest Centrum Mediów Niezależnych (CMN), utworzone przez grupę aktywistów w listopadzie 1999 roku podczas protestów przeciwko szczytowi WTO w Seattle, mające obecnie oddziały w przeszło 60 krajach. Celem CMN jest umożliwianie dostępu do niezależnej informacji oraz wspieranie lokalnych projektów wydawniczych i audiowizualnych. Nowe media stanowią coraz istotniejsze forum dyskusji społecznej i politycznej ze względu na niskie koszty funkcjonowania, ponadnarodowy zasięg i pokonanie barier językowych. Polski oddział współpracuje w tym zakresie z innymi organizacjami antyglobalistycznymi.

Wykorzystywanie na coraz większą skalę nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, a zwłaszcza Internetu, przyczyniło się do demokratyzacji procesu komunikowania masowego. Zagwarantowanie pluralizmu opinii i informacji, umocnienie praw obywateli do swobodnego dostępu do informacji publicznych, stworzenie członkom społeczeństw możliwości stania się aktywnymi producentami informacji, a nie jedynie pasywnymi konsumentami, to jedne z najważniejszych skutków ich upowszechnienia¹. Obserwując od kilku lat masowe protesty przeciwko polityce Światowej Organizacji Handlu (WTO), Bankowi Światowemu, Międzynarodowemu Funduszowi Walutowemu, działalności ponadnarodowych korporacji, i niedawne masowe demonstracje przeciwko interwencji amerykańsko-brytyjskiej w Iraku, można zadać sobie pytanie: czy zmieniają się tradycyjne formy uczestnictwa politycznego i jaką rolę w tym względzie odgrywają nowe środki masowego przekazu tworzone z wykorzystaniem nowych technologii. Co było przyczyną nieprawdopodobnej aktywizacji społecznej setek tysięcy ludzi na całym świecie i upublicznienia ich żądań, sprzeciwu i planów na przyszłość? Celem artykułu jest próba pokazania na wybranych przykładach nowego zjawiska, jakim jest umiejętność wykorzystania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych i sieci do kształtowania i mobilizowania opinii publicznej przez ruchy antyglobalistyczne oraz podejmowane inicjatywy tworzenia przez nie środków masowego przekazu niezależnych od tradycyjnych.

Zdaniem Ryszarda Kapuścińskiego, zjawisko globalizacji funkcjonuje współcześnie na trzech poziomach: pierwszy to swobodny przepływ kapitału, wolny handel, komunikacja, ponadnarodowe firmy i korporacje, masowa kultura i konsumpcja; drugi to globalizacja przestępczego podziemia i w konsekwencji osłabienie państwa; wreszcie, na trzecim poziomie, globalizacja obejmuje formy życia społecznego. Powstawanie międzynarodowych organizacji pozarządowych, ruchów społecznych i re-

¹ R.W. Kluszczyński, *Spoleczeństwo informacyjne, cyberkultura, sztuka multimedialna*, Kraków 2002, s. 26.

ligijnych jest odpowiedzią na niezaspokajanie wielu ludzkich potrzeb przez takie tradycyjne struktury jak państwo, kościół czy naród². Ruch społeczny można określić jako szczególny typ zachowania zbiorowego, na który składa się przede wszystkim interakcja wspólnotowa jednostek oraz funkcjonowanie zawsze w aktywnej relacji do zmiany społecznej bądź/i kulturowej. Przez wielu socjologów ruchy społeczne uważane są za najbardziej dynamiczną formę zjawisk społecznych³. Cechą charakterystyczną współczesnych ruchów społecznych jest wykorzystywanie w szerokim zakresie nowoczesnych technik medialnych i komunikacyjnych. Do podstawowych metod działania tych ruchów należy tworzenie, przetwarzanie i rozpowszechnianie informacji i na tej podstawie zawiązywanie silnych, formalnych struktur interakcyjnych o charakterze informacyjnym⁴. Tradycyjne więzi społeczne i interakcje bezpośrednie stanowiące jeden z najważniejszych elementów, na których opierało się działanie ruchów społecznych, są zastępowane przez zewnętrzne sieci i powiązania informacyjne *online*. Globalizujące się oddolnie ruchy społeczne mają, paradoksalnie, najczęściej charakter antyglobalistyczny⁵.

Narodziny światowego ruchu antyglobalistycznego związane są ze zorganizowaniem przez Lori Wallach w listopadzie 1999 roku masowego protestu przeciwko szczytowi Światowej Organizacji Handlu w Seattle, który doprowadził do nieporozumień i opóźnień w negocjacjach, a w konsekwencji do wycofania się OECD z Układu. Katalizatorem protestu, a w efekcie wielkiej międzynarodowej kampanii przeciwko planom dalszych posunięć na rzecz liberalizacji handlu, było opublikowanie w Internecie nieznanego opinii publicznej projektu o Wielostronnym Układzie na temat Inwestycji (MAI) będącego zbiorem reguł dotyczących inwestowania, które, zdaniem Wallach, dawały wielkim korporacjom przewagę nad rządami narodowymi i interesami lokalnych społeczności⁶. Kolejne kampanie informacyjne, protesty i manifestacje, połączone z setkami seminariów tematycznych, spotkań, konferencji i happeningów politycznych, przyciągające setki tysięcy uczestników i sympatyków z całego świata miały miejsce w Seattle, Pradze, Seulu, Genui, Porto Alegre i Brukseli.

Samo pojęcie ruch antyglobalistyczny, jakim najczęściej posługują się media i politycy, nie w pełni oddaje istotę zjawiska. Należałoby raczej traktować je w kontekście powstania, aktywizacji i upublicznienia działań w skali ponadnarodowej całego szeregu ruchów społecznych, organizacji pozarządowych, niesformalizowanych wspólnot obywatelskich, których wspólnym celem jest – w ogromnym uproszczeniu – zmiana istniejącego na świecie ładu na bardziej sprawiedliwy. Cechą charakterystyczną współczesnej kontestacji jest wielość i różnorodność programów, stąd bliższe prawdy

² A. Domosławski, *Świat nie na sprzedaż. Rozmowy o globalizacji i kontestacji*, Warszawa 2002, s. 221.

³ P. Sztompka, *The Sociology of Social Change*, Oxford-Cambridge MA 1994, s. 278.

⁴ P. Gliński, *Polscy Zieloni. Ruch społeczny w okresie przemian*, Warszawa 1996, s. 18–19.

⁵ L.W. Zacher, *Globalne problemy społeczeństwa informacyjnego (rozważania definicyjne i metodologiczne)*. W: *Spółczesność informacyjna. Wyzwania dla gospodarki, polityki i kultury*. Red. K. Doktorowicz, Katowice 2002, s. 18.

⁶ A. Domosławski, *dz.cyt.*, s. 18.

byłoby określenie ruchu antyglobalistyczne, tworzone przez środowiska szeroko pojętej i zróżnicowanej lewicy, ruchy na rzecz oddania ziemi chłopom z Ameryki Południowej, organizacje kobiece, ekologiczne, pacyfistyczne, anarchistyczne i takie jak ATTAC (organizacja na rzecz opodatkowania obrotów kapitałowych)⁷.

Niebagatelny udział w rozwoju i umocnieniu ruchów antyglobalistycznych odegrał Internet, bez którego akcje informacyjne, integracyjne i mobilizacyjne na taką skalę byłyby mocno utrudnione⁸. Znaczenie Internetu jako niezwykle użytecznego środka masowego przekazu zostało docenione wiosną 2003 roku przez organizatorów kampanii antywojennych przeciwko amerykańsko-brytyjskiej interwencji w Iraku⁹. Podczas wielotysięcznych demonstracji i marszy pokojowych hasła antywojenne pojawiały się obok haseł z kanonu antyglobalistów. Ogólnodostępna, ogólnoświatowa i multimedialna sieć była skutecznie wykorzystywana do rozpowszechniania na bieżąco informacji, w tym zdjęć i filmów przekazywanych z satelitarnych aparatów telefonicznych, telefonów komórkowych i kamer wideo, na temat planowanych i odbywających się demonstracji oraz stała się alternatywnym wobec tradycyjnych mediów – co nie oznacza obiektywnym i bezwarunkowo rzetelnym – źródłem informacji¹⁰. Manifesty antywojenne, sygnowane przez dziesiątki organizacji, były na bieżąco tłumaczone na języki narodowe, publikowane w formie elektronicznej, a następnie drukowanej, i w postaci artykułów oraz ulotek rozdawane podczas demonstracji na całym świecie¹¹. Nawet ograniczając się wyłącznie do śledzenia relacji z antywojennymi manife-

⁷ Stowarzyszenie ATTAC – Obywatelska Inicjatywa Opodatkowania Obrotu Kapitałowego z siedzibą w Gdyni. W statucie stowarzyszenia zapisano, że jest to apolityczne, dobrowolne zrzeszenie o celach non-profit, oparte na pracy społecznej osób zaangażowanych. Celem Stowarzyszenia jest przeciwstawianie się wszelkim formom wyzysku i dyskryminacji jednostek, grup społecznych i narodów, realizowanym za pomocą dominacji ekonomicznej, przymusu politycznego oraz regulacji prawnych sprzyjających korupcji i powstawaniu nieuzasadnionych przywilejów (rozdział II Statutu). Skrót ATTAC, stanowiący część nazwy Stowarzyszenia, pochodzi od nazw działających już w innych krajach niezależnych organizacji pozarządowych o podobnych celach i założeniach, które to nazwy w innych powszechnie używanych językach (angielskim, francuskim i hiszpańskim) brzmią odpowiednio:

- Association for the Taxation of Financial Transactions for the Aid of Citizens;
- Association pour une Taxation des Transactions financières pour l'Aide aux Citoyens;
- Asociación por un Tasa a las Transacciones financieras especulativas para Ayuda a los Ciudadanos.

Są to niezależne organizacje pozarządowe działające w kilkudziesięciu krajach.

⁸ Co prawda, jeżeli chodzi o przypadek Polski, to w dokonanej przez redakcję Serwisu Przeciwników Globalizacji adaptacji „Przewodnika aktywisty wykorzystującego media” autorstwa niezależnego brytyjskiego dziennikarza i działacza społecznego George’a Monbiota, podkreśla się niewielki zasięg Internetu i przywiązanie obywateli do tradycyjnych mediów – www.antyglobalizacja.most.org.pl/index.

⁹ Liczne teksty poświęcone wykorzystywaniu nowoczesnych technologii w celu mobilizacji społecznej i upowszechniania niezależnego obiegu informacji są zamieszczone na stronie <http://www.smartmobs.com> pod wspólnym hasłem *Smart Mobs and the Power of the Mobile Many*. Są to zarówno artykuły z prasy, m.in. z „Der Spiegel”, „New York Times”, „The Washington Post”, „Mercury News”; innych mediów np.: raport MTV; z innych stron internetowych, np.: <http://protests.cocksalad.com.view.cgi> oraz teksty zainteresowanych użytkowników Internetu. Jest to strona prowadzona przez Howarda Rheingolda, autora książki *Smart Mobs. The Next Social Revolution*.

¹⁰ Patrz m.in. artykuł *Protesters Using Tech in SF Protests* (Associated Press), opublikowany 21 marca 2003 na stronie niezależnego amerykańskiego serwisu KRON 4.

stacji podawanych przez telewizje należące do globalnych koncernów medialnych (TV Fox, CNN, BBC), nie można było nie zauważyć zbieżności haseł i deklaracji dominujących od Sydney po Barcelonę. W przestrzeni komunikacyjnej Internetu możliwa była, z jednej strony, polemika z informacjami przekazywanymi przez media popierające stanowisko Stanów Zjednoczonych, z drugiej – pokazanie skali protestów antywojennych oraz ogromnej i zróżnicowanej liczby ich uczestników¹². Tendencje do posługiwania się alternatywnymi kanałami komunikacyjnymi przez antyglobalistów wzmacniane były też na skutek przekonania, że wielkie koncerny medialne narzucają światowej opinii publicznej oficjalną interpretację wydarzeń¹³.

Krytyczna ocena tradycyjnych środków masowego przekazu, postrzeganych przez działaczy antyglobalistycznych jako zglobalizowane instrumenty w rękach wielkich korporacji medialnych, traktujących informację jako kolejny produkt zaspokajający potrzeby konsumenta¹⁴, przyniosła efekty w postaci prób tworzenia niezależnych mediów, działających na zasadzie non-profit i wykorzystujących aktywność wolontariuszy. W 2001 roku rozpoczęło działalność w Porto Alegre Światowe Forum Społeczne i został uruchomiony, redagowany w trzech głównych wersjach językowych (hiszpańskiej, angielskiej i francuskiej), internetowy portal (<http://www.forumsocialmudial.org/>) poświęcony aktywności antyglobalistycznej i antykorporacyjnej organizacji pozarządowych i ruchów społecznych na całym świecie, będący próbą stworzenia szybko rozwijającego się medium, służącego wymianie informacji i mobilizacji społecznej o zasięgu ogólnoswiatowym¹⁵. W ramach portalu działają także fora krajowe, redagowane w rodzimych językach i fora tematyczne. Korzenie antyglobalistyczne

¹¹ Jednym z wielu przykładów mogą być zawierające ostrą krytykę polityki zagranicznej Stanów Zjednoczonych teksty rozpowszechniane w postaci ulotek podczas antywojennych manifestacji w Polsce: artykuł ze stycznia 2003 roku *Delenda est Carthago, czyli o imperializmie amerykańskim w kontekście Iraku* autorstwa Alana Woodsa (tłumaczenie Boian Stanisławski) i tekst *Dwanaście pytań i odpowiedzi o wojnie w Iraku*, przygotowane przez www.socjalizm.org we współpracy z Hiszpańskim Związkiem Studenckim Sindicato de Estudiantes, pochodzące ze strony serwisu – www.socjalizm.org.

¹² Patrz np. artykuł A. Zerbisias, *TV Avoids Showing Deadly Side of War*, opublikowany 22 marca 2003 w „Toronto Star” i zamieszczony na stronie Common Dreams NewsCenter, niezależnego serwisu informacyjnego działającego na zasadach non-profit (www.commondreams.org/).

¹³ A. Domoślowski, *dz. cyt.*, s. 115.

¹⁴ *Tamże*, s. 49.

¹⁵ Pierwsze Światowe Forum Społeczne odbyło się w roku 2001 i miało na celu przeciwstawienie się neoliberalnej polityce Światowego Forum Ekonomicznego, które trwało w tym samym czasie w Davos. Od tamtego czasu inicjatywa stała się światową koalicją ruchów społecznych i organizacji poszukujących alternatywnych sposobów życia, postrzegania świata i działania. Ułatwiła także powstanie regionalnych forów społecznych, czego przykładem może być Azjatyckie Forum zakończone w styczniu 2003 r. w Hyderabadz. Trzecie spotkanie było największym z dotychczasowych, ze względu na liczbę uczestników: stolica brazylijskiego stanu Rio Grande do Sul, Porto Alegre, stała się wtedy największym centrum kongresowym świata. Działacze związkowi, parlamentarzyści, aktywiści z organizacji na rzecz praw człowieka, ekolodzy, członkowie organizacji chłopskich, grupy artystyczne z różnych zakątków świata, stowarzyszenia młodzieżowe, dziennikarze, obserwatorzy niezrzeszeni, uczestniczyli w blisko 2000 różnych konferencji, seminariów i warsztatów odbywających się w różnych częściach miasta. W Forum wzięło udział 100 tys. uczestników ze 156 krajów, w tym 20 763 delegatów z 5717 organizacji, ponad 4 tysiące dziennikarzy. Wszystko to

mają również inne realizowane za pośrednictwem nowych mediów, głównie Internetu, projekty, których twórcy współpracują ze Światowym Forum Społecznym (polega to przede wszystkim na wymianie informacji, zamieszczaniu artykułów i manifestów, kalendarium wydarzeń ze zdjęciami i audycjami w systemie *real audio* oraz odnośników do podobnych tematycznie stron).

Jedną z ciekawszych inicjatyw na rzecz tworzenia ponadnarodowego i niezależnego obiegu informacji było powołanie Centrum Mediów Niezależnych (Independent Media Center), które ma obecnie ponad 60 oddziałów na całym świecie (ich lista znajduje się w lewej kolumnie strony głównej sieci Indymedia (<http://www.indymedia.org>)¹⁶ i porusza szersze spektrum tematów niż Portal ŚFS. Działanie Indymediów jest możliwe dzięki pracy setek niezależnych dziennikarzy z całego świata i tworzy forum dla informowania o ważnych kwestiach społecznych i politycznych. IMC stworzyło kilkuset aktywistów, którzy zebrali się podczas protestów przeciwko Światowej Organizacji Handlu w listopadzie 1999 r. w Seattle. Wielu z nich miało już wieloletnie doświadczenia z niezależnymi mediami. Seattle IMC publikowało materiały na swojej witrynie WWW oraz w gazetce „The Blind Spot”. Statystyki strony WWW były imponujące – w czasie protestów zanotowano prawie 1,5 miliona wirtualnych odwiedzin. W lutym roku 2000, w Bostonie, powstała mała grupa IMC, aby zdać relację z Biodevastation Convergence. Nieco większa grupa powstała w Waszyngtonie przy okazji protestów przeciwko Bankowi Światowemu oraz Międzynarodowemu Funduszowi Walutowemu. Wówczas zaczęły napływać wnioski od grup zainteresowanych tworzeniem kolejnych IMC. Cytując deklarację ideową, „Indymedia to kolektyw niezależnych organizacji medialnych i setek dziennikarzy oferujących oddolne, niekomercyjne dziennikarstwo. Indymedia to demokratyczna organizacja wspomagająca radykalne, dokładne i namiętne przedstawianie prawdy. Każde IMC (Inde-

organizowano siłami ledwie setki organizatorów i 650 wolontariuszy. Budżet Forum był znacznie większy niż przed rokiem i wynosił prawie 3,5 mln dolarów. Całość została podzielona na 5 głównych tematów: – demokratyczny i zrównoważony rozwój, – zasady i wartości praw człowieka, różnorodność i równość, – media, kultura i kontrhegemonia, – władza polityczna, społeczeństwo obywatelskie i demokracja, – porządek demokratycznego świata, walka przeciwko militarystyce i promowanie pokoju. Por. tekst R. Kalkickiego w: <http://manufaktura.pl/attac/>, tam też można znaleźć inne teksty poświęcone działalności Światowego Forum Społecznego, dokładne relacje z poprzednich spotkań i informacje o planowanych inicjatywach.

¹⁶ Centrum Mediów Niezależnych, jak zaznaczono w tekście, nie jest jedynym oddolnym przedsięwzięciem, którego celem jest tworzenie i upowszechnianie informacji w sposób niezależny od mediów korporacyjnych. Zostało wybrane ze względu na funkcjonowanie polskiego oddziału i współpracę z innymi mediami o profilu antyglobalistycznym działającymi w Polsce, o czym będzie mowa w dalszej części artykułu. Równie ciekawa jest działalność organizacji Media Channel z Nowego Jorku (www.mediachannel.org/), która bazując na pracy dziennikarzy i wolontariuszy, zbiera i weryfikuje informacje z innych, głównie amerykańskich, środków masowego przekazu, starając się pokazać mechanizmy ich działania i kierując się hasłem „Podczas gdy media obserwują świat, my obserwujemy media”. Podobny profil ma pozarządowa organizacja FAIR (Fairness & Accuracy In, Reporting), w ramach której działa grupa około 100 dziennikarzy chcących informować o marginalizowanych przez oficjalne media zjawiskach (www.fair.org/).

pendent Media Center) to autonomiczna grupa, posiadająca własną deklarację ideową, zarządzająca swoimi własnymi funduszami i podejmująca swoje własne decyzje w swoich własnych sprawach”¹⁷. Indymedia, oceniana jako wspierająca ruchy antyglobalistyczne, sama nie organizuje protestów, umożliwia natomiast publikowanie kalendarza najbliższych protestów i innych wydarzeń. Grupa Indymedia.org zajmuje się międzynarodową stroną WWW (<http://www.indymedia.org/>), a także kwestiami dotyczącymi wszystkich IMC w sieci Indymedia – m.in. polityką redakcyjną oraz problemami technicznymi¹⁸.

Jednym z ogólnych celów jest tworzenie i wspieranie rozwoju tak wielu niezależnych mediów, jak to jest możliwe; w praktyce wolontariusze IMC dążą do wspierania rozwoju narodowych lub międzynarodowych stacji telewizyjnych, radiowych, regularnego wydawania czasopism oraz budują inne projekty mające zapewnić ludziom dostęp do niezależnych wiadomości¹⁹. Przy realizacji projektów audiowizualnych wykorzystywane są materiały filmowe nagrywane na wideo dla IMC przez wolontariuszy. Część z nich komunikuje się za pośrednictwem poczty elektronicznej video@indymedia.org. Co miesiąc FreeSpeech TV (<http://www.freespeech.org/>) produkuje „Indymedia newsREAL”, program zmontowany z materiałów filmowych IMC (<http://satellite.indymedia.org/>). Wiele lokalnych IMC prowadzi stacje radiowe, część nadaje regularnie w Internecie (<http://radio.indymedia.org>) oraz poczta (imc-audio@indymedia.org). Wiele IMC wydaje papierowe publikacje. Istnieje też międzynarodowy projekt IMC-Print (<http://print.indymedia.org/>), w ramach którego co tydzień publikowany jest dwustronicowy dokument w formacie PDF (publikacji/prasy internetowej), przeznaczony do wydruku i rozprowadzenia, zawierający podsumowanie wiadomości IMC. Na stronach Indymedia można również znaleźć materiały filmowe z akcji w Seattle, Waszyngtonie, Genui i Pradze.

Indymedia, z wyjątkiem niektórych lokalnych IMC, nie ma centralnego biura, a więc i adresu, numeru telefonu czy faxu. Komunikacja poza lokalnymi oddziałami odbywa się z pośrednictwem list dyskusyjnych oraz na czatach (czat (ang. chat) – rozmowa internetowa w trybie rzeczywistym) serwera IRC (niektóre międzyna-

¹⁷ Centrum Mediów Niezależnych – www.indymedia.org/.

¹⁸ Na międzynarodowej stronie Indymediów znajduje się uaktualniany na bieżąco przegląd informacji i artykułów pochodzących ze stron Indymediów z poszczególnych krajów. W lipcu 2003 r. w przeglądzie znalazły się teksty m.in. z USA, Australii i Irlandii poświęcone wojnie w Iraku i (Australia) polityce antyimigracyjnej rządu; informacja z Filipin na temat demonstracji przeciwko polityce ekonomicznej Azjatyckiego Banku Rozwoju, MFW i Banku Światowego; relacja z RPA na temat polityki neokolonialnej i protestów przeciwko wizycie prezydenta Busha; informacje o „akcji bezpośredniej” w obronie lasów w Belgii, Holandii i Wielkiej Brytanii; teksty z Polski poświęcone organizacji „Kobiety na Falach” oraz uszczelnieniu granic po wejściu do UE. Pełny wykaz artykułów i tekstów na temat inicjatyw podejmowanych w ostatnich latach przez Indymedia można znaleźć w archiwum www.indymedia.org/archieve/features.

¹⁹ Indymedia wspiera niezależnych, niewielkich nadawców m.in. WorldLink TV i jest przeciwne decyzjom o dalszej liberalizacji rynku, podjętym w USA przez Kongres i Federalną Komisję Łączności, patrz: *Reflection on Independance From Corporate Media Week* – www.sf.indymedia.org/news/2003 [8 lipca 2003].

we grupy zadaniowe IMC, np. Imc-Print, mają cotygodniowe spotkania na IRC). Aktualnie toczą się prace nad globalnym procesem decyzyjnym umożliwiającym każdemu IMC podejmowanie decyzji w sprawach dotyczących całej sieci. Obecnie rozważaną możliwością jest utworzenie „globalnej rady rzeczników”, która będzie potwierdzać decyzje (tyczące się całej sieci Indymedia) podjęte przez lokalne IMC w drodze własnych procesów decyzyjnych. Jednym z zasadniczych elementów Centrum Mediów Niezależnych jest tzw. Newswire działający według zasady „open publishing”, który umożliwia niezależnym dziennikarzom natychmiastowe opublikowanie swojego tekstu na ogólnodostępnej witrynie, zachęcając w ten sposób do „stawania się twórcami mediów”. Sieć Indymedia rezerwuje sobie prawo do utrzymywania sekcji, w których publikuje się „zredagowane” artykuły, nikt natomiast nie redaguje tekstów wysłanych do Newswire. Istnieje grupa zadaniowa Newswire, której zadaniem jest ukrywanie reklamowego spamu (spam – narzucona, niechciana reklama elektroniczna), duplikatów już opublikowanych tekstów i innych artykułów naruszających politykę redakcyjną IMC. Artykuły usunięte z głównej strony są ciągle publicznie dostępne przez „hidden articles page” (stronę ukrytych artykułów) oraz stroną „editorial administration”.

Materiały wysłane do Indymediów mogą być przedrukowywane (lub wykorzystywane w inny sposób) w celach niekomercyjnych, chyba że autor zastrzegł sobie prawa autorskie. Obecnie istnieją IMC, które publikują lub planują publikować w języku angielskim, hiszpańskim, francuskim, włoskim, niemieckim, portugalskim, flamandzkim, szwedzkim, fińskim, rosyjskim, hebrajskim oraz arabskim. Jak dotąd, na większości globalnych list króluje angielski, ale grupa tłumaczeniowa (Indymedia Translation Team) ma to zmienić, rozważane jest również używanie esperanto na globalnych listach dyskusyjnych. Te informacje potwierdzają tendencję zaobserwowaną przez badaczy Internetu, polegającą na wzroście znaczenia języków narodowych. Szacunkowo ocenia się, że już połowę wszystkich informacji stanowią treści w innym niż angielski języku, co daje szansę upowszechnienia możliwości korzystania i tworzenia w Internecie także użytkownikom z różnych kultur językowych²⁰.

W serwisie informacyjnym polskiego Centrum Mediów Niezależnych znajdują się między innymi teksty poświęcone procesom działaczy antywojennych w Warszawie, Krakowie i Wrocławiu; konfliktowi związanemu z pojawieniem się statku Langenort i działalności organizacji Kobiety na Falach; inicjatywie „Lato Bez Granic”, której celem jest zmiana polityki wobec imigrantów i obcokrajowców; czerwcowemu antyszczytowi Unii Europejskiej w Salonikach i demonstracjom zorganizowanym przez Greckie Forum Społeczne oraz planowanej na wrzesień 2003 roku Akcji Bezpośredniej na Rzecz Powstrzymania Wojny (Action Directe to Stop the War). Polskie CMN (<http://www.poland.indymedia.org/>) współpracuje z Polskim Serwisem Wolnościowym PoProstu (<http://www.poprostu.pl>) działającym od 2000 roku jako część ka-

²⁰ A.M. Wilk, *Państwo w dobie społeczeństwa informacyjnego*. W: *Internet 2000. Prawo – ekonomia – kultura*. Pod red. R. Skubisza, Lublin 2000, s. 197.

talogu tematycznego Anarvista. Twórcy PoProstu określają go jako społeczne, niezależne medium informacyjne, którego celem jest prezentowanie i komentowanie informacji w kontekście społecznym. Drugim sojusznikiem polskich Indymediów jest Stowarzyszenie ATTAC Polska (<http://manufaktura.pl/attac/>), scharakteryzowane wyżej, biorące udział w działalności Światowego Forum Społecznego²¹.

Niewątpliwie nowe media stworzyły podstawy dla bardzo znaczących przeobrażeń społecznych, których kierunek i konsekwencje trudno jest przewidzieć w dalszej perspektywie. Dzięki sieciom informacyjno-komunikacyjnym oferującym zróżnicowanym społecznościom i grupom narzędzia oraz przestrzeń do ekspresji poglądów, jak ocenia Krystyna Doktorowicz, „Tradycyjnie definiowana sfera publiczna traci w środowisku nowych mediów takie swoje atrybuty jak: związek z określonym miejscem czy terytorium, unitarny charakter, klarowną jasność między tym co publiczne a tym co prywatne”²². Nowe media otwierają nowe kanały komunikowania zarówno antydemokratyczne jak i służące demokracji, poszerzają możliwości dialogu społecznego, tworzą nowe przestrzenie sfery aktywności publicznej. Ruchy antyglobalistyczne, które w coraz większym stopniu wpływają na kształt wielopoziomowej debaty na temat przyszłości świata i perspektyw tworzenia społeczeństwa planetarnego, szybko i sprawnie zaadaptowały przestrzeń komunikacyjną Internetu, w dużym stopniu uniezależniając się od tradycyjnych środków masowego przekazu. Niskie koszty tworzenia i przekazywania informacji przez niezależne serwisy informacyjne oparte na pracy wolontariuszy, możliwość brania udziału w dyskusjach przez aktywistów z całego świata, niemalże nieograniczone możliwości planowania i koordynowania akcji bezpośrednich, umożliwiają antyglobalistom działania na ogromną skalę bez tworzenia rozbudowanych i profesjonalnych struktur. Niebagatelne znaczenie ma również możliwość polemiki z informacjami i interpretacjami podawanymi przez wielkie koncerny medialne i, co za tym idzie, kontrola „starych mediów”. Nowe środowisko medialne idealnie koresponduje z takimi cechami nowych ruchów społecznych jak spontaniczność, duża dynamika zachowań, żywiołowość, słaba instytucjonalizacja, innowacyjność i działanie w sferze polityki nieinstytucjonalnej²³. Za wcześnie jeszcze, by wieszczyć utratę wpływów i koniec znaczenia tradycyjnych środków masowego przekazu i tradycyjnych metod uprawiania polityki, jeżeli nie chce się powtórzyć błędu Fukuyamy, który zbyt pochopnie zapowiedział „koniec historii”. Ale warto zwrócić baczną uwagę na coraz intensywniejszą i częstszą kontestację społeczną przejawianą przez ruchy antyglobalistyczne i powstawanie na naszych oczach niezależnych kanałów obiegu informacji.

²¹ Na III Światowym Forum Społecznym w Porto Alegre ATTAC Polska był reprezentowany przez Ewę Kubasiewicz-Houee, *Porto Alegre przyjmuje świat* – www.manufaktura.pl/attac/ [27.01.2003].

²² K. Doktorowicz, *Demokracja i rola sfery publicznej w społeczeństwie informacyjnym*. W: *Społeczeństwo informacyjne...* s. 33.

²³ P. Gliński, *dz.cyt.*, s. 46 i n., 65, 105.

WŁODZIMIERZ GOGOŁEK

Media | Media
online | online

KEY WORDS

Internet, media economics, press, media technology

SŁOWA KLUCZOWE

Internet, ekonomika mediów, prasa, technologia mediów

ABSTRACT

Nowadays, all over the world media undergo economic crisis caused by various reasons. Development of digital techniques may bring hope for improvement of this situation.

It is estimated that, already in approximately two years, the number of Internet users will reach one billion. It does not mean, however, that all internet users use the network resources with equal intensity. One can also distinguish various ways of access to the net, e.g. by the radio, satellite or mobile phone. Internet press becomes more and more popular.

Simultaneous press publishing in two versions – online and on paper – influences the increased circulation of the latter. The emergence of the Internet techniques has triggered rapid changes in the field of phonic and audiovisual media. At the same time one can observe the tendency of introducing charges for rendering services via Internet.

STRESZCZENIE

Obecnie media na świecie przeżywają kryzys ekonomiczny. Nadzieję na poprawę tej sytuacji może przynieść rozwój zastosowań technik cyfrowych, szacuje się, że już za około dwa lata liczba użytkowników Internetu osiągnie jeden miliard. Wzrost ten jest także konsekwencją łatwiejszego dostępu do sieci. Coraz większą popularność zdobywa sobie prasa w Internecie. Równoległe wydawanie gazet w wersji online i papierowej wpływa przy tym na wzrost nakładów tej ostatniej. Pojawienie się technik internetowych stało się też przyczyną gwałtownych zmian w dziedzinie mediów fonicznych i audiowizualnych. Równocześnie obserwować można tendencję do wprowadzania płatności za świadczenie usług drogą internetową.

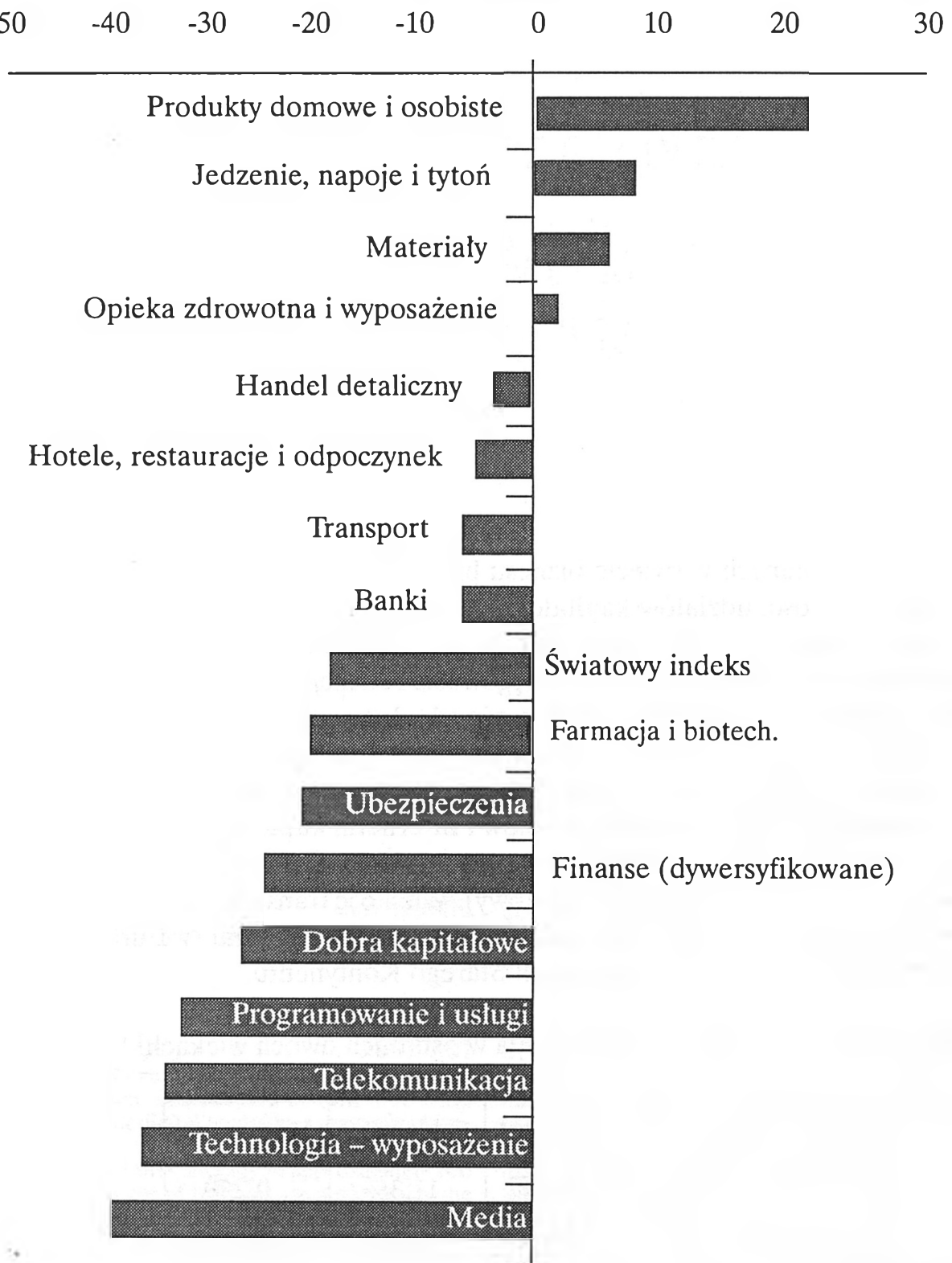
Wstęp

Wśród wyróżnianych w świecie biznesu branż media odnotowały w 2002 największy spadek wartości udziałów kapitałowych (rys. 1.). W znacznej części jest to efektem kosztownego przełomu technologicznego we wszystkich zakresach funkcjonowania tej konserwatywnej branży – od księgowości redakcji, do pracy dziennikarzy i cyfrowej dystrybucji produktów informacyjnych. Inną znaczącą przyczyną kiepskiej kondycji mediów jest, trwający od kilku lat, proces przekształceń wynikający z koncentracji kapitałowej w branży. Przykładem tego było, największe wydarzenie początku dwutysięcznego roku w świecie mediów i Internetu, kupienie Time Warnera (największy za oceanem potentat mediowy) przez America Online (AOL – także w USA, dominujący za oceanem serwis internetowy). Wielkość transakcji 165 mld USD. Warto zwrócić uwagę, że AOL i Bertelsmann A.G. są partnerami w Europie – swoje usługi/produkty oferują w wielu krajach Starego Kontynentu.

Tab. 1. Zmiana struktury zatrudnienia w ostatnich dwóch wiekach¹

Rok	Rolnictwo	Przemysł	Usługi	Informacja
1800	87,2%	1,4%	11,3%	0,2%
1850	49,5%	33,8%	12,5%	4,2%
1900	35,3%	26,8%	25,1%	12,8%
1950	11,9%	38,2%	19,0%	30,8%
1980	2,1%	22,5%	28,8%	46,6%

¹ www.e-marketing.pl/artyk/artyk33.php [maj 2003].



Rys 1. Zmiany cen udziałów kapitałowych w 8 najlepiej i 8 najgorzej prosperujących branżach. Kraje rozwinięte. Procent zmian między 15 czerwca 2001 a 25 czerwca 2002 r.

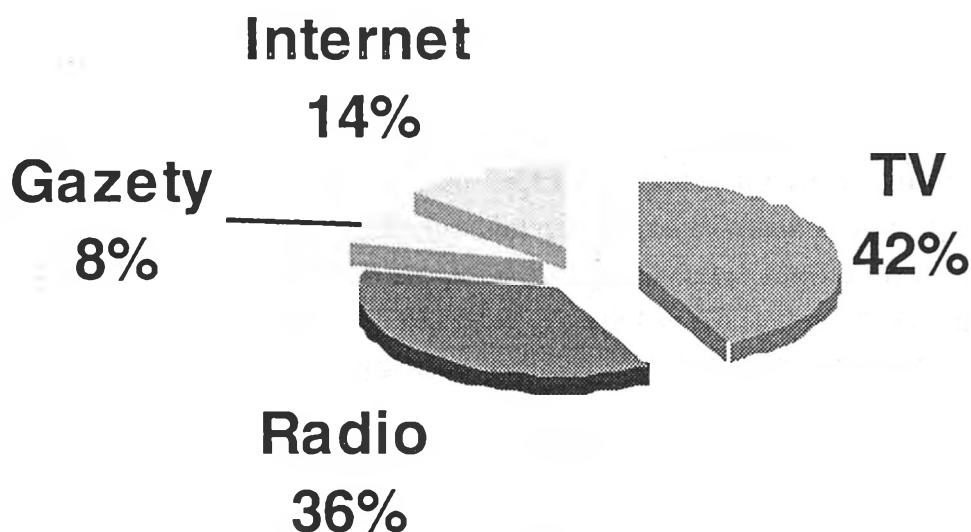
Źródło: „The Economist” June 29, 2002.

Kłopoty mediów niewątpliwie pogłębiła także zapaść technologii informacyjnych (IT) i telekomunikacji na całym świecie. Jednak zważywszy na to, iż współcześnie funkcjonowanie społeczeństw na całym globie zdominowane jest narzędziami i umiejętnościami operowania wszechobecną informacją (tab. 1.), nieuchronna wydaje się intensywna odbudowa mediów, ale już w innej, nowocześniejszej – cyfrowej postaci. Zapowiedzią tego jest zapewne fakt, iż z technologii tych korzystają redakcje i odbiorcy informacyjnych produktów. Na przykład, 225 tysięcy pracowników Reutersa z powodzeniem korzysta z takiego nowoczesnego narzędzia IT, jakim jest bezpośrednia ciągła cyfrowa łączność (Instant Messaging)². Z drugiej strony, w 2002 roku przyrost (o 14,7%) sięgania przez klientów do zasobów informacyjnych online, w tym do mediów online, był większy od wzrostu ruchu (o 12,3%) w Sieci (Internecie)³.

Sieć jest obecnie najbardziej dynamicznie rozwijającym się medium gromadzenia i dystrybucji informacji. Jego istota – powszechny, dwukierunkowy dostęp do multimedialnych cyfrowych informacji – czyni Internet coraz atrakcyjniejszym środkiem dystrybucji produktów prasy, radia i telewizji. O sile tego nowoczesnego medium stanowi liczba użytkowników Internetu, jego dostępność (także bezprzewodowo) oraz ilość udostępnianej w jednostce czasu informacji (pasma). Rosnąca użyteczność Sieci to również coraz sprawniejsze i bardziej „przyjazne” (małe, szybkie, nieszkodliwe dla wzroku, przenośne) urządzenia informatyczne (komputery, komunikatory, cienkie ekrany).

² *Reuters steeled for pain before gain*, „Financial Times” Feb. 14, 2003. *Screen test*, „The Economist”, Feb. 22, 2003. Instant messaging (IM) – rodzaj usługi dostępnej w Internecie, która umożliwia, przy pomocy specjalnego programu (zazwyczaj bezpłatnego), stworzenie prywatnego połączenia pomiędzy dwiema lub większą liczbą wybranych osób w celu wymiany informacji (rodzaj kawiarenki internetowej). Owa wymiana polega na pisaniu na klawiaturze tekstu, który bezpośrednio (via Internet) przekazywany jest do komputerów pozostałych, wybranych osób podłączonych w danej chwili do Internetu. Niektóre IM umożliwiają wzbogacenie przesyłanego tekstu załącznikami (np. zdjęciami, utworami muzycznymi) lub zastępowanie głosem (wymaga to uzupełnienia komputera o głośnik/słuchawki i mikrofon). Wybranie osoby polega na wcześniejszym wpisaniu jej danych identyfikacyjnych do prywatnej listy w programie obsługującym IM na komputerze użytkownika. Cechą szczególną IM jest powiadamianie swojego, aktualnie korzystającego z Internetu, użytkownika, że ktoś z jego prywatnej listy także rozpoczął korzystanie z Internetu. Umożliwia to rozpoczęcie dialogu online („na żywo”) pomiędzy tymi osobami. Obecnie jest wiele konkurujących ze sobą IM. Brakuje w tym zakresie standardu, w konsekwencji można komunikować się wyłącznie z użytkownikami tego samego IM. Przykładowym, typowym, rozwiązaniem w Polsce IM jest GaduGadu.

³ Mając na uwadze potoczne interpretacje terminów: Internet, Sieć i WWW, w artykule przyjęto wymienne ich stosowanie w znaczeniu narzędzi, zasobów i usług dostępnych globalnie za pośrednictwem sieci łączności cyfrowej, przy zastosowaniu standardów Internetu i WWW. Ponadto w celu wyróżnienia zastosowanej tu interpretacji takich terminów jak: Portal, Wortal, Strona, Sieć – wyróżniano je pisownią z wielką literą, choć obecnie w literaturze coraz powszechniej terminy te, podobnie jak Internet, pisane są małą.

Rys. 2. Czas poświęcany dziennie na TV, radio, gazety i Internet (w proc.)⁴

Innym, mało dotychczas eksponowanym, atutem mediów online jest ich troska o prywatność klientów. Najbardziej dbającą o prywatność branżą w Internecie są media. Miara prywatności – „indeks prywatności” e-mediów – w ostatnim roku zmalał (z 8,7 do 8,3). W następnej kolejności są między innymi takie branże jak informatyka (8,2; 8,2), handel (8,1; 7,9), telekomunikacja (8,1; 7,7), usługi finansowe (7,7; 6,5) i na ostatnich miejscach: ubezpieczenia (7,0; 7,5) oraz służba zdrowia (6,6; 6,6)⁵.

Uwarunkowania

Liczba internautów wzrosła do ponad dziesięciu procent populacji Ziemi, koncentrując się w najbardziej rozwiniętych gospodarczo państwach – w 20 spośród nich jest 90% użytkowników Sieci. Po raz pierwszy w Europie jest więcej internautów niż w kolebce Internetu – USA. Przewiduje się, że za dwa lata liczba internautów wzrośnie do jednego miliarda⁶. Ta nadzwyczajna popularność Internetu jest także pochodną liczby urzędów pośredniczących w korzystaniu z potencjału Sieci – dotychczas w dominującej części są to komputery osobiste. Ich liczba przekroczyła w 2002 roku jeden miliard⁷. Dane z II kwartału 2003 roku wskazują, że liczba sprzedanych na świecie komputerów w tym okresie osiągnęła ok. 33 miliony, co stanowi niemal 10-procentowy wzrost w stosunku do ubiegłego roku. Jest to największy wzrost zakupu komputerów od 2000 roku⁸.

⁴ *Internet and Multimedia 10: The Emerging Digital Consumer*, Arbitron Inc./Edison Media Research, 2003, www.arbitron.com/downloads/Internet10Presentation.pdf.

⁵ R. Greenspan, *Surfers Unaware of Data Collection*, „CyberAtlas” June 26, 2003.

⁶ D. Jüptner, *More than 600 million people have Net access* (Nov. 01, 2002); *Global Reach, Non-English speakers dominant online* Oct. 31, 2002; „CyberAtlas” 2 May, 2003.

⁷ *Sale of billionth PC produces few cheers*, „Financial Times” July 1, 2002.

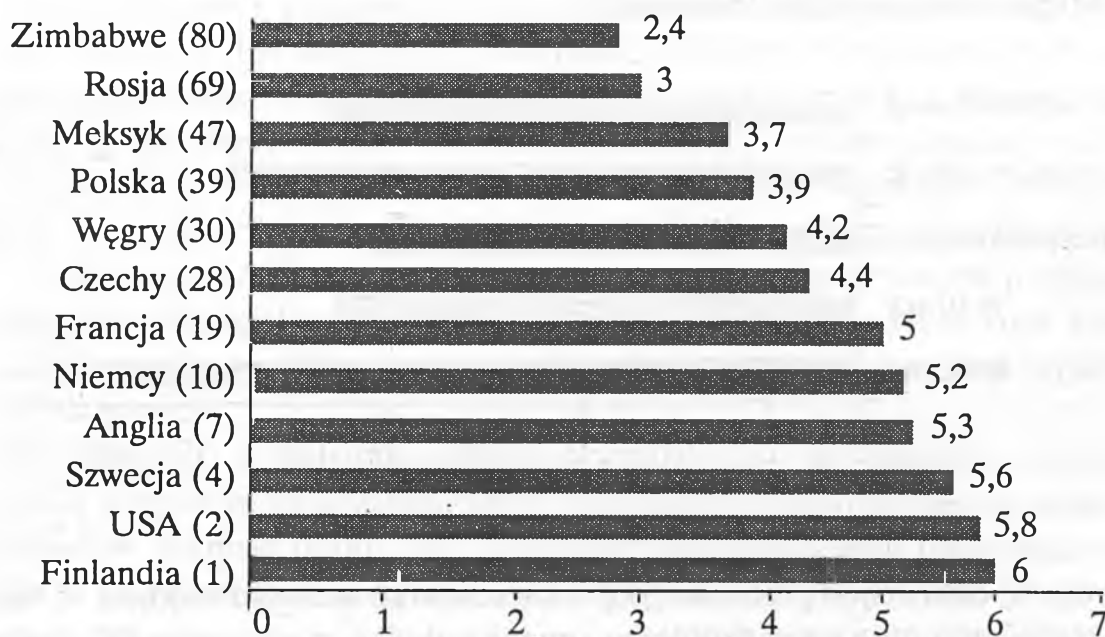
⁸ T. Olavsrud, *PC Market Brightens in Second Quarter*, „CyberAtlas” 18 June, 2003.

Coraz częściej gospodarstwa domowe dysponują, podobnie jak ma to miejsce w przypadku odbiorników TV i radiowych, więcej niż jednym komputerem, który staje się typowym wyposażeniem naszych mieszkań, stwarzając podstawy do dalszego rozwoju ofert informacyjnych dostępnych online.

	2003	2002
1	Szwecja	Szwecja
2	Dania	Norwegia
3	Holandia	Szwajcaria
4	Norwegia	Stany Zjednoczone
5	Finlandia	Dania
6	Nowa Zelandia	Holandia
7	Szwajcaria	Wielka Brytania
8	Stany Zjednoczone	Finlandia
9	Austria	Australia
10	Kanada	Tajwan

Tab. 2. Państwa o największej penetracji Internetu⁹

Ważną ilościową miarą dostępności Internetu, a tym samym możliwości wykorzystania Sieci do działalności związanej z dystrybucją produktów mediów, jest indeks gotowości Sieci (network readiness index). Został on opracowany przez Światowe Forum Ekonomiczne. Na miarę tę składają się: ocena rynku i poprawność obowiązu-



Rys. 3. Indeks „gotowości sieciowej”¹⁰

⁹ „CyberAtlas” June 25, 2003.

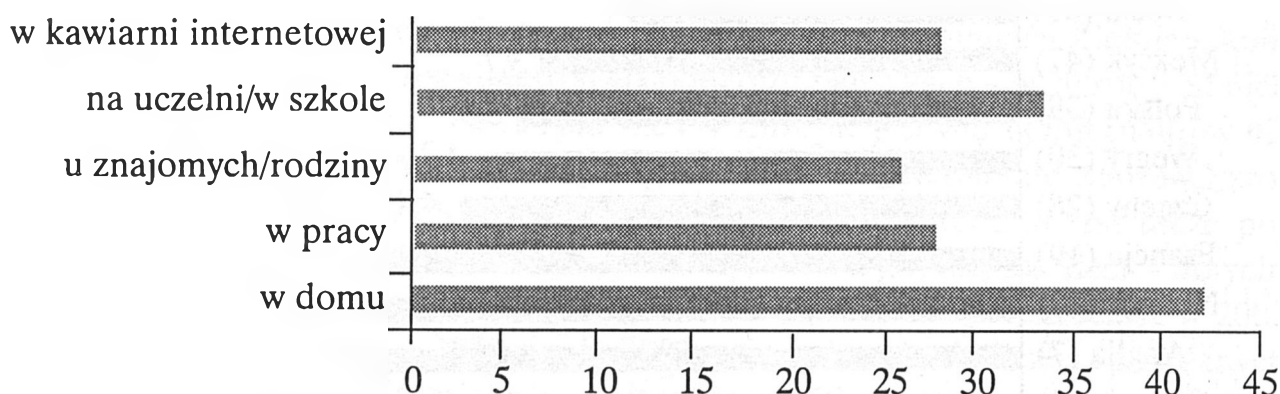
¹⁰ „World Economic Forum”, za: „The Economist” Feb. 22, 2003; w nawiasach numer w rankingu.

jących regulacji, infrastruktura sieciowa oraz poziom wykorzystywania sieci przez użytkowników Internetu w danym kraju. Na liście utworzonej według tych kryteriów, prym wiedzie Finlandia; Polskę sklasyfikowano na 39 miejscu.

Zasygnalizowane dane, z jednej strony, obrazują intensywność wzrostu liczby internautów, z drugiej wskazują na bardzo wyraźne różnice między dostępnością do Sieci w poszczególnych krajach świata. Owa różnica, nazywana często przepaścią, wydaje się powieleniem podobnych, istniejących od dawna, różnic w odniesieniu do tradycyjnych mediów. Próby zmniejszenia tej przepaści, w obecnych warunkach, z wykorzystaniem doświadczeń innych państw i bardziej zaawansowanych technologii informacyjnych, wydają się znacznie łatwiejsze niż wcześniej. Optymizm ten nie dotyczy jednak tych części świata, w których ponad 2,5 miliarda ludności nie ma dostępu do elektryczności, oraz dziesięciu procent obywateli Ziemi, którzy są analfabetami.

W Polsce 25% osób korzysta z Internetu. Są to głównie ludzie młodzi, aczkolwiek średnia wieku polskich internautów, podobnie jak w innych krajach, z roku na rok wzrasta, dobrze wykształceni i zarabiający ponad przeciętną krajową. Co czwarty z nich zagląda do Sieci codziennie, a 75% co najmniej raz w tygodniu. Polscy internauci, także podobnie jak w innych krajach, najczęściej korzystają z Internetu w domu – oznacza to popularność Sieci i coraz mniejsze ograniczenia dostępu do tego medium. Ostatnio znacznym ułatwieniem korzystania z Sieci są tak zwane kawiarenki internetowe, które stwarzają warunki taniego, swobodnego i anonimowego dostępu do niej (por. rys. 4)¹¹.

Rys. 4. Miejsce korzystania z Internetu¹².



Wydaje się, iż omawiając problematykę uwarunkowań rozwoju mediów w Sieci, należy podkreślić ogromną wagę problemu zmiany pokoleń, z pokolenia BC (before computers – przed komputerami) na pokolenie AC (after computers – po komputerach).

¹¹ *Korzystanie z Internetu w Polsce* 3 kwietnia 2003 r. – www.ipsos.pl/3_1_014.html [maj 2003].

¹² *Tamże*.

rach). Powoduje to nadzwyczajne, niemal skokowe, zmiany w akceptowaniu nowych form dostarczania wiadomości odbiorcom. Znacznie częściej od starszych, młodzi internauci po najświeższe wiadomości sięgają do źródeł online.

Dostęp do Sieci

Jednym z najważniejszych czynników decydujących o rozwoju elektronicznej dystrybucji medialnych produktów do indywidualnych odbiorców jest tzw. „szybki dostęp”. Idzie tu o możliwość przesyłania dużych ilości informacji w jednostce czasu (pasmo).

Tekst jest najłatwiejszą do transmisji formą cyfrowej informacji. Na przykład, za pośrednictwem typowego modemu telefonicznego (56Kb) w czasie jednej sekundy można z powodzeniem przesłać/odebrać ponad trzy strony maszynopisu. Z dźwiękiem jest już znacznie trudniej – transmisja jednej sekundy, w miarę dobrej jakości dźwięku (nie MP3), solidnie skompresowanego, trwa od 30 do 60 sekund. Jeszcze dłuższy okres zajmuje przesłanie obrazu (zależnie od jego jakości i stopnia kompresji).

Transmisja video, przy odpowiedniej jakości, to wielokrotność podanych dla dźwięku i obrazu wielkości czasu transmisji.

Problemem tym zajmują się, między innymi, takie firmy jak RealNetworks, Microsoft i Apple, oferując swoje narzędzia do efektywnej transmisji video w postaci cyfrowej¹³. Przykładem pomostowego urządzenia pomiędzy cyfrowymi zasobami mediów dostępnych w komputerze a powszechnie dostępnymi domowymi odbiornikami radiowymi i telewizyjnymi jest Prismiq MediaPlayer (www.prismiq.com). Urządzenie to sprzęga komputer z typowym domowym sprzętem RTV, za pośrednictwem przewodów (Ethernet) lub bezprzewodowo (802.11-Wi-Fi). W rezultacie Prismiq umożliwia dostęp do muzyki w postaci cyfrowej, video o jakości DVD i zbiorów obrazów. Ponadto, co jest bardzo ważne dla mediów, Prismiq pozwala na słuchanie internetowych stacji radiowych, przeglądanie Stron na ekranie TV, wysyłanie i odbieranie poczty elektronicznej oraz korzystać z IM (za pośrednictwem bezprzewodowej klawiatury)¹⁴.

O krytycznej roli, jaką pełni „dostęp”, świadczy między innymi przykład czasu odczytywania niedzielного multimedialnego wydania „The New York Timesa” (przy pomocy modemu), który wynosi około jednej godziny, a przy tzw. szybkim dostępie – kilka minut¹⁵.

Dotychczas, w warunkach domowych, dostęp do Internetu realizowany jest przede wszystkim za pośrednictwem technologii przewodowej łączności. Minimum potrzeb w zakresie pasma dla transmisji multimedialnych form informacji spełnia ADSL (w Polsce technologia ta oferowana jest przez TP SA jako „Neostrada”). Tra-

¹³ Bez kompresji, przy dobrej jakości obrazu, nawet przy szybkiej transmisji, czas przesłania jednego filmu może trwać nawet cały dzień. *Goodbye to the video store*, „The Economist” Sept. 21, 2002.

¹⁴ *Prismiq MediaPlayer*, „Financial Times” July 9, 2003.

¹⁵ Obecnie 53 miliony domostw w USA ma dostęp do Internetu za pośrednictwem tradycyjnego modemu, zaledwie 15 milionów przez tak zwany szybki dostęp.

dycyjny dostęp za pośrednictwem modemu telefonicznego, czy promowane rozwiązania za pośrednictwem ISDN-u lub SDI nie spełniają potrzeb w zakresie transmisji informacji multimedialnych. Inną przyszłościową technologią przewodowego dostępu do Sieci jest Powerline Communication (PLC). Jest to technologia łączności cyfrowej – dwukierunkowy Internet, dostępna za pośrednictwem kabli dostarczających prąd do gniazdek elektrycznych w mieszkaniach¹⁶.

Ostatnio coraz większą wagę przywiązuje się do bezprzewodowego dostępu do Sieci. Idzie tu o szybką łączność radiową, satelitarną, komórkową (GSM, UMTS), a ostatnio WiFi.

Internet przez Radio. W przypadku braku dostatecznej infrastruktury (okablowania) można skorzystać z dostępu do Internetu za pośrednictwem łączności radiowej. Ostatnio w tym zakresie popularna staje się technologia Local Multipoint Distribution Services (LMDS). Zapewnia ona stosunkowo szybki, bezprzewodowy dostęp do Internetu na odległość 5–7 km z przepustowością do 8 Mb/s. Łączność ta jest kosztowna i bywa zawodna – opady atmosferyczne mogą znacznie pogorszyć parametry transmisji.

Internet przez Satelitę. Kolejne rozwiązanie, które w Polsce rozwija się ze zmiennym powodzeniem (niektóre firmy wycofują się z tej oferty) to jednokierunkowy lub – inaczej – asymetryczny dostęp do Internetu. Internauta przesyła informacje do Sieci za pośrednictwem tradycyjnych łączy, np. przez telefon, odpowiedzi „z Internetu” przychodzą via satelita. Rozwiązanie to wiąże się z koniecznością instalacji satelitarnego talerza (może być wykorzystany wcześniej już użytkowany w domu/firmie np. do tunera satelitarnej TV) i specjalistycznego tunera w/przy komputerze. Ceny tego rozwiązania wynoszą miesięcznie: od kilkudziesięciu do stu kilkudziesięciu złotych plus instalacja i aktywacja sprzętu od 600 do 2000 zł.

Na przykład, ASCO (Sybone.com) oferuje obecnie wyłącznie dwustronny dostęp do Internetu przez satelitę. Miesięczne opłaty są uzależnione od pasma gwarantowanego i wynoszą: 1 Mbps = US\$ 5 000, 2 Mbps = US\$ 8 000, 3 Mbps = US\$ 11 000, 4 Mbps = US\$ 14 000¹⁷.

Internet przez komórkę. Szacuje się, że do 2005 roku nastąpi wzrost o 630% rynku bezprzewodowego dostępu do Internetu. Intermarket Group przewiduje, że będzie to nawet 18-krotny wzrost (z 39 milionów użytkowników w 2000 roku do 729 milionów w 2005 roku). W rezultacie eksperci spodziewają się, iż nastąpi zatarcie granicy pomiędzy e-commerce, a m-commerce (gdzie m oznacza mobile – komórki) i powstanie u-commerce (wszechobecna komercja od *ubiquitos*).

Tymczasem polscy operatorzy telefonii komórkowej doskonalą już wdrożone technologie dostępu do łączności cyfrowej i zasobów Internetu. Najpopularniejsza jest technologia GPRS, która umożliwia, poprzez komórkę, dostęp do Internetu, np.

¹⁶ www.ascom.com.pl/plc.htm [styczeń 2002].

¹⁷ www.sat.systems.pl/index2.html [styczeń 2003].

za pośrednictwem podłączonego do telefonu (komórki) laptopa. Ważne jest, iż opłata zależna jest od liczby przesłanych bajtów, a nie od czasu połączenia. Konkurencją, jeszcze mało popularną, wobec technologii GPRS jest HSCSD (High Speed Circuit Switched Data). HSCSD dotychczas dostępna jest tylko dla abonentów PLUS-a (od marca 2000 roku). Dzięki niej można połączyć się z Internetem za pośrednictwem komórki, ale opłata zależna jest nie od liczby przesłanych bajtów, a od czasu połączenia. W tym miejscu nasuwa się pytanie – która technologia jest korzystniejsza – GPRS czy HSCSD? Doświadczenia wskazują, iż przy stosunkowo mało aktywnym korzystaniu z Internetu celowe jest korzystanie z GPRS-u, bardziej intensywnie surfując, warto łączyć się z Siecią, korzystając z HSCSD. Do bezprzewodowego korzystania z Internetu via GSM muszą być stosowane odpowiednie aparaty telefoniczne¹⁸.

Dotychczasowe doświadczenia korzystania z GPRS i HSCSD są różne – przede wszystkim ograniczeniem jest wolny dostęp do Internetu¹⁹.

Można także przeglądać bezpośrednio na komórce zasoby „zubożonych” Stron Internetu, w postaci tak zwanych Stron WAP-owskich. Owe Strony są specjalnie przystosowane (zubożone) do skromnych możliwości prezentacji informacji na małych wyświetlaczach komórek. Wydaje się, iż ze względu na te ograniczenia, technologia ta nie ma żadnych perspektyw rozwojowych.

UMTS²⁰. W drodze do pełnego dostępu do informacji multimedialnych via urządzenia przenośne, udostępniono na polskim rynku tak zwane MMS-y²¹. Często MMS nazywa się technologią 2,5G – jeszcze nie 3G (trzecia generacja), ale nieco bardziej zaawansowaną od tradycyjnej telefonii GSM, z którą mamy do czynienia w niemal wszystkich komórkach. Wkrótce zapewne nastąpi upowszechnienie technologii 3G, która umożliwi swobodną transmisję multimediiów.

¹⁸ *Szybka czy pakietowa transmisja danych?* „PC World Komputer” 2001, nr 11.

¹⁹ *Sieć w biegu*, „Chip” 2001, nr 5. W PLUS-ie koszt transmisji 100 KB wynosi 50 groszy, u operatora ERY 6 groszy za 10 KB plus 10 zł za nieograniczoną możliwość przeglądania Stron WAP-owskich. IDEA pobiera stałą opłatę 99 zł z transmisją bloków 50 MB (51 MB kosztuje już 2 x 99 zł).

²⁰ UMTS (Uniwersalny System Radiokomunikacji Ruchomej) lub inaczej telefon trzeciej generacji (3G) jest odmianą telefonii bezprzewodowej/mobilnej. Ze względu na znacznie lepszą jakość połączeń oferowanych przez UMTS (szybkość transmisji: 384 Kbit/s – 2 Mbit/s) możliwe będzie wprowadzenie wielu nowych usług związanych z bezprzewodową transmisją multimedialnych informacji (tekst, obraz, dźwięk, grafika, video). 3G funkcjonuje w zakresach: pikokomórki – gdy stacja bazowa oddalona jest o kilkadziesiąt metrów – bardzo dobra jakość połączeń, ale ograniczenie szybkości poruszania się podczas połączenia (do 20 km/godz.); mikrokomórki – zasięg do 1000 metrów – nieco słabsza jakość połączeń (wolniejsza transmisja), ale większa dopuszczalna szybkość ruchu (do 100 km/godz.) i makrokomórki – zasięg do 40 km, jeszcze mniejsza prędkość transmisji, ale przy zwiększeniu szybkości ruchu podczas korzystania z telefonu do 500 km/godz.

²¹ MMS (Multimedia Messaging Service – multimedialne usługi informacyjne) – stosunkowo nowa forma przesyłania informacji za pośrednictwem mobilnych telefonów. MMS umożliwia użytkownikowi wyposażonemu w odpowiednią komórkę, wysyłanie i odbieranie kolorowych obrazów, grafiki, animacji i przekazów video oraz w znacznie wzbogaconej formie przesyłek tekstowych. Do tego celu wykorzystywane są zazwyczaj technologie bezprzewodowego dostępu do Internetu, np. GPRS. Potocznie przyjęło się je nazywać „telefonią 2,5 G”.

Intensywność przesyłania przez UMTS dużych zasobów informacyjnych wymaga sporej ilości energii. W konsekwencji, istotnym ograniczeniem tej technologii jest zbyt mała pojemność baterii zasilających urządzenia trzeciej generacji. Obecnie baterijka taka (akumulator) wystarcza przeciętnie zaledwie na jeden dzień intensywnej pracy.

Zapewne po pewnym czasie koszty korzystania z UMTS-u zostaną zmniejszone do takiego poziomu, by urządzenia klasy 3G nie były przeszkodą do powszechnego korzystania z cyfrowych zasobów medialnych.

Komunikatory. Komunikator ma istotną przewagę nad dotychczas stosowanymi (z powodzeniem) narzędziami do transmisji informacji. Jest on – zgodnie ze swym przeznaczeniem – mobilnym, dostępnym niemal w każdym miejscu, przenośnym urządzeniem z funkcjami palmtopa i telefonu komórkowego jednocześnie²². Warto zwrócić uwagę, że komunikator jest tylko bardzo elastycznym pośrednikiem pomiędzy odbiorcą i praktycznie dowolnie wielkimi zasobami informacji i usług umiejscowionymi w odległych komputerach.

O prostocie obsługi komunikatora, poza konstrukcją, stanowi jego oprogramowanie. Pracuje już nad nim wiele firm, między innymi Microsoft. Oferuje on oprogramowanie SmartPhone, które umożliwia swobodne przeglądanie stron WWW, czytanie poczty elektronicznej, słuchanie muzyki i innych cyfrowych zapisów dźwięku (MP3), oglądanie video i przeglądanie prezentacji PowerPointa.

Poza mobilnymi komunikatorami pojawią się, znacznie bardziej funkcjonalne i niewiele trudniejsze do przenoszenia, mutanty laptopów, które Microsoft nazwał, znanym z innych zastosowań, terminem tablet PC (tablet). Idzie tu o laptop z możliwym do przekręcenia monitorem. Owo „przekręcenie” pozwoli na „zamknięcie” laptopa tak, by na wierzchu był ekran. Pełnił on będzie wówczas rolę ekranu i jednocześnie urządzenia do wprowadzania informacji. Wprowadzanie polega na dotykaniu czułego ekranu w miejscach wyświetlanych ikon lub wręcz obrazu klawiatury.

Ofertę przenośnych urządzeń multimedialnych uzupełnia następcą walkmana – mobilne urządzenie do wyświetlania materiałów video (np. produkt firmy Hasbro)²³.

Rosnącą powszechność swobodnego (bezprowadowego) dostępu do multimedialnych zasobów podkreśla fakt, iż liczba sprzedanych przenośnych komputerów, różnego stopnia miniaturyzacji, po raz pierwszy w ubiegłym roku przekroczyła sprzedaż tradycyjnych pecetów²⁴.

Wi-Fi. Równoległe z rozwojem zdalnego dostępu do Internetu przez telefony bezprzewodowe – UMTS – powstała nowa technologia szybkiej łączności cyfrowej Wi-Fi²⁵. Technologia ta wykorzystywana jest w obrębie dużych skupisk ludzkich –

²² Palmtop – komputer kieszonkowy.

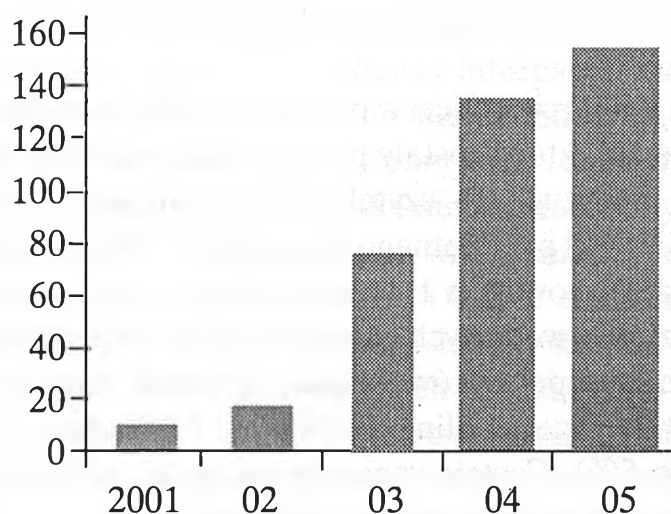
²³ M. Marriott, *Movies on the Run*, „The New York Times on the Web” July 17, 2003.

²⁴ R. Greenspan, *Notebooks Overthrow the Desktop*, „CyberAtlas” July 2, 2003.

²⁵ Wi-Fi (wireless fidelity) jest to technologia bardzo szybkiej (do 11 Mb/s) bezprzewodowej łączności na niewielkie odległości – do kilkuset metrów. Wadą jest bardzo duży pobór mocy układów elektronicznych korzystających z łączność w tej technologii.

miejsc pracy, hoteli, dworców, także szkół i prywatnych domów. Dzięki niej osoby wyposażone w komputery z odpowiednimi przystawkami mogą korzystać np. z Internetu, via Wi-Fi, ale tylko w obszarze budynku – zasięgu stacji obsługującej takie połączenia.

Szacuje się, że w 2002 roku sprzedano 15 milionów adapterów Wi-Fi do komputerów oraz 4,4 milionów stacji nadawczych (rys. 5).



Rys. 5. Liczba szacowanych instalacji stacji obsługi dostępu Wi-Fi w skali świata (w tys.)²⁶

Przewiduje się, że Wi-Fi stanie się ważnym kanałem dostępu do Internetu nie tylko w firmach, ale także w mieszkaniach prywatnych i miejscach publicznych, takich jak dworce, centra konferencyjne, hotele. Technologię tę wzbogaca ciągle doskonałe oprogramowanie, które umożliwia realizację wszystkich funkcji niezbędnych do dystrybucji materiałów medialnych, łącznie z obrazami i video²⁷.

Zdalny dostęp do Internetu stwarza niebywałą szansę dla zwiększenia rynku dla elektronicznych mediów. Symptodem tego są, między innymi, cieszące się dużym powodzeniem, informacje/wiadomości (np. sport, polityka, biznes, pogoda) przesyłane przez wszystkich operatorów telefonii bezprzewodowej.

Prasa w Sieci

Jedną z najchętniej odwiedzanych Witryn w Polsce (trzecia w kolejności) jest Portal tradycyjnego medium (www.gazeta.pl). Pierwsze dwa miejsca w tym rankingu zajmują Strony horyzontalne (wielotematyczne) – Onet i WP²⁸.

²⁶ *Bubble trouble*, „The Economist” June 28, 2003.

²⁷ *Microsoft launches mobile phone software*, „Financial Times” June 23, 2003.

²⁸ *Korzystanie z internetu w Polsce...*

W ostatnich sześciu miesiącach czytelnictwo głównych webowych gazet w siedmiu największych rejonach USA rosło szybciej niż liczba internautów. Liczba odwiedzających „New York Daily News” zwiększyła się o 23%, w tym samym czasie zaś liczba internautów na rynku Nowego Jorku wzrosła o 3%. Czytelnictwo Chicago’s Sun-Times.com zwiększyło się o 38%. W tym samym czasie całkowita liczba użytkowników Sieci w tym regionie wzrosła o 3%.

Wyniki te mają bezpośredni związek z zasygnalizowaną wcześniej koncentracją, z przejściem klientów szeregu upadłych, słabych finansowo Stron, które świadczyły usługi informacyjne.

Mając na uwadze problem komercji w Sieci w odniesieniu do mediów online, warto zwrócić uwagę na wyniki badań, które zostały przeprowadzone w 10 największych regionach USA. Badania te wskazują, że czytelnicy dużych gazet online wydają znacznie więcej pieniędzy w Sieci od przeciętnego internauty²⁹. W ostatnim półroczu 8 na 10 czytelników e-gazet nabyło towary w Internecie, wobec przeciętnej – 4 na 10.

W Europie regularnie korzysta z webowych gazet ponad 21 milionów internautów – to jest około 8% wszystkich Europejczyków. Najwięcej wśród nich jest Szwedów (28%), którzy regularnie czytają gazety online, Niemców i Włochów po 11% oraz Brytyjczyków i Francuzów (po 5%). Czytający gazety online są młodszy, bardziej zamożni i mają wyższe wykształcenie od przeciętnego internauty.

Warto zauważyć, iż od wielu lat utrzymuje się prawidłowość jednoczesnego korzystania przez czytelników z wydań papierowych i elektronicznych gazet. Na przykład z papierowego i elektronicznego wydania szwedzkiego dziennika „Aftonbladet” korzysta 39% czytelników – są to tak zwani multikanałowi konsumenci. Kolejną największą tego rodzaju proporcję odnotowano wśród czytelników włoskiej „La Repubblica” – 20%³⁰.

Doświadczenia gazet online w USA wskazują, że najczęściej wybierane są one przez czytelników ze względu na atrakcyjność dostępnych tam lokalnych informacji. Dla 62% badanych internautów onlinowe gazety są źródłem lokalnych wiadomości. Ich czytelnicy chętniej także korzystają z innych informacji zawartych w gazetach online, np. z wiadomości ogólnokrajowych i światowych.

Czytelnikami gazet online nie są nowicjusze – są to w większości internauci, którzy są użytkownikami Sieci od kilku lat. Ponad 60% z nich ma co najmniej czteroletnie doświadczenie w korzystaniu z Internetu. Przeciętny internauta ma znacznie krótsze doświadczenie – tylko 41% z nich używa Internetu przez taki sam okres. Czytelnicy online są lepiej wykształceni i bardziej zamożni – 25% z nich zarabia ponad 100 000 USD rocznie, wobec średniej, która wynosi 17% osób z podobnymi dochodami rocznymi. Ponad połowa czytelników online ma wykształcenie wyższe, wobec 42% przeciętnej³¹.

²⁹ comScore Media Metrix: Web traffic to newspaper sites soars, July 9, 2002 (za www.nua.com).

³⁰ Forrester Research: Affluent Europeans read newspapers online, July 3, 2002 – www.nua.com.

³¹ NAA: Online newspaper sites are top for news in US, May 1, 2002 – tamże.

W Wielkiej Brytanii większość internautów uważa tradycyjne, drukowane periodyki za atrakcyjniejsze od oferowanych online. Innego zdania jest 24% badanych. W opinii 64% spośród nich czytanie drukowanych periodyków jest bardziej relaksujące od wydań online³². Mimo to, dla co trzeciego Brytyjczyka Internet jest podstawowym źródłem aktualnych informacji. Angielscy internauci jedną trzecią czasu spędzanego w Internecie poświęcają czytaniu gazet online. W odniesieniu do pokolenia w wieku 16–34 lata proporcja ta jest zupełnie inna, poświęca ono aż 15 razy mniej czasu na czytanie gazet niż na serfowanie³³.

Podobnie zachowują się amerykańscy internauci, którzy w zdecydowanej większości czytają periodyki w tradycyjnej formie. Onlinowych wydań nie czyta 32% amerykańskich internautów, uważając tę formę za znacznie mniej wygodną od tradycyjnej. Przede wszystkim zniechęcające są dla nich różne formy reklam w onlinowych magazynach – 54% osób przeszkadza im w czytaniu. Inne najczęściej wymieniane powody preferowania wydań drukowanych wobec elektronicznych to zbyt wysoki koszt tych ostatnich (opinia 47% badanych) i słaby komfort ich czytania – na ból oczu skarża się 25% czytelników onlinowych wydań. Tylko niewielu internautów (22%) uważa jakość wirtualnych wydań za lepszą od wersji papierowych.

Mimo ewidentnie dominującej roli druku nad „cyfrą”, większość Amerykanów (60%) uznaje, że publikacje online są bardziej aktualne od oferowanych w wydaniach drukowanych³⁴.

Gazety mają większą poczytność, jeśli równolegle wydawane są w wersji papierowej i online. Badania przeprowadzone we Francji wskazały, iż regionalne dzienniki francuskie utraciły 0,27 procent sprzedaży nakładów pomiędzy 1999 a 2001 rokiem. Znacznie gorszy jednakże wskaźnik wykazują dzienniki, które nie mają własnych stron. Utraciły one 0,88 procent sprzedaży. Przeprowadzający badania uważają, iż rezultat ten jest wynikiem znacznie łatwiejszej prenumeraty w przypadku, gdy gazeta promuje i oferuje także możliwość dostępu online³⁵.

Prawidłowość tę potwierdzają także wyniki badań przeprowadzonych w USA – 11% czytelników periodyków zaprenumerowało je online. Popularność tej formy prenumeraty wzrasta nadzwyczaj szybko – w I kwartale 2001 r. dokonano w ten sposób 5,7% prenumerat, a w kolejnym kwartale już 7,8%³⁶.

Następuje koncentracja czytelników wokół określonych Witryn. Na przykład, liczba czytelników „LA Times” wzrosła o 50%, „NYTimes” o 2/3, a CNN o 83%. Najwięcej odwiedzin ma news.yahoo.com, który oferuje wiadomości z Reutersa i „The New York Timesa”.

³² PPAi: UK users prefer magazines to websites, Apr. 29, 2002, – tamże.

³³ silicon.com: The Net is the third source of news for UK users, July 29, 2002 – tamże.

³⁴ InsightExpress: Americans say no to online magazines, Apr. 25, 2002 – tamże.

³⁵ Netimperative: Websites help newspaper circulation, Feb. 27, 2002 – tamże.

³⁶ eMarketer: More magazine subs taken online, Feb. 07, 2002 – tamże.

Tymczasem szansę zdominowania tradycji przez Sieć widać między innymi w niechęci wydań wirtualnych do promowania swoich tradycyjnych pierwowzorów. Tylko 3% gazet online promuje na swoich stronach możliwości subskrypcji ich siostrzanej drukowanej wersji³⁷. Mimo to aż 6% badanych rozpoczęło prenumeratę gazet drukowanych po przeczytaniu ich elektronicznej wersji.

Sukcesywnie następuje wzrost czasu spędzanego przez internautów na czytaniu gazet online. W ubiegłym roku zmiany tych wartości wynosiły od 15 do 30%. Niektóre ogólnokrajowe gazety odnotowują większy wzrost czytelnictwa online od wzrostu czytelnictwa tradycyjnych – drukowanych wersji, jednak generalnie tradycyjne gazety są w znacznie lepszej kondycji od ich wersji elektronicznej.

Ostatnio 60 amerykańskich gazet uruchomiło, do niedawna totalnie krytykowaną, formę wydania gazet online – dokładnej elektronicznej repliki drukowanej wersji gazety³⁸. Formę tę nazwano „cyfrowe doręczanie”, „cyfrowa replika” lub „elektroniczna edycja”. Ważnym argumentem za tworzeniem takiej formy gazety jest redukcja kosztów nie tylko produkcji, ale przede wszystkim kosztów doręczania gazety.

Być może pojawiająca się forma „cyfrowej repliki” (elektronicznej kopii drukowanych wydań) zmieni *status quo* mediów. Udostępnione zostaną cyfrowe kopie tradycyjnych wersji – nie tylko na ekranach monitorów komputerowych, także przy pomocy rozbudowanych telefonów komórkowych/komunikatorów i na ekranach, powoli wkraczających na rynek, czytników elektronicznych książek.

„Technology Review”, poza wersją tradycyjną, oferuje jednocześnie prenumeratorom specjalne oprogramowanie, które znacznie ułatwia czytanie elektronicznej gazety na ekranie monitora lub jej drukowanie, a ponadto ułatwia „obracanie stron” i przeszukiwanie tekstu przy pomocy słów kluczowych. Dotychczas elektroniczne repliki wspomnianego pisma zamówiło 3000 prenumeratorów z różnych krajów, co stanowi wzrost o 20% czytelników zagranicznych. Prenumeratory płacą 30 USD rocznie – tę samą cenę jak lokalnie za wersję drukowaną. Zagraniczni czytelnicy płacą o ponad połowę mniej, zamiast 64 USD – 30 USD. W efekcie wydawca uzyskał o 30% większy zysk z dystrybucji wersji cyfrowej od zysku ze sprzedaży wersji drukowanej, głównie ze względu na mniejsze (o 50%) koszty dystrybucji. Wydawca oczekuje rosnącego zainteresowania zagranicznych czytelników i młodych ludzi – pokolenia AC, „wybierającego piksele, nie atrament”.

Podobne doświadczenia ma „The New York Times”, który w ciągu roku zgromadził 3000 cyfrowych prenumeratorów – każdy z nich płaci 26,80 USD rocznej opłaty. Wydawca tej gazety oczekuje w najbliższym czasie kilku tysięcy nowych czytelników online, licząc w rezultacie na napływy w wysokości jednego miliona USD z elektronicznych edycji.

³⁷ W przyjętej tu interpretacji terminy Strona, Wortal, Portal oznaczają stronę internetową (WWW).

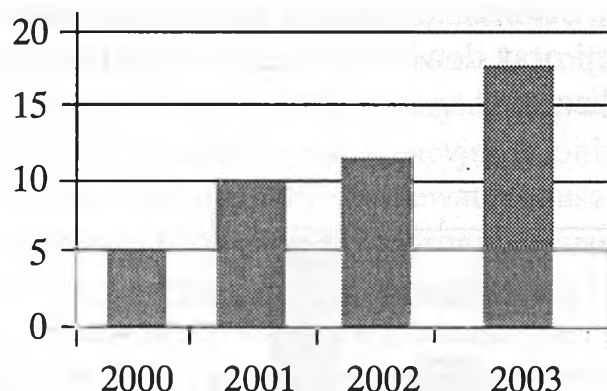
³⁸ Podobnie uczyniły takie tytuły jak: „PC Magazine” i „The Harvard Business Review”, „The Globe” i „Mail”, „The International Herald Tribune” i „The New York Times” oraz „The Wall Street Journal” (wiadomości Dow Jonesa).

Ostatnio między innymi za wiadomości dostarczane przez cztery gazety zrzeszone w Freedom Communications Inc. (Floryda) zaczęto pobierać opłaty za prenumeratę online (około 40% mniejsze od ceny wydań drukowanych)³⁹.

Innym modelem realizacji doręczania elektronicznych kopii gazet jest zaangażowanie się do tego przedsięwzięcia firm pośredniczących w dostarczaniu cyfrowych gazet do komputerów czytelników. Przykładem tego jest firma NewsStand, pośrednicząca obecnie w sprzedaży 24 tytułów cyfrowych wydań gazet⁴⁰.

Audio i Video w Sieci

Zwiększające się pasmo dostępu do Internetu umożliwia rozwój cyfrowej dystrybucji via Internet innych niż drukowane mediów w Sieci. W szczególności dotyczy to produktów radiowych, których liczba odbiorców w ostatnich trzech latach wzrosła w USA ponad trzykrotnie.



Rys. 6. Procent Amerykanów, którzy słuchali radia za pośrednictwem Internetu⁴¹

Coraz większa liczba osób, mając na uwadze wygodę, a także jakość odbieranego dźwięku, do słuchania audycji radiowych wybiera Internet, a nie odbiornik radiowy. Tendencję tę widać niemal na wszystkich większych witrynach stacji radiowych i horyzontalnych portali, gdzie poza „żywym radiem”, oferowane są wstawki audio, stanowiące multimedialną ilustrację tekstowo prezentowanych informacji. Podobną rolę pełnią zamieszczane tam fotografie, grafika i coraz częściej krótkie fragmenty video.

Cyfrowe video – w tym audycje telewizyjne nadawane przez Internet – cieszą się najmniejszą popularnością, wymagają one bowiem odpowiedniego pasma dostępu do Internetu. Od kilku lat zainteresowanie odbiorem audycji TV oraz wspomnianych elementów video za pośrednictwem Sieci, tak zwana satysfakcja konsumentów, tak-

³⁹ The Associated Press, 4 Florida Newspapers to Charge for Online Content, August 2, 2002.

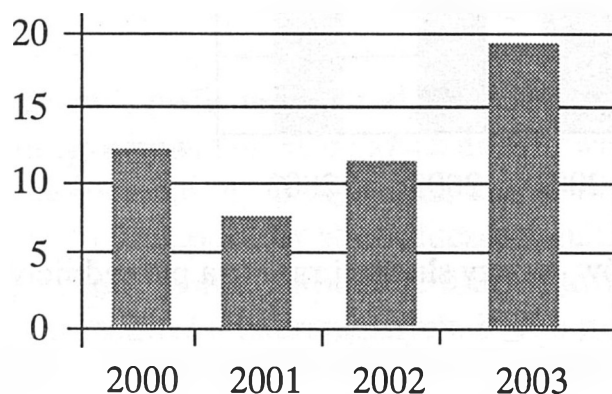
⁴⁰ Por. przypis 15.

⁴¹ Internet and Multimedia 10...

że w USA – nie ulega zmianie. Wydaje się jednak, iż jest to przyszłościowo bardzo atrakcyjny obszar wszelkich przedsięwzięć komercyjnych.

Potwierdzają to wyniki badań wskazujące, że największe zainteresowanie spośród urządzeń cyfrowych wzbudzają nowoczesne ekrany (plazmowe i płaskie) odbiorników telewizyjnych, w następnej dopiero kolejności wymieniany jest płaski monitor komputerowy, cyfrowe video, odtwarzacze MP3, DVD i urządzenia do gier komputerowych. Dowodzi to dominującego zainteresowania odbiorem programów telewizyjnych oraz jakością ich odbioru. Zapewne po uporaniu się z technologią przekazu (szerokość pasma), Internet, w naturalny sposób wzbogacony o komputery z odpowiednio dużymi pamięciami, stanie się bardzo atrakcyjnym środkiem dystrybucji produktów telewizyjnych⁴².

Ważnym uzupełnieniem domowych PC-tów, w zakresie odbioru TV poprzez Internet, stają się monitory, których używanie w dowolnym miejscu mieszkania, dzięki technologiom bezprzewodowej łączności lokalnych urządzeń (WiFi, Bluetooth), nie wymaga żadnego okablowania. Stworzy to warunki do powrotu idei „programów na życzenie”, a problem rejestracji oraz dowolnej obróbki odbieranych programów telewizyjnych zostanie zminimalizowany.



Rys. 7. Procent Amerykanów, którzy słuchają audycji radiowych tylko poprzez Internet⁴³

W Sieci największą popularnością cieszą się radiowe informacje praktycznie przydatne dla słuchacza. Stanowią one ważniejszy od sentymentu do ulubionej stacji, czynnik wyboru słuchanej. Stacje radiowe „są odległe o jedno kliknięcie myszą”. Wynikające z tego zjawisko utraty lojalności stało się prawidłowością, treść i forma informacji, a nie przyzwyczajenia, w dominującej części decydują o liczbie słuchaczy.

Przeprowadzone badania wskazują, że 80% osób przynajmniej raz w tygodniu słucha przez Internet lokalnego radia, zwracając uwagę na wiadomości, prognozę pogody

⁴² Tamże.

⁴³ Tamże.

dy, informację o lokalnym ruchu drogowym, informacje sportowe i informacje lokalne.

Ostatnio popularność lokalnych stacji radiowych w Sieci maleje na korzyść stacji z innych regionów i ogólnokrajowych. Tendencja ta wyróżniana jest jako bardzo ważny czynnik wzrostu dochodów z reklam emitowanych w radiu przez Internet⁴⁴. Reklama stanowi nadal podstawowe źródło finansowania, także w funkcjonowaniu mediów online.

Płatności

O wadze komercji informacyjnej online świadczą między innymi przedsięwzięcia w tym zakresie, podejmowane przez potentatów tradycyjnego rynku medialnego. Między innymi Bertelsmann, który aktualnie negocjuje wykupienie powszechnie znanego bankruta sprzedaży muzyki online Napstera. Głównym powodem tej transakcji była niebagatelna liczba użytkowników Napstera – około 80 milionów osób. Mimo, iż znaczna część z nich przeszła już do konkurencji (m.in. do KaZaA i Morpheusa), nazwa Napster jest jedną z najbardziej znanych w środowisku użytkowników Internetu i dlatego warta jest aneksji⁴⁵. Innym przykładem zaangażowania się dużych firm w komercję cyfrowych produktów informacyjnych online jest transakcja kupna znanej na świecie firmy konsultingowej – PricewaterhouseCoopers Consulting przez potentata informatycznego IBM (sprzęt i oprogramowanie) za 3,5 mld USD⁴⁶. Transakcja ta dotyczy jednej z najbardziej wartościowych części informacyjnego rynku informacji online – finansowych serwisów informacyjnych. O tę część obrotu „dobrami cyfrowymi”, które w 2001 roku były warte 5 mld USD, konkurują także inni potentaci medialni: Reuters (Europa) i Bloomberg (USA).

Coraz częściej zwracana jest uwaga na kwestię odpłatności za informacje pozyskiwane z Sieci. W pierwszym kwartale 2002 r. amerykańscy konsumenci wydali 300 milionów USD, płacąc za treści odebrane z Internetu. W 2001 roku było to 675 mln USD, a w 2000 roku o 92% mniej. Wydatki konsumentów na niemal wszystkie kategorie wiadomości wzrosły w pierwszym kwartale 2002 roku o 100% wobec tego samego okresu w poprzednim roku. Największą popularnością cieszą się informacje z zakresu biznesu i rozrywki. Nastąpił wzrost liczby płacących za informacje online z 5,3 mln osób w I kw. 2001 roku do 12,4 mln w I kw. 2002 r (zmiana z 5,3% populacji do 9,2%)⁴⁷.

⁴⁴ Tamże.

⁴⁵ M. Richtel, *Upheaval at Bertelsmann May End Plans for Acquisition of Napster*, „The New York Times” July 30, 2002.

⁴⁶ S. Lohr, J.D. Glater, *I.B.M. to Purchase Consulting Group for \$3.5 Billion*, „The New York Times” July 31, 2002.

⁴⁷ Online Publishers Association: *Consumers spending more on online content*; Aug. 2, 2002 – www.nua.com.

Spośród 63% badanych płacących za prenumeratę czasopism, aż 80% oczekuje, że wersje online powinny być bezpłatne. Mimo tej opinii, przeprowadzane w kolebce Internetu cykliczne badania wskazują, iż internauci jednak z mniejszymi oporami godzą się z koniecznością płacenia za „cyfrowe dobra” dostępne w Internecie. Użytkowane w ten sposób wpływy wzrosły za oceanem z 350 mln USD w 2000 roku do 675 mln rok później. W pierwszym kwartale 2002 roku liczba płacących za informacje otrzymywane z Internetu zwiększyła się, w stosunku do 2001 roku, niemal dwukrotnie – z 7 do 12,4 mln. Głównie sprzedawane są informacje biznesowe i finansowe; wartość sprzedaży danych z tego zakresu w 2001 roku wyniosła 214,3 mln USD. Dużą popularnością cieszą się także informacje sportowe – bieżące, statystyki i archiwa.

Spośród 1700 Portali, które sprzedają informacje, według amerykańskiej firmy badawczej Online Publishers Association, działalność ta zapewnia 97% całkowitych wpływów stu Stronom, a 85% wpływów – właścicielom 50 stron. Szacuje się, że w najbliższym czasie sprzedaż informacji może być źródłem 20% dochodów w Sieci⁴⁸.

Podobne, jednak nieco mniej optymistyczne, wiadomości docierają z Europy. Na przykład w Irlandii mniej niż 20% internautów jest gotowych płacić za treści pozyskiwane online. Irlandzcy internauci godzą się na komercyjny dostęp do wiadomości codziennych (18%), sportowych (13%) i informacji archiwalnych (10%). Jednak najczęściej (22%) internauci płacą za treści edukacyjne oraz związane z pracą (20%). Z nadchodzącą komercją w dystrybucji informacji online najszybciej godzą się internauci w wieku 45–54 lat⁴⁹.

Czytelnicy online niechętnie płacą za prenumeratę elektronicznych wydań gazet. Świadome tego władze „The Wall Street Journal”, w celu zwiększenia liczby odwiedzin na swoich Stronach, zrezygnowały w 2001 roku z pobierania opłat (59 USD lub 29 USD dla mających prenumeratę tradycyjną) od 600 000 swoich prenumeratorów online. W krótkim czasie liczba odwiedzających stronę gazety podwoiła się. W konsekwencji zwiększyło się zainteresowanie gazetą (większy ruch) i uzyskano większe wpływy z reklam. Mimo tego zabiegu nadal „Journal” online nie jest dochodowy.

Wspomniana ryzykowna operacja rezygnowania z pobierania opłat jest raczej wyjątkiem potwierdzającym odwrotną regułę – coraz większa liczba wydań gazet online zaczyna pobierać opłaty.

Podobnie jak czytelnicy elektronicznych gazet, słuchacze internetowych stacji radiowych są skłonni ponosić stałe opłaty za odbierane audycje pod warunkiem, iż przekazywane tam treści będą unikatowe, niedostępne gdzie indziej (46% badanych), jakość odbieranego dźwięku będzie wysokiej jakości (34%) – bez przerw (tak zwanego buforowania), żadnej komercji (30%) i znacznie mniej komercji (15%)⁵⁰.

⁴⁸ M. Richtel, *A Shift Registers in Willingness to Pay for Internet Content*, „The New York Times” August 1, 2002.

⁴⁹ *Sunday Business Post: Irish Internet users won't pay for online content*, June 24, 2002 – www.nua.com.

⁵⁰ Internet and Multimedia 10...

Praca dziennikarzy

Internet staje się niezastąpionym narzędziem dla dziennikarzy, głównie jako narzędzie do edycji i gromadzenia multimedialnych materiałów i jako medium komunikacyjne⁵¹. Jednak niewielu z nich dysponuje odpowiednimi umiejętnościami efektywnego wykorzystywania największego potencjału Sieci – jej zasobów informacyjnych. Dziennikarze zgodnie twierdzą, że Internet uczynił ich pracę prostszą i podniósł jej jakość. Większość dziennikarzy korzysta z firmowych zasobów informacyjnych, przygotowując wiadomości. Niemal połowa jest gotowa korzystać z informacji zamieszczonych w Internecie, ale tylko wówczas, gdy jest możliwość ich sprawdzenia w innym niezależnym źródle. Generalnie dziennikarze zwracają uwagę na brak odpowiedniej edukacji w zakresie efektywnego korzystania z potencjału Internetu. Idzie tu nie tylko o zasoby Sieci, ale także o możliwości komunikacyjne, jakie stwarza Sieć⁵².

Mity

Wraz ze wzrostem popularności gazet online pojawiło się szereg mitów związanych z tym nowym medium.

Mit pierwszy: szybkość (pasma) dostępu do Internetu wzrośnie, a ceny dostępu do Internetu spadną. Należy spodziewać się jednego, albo drugiego, ale nie obu zdarzeń jednocześnie.

Mit drugi: podstawową grupą czytelników jest nieuchwytna/zmienna grupa przypadkowych użytkowników. Idzie tu o osoby, które poszukują informacji uzupełniające, dane uzyskane już w tradycyjnej formie. Odwiedzają one, w sposób przypadkowy strony i nie stanowią znaczącego źródła ich dochodu (sprzedaż, reklamy). W konsekwencji właściciele stron ponoszą większe koszty (pasma, praca serwerów) na obsługę tej grupy (przypadkowi goście) odwiedzających niż uzyskanych od nich zysków.

Mit trzeci: czytelnicy online żądają bogatych prezentacji audiowizualnych. W rzeczywistości nie chodzi o bogactwo, a o odpowiedniość audiowizualnych ilustracji do przekazywanych online treści. Idzie tu zatem o treść i wielkość owych ilustracji. Na obecnym etapie technologii dostępu do Internetu kluczowy okazuje się czas potrzebny do odczytania multimedialnych składowych Stron. Badania potentatów w tej branży w dużej części koncentrują się na różnych formach ograniczania ilustracji (ich liczby, kompresji, technologii prezentacji), a nie ich powiększaniu.

Mit czwarty: szperacze (wyszukiwarki) kradną wszystkie dochodowe reklamy. W rzeczywistości umieszczanie reklam na specjalistycznych (dedykowanych określonemu tematowi) Stronach (tak zwanych Wortalach) daje najobfitsze rezultaty. Z tego powodu m.in. koncern Proctor & Gamble zrezygnował z reklamy na stronie Yahoo. Yahoo oferował temu koncernowi miejsce na reklamy pomiędzy narzędziami do wykonywania operacji związanych z wyszukiwaniem informacji w Sieci.

⁵¹ A. Tarquinio, *Poised to Ride the Next Wave in Digital Media Equipment*, „The New York Times on the Web” June 20, 2003.

⁵² Newsbytes: Most journalists now use Net for research, Apr. 18, 2001 – www.nua.com.

Mit piąty: złudą jest możliwość audytu czytelności reklam. Producenci dedykowanego temu celowi oprogramowania liczą na taką wiarę swoich potencjalnych klientów. Zdaniem ekspertów, większość stosowanych dotychczas narzędzi (metod i technologii) do oceny efektywności reklam w Internecie dostarcza mało użytecznych wyników, są one mniej wiarygodne od np. logów tworzonych przez proste oprogramowania. Nie jest to problem technologii, a stosowanych, niedoskonałych nadal, metod.

Mit szósty: im więcej odwiedzin, tym lepiej. To prawda, ale tylko dla sprzedających pasmo (ruch w Internecie). W odniesieniu do reklam online ich skuteczność rośnie przede wszystkim wraz z ich jakością, trafnością, a nie liczbą wizyt na stronie. Doświadczenia wskazują, że największe przychody uzyskują właściciele stron od stałych czytelników – płacących regularnie, a nie od przypadkowych klientów dóbr cyfrowych.

Mit siódmy: czytelnicy chcą mieć kontakt z twórcami materiałów online. Nie w pełni jest to prawdą. Kontakt jest potrzebny i realizowany, ale przede wszystkim w celu pozyskania przez wydawcę danych umożliwiających podniesienie sprawności przekazywanych czytelnikom informacji. Idzie o jak najpełniejszą kontrolę nad strumieniem przekazywanej odbiorcom informacji (w zasadzie temu służą m.in. listy do redakcji).

Mit ósmy: publikowanie online wymaga od dziennikarza większych umiejętności niż w przypadku wydawania materiałów na papierze. W rzeczywistości dotyczy to wyłącznie umiejętności technicznych, które są niezbędne w publikacjach elektronicznych. Internet jest medium stwarzającym nadzwyczajne warunki indywidualnej ekspresji. W konsekwencji często ogranicza to dziennikarzy do wykorzystywania swoich specjalistycznych umiejętności w zakresie jednej specyficznej tematyki. Bywa, iż dziennikarze online tak doskonałą warsztat, że ostatecznie zapominają, do czego miał on im służyć⁵³.

Mit dziewiąty: Internet jest światem demokracji informacyjnej. Centralizacja nowoczesnych narzędzi wykorzystywanych przez media stwarza niespotykane wcześniej zagrożenie kontroli przepływu informacji lokalnie i w skali globalnej. Obawy te stanowią znaczną część przesłania książki McChesney'a pod wymownym tytułem *Bogate media, biedna demokracja*. Okazuje się, że zaledwie dziewięć firm w dominującej części kontroluje dystrybucję informacji w skali całego świata, są to: Time Warner, Disney, Sony, General Electric (NBC's parent), AT&T, The News Corporation, Seagram (muzyka i film), Viacom (CBS's) i Bertelsmann⁵⁴.

Mit dziesiąty: potencjał Internetu stwarza warunki do obiektywnego, wieloźródłowego pozyskiwania informacji. W praktyce Witryny oferujące zasoby informacyjne używają takich technologii dostarczania informacji, które umożliwiają personalizację świadczonych usług informacyjnych. W efekcie adresaci/odbiorcy cyfrowych dóbr

⁵³ E. K. Meyer, *The 10 Myths of Online Publishing, Why what you see now may be all you ever get* – <http://newslink.org/emcol3.html> [sierpień 2003].

⁵⁴ *Does Deal Signal Lessening of Media Independence?* „NYT on the Web” Jan. 11, 2000.

coraz częściej wyłącznie otrzymują zbyt dokładnie oczekiwany przez nich zakres informacji (tzw. personalizacja). Paradoksalnie ta zaleta internetowych usług informacyjnych prowadzi w konsekwencji do zawężania horyzontów czytelników, a nie do ich poszerzania⁵⁵.

Zakończenie

Dzięki szybkiemu postępowi technologii dystrybucji multimedialnych informacji, stworzone zostały warunki do szybkiej przewodowej i bezprzewodowej multimedialnej komunikacji cyfrowej. Potencjał ten wzbogacają coraz doskonalsze (ergonomia, mobilność) urządzenia pośredniczące pomiędzy klientem a wirtualnym światem. Równolegle nie nastąpił jednak równie szybki rozwój zasobów cyfrowych w świecie Internetu. Mamy zatem okres wyczekiwania na ofertę wypełnienia atrakcyjnymi produktami (informacje i usługi) szerokich pasm szybkiej cyfrowej łączności. Wydaje się, że jednym z nich są media ze wszystkimi formami informacji, od tekstu, poprzez dźwięk do video.

Mamy zatem do czynienia z dwoistością Internetu: w tym samym czasie jest on samodzielny, nowym pośrednikiem przekazu informacji dla kilkunastu procent odbiorców i jednocześnie powszechnie akceptowanym nowym/uzupełniającym kanałem komunikacji z odbiorcami dla tradycyjnych mediów – tymczasem dla dominującej części odbiorców. W efekcie rodzi się zagrożenie kanibalizmem – przejmowania czytelników drukowanych gazet, słuchaczy radia i odbiorców telewizji przez internetową formę tych mediów.

⁵⁵ F. Barringer, *Growing Audience Is Turning to Established News Media Online*, „New York Times”, August 27, 2001.

GRZEGORZ DĄBKOWSKI

Polish dictionaries | Polskie słowniki in Internet | w Internecie

KEY WORDS

Internet, lexicography, dictionary

SŁOWA KLUCZOWE

Internet, leksykografia, słownik

ABSTRACT

On the Internet network – on big portals, pages of various institutions, organizations or private persons – one can find a vast number of various Polish dictionaries. For the needs of the present article 500 of such dictionaries have been analyzed. These are, first of all, amateur special purpose dictionaries/glossaries (terminological, regional, environmental, normative). A big number of dictionaries – often compiled with mistakes and rather unskillfully – proves the fact that their authors, making use of the opportunities offered by Internet, willingly realize the need of explaining and sorting out the vocabulary related to various spheres of life.

STRESZCZENIE

W sieci internetowej – na wielkich portalach, stronach różnych instytucji, organizacji, osób prywatnych – znajduje się ogromna liczba różnych polskich słowników. Na potrzeby artykułu zanalizowano 500 takich słowników. Są to przede wszystkim amatorskie słowniki specjalne (terminologiczne, regionalne, środowiskowe, normatywne). Duża liczba słowników – formułowanych często z błędami i dość nieporadnie – świadczy o tym, że ich autorzy, korzystając z możliwości Internetu, chętnie realizują potrzebę wyjaśniania i porządkowania słownictwa związanego z różnymi dziedzinami życia.

Wstęp

Komputerowe bazy danych w znacznym stopniu uprościły pracę leksykografom, ułatwiając gromadzenie i klasyfikację materiału językowego. Upowszechnianie słowników komputerowych – początkowo na dyskietkach, następnie na płytach CD – zmniejszyło koszty publikacji słowników oraz ułatwiło korekty i uzupełnienia w kolejnych wydaniach. Wykorzystanie Internetu jeszcze bardziej obniżyło koszty publikacji słowników, co spowodowało, że umieszczanie różnego typu słowników (w większości amatorskich) w sieci internetowej przybrało bardzo duże rozmiary, stając się przez to zjawiskiem wartym analizy.

Materiał do tego artykułu wybrałem metodą losową: wziąłem pod uwagę pierwszych 500 polskich słowników jednojęzycznych, które odnalazła wyszukiwarka po podaniu hasła *słownik* (w artykule uwzględniłem 77 spośród nich). Pomiąłem leksykony i encyklopedie zawierające w tytule wyraz *słownik*, takie jak: *Słownik postaci biblijnych*; *Słownik biograficzny uczonych Żydów Polskich XVI, XVII i XVIII wieku*; *Słownik malarzy szczecińskich*; *Bialskopodlaski biograficzny słownik sportowy*¹ i wiele innych.

Wśród analizowanych słowników wydzieliłem następujące grupy:

1. Słowniki ogólne,
2. Słowniki specjalne,
 - a) słowniki terminologiczne,
 - b) słowniki regionalne,
 - c) słowniki środowiskowe,
 - d) słowniki normatywne.

¹ O różnicach między słownikiem, leksykonem a encyklopedią zob. S. Urbańczyk, *Słowniki i encyklopedie. Ich rodzaje i użyteczność*. Wyd. 3. poszerzone, Kraków–Katowice 1991, s. 4–6.

Słowniki ogólne

Słowniki ogólne tworzą znikomą pod względem liczebności grupę słowników w Internecie. Należą tu przede wszystkim programy Wydawnictwa Naukowego PWN, stanowiące elektroniczne wersje słowników drukowanych; pod względem możliwości i szybkości wyszukiwania informacji przewyższają one znacznie swoje pierwowzory.

- *Słownik języka polskiego PWN*² (80 tys. haseł)³,
- *Słownik wyrazów obcych PWN*⁴ (30 tys. haseł)⁵.

W słownikach tych wpisuje się do okienka poszukiwany wyraz lub wyświetla się alfabetyczną listę haseł od dowolnego wyrazu. Wyszukiwać można hasła zawierające dane słowo we wszystkich formach odmiany. Jak podano w załączonym komentarzu, są również inne możliwości wyszukiwania: „Jeśli w pierwszą ramkę wpiszemy np. słowo *koń*, to otrzymamy »końskie« słownictwo: *kulbaczyć, stajnia, tabun, wóz* i inne słowa, których znaczenie związane jest z koniem. Jeśli zaś wpiszemy tam skrót *tur.*, to otrzymamy wyrazy pochodzenia tureckiego”.

• Internetową wersją słownika drukowanego jest również *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych Władysława Kopalińskiego*⁶, będący częścią Encyklopedii multimedialnej „Omnia” na stronie Wydawnictwa „De Agostini”.

• *Słownik języka polskiego* w portalu „Onet”⁷ powstał od razu w formie elektronicznej. We wstępie czytamy⁸:

„Słownik powstaje od końca lat 80-tych, i jest efektem własnej pracy firmy TiP, zarówno w zakresie form podstawowych jak i w sferze ich klasyfikacji ich odmiany [!]. Zawartość (co do form podstawowych) jest porównywalna ze słownikiem Doroszewskiego. W jego codziennym użyciu bardzo rzadko już napotyka się słowo nieznanne a poprawne”.

Słowniki specjalne

a) słowniki terminologiczne

Słowniki terminologiczne stanowią największą grupę w badanym materiale⁹.

² www.sjp.pwn.com.pl

³ Hasła pochodzą ze *Słownika języka polskiego PWN*. Red. nauk. M. Szymczaka, Warszawa 1978–1981 (1992 – wydanie zmienione z suplementem, 1995 – wydanie, w którym połączono suplement z tomami zasadniczymi). Wydawnictwo PWN oferuje również płytę CD zatytułowaną *Komputerowe słowniki języka polskiego PWN*, zawierającą *Słownik języka polskiego*, *Słownik wyrazów obcych*, *Nowy słownik poprawnej polszczyzny* i *Słownik ortograficzny*.

⁴ www.swo.pwn.com.pl

⁵ Hasła pochodzą ze *Słownika wyrazów obcych PWN*, Warszawa 1995 i wyd. n.

⁶ www.slownik-online.pl/index.php

⁷ www.slowniki.onet.pl

⁸ Formę językową przytoczonego tekstu pozostawiam bez komentarza – jest ona znakiem czasu. Następne cytaty, aby nie odwracać uwagi czytelnika od zasadniczego tematu, podaję w postaci ujednoliconej pod względem ortografii i interpunkcji – zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami.

⁹ Nie podaję tu informacji na temat słowników informatycznych. Jest ich tak wiele (co zrozumiałe), że zasługują na osobne opracowanie.

- *Słownik*¹⁰ na stronie Biura Uznanalności Wykształcenia i Wymiany Międzynarodowej „Szkolnictwo wyższe w Polsce – 2000. Przewodnik”

Tabela; 29 haseł wyjaśniających stopnie naukowe (*dr, dr hab., kwalifikacje pierwszego i drugiego stopnia*¹¹) i tytuły zawodowe (*mgr, mgr inż., lek.*), nazwy dokumentów (*indeks, karta przebiegu studiów*). Dziwi podanie środowiskowego określenia *obrona pracy magisterskiej* (zamiast oficjalnego *egzamin magisterski*).

- *Słownik podręcznika do programu „Płatnik – Przekaz Elektroniczny”*¹² na stronie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Słownik zawiera indeks alfabetyczny; 132 hasła, np. *bezrobotny, deklaracja rozliczeniowa, duchowny, Fundusz Ubezpieczeń Społecznych FUS, kapitał początkowy*. Niektóre spośród haseł są tylko odsyłaczami.

- *Słownik normalizacyjny*¹³ na stronie „Wielkopolski Serwis www.budowlany.net”.

„Słownik zawiera wyjaśnienie pojęć związanych z normalizacją polską i międzynarodową. Przy wyborze haseł kierowano się potrzebą ich znajomości w branży budowlanej”. Haseł jest 17, np. *dyrektywy nowego podejścia* ‘akty prawa europejskiego mające na celu ujednoczenie przepisów technicznych dotyczących bezpieczeństwa wyrobów przemysłowych we wszystkich krajach Unii Europejskiej’, *ICS* ‘Międzynarodowa Klasyfikacja Norm (International Classification for Standards – ICS)’, *wycofanie normy, zastąpienie normy*.

- *Słownik pojęć związanych ze stomią*¹⁴.

Tekst ciągły; 28 haseł, np. *biopsja* ‘pobranie fragmentu tkanki i analiza mikroskopowa tego fragmentu w celu wykonania diagnozy medycznej’; *choroba zapalna jelit; elektrolit; hemoroidy; irygacja*.

Słowniki terminologii medycznej są stosunkowo liczne, np. *Słownik terminów medycznych*¹⁵, *Medyczne aspekty macierzyństwa. Słownik terminów*¹⁶, *Medycyna – patologia ciąży, choroby dziecięce. Słownik terminów*¹⁷, *Słownik. Antybiotyki*¹⁸.

- *Słownik kryminalistyczny*¹⁹ na stronie Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie.

Tekst ciągły z animowanymi ilustracjami; 24 hasła, np. *Bayle G. E.* (zawiera biografię prekursora badania mikrośladów), *ichnogram* ‘określony obszar, na którym sprawca (sprawcy) zdarzenia pozostawił ślady stóp bosych, odzianych lub obutych [...]’, *ogłędziny, pies służbowy, rękawiczka, zapach, zapach ludzki*.

¹⁰ www.buwiwm.edu.pl/publ/przew/slownik.htm

¹¹ W ustawie z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. 2003, nr 65, poz. 595) zastąpiono terminy *kwalifikacje pierwszego i drugiego stopnia* terminami *doktor sztuki* i *doktor habilitowany sztuki*.

¹² www.zus.gov.pl/slownik.htm

¹³ www.budowlany.net/prawny.php?art_id=62

¹⁴ www.stomia.info.pl/dictiona.html

¹⁵ www.nadcisnienie.med.pl/pacjenci/slownik.html

¹⁶ www.bajbus.pl/index.phtml?ids=medycyna&kat=slownik

¹⁷ www.bajbus.pl/bbl/ids_placowki/kat_wyswietl/typ_2/index.phtml?ids=medycyna&kat=slownik

¹⁸ www.darynatury.w.interia.pl/zrodla/slownik.htm

¹⁹ www.wspol.edu.pl/per/pbs/1-2/ibs_1i2_99/a30_1-2_99.html

- *Słownik wiktymologiczny*²⁰ na stronie Wyższej Szkoły Policji w Szczytnie.

Tekst ciągły; 13 haseł, np. *wiktymologia kryminalna* ‘rodzaj dziedziny nauki zwanej wiktymologią. Zajmuje się analizą rzeczywistych cech ofiar czynów przestępczych, bez uwzględnienia osób, które nie stały się przedmiotem przestępstwa’, *przemoc wobec dziecka, przemoc fizyczna wobec dziecka, przemoc emocjonalna, zaniedbywanie dzieci*.

- *Słownik muzyczny*²¹ na stronie „C(e)-dur”.

Wyszukiwanie w słowniku odbywa się poprzez kolejne litery alfabetu (widać, jakie są hasła w obrębie danej litery, z tym że nie można przejść do pojedynczych haseł). Celem słownika jest „wyjaśnienie terminów na podstawie *Słownicza muzycznego* Jerzego Habela [sic!]”²² oraz *Encyklopedii muzyki PWN*”.

- *Słownik terminów muzycznych*²³ na stronie wrocławskiej firmy „Fraza”, zajmującej się sprzedażą instrumentów, wydawnictw muzycznych, prowadzącej działalność wydawniczą, szkołę muzyczną i aktywną działalność internetową.

Słownik mieści 71 terminów ułożonych alfabetycznie tylko do hasła *metronom*. Zawiera bardzo zwięzłe definicje, nie zawsze poprawne²⁴.

- *Słownik terminów organowych*²⁵ na stronie „Organy – Polskie Wirtualne Centrum Organowe”.

Tekst ciągły, opracowany na podstawie książki Jerzego Erdmana *Organy*, wydanej przez Wydawnictwo Archidiecezji Warszawskiej.

- *Największy w Polsce słownik terminów związanych z elektroniką, akustyką oraz muzyką elektroniczną*²⁶.

Aby poznać definicję hasła, należy wpisać je do okienka.

- *Słownik matematyczny*²⁷ na stronie sponsorowanej przez wortal językowy „Filo.pl”.

We wstępie można przeczytać: „Słownik zawiera ok. 1500 pojedynczych wyrazów, z których można komponować tysiące dalszych terminów matematycznych. Tak więc obecne są wyrazy *serie* (szereg), *convergente* (zbieżny), *divergente* (rozbieżny), ale nie terminy *serie convergente* lub *serie divergente*”. Na wstępie autorzy dają tabelaryczne zestawienie greckich i łacińskich przedrostków odnoszących się do liczb w złożeniach typu: 1 – *uni* – *unicorne* (jednorogi), *mono* – *monosyllabe* (monosylabiczny); 2 – *bi* – *bilateral* (dwustronny) *di(s)* – *diphthongo* (dyftong, dwugłoska) itd. Autorzy słownika

²⁰ www.wspol.edu.pl/per/pbs/1-2/ibs_1i2_99/a31_1-2_99.html

²¹ www.c-dur.host.sk/slovník.php

²² Autor *Słownicza muzycznego* nazywał się Jerzy Habela, powinno więc być: *Słownicza muzycznego* Jerzego Habeli; w wersji opublikowanej pod adresem www.ulalala.obywatel.pl/slovník.php poprawiono ten błąd.

²³ www.fraza.com.pl/slovník/info.htm

²⁴ Budzi na przykład zastrzeżenia zapis „trój-dźwięk”, „a moll”, „A dur” (przyjęty powszechnie zapis: trójdzźwięk, a-moll, A-dur).

²⁵ www.organy.art.pl/slovník.php

²⁶ www.mayday.oknonet.pl/slovník/index.php

²⁷ www.interlingua.filo.pl/slovník_matematyczny.htm

posunęli się tu za daleko – wielu terminów złożonych nie da się mechanicznie tworzyć z pojedynczych elementów.

- *Słownik astronomiczny*²⁸ na stronie „Astronomia i Kosmos”.

Tekst ciągły; 39 haseł. Pierwszych pięć: *astronomia, czasoprzestrzeń, Droga Mleczna, efekt Mossbauera, ekliptyka*.

- *Słownik pojęć tanecznych*²⁹ na stronie Zespołu Tańca Celtyckiego z Krakowa (grupy afiliowanej przy Royal Scottish Country Dance Society).

Tekst ciągły, ilustrowany rysunkami – schematami tanecznymi.

- *Słowniczek pojęć mikologicznych*³⁰.

Tekst z odsyłaczami i ilustracjami; 20 haseł, np. *kapelusza, kształt – kulisty, walcowaty, stożkowy, dzwonkowy – wypukły – płaski – wklęsły, lejkowy, z garbkiem*. Oprócz słownicza na stronie znajduje się skorowidz naukowych (łacińskich) i polskich nazw grzybów oraz klucz do oznaczania grzybów.

- *Słownik polsko-łaciński nazw nicieni*³¹ na stronie Instytutu Warzywnictwa w Skierniewicach.

Wyszukiwanie w słowniku odbywa się poprzez wpisanie w jedno z dwóch okienek nazwy łacińskiej lub nazwy polskiej nicienia.

- *Słownik akwarystyczny*³² na stronie „Akwarium słodkowodne”.

Tekst ciągły; 69 haseł, np. *ciąża* ‘stan samicy u ryb żyworodnych posiadających młode wewnątrz ciała’, *ichtiologia* ‘nauka o rybach’, *ikra* ‘jaja składane przez ryby w okresie tarła’.

- *Słownik meteorytów*³³ na stronie „Astrohobby”.

Tekst ciągły; 24 hasła, w których przedstawiono krótką charakterystykę wybranych meteorytów. Materiał został wzięty z podręcznika E. Rybki³⁴ *Astronomia ogólna i stron astronomicznych*.

- *Słownik dla elektryków*³⁵.

Ponad 4500 haseł z zakresu elektryczności.

- *Słownik terminów warcabowych*³⁶ na stronie „ABC warcabów”.

Tabela; 99 haseł, np. *blitz* ‘inna nazwa gry błyskawicznej’, *damka* ‘warcaba uprzywilejowana, powstała z warcaby zwykłej (kamienia), która osiągnęła pole przemiany [...]’, *EDC* ‘skrót od European Draughts Confederation – Europejska Konfederacja Warcabowa [...]’.

- *Słownik podstawowych terminów i skrótów*³⁷ na stronie firmy „Technokabel”.

²⁸ www.aik.magazyn.pl/art_show.php?art=sloownik&m=sloownik

²⁹ www.comhlan.art.pl/aboutd/opisfig.html

³⁰ www.grzyby.pl/fsloownik.htm

³¹ www.inwarz.skierniewice.pl/~nema/sloownik.html

³² www.akwarium.mud.pl/sloownik.html

³³ www.astrohobby.net/meteory5.php

³⁴ W oryginale podano błędnie: „podręcznik E. Rybka”.

³⁵ www.ee.pw.edu.pl/~szewczym/sloownik

³⁶ www.warcaby.beep.pl/sloownik.html

³⁷ www.technokabel.com.pl/sloownik.html

Tekst ciągły; 269 haseł, np. *absorpcja (wody)* ‘zjawisko pochłaniania (wody) przez materiał w określonych warunkach analogowy, reprezentowany za pomocą wielkości fizycznych, zmieniających się w sposób ciągły’, *ANSI* ‘American National Standard Institute, amerykański instytut narodowy nadzorujący działania normalizacyjne’, *żyła jednodrutowa* ‘żyła wykonana z pojedynczego drutu’.

- *Słownik kawalerski*³⁸ na stronie: „Kawaleria II Rzeczypospolitej”.

Tekst ciągły; 116 haseł (w tym odesłane), dzięki którym można poznać znaczenie mało dziś znanych terminów, jak *gomuła* ‘masa gliniana do ćwiczeń w rąbaniu szablą’, *karwasze* ‘skórzane obszycia spodni do jazdy konnej chroniące materiał spodni przed przetarciem’, *koniowiąz* ‘belka przed stajnią zaopatrzona w metalowe kółka służące do przywiązywania koni’, *ogłowie* ‘część uzdy upięta na głowie konia’.

- *Słownik pojęć*³⁹ na stronie „Szlak templariuszy”.

Tekst ciągły; 25 haseł, wśród nich zarówno powszechnie znane, np. *folwark*, *lenno*, *tan*, jak i specjalistyczne, np. *bullarium* ‘zbiór bulli papieskich’, *ulem* ‘tytuł nadawany uczonym teologom i prawnikom muzułmańskim’.

- *Słownik terminów turystycznych*⁴⁰ na stronie Polskiej Platformy Turystycznej „Voyager”.

Tekst ciągły, wyszukiwanie według kolejnych liter alfabetu i odesłaniami w górę; 105 haseł, np. *animator czasu wolnego* ‘organizator zajęć i inicjator życia towarzyskiego dla gości określonej imprezy turystycznej’, *cabana* ‘przebieralnia’, *cto*, *doła hotelowa*, *double room* ‘pokój dwuosobowy’, *invoice* ‘faktura’.

Inne przykładowe słowniki: *Słownik techniki telemarketingowej*⁴¹ na stronie „Modern Marketing. Magazyn Innowacji Marketingowych”, *Słownik ważniejszych terminów występujących w opisie sprzętu telekomunikacji firmy Panasonic*⁴², *Słownik hydrogeologiczny*⁴³, *Czasowo-częstotliwościowy słownik funkcji Gabora*, *Szkolny słownik pojęć i terminów literackich*⁴⁴, *Geometria w szkole podstawowej: słownik*⁴⁵.

b) słowniki regionalne

- *Słownik łódzko-polski*⁴⁶ na stronie „Gazety Wyborczej”.

Zawiera „łodzianizmy”, czyli słowa i wyrażenia używane tylko w Łodzi, nadesłane przez czytelników. Wśród nich jest 15 „prawdziwych łodzianizmów”, zweryfikowanych wspólnie przez redakcję z „autorytetami językowymi”: *angielka* ‘bułka paryska’, *betka*, *betki* ‘małe grzyby (od bedłki)’, *brzuszek* ‘surowy boczek’, *czarne* ‘rodzaj kiełbasy’,

³⁸ www.kawaleria2rp.horsesport.pl/slow.htm

³⁹ www.templariusze.debno.pl/slownikpojec.htm

⁴⁰ www.voyager.pl/VOYslown.nsf/web?openform

⁴¹ www.modernmarketing.pl/index.php?pg=stt

⁴² www.teleservice.lublin.pl/info/slow-tel.htm

⁴³ www.gate.mos.gov.pl/dg/slownik/t01.htm

⁴⁴ www.e-slownik.prv.pl/

⁴⁵ www.kn.bielsko.pl/~mi99wgu/geometria/dokumenty/slownik.html

⁴⁶ www1.gazeta.pl/lodz/1,35138,135621.html

cztujda ‘gęsta zupa’, *drach* ‘latawiec’, *drygle* ‘zimne nóżki’, *dudy* ‘płuca i pochodne’, *klapitka* ‘rodzaj kamienicy od nazwiska Klapita, właściciela’, *krańcówka* ‘pętla tramwajowa’, *lebera* ‘wątrobianka’, *leberka* ‘pasztetowa’, *migawka* ‘bilet miesięczny MPK’, *siajowy* ‘bardzo zły jakości od nazwiska producenta tkanin Siai’, *towar* ‘tkanina’.

Inne przykładowe słowniki: *Słownik gwary śląskiej*⁴⁷, *Słownik gwary miasta Poznania*⁴⁸, *Słownik polsko-niemiecki nazw własnych miejscowości powiatów bolesławieckiego, lubańskiego i zgorzeleckiego*⁴⁹.

c) słowniki środowiskowe

- *Słownik terminów korporanckich*⁵⁰ na stronie „Arkonia”.

Tekst z odsyłaczami; 38 haseł, np. *banda* ‘szarfa wykonana z tkaniny, jeden z elementów stroju korporanta [...]’, *cetus* ‘rok przyjęcia do korporacji [...]’, *filister* ‘nieaktywny członek korporacji, który zakończył już studencki okres swojego życia i się ustatkował [...]’.

- *Słownik gwary pielgrzymkowej*⁵¹ na stronie Warszawskiej Akademickiej Pielgrzymki Metropolitalnej.

Tekst z odsyłaczami; 38 (najczęściej dowcipnych) haseł typu: *cudzogrupstwo* ‘pielgrzymowanie za znakiem innego koloru niż ten, który jest przypięty na piersi’, *padalce* ‘padnięta część braci pielgrzymkowej, najczęściej siedząca w przydrożnym rowie’, *rowy* ‘miejscowość wypoczynkowa po obydwu stronach drogi’, *woziwodza* ‘kierowca wiozący Księdza przewodnika’.

- *Mały słownik slangu wspinaczkowo-jaskiniowego*⁵² na Oficjalnej Polskiej Stronie Taternictwa Jaskiniowego.

Słownik zawiera indeks literowy oraz odsyłacze, jest ilustrowany zdjęciami.

- *Słownik wyrazów stosowanych w karate*⁵³ na stronie Przasnyskiego Klubu Kyokushin Karate.

Tekst ciągły; 135 haseł, którymi są wyrazy i wyrażenia japońskie związane z karate (także liczebniki japońskie), np. *seiken* ‘pięść’, *keiko* ‘ręka «dziób ptaka»’, *kiai* ‘paraliżujący okrzyk’.

- *Słownik japońsko-polski*⁵⁴ na stronie „Karate Shotokan na Podbeskidziu”.

Tekst ciągły, od początku każdej litery odsyłacz do początku tekstu; 842 hasła, kilka odsyłaczy do osób.

- *Słownik pojęć i postaci związanych z japońskimi sztukami walki*⁵⁵.

⁴⁷ www.cku.bytom.pl/konkurs/prace/zsmegl/slownik.htm

⁴⁸ www.chomas.alleluja.pl/tekst.php?numer=467

⁴⁹ www.bronimarkt.com.pl/ap_luban/strony/slownik/spl_d.htm

⁵⁰ www.arkonia.uw.edu.pl/slownik.htm

⁵¹ www.amaranty.vis.pl/slownik.htm

⁵² www.bg.univ.gda.pl/~dbart/szkol/slang_p.html

⁵³ www.skynet.com.pl/~karate/slownik_wyrazowkarate.htm

⁵⁴ www.karate.bielsko.com.pl/slownik.html

⁵⁵ www.wudang.cis.com.pl/s_japonia.html

Tekst ciągły z odsyłaczami; 76 haseł, np. *bisento* ‘włócznia o szerokim ostrzu’, *hara* ‘brzuch’; wiele haseł osobowych.

- *Słownik dla demonicznych analfabetów*⁵⁶ na stronie „Nowa Gildia Tajemnic” (tłumaczenie z angielskiego).

Tekst ciągły; 11 haseł: *demon* / *daemon* / *daimon*; *demoniczny*, *demoniak* ‘osoba opętana przez demony’, *demonokracja* ‘demoniczne hierarchie/rządy’, *demonograf* ‘osoba badająca i spisująca historię oraz opisy demonów’, *demonografia* ‘historia i opisy demonów’, *demonolator* ‘osoba praktykująca demonolatrię’, *demonolatria* ‘oddawanie czci demonom i/lub praktykowanie czarnoksięstwa/magii przy pomocy bytów zwanych demonami’, *demonolog* ‘osoba badająca i katalogująca demony, nazywana także demonografem’, *demonomancja* ‘wróżenie przy pomocy demonów wg niektórych tekstów, dosłownie: przywoływać demony; czary’.

- *Słownik ezoteryczny*⁵⁷ na stronie „Studio Miriada”.

Tekst ciągły z indeksem literowym na początku i powrotem do początku po każdym haśle; 35 haseł, np. *amulety*, *astrologia*, *czary*, *kabała*, *magia*.

- *MAGiczny słownik*⁵⁸ na stronie Internetowego Miesięcznika „Magiczny Lunapark”.

Tekst ciągły, po każdej literze powrót do góry. Na początku indeks alfabetyczny; 78 haseł, np. *akupunktura*, *aura*, *ciało eteryczne*, *drugi wzrok*.

- *Nowy polski słownik pijacki*⁵⁹ (aktualizacja *Słownika pijackiego* Juliana Tuwima).

Tekst ciągły z odsyłaczami, zawierający „818 haseł, 61 cytatów, 2 anegdoty i 1 artykuł naukowy”. Przykłady haseł: *czytać* ‘pić’, *oczytany* ‘pijany’, *apteka* ‘sklep z alkoholem’, *WWW* ‘dopisek na zaproszeniu na imprezę: Weź Własną Wódkę’.

d) słowniki normatywne

- *Słownik ortograficzny PWN*⁶⁰ (125 tys. haseł).

Sposób używania *Słownika* ujęty został w instrukcji: „Słownik wyszukuje słowa znajdujące się gdziekolwiek w haśle, a nie tylko wyrazy hasłowe. Jeśli w pierwszą ramkę wpisujemy np. słowo *Antoni*, to otrzymamy listę mężczyzn wymienionych w słowniku i mających tak na imię. Jeśli wpisujemy litery *nii*, to otrzymamy listę rzeczowników żeńskich na *-nia*, które mają dopełniacz liczby mnogiej na *-nii*. Jeśli wpisujemy słowo *ód*, to znajdziemy hasło *oda*, a jeśli wpisujemy *ud*, to znajdziemy m.in. *udo*”.

Inne słowniki ortograficzne:

- Prywatny *Wirtualny słownik ortograficzny*⁶¹ o nazwie „Wirtualny łotr”.

⁵⁶ www.teksty.gildia.com/kormak/demoniczny_slownik

⁵⁷ www.studiomiriada.hg.pl/slownik.htm

⁵⁸ www.mag.media.pl/akademia/slownik.htm

⁵⁹ www.nowy.polski.slownik.pijacki.ez.pl/Slownik.html#utrwalacz2

⁶⁰ www.so.pwn.com.pl; hasła, zasady pisowni i interpunkcji oraz aneks pochodzą z *Nowego słownika ortograficznego PWN*. Red. nauk. E. Polańskiego, Warszawa 1996 i wyd. n.

⁶¹ www.wso.prv.pl/

Zawiera „oszukiwarę” (wyszukiwarę) i możliwość wyświetlenia całej bazy – litera po literze; 27 150 haseł.

- Prywatny *Słownik ortograficzny języka polskiego*⁶².

Autor słownika niezwykle pesymistycznie zapatruje się na przydatność swojego dzieła: „Osoby mające wątpliwości co do pisowni tego lub innego wyrazu proszę o zajrzenie najpierw do słownika PWN, zanim postawią mi pytanie. Do tej pory na wszystkie pytania ortograficzne mogłem odpowiedzieć po prostu zaglądając do tego słownika, a na pewno moje pośrednictwo nie jest nikomu potrzebne” (odsyła też do poradni językowych Uniwersytetu Warszawskiego i Wydawnictwa Naukowego PWN).

- *Mały ortograficzny słownik skrótów języka polskiego*⁶³ na stronie „Lekarskiego poradnika językowego” dr. n. med. Piotra Müldnera-Nieckowskiego. Strona zawiera również *Paradę pleonazmów i tautologii*, *Słownik skrótów komputerowych*, *Słownik nazw i skrótów czasopism biomedycznych* oraz *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*.

Autorzy niektórych słowników wykazują dużo inwencji w zakresie normatywizmu. Oto przykład.

- *Słownik Mirnala* (Miroslawa Nalezińskiego)⁶⁴.

W *Słowniku Mirnala* „czerwonymi czcionkami opisano słowa, które powinny opuścić słowniki języka polskiego albo powinny być wyróżnione odmiennym krojem pisma, niebieskimi czcionkami – słowa, które powinny zagościć w naszych słownikach, zielonymi czcionkami – słowa uznane za terminy polskie, przywołane jako przykłady, fioletowymi czcionkami – przytoczone obce wyrazy. Podkreślono wybrane słowa jako dość kontrowersyjne (w deklinacji), jednak kwalifikujące się do zastosowania w naszym języku”.

Oto propozycje autora (umieszczone zresztą w słowniku obok powszechnie przyjętych rozstrzygnięć): „biznesa, NIE bizneswomen”, „NIE czemu im się przyglądasz, ale dlaczego im się przyglądasz”, „e-pocztą, NIE e-mail”, „europ, NIE euro”, „savoir-vivre [sawuar wiwr] – NIE (fr.), wyłącznie etykieta (towarzyska), znajomość zwyczajów towarzyskich; także NIE bon ton”.

Autor zgłasza też propozycje zmian nazw geograficznych, np. wprowadzenie nazw: *Brasylia* zamiast *Brazylia*, *Elefantia* albo *Iwojra/Iwoira* zamiast *Wybrzeże Kości Słoniowej*, *Eskimosja*, *Euroland* albo *Eurolandia* zamiast *Unia Europejska*, *Ukrain* zamiast *Ukrainiec*, *Żydia* – na oznaczenie skupiska lub obszaru zamieszkałego przez Żydów poza ich ojczyzną (np. *Polonia* oraz *Żydia amerykańska*); ew. także państwa Izrael.

Na osobną uwagę zasługują żartobliwe teksty publikowane w formie słownika, na przykład:

- *Słownik wyrazów dziwnych*⁶⁵ na stronie klasy III g.

Tabela; 57 haseł, głównie żartów słownych, np. *Anna* ‘dziewczyna taka sama w obie strony’, *pochlebca* ‘człowiek wychodzący po chleb’, *pocztówka* ‘kobieta pracująca na poczcie’, *Ribentrop* ‘śląd zostawiany przez rybę na wodzie’.

⁶² www.venus.ci.uw.edu.pl/~milek/ortograf.htm

⁶³ www.bibl.amwaw.edu.pl/LPJ/skroty.htm

⁶⁴ www.kki.net/~mirnal/

⁶⁵ www.web.pertus.com.pl/~szkola/slownik.html

- *Słownik trudniejszych pojęć*⁶⁶ na stronie kabaretu „Loża 44”.

Tekst ciągły; 11 haseł.

Hasła: *bon PKO*, *kartki (na mięso, benzynę i inne)*, *spekulant* ‘człowiek, który kupował taniej, a sprzedawał drożej. Kiedyś to było źle widziane’.

- *Słownik dziecięcy*⁶⁷ na portalu „Gazety Wyborczej”.

Tekst ciągły; 978 haseł, zawierający wyrazy dziecięce zarówno powszechnie znane, jak *be* ‘zły, brzydki’, *brum brum* ‘samochód’, jak i indywidualizmy, np. *ambukisiapie* ‘jestem głodny’, *czika* ‘dziewczynka’, *deponiaja* ‘betoniara’. Słownik stworzony na podstawie e-mailów nadsyłanych do redakcji.

- *Słownik kociej mowy*⁶⁸.

Tabela („kocia mowa – tłumaczenie”); 25 haseł, np. *miaou* ‘nakarm mnie’, *miie-au* ‘popieść mnie’, *mrruuuuuu* ‘kocham Cię’.

Zakończenie

1. Słowniki w internecie znaleźć można wszędzie: na wielkich portalach, stronach różnych instytucji, organizacji, osób prywatnych.

2. Różnią się one od siebie wieloma cechami: wielkością (od stu kilkudziesięciu tysięcy do kilku haseł), budową (od złożonego systemu hipertekstowego do ciągłego tekstu bez żadnych odsyłaczy), celem funkcjonowania (od naukowego poprzez praktyczny do rozrywkowego).

2. Ogromna liczba słowników internetowych – w większości amatorskich – świadczy o tym, że ich autorzy odczuwają potrzebę wyjaśniania i porządkowania słownictwa związanego z różnymi dziedzinami życia. Niektórzy autorzy werbalizują tę potrzebę, na przykład:

– „W warcabach, podobnie jak w innych dziedzinach ludzkiego działania, funkcjonuje specjalne, swoiste słownictwo (terminologia). Grający w warcaby, piszący o warcabach (np. komentarze do partii) lub tylko rozmawiający o warcabach używają, w pewnym zakresie, własnych i im znanych terminów ułatwiających im wymianę myśli i tym samym porozumienie”⁶⁹.

2. Słownik online daje możliwość edytowania go na bieżąco – poprawiania i uzupełniania. Nie jest już konieczne – jak w wypadku tradycyjnych słowników – zakończenie prac redakcyjnych przed publikacją dzieła. Często spotyka się w związku z tym zastrzeżenia autorów wobec ich dzieł:

- „słownik ważniejszych terminów”⁷⁰,
- „słownik podstawowych terminów i skrótów”⁷¹,
- „słownik trudniejszych wyrażzeń”⁷²,

⁶⁶ www.venco.com.pl/~eloy/varia/loza44/slownik.html

⁶⁷ www2.gazeta.pl/edukacja/0,27246.html

⁶⁸ www.cats.alpha.pl/slownik.htm

⁶⁹ www.warcaby.beep.pl/slownik.html

⁷⁰ www.teleservice.lublin.pl/info/slow-tel.htm

⁷¹ www.technokabel.com.pl/slownik.html

⁷² www.akwarium.prx.pl/slownik.htm

- „Cały czas pracujemy nad wprowadzaniem do słownika nowych haseł”⁷³,
 - „Tu będzie kiedyś słownik terminów występujących na stronie. Na razie jest tu jego wersja testowa”⁷⁴,
 - „Kochani – jeszcze nie gotowe, lada dzień skończymy”⁷⁵.
3. Przy redakcji słownika można korzystać z pomocy innych internautów:
- „słownik permanentnie w trakcie tworzenia – czekam na propozycje”⁷⁶,
 - „Program i Słownik jest w fazie testowania. Proszę mnie informować o wszelkich problemach z jego używaniem”⁷⁷,
 - „słownik jest w trakcie tworzenia i brak w nim jeszcze wielu podstawowych haseł. Dziękujemy za wszelkie uwagi”⁷⁸.
4. Autorzy są na ogół dobrego zdania o swoich słownikach:
- „Słownik niezbędny, aby przeżyć wśród nas i zrozumieć, o czym mówimy”⁷⁹,
 - „Program umożliwia błyskawiczne wyszukiwanie”⁸⁰,
 - „Nasz słownik posiada wygodny w użyciu spis zagadnień związanych z Internetem”⁸¹,
 - „Największe źródło potocznej polszczyzny w Internecie”⁸²,
 - „Nie znajdziesz w Internecie słownika posiadającego większą liczbę słów od tego!!!”⁸³.
- Znacznie rzadziej spotyka się przejawy skromności autorów:
- „Poza tym na naszej stronie znajdziecie Państwo [...] Słownik [...] i parę innych drobiazgów”⁸⁴.

5. Wiele do życzenia pozostawia na ogół ortografia i interpunkcja. Wielokrotnie obserwuje się również nieporadność w formułowaniu myśli, np. „Podaj wyraz angielski, którego poszukujesz i wciśnij przycisk” (słownik polsko-angielski)⁸⁵ – nie można przecież podać wyrazu, którego dopiero się poszukuje. Lepiej sformułowano polecenie w innym słowniku: „Tu wpisz słowo, które zamierzasz przetłumaczyć”⁸⁶.

6. Autorzy słowników internetowych zdają sobie sprawę z atrakcyjności struktury słownikowej – rozbitcie treści na hasła ułatwia czytanie (zwłaszcza, gdy chodzi o tekst na ekranie komputera). Analiza kilkuset słowników wykazuje jednak, że w bardzo niewielkim stopniu wykorzystywane są narzędzia hipertekstowe – większość słowników to zwykle pliki tekstowe.

⁷³ www.wino.com.pl/przewodnik/slownik.htm

⁷⁴ www.alfa.w.interia.pl/slow.htm

⁷⁵ www.tatry.icenter.pl/slownik.html

⁷⁶ www.wspiny.pl/humor/slownik.htm

⁷⁷ www.chemeng.p.lodz.pl/zylla/pk/index.html

⁷⁸ www.leksykon.pta.edu.pl

⁷⁹ www.aiesec.pwr.wroc.pl

⁸⁰ www.ajt.zone.pl/sap/

⁸¹ www.alte.pl/pages/pomoc/slownik/slownik.php

⁸² *Słownik polskiego slangu*; www.poprzednia.univ.gda.pl/slang/

⁸³ www.grande.gbn.pl/strony/slownik.html

⁸⁴ www.ajt.zone.pl/

⁸⁵ www.akson.sgh.waw.pl/~anthon/slownik.html

⁸⁶ www.autobaza.pl/ab/pl/web/productab0100

JAKUB BECELA
WŁODZIMIERZ GRUSZCZYŃSKI

Polish language | Polszczyzna
on chats | na czatach

KEY WORDS

chat, Internet, Polish language, language form

SŁOWA KLUCZOWE

czat, Internet, polszczyzna, odmiany języka

ABSTRACT

In the present article the authors characterize the form of the language specific for Internet, which is used by participants of virtual chatting. Communication in real time constitutes a special communicative situation having impact on emergence of new language elements. Characteristic features of a chat are, among others, big number of its participants and their anonymity, and also lack of responsibility for the content of messages. Interlocutors prefer rather the speed of communicating than language correctness, the consequence of which is a big number of various types of mistakes. Other distinguishing marks of this language type are: lack of using so-called Polish letters, inflexional and phonetic innovations and borrowings from foreign languages. In the opinion of the authors, the main factor shaping the content of messages is a wish to play with the language and to overcome language and moral barriers.

STRESZCZENIE

W niniejszym artykule autorzy charakteryzują specyficzną dla Internetu odmianę języka, jaką jest język używany przez uczestników wirtualnych pogawędek. Komunikacja w czasie rzeczywistym stanowi szczególną sytuację komunikacyjną mającą wpływ na powstawanie nowych elementów językowych. Charakterystycznymi cechami czatu są między innymi duża liczba jego uczestników oraz ich anonimowość, a także brak odpowiedzialności za treść wypowiedzi. Rozmówcy preferują raczej szybkość komunikowania aniżeli jego poprawność językową, czego konsekwencją jest duża liczba różnego rodzaju błędów. Innymi wyróżnikami tego typu języka są: brak stosowania tzw. polskich liter, innowacje fleksyjne i fonetyczne, zapożyczenia z obcych języków. W opinii autorów głównym czynnikiem kształtującym treść wypowiedzi jest chęć zabawy językiem oraz przekraczania granic językowych i obyczajowych.

Choć dostępność Internetu w Polsce ciągle jeszcze nie jest imponująca w porównaniu z krajami zachodnioeuropejskimi, to korzystanie z poczty elektronicznej, serwisów informacyjnych, list dyskusyjnych i innych sposobów komunikowania się za pośrednictwem Sieci dla coraz większej liczby ludzi w naszym kraju staje się tak naturalne, jak na przykład korzystanie z telefonu komórkowego¹. Komunikacja za pomocą komputera przestaje więc być zabawną nowinką technologiczną, zaczyna być nieodłączną częścią naszego życia u progu XXI wieku.

Przez dwanaście lat od wysłania z Polski pierwszego listu elektronicznego² zdążyły się wytworzyć pewne nowe zwyczaje komunikacyjne, w tym również nowe zwyczaje językowe (stylistyczne, socjolingwistyczne), przejawiające się tylko w komunikacji za pośrednictwem komputera. Niektóre z nich są na tyle charakterystyczne, że dość powszechnie traktuje się je (np. w publicystyce, w rozmowach towarzyskich itp.) jako obowiązujące we wszelkiego typu formach językowej komunikacji w sieciach komputerowych, a w Internecie w szczególności. W powszechnym odczuciu w Internecie używa się innej (gorszej) odmiany języka. Mówi się wręcz o języku „komputerowym” czy „internetowym”, chociaż nie ma to w zasadzie żadnego uzasadnienia, ponieważ teksty w Internecie pisane są (i mówione!) tak różnymi odmianami języka, że o jakichkolwiek uogólnieniach mowy być nie może³.

¹ W pierwszej połowie 2002 r. 23 proc. badanych Polaków deklarowało dostęp do Internetu, a 18 proc. korzystało z niego co najmniej raz w miesiącu (wyniki pochodzą z ciągłego badania Interbus, zrealizowanego w pierwszej połowie tegoż roku, tj. od stycznia do czerwca przez OBOP na reprezentatywnej grupie 6064 osób). Istotne jest również to, że w ciągu ostatnich czterech lat nastąpił niemal czterokrotny wzrost liczby Polaków deklarujących dostęp do Internetu.

² Za symboliczną datę początku Internetu w Polsce uznaje się 17 sierpnia 1991 r. – wysłano wtedy pierwszy list elektroniczny z naszego kraju (z Centrum Informatycznego Uniwersytetu Warszawskiego do Uniwersytetu Kopenhaskiego).

³ Por. W. Gruszczyński, *Czy normy językowe obowiązują w Internecie?* W: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Pod red. J. Bralczyka, K. Mosiołek-Kłosińskiej, Warszawa 2001, s. 183–190.

Odmiana języka postrzegana jako najbardziej charakterystyczna dla Internetu wytworzyła się w różnych rodzajach komunikacji odbywającej się w czasie rzeczywistym, przede wszystkim w tzw. wirtualnych pogawędkach, czyli czacie (ang. *chat*), i w komunikacji za pomocą różnego rodzaju komunikatorów internetowych⁴, np. ICQ (*I seek You*), Gadu-Gadu, Tlen.pl. W niniejszym artykule przedstawimy najbardziej charakterystyczne cechy tej właśnie odmiany języka, z tym że w materiale eksplikacyjnym ograniczymy się do przykładów zachowań językowych w czacie⁵.

Na cechy tej nowej i – dodajmy od razu – bardzo ekspansywnej odmiany języka ma wpływ przede wszystkim sytuacja komunikacyjna i dlatego rozpoczniemy od jej scharakteryzowania i wskazania cech języka bezpośrednio od niej zależnych. Następnie omówimy nowe elementy językowe stosowane w czacie, które – jak się zdaje – właściwe są głównie lub wyłącznie odmianie języka używanej w tej właśnie formie komunikacji.

Czat: sytuacja komunikacyjna

Czat (lub czaty), czyli wirtualne pogawędki, to rodzaj usługi oferowanej przez większe portale internetowe. Czat udostępniany na stronach www, w przeciwieństwie do jego pierwowzoru IRC⁶, nie wymaga od potencjalnego użytkownika posiadania żadnego specjalistycznego sprzętu, oprogramowania ani żadnych umiejętności ponad te, które potrzebne są do obsługi komputera i standardowego „poruszania się” w sieci. Jedynym warunkiem koniecznym do tego, by móc „wejść na czat” jest posiadanie komputera podłączonego do Internetu, wyposażonego w system operacyjny i przeglądarkę stron www.

Aby uczestniczyć w czacie, użytkownik musi wybrać tzw. nick, czyli pseudonim, pod którym występuje w czasie „rozmowy”. Nick może być tymczasowy (na okres jednej „sesji”), albo stały – zarezerwowany dla jednego użytkownika czatu w danym portalu⁷. Z perspektywy przeciętnych uczestników czatu nick jest jedynym ich identyfi-

⁴ Komunikator internetowy (ang. *Instant Messenger*) to program służący zasadniczo do rozmowy dwóch osób poprzez Internet.

⁵ Materiał, z którego czerpiemy przykłady, pochodzi z pracy magisterskiej J. Beceli, *Polszczyzna czatów*, obronionej w Instytucie Dziennikarstwa UW w 2003 r. Autor uzyskał go dzięki uprzejmości administratorów portali Interia.pl, Hoga.pl, Onet.pl oraz Polchat. Na całość materiału składa się 26 zapisów różnych tematycznie czatów, o długości ponad 170 tysięcy wyrazów tekstowych.

⁶ IRC, czyli *Internet Relay Chat* to usługa sieciowa, umożliwiająca jednoczesną, symultaniczną rozmowę (czat) z wieloma osobami na raz. Protokół i architekturę IRC wymyślił w 1988 roku Jarkko Oikarinen z Finlandii, w ramach swojej pracy doktorskiej o możliwości prowadzenia dyskusji za pomocą Internetu. Aby korzystać z tzw. kanałów IRC, potrzebny jest specjalny program – najpopularniejszym z nich jest mIRC.

⁷ Utworzenie stałego nicka wymaga zazwyczaj podania administratorowi jakichś danych osobowych, najczęściej adresu poczty elektronicznej. Posiadanie stałego nicka daje gwarancję tego, że nikt inny nie będzie z niego korzystał i że użytkownik będzie miał dostęp do wszystkich oferowanych przez administratora funkcji czatu.

katorem⁸. W niektórych portalach uczestnicy czatu mogą posługiwać się kamerą i mikrofonem (jest tak np. w portalu onet.pl), co może prowadzić do ujawniania przez nich swojego wizerunku, jednak większość z nich nie posługuje się tymi urządzeniami i z tego powodu nie bierzemy ich w niniejszych rozważaniach pod uwagę. W większości portali czaty zorganizowane są w tzw. pokojach (ang. *chat room*) wokół pewnych tematów konwersacji lub cech uczestników (np. wiek). Każdy taki wirtualny pokój to odrębne forum, na którym można wymieniać informacje. Każda z wysyłanych informacji wyświetla się na monitorach wszystkich uczestników obecnych w danym momencie w danym pokoju⁹.

Podstawowe wyznaczniki sytuacji komunikacyjnej uczestników czatu są – jak się zdaje – następujące:

- a) komunikacja odbywa się w zasadzie w czasie rzeczywistym¹⁰;
- b) w akcie komunikacji bierze udział zazwyczaj więcej niż dwóch uczestników; często jest ich bardzo wielu, nawet ponad tysiąc;
- c) komunikacja odbywa się za pomocą klawiatury, tzn. uczestnicy piszą swoje komunikaty i wysyłają je, udostępniając tym samym pozostałym uczestnikom;
- d) uczestnicy z reguły nie znają się osobiście i nie wiedzą o sobie wzajemnie nic ponad to, co wynika z treści (i formy) wysyłanych przez nich komunikatów; jest to więc w znacznym stopniu komunikowanie się anonimowych uczestników;
- e) za słowa wypowiedane (pisane) na czacie nie ponosi się niemal żadnej odpowiedzialności (najostrzejszą „karą” może być czasowe wykluczenie z grona uczestników);
- f) osoby komunikujące się za pomocą czatu tworzą swego rodzaju grupę społeczną, w której obowiązuje moda językowa, tylko w części pokrywająca się z modą obowiązującą poza czatem; w dłuższej perspektywie moda ta prowadzić może (i prowadzi) do wytwarzania się charakterystycznego socjolektu „czatujących”.

Z powyższych cech sytuacji komunikacyjnej wynikają określone cechy aktów mowy, a także języka. Najbardziej brzemiennie w skutki jest bez wątpienia połączenie wyznaczników (a) i (c).

To, że komunikacja „na czacie” odbywa się w czasie rzeczywistym, upodabnia ją do rozmowy prowadzonej wśród wielu innych rozmawiających osób, a często z udziałem

⁸ Oczywiście z perspektywy administratora każdy użytkownik (dokładniej – każdy komputer podłączony do sieci) ma znacznie bardziej realny identyfikator – tzw. adres IP, czyli adres używany do identyfikacji komputera przyłączonego do sieci Internet; składający się z 32-bitowego numeru identyfikacyjnego, zapisanego jako cztery liczby (z zakresu od 0 do 255), oddzielone od siebie kropką.

⁹ Możliwe jest opuszczenie przez dwu uczestników pokoju i przejście na komunikację w trybie prywatnym (tzw. „priv”). W przypadku takiej komunikacji wypowiedzi jej uczestników nie są udostępniane pozostałym osobom biorącym udział w rozmowie ogólnej. Badanie języka takich rozmów jest bardzo trudne z powodu ograniczeń dostępu do oryginalnego materiału. W dalszym ciągu tekstu nigdy nie odwołujemy się do takiego rodzaju komunikacji.

¹⁰ Sformułowanie to nie oddaje w pełni rzeczywistości. Względy techniczne bowiem powodują, że wypowiedź będąca reakcją na czyjąś kwestię ukazuje się niekiedy na ekranach monitorów ze sporym opóźnieniem, a pomiędzy nimi znajdują się wypowiedzi innych uczestników nie mające zazwyczaj ze sobą związku.

łem niektórych spośród nich. Językowe konsekwencje tego faktu są oczywiste. Uczestnicy czatu używają niemal wyłącznie środków językowych charakterystycznych dla mówionej odmiany języka¹¹, mimo że z czysto formalnego punktu widzenia wypowiadają się za pomocą pisma. Jest to więc komunikacja synchroniczna, w której z natury nie można sobie pozwolić na zwłokę. Po pytaniu jak najszybciej powinna nastąpić odpowiedź, a zbyt długie milczenie postrzegane bywa jako nietakt. Podstawową kwestią jest więc czas. Dlatego na przykład nie zważa się na pisownię, nie czyta się krytycznie swoich wypowiedzi przed wysłaniem, bo przecież i tak ich napisanie za pomocą klawiszy zajmuje więcej czasu niż wyartykułowanie w rozmowie rzeczywistej. Jeśli nie chce się „wypaść” z jakiejś rozmowy, trzeba nauczyć się szybko reagować: czytać z monitora i natychmiast odpowiadać. Aby nie zniknąć na dłużej z ekranów czatujących, niektórzy stosują nawet zasadę dzielenia wypowiedzi na mniej lub bardziej przypadkowe odcinki (pisząc dłuższą wypowiedź, co chwila wciskają klawisz Enter). Tworzą się wtedy formalnie odrębne kwestie, niekiedy zupełnie niezrozumiałe bez następnych lub poprzednich. Podziały mogą być zupełnie niezależne od struktury składniowej wypowiedzi, a nawet przebiegać wewnątrz wyrazów, np.:

ORGAZMIN: NIO BO TEN
 ORGAZMIN: DUPEK
 ORGAZMIN: SIE CHWALI NON
 ORGAZMIN: STOP ILE TO ON PALI

rosa44: do
 rosa44: widze
 rosa44: nia

W wypowiedziach uczestników czatów występuje bardzo wiele błędów technicznych będących rezultatem pośpiechu. Pomijane są litery, a nawet całe fragmenty wyrazów, pojawia się wiele tzw. czeskich błędów, polegających na niezamierzonej zmianie kolejności liter, zdarza się nawet dodawanie zbędnych liter, np.:

snaflka: ja oceniam ultry zachownie ktore swiedczy o niej.. czy nie ejst takz eto jak sie zahcowujemy i co mwoimy swiedczy o nas samych?

snaflka: idiota ostatnio jak byalm to aj zultra sie kloiclam

Błędy takie stanowią swego rodzaju odpowiedniki błędów i niedokładności fonetycznych pojawiających się w trakcie codziennych rozmów i wynikają w sposób oczywisty z nieuwagi i pośpiechu. Tu nie będziemy się nimi bliżej zajmować. Skupić się bowiem chcemy nie tyle na mniej lub bardziej przypadkowych cechach poszczególnych aktów mowy występujących w czatach, ile na tych innowacjach i modach językowych, które powodują, że język ten (a właściwie ta odmiana języka) coraz bardziej

¹¹ W sprawie najważniejszych różnic między mówioną a pisaną odmianą polszczyzny patrz F. Nieckula, *Język ustny a język pisany*. W: *Współczesny język polski*. Pod red. J. Bartmińskiego, Wrocław 1993.

różni się od znanych wcześniej odmian stylistycznych i socjalnych¹². Będziemy się więc starali uchwycić pewne tendencje, z których część być może zaznaczy się (jeśli już się nie zaznaczyła) w języku ogólnopolskim. Innowacje i mody omówimy w następującym porządku: tendencje w zakresie pisowni i wymowy, innowacje morfologiczne, leksykalne (w tym także frazeologiczne).

Tendencje w zakresie pisowni

Większość uczestników czatów nie stosuje tzw. polskich liter (tzn. liter z charakterystycznymi dla polskiej pisowni diakrytami). Rzadko też spotyka się takie teksty, w których wielkie litery są stosowane w takiej samej funkcji, jak w starannych tekstach pisanych. Zazwyczaj tłumaczy się to (podobnie jak wspomniane wcześniej literówki) pośpiechem. Użycie tzw. polskich liter wymaga bowiem wciśnięcia dwóch (a w wypadku wielkiej polskiej litery nawet trzech) klawiszy. Wydawałoby się, że jest to faktyczny powód, dla którego zamiast nich niemal powszechnie stosuje się odpowiadające im litery łacińskie (tzn. zamiast *ę* – *e*), np.:

KAFU: CZESC

Ona666_chwilowo: czyzby byl to wlasny wybor.....

Ona666_chwilowo: nenq... zycze milych. lobuziarskich. slodkich, spokojnych, erotycznych snow.. i aby sie spelnily.....

opty_mistyczna: widzialam, tam wyzej, ze ktos mruzczal, ale nic wiecej:P

Ultraviolet: ale tego kolege chetnie bym poznala

marlena___: rozlaczylo mnie

Q8: wykazac troszke zainteresowania moja osoba !!!

gorszy_model: spac trzeba jsc

Kasiulek.): CZESC MISIACZKI !!

<~Krzysio> Czy Ktos wie z jakiej strony mozna sciagnac muzyke?

Jednak biorąc pod uwagę to, że wysiłek włożony w napisanie *ę* czy *ś* jest taki sam, jak w napisanie dwukropka, wykrzyknika czy znaku zapytania, należy wyrazić wątpliwość, czy właśnie oszczędność czasu i wysiłku stanowi podstawową przyczynę niestosowania „polskich liter” oraz zaniechania zgodnego z ortografią różnicowania małych i wielkich liter. Wydaje się, że co najmniej równie ważną przyczyną jest swego rodzaju moda stylistyczna (środowiskowa?) właściwa tekstom powstającym wtedy, gdy ludzie komunikują się za pomocą kodu pisanego, przekazywanego przez sieć komputerową lub telefony komórkowe (sms). Dokładne przestrzeganie zasad pisowni (zwłaszcza w omawianym zakresie) postrzegane jest jako brak obycia z narzędziami, które się stosuje.

¹² Nie jest oczywiste, czy odmianę języka, o której tu mowa, uznać należy za styl funkcjonalny (przemawiałoby za tym np. to, że stosuje się tę odmianę w ściśle określonej sytuacji komunikacyjnej i można się jej nauczyć podobnie jak stylu urzędowego czy stylu naukowego), czy za środowiskową odmianę języka (za tym z kolei przemawiałoby to, że stworzyła ją i używa jej grupa ludzi mających pewne wspólne cechy, postrzegająca się jako wspólnota, w której obowiązują pewne pisane i niepisane zasady, co sprawia, że można uznać tę grupę za swoiste środowisko).

Inne, „typowe” błędy ortograficzne zdarzają się w czatach stosunkowo często. Nie widać jednak np. tendencji do systematycznego eliminowania *ó*, *rz* i *ch*. Najczęściej zdarza się pisownia *u* zamiast *ó*, co można w części tłumaczyć niechęcią do używania liter ze znakami diakrytycznymi, choć przeczyłoby temu zdarzające się także stosowanie *ó* zamiast *u*. Oto najdrastyczniejsze przykłady:

```
<~RAFAŁ_22L__K44> WARSZ. POGADA Z CIEKAWĄ OSUBKA
<~ARM1> hehe Wiola to tylko program nie rub kina
S_Z_Y_B_K_I: czy ktos mi zwruci uwage
S_Z_Y_B_K_I: to sobie w tedy pujde
<~kasia13> kasia13* kto poklika bo zaras mószę iść?
>*Truski*<_[she]: i nierób głópot
thc22: ja ci kórwą dam złamasa cwelu jeden
znowuzaba: asia cosia na odległość wyczówa :PP
szkodazezyje: “.....znów przy mnie bódzisz się....”
```

Rzadko natomiast występują błędy polegające na zastępowaniu dwuznaku *ch* przez *h*, czy *rz* przez *ż* (*z*). Brak takich błędów przeczy tezie, że najważniejszym źródłem odstępstw od standardowej pisowni jest pośpiech i wynikająca z niego tendencja do unikania „zbędnych” uderzeń w klawiaturę.

W zakresie pisowni ujawniają się jeszcze inne tendencje, o których trzeba wspomnieć. Pierwsza z nich to stosowanie przez wielu uczestników czatów pisowni fonetycznej (lub raczej pseudofonetycznej). Pisownia taka zbliża polszczyznę używaną na w tym rodzaju komunikacji do polszczyzny mówionej, jest jednym z dowodów na oralność języka stosowanego w czatach. Wielu uczestników czatów pisze niektóre wyrazy „tak, jak mówi”, np.:

```
dangerskull: i to zostanie miendzy nami
<~JULE3KA> FSZELKIEGO KALIBRU
<~Julia_1> ić sie schowac 13 latka
<~ARM1> diabli wiedza
Petergod: siema potforki kofne
sister: biedactffo
rozszalale_cialo: asiulekkkkkkkkkkkk we ftoreekkkkkkk :PPPPPPPPPPPP
scream: łod poczontku
radish: bo umnie nawet aktówki jusz nie ,ma?
Q8: Anna ... spokojnie .... zompki wyszoruje itd itp i nie tylko
Anna25,5: nosz tesz tak myslalam
kroliczka24x1: znuf zmiana:D
*(L)ewPiastowski: jek ktoś będzie przechodził to se weś odniego telefon
kiler!!!: pszepraszam
```

Z przytoczonych przykładów widać, że stosunkowo „najchętniej” zapisywane są fonetycznie wyrazy pisane ortograficznie przez *w*, a wymawiane przez *f* (w zapisie pojawia się niekiedy nawet zwielokrotniona litera *f*, np. *biedactffo*). Często też przejawia się pisownia oddająca tzw. asynchroniczną wymowę samogłosek nosowych (np. *zompki*).

Stosowanie pisowni fonetycznej może czasami wynikać z nieświadomości (np. *pszepraszam*), wydaje się jednak, że częściej jest wynikiem świadomej decyzji, przejawem zabawy językiem czy swoistej gry z odbiorcą. Takich ortograficznych zabaw jest na czatach znacznie więcej.

Bardzo rozpowszechnione jest na przykład stosowanie litery *q*, która może zastępować sekwencję liter *ku* niemal we wszystkich kontekstach. Jest to rodzaj mody ortograficznej. W niektórych pokojach czatowych „nie wypada” napisać po prostu *nie znam wyniku*, trzeba napisać *nie znam wyniq*. Można się doszukiwać dwojakiej genezy takiej pisowni. Po pierwsze, pozostaje ona prawdopodobnie w związku z modą na angielszczyznę (litera *q*, jak wiadomo, występuje w alfabecie angielskim, natomiast nie należy do alfabetu polskiego) i na angielskojęzyczne wzory komunikacyjne, w szczególności niestandardowe zapisywanie różnych wyrazów (typu *CU = see you*). Po drugie, może być spowodowane chęcią omijania zakazu używania wulgaryzmów, których wiele w języku polskim rozpoczyna się od sekwencji liter *ku*. Stąd niemal standardowo w czatach pisze się np. tak:

wegier: grcze- dawno tak nie zdychałem...
 asiunia: grde- jakas rozkojarzona jestem;-)))
 SzefowaSzkockiej: slyszysz qrwa?
 *dziewczynka***: MAD QRFA CIO JEST ??dziunia:): peja wiesz co warwiajaca z ciebie szmata nie ustawiaj sobie ludzi
 ZieLSko!FuCkUaLL: Qrfffa!

Inne wyrazy zawierające *ku* bywają też często zapisywane w ten charakterystyczny sposób:

wegier: ampel 1,2h czekał na zewnątrz w kolekcje, żeby wejść...
 wegier: ja jeszcze w łózą... i nie chce mi się wstać do sklepu...asiunia: w Parq?
 sister: braciszq....
 _n_e_n_e_k_: oki pasądki za 15 min wracam narazka
 scream: re- już po zagnpach- wino, piwo, chpsy, witamina c- co kto woli:))))
 scream: z tego, co wiem we Wrocq rewelacji też nie było..
 tt: w domu masz ruszt?????? w blog?;-P
 tt:w pewnym wieg..jak mawiał mój profesor...najważniejsze staje się smakowanie i jedzenie;-)
 radish: widze ze qpa ludzi na ogólnym
 słoneczkoo: jeiq nie wiem o co Ci codzi
 Jaco*: masz to jak w banq

Uznaliśmy powyżej, że stosowanie litery *q* wynikać może m.in. z mody na angielszczyznę. Nie chodzi tu tylko o relatywnie częste stosowanie cytatów angielskich, ale też o niezwykle charakterystyczną manierę zapisu niektórych wyrazów polskich. Można to chyba nazwać stylizacją na angielskie zwyczaje ortograficzne. Najczęściej pojawia się zapis głoski *u* zapisywanej za pomocą podwojonego *oo* (jak np. w angielskim wyrazie *look*), np.:

Ona666_chwilowo: loj.... palooski mi sie placza:(:(
 _n_e_n_e_k: Ona zadnych snoow
 Tauruss: szczyloowa:PP
 Lulkha25: ATM inny razem sie oomoowimy
 Elizabetha: nie ma kasy a zapierdalasz jak goopi
 snafka: high a duzo masz pieniazkoof?
 Zombi(NiE)Blondi: LATino toopinij jeszcze noozka
 orac: for all za podtrzymanie na doochoo
 orac: nika spoko wyloozuj
 ZielSko!FuCkUaLL: siema... jestem znoof!!!
 ZombiBlondi: gadam z mashyną i nie zaowazyłam

Jak widać w ostatnim przykładzie, stosowany bywa także zapis *sh* zamiast *sz*. Niekiedy pojawia się również litera *y* w funkcji polskiego *j*, np. *Witay!*

Innowacje fonetyczne

Powyżej przytaczane przykłady zapisów wyrazów niezgodnych z zasadami ortografii polskiej, nie wynikały – jak się zdaje – z innej ich wymowy niż przewiduje norma ogólnopolska. Obecnie omówimy zapisy oddające inną wymowę niż standardowa.

Niektóre z tych innowacji mają swe źródła w wymowie gwarowej. Wydaje się jednak, że zazwyczaj nie oddają one faktycznie gwarowej wymowy danego uczestnika czatu, a tylko są przejawem swego rodzaju stylizacji na gwarę. Najwięcej jest form naśladujących wymowę góralską, np.:

_n_e_n_e_k: Ona no kciałem połobuzowac w stolicy ale sie nie dało
 SIOUKS: piotr 29 ja kce
 pAuLiNkA: ja jak bym chciała to tesh nie musze ale w sumie ja kce tylko szkoda ze do 19
 fRuTeLLa: ale niekce mi sie robic
 dziewczynka***: MAGDZIA TERAZ WSZYSCY BĘDOM KCIELI
 cez25: sexi przecież tyś tu najpiękniejsza
 det: nie śpita jeszcze?
 det: a cym gadocie?
 det: no o cym gadocie ludziska na tym cacie?
 zraniony_Barti: det godamy o syckimzraniony_Barti: i to nicym:
 det: gadocie o łowieckach?
 zraniony_Barti: det o łowieckach tyk co majo różki

Zdarzają się też inne zapożyczenia fonetyczne z gwar:

<~nick_tymczasowy1> slavio ja jezdem z Cz-wy
 ***Marek: Monika, tam zaraz pijanym ? Letko zawianym po prostu
 Marita21: Yo, jest któs I Lublina?

Najczęściej jednak stosowana jest nibygwarowa wymowa wygłosowego *ą* i *ę* jako *om* i *em*, np. *chcem*, *robiem*, *idom* itp.

Tendencję do używania tego typu form wytłumaczyć dość trudno. Wiadomo przecież, że mówienie gwarą (czy choćby tylko językiem ogólnopolskim z pewnymi gwa-

rowymi cechami fonetycznymi) uchodzi w Polsce za przejaw braku wykształcenia, jest wyraźnie negatywnie wartościowane. Jedynym uzasadnieniem tendencji do używania takich form na czatach jest, jak się zdaje, swego rodzaju przekora, a może także moda.

W języku używanym na czatach występują jeszcze inne innowacje fonetyczne. Nie mają już one proveniencji gwarowej. Najbardziej zastanawiająca polega na tym, że w niektórych wyrazach (przeważnie w derywatach rzeczownikowych od czasownika *kochać*) zamiast głoski oznaczanej zazwyczaj przez *ch* pojawia się głoska *f*, np.:

Ona666_chwilowo: anja:PPP w koncu poznałam varjatke koffana:P
 _znowu_zaba: kofanie uciekasz ???????
 prezes1: idę do pracki kofani...)
 Ariadna!: kajus chyba masz koffanka dzis

Wspomnieć wypada jeszcze o zarysowującej się w wypowiedziach niektórych uczestników czatów tendencji do infantyilizowania wymowy, polegającym na zastępowaniu *r* przez *l*, *sz* (*rz*) przez *ś*, *c* przez *ć* itp., np.:

Pyza_wtn: dopła spadam ale teras na selio
 WISŁA_ONA15_NH: sycy sie mnie czepiaja
 SleepWalker: Psieplasiam... ale już mało kojarzę
 *dziewczynka***: MAD CIEMU ???
 seseseses: nio dopse zmykam z gl
 gorszy_model: cio anna
 AnKaRa^_^: agatka cio taka szczeniwa
 Loc_Dogg: ANIU CIU TAM U CIEBIE
 samba28: bestyjka nie dziekuje cioby nie zapeszac

Najczęściej spośród przytoczonych powyżej form pojawiają się *nio* i *cio*.

Innowacje fleksyjne

Polegają one na niezgodnym z obowiązującą normą odmienianiu wyrazów. Innowacje takie występują stosunkowo rzadko. Ograniczają się do kilku typów form. Podobnie jak w wypadku innowacji fonetycznych, niektóre innowacje fleksyjne są wynikiem próby wystylizowania wypowiedzi na gwarę, np.:

jacusi: pogadajta se, kochane ludziska..
 afro_dycia: ale mi sie ładnie krzykto:P

Podłożem innych jest zabawa językiem, polegająca na tworzeniu niepoprawnych form fleksyjnych, niekiedy spotykanych w potocznej polszczyźnie mówionej i z tego powodu nacechowanych nieoficjalnością, a nawet swego rodzaju rubasznością, np.:

*Ela__: oj Jagoda ma złego humora ehhh
 H&H: hi masz problema fartuch
 wesola_Peretka: cze ja co slychować ?
 pablito76: a to co jest pomiedzy wami to mnie nie interesi
 <~gaterman> ZRUSZYŁ MI NERWA KRETYN

*Ela__: sexi bo wszystki sie zaprivowali
 <~Łasiczka> HEJ LUDZIWIE
 <~wesola_jak_zawsze> witajcie człowieki
 łasic#: wlaziaj na priva

Takie zmiany wyrazów mogą mieć na celu uatrakcyjnienie, odświeżenie codziennego standardowego języka. Można by każdy z tych wyrazów uznać za indywidualną propozycję zmian w języku, sprawdzenia, czy forma któregoś wyrazu nie spodoba się i nie zostanie przyjęta i nie zacznie być powielana. Często takie nowatorskie wyrazy mogą stanowić prowokację językową stworzoną w celu zwrócenia na siebie uwagi. Część użytkowników traktuje zapewne takie zmiany jako możliwość bezkarnego odejścia od poprawnych form językowych wymaganych w kontaktach oficjalnych, w szczególności w szkole.

Innowacje leksykalne

Użytkownicy czatów używają wielu niestandardowych wyrazów. Część z nich stworzyli sami, część zapożyczyli z języka angielskiego lub z innych odmian języka polskiego.

a) formy skrócone

Najbardziej charakterystyczne dla języka używanego w czatach są skrócone formy pewnych wyrazów, zazwyczaj tych o bardzo wysokiej frekwencji. Mechanizm tworzenia tych form trudno jednoznacznie zakwalifikować. Nie można go chyba nazwać derywacją wsteczną, ponieważ odcinane części wyrazów zazwyczaj nie stanowią morfemów. Nie są to również typowe skróty charakterystyczne tylko dla języka pisanego, ponieważ większość z nich występuje także w języku mówionym¹³. Nie zawsze można też uznać, że formy te powstały w wyniku uproszczeń fonetycznych. Bardzo interesujące jest to, że od niektórych form skróconych tworzone są następnie derywaty, najczęściej za pomocą różnego rodzaju sufiksów lub sufiksoidów.

Najbardziej znanymi słowami i wyrażeniami, które poddano operacji skracania, są:

- *dzień dobry* skracane do formy *bry*:

cien_roofoosa: bry

Karen: Bry!

Yako_:bry.....

- *cześć* skracane do formy *cze*:

<~Bełcik> Cze wszystkim

tt: cze @//;-)

samotnyPL^^^: cze all

<~DZIKUSKA> CZE WSZYSTKIM PSYCHOLOM!!!!!!!!!!!!

¹³ Nie zawsze można ustalić, czy dana forma pojawiła się najpierw w komunikacji internetowej, czy w języku mówionym. Wątpliwość taka dotyczy m.in. chyba najpopularniejszej dziś formy tego typu – *nara* ‘na razie’.

• *na razie* w funkcji pożegnania skracane do *nara* (od tej podstawy tworzone są z kolei derywaty *narazka*, *narka*, *narx*):

<~Kiki1> Spadam! Nara
 zielin: nara wegier
 <~ewa_03> musze juz konczy nara
 _n_e_n_e_k_: oki pasqdki za 15 min wracam narazka
 <~Drago_X_wkurzony_na_wszystko> NARKA wszystkim
 <~PABLO20> narka wszystkim milego klikania
 tt: ..oki, czas szarpać robótką.....narka
 Savio19: NARX PIT

• *spokojnie* w funkcji impresywnej skracane do *spoko* (od tej podstawy tworzone są derywaty: *spoczko*, *spoksik*, *spoxik*, *spox*):

orac: nika spoko wyloozuj
 MAŁA_Mi_*: loc spoko spoko z tymi mp3
 Sutek_17: spoczko
 MuSzKa_BzZz*: spoczko
 ZaMoTaNa*SDK*nh: SPOKSIK GANDZIA
 !NiKa!: spoxik
 EviLGirL23: zdzichu no spox mam do Ciebie niedaleko

• *jak się masz?* w funkcji pożegnania skracane do *siema*¹⁴ (od tej podstawy pochodzą derywaty *siemano*, *siemanko*, *siemka*, *siemaneczko*, *siemacha*):

ZieLSko!FuCkUaLL: siema... jestem znooof!!!
 Christy_Nikola: Siema
 <~mirra> siema wszystkim jak mija dzien?
 Madusek: siema sfintuch :)
 <~SAM_THC> SIEMANO SAMYCH WESOLYCH RYJCÓW NA WIECZOR ZYCZE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
 <~KITTY> SIEMANKO SA TU JACYŚ FAJNI FACECI ?!
 <~Mała3> siemanko
 <~popolupo> SIEMKA UFOLUDKI
 <~Cezary_Cezary> siemaneczko

• Sporadycznie pojawiają się także inne formy skrócone: *wporzo* (od *w porządku*), *cho* i *oć* (od *chodź*), *trza*¹⁵ (od *trzeba*), *zap* (od *zapraszam*) i *zara* (od *zaraz*):

SeGa_on17: są tu jakieś wporzo dziewczyny
 <~HaN_> Wszystko wporzo
 tigerbabe: apus.. to najlepiej cho do mnie!:PPPP
 Pela_Morela: ej Bolesław a skoro ty jesteś z łodzi to cho na nasz zlot
 kajka_*: dan oć na priv
 _n_e_n_e_k_: eh są tylko trza wiedziec gdzie
 Kalisz_30: CZE SZUKAM KOCHANKI ZAP NA PRIV!!!!
 gienia17: Spadam, nara, wracam zara

¹⁴ Forma ta przejęta została przez użytkowników czatów z polszczyzny potocznej. Swą karierę w polskiej kulturze masowej zawdzięcza Jurkowi Owsiakowi, twórcy Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

¹⁵ Forma ta występuje oczywiście w potocznej polszczyźnie mówionej. Powstała w wyniku daleko idącego uproszczenia fonetycznego.

• Skracane są (zwykle przez wycięcie środkowej części wyrazu) niektóre nazwy miast (m.in.: *Warszawa, Wrocław, Kraków, Kazimierz, Częstochowa, Tarnobrzeg*), a od niektórych form skrótowych tworzone derywaty (niektóre skróty znane są z komunikacji nieinternetowej):

sexitygryśica: marc ja z wawy i twierdzą, że to beznadziejne miasto

!!Kuba26_Wawa: Jest ktos z Wawki?

Brunet_wwa: ale oni sa glownie z wawki ale za to ummieja tanczyc

Apo: asia aaaaaa bo myslalem ze o wrocku—no ale masz racje—w wawie tez bylo:-)))

scream: z tego, co wiem we Wrocu rewelacji tez nie bylo..

Lesnick: Jest ktoś z Wrocka

ice80: jest jakas z kraka

Blondi_na_sec: suonko bylas w kraku?

jOkeR<ksc>: Jest ktos z kazika?

<~nick_tymczasowy1> slawio ja jezdem z Cz-wy

<~PIĘKNA_TBG_13> TBG TBGTBG

<~Magda_S_Tbg_____> TBG:

Do omawianej kategorii można ewentualnie włączyć skrócone formy zaimków zaświadczone w następujących przykładach:

leonn: a se jak kcesz

bziun: będę u siem (u siebie?)

Sporadycznie zdarza się, że wyraz skracany jest przez odcięcie jego początku (przedrostka), a nie zakończenia, np.:

_znouw_zaba: to siem nerwuiom :P

Odnutować również wypada formę *gy gy*, rodzaj skrótowca od nazwy Gadu-Gadu¹⁶:

Kreolka: magdzia dasz gy gy???

b) neologizmy utworzone za pomocą derywacji afiksальной

W czatach pojawia się wiele neologizmów utworzonych za pomocą sufiksów, niekiedy wbrew regułom systemowym. Najwięcej jest formacji o charakterze ekspresywnym, por.:

<~Adam_23> Samarkande pozdrawieńka dla znajomych

<~ptysia> poklika ktosik??

kajka_*: chwilunia

* Fampirek: ja tessz będęm leciał do spanka...paaaaaaa ;))))

nic_ciekawego: wam tez gadulec nie dziala?

<~Kotek_tbg> Ja chcę Clę na gadzie!

Charlotte: magda szlaufiaro wypierdalaj

Apo: ona kurce nie tak predziusko pisz...bo słownik mi tak tego predziusko nie tłumaczy;P w łepetynie:-)

¹⁶ Gadu-Gadu to nazwa popularnego programu, tzw. komunikatora, służącego do porozumiewania się w Internecie.

Elizabetha: charlotte masz odemnie prezent na pocieszke

Misiek_NH_19: Fido dziękooweczka

kajka_*: ja troszku starsza jestem

<~Olimpia_jakas_znudzona> toka a jusssssss mam wszystkiego dosc buuuuuuuu i mi smutniasto dzisiaj

Pojawiają się niesystemowo utworzone zdrobnienia: *pozdrawieńka* to derywat od *pozdrowienia* (*pozdrawiania?*), *ktosik* to „deminutywna” forma zaimka *ktoś*, *chwilunia* – niestandardowe zdrobnienie rzeczownika *chwila*, a *spanko* to zdrobniące *spanie*. *Gadulec* i *gad* to derywaty (pierwszy wyraźnie augmentatywny) od podstawy *Gadu-Gadu*. *Szlaufiara* to zapewne derywat od podstawy *szlauf* ‘szlauch’ o niezbyt przejrzystej strukturze semantycznej, ale najwyraźniej pełniący funkcję wyzwiska. Są też przysłowki, które najogólniej pełnią funkcje ekspresywne, w pewnym stopniu podobne do funkcji zdrobnień i zgrubień: *predziusko* ← *prędko*, *na pocieszke* ← *na pocieszenie*, *troszku* ← *troszkę*, *smutniasto* ← *smutno* (ostatni przykład przypomina pod względem funkcjonalnym formacje augmentatywne). Najdziwniejsza i najtrudniejsza do zaklasyfikowania jest niby-rzeczownikowa forma *dziękooweczka* (= *dziękuweczka*) – derywat od *dziękuję*.

Szczególnie często tworzone są formacje pochodne od różnych wyrazów i wyrażeń pełniących funkcje powitań i pożegnań. Nie może to dziwić, ponieważ akty mowy w czatach pełnią przede wszystkim funkcję fatyczną (uczestnik cały czas „walczy” o to, by jego wypowiedzi były zauważane). Część z tych formacji wymieniliśmy już wcześniej przy okazji omawiania formacji skrótowych. Tu wskażmy na derywaty(?) od wykrzyknika *hej!* (w funkcji powitania), od formy *witam*, od anglicyzmu *hello* oraz od wykrzyknika *pa pa*. Wyraźnie widać tendencję do substantywizacji tego typu wyrażeń za pomocą sufiksów deminutywnych:

ciekwy_niczego_ciekawego: hejka

<~Anitka13> hejo @ll

<~_Cytruska_15> Heja wszystkim!!!!

kate19: witka

<~Kertis_17_Wawa> witka wszystkim

_Pysia_zaspana: witanko

_znowu_zaba: wit india

<~mambo> czwsz¹⁷

yacol: gretta ellołek¹⁸

ilonka: *no to papatki*

Nicka: *justysiu...papaty*

_znowu_zaba: Maluszku :(((papapateczki

sk8_ona_hip-hop: papaški mišku

Pojawiają się też derywaty odczasownikowe, których funkcje są niekiedy trudne do ustalenia, np.:

¹⁷ Najkrótszy skrót powitania „cześć wszystkim”.

¹⁸ Najbardziej zmodyfikowana wersja ze wszystkich, które wystąpiły w każdym materiale.

_Mordeczka: chyba nikt nie jest w stanie mnie zdenerwic
 _znowu_zaba: Barti, nio już siem nie smutaj
 nudna_i_paskudna: *się nie złoszczę, tylko smutam*

Najczęściej jednak i one pełnią funkcję ekspresywną, jak np. *plakusiać* i *plakuniać*
 ← *plakać*:

val*_zMija*: Askja nie plakusiaj
 Misiek_NH_19: KREOLKA NIE PLAKUSIAJ
 RockSch: VIPER NAWET JEJ NIE ZNASH I NIE WIDZIAŁES I JUSH PLAKUNIASH!!!

Poza derywatami o charakterze wyłącznie lub głównie ekspresywnym używane są na czatach także inne neologizmy, np.:

<~Mary> z lodzi w domq mam stalke
 <~wściekły> kto chce zamna poczadzić
 <~Toka_NIRVANA_KURT_COBAIN_____> Hej no zowu wszyscy się krzaczą
 <~Wiolka_Wawa> ARM prosze sie nie krzaczyc
 <~PABLO20> niktura mnie juz nie kocha???

Stalka to uniwerbizacja wyrażenia *stałe łącze* ‘typ połączenia komputera z Internetem’, a *poczadzić* można chyba interpretować jako kontaminację czasownika *po-czatować* i zwrotu *dać czadu*. Neologizmem *stricte* czatowym jest czasownik *krzaczyć* i derywaty od niego – oznacza on, że ktoś kryje się w krzakach, czyli „schował” się na *privie*, co oznacza, że nie jest widoczny na kanale ogólnym czatu.

c) zapożyczenia z języków obcych

Omówione tu zostaną tylko te zapożyczenia, które jeszcze nie weszły do języka ogólnego, a więc takie, które można traktować jako środowiskowe albo po prostu jako cytaty (młodzieżowe lub internetowe). W sieci najpopularniejsze są anglicyzmy, choć germanizmy i rusycyzmy też się zdarzają. Wiele wyrazów angielskich na dobre zadomowiło się w polskim języku potocznym, coraz częściej słyszy się dookoła zamiast „przepraszam” – *sorry*, albo zamiast „dziękuję” – *senks*, *fenks* czy *tenks* (ang. *thanks*). W czatach zapożyczeń jest chyba więcej niż w realnie prowadzonych rozmowach młodych Polaków. Co ciekawe, nie obowiązuje tu zasada pisania wyrazów-cytatów zgodnie z ortografią języka źródłowego. Są one często zapisywane fonetycznie, „spolszczane” na różne sposoby, modyfikowane (także skracane na podobnej zasadzie jak *cze* i *bry*).

Jednymi z popularniejszych wyrazów-cytatów angielskich są wykrzykniki. Uczestnicy czatów bardzo często wyrażają swe emocje za pomocą angielskich wyrazów *wow*, *ups*, *yo*, pisanych albo zgodnie z ortografią angielską, albo w przybliżonym zapisie fonetycznym za pomocą liter polskiego alfabetu:

re_storm: wow
 Beatbox: woow

slonce: tał ale ty wygadany siouks
 misiek_kofany: tał
 opty_mistyczna: ups i poszedlnocnyAdas: ooops zielone wziołem za zabke
 Marita21: Yo, jest ktoś I Lublina?
 fartuch: joł

Zdarza się, że ktoś próbuje taki wyraz zapisać „po angielsku”. Powstają wtedy dość kuriozalne zapisy:

gomess: właśnie .. ooops :))
 SleepWalker: Oups... pomyliłem nicki:P

Ostatnio bardzo popularne (nie tylko na czacie) jest stosowanie angielskojęzycznego wykrzyknika *O.K.*, służącego do wyrażania aprobaty, oraz podstawowych wyrazów służących do sygnalizowania grzeczności wobec rozmówcy, a odpowiadających polskim formom czasownikowym *proszę* – *please*, *dziękuję* – *thanks*, *przepraszam* – *sorry*. Wyrazy te bywają używane w formach oryginalnych, ale najczęściej spotyka się je w różnych formach spolszczonych, por.:

slonce: oki
 złoty_kasztan: oki
 GeNeRaL_eNHa: *AHA* OKA *THX*
 roofoos_w_gipsie: ołkej ja zawisam...
 Bogdan999: hmm ide leczyc kaca , trzymcie za mnie jutro kciuki , pliss , papa misiaczki
 Kinia_wild_honey: zaba przewiń i poczytaj, co??? plizzzzzzzzzzzzzz
 ORGAZMIN: ZMIENICIE TEMAT PLEAZZZZZZZZZZZZZ
 Fampirzasty: fenks wegier ;))
 Geisha: thanx
 Wojtras_18: THNX BOY
 DR: 1111... witam i thx za pozdrowienia
 DeeDe: thx tigerko i wzajemnie:))
 <~spec___> ej sory że pszeszkadzam ale Kasia_17 to.....
 Angel-ona: SORKI LUDZISKA NIE PCHAJCIE MI SIE PRZEZ CHIWLE NA PRIVY BO NIE BEDE MIALA JAK WAM ODPISYWAC
 wegier: oj, sorki:)

Bardzo często uczestnicy czatów wybierają ogólnie znany wyraz angielski zamiast polskiego, bo angielski jest dużo krótszy. Z punktu widzenia piszącego jest to rzeczwi-
 wista oszczędność czasu i energii. Na przykład różne formy długiego polskiego wyra-
 zu *wszyscy*, *wszystko*, zastępowane są angielskim *all* o tym samym znaczeniu, zamiast
 polskiego *wyłączony* pojawia się krótkie angielskie *off*, a zamiast *dłaczego* – *why*.

WŁOCHATYY: witam all
 GAJA: papap all
 <~ir3k> zapraszma all dziewczynki na prv
 orac: for all za podtrzymanie na dcochoo
 Beatbox: 3m cie sie all

Oliwia27*Kraków: marcus - dzisiaj priv off
 asiunia: *no właśnie nie dam - priv off*
 cien_roofoosa: *why?*
 krolowa_potepionych: *i why ja wisze????????????*

Jak już wspomnieliśmy, obcojęzyczne wyrazy wtrącone do wypowiedzi często są zapisywane fonetycznie. Może być to spowodowane nieznaną oryginalnej pisowni, albo swoistą grą lub żartem językowym, albo i jednym, i drugim (piszący nie zna oryginalnej pisowni, więc stosuje na tyle udziwnioną, że nie może być podejrzewany o to, że popełnił błąd)¹⁹:

SIOUKS: scream no i czasem czizburgera:) [ang. *cheeseburger*]
 asiunia: *i baj baj:-)* [ang. *bye bye* 'pa pa']
 Kiniaaaaaaaaaa: hu ar ju?????? [ang. *Who are you?* 'kim jesteś']
 heniek: giv mi łan moment in tajm... [ang. *Give me one moment in time* 'daj mi chwilę' (tytuł piosenki)]
 Traveller: mad klozer and łormer..... [ang. *closer and warmer* 'bliżej i cieplej']
 heniek: aj łil bi friiiiiiii [ang. *I will be free* 'będę wolny' (tytuł piosenki)]
 asiunia: *dopiero ktos z sekiuriti mi pomogl;-)* [ang. *security* 'ochrona, firma ochroniarska']

Jak powiedzieliśmy wyżej, nierzadko uczestnicy czatów posługują się cytatami z innych niż angielski języków obcych, np.:

EviLGirL23: zdzichu szo to [ros. 'co to']
 siurnietykrolik: Evil —> Ja nie znaju [ros. 'nie wiem']
 mad_lichka: tacol pan zdrastwuj [ros. 'dzień dobry'] wery macz;) [ang. 'bardzo dużo']
 EviLGirL23: *no juz adln* [ros. 'jeden']
 herpetolog: aj cwaj draj fije [niem. *ein, zwei, drei, vier* 'jeden, dwa, trzy, cztery']
 SIOUKS: o szajse [niem. *Scheiße* 'gówno'] where aj [ang. *where* 'gdzie ja'] gdzietrafiłem:)
 scream: Ona <wódeczka z cola>:))) silwuple:)) [franc. *s'il vous plaît* 'proszę bardzo']
 aramis-gl: kurcze parda [franc. *pardon* 'przepraszam']
 _n_e_n_e_k: alez mam lagi²⁰ sacreble [franc. *sacre bleu* 'cholera, do diabła']

Ciekawym neologizmem, powtarzającym się w różnych wypowiedziach w czatach, jest wyraz *jesio* – zdeformowane rosyjskie *jeszczo* 'jeszcze':

giza33: poczekaj jesio raz popatrze
 Śliczna_smutna_: Raajsik bo musze odwalic jesioo kawał roboty i to nie z mojego powodu

Pojawiają się też w czatach zapożyczenia z angielskiego, które są włączone do polskiego systemu morfologicznego (fleksyjnego, słowotwórczego), tzn. przyjmują polskie afiksy i odmieniają się zgodnie z regułami polskiej fleksji:

¹⁹ W nawiasie kwadratowym podajemy pisownię oryginalną.

²⁰ W slangu internetowym *mieć lagi* oznacza 'mieć spowolnienia w przesyłaniu danych z sieci'.

ssss117: *sexitygryśica* a ze mna nie privujesz [od ang. *priv* '(kanał) prywatny'; 'rozmawiasz na kanale prywatnym']

*Ela_: *sexi bo wszystkie sie zaprivowali* [jak wyżej; 'przeszli na komunikację na kanałach prywatnych']

kasiek30: jareczku kissałam ale [od ang. *to kiss* 'całować': 'całowałam/em']

heniek: *take dżółki* [ang. *joke* 'żart, dowcip'] *na mieście sprzedają*

opty_mistyczna: *musze sie restartnac* [ang. *restart* 'ponownie uruchomić'], *bo mnie powiesilo tu i owdzie, wracam zaraz, poczekajcie oki?*

asiunia: *monotematycznosc tekstow - zycie nie jest lajtowe* [ang. *light* 'lekki, łatwy']

W czatach używa się także – poza omówionymi powyżej – wielu cytatów z języka angielskiego (i nielicznych z innych języków) zapisanych zgodnie z zasadami ortografii angielskiej. Wszystkie one są wplatanie w polski tekst, wchodząc w związki składniowe z jego składnikami, co sprawia, że i funkcjonują w nim jak współczesne makaronizmy:

Bogdan999: bracie *take* zapiiekanki only w Poznaniu dają :([ang. 'tylko']

BEASTIE_BOY: *psotnick* mam question? *znasz* *znudzoną* *zyciem?* *ona jest* *stąd?* [ang. 'pytanie']

Noona: idzie somebody? [ang. 'ktoś']

munky: ciekawa propozycja, ale wątpię czy się znamy.....bardzo chciałbym pomóc ale dopiero w piątek byłem tu first time [ang. 'pierwszy raz']

munky: ja widzę że całowanie jest w cenie, to całuję WSZYSTKIE DAMY w rączki of course. [ang. 'oczywiście']

całusna_pszczola: toolong na koniu jeździłam [ang. *too long* 'za długo']

justy: w *życiu* newer :P [ang. *never* 'nigdy']

<~ann—24> Szukam kleine [niem. 'mały']

<~Franio_30> ŻYCIE JEST PIOĘKNE ZNALAZŁEM JA O GOTT NIE WIERZĘ [niem. 'Bóg'].

d) Pozostałe innowacje leksykalne

Prócz omówionych powyżej innowacji warto wskazać nieliczne neosemantyzmy²¹ i neofrazeologizmy, które pojawiają się w czatach. Ich powstawanie wiąże się zazwyczaj z techniką prowadzenia „rozmowy”. Przede wszystkim należy zauważyć, że właśnie rzeczownik *rozmowa* i czasownik *rozmawiać* (oraz pochodne) stosowane są na czatach w nowym znaczeniu, z formalnego bowiem punktu widzenia uczestnicy czatu ze sobą nie rozmawiają, ale piszą do siebie. Nikt jednak nie nazywa tej czynności inaczej jak rozmawianiem, por.:

#Anastazja18#: Porozmawiam z jakimś na

Zwykły_Math_20: PRZEPRASZAM, ŻE PRZERYWAM TĄ JAKŻE REWELACYJNĄ ROZMOWĘ POLEGAJĄCĄ NA WKLEJANIU OBRAZKÓW, ALE CZY ZNAJDUJE SIĘ NA CZACIE OSOBA GODNA UWAGI, I Z KTÓRĄ MOŻNA POROZMAWIAĆ?

INEZA"21: CZY JEST KTOS NORMALNY DO ROZMOWY ??????

²¹ Omawiamy tu tylko te neologizmy, które najprawdopodobniej powstały w środowisku użytkowników czatów, a nie w środowisku internautów w ogóle.

Kolejnym przykładem neosemantyzmu jest czasownik klikać (poklikać), który również w swym pierwotnym znaczeniu ‘naciskać przyciski myszy komputerowej’ funkcjonuje w polszczyźnie ogólnej od bardzo niedawna. W tekstach rozmów czatowych czasownik ten oznacza ‘pisać za pomocą klawiatury’, co – biorąc pod uwagę fakt, że jest to jedyny sposób tworzenia tekstu w czacie – sprawia, że staje się on niemal synonimem czasownika *rozmawiać*, por.:

<~kasia13> kasia13* kto poklika bo zaraz mósze iść?

<~WAWRUŚ> HEJ LUDZISKA KTO POKLIKA

<~KRÓLICZEK> KTO YU JESTE TAK MILE I POKLIKA Z KRÓLICZKIEM ??????????????????
??

Zmiana znaczenia tego czasownika dała możliwość zastosowania go w neofrazeologizmach. Pierwszy z nich pełni funkcję pożegnania i jest odpowiednikiem zwrotu *do zobaczenia* w realnej rozmowie, por.:

<~EUROCHIP_II> DO POKLIKANIA WSZYSTKIM

Drugi stanowi ciekawą modyfikację znanego zwrotu *mówi, co mu ślina na język przyniesie*, por. fragment „rozmowy”:

<~Amalkia> O czym klikacie?

<myszablau> o wszystkim i o niczym

<myszablau> co nam palce na klawisze naniosa

Podsumowanie

W artykule przedstawiliśmy najważniejsze, naszym zdaniem, innowacje i tendencje językowe, które dają się zauważyć w prowadzonych po polsku „pisanych rozmowach”. Nie zajmowaliśmy się tym, co w zasadzie zostało już opisane (czasami wielokrotnie), w szczególności pominęliśmy problem stosowania w czatach elementów niejęzykowych, ikonicznych, czyli tzw. buziek czy też śmieszek (ang. *smiles*)²².

Niektóre z zaobserwowanych zjawisk mogą mieć, jak się zdaje, wpływ na polszczyzną ogólną zarówno pisaną (ogólne rozluźnienie zasad, coraz mniejsza odpowiedzialność za słowo, ale przede wszystkim lekceważący stosunek do reguł ortograficznych, a nawet gramatycznych), jak i mówioną. Część ze wskazanych w tekście innowacji można spotkać już poza czatami, i to nie tylko w rozmowach nastolatków i nastolatek. Dzieje się tak dlatego, że wbrew powszechnie panującej opinii w czatach rozmawiają ze sobą nie tylko ludzie bardzo młodzi. Jest to miejsce (?), w którym spotykają się na równych prawach i bez żadnych kompleksów ludzie młodzi i w pełni dojrzały; spotykają, by prowadzić ze sobą konwersację za pomocą języka, który jest dla nich wspólny. Bardzo trudno jest w czacie rozpoznać (na podstawie cech językowych) wiek uczestnika rozmowy, zwłaszcza jeśli jest to stały uczestnik tego typu rozmów.

²² Por. np. J. Jagodzińska, *Uśmiech i śmiech w dyskusjach internetowych – o sposobach zapisu uczuć towarzyszących wypowiedzi*, „Poradnik Językowy” 2000, nr 3.

INGA OLEKSIUK

Creativity on the verge
of artificial intelligence.
Issues related to
copyright regulations

Twórczość
u progu sztucznej
inteligencji.
Zagadnienia
autorskoprawne

KEY WORDS

creativity, copyrights, computer generated works

SŁOWA KLUCZOWE

twórczość, prawa autorskie, dzieła generowane komputerowo

ABSTRACT

Copyright law has been continually re-modified to address the challenges of the information society. The development of computers software, Internet and more recently artificial intelligence systems obligate to reconsider creativity as the core principle of copyright protection.

The author discusses the advancement of the newest technologies that enhance human creativity in the light of copyrights theories and regulations.

STRESZCZENIE

Prawo autorskie ulega stałym zmianom zgodnie z potrzebami społeczeństwa informacyjnego. Rozwój programów komputerowych, Internetu, a ostatnio systemów sztucznej inteligencji, zmusza do refleksji nad istotą twórczości jako podstawowej przesłanki ochrony autorskiej.

Przedmiotem rozważań są możliwości, jakie oferują człowiekowi najnowsze narzędzia działalności twórczej. Perspektywę analizy wyznaczają zasady i normy prawa autorskiego.

Utworem w rozumieniu prawa autorskiego¹ może być zarówno rezultat swobodnej gry skojarzeń, czy nieskrępowanej wyobraźni, jak i efekt czasochłonnej pracy naukowej lub subtelnych operacji intelektualnych. Stwierdzenie, że mamy do czynienia z utworem jest bowiem niezależne od jego obiektywnej wartości². Bez znaczenia pozostają też nakłady finansowe, wykształcenie, czy zdolności podmiotów zaangażowanych w proces powstawania dzieła³. Natomiast przesłanką *sine qua non* ochrony autorskiej jest istnienie pierwiastka twórczego.

Zgodnie ze stanowiskiem utrwalonym w orzecznictwie i literaturze przedmiotu powstanie utworu jest rezultatem inwencji, samodzielności i oryginalności procesu

W artykule przedstawiono wnioski zamykające wstępny etap pracy badawczej prowadzonej przez autorkę w Instytucie Problemów Współczesnej Cywilizacji (UW, PW, AM, SGH). Ze względu na wąskie ramy opracowania, przedstawione rozważania koncentrują się na wybranych aspektach rozwoju sztucznej inteligencji – istotnych z punktu widzenia zagadnień autorskoprawnych.

Natomiast autorka nie przedstawia stanu dyskusji naukowych dot. pojęcia sztucznej inteligencji, w tym celu zob. katalogi publikacji – www.phys.uni.torun.pl/~duch/ai-ml.html (W. Duch, Sztuczna Inteligencja i Uczenie Maszynowe) – www.ai.mit.edu (MIT, The Artificial Intelligence Laboratory). Zob. też W. Marciszewski, *Sztuczna inteligencja*, Kraków 1998.

¹ Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dnia 4 lutego 1994 r., Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83 z późn. zm. (ostatni tekst jednolity Dz.U. 2000, nr 80 poz. 904 z późn. zm. (dalej cyt. zamiennie jako *Ustawa* lub *Pr. Aut.*).

² Art. 1 ust. 1 Ustawy. Por. orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 30.05. 1972 r.: *Z ochrony prawa autorskiego korzysta każdy [...] wytwór indywidualnej myśli człowieka niezależnie od wartości, jaką obiektywnie reprezentuje* (II CR 135/72).

³ Por. orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 10.02. 1970 r.: *Nie ma charakteru twórczego działalność organizacyjno-techniczna polegająca na realizacji określonego programu wydawniczego według przyjętych zasad wydawania dzieł*. (II CR 606/69), „Orzecznictwo Sądów Polskich i Komisji Arbitrażowych” 1972, nr 2, poz. 30, oraz orzeczenie tego Sądu z 19.07.1972 r.: *Współtwórczość – w rozumieniu prawa autorskiego – nie zachodzi, gdy współpraca określonej osoby nie miała charakteru twórczego, lecz pomocniczy, chociażby umiejętność wykonywania czynności pomocniczych wymagała wysokiego stopnia wiedzy fachowej, zręczności i inicjatywy osobistej* (II CR 557/71) „Orzecznictwo Sądu Najwyższego” (dalej OSN) 1973, nr 4, poz. 67.

twórczego⁴. Ustawodawca nie wymaga, by przedmiot praw autorskich był rezultatem świadomej działalności zmierzającej do powstania dzieła. Neutralne znaczenie mają: złożoność dzieła, jego nowatorstwo lub funkcjonalność⁵. Ponadto, ochroną autorskoprawną mogą być objęte zarówno dzieła w skończonej formie, jak i ich szkice, modele czy projekty⁶.

Nasylenie społeczeństwa złożonymi technologiami produkcji zrodziło jednak pewne wątpliwości co do subiektywnie rozumianej koncepcji autorstwa. Z jednej strony podkreśla się, że zindywidualizowana ochrona wartości intelektualnych i estetycznych ujętych w dziele wyraża istotę tradycyjnie rozumianej postaci kreatora. Z drugiej strony zwolennicy zmian zwracają uwagę, że między możliwościami wynikającymi ze stosowania technik komputerowych w procesach twórczych a rozumieniem autorstwa jako wyrazu osobistego piętna kreatora rodzi się trudna do pogodzenia dysharmonia. Jej skutkiem jest uciążliwa dla adresatów regulacji autorskich niepewność co do zakresu przysługującym im praw i ciężących na nich obowiązków. Pierwotnie dotyczyło to producentów złożonych i wysokonakładowych produkcji teatralnych, telewizyjnych czy filmowych, następnie w związku z rozwojem nowych techniki komputerowych, w tym Internetu, producentów tzw. *software* i produktów multimedialnych. Kolejnym elementem, który zdynamizował dyskusję wokół przesłanek ochrony autorskiej, są wyniki transdyscyplinarnych projektów badawczych łączących osiągnięcia z zakresu fizyki, informatyki, biologii czy medycyny. Przejście z poziomu badań podstawowych do badań stosowanych oraz komercyjnego rozpowszechniania programów wykorzystujących możliwości sieci neuronalnych i innych technik *sztucznej inteligencji*⁷ zmusza do refleksji nad istotą działalności twórczej jako podstawowej przesłanki ochrony autorskoprawnej. Jednocześnie motywuje do włączenia się do dyskusji nad obowiązującymi rozwiązaniami. Symbolicznym wyrazem wskazanego problemu są kontrowersje dotyczące regulacji artefaktów komputerowych (dzieł generowanych komputerowo)⁸.

⁴ Zob. orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 5.03.1970 r.: *praca twórcza powinna przejawiać się w inwencji twórczej, samodzielności i oryginalności opracowania* (II CR 686/70, OSN 1971, nr 12, poz. 213). Por. głosę M. Późniak-Niedzielskiej, „Państwo i Prawo” 1972, nr 7, s. 132 i n. Zob. wcześniejsze i późniejsze orzeczenia Sądu Najwyższego. Przedmiotem prawa autorskiego jest: *wszelkie dzieło [...] będące wpływem indywidualnej twórczości* (1 K 1092/32), *utwór (...), który nosi cechy osobistej twórczości* (10.05.1976 – IV CR 127/76); OSN 1997, nr 4, poz. 69; *wytwór indywidualnej myśli człowieka, którą charakteryzuje twórcza inwencja, samodzielność i oryginalność postaci wytworzonego dzieła* (2002.03.05 – OSN KW 2002/9-10/82).

⁵ *Pod ochroną prawa znajduje się każde dzieło o cechach osobistej twórczości, także wtedy, gdy stworzone je dla celów praktycznych* (Sąd Najwyższy, 31.03.1953, *supra*).

⁶ *Art.1 Ustawy*. Por. orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 12.06.1978 r.: *Przedmiotem ochrony autorskiej mogą być projekty dokumentacji technicznej: plany, zarysy, szkice, rysunki [...]* (I PRN 47/78).

⁷ B.Buchanan, S. Uthurusamy *The Innovative Applications of Artificial Intelligence Conference* „AI Magazine” 20 (1999), s. 11 i n.

⁸ Na potrzeby niniejszego pracy przyjęto, że pojęcia *utwór* i *dzieło* nie są tożsame. Tylko pierwsze z nich jest używane zgodnie z definicją prawną ustanowioną przez polskiego ustawodawcę (*art.1 Pr. Aut.*).

Wysuwane w tym zakresie propozycje objęcia dzieł wygenerowanych przez komputery ochroną prawną znalazły już swój wyraz w nowelizacjach *Copyright, Designs and Patents Act* w Wielkiej Brytanii (1988)⁹ i *Copyright and Related Rights Act* w Irlandii (2000)¹⁰. Niemniej ustanowienie tych aktów zrodziło wśród członków WIPO¹¹ rozbieżności dotyczące przesłanek ochrony autorskiej¹². Przedmiotem kontrowersji są zarówno zasady nowych regulacji, jak i sama **definicja** dzieł generowanych przez komputery. Dlatego za podstawowy warunek usunięcia dysharmonii między praktyką a prawem należałoby uznać sformułowanie definicji odpowiadających pryncypiom prawa autorskiego. Odpowiednio, celem niniejszego artykułu jest usystematyzowanie rozważań dotyczących tzw. twórczości komputerowej, ze szczególnym uwzględnieniem pojęcia dzieł generowanych komputerowo. Analiza krytyczna formułowanych w tym zakresie koncepcji będzie oparta na dwóch założeniach: społecznej potrzebie uwzględniania zmian wynikających z postępu technicznego¹³ oraz konieczności zachowania twórczości jako podstawowego motywu ochrony autorskiej.

Twórczość wiąże się z wychodzeniem poza granice tego, co człowiekowi znane i wkraczaniem na obce mu tereny - nieznanne i nieprzewidywalne, podobnie jak wszystkie konsekwencje kreatywnego działania.

Rozwój nowych technik komputerowych, w tym Internetu poszerza możliwości twórczego działania na każdym etapie procesów kreacyjnych:

- źródeł inspiracji – dostęp do szerokiego katalogu dzieł współczesnych i cyfrowego zapisu dzieł należących do dziedzictwa kultury światowej,
- środków wyrazu – rozwój multimedialnych i (inter)aktywnych form ekspresji twórczej,
- rozpowszechniania wypowiedzi twórczych – poszerzenie potencjalnego kręgu odbiorców, zindywidualizowanie ich potrzeb, (inter)aktywne uczestnictwo odbiorcy w percepcji dzieła,
- otwartego dialogu środowisk – możliwość komunikowania się/współpracy twórczych twórców o zbliżonych zainteresowaniach, lecz o różnych doświadczeniach (pozytywne efekty zderzenia kultur).

⁹ *Copyright, Designs and Patents Act*, 1988, ch. 48, §§ 9(3), 178 (ustawa dalej cyt. jako *CDPA*).

¹⁰ *Copyright and Related Rights Act*, No. 28, 2000 §§ 2, 21, 30 (ustawa dalej cyt. jako *CRRRA*).

¹¹ Skrót od ang. *World Intellectual Property Organization* – Międzynarodowa Organizacja Ochrony Własności Intelektualnej.

¹² WIPO Memorandum prepared in 1990 by the Committee of Experts on Model Provisions for Legislation in the Field of Copyright. W: *Worldwide Symposium on the Intellectual Property Aspects of Artificial Intelligence*, held at Stanford University, Stanford, Ca March 25–27, 1991 (WIPO Publication No. 698(E), 55 (1991).

Por. też internetową bazę danych WIPO – <http://www.wipo.org> (publikacja ciągła); A.R. Miller, *Computers and authorship: the copyright ability of computer-generated works*. W: *Worldwide Symposium...*; tenże, *Copyright Protection for Computer Programs, Databases, and Computer-Generated Works: Is Anything New Since CONTU?*, „Harvard Law Review” Vol. 106 (1993), s. 977 i n., 1045 i n.; D. Glasser, *Copyrights in Computer-Generated Works: Whom, if Anyone, Do We Reward?*, „Duke Law & Technology Review” 0024 (2001).

¹³ Zbadanie realnych w tym zakresie możliwości powinno stać się podstawą odrzucenia koncepcji prowadzących do budowania niejasnych lub nieprzydatnych definicji. Takie studia powinny mieć charakter interdyscyplinarny.

Wraz z informatyzacją społeczeństwa zastosowanie technik komputerowych w toku procesów kreatywnych wykazuje tendencje do coraz większego zróżnicowania. Dotyczy to zarówno celu, jak i sposobu ich wykorzystania. Wyraźnym dowodem złożoności tego zjawiska są zmiany zachodzące w sferze słowotwórstwa¹⁴. Z jednej strony mnożą się neologizmy, z drugiej zaś pojęcia definiujące sposoby wykorzystania komputerów w toku działań twórczych stają się coraz powszechniejsze. W kontekście prowadzonego wywo-
du na uwagę zasługują te spośród wyrażen przyjętych przez środowiska (zawody) twór-
cze, które znajdują swój wyraz w dokumentach prawnych i literaturze przedmiotu¹⁵.

W związku z tym, proponuję rozróżnić następujące pojęcia:

- dzieła wspomagane komputerowo – computer aided work/computer assisted work/creation¹⁶

- dzieła generowane-komputerowo – computer generated work/creation¹⁷, com-
puter produced work¹⁸.

W przypadku dzieł, których tworzenie jest **wspomagane komputerowo** sprzęt i związane z nim oprogramowanie pełnią wyłącznie funkcje instrumentalne. Jakkol-
wiek olbrzymi potencjał komunikacyjny i informacyjny komputerów może znacznie
ułatwić pracę nad utworem, to w żaden sposób nie determinuje on istoty działań
twórczych. Za przykład może w tym miejscu służyć reportaż prasowy – utwór napisa-
ny przez dziennikarza przy wykorzystaniu komunikacji internetowej między autorem
a bohaterami artykułu. Mimo że użycie sieci informatycznych odgrywa ważną rolę
w pracy dziennikarskiej (ogranicza przeszkody temporalne, terytorialne), bezspornym
pozostaje fakt, że koncepcja i realizacja dzieła stanowią wynik intelektualnego
wysiłku człowieka (reportera). Analogicznie, korzystanie przez malarza ze sztalugi
nie stanowi elementu przesądzającego o istnieniu utworu plastycznego.

W ramach omawianej kategorii można też wskazać dzieła, których stworzenie by-
łoby niemożliwe bez wykorzystania komputerów (np. cyfrowa prezentacja multime-
dialna). Podobną rolę spełnia w swoim zakresie fortepian czy kamera filmowa. Zna-
czenie tych instrumentów w procesie kreatywnym nie wykracza jednak poza wskaza-
ną w nazwie funkcję asystowania człowiekowi – wspomaganie jego działań twórczych.

¹⁴ W szczególności terminologia anglo-amerykańska podlega w tej materii znacznemu rozwojowi. np.: *Computer Aided Design (CAD) – Projektowanie wspomagane komputerowo*, czy *Computer Aided Engineering – Modelowanie wspomagane komputerowo* oraz relatywnie nowsze pojęcia np. *computer-related technology* – określa powiązanie możliwości stworzonych przez systemy informatyczne i inne dziedziny nauki, zwłaszcza biologię i medycynę.

¹⁵ Dotyczy to również przedstawicieli zawodów humanistycznych lub społecznych, np. dziennikarzy, historyków-archiwistów oraz artystów muzyków czy grafików. Zob. R. Reddick, E. King, *Online Journalist*. Forth Worth 1997; *The Internet Handbook for Writers, Researchers and Journalists*, Aut.: M. McGuive et al., Toronto, 1998, s. 127 i n.

¹⁶ Tamże. Por. *Copyright in Multimedia Learning Products*. Ed. by P. Kallehave, Aarhus 1995; D. Kot, *Ochrona i eksploatacja utworu multimedialnego w krajowym i międzynarodowym prawie autorskim*, „Zesz. Nauk. UJ. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej” Z. 78 (2001); W. Machała, *Sampling*, „Monitor Prawniczy” 1999, nr 10.

¹⁷ *CDPA*, 1988, ch. 48, §§ 9(3), 178 (Wielka Brytania), *CRR*, No. 28, 2000, §§ 2, 21, 30 (Irlandia).

¹⁸ *WIPO Committee of Experts on Model Provisions for Legislation in the Field of Copyright – Draft Model Law on Copyright* (WIPO doc. no. CE/MPC/III/2 z dnia 30.03.1990, pkt. 122).

Nawet fakt rozszerzenia zdolności przetwarzania danych i możliwości komunikacyjnych, a przez to podejmowania przedsięwzięć o nieznanym dotąd zakresie i formie, nie powinno zacierać istoty pełnionej przez nie roli narzędzia w ludzkich rękach¹⁹.

Zgodnie z prowadzonym wyżej wywodem, techniki komputerowe mogą ułatwiać, czy nawet wyręczyć człowieka w wyrażeniu jego kreacji. Niemniej, rozwój tzw. twórczości komputerowej nie powinien rodzić jakościowo nowych problemów w zakresie prawa autorskiego. Jeśli wkład w powstanie utworu ma osobisty, samodzielny, oryginalny charakter – jest to wkład twórczy i zasługuje na ochronę autorskoprawną.

Problem może rodzić się wówczas, gdy ludzie stosują techniki komputerowe, które tak znacznie ograniczają potrzebę udziału człowieka w procesie kreatywnym, że wskazanie wkładu twórczego konkretnej osoby przestaje być możliwe.

Priorytetem prowadzonych aktualnie prac naukowo-badawczych jest rozwój systemów-hybrid programowych, które dysponują nie tylko dużą mocą obliczeniową, ale przede wszystkim jakościowo nową strukturą przetwarzania informacji²⁰. Chodzi tu przede wszystkim o programy *samoszkonalące się*, których funkcjonowanie umożliwia podejmowanie działań skierowanych ku przyszłości²¹.

Programy *samoszkonalące się*²² coraz częściej stają się integralnym elementem aplikacji komputerowych, które mają profesjonalne i komercyjne przeznaczenie, w tym: medyczne, ekonomiczne, obronne, przemysłowe, meteorologiczne, edukacyjne, lingwistyczne, artystyczne²³. Mechanizm omawianych prac sprowadza się (w dużym skrócie) do tego, że człowiek wprowadza do systemu wybrane dane wejściowe, przykłady zadań i poprawnych rozwiązań oraz informacje dotyczące wybranego problemu. Na tej podstawie system generuje zarówno metodę przetwarzania informacji (*analizy*), jak i końcowe rozwiązanie. Podstawową rolę odgrywa proces eliminacji błędnych odpowiedzi (*uczenia się na błędach*), który jest z kolei związany z klasyfikacją danych (*rozpozna-*

¹⁹ Podobnie jak udział osoby pomagającej twórcy. Zob. stanowisko Sądu Najwyższego: *Współtwórczość w rozumieniu prawa autorskiego nie zachodzi, gdy udział określonego podmiotu w procesie powstawania dzieła nie ma charakteru twórczego, lecz pomocniczy, chociażby umiejętność wykonywania czynności pomocniczych wymagała wysokiego stopnia wiedzy fachowej, zręczności i inicjatywy osobistej*. SN, 19.07.1972 (II CR 557/71).

²⁰ Zob. priorytety polityki naukowej Unii Europejskiej ujęte w VI Programie Ramowym – www.kpk.gov.pl. Por. m.in. *Institute of Advanced Telecommunications Research, Kioto/Japan* – www.atr.co.jp, *Massachusetts Institute of Technology, Instytut sztucznej inteligencji*, <http://www.ai.mit.edu>.

²¹ Zob. możliwości, jakie stwarza zastosowanie sieci neuronowych – (Polskie Towarzystwo Sieci Neuronowych PTSN – <http://ptsn.pcz.czest.pl>), oraz inne techniki sztucznej inteligencji i optymalizacji, np. algorytmy genetyczne, grafy i algorytmy grafowe czy geometria fraktalna. Ostatnia z wymienionych pozwala modelować obiekty oraz zjawiska występujące w przyrodzie, co znajduje coraz więcej praktycznych zastosowań.

²² Zob. P. Cichosz, *Systemy uczące się w sztucznej inteligencji*, „Kognitywistyka i Media w Edukacji”, 2000, nr 1, s. 99 i n. Zob. bazę danych dot. programów samouczących się – www.aic.nrl.navy.mil/~aha/research/machine-learning.html#software. W tym kontekście wymienia się przede wszystkim sieci neuronowe, pseudoneuronowe. Zob. m.in. IEEE Neural Network Council – www.ieee.org/nnc, PTSN – ptsn.pcz.czest.pl.

²³ Zob. m.in. *1st. Eumetsat Workshop on Legal Protection of Meteorological Satellite Data* – www.eumetsat.de/en/area2/proceedings/pdf/eump05cont.pdf; L. Candy, E.A. Edmonds, *Interaction in Art and Technology*, „Crossings: Electronic Journal of Art and Technology” Vol. 2 (2002), Iss. 1 – <http://crossings.tcd.ie/>. Zob. też prace zespołu badawczego Sony – www.csl.sony.fr/Research/index.html, Laboratoria

wania, porównywania, kojarzenia). W rezultacie zostaje osiągnięty taki zasób informacji (*umiejętności*), który umożliwia uzyskanie końcowego rozwiązania²⁴.

W kontekście prowadzonego wywodu najważniejszy jest fakt, że człowiek wykorzystuje w toku procesów twórczych programy komputerowe, których możliwości gromadzenia i operowania informacją są porównywalne z wiedzą i umiejętnościami specjalisty z danej materii np. naukowca-meteorologa²⁵ czy artysty-plastyka. W związku z intensywnym rozwojem tych systemów rodzi się pytanie, jak w świetle przesłanek ochrony autorskoprawnej określić efekty ich funkcjonowania?

Koncepcja I – prekursorska

Zgodnie z przedstawianym w tym miejscu ujęciem, człowiek nie musi uczestniczyć w powstawaniu dzieła, ponieważ zostaje zastąpiony przez urządzenie zdolne do przeprowadzania odpowiednich procesów kreacyjnych, w tym wyrażania cechujących się oryginalnością koncepcji. Odpowiednio, dzieło wygenerowane przez komputer to utwór, który wyróżnia się wkładem twórczym zasługującym na ochronę prawną. Poziom rozwoju współczesnej nauki skłania do stwierdzenia, że norma prawna, której hipoteza zawierałaby powyższą definicję byłaby w polskim ustawodawstwie normą pustą.

Odmienne kształtuje się ochrona prawna w systemie *copyright*²⁶. I tak, w ustawach *copyrightowych* zasada prawdziwości autorstwa nie jest przestrzegana w sposób rygorystyczny. Dlatego autorem może być podmiot dowolnie wskazany przez pracodawcę, na przykład osoba, która zamawia u twórcy wykonanie określonego dzieła²⁷. Takie podejście stwarza szersze możliwości uznania dzieł generowanych komputerowo za utwór – przedmiot ochrony *copyright*. Wskazuje na to nowelizacja brytyjskiej *Copyright, Designs and Patents Act* z 1988 r.²⁸ czy irlandzkiej *Copyright*

Bella, i prace się nad syntezą mowy – www.bell-labs.com/project/tts; K. Przybyszewski, *Od wspomaganie komputerowego procesu nauczania do wirtualnego nauczania interaktywnego*, „Innowacje w Edukacji Akademickiej” 2002, nr 1, s. 95–103. Por. uwagi do przypisów 24 i 25.

²⁴ Zob. m.in. zasady działania systemu *Profit*, które jest oprogramowaniem komercyjnym – www.biocompsystems.com/pages/BioCompProfit.htm. Głównym zadaniem tego systemu jest prognozowanie rozwoju sytuacji na rynku finansowym oraz sugerowanie odpowiednich decyzji (ang. *buy, sell, hold*). Danymi wejściowymi sieci są informacje o aktualnym stanie rynku np. notowania giełdowe.

²⁵ *Ist. Eumetsat Workshop on Legal Protection...*

²⁶ P. Samuelson, *Allocating ownership rights in computer-generated works*, „University of Pittsburgh Law Review” Vol. 47 (1986), s. 1131 i n., J.A. Sterling, *Subsistence, ownership and infringement of copyright in computer stored and computer-generated works*. W: *Ist. Eumetsat Workshop on Legal Protection*.

²⁷ Zob. np. art. 101 *Copyright Act*, USA (1976), tekst jednolity z 1994 r., Pub. L. No. 94–533 (skodyfikowany w 17 U.S.C.) z późn. zm.: *A ‘work made for hire’ is – (1) a work prepared by an employee within the scope of his or her employment; or (2) a work specially ordered or commissioned for use as a contribution to a collective work [...] if the parties expressly agree in a written instrument signed by them that the work shall be considered a work made for hire.*

²⁸ Zgodnie z nowelizacją *CDPA* §§ 9(3) prawa autorskie zostały przyznane osobie, „która podjęła działania niezbędne dla stworzenia dzieła” (*the person by whom the arrangements necessary for the creation of the work are undertaken*).

and Related Right Act z 2000 r.²⁹ Definicje stojące u podstaw tych regulacji mają dwuelementową strukturę³⁰. Warunek o pozytywnym charakterze wyznacza konieczność zastosowania techniki komputerowej w toku procesów twórczych. Natomiast elementem negatywnym (o przesądzającym znaczeniu) jest brak przesłanek umożliwiających wskazanie osoby fizycznej (jednostki/człowieka), która byłaby autorem dzieła.

W świetle zasad obowiązującej w Polsce *Ustawy* definicję opartą na omawianej w tym miejscu koncepcji należałoby uznać za kontrowersyjną. Alternatywnie można twierdzić, że byłoby to rozwiązanie o prekursorskim charakterze, które znajdzie swoje zastosowanie wraz z wytworzeniem techniki tzw. sztucznej inteligencji, której poziom rozwoju będzie uzasadniał utożsamienie twórczości z nową kategorią produkcji. Niemniej, jeśli zaistnieje realna konieczność uregulowania statusu takich systemów technicznych i tworzonych przez nie dzieł, wydaje się oczywiste, że prawodawca, motywowany rewolucyjnością zagadnienia, zdecyduje się wprowadzić regulację o kompleksowym charakterze i nowej terminologii. Przede wszystkim będzie musiał ustosunkować się do kwestii zdolności prawnej i zdolności do czynności prawnej takich systemów.

Koncepcja II – społeczna

Omawiana w tym miejscu koncepcja artefaktów komputerowych odwołuje się do instytucji współautorstwa, dzieła zbiorowego i innych konstrukcji prawnych regulujących pracę kolektywną. W tym kontekście na uwagę zasługuje propozycja przyjęta w modelowych rozwiązaniach prawa autorskiego WIPO³¹ oraz argumentacje towarzyszące pracom nad tym zagadnieniem³². Wyrazem uzgodnionego w jej ramach stanowiska jest przyjęcie przez projektodawców wyrażenia o neutralnym charakterze, tj. *computer produced work* – dzieł wytwarzanych (produkowanych) komputerowo.

Wykorzystanie pracy komputerów w procesie powstania dzieła jest integralnym elementem przedstawianej koncepcji. Niemniej przesłanką o podstawowym znaczeniu jest brak możliwości zrekonstruowania procesu kreacyjnego i wskazania autorów. Przyczyną może być na przykład wielość i różnorodność wkładów, ich nieodwracalne

²⁹ W rozumieniu § 21 *CRRA* autorem jest twórca dzieła, w tym osoba, która podejmuje działania niezbędne dla stworzenia dzieła wygenerowanego przez komputer: „*author*” means the person who creates a work and includes: (f) in the case of a work which is computer-generated, the person by whom the arrangements necessary for the creation of the work are undertaken.

³⁰ Zgodnie z §178 *CDPA* the work is generated by computer in circumstances such that there is no human author of the work; Zgodnie z § 2 ust.1 *CRRA* „computer-generated”, in relation to a work, means that the work is generated by computer in circumstances where the author of the work is not an individual.

³¹ WIPO: Committee of Experts on Model Provisions for Legislation in the Field of Copyright – *Draft Model Law on Copyright: A computer produced work is a work that is produced by means of computers where the identification of the various creative contributions and the authors thereof is impossible (because of the number or the indirect nature of these contributions) because the contributions of the authors are merged in the totality of the work.* Por. H.C. Jehoram *Hybrids on the Borderline between Copyright and Industrial Property Law*, „*Intellectual Property Journal*” Vol. 2 (1991), No 4, s. 200 i n.

³² *Worldwide Symposium on the Intellectual Property..*

lub nie dające się odtworzyć zespolenie, pośredniość działań prowadzących do powstania dzieła, czy inne możliwe do wyobrażenia przeszkody.

U podstaw omawianej koncepcji stoi założenie, że aktualny poziom nauki i techniki pozwala regulować tylko takie sytuacje, w których całokształt procesów twórczych (prowadzonych przez płynne w składzie zespoły specjalistów wykorzystujących złożone techniki komputerowe) uniemożliwia zidentyfikowanie autorów dzieła. Wskazane uwarunkowania ograniczają się do przeszkód natury społecznej. Jest to ujęcie bliższe pojęciu dzieła zbiorowego, niż kwestii dzieł generowanych komputerowo. W rezultacie tak zawężone podejście do tematu nie podejmuje istoty rodzących się problemów i wątpliwości.

W świetle przedstawionych wyżej koncepcji stwierdzenie, że prawa autorskie do artefaktu komputerowego są związane z systemem technicznym, który je wygenerował, wydaje się nieuzasadnione. Natomiast problem, czy konkretny człowiek może być podmiotem tych praw wymaga dokładniejszego rozważania.

Dwa podmioty omawianych procesów kreacyjnych mogłyby zostać uznane za twórcę/ów dzieł generowanych komputerowo. Są to: programista macierzystych technologii oraz ich użytkownik³³. Jednak w przypadku artefaktów komputerowych obojgu można zarzucić brak twórczego wkładu w powstanie dzieła:

1. Programiście, ponieważ nie spełnia wymogów uwarunkowanych przewidywalnością i bezpośredniością procesu tworzenia,

2. Użytkownikowi, ponieważ obsługa maszyn/programu generującego dzieło jest w rozumieniu prawa „dobrym wykonawstwem”³⁴.

Ad 1. Analiza formułowanych w tym zakresie koncepcji pozwala stwierdzić, że ważnym kryterium wyróżniającym omawianą kategorię twórczości jest stopień „niezależności” dzieła powstałego w wyniku funkcjonowania systemu od antycypowanych efektów jego zastosowania, tzn. możliwości, jakie przewidywał w tym zakresie twórca macierzystej technologii. Tak formułowane kryterium ma subiektywny charakter. Komputerowo generowane dzieła można też definiować na podstawie obiektywnie określanego stopnia bezpośredniości działań człowieka w stosunku do noszących znamiona twórczości efektów prac wytworzonych przez komputery. W sumie, oba kryteria wydają się cenne w ostatecznym ustaleniu treści badanego pojęcia.

Po pierwsze, przyznanie statusu twórcy osobie, która nie antycypuje powstania określonego dzieła, wydaje się nieuzasadnione. Odpowiednio stwierdzenie, że artefakt komputerowy jest przejawem działalności twórczej autora programu w sytuacji, gdy nie przewiduje on możliwości jego istnienia ani przed, ani nawet po jego wyge-

³³ Dla jasności wyводу zostało przyjęte, że programistą jest twórca macierzystego programu, a osoba korzystająca z nich jest użytkownikiem. Niemniej warto zauważyć, że w konkretnych przypadkach złożoność omawianych programów może wymagać umiejętności programowania również od ich użytkowników.

³⁴ Zob. w orzecznictwie [...] zasadniczą przesłankę powstania praw autorskich, a mianowicie istnienie pierwiastka twórczego, [...] nie można utożsamiać z samym tylko wykonawstwem, choćby perfekcyjnym, doskonałym. Sąd Apelacyjny, Warszawa 1993 (I ACz. 913/93).

nerowaniu przez komputery, powinno wzbudzać wątpliwości. Tym bardziej warto zauważyć, że zastosowanie omawianych systemów, na przykład aplikacji generujących mapy pogody³⁵, powoduje, że ich autorzy nie muszą wiedzieć, kiedy i ile takich artefaktów powstaje. Po drugie, związek między działalnością twórczą, której przejawem jest istnienie programu komputerowego a powstaniem dzieł (generowanych przez ten program), ma charakter pośredni. Brak ciągłości procesu kreacyjnego, w tym potencjalność działań użytkownika (na które programista nie ma wpływu), powinny wykluczać możliwość uznania autora programu za twórcę komputerowego artefaktu.

Ad 2. Uznanie podziału na twórczość komputerową oraz artefakty komputerowe powinno być pomocne w wyłączeniu z zakresu prowadzonych rozważań dzieł, które powstają w wyniku twórczego zastosowania technologii komputerowych przez ich użytkowników. W przypadku prac generowanych komputerowo działania podejmowane przez podmioty korzystające z takich programów ogranicza się do dokonywania odpowiednich czynności, odpowiedniej sekwencji działań. *Wykonawstwo* zgodnie ze stanowiskiem wyrażanym w orzecznictwie³⁶, wyklucza możliwość określenia takiego wkładu pracy jako „przejawu działalności twórczej” w rozumieniu prawa autorskiego.

W odniesieniu do wykresów Mandelbrota proponuję odwołać się do następującej analogii: wybór określonego płatka śniegu z wielu milionów spadających z nieba nie jest wystarczającym powodem uznania podmiotu, który go wybrał, za twórcę dzieła ujętego w formie tego płatka (tj. dzieła, którego ten płatek byłby nośnikiem).

Z perspektywy autorskoprawnej podstawowe znaczenia mają następujące cechy:

1. Dzieło powstaje w wyniku złożonego procesu, który wymaga kreatywności, zaangażowana intelektualnego, a także znacznego wkładu finansowego (ostatni czynnik ma pośrednią rolę);

2. Udział konkretnych osób w procesie tworzenia komputerowego artefaktu jest na tyle znikomy lub pośredni, że w świetle norm prawa autorskiego żaden człowiek nie może być uznany za jego twórcę. Przyczyną, dla której nie można ustalić wymaganego dla ochrony autorskiej wkładu człowieka są funkcje, jakie w procesie powstawania artefaktu wykonują komputery.

Wnioski

Ze względu na funkcje środków technicznych w procesie kreacyjnym należy przeprowadzić rozróżnienie formalne i merytoryczne tzw. twórczości komputerowej (dzieł wspomaganych komputerowo) i dzieł wygenerowanych komputerowo. Odpowiednio, w pierwszym przypadku mamy do czynienia z utworem, który jest przejawem działań twórczych konkretnej/ych osoby/osób. W kontekście prowadzonego wywodu fakt, że twórca/y korzystali z nowych technik komputerowych nie nasuwa szczególnych problemów ani definicyjnych, ani merytorycznych. Wątpliwości rodzą się natomiast wówczas, gdy ludzie stosują techniki komputerowe, które tak znacznie ogra-

³⁵ *1st Eumetsat Workshop on Legal Protection...*

³⁶ Zob. orzeczenie cytowane w przyp. 35. Por. orzeczenia cytowane w przypisie 12.

niczają potrzebę udziału człowieka w procesie kreacyjnym, że wskazanie wkładu twórczego konkretnej/y osoby/osób przestaje być możliwe.

Wnioski *de lege lata*. Jakkolwiek całokształt procesów kreacyjnych prowadzących do wygenerowania dzieła komputerowego jest z zasady złożony i wymaga kreatywności to artefakty komputerowe nie mogą być uznane za przedmiot ochrony autorskiej, ponieważ udział ludzi w procesie kreacyjnym jest tak znikomy lub pośredni, że w świetle obowiązującej *Ustawy* nie można wskazać osoby, która byłaby twórcą komputerowego artefaktu. Można zatem stwierdzić, że podstawowy problem badawczy rodzi się na tle depersonalizacji procesu kreacyjnego. Skoro istotą dzieł generowanych komputerowo jest brak przejawu działalności twórczej o indywidualnym charakterze to należałoby postulować, by pojęcie tzw. *twórczości komputerowej* było stosowane w odniesieniu do artefaktów komputerowych wyjątkowo ostrożnie.

Wnioski *de lege ferenda*. W świetle różnic między systemem *copyright* a europejskim systemem praw autorskich należy zauważyć, że rozwój nowych technik komputerowych nie powinien prowadzić do zmian przewartościujących istotę autorstwa. Zgodnie ze stanowiskiem utrwalonym w polskim orzecznictwie i w literaturze autorstwo należy rozumieć jako wyraz osobistego piętna twórcy. Bez znaczenia jest wysiłek, nakłady finansowe, wykształcenie, możliwości techniczne czy zdolności podmiotów zaangażowanych w proces powstawania dzieła. Wszelkie instrumenty, zarówno proste, jak bębny, czy skomplikowane, jak sieci pseudoneuronowe – w rozumieniu prawa autorskiego – mogą tylko ułatwiać pracę nad dziełem. Fundamentalnym motywem ochrony autorskiej pozostaje jednak twórczość człowieka, a nie złożoność dzieła czy nowatorstwo zastosowanych środków. Jeśli można stwierdzić, że wkład konkretnej osoby w powstanie utworu ma osobisty, samodzielny, oryginalny charakter to jest to wkład twórczy, który zasługuje na ochronę autorskoprawną. Odpowiednio, jeśli takiego wkładu nie można stwierdzić, to z perspektywy prawa autorskiego mamy do czynienia z wytworem, który należy do domeny publicznej³⁷.

³⁷ Wyłączenie artefaktów komputerowych z zakresu ochrony autorskoprawnej nie wyklucza jednak ustanowienia regulacji o innym charakterze. Na zasadzie analogii można wskazać na rozwiązanie przyjęte w odniesieniu do nietwórczych baz danych.

REPORTS | SPRAWOZDANIA AND | I INFORMATION | INFORMACJE

ELŻBIETA KOSSEWSKA

Elektroniczne środki przekazu w Polsce wobec rozszerzenia Unii Europejskiej

Electronic media in Poland
in relation to European Union
enlargement

Rozwój technologiczny środków informacji i komunikacji powoduje, że rola tego sektora usług stale rośnie. Z punktu widzenia społecznego zmiany w obszarze mediów masowych sygnalizują, iż zmierzamy w kierunku ery społeczeństwa informacyjnego. Dostrzegają to zarówno uczestnicy życia politycznego, jak i organizacje odpowiedzialne za wolność informacji jako wartości uniwersalnej. Aktywność Rady Europy w zakresie kreowania standardów w obszarze mediów masowych zasługuje na szczególne zainteresowanie. Z uwagi zaś na przesądzoną akcesję Polski do Unii Europejskiej, podejmowanie tej problematyki jawi się jako nadzwyczaj aktualne.

Naprzeciw oczekiwaniom środowisk naukowych, a także dziennikarskich, wyszedł Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego organizując 5–6 czerwca 2003 r. konferencję pt. *Elektroniczne środki przekazu w Polsce wobec rozszerzenia Unii Europejskiej*. Środowisko naukowe skupione wokół Instytutu od kilku lat organizuje debaty poświęcone różnorodnej problematyce związanej z mediami.

W tym roku jak i w latach poprzednich, przybyli do Warszawy przedstawiciele środowisk naukowych z kraju i z zagranicy, w tym reprezentujący m.in: Katolicki Uniwersytet Lubelski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej,

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Instytut Nauk Społecznych Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Akademię Pedagogiczną w Kielcach, Rzeszowie i Krakowie, a także Wydział Dziennikarstwa Moskiewskiego Uniwersytetu Państwowego. Obecni byli również posłowie, senatorowie oraz przedstawiciele publicznych mediów. Zabrało jedynie reprezentantów komercyjnych mediów elektronicznych.

Obrady toczyły się w reprezentacyjnej sali Senatu Uniwersytetu Warszawskiego w Pałacu Kazimierzowskim. Ich otwarcia dokonała dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych prof. dr hab. Grażyna Ulicka, która z uznaniem odnosząc się do inicjatywy organizatorów, podkreśliła aktualność podjętej problematyki.

Następnie głos zabrał dyrektor Instytutu Dziennikarstwa prof. dr hab. Janusz Adamowski. Wyrażając radość z corocznego spotkania, podkreślił, iż jest to możliwe w dużej mierze dzięki sponsorom, którym w tym roku było TUiR „Warta” SA. Uzasadniając wybór tematu konferencji, powołał się na akcesję Polski do UE oraz rosnącą rolę Internetu jako problemy teraźniejszości, nad którymi pochylają się politolodzy, medioznawcy, socjologowie oraz przedstawiciele wielu innych dyscyplin naukowych.

W czasie dwudniowej konferencji wygłoszonych zostało 14 referatów. Ze względu na tematykę można podzielić je na trzy bloki. Pierwszy obejmował te, które dotyczyły rozwiązań proponowanych przez Radę Europy, a mogących mieć zastosowanie w sektorze mediów w Polsce. W drugim znalazły się referaty, które dotyczyły wykorzystania Internetu w procesie komunikowania. W trzecim bloku znalazły się wystąpienia, które swoją problematyką obejmowały wykorzystanie elektronicznych środków przekazu w komunikacji oraz w kreowaniu wizerunku Unii Europejskiej.

W dobie tworzenia nowej struktury regulacyjnej sektora mediów w Polsce, przede wszystkim poszukiwań legislacyjnych, cenna wydaje się problematyka zaprezentowana m.in. przez prof. dr. hab. Jacka Sobczaka i dr. hab. Tadeusza Kowalskiego.

Pierwszy z nich, mówiąc o europejskich standardach prawnych przekazu elektronicznego w kontekście opinii publicznej, zwrócił uwagę, iż mają one charakter *opcjonalny*, co oznacza, że państwa członkowskie Rady Europy mogą, ale nie muszą ich przyjąć. Istnieje natomiast możliwość dokonywania zmian, w ramach standardów, w taki sposób, by uwzględniały one specyfikę stosunków krajowych. Referent zwrócił również uwagę na pewne aspekty polityki gospodarczej UE, które określają i wytyczają drogę rozwoju sektora audiowizualnego całej wspólnoty. Chodzi o przyjęcie m.in. kompleksowej strategii, która ma przyczynić się do pogłębienia procesów integracyjnych, a przede wszystkim zaktywizowania gospodarki poszczególnych krajów, w tym zwłaszcza zapewnienia szybkiego rozwoju sektora technologii. Wszystko po to, aby realizować projekt społeczeństwa informacyjnego, który stał się nadrzędną strategią rozwojową wspólnoty. Jak podkreślił prelegent, u podstaw tak kreowanej polityki audiowizualnej leży chęć podniesienia konkurencyjności produkcji europejskich oraz pozycji Unii na globalnym rynku technologii w stosunku do Stanów Zjednoczonych i „azjatyckich tygrysów gospodarczych”. Zdefiniowane w ten sposób cele gospodarcze w opinii niektórych państw członkowskich i kandydujących – kontynuował prof.

Sobczak – prowadzą do utraty przez nie autonomii. Szczególnie w przypadku dostosowania prawa w zakresie radia i telewizji, gdyż w dużej mierze te właśnie media odgrywają istotną rolę w kształtowaniu tożsamości kulturalnej. W opinii referenta, brak wystarczających norm prawnych w odniesieniu do regulacji problematyki kulturalnej nie wyklucza prowadzenia działalności gospodarczej w ramach sektora audiowizualnego. Promocji różnorodności kulturowej i językowej, a przy tym promowaniu produkcji i dystrybucji europejskich audycji telewizyjnych i filmów, służy m.in. program Media Plus.

Kolejny prelegent, dr hab. Tadeusz Kowalski, zwrócił uwagę, iż w drugiej połowie lat 90. ubiegłego stulecia coraz większy wpływ na kształtowanie prawa w Polsce miały rozwiązania obowiązujące w Unii Europejskiej. Przystąpienie do UE przyspieszy obieg kapitału, towarów i usług, ożywi kontakty gospodarcze i kulturowe obywateli oraz przedsiębiorstw. Media poddane zostaną w większym stopniu niż dotychczas procesowi umiędzynarodowienia, zarówno w aspekcie własności jak i programowym. Zdaniem prelegenta, za tymi zmianami muszą podążać rozwiązania prawne, które w chwili obecnej wyczerpały swoją zdolność dalszego przekształcania systemu komunikowania masowego, stając się w naszym kraju swoistą barierą rozwojową radiofonii i telewizji. Niepokój przy tym budzi, co podkreślił mówca, zatrwajająco niski poziom świadomości ustawodawców, którzy nie radzą sobie nawet ze stosunkowo prostym dostosowaniem polskiego prawa do Dyrektywy o Telewizji bez Granic. Jest to główny powód, dla którego zobowiązania przyjęte przez Polskę w okresie negocjacji akcesyjnych w dziale „Kultura i polityka audiowizualna” w dalszym ciągu, jak to określił prelegent, mają charakter blankietowy. Dr hab. Kowalski, odwołując się do raportu z r. 2002 Europejskiej Unii Radiowo-Telewizyjnej, wskazał na najważniejsze tendencje w dziedzinie radia i telewizji, którą mogą być sugestiami do przyszłych działań w tym zakresie. W kolejności wymieniał: zmiany techniczne wynikające z cyfryzacji, przeobrażenia rynkowe, przejście od technologii konsumpcji do technologii produkcji oraz zmiany w środowisku regulacyjnym, w tym nadanie znaczenia procesom rynkowym, traktowanie mediów jako elementu gospodarki, skupienie się państwa na sprawach o znaczeniu strategicznym, uznanie roli konkurencji, odejście od wąskiego, sektorowego postrzegania zagadnień regulacyjnych radia i telewizji. Kończąc, dodał, iż jest to podejście oznaczające orientację w kierunku rynku, które siłą rzeczy zmniejsza znaczenie politycznych wpływów, ale staje się koniecznością wobec postępującego umiędzynarodowienia i globalizacji rynków medialnych.

Po zakończeniu pierwszej części obrad, w dyskusji, do obu referatów odniósł się Karol Jakubowicz. Negował on istnienie polityki audiowizualnej UE. Twierdził, iż są to raczej kwestie gospodarcze dotyczące co prawda mediów, ale nie mające jeszcze cech polityki, o czym przesądza choćby rywalizacja, którą prowadzi Unia Europejska ze Stanami Zjednoczonymi, mająca wybitnie charakter gospodarczy.

Internet bez wątpienia coraz częściej przyciąga uwagę badaczy. Dzieje się to m.in. z uwagi na takie jego cechy, jak natychmiastowy obieg informacji, bezproblemowa

komunikacja (bez odrywania się od stanowiska pracy), a także pogłębione źródło danych. O jego walorach można by mówić długo, a temat ten jeszcze przez wiele lat będzie aktualny i będzie stanowił otwarte pole do badań w dziedzinie komunikacji, prawa i innych dyscyplin nauki. Nie może więc dziwić, że na konferencji poświęconej analizie elektronicznych środków masowego przekazu w Polsce zagadnieniom z tego zakresu poświęcono stosunkowo wiele uwagi.

W drugiej części obrad uczestnicy konferencji z dużym zainteresowaniem wysłuchali wielowątkowego, a zarazem przejrzystego referatu prof. dr. hab. Włodzimierza Gogołka pt. *Stan i uwarunkowania Internetu jako środka przekazu w Polsce, Europie i na świecie*. Zarówno treść referatu jak i sama prezentacja spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem słuchaczy, co wyrazili oklaskami. W wystąpieniu uwagę zebranych zwróciła informacja, że liczba internautów wynosi obecnie ponad dziesięć procent populacji Ziemi. Przy tym w Europie jest ich już więcej niż w kolebce Internetu – USA. Wskaźnik ten w Polsce kształtuje się na poziomie 25%. W opinii prelegenta *dzięki szybkiemu postępowi technologii dystrybucji multimedialnych informacji stworzone zostały warunki do szybkiej przewodowej i bezprzewodowej multimedialnej komunikacji cyfrowej. Potencjał ten wzbogającą coraz doskonalsze urządzenia pośredniczące pomiędzy klientem a wirtualnym światem*. Jednocześnie mówca zaakcentował, że nie nastąpił równoległy i równie szybki rozwój zasobów cyfrowych w świecie Internetu. W konsekwencji mamy obecnie okres wyczekiwania na ofertę wypełnienia atrakcyjnymi produktami pasm cyfrowej łączności.

W następnym dniu obrad najwięcej kontrowersji i zainteresowania wzbudził referat dr Katarzyny Pokornej-Ignatowicz pt. *Antyunijne imperium Ojca Rydzyka. Od Radia Maryja do Telewizji Trwam*. Prelegentka przedstawiła krótko historię Radia Maryja, osobę Ojca Rydzyka, starała się także określić, na czym polega fenomen tego radia. Dokonała charakterystyki „nieformalnego ruchu religijnego i społecznego w Polsce” – Rodziny Radia Maryja. W końcowej części referatu podjęła próbę określenia stosunku tego medium do Unii Europejskiej, a ściślej – stanowiska w sprawie akcesji Polski do tej organizacji. Z opracowanego przez dr Pokorną-Ignatowicz materiału wynika, iż Radio Maryja w 1997 roku było u szczytu popularności jako czwarte radio w Polsce (po RMF, Radiu Zet i Programie Pierwszym radia publicznego). W kolejnych latach słuchalność jego spadała powoli, ale systematycznie, aż do poziomu 3,3% w 2003 r. Działając, zdołało skupić wokół siebie oddanych jego idei ludzi, którzy przyjęli symptomatyczną nazwę „Rodzina Radia Maryja”. Prelegentka podkreśliła, iż grupę tą tworzą ludzie, którzy częstokroć pozostawali na marginesie życia społecznego, byli osamotnieni, sfrustrowani, bali się nowej rzeczywistości, mieli zły kontakt z otoczeniem.

Istotną częścią referatu było ukazanie wzajemnych relacji między Episkopatem Polski a Radiem Maryja. W opinii sprawozdawcy, rzuciło to nowe światło na ich wzajemne zależności i stosunki. Wyjątkiem w nich była, co warto uwypuklić, sprawa akcesji Polski do UE, wobec której hierarchia polskiego kościoła katolickiego zajęła

zdecydowane stanowisko „na tak”, pozostawiając osamotnionych w swych obawach zwolenników Radia Maryja, sądzących, jak podaje dr K. Pokorna-Ignatowicz, iż ten akt polityczny jest najpoważniejszym zagrożeniem dla polskiej tożsamości, suwerenności, kultury, religii i spójności narodu, uosabiając wszystkie grzechy współczesnego świata: permissywizm, ateizm oraz cywilizację śmierci, opartą na aborcji i eutanazji. Wystąpienie dr Pokornej-Ignatowicz wywołało spore ożywienie wśród zebranych na sali osób.

W dyskusji chęć polemiki z głoszonymi opiniami na temat Radia Maryja zgłosił prof. dr hab. Bartłomiej Golka. Oceniał referat jako ciekawy. Zwrócił jednakże prelegentce uwagę na ironiczny ton niektórych prezentowanych przez nią tez, który – z racji charakteru opracowania jak i złożoności zjawiska, w ten sposób spłycanego – jest niewłaściwy. Ponadto dodał, iż zwolennikami tego radia są też osoby zasłużone, które w wyniku przemian społeczno-ustrojowych pozostały na marginesie życia, a nawet doznały krzywdy. Zalecał ostrożność w formułowaniu tendencyjnych hipotez, gdyż rozmiary tego „nieformalnego religijnego ruchu” sygnalizują głębsze podłoże kształtowania się go. Należy zatem strzec się ironii i pozostawić sprawę do rozstrzygnięcia czasowi „kto w jakiej sprawie miał rację”.

Następnie do referatu ustosunkował się ks. prof. dr hab. Leon Dyczewski, który podkreślił, iż Rodzina Radia Maryja jest sekwencją stylu życia politycznego i zachowania mediów, w którym nie ma miejsca na dyskusję. Prowadzi to w ostatecznym rozrachunku do tworzenia bloków, które z racji swych audytoriów są łakomym kąskiem dla ludzi kreujących się na przywódców. Audytoria te, ulegając im, otrzymują w zamian możliwość wypowiedzenia się. Ks. Dyczewski podkreślił, iż w przypadku Radia Maryja należy oddzielić głos Kościoła od stanowiska stacji. Zwrócił przy tym uwagę na zasadniczą kwestię, jaką jest cel angażowania się w życie polityczne tych dwóch organizmów. W przypadku Kościoła chodzi przecież – jak podkreślił – o wypowiedzenie się w sprawach istotnych z punktu widzenia jego nauki społecznej czy prawd wiary. W przypadku zaś Radia Maryja dodatkowo może wystąpić walka o wpływy, władzę. Ks. Dyczewski zaprzeczył, jakoby na falach tego radia uprawiany był antysemityzm i dało się słyszeć głosy nienawiści. W tym momencie ostro zaprotestował redaktor Henryk Zagańczyk, który oświadczył, iż nie trzeba się nawet długo wsłuchiwać, aby nie tylko odnieść wrażenie, że jest to stacja antysemicka i siejąca nienawiść, ale zdobyć co do tego pewność. Z kolei dr hab. Teresa Sasińska-Klas skierowała pytanie do ks. Dyczewskiego następującej treści: „Czy to radio służy Kościołowi? Jeśli tak, to w jakiej sferze?”. Do dyskusji włączył się prof. dr hab. Tomasz Mielczarek, który stwierdził, iż wskaźnik słuchalności przesądza o tym, że Radio Maryja jest potrzebne. Dodał jeszcze, że nie można stacji dyskwalifikować ze względu na poglądy głoszone na jej falach. Ks. Dyczewski odpowiadając na pytanie dr hab. T. Sasińskiej-Klas, podkreślił, że Radio Maryja nie jest stacją katolicką, nie reprezentuje się w nim też stanowiska Kościoła i w związku tym Kościół nie ingeruje w jego działalność.

Na koniec dyskusji głos zabrała dr K. Pokorna-Ignatowicz, która zgadzając się ze

spostrzeżeniami prof. B. Golki, dodała, iż rzeczywiście trudności życiowe ludzi, którzy stracili na transformacji, zostały przez wiele sił politycznych wykorzystane, na nich też Ojciec Rydzyski zbudował audytorium Radia Maryja. Autorka referatu podtrzymała opinię o antysemitycznym charakterze stacji, na co przedstawiła zebranych dowody pochodzące z nasłuchów radiowych.

Dyskusja, którą wywołał referat dr K. Pokornej-Ignatowicz dowodzi, iż pomimo tego, że ukazują się na rynku coraz więcej opracowań dotyczących mediów katolickich, to w dalszym ciągu brakuje takich, które by stematyzowały wiedzę w tym zakresie. Ich brak odczuwany jest szczególnie po roku 1989, gdzie obok mediów katolickich, pojawiły się w większej liczbie media środowisk katolickich. Pomimo tego, że występuje pomiędzy nimi wyraźna różnica, w dalszym ciągu nazewnictwo to stosuje się zamiennie, wprowadzając chaos i obarczając odpowiedzialnością za ich funkcjonowanie nieodpowiednie instytucje. Działalność Radia Maryja jest inicjatywą środowiska katolickiego. Natomiast media katolickie to te, które mają z ramienia Kościoła asystenta, są przez niego finansowane, bądź hierarchia wyrazi im publicznie akceptację. Obecność tych czynników w działalności mediów nakłada wówczas na Kościół odpowiedzialność za głoszone przez nie słowa. W przypadku zaś, gdy mienia się one katolickimi bez aprobaty Kościoła, a działalność ich nie jest zgodna z doktryną religijną, hierarchowie powinni wobec nich zająć zdecydowane stanowisko, tak by nie było wątpliwości wiernych co do realizowanej przez medium odrębnej działalności. Powyższe powinno mieć zastosowanie także w przypadku Radia Maryja.

Stacja, uważana powszechnie za antysemityczną, siejącą nienawiść, a która jednocześnie wita słuchaczy hasłem *Tu Radio Maryja – katolicki głos w waszych domach*” dostarcza – jak się wydaje – powodów, aby zająć wobec niej bardziej jednoznaczne stanowisko. Kościół obligowany jest do tego prawem kanonicznym, głoszącym m.in.: *żadna inicjatywa nie może sobie przyjąć miana katolickiej, jeśli nie otrzyma zgody kompetentnej władzy kościelnej*¹. Przyznać należy, iż niejednokrotnie Episkopat Polski próbował zabierać głos w sprawie działalności Radia Maryja, jednakże był on na tyle słaby i mało wyraźny, że zdołała go zagłuszyć bez większych przeszkód demagogia rozgłośni. Trudno uwierzyć, że dla ludzi zgromadzonych wokół Radia Maryja alternatywą nie może stać się Kościół i jego nauka. Świadczy to o pewnych zmianach nie tylko społecznych i ustrojowych w państwie, ale również zachodzących w Kościele. Działalność takich mediów jak Radio Maryja może szkodzić Kościołowi i stąd jak najbardziej zasadne wydaje się pytanie dr hab. T. Sasińskiej-Klas. Trudno jednak w tych okolicznościach za wystarczające przyjąć podane w tej sprawie wyjaśnienie ks. prof. Dyczewskiego. Zmiany zachodzące w obrębie mediów katolickich pokazują przecież, że Kościół dostrzega jednak problem Radia Maryja i próbuje mu się przeciwstawić. Świadczy o tym chociażby fakt powoływania w diecezjach alternatywnych stacji. Ta delikatna taktyka Kościoła jest charakterystyczna dla jego sposobu działa-

¹ Kodeks prawa kanonicznego, kanon 216.

nia, ale z punktu widzenia sprawozdawcy stanowi ewidentną próbę ograniczenia oddziaływania Radia Maryja.

Konferencję zamknęło wystąpienie dyrektora Instytutu Dziennikarstwa UW prof. Janusza Adamowskiego. Wielowątkowa dyskusja, jaka miała miejsce na konferencji, dowodzi – jak się wydaje – iż struktura mediów w Polsce jeszcze nie okrzepła po niezwykle głębokich i zasadniczych zmianach ustrojowych. W dalszym ciągu poszukuje się nowych rozwiązań i regulacji prawnych, które mogłyby mieć zastosowanie w funkcjonującym i ciągle ewoluującym w Polsce systemie. Bez wątpienia kolejne kroki na tej drodze będą musiały być dokonane, gdy Polska stanie się członkiem Unii Europejskiej.

Lista wygłoszonych referatów:

1. Bogdan Fischer – *Prawne aspekty ochrony informacji w gospodarce elektronicznej – wybrane zagadnienia dla dziennikarzy.*
2. Ignacy Fiut, Marcin Matuzik – *Problematyka Unii Europejskiej w serwisach informacyjnych: interia. pl, onet. pl i gazeta. pl.*
3. Włodzimierz Gogołek – *Stan i uwarunkowania Internetu jako środka przekazu w Polsce, Europie i na świecie.*
4. Marek Jachimowski – *Tradycyjne media elektroniczne w regionach medialnych Polski, przed wejściem do Unii Europejskiej.*
5. Danuta Kępa-Figura – *Unia Europejska oczami Radia Maryja.*
6. Tadeusz Kowalski – *W poszukiwaniu nowej struktury regulacyjnej sektora mediów w Polsce – aspekt europejski.*
7. Tatiana Majcherkiewicz, Maria Stojkow – *E-europa a e-region, czyli wykorzystanie elektronicznych środków przekazu przez administrację publiczną w komunikacji z obywatelami w dobie rozszerzenia Unii Europejskiej. Przypadek Polski.*
8. Dorota Piontek – *Z telenowelą w Unii Europejskiej.*
9. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz – *Antyunijne imperium ojca Rydzyka. Od Radia Maryja do Telewizji Trwam.*
10. Teresa Sasińska-Klas – *Pokolenie SMS-u w Polsce w świetle badań porównawczych.*
11. Jędrzej Skrzypczak – *Ograniczenia koncentracji przedsiębiorstw medialnych a wolność słowa – doświadczenia Unii Europejskiej i Polski.*
12. Jacek Sobczak – *Europejskie standardy prawne przekazu elektronicznego a opinia publiczna.*
13. Weronika Świerczyńska-Głownia – *Współpraca programowa TVP SA z krajami UE oraz z grupą państw kandydujących. Analiza porównawcza.*
14. Kazimierz Wolny-Zmorzyński – *Media elektroniczne w kreowaniu pozytywnego wizerunku Polski przez wykorzystanie reportażu jako gatunku dziennikarskiego: www.reportaż.pl.*

MONIKA WORSOWICZ

Współczesne odmiany języka narodowego

Modern types of national language

Sprawozdanie z Międzynarodowej Konferencji
Naukowej
Łódź, 6–7 maja 2003 roku

Konferencja naukowa pod hasłem „Współczesne odmiany języka narodowego” była już czwartym spotkaniem językoznawców z Polski, Czech i Słowacji zorganizowanym przez zespół pracowników Katedry Współczesnego Języka Polskiego Uniwersytetu Łódzkiego. Odbywające się co dwa lata zjazdy wpisały się na stałe w kalendarz konferencji poświęconych problematyce języka i komunikacji. W tym roku wielu referentów skorzystało z sugestii organizatorów, by skupić się na zjawiskach językowych obserwowanych w nowych środkach przekazu. Obok wystąpień poświęconych między innymi językowi środowiskowemu, polityki i ekonomii oraz kontaktom polszczyzny z innymi językami narodowymi, pojawiły się zatem interesujące analizy dotyczące komunikowania w mediach i za ich pośrednictwem, które chciałabym zaprezentować.

Dwudniowe spotkanie rozpoczęły obrady plenarne, podczas których referenci omawiali wpływ technicznej, zapośredniczonej komunikacji na systemowe i funkcjo-

nalne właściwości języka (Jan Kořenský, Czeska Akademia Nauk, Praga) oraz zjawisko eklektyzmu językowego w tekstach medialnych (Kazimierz Michalewski, UŁ). Profesor Michalewski zwrócił uwagę na obserwowane w wypowiedziach rozpowszechnianych przez środki masowego przekazu łączenie stylu wysokiego z rubasznością, nie zawsze będące zamierzonym i stosownym do sytuacji sygnałem indywidualizmu autora. Podkreślił także obecność wielu, często rażących, błędów językowych oraz nieporadności stylistycznych, które uznawane są przez odbiorców za poprawne, bowiem występują w komunikacji medialnej.

Kolejni referenci charakteryzowali zmiany w komunikowaniu i komunikowaniu się we współczesnych mediach (Marian Bugajski, Uniwersytet Zielonogórski) oraz problem medialnej odmiany języka jako konsekwencji zmian w zachowaniach komunikacyjnych (Urszula Żydek-Bednarczuk, UŚ, Katowice). Podkreślili wzrost znaczenia – obok funkcji informacyjnej – funkcji fatycznej i ludycznej komunikatów medialnych; profesor Bugajski nazwał „ludzkim językiem” sposób wypowiedzania się w mediach, przypisując mu prostotę konstrukcji zdaniowych, nieszablonowość leksykalną, upotoczenie i coraz powszechniejszą, a przez to odczuwaną jako mniej rażącą, wulgaryzację. Profesora Żydek-Bednarczuk zaproponowała określenie odmiany języka, jaka obecnie funkcjonuje w środkach przekazu, odmianą medialną (mającą swe pododmiany: prasową, radiową, telewizyjną i internetową). Analizując pragmatyczne kryteria przemawiające za jej wyróżnieniem, wskazała między innymi na fragmentaryczność odbioru komunikatów oraz istnienie swoistego „gatunku globalnego”, jakim jest rozmowa, będąca centrum dla medialnych form przekazu. Uczestnicy dyskusji zwracali uwagę na wielowymiarowość zjawisk językowych zachodzących we współczesnych środkach przekazu oraz konieczność wypracowania nowych narzędzi ich naukowego badania odpowiadających szybko zmieniającym się warunkom komunikacji elektronicznej.

Obrady w sekcjach poświęcone były w większości problemom szczegółowym. Aleona Jaklová (Jihočeská univerzita, Czeskie Budziejowice) przedstawiła najważniejsze cechy języka prasy czeskiej w USA, Edyta Pałuszyńska (UŁ) zaprezentowała sposoby kreowania nowej rzeczywistości komunikacyjnej za pośrednictwem leksyki potocznej wykorzystywanej w nagłówkach prasowych, Marta Wójcicka (UMCS, Lublin) zastanawiała się nad istnieniem stylu publicystycznego, zaś Agnieszka Kołodziejczyk (UŁ) omówiła na podstawie przykładów z tygodnika „Wprost” przejawy dowcipu językowego w prasie. Referentki zwróciły uwagę na wyraźne dążenie autorów tekstów prasowych do „wychodzenia ku czytelnikowi” – nawiązywania do zjawisk znanych mu z życia codziennego, zdroworozsądkowego kryterium ocen, minimalizowania trudności w odbiorze na rzecz zabawy i przyjemności, jaką daje lektura. Medium drukowanemu poświęcone były również wystąpienia Lidii Pacan (Akademia Świętokrzyska, Piotrków Trybunalski), która przedstawiła obcojęzyczne nazwy zawodów obecne w polskich ogłoszeniach prasowych, oraz Bożeny Żmigrodzkiej (UŚ) na temat tekstów związanych z wróżeniem we współczesnych czasopiśmie. Obecności języków celtyckich w nowych mediach poświęcił swój referat Piotr Stalmaszczyk (UŁ).

W drugim dniu obrad problematyka medialna omawiana była na przykładach przekazów radiowych i internetowych. Katarzyna Skowronek (PAN, Kraków) i Mariusz Rutkowski (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn) analizowali współczesne polskie nazewnictwo medialne na podstawie nazw audycji, Barbara Kudra i Sławomira Tomaszewska (UŁ) scharakteryzowały satyryczny program radiowy i jego wirtualnego adresata, Magdalena Steciąg (Uniwersytet Zielonogórski) porównywała współczesny przekaz radiowy rozgłośni komercyjnych i sposób komunikowania się kultur pierwotnych opisany przez W.J. Onga, zaś Barbara Kudra i Katarzyna Janicka (UŁ) omówiły sposoby autoprezentacji wybranych rozgłośni radiowych. Uczestnicy dyskusji zwrócili uwagę na różnorodność sposobów, jakimi stacje radiowe starają się zwrócić uwagę słuchacza i wyróżnić spośród wielu nadawców obecnych w eterze. Zastanawiali się także nad ich skutecznością i wymogami, jakie pod tym względem stawiają różne grupy odbiorców.

Uczestnicy konferencji wiele referatów poświęcili również komunikacji internetowej. Maria Peisert (UWr) rozważała problem, czy rozmowa pisana stanowi nową odmianę polszczyzny, zaś Barbara Czopek-Kopciuch (PAN, Kraków) – czy nick jest nową kategorią antroponimiczną. Autorki sygnalizowały, że rzeczywistość wirtualna, stwarzana każdorazowo podczas logowania się do Sieci, daje użytkownikowi możliwość wykreowania nowej tożsamości, której symbolem staje się wybrany przez niego pseudonim, zaś specyfika Internetu narzuca komunikującym się przekonanie, że nawet prawdziwe imię i nazwisko jest jedynie wymyślonym nickiem.

Podczas obrad w sekcji analizowano także zjawiska: nekrologu internetowego (Ewa Zomkowska, UAM, Poznań), relacji urzędowych w komunikacji w wewnętrznej sieci instytucji (Małgorzata Rzeszutko, UMCS, Lublin), polszczyzny listów informacyjno-reklamowych (Bożena Matuszczyk, UMCS, Lublin i Danuta Stanulewicz, UG), kondensacji semantycznej i ikoniczności wypowiedzi internetowych (Wojciech Jurek, UJ), dialogów intymnych w czacie (Monika Worsowicz, UŁ), języka programów komputerowych dla dzieci w wieku przedszkolnym (Jolanta Grześków, UWr), wykorzystania czatów w programach internetowych (Agnieszka Łukaszewicz, UŁ) i dowcipu językowego stronach WWW (Beata Grochala, UŁ). Autorzy referatów starali się przede wszystkim omówić wybrane zjawiska komunikacji internetowej, wskazać ich specyfikę i nowe składniki przekazu, wzbogacające jego znaczenie i podnoszące atrakcyjność. Podczas dyskusji zwrócono uwagę na walor zabawy, który wydaje się być coraz wyżej ceniony przez internautów – nawet w zamkniętym kręgu komunikacji wewnątrzinstytucjonalnej przekazy zyskują elementy dodatkowe, wykraczające poza informacyjną użyteczność. Wprowadzane na bieżąco udoskonalenia techniczne sprzyjają temu procesowi.

Łódzka konferencja jest dowodem żywego zainteresowania środowisk naukowych, nie tylko bezpośrednio związanych z kształceniem dziennikarskim, problematyką współczesnych mediów. Z zaprezentowanych szczegółowych analiz zjawisk charakterystycznych dla nowoczesnych (i unowocześnionych) środków przekazu wynika, że w wielu przypadkach mają one naturę hybrydyczną. W programie telewizyj-

nym na żywo pojawiają się wypowiedzi czatujących internautów, w studiu radiowym prowadzący program stara się utrzymać familiarne stosunki z dzwoniącymi do niego słuchaczami, a użytkownicy Sieci w prywatnych kontaktach posługują się oryginalnym kodem obrazkowo-werbalnym. Coraz częściej informacyjna funkcja komunikatu schodzi na drugi plan, ustępując miejsca atrakcyjności i rozrywce, które łatwiej zwracają uwagę odbiorcy. Uczestnicy konferencji udowodnili swoimi wystąpieniami, że te istotne zmiany kulturowe są coraz wyraźniej widoczne w języku.

Jak wynika z wypowiedzi wielu referentów, dynamika procesów porozumiewania wyznaczana jest przede wszystkim przez kompetencje komunikacyjne uczestników, a tym samym stawia w uprzywilejowanej pozycji tych, którzy mają możliwość poznawania nowości, są otwarci na zmiany, ale jednocześnie zachowują krytyczny dystans wobec proponowanych rozwiązań. Prowadzi zatem do coraz wyraźniejszej polaryzacji środowiska odbiorców. Dwubiegunowość naukowych analiz wydaje się zatem być realną perspektywą badawczą – opis zachodzących procesów i zjawisk będzie musiał uwzględniać ich różne znaczenie dla kategorii mniej i bardziej kompetentnych użytkowników mediów, a szczególnie istotnym aspektem stanie się rzetelna ocena korzyści i zagrożeń, jakie niesie rozwój środków przekazu.

Lista referatów wygłoszonych na konferencji „Współczesne odmiany języka narodowego” (Łódź, 6–7 maja 2003 r.)

1. Kazimierz Michalewski (Uniwersytet Łódzki), *Eklektyzm językowy tekstów medialnych*
2. Alena Jaklová (Czeskie Budziejowice), *Současná žurnalistická čeština v USA*
3. Bohumila Junková (České Budějovice), *K jazyku a stylu propagačních letáků ve zdravotnictví*
4. Jaromír Krško (Bańska Bystrzyca), *Lexikálna a onymická rovina komunikácie medzi graffiti*
5. Paweł Odaloś (Bańska Bystrzyca), *Výskumy argotu a slangu v kontexte histórie a súčasnosti*
6. Marta Pančíková (Bratysława), *Slovníctvo polityczne w aspekcie porównawczym*
7. Jan Kořenský (Praga), *Vliv technicky zprostředkované komunikace na systémové a funkční vlastnosti přirozeného jazyka*
8. Natalia Sydiaczenko (Kijowski Uniwersytet Slawistyczny), *Współczesny polsko-ukraiński przekład artystyczny: typologia błędów*
9. Zbyněk Holub (Plzeň), *Kolokační charakter současných výpovědi v regionální (nářeční) komunikaci*
10. Bogumiła Malinowska (Uniwersytet Szczeciński), *Język potoczny w korespondencji Czesława Miłosza do Pawła Herta*
11. Maria Peisert (Uniwersytet Wrocławski), *Rozmowa pisana – nowa odmiana polszczyzny w komunikacji internetowej*

12. Helena Sojka-Masztalerz (Uniwersytet Wrocławski), *Firmonimy we współczesnym języku polskim i angielskim*
13. Agnieszka Małocha-Krupa (Uniwersytet Wrocławski), *Międzynarodowe aspekty pleonazmów (na przykładzie pleonazmów z języka angielskiego, francuskiego i polskiego)*
14. Roman Wróblewski (Uniwersytet Wrocławski), *Składnia tekstów politycznych z lat 1989–1995*
15. Jolanta Grzešków (Uniwersytet Wrocławski), *Język programów komputerowych dla dzieci w wieku przedszkolnym*
16. Bożena Matuszczyk (UMCS), Danuta Stanulewicz (Uniwersytet Gdański), *Kilka uwag o polszczyźnie internetowej na przykładzie listów informacyjno-reklamowych*
17. Małgorzata Nowak, Magdalena Smoleń-Wawrzusiszyn (KUL), *Czy rzeczywiście nazwy mówią? O handlowej grze w kolory*
18. Kinga Tutak (Uniwersytet Jagielloński), *Rola wykładników tzw. modalności epistemicznej w wypowiedziach polityków III Rzeczypospolitej*
19. Wojciech Jurek (Uniwersytet Jagielloński), *Kondensacja semantyczna i ikoniczność wypowiedzi internetowych*
20. Anna Seretny (Uniwersytet Jagielloński), *Najnowsze słownictwo polskie w nauczaniu języka polskiego jako obcego*
21. Lidia Pacan (Akademia Świętokrzyska), *Obcojęzyczne nazwy zawodów w polskich ogłoszeniach prasowych*
22. Barbara Czopek-Kopciuch (PAN), *Nick – nowa kategoria antroponimiczna*
23. Katarzyna Skowronek (PAN), Mariusz Rutkowski (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski), *Uwagi o współczesnym polskim nazewnictwie medialnym (nazwy audycji)*
24. Grażyna Sawicka (Akademia Bydgoska), *Konwencje społeczno-kulturowe w odmianach współczesnego języka polskiego*
25. Krystyna Wojtczuk (Akademia Podlaska), *Styl, odmiany i rejestry współczesnej polszczyzny a wykrzykniki*
26. Agnieszka Wierzbicka (Akademia Podlaska), *Przeobrażenia gwarowe nazw roślin na materiale gwar kujawskich*
27. Violetta Machnicka (Akademia Podlaska), *Ogródek, riksza, pucybut..., czyli kilka uwag o powracającym słownictwie*
28. Małgorzata Rzeszutko (UMCS), *Nowe środki komunikowania się a typ relacji urzędowych*
29. Marta Wójcicka (UMCS), *Czy istnieje styl publicystyczny*
30. Bożena Żmigrodzka (Uniwersytet Śląski), *Teksty związane z wrózeniem we współczesnych czasopismach*
31. Urszula Żydek-Bednarczuk (Uniwersytet Śląski), *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (na przykładzie Internetu)*

32. Ewa Zomkowska (UAM), *Nekrolog internetowy jako nowa forma komunikatu językowego*
33. Małgorzata Kaczmarek (UAM), *Biolekt we współczesnej polszczyźnie. Badania pragmalingwistyczne*
34. Marian Bugajski (Uniwersytet Zielonogórski), *Komunikowanie i komunikowanie się w mediach*
35. Magdalena Steciąg (Uniwersytet Zielonogórski), *Oralność pierwotna w wiadomościach radiowych*
36. Joanna Mietła (Uniwersytet Toruński), *Wzory powitań i pożegnań w języku polskim i czeskim (na tle odmian języka ogólnego)*
37. Stanisława Kurek-Kokocińska (Uniwersytet Łódzki), *Czy paranaturalne języki informacyjno-wyszukiwawcze są odmianą języka narodowego*
38. Agnieszka Kołodziejczyk (Uniwersytet Łódzki), *Dowcip językowy jako składnik szczególnej odmiany polszczyzny: języka prasowego (na podstawie fragmentów tygodnika „Wprost”)*
39. Zenon Weigt (Uniwersytet Łódzki), *Teksty specjalistyczne w języku niemieckim – cechy charakterystyczne, rozumienie i tłumaczenie*
40. Piotr Stalmaszczyk (Uniwersytet Łódzki), *Języki celtyckie w nowych mediach*
41. Monika Worsowicz (Uniwersytet Łódzki), *Dialogi intymne na czacie – analiza strukturalno-językowa*
42. Alicja Kacprzak (Uniwersytet Łódzki), *LCC – język francuskich przedmieść*
43. Artur Gałkowski (Uniwersytet Łódzki), *Upraszczenie włoskiego języka narodowego*
44. Magdalena Lipińska (Łódź), *Warianty przysłów w języku mówionym*
45. Renata Marciniak (Uniwersytet Łódzki), *Konstrukcjach typu „zeszło się” w Łowickiem*
46. Izabela Ejsmut (Uniwersytet Łódzki), *O pewnych cechach słowotwórstwa gwarowego*
47. Anna Fadecka (Uniwersytet Łódzki), *Funkcje czasownikowego prefiksu u- w gwarze Luboli koło Poddębic*
48. Andrzej Kudra (Uniwersytet Łódzki), *Kompetencja językowa uczniów klas maturalnych (na przykładzie wypracowań na tzw. temat wolny)*
49. Bożena Ostromęcka-Frączak (Uniwersytet Łódzki), *Ryba psuje się od głowy czyli dziennikarze o polityce i politykach*
50. Barbara Kudra, Sławomira Tomaszewska (Uniwersytet Łódzki), *Satyryczny program radiowy i jego wirtualny adresat*
51. Barbara Kudra, Katarzyna Janicka (Uniwersytet Łódzki), *Autoprezentacja wybranych rozgłośni radiowych*
52. Maria Magdalena Nowakowska (Uniwersytet Łódzki), *O polszczyźnie Polonii słowackiej*
53. Izabela Różycka (Uniwersytet Łódzki), *Innowacje znaczeniowe w czasownikach obcego pochodzenia*
54. Bronisława Janiak (Uniwersytet Łódzki), *Czy polszczyzna kresowa jest współczesną odmianą języka narodowego*

55. Beata Burska-Ratajczyk (Uniwersytet Łódzki), *Gwarowe innowacje leksykalne na tle tendencji rozwojowych współczesnej polszczyzny*
56. Edyta Pałuszyńska (Uniwersytet Łódzki), *Leksyka potoczna w nagłówkach prasowych jako sposób kreowania nowej rzeczywistości komunikacyjnej*
57. Katarzyna Jachimowska (Uniwersytet Łódzki), *Proces adaptacji zapożyczeń angielskich we współczesnym profesjolekcie ekonomicznym*
58. Agnieszka Łukaszewicz (Uniwersytet Łódzki), *Tekst w tekście – wykorzystanie chatów w programach telewizyjnych*
59. Beata Grochala (Uniwersytet Łódzki), *Dowcip językowy na stronach www*

**REVIEWS | RECENZJE
I NOTY
RECENZYJNE**

WIESŁAW SONCZYK

**Kultura i polityka w czasopismach
Polski Ludowej**

Culture and Politics in Magazines published in
the People's Republic of Poland

Tomasz Mielczarek

**Od „Nowej Kultury” do „Polityki”.
Tygodniki społeczno-kulturalne
i społeczno-polityczne PRL**

From „New Culture” to „Politics”.
Socio-cultural and socio-political
Weeklies in the People's Republic
of Poland

Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej,
Kielce 2003, 382 s.

Autora prezentowanej książki nie trzeba bliżej przedstawiać, jest bowiem dobrze znany nie tylko w gronie medioznawców, ale także osobom amatorsko lub tylko hobbystycznie interesujących się współczesnymi mediami. Z obowiązku wypada jednak podać, że prof. dr hab. Tomasz Mielczarek pracuje w kieleckiej Akademii Świętokrzyskiej (kieruje Instytutem Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa), aktywnie współpracując z kilkoma ośrodkami medioznawczymi w Polsce. Publikował też na łamach „Studiów Medioznawczych”. W swoim dorobku ma łącznie około stu prac dotyczących, mówiąc najogólniej, najnowszej historii i aktualnej sytuacji polskich mediów.

Zaczynam od tej krótkiej charakterystyki autora dlatego, że – przynajmniej w moim przekonaniu – stanowi ona gwarancję nie tylko odpowiedniego wyboru tematu, ale także prawidłowego określenia jego zakresu i, co najważniejsze, wartości nauko-

wej recenzowanej książki. Jest to zastrzeżenie o tyle istotne, że na temat czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych istnieje obszerna literatura przedmiotu, na którą w znacznym stopniu składają się także książki, artykuły prasowe, wywiady itp. prominentnych w swoim czasie dygnitarzy i działaczy partyjnych oraz naukowców występujących w roli dyżurnych komentatorów, gotowych przedstawić „naukowe” uzasadnienie każdego wydarzenia, zjawiska czy procesu społecznego (również obecnie kilkoro takich „dyżurnych interpretatorów” często występuje w telewizji).

Można powiedzieć, że książka T. Mielczarka składa się – choć faktycznie takiego podziału nie widać – z dwóch części. Pierwszą tworzą dwa rozdziały, które uzupełniając się wzajemnie, stanowią spójną całość. Swoją treścią dają w sumie dość szczegółowy obraz kontekstu ustrojowo-politycznego, w jakim funkcjonowała prasa, w tym również omawiany typ periodyków, w okresie PRL-u. W rozdziale 1. (pt. „Prasa w enuncjacjach programowych i praktyce politycznej PZPR”) zostały przedstawione w układzie chronologicznym różne wydarzenia i dokumenty programowe partii, pozwalające przynajmniej w ogólnym zarysie na „odtworzenie komunistycznej myśli programowej i praktyki prasowej z lat 1945–1989”. Uważną lekturę tego rozdziału polecałbym zwłaszcza obecnym studentom dziennikarstwa, dla których sytuacja i warunki funkcjonowania prasy w powojennej Polsce często jawią się jako tak odległe w czasie, że nie warto się nimi zajmować i którzy, na przykład, pojęcie „prasa czytelnikowska” odczytują jako „prasa dla czytelników”, zaś RSW „Prasa-Książka-Ruch” określają jako wydawnictwo państwowe. Nikt też dziś nie chce słuchać o „leninowskim modelu prasy”, który PZPR usiłowała realizować zwłaszcza w latach 1947–1956, a którego filarami były m.in. prenumerata zakładowa prasy i masowy ruch korespondentów robotniczo-chłopskich. I nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nie fakt, że konsekwencje i następstwa realizacji tego „modelu” skutecznie ograniczały swobodę funkcjonowania mediów aż do roku 1990 (chodzi zwłaszcza – jak to ujmuje T. Mielczarek – o „całkowite uzależnienie wszelkich aspektów działalności medialnej od nadzoru PZPR i jej politycznych sojuszników oraz wszechwładność cenzury”).

Autor omawianej książki, wykorzystując liczne publikacje, poświęcone różnym aspektom działalności mediów w PRL-u, a także źródła archiwalne, stara się odtworzyć złożony i wielostopniowy proces podejmowania decyzji kadrowych, a także dotyczących zarówno treści mediów, jak i ogólnych zasad ich kontroli przez dysponenta politycznego. Stwierdza m.in.: „Proces decyzyjny był złożony. Opinie o zawartości prasy i związane z nią propozycje kadrowe formułowane były nie tylko w wydziałach KC, ale też w sekretariatach obsługujących Biuro Polityczne i Sekretariat KC oraz w komitetach wojewódzkich PZPR. Przypomnijmy, że decyzje te weryfikowane były przez najwyższe władze tej partii: Komitet Centralny, Biuro Polityczne, Sekretariat i pierwszych sekretarzy KC. Statutowe władze partii podejmowały decyzje kadrowe. Obowiązywała trzystopniowa nomenklatura kierowniczych kadr dziennikarskich. W gestii Biura Politycznego pozostawała obsada redaktorów naczelnych „Trybuny

Ludu” i „Nowych Dróg”, przewodniczącego Radiokomiteu oraz Polskiej Agencji Prasowej. Sekretariat KC podejmował decyzje personalne w innych gazetach partyjnych i ‘czytelnikowskich’, cenzurze, RSW i ‘Ruchu’ oraz regionalnych stacjach telewizyjnych i radiowych. W gestii niższych szczebli partyjnych były mniej ważne stanowiska kierownicze”.

Trudno nie zgodzić się z tak sformułowaną opinią, ale jednocześnie nie sposób przyjąć, że opisane metody zarządzania mediami obejmowały wszystkie wydawnictwa i tytuły, a nie tylko te, które były wydawane przez partyjny koncern RSW „Prasa” (od roku 1973 – RSW „Prasa-Książka-Ruch”). I jeszcze jedno – przydałoby się wyjaśnienie i doprecyzowanie takich określeń jak: „niższe szczeble partyjne” i „mniej ważne stanowiska kierownicze”. Czy to oznacza na przykład, że od decyzji komitetu miejskiego partii zależała obsada kierownika działu w redakcji pisma wydawanego w tym mieście?

To dobrze, że Autor koncentruje się na przedstawieniu jak największej liczby dokumentów, faktów i nazwisk. Ale szkoda, że często na tym poprzestaje, nie podejmując choćby próby ich skomentowania czy oceniania. Dla przykładu: na s. 27 przypomina listę 16 nazwisk sekretarzy KC „odpowiedzialnych za propagandę, a zatem prasę” (wykorzystując wydany w roku 2000 przez W. Janowskiego i A. Kochańskiego „Informator o strukturze i obsadzie personalnej centralnego aparatu PZPR”), ale przydałoby się w tym miejscu chociażby ogólna ocena ich działalności, nie mówiąc już o indywidualnych „zasługach” poszczególnych dygnitarzy (a trudno założyć, że takie same miał Jakub Berman, Stefan Olszowski, Mieczysław F. Rakowski czy Stanisław Ciosek); z kolei na s. 28–29 wymienia nazwiska kierowników występującej pod różnymi nazwami „komórki organizacyjnej KC zajmującej się mediami”, ale też poprzestaje na wykazie nazwisk i dat „rządów” poszczególnych osób, podczas gdy czytelnik oczekuje zapewne także (może nawet – przede wszystkim) oceny działalności oraz ich stosunku do mediów (wiadomo przecież, że inaczej „rządzili” mediami – Artur Starewicz, Jerzy Łukaszewicz, Józef Klasa, Józef Barecki i inni).

W rozdziale 2. (pt. „Czasopisma społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne w Polsce Ludowej”) zawarta jest syntetyczna, przedstawiona w układzie chronologicznym, charakterystyka ilościowego rozwoju, a także – choć w ograniczonym zakresie – jakościowej ewolucji formuły wydawniczej tych kategorii czasopism. Za słuszne uważam podstawowe dla tej części rozważań założenie, wyrażone już w pierwszym zdaniu tekstu rozdziału, że „czasopisma społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne były specyficznym wytworem lat Polski Ludowej”. Autor rozwija i uzasadnia tę tezę dwukrotnie; najpierw we wstępie, gdy stwierdza m.in.: „Tygodniki miały wiernych i aktywnych czytelników, dość chętnie kontaktujących się z redakcjami [...] ich opinie były przedmiotem różnorodnych analiz, a w skondensowanej formie trafiały do państwowo-partyjnych decydentów. Analizowane czasopisma służyły też krystalizowaniu niektórych aspektów polskiej odmiany marksizmu-leninizmu. Jerzy Putrament sugerował nawet, że pełniły one funkcje substratu partii politycznych. Jego opinia by-

ła odosobniona, niemniej jednak na łamach tygodników można odnaleźć teksty, które spełniały funkcje ideowo-polityczne. Popularność czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych znacznie rosła w okresach różnorodnych przesileń politycznych, które niemal immanentnie wpisane były w system polityczny PRL. Czasopisma stawały się doskonałym forum artykułowania różnorodnych opinii i ocen, kreowania nowych rozwiązań, środkiem faktycznego kształtowania opinii publicznej”. Z kolei pod koniec rozdziału – jakby dookreślając powyższą ocenę – Autor nieco inaczej rozumie specyfikę omawianych periodyków i jest znacznie ostrożniejszy w ocenie ich społecznej roli; stwierdza bowiem: „W latach Polski Ludowej zakres oddziaływania czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych był zaskakująco duży i niemal lawinowo wzrastał w okresach licznych kryzysów społeczno-politycznych. Choć według politycznych decydentów prasa ta miała być ‘pasem transmityującym’ ideologię marksistowską do polskiej inteligencji, efekty takiej działalności były problematyczne. Można nawet stwierdzić, że im bardziej poszczególne pisma uchylały się od realizowania narzuconych zadań, tym większą cieszyły się popularnością. To z kolei powodowało ostre reakcje władz: ingerencje cenzorskie i presję wywieraną na autorów. Jeśli to nie pomagało, pisma likwidowano, zakładano na ich miejsce nowe, kierowane przez redaktorów gotowych wypełniać dyrektywy KC PZPR”.

Trudno byłoby spodziewać się, żeby panoramiczna charakterystyka bardzo licznych przecież kategorii czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych, ukazujących się w latach 1945–1989, mogła być szczegółowa i wyczerpująca (zwłaszcza że rozdział 2. ma znacznie skromniejszą objętość niż poprzedni). Wątpliwości wzbudza jednak sposób potraktowania poszczególnych pism: jednym poświęcił Autor sporo miejsca i uwagi (przeznaczając na ich charakterystykę nawet po parę akapitów), w przypadku innych – wymienił tylko tytuły. Prowadzi to do zaskakujących i niezbyt przyjemnych dysonansów; dla przykładu: dość obszerna charakterystyka „Życia Literackiego” (analiza treści, współpracownicy, nakłady itp.) sąsiaduje z rozważaniami typu: „W latach 1955–1957 pojawiło się ponadto wiele nowych regionalnych czasopism społeczno-kulturalnych, m. in.: *Jantar* w Szczecinie, *Nadodrze* w Zielonej Górze, *Przemiany* w Katowicach, *Panorama Północy* w Olsztynie, *Warmia i Mazury*, czy też *Głos Ziemi Cieszyńskiej*. W maju 1956 r. wznowiono poświęcony dramaturgii *Dialog*, reaktywowano *Projekt* i *Ruch Muzyczny*. 25 grudnia tego roku *Tygodnik Powszechny* stał się ponownie organem archidiecezji krakowskiej. Dla przeciwwagi zaś uruchomiono w początkach 1957 r. kilka pisma Ateistów i Wolnomyślicieli ze sztandarowym organem tego ruchu tygodnikiem *Argumenty*. W 1957 r. rozpoczęto też wydawanie *Orki*, przekształconej w 1961 r. w *Tygodnik Kulturalny*”. Rozumiem, że o „Życiu Literackim” wiadomo więcej (choćby z książki M. Chrzanowskiego pt. »„Życie Literackie” w latach 1951–1980«, wydanej w roku 1983) i że ogólnopolski zasięg tygodnika (nie wymieniając innych, równie ważnych motywów) skłania do tego, by powiedzieć o nim więcej, ale inne tytuły – choćby „Warmia i Mazury”, nie zasłu-

gują jednak na to, by traktować je aż tak zdawkowo. A już zupełnie nie rozumiem, dlaczego do pism regionalnych zostały zaliczone takie jak „Dialog”, „Projekt” czy „Ruch Muzyczny”?

Drugą, znacznie obszerniejszą część omawianej książki tworzy pięć rozdziałów, w których zostały kolejno przedstawione trzy periodyki społeczno-kulturalne: „Nowa Kultura”, „Przegląd Kulturalny” i „Kultura”, a następnie dwa tygodniki społeczno-polityczne: „Po prostu” i „Polityka”. Rozdział poświęcony „Polityce” jest zresztą najobszerniejszy (pewnie dlatego, że o tym tygodniku napisano do tej pory najwięcej).

Wprawdzie nie zamierzam oceniać ani kryteriów wyboru czasopism, ani przygotowanego na tej podstawie zestawu tytułów, ale o jednej wątpliwości pozwolę sobie wspomnieć; chodzi o mi to, czy częstotliwość ukazywania się pisma (w tym przypadku są to tygodniki), a więc kryterium typowo formalne, stanowi wystarczającą podstawę do doboru pism w przypadku, gdy – o czym Autor pisze w zakończeniu – chodzi o poznanie społecznych konsekwencji oddziaływania określonego typu periodyków („na łamach czasopism społeczno-kulturalnych i społeczno-politycznych odnajdziemy niemal wszystkie ważne dyskusje literackie epoki PRL. Podobnie rzecz się miała z liryką, plastyką, muzyką i wieloma innymi dziedzinami zwyczajowo zaliczanymi do sfery kultury. Prasa ta była ponadto kroniką polskiego życia kulturalnego i politycznego”). No właśnie, skoro „czasopisma” – to dlaczego tylko tygodniki?

Prezentacja wybranych czasopism odbywa się, mówiąc potocznie, wedle wspólnego mianownika. Autor wskazuje na to we wstępie, stwierdzając: „Analiza tych czasopism sprowadzona została przede wszystkim do poszukiwania metod, za pomocą których polityczny dysponent wpływał na ich profil i zawartość. Interesowały mnie meandry polityki kadrowej, mechanizmy podejmowania redakcyjnych decyzji, sposoby odczytania prasy zarówno przez gremia, do których potencjalnie była kierowana, jak też przez jej politycznych nadzorców. Wychodziłem bowiem z założenia, że – zgodnie z dominującą w owym czasie teorią – dogłębna analiza zawartości prasy siłą rzeczy musi być zepchnięta na plan dalszy, a treścią mojej książki będzie przede wszystkim zależność kultury od polityki, co odzwierciedlały analizowane czasopisma”. To prawda, że Autorowi wolno przyjąć taki punkt widzenia, jaki uznaje za optymalny. Ale konsekwencją sprowadzenia analizy do takiego „wspólnego mianownika” jest – tego dowodzi nawet powierzchowna lektura książki – przygotowanie obrazu dość szczegółowego wprawdzie, ale jednostronnego. Nie powiem, że to obraz nieciekawym, ale na pewno zbyt monotony.

MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI

Małgorzata Marcjanik

Polska grzeczność językowa

Polish language courteousness

Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej
Kielce 2002, 285 s.

Nakładem Wydawnictwa Akademii Świętokrzyskiej ukazała się książka prof. Małgorzaty Marcjanik pt. *Polska grzeczność językowa*. Sięgając po tę pozycję obawiałem się, że będzie to kolejna książka omawiająca wyłącznie elementarne zagadnienia niezwykle popularnego w Polsce językowego *savoir-vivre*'u. Jednak po dokładnym zapoznaniu się z jej treścią okazało się, że obawa ta była nieuzasadniona. Śmiało bowiem można stwierdzić, iż celem autorki było przede wszystkim wykazanie, że polska grzeczność językowa jest rodzajem gry społecznie akceptowanej, mającej oparcie w tradycji obyczajowej, oraz gry zaspokajającej podstawowe potrzeby psychiczne człowieka. Z tego powodu we wstępnym opisie, jak i w całościowej klasyfikacji materiału badawczego uwzględniony został aspekt socjologiczny, co widoczne jest szczególnie przy przedstawianiu przez autorkę ograniczeń dotyczących używania określonych aktów grzecznościowych przez partnerów w poszczególnych typach kontaktu.

Książka składa się z piętnastu rozdziałów merytorycznych, w których zostały omówione najważniejsze zasady owej grzecznościowej gry realizowanej w potocznym

języku. Autorka podejmuje w nich próbę kompleksowego opisania zagadnień związanych z polską grzecznością językową, dotykając przy tym takich najbardziej podstawowych zagadnień jak: powitanie, przedstawianie się, życzenia, gratulacje, wyrazy współczucia, częstowanie, zaproszenie, deklaracja pomocy, dodatnie wartościowanie partnera, przejście na ty, toast, prośba, podziękowanie, przeproszenie czy pożegnanie. W każdym z tych rozdziałów autorka wyczerpująco prezentuje główne aspekty poszczególnych „grzeczności językowych”, nie zapominając o wnikliwej analizie zachowań pozawerbalnych, zróżnicowanych ze względu na stopień zażyłości łączącej uczestników „owej wymiany grzeczności”, czy też ze względu na jej miejsce i obecność świadków kontaktu. Wszystkie tego rodzaju rozważania zostały poparte niezwykle bogatym materiałem badawczym w liczbie blisko 15 000 aktów grzeczności językowej, pochodzących z wypowiedzi ustnych Polaków z lat 70., 80. i 90. XX oraz początku XXI wieku.

Mimo że materiał językowy zbierany był w różnych środowiskach, m.in. wśród młodzieży szkolnej oraz studenckiej, w środowisku robotniczym wielkomiejskim, wśród ludności rolniczej i rolniczo-robotniczej, to akty grzeczności nie wykazują takiego zróżnicowania, zwłaszcza leksykalnego, na jakie wskazuje klasyfikacja języka narodowego. Na tej podstawie autorka wysuwa ważki wnioski, iż polskie językowe zachowania grzecznościowe, zarówno ze względu na funkcje komunikacyjne, jak i formy językowe, nie są w zasadniczy sposób zróżnicowane środowiskowo. Zdaniem Małgorzaty Marcjanik, takim czynnikiem różnicującym formy jest przede wszystkim typ kontaktu między rozmówcami, na który to kontakt niebagatelny wpływ ma konkretna sytuacja.

Niezwykle wartościowym aspektem publikacji są sformułowane przez jej autorkę zasady grzeczności językowej, które charakteryzują się różnym stopniem ogólności. Im zasada jest bardziej ogólna, tym częściej jest przestrzegana, tzn. dotyczy większej liczby grzecznościowych funkcji komunikacyjnych. Natomiast zasady bardziej szczegółowe odnoszą się do wybranych funkcji komunikacyjnych o treści węższej, czyli ściśle określonej. Zgodnie z powyższym, autorka książki wyróżnia trzy podstawowe zasady grzeczności językowej, tj. *symetryczność zachowań grzecznościowych*, *solidarność z partnerem* oraz *bycie podwładnym*. Pierwsza z nich dotyczy wszystkich zachowań grzecznościowych, ponieważ zmuszają one partnera „aktu grzecznościowego” do zajęcia stanowiska, to znaczy do odwzajemnienia zachowania zgodnie z obowiązującymi normami grzecznościowymi. W zależności więc od szczegółowych funkcji komunikacyjnych zasada symetryczności nakazuje, na przykład, adresatowi aktu powitania zareagować także aktem powitania, a adresatowi aktu gratulacji – aktem podziękowania.

Druga zasada, zwana zasadą *solidarności z partnerem*, będąca – jak to określa autorka – „z pogranicza grzeczności i moralności”, sprowadza się do współodczuwania i współdziałania z partnerem rozmowy. Realizowana jest przeważnie w obrębie takich grzecznościowych funkcji komunikacyjnych jak gratulacje, wyrazy współczucia,

zaproszenia, częstowanie, deklaracje pomocy, deklaracje podległości czy pozdrowienia. Wszystkie te akty grzecznościowe świadczą o postawie empatii mówiącego, który w zależności od treści aktu komunikacyjnego pragnie przekazać, iż cieszy się lub smuci razem z partnerem, że chce z nim przebywać, że chce spełniać jego potrzeby, że chce mu pomóc lub że myśli mimo oddalenia.

Trzecia z zasad grzecznościowej gry językowej, nazwana przez Małgorzatę Marcjanik *bycie podwładnym*, należy do najbardziej złożonych: autorka wyodrębnia aż cztery jej warianty. Jednym z nich jest zasada umniejszania własnej wartości, która na podstawie przedstawionego w książce materiału wyraźnie pokazuje, iż „grzecznemu” Polakowi wręcz nie wypada zgodzić się z pozytywną opinią na jego temat lub na temat przedmiotów przez niego posiadanych, a wypowiedaną przez partnera rozmowy.

Pewnym wariantem omawianej zasady jest zasada pomniejszania własnych zasług. Stosowana jest głównie wtedy, gdy przedmiotem wartościowania są umiejętności partnera czy też ich wytwory.

Kolejnym wariantem zasady *bycia podwładnym* jest, zdaniem autorki książki, zasada bagatelizowania przewinienia partnera, która dochodzi głównie do głosu przy replikowaniu aktów przeproszeń. Innymi słowy, oznacza ona, że Polakowi z reguły nie wypada powiedzieć wprost, że na przykład miał dość czekania na spóźnionego partnera, czy że szkoda mu stłuczonej przez partnera ulubionej filiżanki. Odwrotnością owej zasady jest z kolei wyolbrzymianie winy przez mówiącego, co zgodnie z polską grzecznością językową sprowadza się do tego, że chętnie przypisuje się winę samemu sobie albo mówi się o własnej winie w sposób przesadny. Dzieje się tak zazwyczaj w sytuacjach wymagających przeproszenia.

Warto także zwrócić uwagę, iż wyodrębnione przez Małgorzatę Marcjanik zasady polskiej grzeczności językowej jeszcze z jednego powodu są interesujące i niezwykle poznawcze. Dzięki nim można skonstruować ogólny model „grzecznego Polaka” początku XXI wieku. Jak pisze autorka, *jest to osoba, która swoim zachowaniem daje partnerowi do zrozumienia, że jest dla niej osobą ważną. Partner jest także osobą godną podziwu, dla której to osoba stosująca akty grzecznościowe jest w stanie wiele zrobić, wiele wybaczyć czy choćby chętnie przebywać w jej towarzystwie*. Ponadto, według tych reguł „greczny Polak” choć pragnie być samowystarczalny, często zmuszony jest prosić o pomoc, co jednak czyni w sposób delikatny, przeprasząc jednocześnie za sprawiany kłopot.

Poradniki językowe, tak jak poradniki dobrego wychowania, zawsze cieszyły się w Polsce powodzeniem. To zainteresowanie Polaków poprawnym posługiwaniem się językiem ojczystym, bardzo chwalebne skądinąd, niestety nie oznacza, że mówimy coraz lepiej i coraz piękniej. Ze smutkiem musimy stwierdzić, że jest dokładnie odwrotnie. Dlatego przyjemnie jest brać do ręki każdą nową książkę pochylającą się nad problematyką lingwistyczną. Szczególnie zaś miło jest czytać tego rodzaju pozycję, która zaadresowana jest nie tylko do językoznawców, ale także do wszystkich innych użytkowników polszczyzny szukających czegoś nowego i godnego uwagi.

Polska grzeczność językowa profesor Małgorzaty Marcjanik uwzględnia właśnie potrzeby różnych grup odbiorców. Jeżeli dodać do tego lekki i przystępny styl oraz poczucie humoru, o czym przekonuje nas na niemalże każdej stronie zamieszczony materiał badawczy, możemy chyba my, czytelnicy, mówić o pełni szczęścia, a autorka o sukcesie.

NASI AUTORZY:

- JAKUB BECELA – mgr, absolwent Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- GRZEGORZ DĄBKOWSKI – dr hab., językoznawca, profesor w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- AGNIESZKA DMOWSKA – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- MICHAŁ GAJLEWICZ – dr hab, medioznawca, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- WŁODZIMIERZ GOGOŁEK – inż. dr hab. w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego specjalista w zakresie technologii informacyjnych
- WŁODZIMIERZ GRUSZCZYŃSKI – dr hab. prof. w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Retoryki i Języka
- ELŻBIETA KOSSEWSKA – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- TADEUSZ KOWALSKI – dr hab. specjalista w zakresie ekonomii mediów, pracownik naukowy w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- INGA OLEKSIUK – dr, absolwentka studium doktoranckiego Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego
- WIESŁAW SONCZYK – dr hab., specjalista w zakresie polskiego systemu prasowego, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI – dr, specjalista w zakresie polskiego systemu prasowego, publicysta
- MONIKA WORSOWICZ – doktorantka w Zakładzie Dydaktyki Języka i Literatury Polskiej Uniwersytetu Łódzkiego

OD REDAKCJI

Redakcja kwartalnika „Studia Medioznawcze” zamieszcza artykuły i rozprawy z zakresu medioznawstwa lub takie, które są silnie związane z mediami i społecznymi konsekwencjami ich działalności. Mogą to być materiały źródłowe, wyniki badań empirycznych, rozważania o charakterze teoretycznym itp. Od autorów wymaga się precyzyjnego określenia tematu, krytycznego odniesienia się do literatury przedmiotu oraz przedstawienia syntetycznych wniosków. Teksty powinny cechować się zwięzłością, poprawnością językowo-stylistyczną, spójnością i wewnętrzną logiką. Ich objętość nie powinna przekraczać 1 a. a.

Redakcja zamieszcza również recenzje publikacji poświęconych mediom. Od autorów wymaga się, by nie tylko przedstawili książkę (jej treść, konstrukcję, metodologiczne podejście autora, główne tezy), ale także jednoznacznie wyrazili swoją opinię. Wskazane jest także odniesienie się autora recenzji do literatury przedmiotu, z zakresu którego pochodzi recenzowana praca, by w ten sposób dokonać oceny wkładu autora recenzowanej pracy w rozwój medioznawstwa. Objętość recenzji – do 0,5 a. a.

W „Studiach Medioznawczych” drukowane są również sprawozdania z konferencji, zjazdów, sympozjów itp., jeśli tylko ich tematyka dotyczy problemów funkcjonowania współczesnych mediów. W sprawozdaniu należy podać temat konferencji, jej organizatorów i patronów, miejsce i czas trwania oraz listę referentów i ewentualnie innych osób uczestniczących (np. ważniejszych gości). Sprawozdanie powinno zawierać omówienie treści jeśli nie wszystkich, to przynajmniej ważniejszych referatów, a także główne wątki i wnioski z dyskusji. Prosimy również o załączenie wykazu wygłoszonych referatów z nazwiskami ich autorów. Objętość – do 0,5 a. a.

Artykuły powinny być dostarczone do redakcji w 1 egzemplarzu wraz z dyskietką. Do tekstu należy dołączyć krótkie (ok. 0,5 strony) streszczenie w języku angielskim i polskim oraz słowa kluczowe (key words).

Dodatkowo autor powinien podać informacje o miejscu zamieszkania, nr PESEL i NIP, adres Urzędu Skarbowego (można podać także numer 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.

Instytut Dziennikarstwa UW – największa w Polsce placówka kształcąca blisko 1700 słuchaczy na sześciu typach studiów w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej:

- Magisterskie Dienne Studium Dziennikarstwa
- Magisterskie Wieczorowe Studium Dziennikarstwa
- Magisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa
- Magisterskie Uzupełniające Studium Dziennikarstwa
- Pomagisterskie Dienne Studium Dziennikarstwa
- Pomagisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa

W Instytucie Dziennikarstwa prowadzone są badania różnych aspektów działalności mediów i systemów masowego komunikowania. Główne kierunki badań obejmują prawo prasowe i autorskie Polski oraz innych państw, ewolucję i przemiany polskiego systemu informacji masowej, zagadnienia reklamy i *public relations* – nowych na polskim gruncie form komunikowania, zagraniczne systemy masowej informacji, teorię komunikowania w Polsce i za granicą, historię polskich środków masowego przekazu, ekonomikę mediów oraz język masowego komunikowania i środków przekazu.

Instytut Dziennikarstwa umożliwia studentom pogłębianie praktycznych umiejętności w ramach specjalizacji:

- prasowej
- radiowej
- telewizyjnej
- agencyjnej
- marketingu medialnego i PR
- dziennikarstwa online.

Nasz adres:
00-046 Warszawa
ul. Nowy Świat 69
tel./fax (48-22) 826-93-66
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl

The Institute of Journalism of Warsaw University is the largest centre which offers professional education to over 1700 students. Its six different courses of studies in journalism and mass communication include:

- Full-time (5 years) graduate studies in journalism
- Evening graduate studies in journalism
- Extra-mural graduate studies in journalism
- Complementary graduate studies in journalism
- Full-time postgraduate studies in journalism
- Extra-mural postgraduate studies in journalism.

Research activities cover various aspects of the media and the systems of mass communication. The main areas of research concern: the press and copyright law in Poland and other countries, the evolution of the Polish system of mass information, advertising and public relations, foreign systems of mass information, the theory of communication in Poland and elsewhere, the history of Polish mass media, the evolution of media, the language of mass communication and the media.

The Institute allows for the development of practical skills within the following areas:

- press
- radio
- television
- press agencies
- medial marketing and PR
- online journalism.

Our address is:
00-046 Warszawa
Nowy Świat 69
Tel./fax: (48-22) 826-93-66
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl

W numerze piszą między innymi:

Dr hab. MICHAŁ GAJLEWICZ

Internet a globalizacja

Dr hab. TADEUSZ KOWALSKI

Wprowadzenie do analizy struktury przemysłu nowych mediów

Inż. dr hab. WŁODZIMIERZ GOGOŁEK

Media online

Prof. dr hab. GRZEGORZ DĄBKOWSKI

Polskie słowniki w Internecie

Prof. dr hab. WŁODZIMIERZ GRUSZCZYŃSKI

Polszczyzna na czatach