

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

The Institute of Journalism Instytut Dziennikarstwa
of Warsaw University Uniwersytetu Warszawskiego

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

Vol. 2 (17) 2004 Nr 2 (17) 2004

Warsaw 2004 Warszawa 2004

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), Marcei Kosman (Poznań), Włodzimierz Mich (Lublin), Bogdan Michalski (Warszawa), Beata Ociepka (Wrocław), Jerzy Olędzki (Warszawa), Wiktor Pepliński (Gdańsk), Walery Pisarek (Kraków), Teresa Sasińska-Klas (Kraków), Tadeusz Skoczek (Warszawa), Jacek Sobczak (Poznań), Wiesław Sonczyk (Warszawa), Andrzej Staniszewski (Olsztyn), Wiesław Władyka (Warszawa)

Redaktor naczelny:

Janusz Adamowski

Zastępca redaktora naczelnego:

Marek Jabłonowski

Sekretarz:

Elżbieta Kossewska

Stali współpracownicy:

Marta Kiełdanowicz (Wrocław), Agnieszka Dmowska (Warszawa), Krzysztof Kornacki (Gdańsk), Lidia Pokrzycka (Lublin), Anna Przybylska (Warszawa), 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:

Maria Lewandowska

© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2004

ISSN 1641-0920

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

Nakład 350 egz.

Sprzedaż wysyłkową prowadzi

GŁÓWNA KSIĘGARNIA NAUKOWA IM. B. PRUSA
00-068 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 7
tel. (022) 826 18 35, fax 827 64 79, e-mail: gkn@gkn-prus.com.pl

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

SPIS TREŚCI

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

WIESŁAW SONCZYK	„Fakt” – nowy dziennik na polskim rynku prasowym	11
MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI	Przyszłość mediów elektronicznych – dlaczego cyfrowa?	26
MAŁGORZATA GRUCHOŁA	Ochrona dzieci i młodzieży przez prawo medialne V Republiki Francuskiej	38
ARTUR ANDRYSIAK	Plemienny bęben McLuhana. O radiowej pułapce zastuchania	54
ARTUR TRUDZIK	Eksploracja i wykorzystywanie Internetu przez współczesny ruch anarchistyczny w Polsce	63
MICHAŁ ZAREMBA	Prawne granice demagogii dziennikarskiej (uwagi na tle wyroku Sądu Najwyższego z 27 lutego 2003 r.)	88
MARTA JAS	Prasa mniejszości niemieckiej w Polsce w latach 1945–1989	101

SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

BARBARA PIKIEWICZ	Sprawozdanie z sesji naukowej Towarzystwa Naukowego Płockiego „Mazowieckie media lokalne i regionalne”, Płock 18–19 grudnia 2003 r.	116
-------------------	---	-----

RECENZJE I NOTY RECENZYJNE

WIESŁAW WŁADYKA	Przepraszamy za usterki... Andrzej Koziel <i>Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952–1989</i>	125
MAGDALENA ZDROWICKA	<i>Za chwilę dalszy ciąg programu...</i> Andrzej Koziel <i>Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952–1989</i>	129
WIESŁAW SONCZYK	Kompendium bibliograficzne prasy lwowskiej 1864–1918 Jerzy Jarowiecki <i>Prasa lwowska w latach 1864–1918. Bibliografia</i>	132
MARTA KIEŁDANOWICZ	Adam Figiel <i>Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne</i>	138
MICHAŁ ZAREMBA	Jacek Sadowski <i>Naruszenie dóbr osobistych przez media. Analiza praktyki sądowej</i>	141

CONTENTS

PAPERS AND DOCUMENTS

WIESŁAW SONCZYK	"Fakt" – a new daily on the Polish press market	11
MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI	The Future of the Electronic Media – Why Digital?	26
MAŁGORZATA GRUCHOŁA	Protection of children and youth by the medial law of the Fifth Republic	38
ARTUR ANDRYSIAK	McLuhan's tribal drum. On the ensnarement of a rapt audience	54
ARTUR TRUDZIK	Exploration and use of the internet by the contemporary anarchistic movement in Poland	63
MICHAŁ ZAREMBA	The legal limits of journalistic demagogy. (In connection with the decision issued by the Supreme Court on 27 Feb. 2003)	88
MARTA JAS	The press of the German community in Poland in the years 1945–1989	101

REPORTS AND INFORMATION

BARBARA PIKIEWICZ	Proceedings of the Symposium of the Scientific Society of Płock "The Mazovian media – local and regional", Płock 18–19 December 2003	116
-------------------	--	-----

REVIEWS

WIESŁAW WŁADYKA	Normal service will be resumed as soon as possible... Andrzej Koziel <i>The programme will continue in a moment... Four decades of Polish Television 1952–1989</i>	125
MAGDALENA ZDROWICKA	<i>The programme will continue in a moment...</i> Andrzej Koziel <i>The programme will continue in a moment... Four decades of Polish Television 1952–1989</i>	129
WIESŁAW SONCZYK	<i>Bibliographic compendium of the Lwów press 1846–1918</i> Jerzy Jarowiecki <i>The Lwów press in the years 1864–1918. A bibliography</i>	132
MARTA KIEŁDANOWICZ	Adam Figiel <i>Consumer's ethnocentrism. National or foreign products</i>	138
MICHAŁ ZAREMBA	Jacek Sadowski <i>Infringement of personal rights by the media. Analysis of court practice</i>	141

PAPERS AND DOCUMENTS | ARTYKUŁY I MATERIAŁY

WIESŁAW SONCZYK

"Fakt" – a new daily
on the Polish press
market.

„Fakt” – nowy
dziennik na polskim
rynku prasowym

KEY WORDS

Press, daily newspapers, Polish media system

SŁOWA KLUCZOWE

Prasa, dzienniki, polski system medialny

ABSTRACT

In October 2003 the new national daily "Fakt" came out, arousing considerable interest in the media. By means of media theory analysis, the author of this article tries to establish the place of the daily on the Polish press market. He enumerates the key factors which might be decisive for the future of "Fakt" and points out its main competitors: "Super Express", another national daily, and also some local tabloids, very popular in their regions. The author is sceptical of the paper's popularity in the first weeks, indicated by circulation figures, as probably resulting from the low price per copy and the intensive advertising campaign launched by the publisher.

STRESZCZENIE

W październiku 2003 r. ukazał się nowy dziennik ogólnopolski „Fakt”. Wydarzenie to stało się powodem dużego zainteresowania mediów. Autor artykułu – wykorzystując narzędzia analizy medioznawczej – próbuje określić miejsce tego dziennika na polskim rynku prasowym. Wskazuje też kilka ważniejszych czynników, które zadecydują o przyszłości „Faktu”. Zwraca uwagę, że jego bezpośrednim konkurentem jest nie tylko „Super Express”, ale również kilka cieszących się dużą popularnością dzienników regionalnych, mających obecnie charakter tabloidów. Autor sceptycznie odnosi się do widocznej w pierwszych tygodniach popularności „Faktu” – o czym świadczy wysoki wskaźnik sprzedaży – traktując to raczej jako rezultat niskiej ceny egzemplarza oraz intensywnych działań reklamowo-promocyjnych podejmowanych przez wydawcę.

Dnia 22 października 2003 r. na rynku prasowym ukazał się nowy dziennik o zasięgu ogólnokrajowym – „Fakt”. Wydarzenie to spotkało się z ogromnym zainteresowaniem mediów, znacznie większym od tego, jakie wcześniej, tj. po roku 1990, wywoływało ukazanie się jakiegokolwiek dziennika¹. Co więcej, pojawiła się opinia, że jest to symboliczny początek nowego etapu transformacji polskiej prasy codziennej. Warto dodać, że tym razem zainteresowanie dotyczyło nie tylko przyczyn i okoliczności powstania dziennika (co oczywiste), wpływu tego faktu na losy i pozycję rynkową konkurencyjnych tytułów (co zrozumiałe), ale także konsekwencji społecznych wejścia na rynek tego pisma, postrzeganego – przynajmniej przez niektórych publicystów i obserwatorów rynku medialnego – jako produkt zupełnie nowy pod względem jakościowym.

Czym to wzmożone zainteresowanie można racjonalnie wytłumaczyć? Spośród wielu czynników przynajmniej cztery wydają się szczególnie istotne. Po pierwsze, uruchomienie nowego dziennika było od wielu miesięcy zapowiadane, przy czym zarówno jego tytuł jak i podstawowe informacje dotyczące formuły wydawniczej były skrętnie skrywane, co powodowało nerwowe reakcje ze strony potencjalnie konkurencyjnych redakcji. Atmosferę wokół tytułu dodatkowo podgrzewało to, że jego start parokrotnie przesuwano w czasie, oficjalnie dlatego, by lepiej rozeznaczyć potrzeby grupy docelowej, zoptymalizować pracę redakcji i opracować szczegółowy biznesplan². Taka – być może realizowana świadomie – taktyka wydawcy spowodowała wręcz lawinę podejrzeń i plotek (m.in. o tym, komu nowe pismo odbierze czyteln-

¹ Porównywalne zainteresowanie społeczne towarzyszyło chyba tylko powstaniu, istniejącej od 8 maja 1989 r., „Gazety Wyborczej”, ale okoliczności utworzenia tego dziennika były zupełnie wyjątkowe, przede wszystkim – polityczne.

² Co pewien czas ukazywały się informacje o rychłym debiucie nowego dziennika, których źródłem były przeważnie pisma zachodnie, m.in. „Financial Times Deutschland” (por.: „Rzeczpospolita” 2003, nr 216 (16 września)).

ków), wywołując przy okazji rozmaite opinie kilku wydawnictw oraz nerwowe zapowiedzi kontrposunięć z ich strony. Najbardziej aktywni, co rozumiałe, byli wydawcy „Super Expressu” i „Gazety Wyborczej”, widząc w projekcie Axel Springer Polska groźnego i bezpośredniego konkurenta.

Po drugie, zapowiedź uruchomienia nowego dziennika ogólnopolskiego była o tyle zaskakująca, że burzyła stabilny od dłuższego czasu obraz sytuacji w tej grupie typologicznej, która była bowiem postrzegana – na co warto zwrócić uwagę – jako względnie trwała i wewnętrznie uporządkowana, choćby dlatego, że od wejścia na rynek prasowy „Naszego Dziennika” (29 stycznia 1998 r.) nie powstał żaden nowy dziennik o zasięgu ogólnokrajowym (jeśli nie liczyć tygodnika „Gazeta Prawna”, od października 2001 r. przekształconego w dziennik). Co więcej, opinia publiczna i sami wydawcy prasy przyzwyczaili się, a może nawet pogodzili z poglądem, że dzienników ogólnokrajowych jest zbyt wiele (biorąc pod uwagę systematycznie zmniejszający się popyt i głębokość rynku reklamowego) i że raczej będzie ich ubywać (co dodatkowo potwierdzały spektakularne likwidacje i upadki – m.in. „Expressu Wieczorne-go”, „Prawa i Gospodarki” oraz „Życia”³).

Po trzecie, zapowiedź uruchomienia nowego dziennika przedstawił znany i silny finansowo niemiecki koncern prasowy, od kilku lat obecny w Polsce, który odnotował na swym koncie spektakularny i niekwestionowany sukces: wprowadził i utrzymał na rynku nowy tygodnik opiniotwórczy „Newsweek Polska”, tym samym skutecznie rywalizując z dwoma dotychczasowymi „rekinami” w grupie prasy opinii („Polityka” i „Wprost”), którym odebrał sporo czytelników⁴. Co więcej, uruchomienie „Faktu” postrzegano jako element składowy nowej strategii międzynarodowej koncernu Axel Springer AG wobec krajów Europy Środkowej i Wschodniej⁵. Warto w tym momencie przypomnieć, że do tej pory koncern był właścicielem 29 tytułów na Węgrzech, 15 w Polsce oraz 9 w Czechach i snuł plany uruchomienia w ciągu dwóch lat kilku pism w Rosji⁶. Miałby to być skuteczny sposób zrekompensowania malejących dochodów z reklam, uzyskiwanych na rynku niemieckim. Należy dodać, że z pism wy-

³ Artykuł był pisany w czasie, gdy w prasie ukazywały się zapowiedzi wznowienia wydawania „Życia”. Jak wiadomo, pierwszy numer „nowego” „Życia” ukazał się 15 stycznia 2004 r. Wydawcą pisma jest Dom Wydawniczy Życie sp. z o.o., której wyłącznym właścicielem (100 proc. udziałów) jest brytyjska spółka AIB Investments Ltd.

⁴ W połowie 2003 r. „Newsweek Polska” zajmował 9. miejsce na liście najbardziej poczytnych tygodników, mając wskaźnik zasięgu społecznego minimalnie gorszy niż „Wprost” (odpowiednio: 8, 44 proc. i 8, 99 proc.), natomiast zdecydowanie wyprzedzając „Politykę” (6,29 proc.).

⁵ Można powiedzieć, że Axel Springer AG zachowuje się niekonwencjonalnie, przyjmując inną niż pozostałe koncerny niemieckie taktkę działania w Polsce – zamiast przejmować (wykupywać) już istniejące pisma, wprowadza nowe tytuły (por.: *Łatwiej przejmować niż wprowadzać nowe tytuły. Z Witoldem Woźniakiem, prezesem Wydawnictwa H. Bauer rozmawiała Anita Błaszczak*, „Rzeczpospolita” 2002, nr 13 (16 stycznia)).

⁶ Por.: *Springer wchodzi do Rosji*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 225 (26 września). O obecności niemieckich koncernów prasowych w krajach Europy Środkowej i Wschodniej pisał m.in. S. Sieradzki, *Niemiecka prasa. Polska stała się już niemiecką kolonią medialną*, „Wprost” 2003, nr 43.

dawanych za granicą pochodzi obecnie zaledwie około 17 proc. obrotów Axel Springer AG (dla porównania: w koncernie Gruner+Jahr jest to 62 proc.), a kierownictwo firmy zamierza zwiększyć ten wskaźnik do 30 proc. w ciągu najbliższych pięciu lat⁷.

Po czwarte wreszcie, wydawca zbulwersował opinię publiczną i zaniepokoił potencjalnych konkurentów zapowiedzią, że jego produkt będzie z założenia typowym tabloidem, przy redagowaniu którego zostaną wykorzystane doświadczenia zdobyte przy wydawaniu „Bilda”⁸. Pojawiły się obawy, że rozpocznie się zażarta wojna przynajmniej między dwoma tytułami – „Super Expressem” (określanym jako pierwszy polski tabloid po roku 1990) i „Faktem”, której konsekwencje obejmą także inne dzienniki, wpływając negatywnie na ich poziom merytoryczny. Bodaj najbardziej ponury scenariusz przedstawił Maciej Łętowski, stwierdzając m.in.: „Wojna tabloidów między sobą i brukowców z gazetami zmusi gazety do obrony. Od jesieni [1993 r. – WS] na rynku prasowym wydarzy się to, co wcześniej stało się na rynku radiowym. Pojawienie się stacji komercyjnych zmusiło radio publiczne do obniżenia standardów, przede wszystkim w *prime time*. Słuchacze – mając do wyboru na jednej antenie godzinne słuchowisko i rewię francuskiej piosenki, a na drugiej hity amerykańskiej popkultury oraz konkurs nagrodzony wycieczką do Paryża – poszli za swymi gustami.

Podobny efekt dla gazet mieć może pojawienie się tabloidów. Gazety, walcząc o przetrwanie, zaczną naśladować prasę brukową. Wzorce i standardy mogą wyznaczać tabloidy. Pozytywne skutki tego wyścigu dla prasy będą skromne, gdyż kopia zawsze jest gorsza od oryginału. Ale dla czytelników straty mogą być duże”⁹.

W moim przekonaniu, porównywanie procesów zachodzących w radiofonii z tymi, którym – w warunkach wolnego rynku – podlega prasa codzienna, nie jest do końca uzasadnione. Co więcej, zbyt pochopna jest teza o tym, że tabloidy zaczną wyznaczać warsztatowe standardy prasy codziennej, aczkolwiek – i w tym względzie zgadzam się z M. Łętowskim – na pewno sprzyjać będą dalszej komercjalizacji treści dzienników (zwłaszcza tych, które z założenia mają uniwersalny profil tematyczny i adresowane są do nieograniczonego kręgu odbiorców). Nie ma natomiast żadnych racjonalnych powodów do twierdzenia, że obejmie ona również dzienniki specjalistyczne (np. „Przegląd Sportowy”, „Puls Biznesu”, „Gazetę Prawną” itp.).

⁷ Por.: Axel Springer: *szybciej na wschód*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 284 (6–7 grudnia).

⁸ Wydawany od 1952 r. „Bild” jest wielkonakładowym (nakład jednorazowy sięga obecnie 4,3 mln egz.) tzw. dziennikiem bulwarowym, znanym z opisywania rozmaitych skandali, sensacji itp. Należy jednak dodać, że przedstawiciele wydawcy „Faktu” (m.in. Wiesław Podkański, prezes Axel Springer Polska) podkreślali, iż „[...] polski tabloid nie będzie kopią ‘Bilda’”. – To nie jest produkt licencyjny. Podpatrzyliśmy pewne pomysły ‘Bilda’, ale to nasz samodzielny produkt” (por.: A. Błaszczak, *Springer stawia na „Fakt”*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 239 (13 października)).

⁹ M. Łętowski, *Bezcenny dreszczyk emocji*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 198 (26 sierpnia).

„Fakt” – szanse i bariery rozwoju

Gdy tylko Axel Springer Polska ogłosił zamiar uruchomienia nowego dziennika, niemal natychmiast pojawiły się głosy, że wydawanie „Faktu” obciążone jest ogromnym ryzykiem, ponieważ w Polsce może się powtórzyć niekorzystna dla wydawcy sytuacja, która powstała na początku lat 90. w Hiszpanii, gdy już po kilku miesiącach trzeba było zaprzestać wydawania dziennika bulwarowego „Claro”. Jednak kompetentni przedstawiciele kierownictwa Axel Springer AG stanowczo dementowali nie tylko wszelkie przypuszczenia tego typu, ale i uznawali takie porównania za nieuzasadnione. „Jesteśmy przekonani – stwierdził Andreas Wiele, członek zarządu Axel Springer AG ds. czasopism i spraw międzynarodowych, w wypowiedzi dla „Rzeczpospolitej” – że w Polsce odniesiemy sukces [...]. Sądzę też, iż między naszą ówczesną sytuacją w Hiszpanii a obecną w Polsce są znaczące różnice. W Hiszpanii zaczęliśmy od gazety, nie mając wcześniej żadnych doświadczeń. W Polsce od prawie 10 lat mamy bardzo dobrze działającą spółkę wydawniczą, która wprowadziła na rynek z powodzeniem ponad 15 magazynów. Wykorzystaliśmy ten czas, by zbudować silny zespół redakcyjny. Mamy wiedzę o rynku i doświadczenie, świetny zespół i przygotowaliśmy gazetę odpowiednią do potrzeb polskich czytelników. To nas utwierdza w przekonaniu o sukcesie »Faktu«¹⁰.

Wymienione argumenty i atuty wydawcy bynajmniej nie są bez znaczenia. Nie ma też powodu, by wątpić w profesjonalizm działania i doświadczenia Axel Springer AG, a także Axel Springer Polska, tym bardziej, że uwiarygodnia je powodzenie m.in. „Newsweeka” czy „Profitu”. Z drugiej strony jednak nie sposób nie zauważyć, iż ogólna sytuacja prasy codziennej w Polsce, zwłaszcza tytułów o zasięgu ogólnokrajowym, pogarsza się z roku na rok (choć w różnym stopniu w odniesieniu do poszczególnych tytułów). Decydują o tym dwa czynniki: spadające wskaźniki średniej sprzedaży oraz malejący udział prasy codziennej w podziale reklamowego „tortu”. Dla przykładu: z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy wynika jednoznacznie, że po trzech kwartałach 2003 r. średnia sprzedaż „Super Expressu” zmniejszyła się o blisko 11 proc. w stosunku do roku 2002 (osiągając 271,5 tys. egz.), „Gazety Wyborczej” – 3 proc. (407,2 tys. egz.), „Trybuny” – prawie 19 proc. (29,1 tys. egz.)¹¹. Natomiast tempo kurczenia się rynku reklamowo-ogłoszeniowego ilustruje na przykład sytuacja „Gazety Wyborczej”, której przychody po trzech kwartałach 2003 roku były o 11 proc. mniejsze niż w porównywalnym okresie roku 2002. Jeśli więc nawet założyć, że nastąpi ożywienie w gospodarce i tym samym – zwiększenie budżetów rekla-

¹⁰ A. Błaszczak, *Na razie koncentrujemy się na „Fakcie”*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 248 (23 października).

¹¹ A.B., *Sprzedaż prasy wciąż spada*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 259 (6 listopada). Warto zwrócić uwagę, że spadek sprzedaży dotyczył prasy o uniwersalnym profilu tematycznym, podczas gdy w tym samym okresie sprzedaż dzienników specjalistycznych powoli, ale systematycznie wzrastała, np. „Gazety Prawnej” – o 11 proc. (do 74 tys. egz.), a „Pulsu Biznesu” – o ponad 4 proc. (do 22,7 tys. egz.).

mowych, to i tak nie należy liczyć na znaczny wzrost udziału prasy codziennej w wykorzystaniu tego strumienia gotówki (najwięcej pieniędzy z pewnością nadal przejmować będzie telewizja)¹².

W wypowiedziach właściciela „Faktu”, czyli Axel Springer Polska sp. z o.o., pojawiła się opinia, że pismo ma za zadanie wypełnić jakąś lukę, istniejącą rzekomo na rynku czytelniczym. W żadnym z wywiadów nie udało mi się jednak znaleźć konkretnej informacji, o jaką lukę chodzi i jacy czytelnicy ją stanowią. W nielicznych enuncjacjach prasowych akurat na ten temat można było przeczytać, że wydawca „Faktu” liczy, iż po pismo sięgać będą ludzie młodzi, a więc pewnie głównie tacy, dla których „Fakt” stanie się pierwszym (i od razu – ulubionym) czytowanym dziennikiem. Dodatkowo ma ich do tego zachęcać intensywna i niekonwencjonalna reklama (logo pisma na nartach Adama Małysza też?), na którą przeznaczono aż 15–20 mln euro.

Warto zwrócić uwagę, że podobnym argumentem chętnie – i często – posługują się także wydawcy innych pism (dzienników i czasopism), zwłaszcza w trakcie ich wprowadzania na rynek. Dzieje się tak m.in. dlatego, że jest to argument wygodny, ponieważ nie sposób z założenia wykluczyć, iż faktycznie w każdym momencie pojawienia się nowego tytułu istnieje jakaś grupa ludzi, którzy wcześniej nie czytali prasy w ogóle i dla których jest to pierwsze czytowane pismo. Z całą pewnością jednak nie jest to grupa liczebnie znacząca, a w konsekwencji – decydująca o wielkości kręgu jego odbiorców. W rzeczywistości bowiem jest tak, że każdy nowy tytuł – aby utrzymać się na rynku – musi odebrać czytelników innym, zwykle – z tej samej kategorii. Dotyczy to w szczególności dzienników uniwersalnych, tzn. piszących „o wszystkim” i adresowanych „do wszystkich”. Spektakularnym potwierdzeniem powyższej tezy mogą być m.in. losy „Expressu Wieczornego”, który ostatecznie przegrał rywalizację o czytelników ze swoim „dzieckiem”, czyli z „Super Expressem”. Podobna walka, wprawdzie też niewidoczna, ale równie bezlitosna, toczy się o reklamodawców i ogłoszeniodawców. Dla przykładu wystarczy przypomnieć, że „Gazeta Wyborcza”, której udział w rynku reklam i ogłoszeń w I półroczu 2003 r. szacowano na 41,2 proc. (dla porównania: „Rzeczpospolita” – 8,4 proc., „Super Express” – 8,1 proc.), odebrała ich – przynajmniej w Warszawie i na Mazowszu – przede wszystkim „Życiu Warszawy” (ale nie tylko).

Sądzę, że argumentem w postaci niszy istniejącej na rynku czytelniczym mogą się natomiast posługiwać wydawcy dzienników specjalistycznych, które dostarczają fachowej informacji i opinii, a więc zaspokajają potrzeby określonej grupy odbiorców, dającej się w miarę precyzyjnie wyodrębnić z ogółu publiczności czytelniczej (np. ze względu na zawód czy zainteresowania). Znakomicie wykorzystał to przed kilkunastu laty red. Dariusz Fikus, decydując się na gruntowną zmianę formuły wydawniczej „Rzeczpospolitej”, poprzez wprowadzenie na stałe do struktury pisma m.in. dwóch dodatków tematycznych – prawnego („Prawo co dnia”) i ekonomicznego („Ekono-

¹² Obecnie udział telewizji w rynku reklamowym wynosi – szacunkowo – blisko 70 proc.

mia i Rynek”). O słuszności tej decyzji najlepiej świadczy obecnie zarówno względnie stały wskaźnik zasięgu społecznego (około 4,5–5 proc.) jak i wysoki wskaźnik prenumeraty (około 50 proc.). Tym samym tropem podążył kilka lat później wydawca tygodnika „Gazeta Prawna”, przekształcając go w typowy dziennik niszowy (wskaźnik zasięgu w II półroczu 2003 roku – 1,46 proc.), jakich mamy obecnie na rynku prasowym kilka (m.in. „Parkiet Gazeta Giełdy”, „Puls Biznesu”, „Sport”, „Dziennik Sportowy”).

Nie ulega wątpliwości, że „Fakt” jest dziennikiem o uniwersalnej formule wydawniczej, wprawdzie adresowanym do najmniej ambitnych i wymagających czytelników, ale bez względu na płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, zawód, zainteresowania itp. (co jest zresztą immanentną cechą tabloidów). Dlatego niewiarygodne i wielce bałamutne jest tłumaczenie, kim jest potencjalny odbiorca „Faktu”, autorstwa zastępcy redaktora naczelnego, który stwierdza, że ten dziennik jest „pierwszą dużą gazetą, dla której zwykły człowiek jest obiektem programowej sympatii [...]. To zwykła gazeta zwykłych ludzi, która próbuje zaspokoić ich potrzeby w zrozumiały dla nich sposób”, podczas gdy inne pisma „nie tylko przemawiają językiem elit, one zazwyczaj przemawiają ich interesem”¹³. W powyższej deklaracji tylko określenie „obiekt programowej sympatii” nie budzi wątpliwości (choć bynajmniej nie może się podobać, skoro ma dotyczyć człowieka), pozostałe natomiast prowokują same znaki zapytania. Bo co to znaczy „pierwsza duża gazeta”? albo „gazeta zwykłych ludzi”?

Podobnie twierdził współtwórca „Super Expressu”, red. Grzegorz Lindenberg – tyle, że kilkanaście lat wcześniej – pozostawiając swoim następcom w słynnym „testamencie” konkretne wytyczne w odniesieniu do sposobu redagowania tego dziennika i napomnienia w rodzaju: „‘Super Express’ przeznaczony jest dla tzw. zwykłego człowieka. Zwykły człowiek w Polsce charakteryzuje się brakiem wyższego wykształcenia i niewielkim zainteresowaniem życiem politycznym. [...] nie ma, niestety, przeciętnego czytelnika. Robimy gazetę dla młodych i starych, kobiet i mężczyzn, robotników i gospodyń domowych. Łączy ich poziom wykształcenia, a więc możliwość recepcji tekstów. Oznacza to, że zasób pojęć, rozumienie słów obcego pochodzenia i bardziej wyrafinowanych figur stylistycznych itd. jest mniejsze niż spodziewają się dziennikarze. [...] Jesteśmy gazetą popularną, gazetą kultury masowej. Najlepiej powiedzieć o nas, że jesteśmy gazetą rozrywkową. To znaczy, że dostarczamy przede wszystkim codziennej rozrywki, pozwalamy czytelnikom na chwilę oderwać się od rzeczywistości. [...] Czytelnicy żywotnie interesują się wszystkim, co wpływa na poziom ich życia i jego warunki. Dlatego musimy skrupulatnie śledzić i odpowiednio eksponować wszystko, co dotyczy cen, płac, czynszów, prawa pracy, przepisów mieszkaniowych (np. wykupowanie mieszkań) itd. Staramy się podawać te informacje w sposób dla czytelnika zrozumiały, czyli operujemy przykładami, konkretnymi kwotami a nie procentami (albo nie tylko procentami). Wszelkimi sposobami staramy się te informacje przybli-

¹³ R. Krasowski, *Dobry smak czy kastowy interes*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 289 (12 grudnia).

żyć. [...] Z tego wyłania się charakter naszej gazety. Nie jesteśmy wprawdzie polityczni i jesteśmy gazetą rozrywkową, ale jednocześnie jesteśmy gazetą przyzwoitą, której nie trzeba się wstydzić”¹⁴.

Argumenty i sposób rozumowania Lindenerga są – przynajmniej dla mnie – zrozumiałe i logiczne, co więcej – świadczą też, że współtwórca sukcesu „Super Expressu” jako produktu rynkowego, miał precyzyjnie określoną formułę pisma, która w momencie jego pojawienia się na rynku prasowym (1991) rzeczywiście stanowiła nową jakość (choć określenia „tabloid” wtedy raczej nie używano). W tym kontekście „Fakt” nie jest niczym nowym, dokładniej – nie wnosi do sprawdzonej przez „Super Express” formuły pisma żadnego nowego elementu, którym mógłby zwrócić na siebie uwagę czytelników. Dlatego gotów jestem zgodzić się z cierpką opinią Wiesława Władyki, że „[...] jest to mieszanka populistyczna, egalitarystyczna, przesiąknięta uczuciem zawiści, pełna złych emocji. Nie może tego faktu przykryć cała ta ‘przyjacielska atmosferka’ dla szarych ludzi, to utożsamianie się z ich zmartwieniami i problemami. Widać i czuć, jak rychtuje się w redakcji te wszystkie okrzyki i żale, jak cynicznie pobudza się wściekłość i oburzenie czytelników. Tak to jest, gdy bogacz przebiera się za biednego i chce za to od niego pieniędzy”¹⁵.

W trakcie kilku pierwszych tygodni ukazywania się „Faktu” prowadziłem wśród studentów dziennikarstwa sondaż, zbierając opinie o formule tego dziennika, zwracając jednak szczególną uwagę na różnice i podobieństwa z „Super Expressem”. Uzyskane w ten sposób odpowiedzi trudno byłoby uważać za reprezentatywne i upoważniające do uogólnień, czego zresztą nawet nie próbuję sugerować, ale z pewnością dają one wiele do myślenia. Okazało się bowiem, że studenci – znający przecież podstawowe reguły warsztatu dziennikarskiego – właściwie nie dopatryli się żadnych istotnych (powtarzam: żadnych istotnych!) różnic między wymienionymi dziennikami. Łatwo więc wyobrazić sobie, jaką opinię w tej kwestii mogą mieć tzw. przeciętni czytelnicy, którzy przecież nie zwracają uwagi na rozmaite niuanse w polityce redakcyjnej obu dzienników (np. że w tekstach drukowanych na łamach „Faktu” nie ma słów i zwrotów określanych jako wulgarne). Nie sądzę, żeby tzw. przeciętny czytelnik wnikał w szczegóły typu: które pismo ma więcej ilustracji, jest bardziej aktualne, bardziej dba o szatę graficzną i układ poszczególnych kolumn itp. Wątpię także, by dla „zwykłego” czytelnika ważne było to, że – jak pisze W. Władyka w cytowanym wcześniej artykule – „Fakt’ najslabszy jest w zbieraniu właśnie faktów. Zasób nowych informacji nie dorównuje średniej krajowej, a też nie widać jakoś, by inwestowano w paparazzich, którzy na całym świecie są znakiem firmowym tabloidów. Mimo zatem tego całego zamętu i szumu, którym ‘Fakt’ epatuje, jest on – przynajmniej na

¹⁴ G. Lindenberg, *Testament prezesa, czyli jak pisać w „Super Expressie”*, „Press” 1996, nr 3. Redakcja opatrzyła tę publikację wyjaśnieniem: „Tekst wewnątrzredakcyjny, nie był przeznaczony do publikacji. Został wydrukowany za zgodą autora”.

¹⁵ W. Władyka, *Tani „Fakt”*, „Polityka” 2003, nr 46. W podobnym tonie o formule „Faktu” na łamach „Polityki” pisał wcześniej M. Janicki, *Nowy „Fakt” prasowy*, „Polityka” 2003, nr 43.

razie – dość niesprawny w zbieraniu nowych informacji i w sumie dość stylistycznie monotony, a miejscami nieporadny”.

Natomiast zarówno studenci dziennikarstwa jak i postronne osoby, które też pytałem o opinie na temat „Faktu”, zwracali uwagę na wyjątkowo niską cenę egzemplarzową (1 zł), w ich mniemaniu dumpingową i niemożliwą do utrzymania na dłuższy czas. Byli też zgodni co do tego, że jest to praktycznie jedyny atut dziennika, który w swojej grupie (tj. dzienników ogólnopolskich) jest najtańszy (także od swego bezpośredniego konkurenta). Gdyby więc założyć, iż w przyszłości taka cena została by utrzymana (co raczej nie jest możliwe, nawet jeśli wydawca jest bogaty) to można spodziewać się, że „Fakt” stanie się liderem w rankingu najlepiej sprzedających się dzienników. Mogą o tym także zdecydować i to w dużym stopniu dodatkowe przedsięwzięcia promocyjno-marketingowe (kampania reklamowa, zapowiedziana loteria dla czytelników itp.). Są to jednak działania niezwykle kosztochłonne i wiadomo, że nie mogą trwać w nieskończoność (przynajmniej gdy chodzi o ich obecną intensywność).

W tym kontekście dość zaskakujący i zarazem tajemniczy wydaje się natomiast pewien manewr zastosowany przez wydawcę „Faktu”. Chodzi o cenę wydania czwartkowego, do którego jest dołączany kolorowy dodatek telewizyjny; wydanie to miało od początku – jak zapowiadano na billboardach – kosztować 1,5 zł. Tymczasem ceny tej nie wprowadzono, utrzymując cenę wydania czwartkowego także na poziomie 1 zł, a do tego informując, jak zapowiedziało biuro prasowe Axel Springer Polska, że jest to cena promocyjna. Terminu zakończenia promocji nie podano¹⁶. Można przyjąć, że działając tak, wydawca albo zapowiedział zwiększoną o 50 proc. cenę wydania czwartkowego „na próbę” (np. jeśli inne wydania sprzedawałyby się jak przysłowiowe świeże bułeczki), albo nie chciał ryzykować utraty czytelników, którym cena 1,50 zł wydawałaby się zbyt wysoka, a na pewno – przekraczałaby cenę większości dzienników regionalnych (zwłaszcza dawnych popołudniówek, mających porównywalną formułę wydawniczą).

Osobna sprawa to nakład „Faktu”. Zapowiadany nakład jednorazowy ma wynosić 700 000 egz., a więc ma być zdecydowanie wyższy niż innych dzienników ogólnopolskich. Okazało się, że średnia sprzedaż już w pierwszym tygodniu wyniosła około 300 000 egz., podczas gdy przed debiutem wydawca zapowiadał sprzedaż na poziomie przynajmniej 200 000, planując osiągnięcie sprzedaży na poziomie średnio 300 000 egz. dziennie dopiero po trzech latach. Takie wskaźniki oceniać można – w naszych warunkach – jako nadzwyczaj optymistyczne, wręcz imponujące. Jest jednak mało prawdopodobne, aby pismo mogło je osiągnąć w normalnej dla siebie sytuacji, a więc gdy przestanie mieć cenę dumpingową, gdy sprzedaż nie będzie napędzana sztucznie (np. w okresie popularnej loterii) i gdy będzie walczyć o czytelnika treścią a nie czynnikami pozamerytorycznymi. W takiej sytuacji rynkowej „Fakt” znajdzie się pewnie dopiero za kilka miesięcy.

¹⁶ A.B., „Fakt”: czwartkowa promocja utrzymana, „Rzeczpospolita” 2003, nr 254 (30 października).

Konsekwencje wejścia „Faktu” na rynek prasowy

Jedną z pierwszych opinii związanych z konsekwencjami wejścia na rynek polskiego tabloidu, odpowiednika niemieckiego „Bilda” czy angielskiego „The Sun”, był artykuł Macieja Łętowskiego, opublikowany w „Rzeczpospolitej” mniej więcej dwa miesiące przed debiutem „Faktu”. Autor, starając się najpierw określić motywy, skłaniające Axel Springer Polska do uruchomienia nowego dziennika, z założenia mającego właśnie formułę tabloidu, stwierdza m.in.: „Póki na naszym rynku był tylko ‘Super Express’, póty nie było tematu. Temat się pojawił, gdy Axel Springer Polska zapowiedział, że pracuje nad gazetą, o której w branży się mówi, iż będzie to polski ‘Bild’. Pierwsze przymiarki prowadzone były w ubiegłym roku, a w tym roku wydawca zaczął kompletować zespół i ćwiczyć numery próbne. Nie ogłosił natomiast daty wejścia na rynek. To kwestia gotowości zespołu i wyczucia momentu. Najnowsze pogłoski mówią, że będzie to przełom jesieni i zimy. Polski ‘Newsweek’ pojawił się kilka tygodni przed 11 września 2001 r.¹⁷ Być może polski ‘Bild’ czeka na podobne entrée.

Decyzja Axela Springera jest zrozumiała, gdyż nie do utrzymania jest sytuacja, że w jakimś segmencie rynku prasowego jest tylko jeden tytuł. ‘Super Express’ korzystał z rzadkiego przywileju bycia monopolistą, żył zatem jak u Pana Boga za piecem, zgarniając w pierwszym kwartale tego roku z reklamy blisko 20 mln zł. Springer, który wcześniej z powodzeniem rzucił wyzwanie ‘Polityce’ i ‘Wprost’, musi iść za ciosem. I ma ku temu dobre widoki, gdyż dwa tabloidy bez problemu zmieszczą się na polskim rynku”¹⁸.

Nie wiem, skąd u red. Łętowskiego taka pewność i stanowczość w formułowaniu opinii w odniesieniu do przyszłości dziennika, zwłaszcza że jego formuła wydawnicza pozostawała wtedy skrzętnie skrywaną tajemnicą. Trudno także zgodzić się z tezą, że do października 2003 roku jedynym tabloidem na polskim rynku dzienników był „Super Express”, bo przecież typowym dla tabloidów sposobem redagowania charakteryzowało się również – tak jest zresztą po dziś dzień – przynajmniej kilka dzienników regionalnych (przed rokiem 1990 zaliczanych do subkategorii popołudniówek). Nawiasem mówiąc, z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że to właśnie dzienniki regionalne, a nie „Super Express” mogą w przyszłości skutecznie powstrzymać (ograniczyć) czytelnictwo „Faktu” (może z wyjątkiem woj. mazowieckiego). W grę wchodzi bowiem przynajmniej trzy czynniki, współdecydujące w tzw. terenie o czytelnictwie dzienników o zasięgu ogólnokrajowym. Po pierwsze, zainteresowanie dziennikami centralnymi systematycznie spada, ponieważ ludzie, którzy nadal czytają prasę codzienną, coraz bardziej interesują się wydarzeniami dziejącymi się na ich „podwórku” (województwo, powiat, gmina), a nie tym, co dzieje się w stolicy i na „szczytach” władzy (w wielu przypadkach wystarcza im zresztą, że głównie takie informacje zawierają serwisy ogólnopolskich rozgłośni radiowych i stacji telewizyj-

¹⁷ Pierwszy numer tygodnika „Newsweek” ukazał się na rynku w dniu 3 września 2001 r.

¹⁸ M. Łętowski, *dz. cyt.*

nych). Po drugie, z podanej wyżej przyczyny (choć nie tylko) wskaźniki czytelnictwa wielu dzienników regionalnych systematycznie rosną, o czym świadczy fakt, że w województwach jedno-, dwu-, a nawet trzytytułowych na pierwszych miejscach w rankingach czytelnictwa plasują się właśnie dzienniki regionalne; dla przykładu można podać, że w trzytytułowym województwie kujawsko-pomorskim sytuacja w okresie kwiecień-wrzesień 2003 – według badań SMG/KRC – była następująca: „Gazeta Pomorska” (44,93 proc.), „Express Bydgoski” (20,81 proc.), „Nowości: Gazeta Pomorza i Kujaw” (16,07 proc.), „Gazeta Wyborcza” (15,52 proc.), „Super Express” (7,85 proc.), natomiast w jednotytułowym województwie lubuskim dysproporcja między wskaźnikiem zasięgu społecznego lidera – dziennika regionalnego „Gazeta Lubuska” i następnego w kolejności (ogólnopolskiej „Gazety Wyborczej”) była wręcz druzgocąca (odpowiednio: 53,62 proc. i 11,53 proc.). Po trzecie wreszcie, właściciele dzienników regionalnych nieustannie prowadzą niezwykle skuteczną strategię działania, polegającą m.in. na uruchamianiu kolejnych dodatków (mutacji) sublokalnych, przyciągając w ten sposób nowych czytelników i reklamodawców¹⁹.

Znacznie ostrożniejsi w prognozach są natomiast przedstawiciele firm kolportażowych. Trzy takie opinie opublikowano w miesięczniku „Press” krótko po wejściu „Faktu” na rynek prasowy. Grzegorz Fibakiewicz, prezes zarządu Kolporter SA, stwierdza: „Czytelnicy zaakceptowali gazetę i ją kupują. Sprzedaż ‘Faktu’ jest bardzo dobra i stabilna jak na realia polskiego rynku. Z naszych danych wynika też, że w punktach, które obsługujemy, nie spadła w zauważalny sposób sprzedaż ‘Gazety Wyborczej’ ani ‘Super Expressu’. Wygląda na to, że ‘Fakt’ albo za pomocą kampanii reklamowej zdobył nowych czytelników, albo nakłonił ich do kupowania drugiego tytułu. Jego pojawienie się ożywiło rynek prasowy. Obserwujemy też nasilenie działań reklamowych skierowanych do sprzedawców prasy – zarówno ze strony wydawcy ‘Faktu’ jak i innych tytułów. Możliwość zarobienia na tej reklamie motywuje do lepszej sprzedaży, a więc zyskują też firmy kolporterskie”. Jak przystało na szefa profesjonalnej firmy kolportażowej wyraża on tylko zadowolenie z faktu pojawienia się pisma i nadzieję, że Kolporter SA zarobi na jego dystrybucji. O losach samego pisma woli się nie wypowiadać.

Natomiast Maciej Gajkowski, reprezentujący HDS Polska, stwierdza: „Z wstępnych analiz (pierwszy tydzień sprzedaży ‘Faktu’) na próbie naszych sklepów wynika, że cały rynek dzienników wzrósł o kilkanaście procent. Powtórzy się więc może casus ‘Newsweek Polska’: pojawia się na rynku nowy tytuł, a nikt z dotychczasowych graczy znacząco nie traci. Otwarte pozostaje pytanie, czy deklarowane przez Axel Springer 300 000 sprzedanych egzemplarzy jest realne w dłuższej perspektywie. Zależy to też

¹⁹ O czynnikach sprzyjających czytelnictwu dzienników regionalnych i strategii penetracji rynku obszerniej piszą m.in.: Z. Bajka, *Czynniki popularności wybranych gazet regionalnych. Analiza na przykładzie wybranych dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, nr 1/2 oraz K. Cira, *Zagraniczne koncerny prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1/2.

od tego, jak długo wydawca utrzyma cenę 1 zł. Kluczowe będą wpływy reklamowe. Po zapowiedziach Springera reklamodawcy oczekiwali tytułu pozycjonowanego między 'GW' a 'SE', a na razie otrzymują klasyczny tabloid. Konkurencja, zwłaszcza Agora, zareagowała na wejście 'Faktu' nasileniem kampanii promocyjnych, realizowanych m.in. w naszych punktach sprzedaży". Z tej wypowiedzi wynika jednoznacznie, że przyszłość „Faktu” zależy od kilku czynników, siły oddziaływania których nie sposób przewidzieć. Inaczej mówiąc, nie ma hurraoptymizmu, jest postawa życzliwego wyczekiwania.

Z kolei Miron Maicki, prezes zarządu Ruch SA – największej firmy kolportażowej, stwierdza z powątpiewaniem: „Czy będzie stanowił stabilny element rynku – zdecydują czytelnicy. My uczyniliśmy wszystko, aby na czas docierał do nich nakład proponowany przez wydawcę. Podzielim nadzieję wydawcy 'Faktu' na to, że jego pojawienie się zwiększy krąg czytelników prasy codziennej. Zapowiedzi przed emisją wskazywały na profil czytelniczy zbliżony do 'Gazety Wyborczej', jednak teraz wyraźniej widać, że stworzono gazetę 'konsumpcyjną', zbliżoną do łagodnej wersji bulwarówki, skłaniającą się bardziej do czytelników 'Super Expressu'. Z pewnością pojawią się też nowi odbiorcy, którzy dotąd nie kupowali gazet. Zatem najmłodsze wydawnictwo Axel Springer Polska może stać się powodem decydującego starcia o przyszłość tego segmentu rynku prasowego”²⁰.

Powyższych opinii nie należy bynajmniej lekceważyć, ale też nie można ich przeceniać. Wprawdzie formułują je profesjonaliści w dziedzinie kolportażu, ale nikt nie jest w stanie przewidzieć, jak w przyszłości zachowają się odbiorcy pisma, zwłaszcza od niedawna istniejącego na rynku, a dotąd mającego uprzywilejowaną pozycję (nowy produkt, agresywna kampania reklamowa, konkurs wspomagający sprzedaż itp.).

Po dwóch pierwszych miesiącach istnienia „Faktu” nie bardzo wiadomo, jaka jest pozycja pisma w kategorii dzienników ogólnopolskich. Podawane są bowiem rozmaite dane i oceny, dla przykładu: w numerze 1. miesięcznika „Press” z roku 2004 stwierdza się najpierw, że – wedle danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy – „średnia sprzedaż 'Faktu' w listopadzie [2003 r.] wynosiła 374 242 egz. – o 9,3 proc. lepiej niż w październiku, kiedy pojawił się na rynku. Taki wynik daje nowemu dziennikowi drugie miejsce na rynku” (s. 6), ale w tym samym numerze można też przeczytać, że wskaźnik zasięgu społecznego „Faktu” – wedle badań realizowanych przez SMG/KRC za okres od czerwca do listopada 2003 r. – wyniósł 10,79 proc., co dawało pismu trzecie miejsce w rankingu popularności dzienników ogólnokrajowych, po „Gazecie Wyborczej” (18,59 proc.) i „Super Expressie” (13,75 proc.). Co więcej, z tych samych badań wynika, że zaledwie w kilku województwach „Fakt” plasuje się w ścisłej czołówce listy dzienników najbardziej poczytnych, osiągając wskaźnik zasięgu niewiele mniejszy nie tylko w stosunku do dzienników regionalnych, ale i swego bezpośredniego konkurenta, czyli „Super Expressu” (czasem nawet nieznacznie go

²⁰ Wszystkie trzy opinie zostały opublikowane w miesięczniku „Press”.

wyprzedzając). Taka sytuacja występuje m.in. w woj. dolnośląskim, gdzie kolejność jest następująca: „Gazeta Wyborcza” (20,4 proc.), „Gazeta Wrocławska” (16,30 proc.), „Fakt” (13,75 proc.), „Super Express” (11,39 proc.) oraz w woj. łódzkim – „Express Ilustrowany” (31,37 proc.), „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” (30,81 proc.), „Gazeta Wyborcza” (15,53 proc.), „Super Express” (13,19 proc.), „Fakt” (11,53 proc.). Natomiast w większości województw sytuacja jest taka, że wskaźnik zasięgu czytelnictwa „Faktu” jest wielokrotnie mniejszy niż dziennika regionalnego i znacząco mniejszy niż „Super Expressu”. Tak jest m.in. w woj. opolskim, gdzie kolejność jest następująca: „Nowa Trybuna Opolska” (50,89 proc.), „Gazeta Wyborcza” (17,41 proc.), „Super Express” (13,32 proc.), „Fakt” (7,66 proc.) oraz w woj. warmińsko-mazurskim – „Gazeta Olsztyńska” (55,84 proc.), „Super Express” (15,54 proc.), „Fakt” (11,50 proc.). Co więcej, w paru województwach „Fakt” praktycznie się nie liczy, osiągając relatywnie niskie, bo sporo poniżej 10 proc., wskaźniki czytelnictwa, np. w woj. kujawsko-pomorskim (6,62 proc.), małopolskim (6,65 proc.), podkarpackim (5,67 proc.), podlaskim (3,44 proc.), śląskim (8,52 proc.) i świętokrzyskim (7,57 proc.).

Ma więc rację Wiesław Władysław stwierdzając w cytowanym wcześniej artykule: „Nie jest jednak możliwe, żeby już teraz pokusić się o ocenę ‘Faktu’ i wyrokować czy jego wejście na rynek zakończy się powodzeniem. Mimo zapewnień wydawcy, że pismo wcale nie staje do konkurencji z gazetami już tu usadowionymi, a zwłaszcza z ‘Super Expressem’, że niby jest miejsce dla jeszcze jednej inicjatywy, dla której będzie chciało ono pozyskać czytelników nowych, to przecież w istocie zaczęła się prawdziwa wojna o to, kto w tym segmencie rynku będzie pierwszy i kto będzie dyktował warunki. [...] Naczelną zasadą tego interesu jest więc jak największy zarobek i wszystko – redagowanie, tematy, akcje i kampanie, a przede wszystkim gigantyczna, wielomilionowa kampania promocyjna – tylko temu służy. Niby wszystko jest w porządku, ten interes jak wiele innych służy pomnażaniu pieniędzy, tyle tylko że operuje on na polu sfalsyfikowanym, na polu słów, sensów i wartości, a nie towarów, choć sprzedaje je właśnie jako towary”. W tej sytuacji chciałoby się więc dodać jedynie: pożyjemy – zobaczymy.

Nie jest natomiast wykluczone, że o tym, który dziennik – „Super Express” czy „Fakt” – wyjdzie z tej bezpardonowej rywalizacji zwycięsko, zadecydować może przyzwyczajenie, którego znaczenia nikt dzisiaj nie bierze pod uwagę, a które okazuje się jednym z najważniejszych czynników, determinujących postawę czytelników i korzystanie z określonego tytułu. Warto w tym miejscu powołać się na wyniki ogólnopolskich badań przeprowadzonych w krakowskim Ośrodku Badań Prasoznawczych w kwietniu 1991 roku, których celem było m.in. określenie listy czynników wpływających na aktywność czytelnictwa dorosłych Polaków²¹. Okazało się wtedy, że czytelnicy aż czterech spośród dziewięciu dzienników na pierwszym miejscu wymienili właśnie

²¹ Badania przeprowadzono na ogólnopolskiej próbie udziałowej ludności powyżej 13. roku życia, liczącej 3230 osób.

przyzwyczajenie jako główny motyw systematycznego ich czytania²². I nie bagatelizowałbym jego roli także dzisiaj, aczkolwiek na rynku prasowym mamy już zupełnie inną sytuację niż w roku prowadzenia badań. Może się więc okazać, że gdy minie chwilowe zauroczenie „Faktem” jako rynkową nowością, skończą się konkursy i loterie windujące jego wskaźniki sprzedaży, zostanie urealniona cena egzemplarzowa, spowszednieje kampania reklamowa tego tytułu i gdy i „Fakt”, i „Super Express” zaczęną wreszcie walczyć o czytelników swoją treścią i formułą wydawniczą, wówczas czynnik przyzwyczajenia do „Super Expressu” ujawni swoją sprawczą moc.

Jak należało się spodziewać, pojawienie się „Faktu” na rynku prasowym już wywołało rozmaite kontrposunięcia ze strony redakcji tych dzienników ogólnopolskich i regionalnych, które poczuły się zagrożone²³. Wydawcy niektórych z nich (m.in. „Super Expressu” i „Gazety Wyborczej”) podjęli kosztowne działania promocyjno-marketingowe²⁴. Dla przykładu: redakcja „Super Expressu” ogłosiła konkurs pt. „Złote Życie” i zapowiedziała rychłe uruchomienie dodatku stołecznego, a także zintensyfikowanie kampanii reklamowej oraz zachęcanie czytelników do kupowania pisma poprzez dodawanie drobnych upominków, natomiast spektakularną reakcją „Gazety Wyborczej” i Agory SA stało się natychmiastowe przekształcenie bezpłatnego „dwudnika” „Metro” w typowy dziennik miejski, na razie rozdawany tylko w Warszawie (150 000 egz.) i w Katowicach (około 50 000 egz.), ale z zamiarem przekształcenia go w bezpłatny dziennik ogólnopolski²⁵.

Działania obronne, zmierzające do utrzymania dotychczasowej pozycji rynkowej zaczęli też podejmować wydawcy i redakcje dzienników regionalnych. Są to m.in. dodatki jednorazowe (okazjonalne), nowe działy i dodatki stałe, mutacje sublokalne, akcje promocyjne, bezpłatne wydawnictwa poradnikowe itp. Argumentem *ad crumenam* posłużyli się natomiast wydawcy prasy lubelskiej – Edytor Press („Dziennik Wschodni”) i Multico („Kurier Lubelski”) – ustalając od grudnia 2003 r. cenę egzemplarzową swoich tytułów na 1 zł w dni powszednie, a wydań magazynowych – 1,50 zł²⁶.

Osobnego omówienia wymaga natomiast kwestia społecznych i kulturowych konsekwencji istnienia „Faktu”, która wśród publicystów i obserwatorów rynku prasowe-

²² J. Grzybczak, *Czytelnictwo prasy a nastroje społeczne. Profile polityczne publiczności wybranych tytułów*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1/2.

²³ A. Błaszczak, *Rynkowe manewry. Nowa strategia „Super Expressu”*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 288 (11 grudnia).

²⁴ Tamże, *Bezpłatnym „Metrem” w tani „Fakt”*, „Rzeczpospolita” 2003, nr 246 (21 października).

²⁵ Ze skąpych informacji prasowych na ten temat wynika, że szacunkowe koszty podejmowanych przez Agorę SA działań zmierzających do utrzymania dotychczasowej pozycji rynkowej „Gazety Wyborczej” mogą wynieść nawet kilkadziesiąt milionów złotych – por.: „Rzeczpospolita” 2003, nr 260 (7 listopada); 2004, nr 24 (29 stycznia). Prawdopodobnie m. in. z tego powodu wydawca „Gazety Wyborczej” już zapowiedział zwolnienie części pracowników.

²⁶ Podobną decyzję podjął też wydawca „Życia Warszawy” w chwili, gdy na rynku ponownie ukazał się dziennik „Życie”.

go budzi nie mniejsze spory. Świadomie unikam jednak wypowiedzania się na ten temat, ponieważ moja subiektywna opinia nie ma żadnego znaczenia. Sądzę też, że aby wypowiadać się odpowiedzialnie, trzeba po prostu poczekać na rozwój wydarzeń związanych z „Faktem” i działaniami konkurencyjnych tytułów. Być może pojawią się też badania opinii, których wyniki wydają się być właściwą podstawą do takiej refleksji.

MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI

The future of the
electronic media
– why digital? | Przyszłość mediów
elektronicznych
– dlaczego cyfrowa?

KEY WORDS

New media, digital technology, interactive television, globalization of media companies

SŁOWA KLUCZOWE

Nowe media, technologia cyfrowa, telewizja interaktywna, globalizacja przedsiębiorstw medialnych

ABSTRACT

The world is becoming digital. Soon the reality will be a perfect combining of telecommunication technologies, electronics and PCs. Even today, apart from the professional broadcasters there are ordinary, individual users and apart from programmes for the average, mass audience we have programmes with specialized content. Also, next to a few analogue channels, integrated (multimedia) channels are becoming available. In other words, those media which are important for the general public are changing into digital forms of communication. The process is irreversible and in order to understand this evolution and the ways in which broadcasters should respond to it, the changes should be considered in four, interconnected areas: technologies, the market context, the behaviour of consumers and legal regulations.

STRESZCZENIE

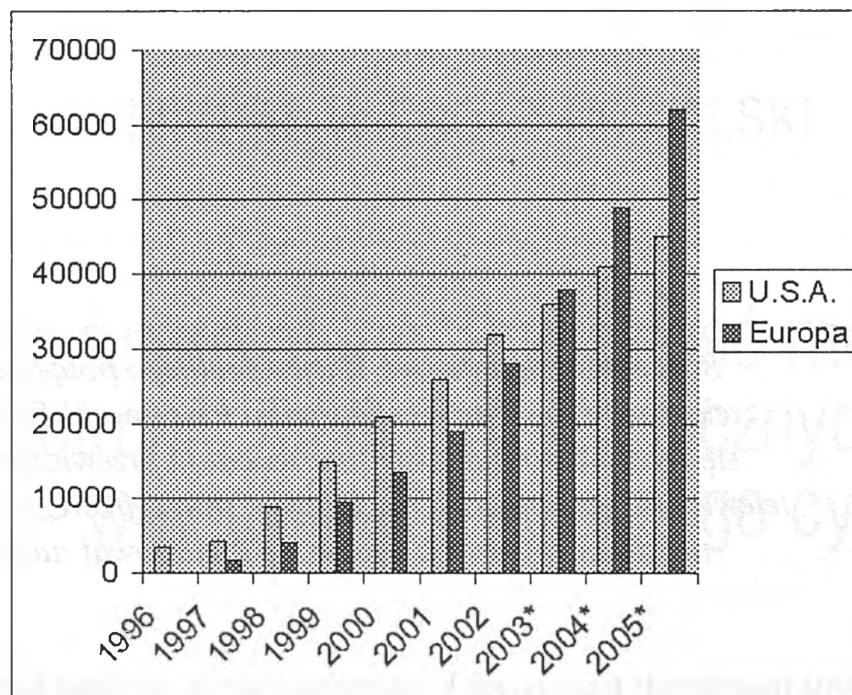
Świat staje się cyfrowy. Wizja idealnego połączenia technologii telekomunikacyjnych, elektroniki użytkowej i PC wkrótce stanie się rzeczywistością. Ale już dziś obok profesjonalnych nadawców pojawiają się zwykli użytkownicy; obok przekazów dla mas dostępne są treści specjalistyczne; obok kilku kanałów analogowych pojawiają się kanały zintegrowane (multimedialne). Innymi słowy, media znamienne dla społeczeństwa masowego zmieniają swą formę i przeobrażają się w cyfrowe środki komunikowania. Od tego procesu nie ma odwrotu. W celu zrozumienia tej ewolucji i sposobu, w jaki nadawcy winni na nią odpowiadać, powyższe zmiany należy rozpatrywać w czterech wzajemnie powiązanych obszarach: technologiczne, otoczenie rynkowe, zachowania konsumenckie oraz regulacje prawne.

Świat staje się cyfrowy. Wizja idealnego połączenia technologii telekomunikacyjnych, elektroniki użytkowej i PC wkrótce stanie się rzeczywistością. Ostrożne szacunki przewidują, że transmisje telewizyjne po roku 2010 będą wyłącznie cyfrowe, a udział w rynku urządzeń cyfrowych będzie się kształtował na poziomie 95%.¹

Historia rozwoju masowych rozwiązań komunikacyjnych, według koncepcji proponowanej przez Microsoft i wspieranej przez zdecydowaną większość dostawców, uczy, że wobec haseł „krystalicznie wyraźny obraz” czy „wspaniały dźwięk” warto zachować dystans. Również mnogość dostępnych kanałów nie zmienia faktu, że jak nie ma co oglądać, to nie pomoże „skakanie” po nich. Czy zatem istotnie jesteśmy świadkami jakiejś rewolucji technicznej? Przecież technika cyfrowa od dość dawna stosowana jest w przekazie informacji. Wystarczy wspomnieć klasyczną telefonię, w której PCM-ka jako podstawowa metoda transmisji, służy od niepamiętnych czasów czy choćby cyfrowy zapis dźwięku na płytach CD, który obecnie bardzo już spowszechniał. Jedynie przekaz telewizyjny dziwnie długo pozostaje w sferze rozwiązań analogowych, nie licząc chlubnych wyjątków (w Europie m.in. w Niemczech i w Wielkiej Brytanii wprowadza się naziemną telewizję cyfrową). Wiele osób wietrzy tu nawet spisek producentów, którzy mając (jakoby) gotowe rozwiązania cyfrowe, ciągle jeszcze uważają, że należy do końca wyeksploatować tradycyjną technikę. Jednak stosowanie spiskowej teorii dziejów do sektorów rynku cechujących się silną konkurencją wydaje się być niezbyt racjonalnym podejściem. W tym wypadku powolny proces „wychodzenia” nowych rozwiązań technicznych z laboratoriów należy raczej przypisać brakowi spójnej wizji co do przyszłych standardów. Niemniej, wcześniej czy później, telewizja cyfrowa wyprze w końcu telewizję analogową. Jak wynika z wielu analiz, większość odbiorników telewizyjnych kupowanych obecnie będzie sprawna jeszcze nawet za 15 lat. W tej sytuacji wydaje się, że oczekiwany przełom w sferze telewizji cyfrowej może nastąpić gdzieś około roku 2010–2015.

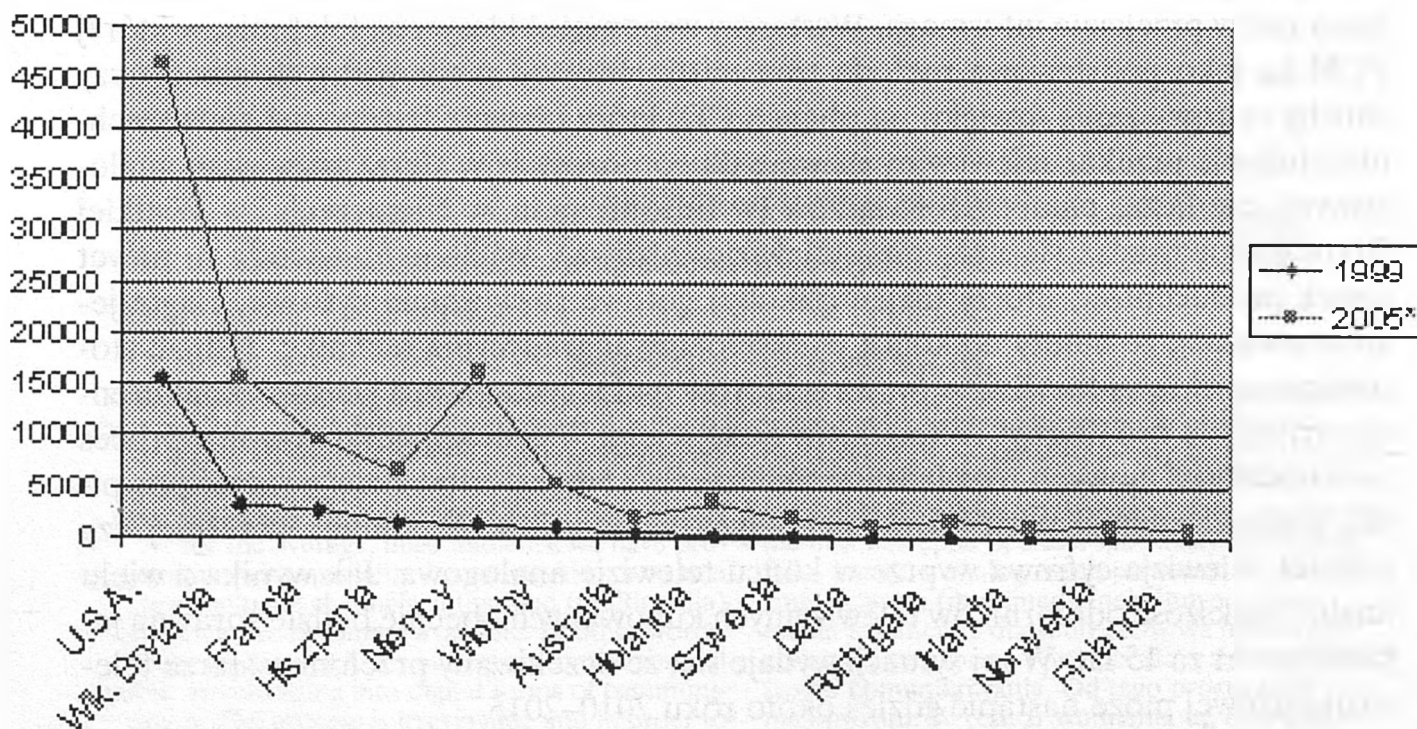
¹ B. Fischer, U. Schroeder, *Tom's Hardware Guide*, <http://www.pl.tomshardware.com> [dostęp 2 listopada 2003]

Wykres 1. Gospodarstwa domowe z dostępem do telewizji cyfrowej.
Dane w tys. abonentów (* prognoza)



Źródło: „Screen Digest”, December 2002

Wykres 2. Liczba gospodarstw domowych z dostępem do telewizji cyfrowej z podziałem na kraje. Dane w tys. abonentów, 1999–2005* (* prognoza)



Źródło: „Screen Digest”, December 2002

To dość długo. Na szczęście wynalazki techniczne mają to do siebie, że możliwości dalszego ich doskonalenia na drodze ewolucyjnej wcześniej czy później ulegają wyczerpaniu. W takiej sytuacji i w celu zapewnienia ciągłego rozwoju konieczne staje się podejmowanie kolejnych kroków zmierzających do wdrażania „rewolucyjnych” zmian. Dopiero wówczas w rozwijających się dziedzinach możemy liczyć na nowe inwestycje, wzrost zatrudnienia, wysoką rentowność oraz poszerzenie rynku i wzrost przychodów. Z tego punktu widzenia, brak nowych technologii oznacza z kolei gospodarczą wegetację. Ostrzeżenie przed tego rodzaju scenariuszem znalazło się m.in. w tzw. Raporcie Bangemanna przygotowanym na potrzeby Unii Europejskiej. Czytamy w nim: „[...] Kraje, które pierwsze wejdą w erę społeczeństwa informacyjnego opartego o nowe technologie zbiorą największe zniwo. To one wyznaczą drogę dla innych. Natomiast kraje, które będą zwlekać lub podejmą działania połowiczne, mogą w czasie krótszym od dziesięciolecia stanąć w obliczu załamania inwestycji i kryzysu na rynku pracy [...]”². Przesłanie płynące z owego raportu jest niezwykle jasne – potrzebne jest przełamanie wrodzonego ludziom konserwatyzmu i odważne decyzje stawiające na nowe technologie.

W tej perspektywie ostatnie kilkadziesiąt lat jawi się obserwatorowi, który stara się wytłumaczyć zjawiska społeczne na drodze poszukiwania dominant rozwojowych i głównych czynników postępujących przeobrażeń, jako epoka informacji. Techniki wytwarzania, przetwarzania, przechowywania i przekazywania informacji stają się podstawowymi mechanizmami funkcjonowania współczesnego społeczeństwa. Proces, w ramach którego zachodzi owa nieporównywalna z niczym ekspansja technologii informacyjno-komunikacyjnych, uległ niezwykle przyspieszeniu w wyniku postępu technicznego zachodzącego w dziedzinie mediów.

Początkowo media masowe, jak np. stacje telewizyjne, były nieliczne, miały jednak ogromne, narodowe audytoria. I choć mediom tym brakowało sprzężenia zwrotnego z odbiorcami, to dominował w nich wielki stopień zorganizowania i profesjonalizmu. Dziś nowe media³ zmieniają ten obraz. Obok profesjonalnych nadawców pojawiają się zwykli użytkownicy; obok przekazów dla mas dostępne są treści specjalistyczne, alternatywne; obok kilku kanałów analogowych, zaczynają pojawiać się kanały zintegrowane (multimedialne) oraz interakcyjne, o natychmiastowym sprzężeniu zwrotnym. Innymi słowy prasa, radio i telewizja – media znamienne dla społeczeństwa masowego – zmieniają swą formę, przeobrażając się w media interaktywne (cyfrowe środki komunikowania). Zmiany, o których mowa, ilustruje poniższa tabela.

² Cyt. za: T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne – szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999, s. 123.

³ Nowe media to te środki służące porozumiewaniu się ludzi (wprost lub pośrednio), które pojawiły się w ostatnich dziesiątkach lat (w tym sensie telewizja jest wynalazkiem nowym) i które wykorzystują elektronikę dla przekazu sygnałów. Ich cechą charakterystyczną jest ciągłe i szybkie doskonalenie parametrów, miniaturyzacja, standaryzacja, obniżanie kosztów jednostkowych, zmniejszanie kosztów użytkowania oraz interakcyjność. *Tamże*, s. 88.

Tabela 1. Media dawne i nowe

Media	Dawniej	Obecnie lub w niedalekiej przyszłości
Sprzężenie zwrotne z odbiorcami	Powolne niezróżnicowane	szybkie dokładne
Środki przekazu	Masowe nieliczne	liczne, zintegrowane specjalistyczne
Kanały	Analogowe	cyfrowe
Przekazy	homogenizowane jednolite	spersonalizowane specjalistyczne
Nadawcy	korporacje medialne profesjoniści	użytkownicy jako źródła informacji
Technika dystrybucji	technologia skomplikowana i kosztowna	wydawnictwa biurkowe strony WWW

Źródło: T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne – szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999, s. 32.

Jak widać, środowisko medialne ulega ciągłej zmianie, której istotą, jak to określił Nicholas Negroponte, dyrektor słynnego Media Lab w Massachusetts Institute of Technology, jest przejście od transportu atomów do przesyłania bitów⁴. Pierwszym medium „rozrywkowym” przekształconym z postaci atomowej na bity były wideokasety. Dziś transformacja⁵ dotyczy już większości mediów i obejmuje wszystkie fazy procesu ich wytwarzania, dystrybucji i odbioru, zacierając zarazem ostre granice między poszczególnymi rodzajami mediów. Współczesna technologia cyfrowa łączy mikroprocesor, kable światłowodowe, technologie laserowe i transmisję satelitarną, jak również burzy tradycyjne różnice między telewizją, systemami au-

⁴ Transmisja bitów (komunikacja), w odróżnieniu od transmisji atomów (transport) jest czymś więcej niż tylko zastępowaniem w pewnych sytuacjach przekształcania materii przesyłaniem informacji. „Język” bitów, język cyfrowy staje się uniwersalnym kodem transmisji, umożliwiając łatwe operowanie sygnałami oraz łącznie różnych urządzeń posługujących się kodem cyfrowym. Stąd przekonanie, że sieć cyfrowa będzie w przyszłości łączyć w sobie cechy dzisiejszej telefonii, telewizji i Internetu, a rozróżnienie na telewizję cyfrową i Internet w przyszłości w ogóle zaniknie. Zob. T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *dz. cyt.* s. 23.

⁵ Przez wielu medioznawców termin ten bywa często zastępowany terminem *mediamorfoza*. Wynika to z faktu, iż ten ostatni lepiej opisuje istotę procesów będących przedmiotem analizy, aniżeli dość rozpowszechnione określenie *transformacja*, które w specyficznych polskich warunkach służy raczej opisowi przekształceń własnościowych i prawnych w warunkach zmiany systemu społeczno-politycznego. Por. T. Kowalski, *Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 1, s. 21.

dialnymi i telefonicznymi oraz komputerami. Nowe aplikacje i nowe sposoby integrowania istniejących technologii są dzisiaj głównymi obszarami rozbudowy i rozwoju. Łącząc komputer z systemem telekomunikacyjnym, otrzymaliśmy Internet. Technologia CD odbyła drogę od płyty dźwiękowej do komputera multimedialnego. Ich komunikacyjne zastosowania przekształciły sposoby ludzkiego życia, formy edukacji czy uczestnictwa w kulturze. Motorem tych wszystkich zmian i przeobrażeń jest przede wszystkim połączenie takich czynników, jak wygoda w użyciu, konieczność gospodarcza i deregulacja rynku. Dlatego w celu właściwego zrozumienia wciąż dokonującej się ewolucji mediów, jak i sposobu, w jaki nadawcy powinni na nią odpowiadać, wszelkie zmiany w tej sferze należy rozpatrywać w czterech wzajemnie powiązanych ze sobą obszarach – technologii, otoczenia rynkowego, zachowań konsumentskich i regulacji prawnych.

Zmiany technologiczne zaczęły się wraz ze wzrostem wykorzystywania technologii cyfrowych. W ciągu ostatnich piętnastu lat nauczyliśmy się, jak dokonywać kompresji surowej postaci cyfrowej dźwięku lub obrazu, przeglądając sekwencję bitów w czasie i przestrzeni oraz usuwając wewnętrzne redundancje i powtórzenia. W rzeczywistości jednym z powodów tak szybkiego rozwoju mediów cyfrowych jest to, że szybciej niż przewidywano udało się osiągnąć wysoki stopień kompresji. Jeszcze w 1993 roku niektórzy specjaliści europejscy uważali, że telewizja cyfrowa będzie możliwa dopiero w następnym tysiącleciu. Dziesięć lat temu nikt nie wierzył, że 45 mln bitów na sekundę w pierwotnym cyfrowym wideo uda się zredukować do 1,2 mln bitów na sekundę⁶. Dziś jednak można już dokonywać kompresji i dekompresji wideo na takich właśnie wartościach, kodować je i dekodować z dobrą jakością i, co istotne, przy małych kosztach⁷. Dzięki tego typu innowacjom możliwe stało się wprowadzenie nowych metod produkcji i rozpowszechniania treści medialnych (programów). Szczególnie ważną rolę odgrywają obecnie technologie związane z Internetem. Ta globalna sieć komunikacyjna zyskała szczególnie na znaczeniu od chwili, kiedy Tim Bernes-Lee stworzył w 1989 r. język komputerowy łączący teksty, obrazy i dźwięki – HTML (Hypertext Markup Language). W tym momencie pojawiła się możliwość lokowania w Internecie baz danych (stron internetowych, witryn, websites), interaktywnie dostępnych dla każdego odbiorcy. Wszystkie tego rodzaju zmiany doprowadziły do wykształcenia się zupełnie nowych form komunikowania, do rozwoju nowych instytucji, które podtrzymują owe procesy komunikacyjne, jak również do pojawienia się równie nowych sposobów wykorzystywania informacji. Telewizja,

⁶ Pasma albo przepustowość kanału musi być dobrze dopasowana do liczby bitów niezbędnych do dobrego odtworzenia danego typu danych (dźwięk, muzyka, wideo): 64 tys. bitów na sekundę wystarcza do dobrego odtworzenia głosu; 1,2 mln bitów na sekundę wystarcza do odtworzenia wysokiej jakości muzyki, a 45 mln bitów na sekundę znakomicie wystarcza do odtworzenia obrazu wideo. Cyt. z *Telewizja cyfrowa i usługi multimedialne*. Cz. 1, INFOTEL 2001, <http://www.vector.com.pl/24821.xml> [dostęp 2 listopada 2003].

⁷ N. Negroponte, *DNA informacji*. W: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku, Antologia*. Projekt i red. nauk. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 369.

która tradycyjnie uznawana była za medium o największym znaczeniu społecznym dziś stopniowo wypierana jest przez komunikowanie internetowe bądź też przeobraża się pod wpływem Internetu w przekaźnik multimedialny – telewizję cyfrową – interaktywną.

Skończyła się zatem epoka, gdy trzej „aktorzy” rewolucji informacyjnej – telefon, telewizja i komputer – rozwijały się osobno. Dziś jest to jedna sfera, która pochłania więcej środków niż kiedykolwiek zainwestowano w czasach pokoju. Ich techniczna fuzja daje niesłychaną mnogość narzędzi i kanałów komunikacyjnych, które poszerzają możliwości percepcji, zwiększają szanse wyrażania opcji politycznych, kulturowych, filozoficznych, interakcji z innymi, rozumienia procesów społecznych, reakcji na zmiany, itp. Dlatego wybiegając tylko nieco w przyszłość można domniemywać, iż prawdziwa „rewolucja cyfrowa” oznacza znacznie szersze wykorzystanie o wiele bardziej skomplikowanych multimediiów, interaktywności, usług wielokanałowych, usług na życzenie oraz dostępności wielorakich opcji wyboru jakości obrazu i dźwięku.

Konsekwencje cyfrowych innowacji okazują się praktycznie nieograniczone, w rzeczywistości bowiem jesteśmy świadkami dwóch równoległych rewolucji technologicznych. Pierwsza, to rewolucja od analogu do cyfry (rozpoczęła się wraz z wynalezieniem komputera i przetwornika analogowo-cyfrowego), a druga – od cyfry do informatyki (związana z rozwojem szerokopasmowego Internetu oraz tzw. nowych technologii informatycznych i telekomunikacyjnych). Razem prowadzi to do konwergencji owocującej zasadniczymi zmianami w sposobie funkcjonowania mediów i odbioru ich zawartości (w tym do rozwoju systemów dostępu warunkowego CAS udostępniającego treści medialne za opłatą), a jednocześnie do wzrostu liczby przedsiębiorstw rynkowych oraz innych podmiotów i jednostek zdolnych upowszechniać treści w skali masowej lub globalnej.

Od tego kierunku nie ma odwrotu, bowiem powszechnie wiadomo, że dyskretyzacja mediów, czyli przekształcenie na postać cyfrową, ma wiele zalet. Niektóre są oczywiste: kompresja danych i korekcja błędów to cechy ważne w przypadku dostarczania informacji przez kosztowny lub wywołujący szum kanał. W praktyce oznacza to przede wszystkim radykalną poprawę jakości transmisji (jest mniej zakłóceń). Ponadto przez kompresję sygnału można zwiększyć pojemność kanału transmisji lub przekazać jeden komunikat w wielu kanałach, np. jego równoczesna transmisja i zapis. Można także „dorzucić” dodatkową informację, w wyniku czego kanał staje się „inteligentny” i „reaguje” w zależności od przekazywanej treści ze strony nadawcy lub akceptuje informacje pochodzące od użytkownika. Innymi słowy, nadawcy np. programów telewizyjnych mogą zmniejszyć koszty swojej działalności, a widzowie otrzymywać prawie studyjną jakość obrazu i dźwięku. Ponadto, „ucyfrowienie” mediów ułatwia nie tylko przekaz i odbiór, lecz również produkcję. Tak zwany skład komputerowy (DTP) to możliwość „wytwarzania” książek, grafiki jak i dźwięków jedynie za pomocą biurowego sprzętu komputerowego, co w połączeniu z Internetem

(strony www) daje dość łatwo możliwość publikacji elektronicznych dostępnych w skali całego świata.

Kolejnym, po technologii, elementem mającym wpływ na proces transformacji mediów masowych są zmiany zachodzące w otoczeniu rynkowym. Dotyczą one przede wszystkim czterech aspektów: rosnącej globalizacji (czyli umiędzynarodowienia) przedsiębiorstw medialnych, przekształcających się w wielkie podmioty; integracji przedsiębiorstw medialnych z gospodarką (np. oferowanie usług dodatkowych, handel elektroniczny); rosnącego gospodarczego znaczenia sektora medialnego jako pracodawcy; czy w końcu pojawienia się nowych źródeł finansowania mediów, np. przez stymulowanie korzystania przez odbiorców z łączności (audiotele, SMS, Internet) i udział w generowanych w ten sposób przychodach. Wszystkie przytoczone wyżej kategorie zmian rynkowych wynikają głównie z faktu, iż podstawą gospodarki rynkowej jest niemal „nieuchronne” prowadzenie przedsiębiorstwa do rozwoju i poszukiwanie coraz to rozleglejszych rynków. Wychodząc z tego punktu widzenia możemy oczekiwać, iż w przyszłości coraz więcej organizacji medialnych z pewnością będzie rozszerzać skalę swoich interesów, a co się z tym wiąże – zakres form medialnych. To z kolei spowoduje, że poszczególne firmy funkcjonujące w przemyśle medialnym będą zmuszone do takiej kreacji swoich „produktów”, by można je było następnie nadawać za pośrednictwem różnych mediów i platform (radio, telewizji, Internetu, telefonii komórkowej trzeciej generacji, itp.). 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. W ten sposób wieloproduktowe firmy będą osiągały zarówno korzyści z ekonomii skali (efektywność kosztów wytwarzania zawartości), jak też ekonomii zakresu (wielość form, w których wytwarzana zawartość może być oferowana potencjalnym odbiorcom)⁸. Międzynarodowe korporacje, skupiające zarówno interesy medialne, jak i technologiczne, dzięki ogromnemu potencjałowi będą w stanie (występując jako *gatekeepers*⁹, czyli „bramkarze”) opanować wszystkie etapy procesu kreacji produktu, poczynając choćby od wyboru gwiazdy programu, produkcji materiałów emisyjnych i dysponowania prawami do nich, a kończąc na wytwarzaniu i sprzedaży domowego sprzętu odbiorczego. Oznacza to, że wielkim organizacjom medialnym będzie znacznie łatwiej opanować, i to w całości, źródła dochodów pochodzące z nowych mediów. Warto przy okazji zaznaczyć, iż przeobrażenia w dziedzinie egzystencji gospodarczej zmieniają także relacje między sferą publiczną i prywatną. *Gatekeepers*, będąc m.in. właścicielami praw do materiałów programowych (nagrania muzyczne, filmy, prawa do transmisji sportowych) teraz, przy wykorzystaniu mediów cyfrowych, będą w stanie samodzielnie, bez żadnego

⁸ T. Kowalski, *Wprowadzenie do analizy struktury przemysłu nowych mediów*, „Studia Mediodoznawcze” 2003, nr 3, s. 27.

⁹ *The Report of the Digital Strategy Group of the European Broadcasting Union „Media with a purpose”*, www.ebu.ch [dostęp 19 listopada 2003].

pośrednictwa (nadawców publicznych) rozpowszechniać owe treści. Istnieje w związku z tym zagrożenie, iż w efekcie nadawcy mogą w ogóle nie mieć dostępu do wielu produktów medialnych, uzyskają dostęp w ograniczonym zakresie lub ostatecznie dostaną prawo do ich wykorzystania w drugiej czy trzeciej kolejności.

Jak widać, rozpowszechnienie technik cyfrowych wpływa na wszystkie fazy cyklu gospodarowania, czyli na produkcję, dystrybucję oraz konsumpcję mediów. Oferując wspólną płaszczyznę technologiczną, cyfryzacja prowadzi do znaczącego zbliżenia sektora telekomunikacji, informatyki i mediów, zmieniając dotychczasową filozofię prowadzenia biznesu i jednocześnie dając tym „największym” możliwość wywierania znaczącego wpływu na odbiór społeczny.

Kolejnym obszarem, który należy uwzględnić przy omawianiu ewolucji środowiska medialnego, a tym bardziej przyszłości mediów elektronicznych, są zmiany w preferencjach i zachowaniach konsumenckich. Ich istotą jest przede wszystkim to, iż „oglądanie i słuchanie” mediów staje się coraz bardziej przeżyciem indywidualnym niż zbiorowym. Miejsce rodziny i grona sąsiadów uważnie wpatrzonych w ekran zajmuje teraz samotny widz z pilotem w ręku (w wielu mieszkaniach w każdym pokoju stoi telewizor), przerzucający się z kanału na kanał. Ekran ożywia się w dzień i w nocy, stając się domowym kinem dla wideo czy monitorem dla gier komputerowych. W związku z tym zamiast telewizora mamy raczej „multiwizor”. Z drugiej strony mnogość oferty programowej sprawia, że odbiorcy ulegają procesowi fragmentaryzacji (segmentacji, np. dzieci, młodzież, emeryci, kobiety). Wynika z tego, że w tak kształtowanych formach komunikowania coraz aktywniejszą rolę zaczyna odgrywać nie jak dotychczas nadawca komunikatu, lecz jego odbiorca, który staje się jednocześnie inicjatorem, koordynatorem i beneficjentem wydarzeń komunikacyjnych.

Ostatnim elementem, który należy brać pod uwagę omawiając istotę mediamorfozy, są zmiany prawa medialnego oraz sposobu regulacji i nadzoru mediów. Dotyczą one głównie prawnych konsekwencji rozwoju różnego rodzaju możliwości cyfrowego rozpowszechniania mediów. Dlatego zmiany, o których mowa, to głównie rozwój ustawodawstwa zmierzającego do regulowania nowych zjawisk wynikających z, po pierwsze, konwergencji (w tym przechodzenie od „pionowego” do „poziomego” i technologicznie neutralnego modelu regulacji infrastruktury i zawartości, obejmującego jednocześnie różne integrujące się media i techniki w miejsce dawnego podziału na prawo prasowe, łączności, radia i telewizji itp.); po drugie, z rosnącego znaczenia prawa międzynarodowego, w wyniku zarówno integracji międzynarodowej, jak i przede wszystkim globalizacji samych mediów.

Jak wynika z raportu Grupy Strategii Cyfrowej Europejskiej Unii Nadawców „Media z misją”¹⁰, sporządzonego w roku 2002, w najbliższej przyszłości utrwali się model oparty na radiofonii i telewizji cyfrowej. Tylko co to oznacza dla przeciętnego radiosłuchacza czy telewidza?

¹⁰ *Tamże.*

Przecież radio ma grać, a telewizor grać i pokazywać. To wszystko. Natomiast to, czy będzie analogowe, czy cyfrowe, nie ma większego znaczenia. Znaczenia może nabrać z chwilą, gdy trzeba będzie zapłacić za nowy cyfrowy odbiornik radiowy, nowy telewizor czy (wariant tańszy) specjalną przystawkę pod nazwą *set-top box* do „zwyčajnego” telewizora. Zwłaszcza, że tak naprawdę obecnie zarówno cyfrowe radio jak i cyfrowa telewizja nie oferują dużo więcej niż urządzenia analogowe. Z technicznego punktu widzenia jakość dźwięku cyfrowego radia DAB nie jest aż tak wyraźnie lepsza niż jakość, którą daje stosowana dotychczas analogowa modulacja FM. To nie to samo, co przejście z AM na FM, gdzie różnica była wręcz porażająca i odczuwalna natychmiast. Także cyfrowa telewizja DVB nie oferuje na dzień dzisiejszy obrazu o jakości lepszej niż analogowy standard PAL (abonenci stacji kablowych oglądają już od dawna stacje cyfrowe i analogowe i nie widzą ogromnej różnicy). Za co więc płacić? Co tak naprawdę daje cyfra? Czy warto w ogóle wprowadzać to całe cyfrowe nadawanie?

Odpowiedź na ostatnie pytanie jest prosta – nie tylko warto, ale i trzeba, bo nie ma innego wyjścia. Nikogo nie dziwi już dzisiaj ogromna i wciąż rosnąca popularność komputerów czy telefonów komórkowych, nieodłącznych elementów naszego codziennego życia. A przecież komputery i komórki to nic innego jak technika cyfrowa. „Cyfrowieje” cały współczesny świat, chociażby i z tego powodu, że dotychczasowe analogowe rozwiązania osiągnęły swe maksymalne możliwości rozwoju. A to z kolei oznacza, iż dalszy postęp w tym zakresie staje się zbyt skomplikowany i zbyt drogi, bowiem wiele rozwiązań przyszłościowych nie jest w ogóle możliwych w technice analogowej. Problem więc nie polega na tym, czy przechodzić w kierunku rozwiązań cyfrowych, ale kiedy to uczynić? Według zgodnych opinii, najlepszą odpowiedzią i dającą w perspektywie największe zyski jest – jak najszybciej.

Wracając więc do postawionego wyżej pytania – czym będzie dla przeciętnego odbiorcy w pełni cyfrowa radiofonia i telewizja? W przypadku radia – dźwięk wielokanałowy o jakości niemal CD, doskonała jakość odbioru zarówno stacjonarnego, jak i podczas ruchu, zwiększenie liczby programów, interaktywność. W przypadku telewizji – doskonały obraz, wielokanałowy dźwięk, wysoka jakość odbioru programów, rozliczne usługi dodatkowe, interaktywność. Oba urządzenia – radio i telewizor – staną się elementami pasującymi do technicznej układanki przyszłości – domowej platformy multimedialnej łączącej w sobie elementy do tej pory uważane jako oddzielne, tj. audio, wideo, bazy danych, informatykę. Proces konwergencji¹¹ tych elementów również ma już swoją historię – na ekranach telewizorów można grać w komputerowe gry, a na ekranach monitorów komputerów odtwarza się filmy, coraz większą popularność zdobywa też internetowe radio. Zbliżanie i łączenie do tej pory oddziel-

¹¹ Konwergencja – pojawianie się nowych form komunikowania, które są następstwem przenikania się dotychczas dostępnych technik na pewnej wspólnej platformie (u początków XXI w. chodzi tu o technologię cyfrową). Za: T. Kowalski, *Wprowadzenie do analizy...*, s. 24.

nych technik jest więc procesem naturalnym, wynikającym z równie naturalnego przechodzenia z rozwiązań analogowych na cyfrowe. Trzeba jednak pamiętać, że nie uda się skokowo zmienić świata z analogowego (biernego) na cyfrowy (interaktywny). Trzeba to robić małymi krokami, pokonując po drodze wiele barier technicznych i mentalnych.

Wszystkie przytoczone wyżej rozważania na temat przyszłości mediów elektronicznych w kontekście ich dyskretyzacji zdają się mieć logiczne uzasadnienie. Ale przy okazji należy zdać sobie sprawę, że cyfryzacja to nie tylko doskonała jakość obrazu czy dźwięku. Bardziej wzniosłym celem wydaje się być możliwość wyłonienia się społeczeństwa informacyjnego – modelu organizacji społecznej na miarę XXI wieku. Komunikat Komisji Europejskiej *Elektronic Communications: the Road to the Knowledge Economy*¹² wymienia m.in. telewizję cyfrową jako drogę dostępu do tzw. usług społeczeństwa informacyjnego, czyli usług informacyjnych, transakcyjnych i rozrywkowych, uzyskiwanych drogą elektroniczną i za opłatą. Chodzi tu mianowicie o takie usługi niezależne, jak: usługi bankowe, handel elektroniczny, poczta elektroniczna i dostęp do Internetu, gry elektroniczne, interaktywne materiały edukacyjne. Tak więc w niedalekiej przyszłości telewizja cyfrowa może stać się elementem technicznej i programowej infrastruktury społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy. Używając języka komunikatu, będzie ona platformą zapewniającą obywatelom dogodny i interaktywny dostęp do e-rządu, e-zdrowia, e-edukacji czy e-handlu. Przyczyni się także do upowszechnienia i korzystania z tychże usług, promowania innowacji, zapewniania swobody wyboru i rozwijania konkurencji¹³.

W mediach, tak jak w innych obszarach ludzkiej działalności, nie istnieje jedyna i nieunikniona przyszłość, którą już dziś można pewnie określić. Przyszłość zależeć będzie od splotu różnych złożonych i wzajemnie powiązanych wydarzeń, które w gruncie rzeczy mają swoje źródło w ludzkich działaniach. Przyszłość nie leży w gwiazdach, lecz w nas samych. Choć w każdym czasie jesteśmy w stanie określić i przewidzieć możliwe trendy, to winniśmy postrzegać je jedynie jako jedną z wizji prawdopodobnej przyszłości, jeszcze nie jest bowiem oczywiste, jak zakończy się cyfryzacja mediów. Czy za kilka lat w domu będzie stało urządzenie typu telewizor, PC-et, czy też zgoła coś innego. Wydaje się, że ideowo będzie to coś bliskiego dzisiejszemu wyobrażeniu o komputerze, oczywiście ze zmienionym sposobem komunikacji z widzem.

To w przyszłości. Na razie szefowie mediów, mówiąc o przekazie cyfrowym, myślą przede wszystkim o lepszym przekazie informacji. Jednakże, podobnie jak to było z koniem trojańskim, konsekwencje takich działań mogą być zdumiewające, bowiem dyskretyzacja pociągnie za sobą zupełnie nową wartość, pojawią się nowi gracze na

¹² *Elektronic Communications: the Road to the Knowledge Economy*, www.obs.coe.int [dostęp 2 listopada 2003]

¹³ *Spółeczeństwo informacyjne w perspektywie człowieka, techniki, gospodarki*. L.W. Zacher (red. nauk.), Warszawa 2001, s. 98–99.

rynku, nowi dostawcy informacji i rozrywki, ujawnią się też nowe modele gospodarcze. Można więc przewidzieć, bez ryzyka błędu, że sektor audiowizualny, który jest nam obecnie znany, przejdzie gruntową transformację wraz z wprowadzeniem elektronicznych mediów cyfrowych. To więcej niż tylko ewolucja technologiczna. To efekt prawdziwej rewolucji, która nadchodzi i która będzie miała wpływ na wszystkie ogniwa medialnej komunikacji. Jak długo ona potrwa? – to jedna z wielkich niewiadomych. Dziś przyszłość mediów elektronicznych rysuje się „cyfrowo”, ale jak twierdzą wtajemniczeni¹⁴, z cyfrowej sieci oplatającej świat już niedługo wyłoni się nowa technologia, która przyniesie kolejne rewolucyjne zmiany...

¹⁴ R.D. Hof, *W poszukiwaniu następnego objawienia*, „Business Week” 2003, nr 9 (wrzesień).

MAŁGORZATA GRUCHOŁA

Protection
of children
and youth by the
medial law
of the Fifth Republic

Ochrona dzieci
i młodzieży
przez prawo medialne
V Republiki
Francuskiej

KEY WORDS

Protection, law, children, young people, media

SŁOWA KLUCZOWE

Ochrona, prawo, dzieci i młodzież, media

ABSTRACT

This article describes legal instruments which provide the means to protect and safeguard the physical, mental and moral health of children and young people by the medial law of the French Republic. Analyses of French legal regulations are supplemented by international documents regarding generally the rights and duties of children and young people, as well as international documents concerning the media. The law regulating the audiovisual media market in France is Statute no 86-1067 from September 30 1986 concerning freedom of communication. Art. 1, 15 and 43-66 of the law protecting juvenile viewers is analyzed. The text also discusses decrees and decisions issued by the Supreme Audiovisual Council, conventions regulating the activity of public, private and cable channels, as well as certain articles of the penal code of June 12 1992 and of the Constitution.

STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono dokumenty prawne stanowiące o zabezpieczeniu i ochronie zdrowia fizycznego, psychicznego i moralnego dzieci i młodzieży przez ustawodawstwo medialne Republiki Francuskiej. Analizę przepisów prawa francuskiego uzupełniono o dokumenty międzynarodowe na temat uprawnień i obowiązków ogólnych dzieci i młodzieży oraz dokumenty międzynarodowe wprost dotyczące mediów. Podstawą prawną regulującą rynek mediów audiowizualnych we Francji jest Ustawa nr 86-1067 z dnia 30 września 1986 roku ze zm. dotycząca wolności komunikacji. Zanalizowano art. 1, 15 i 43-66 ustawy chroniącej małoletnich odbiorców mediów. Omówiono również dekrety, decyzje wydane przez Najwyższą Radę Audiowizualną, konwencje regulujące działalność kanałów publicznych, prywatnych i kablowych oraz niektóre przepisy Kodeksu karnego z dnia 12 czerwca 1992 r. i Konstytucji V Republiki Francuskiej z 1958 r.

Już w początkach XX stulecia dążono do sformułowania praw dziecka, które chroniłyby je, a także gwarantowały właściwy rozwój. Według Deklaracji Genewskiej z 23 lutego 1923 roku „Dziecku powinno się dać możliwość normalnego rozwoju fizycznego i duchowego” (art. 1)¹. Harmonijny rozwój dziecka jest chroniony także przez Deklarację Praw Dziecka, uchwaloną przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych w dniu 20 listopada 1959 roku. „Dziecko korzysta ze szczególnej ochrony, a ustawodawstwo i inne środki stwarzają mu wszelkie możliwości dla zdrowego i normalnego rozwoju fizycznego, umysłowego, moralnego, duchowego i społecznego, w warunkach wolności i godności [...]. Dziecko powinno zawsze mieć pierwszeństwo do ochrony i pomocy”². Ochrona zdrowia psychicznego małoletnich jest zgodna z Konwencją o Prawach Dziecka³ przyjmującą, że dziecko powinno być wychowywane „[...] w atmosferze szczęścia, miłości i zrozumienia, [...] w duchu pokoju, godności, tolerancji, wolności, równości i solidarności” (preambuła), a także „dziecko, z uwagi na swoją niedojrzałość fizyczną oraz umysłową, wymaga szczególnej opieki i troski, w tym właściwej ochrony prawnej” (art. 17). Państwa-Strony zobowiązały się do ochrony dziecka przed „wszelkimi formami dyskryminacji (art. 2) i wyzysku (art. 36), [...] przed informacjami i materiałami szkodliwymi z punktu widzenia ich dobra (art. 17), [...] wszelkimi formami przemocy fizycznej bądź psychicznej, krzywdy lub zaniedbania bądź złego traktowania lub wyzysku, w tym wykorzystywania w celach seksualnych (art. 19), [...] przed wszelkimi formami wyzysku seksualnego i nadużyć seksualnych (art. 34), wykorzystywaniem dzieci w pornograficznych przedstawieniach i materiałach” (art. 34). Konwencja o Prawach Dziecka stanowi także, że dziecko ma prawo do ochrony prawnej przeciwko ingerencji w jego

¹ Cyt. za: L. Dyczewski, *Rodzina polska i kierunki jej przemian*, Warszawa 1981, s. 133–134.

² Deklaracja Praw Dziecka z dnia 10 grudnia 1959 r., Cyt. za: J. Symonides, *Międzynarodowa ochrona praw człowieka*, Warszawa 1977, s. 347–350.

³ Konwencja o Prawach Dziecka [...], Dz. U. 1991, nr 120, poz. 526.

życie prywatne oraz przeciwko bezprawnym zamachom na jego honor i reputację. Dziecko – jak każda istota ludzka – ma swoją godność i wartość. Dlatego Konwencja wymaga, aby państwo podejmowało wszelkie możliwe kroki w dziedzinie ustawodawczej, administracyjnej, społecznej dla ochrony dziecka przed wszelkimi formami przemocy fizycznej bądź psychicznej. Ochrona ta jest także zgodna z Deklaracją Praw Człowieka (art. 25, pkt 2)⁴ oraz z Międzynarodowym Paktem Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych: „Państwa – Strony niniejszego Paktu uznają prawa każdego do korzystania z najwyższego osiągalnego poziomu ochrony zdrowia fizycznego i psychicznego” (art. 12)⁵, Międzynarodowym Paktem Praw Obywatelskich i Politycznych: „Każde dziecko, bez żadnej dyskryminacji ze względu na rasę, kolor skóry, płeć, język, religię, pochodzenie narodowe lub społeczne, sytuację majątkową lub urodzenie, ma prawo do środków ochrony, jakich wymaga status małoletniego, ze strony rodziny, społeczeństwa i Państwa” (art. 24)⁶. Zgodnie z Europejską Kartą Społeczną z dnia 18 października 1961 roku „Państwa – Strony zobowiązują się zapewnić szczególną ochronę przed fizycznymi i moralnymi zagrożeniami” (art. 7)⁷.

Wiele przepisów i aktów prawnych dotyczących ochrony zdrowia fizycznego, psychicznego i moralnego małoletnich użytkowników mediów zawartych jest w dokumentach międzynarodowych. Republika Francuska, wierna swym tradycjom, przestrzega norm międzynarodowego prawa publicznego⁸. Stąd małoletnich odbiorców mediów we Francji chroni także: Dyrektywa (97/36WE) Rady i Parlamentu Europejskiego z dnia 19 czerwca 1997 r. zmieniająca Dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji określonych przepisów prawa, ustawodawstwa lub działań administracyjnych w państwach członkowskich w zakresie emisji programów telewizyjnych „Telewizja bez granic” (art. 16, 22)⁹, Europejska Konwencja o Telewizji Ponadgranicznej z dnia 5 maja 1989 r. (art. 7)¹⁰, Rezolucja w sprawie Zielonej Księgi Komisji WE z dnia 15 października 1996 r. na temat ochrony małoletnich i godności ludzkiej

⁴ Deklaracja Praw Człowieka z dnia 10 grudnia 1948 r. Cyt. za: K. Kocot, K. Wolfke, *Wybór dokumentów do nauki prawa międzynarodowego*, Wrocław 1978, s. 97–102.

⁵ Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych z dnia 16 grudnia 1966 r. W: *Prawa człowieka: wprowadzenie, wybór źródeł*. Oprac. K. Motyka, Lublin 2001, s. 87–97.

⁶ Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych z dnia 19 grudnia 1966 r. W: *Tamże*, s. 98–116.

⁷ Europejska Karta Społeczna z dnia 18 października 1961 r. W: *Tamże*, s. 196–216.

⁸ *Wstęp do Konstytucji z 27 października 1946 roku*, w: *Konstytucja V Republiki Francuskiej. La Constitution de la V République Française*, Warszawa 1997, s. 84.

⁹ Directive „Télévision sans frontières” 89/552 CEE du 3 octobre 1989 du Conseil modifiée par la directive 97/36 CE du Parlement et du Conseil du 30 juin 1997. Za: S. Jehel, *Protection de l'enfance et de l'adolescence à la télévision*, „Les brochures du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel” 2003, nr 1, s. 54.

¹⁰ Convention européenne sur la télévision transfrontière, faite à Strasbourg le 5 mai 1989, signée par la France le 12 février 1991 et approuvée le 28 juin 1994. Za: S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 55.

w sferze usług audiowizualnych i informacyjnych¹¹, Rekomendacja Rady nr 98/560 z dnia 24 września 1998 r. w sprawie rozwoju konkurencyjności europejskiego przemysłu usług audiowizualnych i informacyjnych przez promowanie rozwiązań krajowych zmierzających do osiągnięcia porównywalnego i efektywnego poziomu ochrony małoletnich i godności ludzkiej¹².

Zdaniem Leona Dyczewskiego, „tak wieloaspektowe zwrócenie uwagi na dziecko wpływa z uświadomienia sobie, że tak wielka wartość, jaką jest dziecko, winna rozwijać się harmonijnie i należy jej poświęcić wszystko na co stać dzisiejsze społeczeństwo”¹³. Nasuwa się pytanie: w jaki sposób społeczeństwa chronią dzieci w dziedzinie medialnej?, do jakiego rodzaju „poświęceń” są zdolne?, jaką ochronę nieletnim zapewnia prawo Republiki Francuskiej?¹⁴

Konstytucja V Republiki Francuskiej¹⁵ „gwarantuje wszystkim, a w szczególności dziecku [...] ochronę zdrowia, bezpieczeństwo materialne, wypoczynek i rozrywkę [...] oraz zapewnia równy dostęp dzieci i dorosłych do wykształcenia, do przygotowania zawodowego i do kultury”¹⁶. Najmłodszych odbiorców mediów chroni także kodeks karny¹⁷ ze zm. obowiązujący od 1 marca 1994 r. Zgodnie z art. 227-23 tego Kodeksu rozpowszechnianie, wyświetlanie, utrwalanie, nagrywanie lub wysyłanie obrazu (scen) o charakterze pornograficznym, albo przedstawianie małoletniego w takim obrazie (scenie) za pomocą jakiegokolwiek środka, podlega karze do trzech lat pozbawienia wolności i grzywnie 300 000 F. Powyższy artykuł podkreśla, iż zarówno sam zamiar wyemitowania pornograficznych treści, jak i fakt wyemitowania powyższego obrazu jest karalny taką samą karą. Kary są podwyższane do 5 lat pozbawienia wolności i 500 000 F grzywny, jeżeli obraz taki został wyemitowany dla publiczności niezdefiniowanej, czyli był dostępny dla wszystkich, także dla małoletnich poprzez siat-

¹¹ Résolution sur le Livre vert de la Commission concernant la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information, JO C 20 du 20.01.1997, p. 170, www.gilc.org/speech/eu/ep-minors-resolution-fr.html.

¹² Recommandation du Conseil de l'Union Européenne du 24 septembre 1998 concernant le développement de la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information par la promotion de cadres nationaux visant à assurer un niveau comparable et efficace de protection des mineurs et de la dignité humaine. W: *Le dispositif juridique dans L'Union Européenne*, www.csa.fr/infos/pdf/jeunesse_1.pdf.

¹³ L. Dyczewski, dz. cyt., s. 133.

¹⁴ Ochronę zdrowia fizycznego, psychicznego i moralnego nieletnich w III Rzeczypospolitej Polskiej przedstawiłam w książce: *Ochrona telewizja w III Rzeczypospolitej*, Lublin 2003.

¹⁵ *Konstytucja V Republiki...*, s. 5; Publikacja ta zawiera również Deklarację Praw Człowieka i Obywatela z 1789 r. oraz Wstęp do Konstytucji z 27 października 1946 r., do których Konstytucja z 1958 roku wyraźnie odsyła. W świetle orzecznictwa francuskiej Rady Konstytucyjnej wszystkie te dokumenty stanowią części składowe tzw. bloku konstytucyjnego, a więc nieodłączne elementy Konstytucji V Republiki Francuskiej. Tekst ten publikuje się według stanu prawnego na dzień 1 stycznia 1997 r.

¹⁶ *Wstęp do Konstytucji...*, s. 86.

¹⁷ Code pénal du 22 juillet 1992, applicable depuis le 1er mars 1994. W: *L'action du CSA. La directive du 5 mai 1989*, www.csa.fr/infos/pdf/jeunesse_2.pdf.

kę telekomunikacyjną. Dyspozycje tego artykułu mają zastosowanie także do scen pornograficznych, w których występujące osoby sprawiają wrażenie małoletnich, za wyjątkiem sytuacji, gdy jest ustalone, że osoba ta ukończyła 18 lat w dniu nagrywania tej sceny. Ponadto artykuł 227–24 stanowi, iż fakt produkcji, transportu, rozpowszechniania, handlu za pomocą jakichkolwiek środków, w jakimkolwiek programie treści (wiadomość lub obraz) o charakterze pornograficznym, przemocy lub innej natury, niosący zagrożenie dla godności ludzkiej, podlega karze do trzech lat pozbawienia wolności i 500 000 F grzywny, gdy istnieje prawdopodobieństwo oglądania takiej wiadomości przez małoletniego. Wykroczenia przewidziane w tym artykule odnoszą się także do prasy w tradycyjnej formie pisanej, jak i audiowizualnej, szczegółowe dyspozycje prawne, które regulują te zagadnienia dotyczą głównie znalezienia osób odpowiedzialnych za zamieszczenie, opublikowanie zakazanych scen i wiadomości¹⁸.

Podstawę prawną ochrony zdrowia fizycznego, psychicznego i moralnego małoletnich w francuskim ustawodawstwie audiowizualnym stanowi artykuł 1 i 15 Ustawy nr 86-1067 z dnia 30 września 1986 r. ze zm. dotyczącej wolności komunikacji audiowizualnej¹⁹. Artykuł 1 definiuje podstawowe zasady ograniczające wolność komunikowania, a wśród nich „respektowanie godności ludzkiej”. Ochrona dzieci i młodzieży w programach radiowych i telewizyjnych zgodnie z art. 15 ustawy z 30 września 1986 r. jest jedną z podstawowych misji Najwyższej Rady Audiowizualnej (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, dalej: CSA). Art. 15 (uzupełniony przez art. 19 Prawa nr 2000-719 z dnia 1 sierpnia 2000 r.) rozszerzył pole kompetencji tej Rady w dziedzinie ochrony małoletnich. Od 2000 roku CSA czuwa nad tym, aby programy, które mogą spowodować wyczerpanie fizyczne, psychiczne i mentalne małoletnich, nie były oferowane poprzez serwisy radiowe i telewizyjne z wyjątkiem sytuacji, gdy gwarantuje się, poprzez wybór godziny emisji lub inne metody techniczne, że małoletni nie będą oglądać tego typu programów. W przypadku, gdy zakazane programy są emitowane, CSA upewnia się, czy emisja jest poprzedzona odpowiednim ostrzeżeniem i czuwa, aby te ostrzeżenia (opisy ostrzegające i piktogramy) były obecne i można było poprzez nie zidentyfikować program w czasie całego jego trwania. Ponadto CSA czuwa, aby programy radiowe i telewizyjne nie zachęcały do nienawiści i przemocy ze względu na rasę, płeć, narodowość czy obyczaje²⁰.

Najwyższa Rada Audiowizualna może również zawiesić tymczasową retransmisję usług oferowanych przez nadawców będących członkami Unii Europejskiej lub nie, według procedury przyjętej przez dekret CSA, jeżeli: stacje nadawcze wyemitowały więcej niż 2 razy, w ciągu ostatnich 12 miesięcy, programy mogące zagrażać fizycznemu, psychicznemu i mentalnemu rozwojowi dzieci i młodzieży, albo zawierały zachę-

¹⁸ *Tamże*, art. 227–23, art. 227–24.

¹⁹ Loi n° 86–1067 du 30 septembre 1986 relative a la liberté de la communication modifiée et complétée. W: *Protection de l'enfance et de l'adolescence à la télévision*, www.csa.fr/upload/publication/protection.pdf.

²⁰ *Tamże*, art. 15.

tę do dyskryminacji ze względu na rasę, płeć, religijność lub narodowość, po zarejestrowaniu skargi na tego nadawcę za częste łamanie przepisów prawa (art. 43–6)²¹.

Dekret nr 87-239 z dnia 6 kwietnia 1987 roku²² stosowany jako aplikacja artykułu 27-1 Ustawy nr 86-1067 z dnia 30 września 1986 r., ustalający ograniczenia w stosunku do reklam i sponsoringu, mówi wprost: zawartość informacji reklamowych powinna odpowiadać wymogom prawdomówności, przyzwoitości i poszanowania godności ludzkiej (art. 2). Informacje reklamowe powinny być pozbawione wszelkiej dyskryminacji rasowej lub seksualnej, scen przemocy lub elementów mogących wywoływać strach lub zachęcać do nadużyć, nieostrożności lub zaniedbania (art. 3). Ponadto reklama nie powinna w żadnym wypadku wykorzystywać braku doświadczenia lub łatwowierności dzieci i młodzieży. Małoletni nie powinni być adresatami produktów lub usług w reklamach. Nie mogą być oni głównymi ich bohaterami z wyjątkiem sytuacji, gdy istnieje bezpośredni związek między nimi a reklamowanym produktem lub usługą (art. 6)²³.

Kolejnym dokumentem prawnym chroniącym najmłodszych odbiorców mediów we Francji jest Dekret nr 90–174 z dnia 23 lutego 1990 r. dotyczący klasyfikacji dzieł kinematograficznych²⁴, który nakłada na nadawców obowiązek wcześniejszego ostrzegania publiczności o zakazie oglądania przez małoletnich niektórych dzieł ki-

²¹ *Tamże*, art. 43–6.

²² Décret n° 87–239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant pour les services privés de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité et au parrainage. W: *Le dispositif juridique en France*, www.csa.fr/infos/pdf/jeunesse_2.pdf.

²³ *Tamże*, art. 2, art. 3, art. 6.

²⁴ Décret n° 90-174 du 23 février 1990 r. relatif à la classification des oeuvres cinématographiques, S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 38–39.

²⁵ *Tamże*, Art. 3: Minister do spraw kultury, po zaciągnięciu opinii Komisji Klasyfikacyjnej wydaje pozwolenia eksploatacyjne wymienione w art. 19 Kodeksu przemysłu kinematograficznego (Code de l'industrie cinématographique). Komisja wydaje opinie dla tych dzieł kinematograficznych, dotyczy to także napisów anonsujących opinie zawierające jeden z następujących środków:

- a) pozwolenie na prezentowanie dzieła dla wszelkiej publiczności;
- b) zakaz prezentowania dzieła dla małoletnich poniżej 12 lat;
- c) zakaz prezentowania dzieła dla małoletnich poniżej 16 lat;
- d) zakaz prezentowania dzieła dla małoletnich poniżej 18 lat;
- e) wpisanie tego dzieła kinematograficznego na listę przewidzianą przez art. 11 i 12 Ustawy nr 75-1278 z 30 grudnia 1975 r. zawierającą zakaz pokazywania młodym poniżej 18 lat;
- f) całkowity zakaz emisji dzieła kinematograficznego.

Opinia Komisji Klasyfikacyjnej zalecająca jeden ze środków zawartych w d), e), f) musi być zaakceptowana przez 2/3 jej członków. Komisja może zaproponować zastosowanie każdego z powyższych zakazów, ostrzeżeń przeznaczonych do informowania publiczności o zawartości dzieła, albo o jego pewnych właściwościach.

Art. 4: Mając na uwadze opinię wydaną przez Komisję Klasyfikacyjną, minister do spraw kultury stosuje jeden ze środków przewidzianych w art. 3. Jeżeli zdecyduje się na jeden ze środków zawartych w pkt od b) do f) artykułu 3 to jego decyzja powinna być uzasadniona. A więc minister może sam zdecydować ze swojej inicjatywy albo na podstawie propozycji przedstawi-

nowych. Gdy pozwolenie eksploatacyjne²⁵ zawiera zakaz przedstawiania małoletnim poniżej 12, 16 czy 18 lat określonych dzieł kinowych albo wpis tego dzieła na listę przewidzianą przez art. 11 i 12 Prawa nr 75-1278 z 30 grudnia 1975 r.²⁶ zawierający zakaz pokazywania młodym poniżej 18 lat, zapis ten powinien być jasny, zrozumiały i czytelny na wszystkich plakatach, bandach reklamowych, niezależnie od tego, jaki będzie ich środek rozpowszechniania. W przypadku rozpowszechniania tego dzieła przez serwisy komunikacji audiowizualnej, publiczność powinna być wstępnie ostrzeżona o tym zakazie lub wpisie na listę zarówno w czasie, gdy program jest na antenie, jak i we wszystkich zapowiedziach programowych nadawanych w prasie, radiu i telewizji. Dzieła kinematograficzne udostępniane w formie wideogramu, przeznaczone na użytek prywatnej publiczności, winny zawierać odpowiednie ostrzeżenie na każdym egzemplarzu zaproponowanym do wypożyczenia lub sprzedaży, jak również na ich opakowaniu²⁷.

Kolejnym dokumentem jest Dekret nr 92-280 z dnia 27 marca 1992 r. określający główne zasady i obowiązki wydawców usług w dziedzinie reklamy, sponsoringu i telesprzedaży²⁸. Wspomniany Dekret przypomina, iż reklama powinna odpowiadać wymogom prawdomówności, przyzwoitości i poszanowania godności ludzkiej (art. 3), nie powinna zaś zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć, wyznanie i narodowość, jak również wszelkich scen przemocy, nie może sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu, bezpieczeństwu osoby lub rzeczy albo ochronie środowiska (art. 4). Podobnie art. 7 stanowi, iż reklama nie może powodować krzywd fizycznych i moralnych u małoletnich, w tym celu nie powinna:

- a) zachęcać małoletnich do nabywania produktów lub usług wykorzystując ich łatwowierność;
 - b) zachęcać bezpośrednio małoletnich do wywierania presji na rodziców lub osoby trzecie w celu skłonienia ich do zakupu reklamowanych produktów lub usług;
 - c) wykorzystywać zaufania małoletnich, jakie pokładają oni w rodzicach, nauczycielach lub innych osobach;
 - d) przedstawiać w nieuzasadniony sposób małoletnich w niebezpiecznych sytuacjach.
- Ponadto, nie mogą być przerwane przez reklamę programy dla dzieci, które

nej przez Komisję. Przed ustanowieniem wizy eksploatacyjnej, minister ma możliwość zażądania od Komisji ponownej oceny dzieła. Przekazuje w tym przypadku do przewodniczącego Komisji motywy swojego żądania, jak również wszystkie poczynione obserwacje. Procedura przewidziana w poprzednich ustępach jest obowiązkowa w przypadku, gdy minister do spraw kultury przewiduje możliwość podjęcia decyzji zawierających rozporządzenia bardziej restrykcyjne niż te, które zostały przedstawione przez Komisję Klasyfikacyjną.

²⁶ Code de l'industrie cinématographique n° 75-1278 du 30 décembre 1975. S. Jehel: *dz. cyt.*, s. 42.

²⁷ Décret n° 90-174 du 23 février 1990...

²⁸ Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat. W: *Le dispositif juridique...*

trwają krócej niż 30 minut (art. 15-III). Powyższe artykuły dotyczące reklamy stosuje się odpowiednio do emisji teledzięków. W uzupełnieniu art. 26 stanowi, iż emisje teledzięków nie mogą być skierowane do małoletnich poniżej 16 lat oraz żadna emisja nie może mieć miejsca w środę po południu, sobotę po południu i całą niedzielę (art. 30)²⁹.

Rekomendacja „Obraz osoby ludzkiej”³⁰ określa reguły deontologiczne wszystkich przekazów reklamowych celem uniknięcia wszelkiego poniżania i eksploatacji osoby ludzkiej i jej obrazu. Zakazuje pokazywania wszelkiego rodzaju scen przemocy, bezpośrednich albo sugerowanych. Informacje reklamowe nie powinny namawiać do przemocy, niezależnie od moralności lub fizyczności. Powinny unikać sytuacji dominacji lub eksploatacji człowieka, wprowadzania idei uległości lub zależności poniżającej godność ludzką.

Ustawa nr 98-468 z dnia 17 czerwca 1998 r. dotycząca zapobiegania i represjonowania wykroczeń seksualnych jak również ochrony małoletnich³¹, przewiduje w rozdziale III zakaz udostępniania pewnych typów dokumentów małoletnim odbiorcom. Zarządzenie to pozwala ministrowi spraw wewnętrznych ukarać wypożyczających i sprzedających dokumenty prezentowane młodym, zapisane na nośniku magnetycznym, numerycznym do odczytania optycznego albo półprzewodnikowym (tj. wideokasety, wideodyski, gry elektroniczne), zawierające sceny przestępstw, przemocy, dyskryminacji lub nienawiści rasowej, albo zachęcające do przechowywania narkotyków (art. 32). Dyspozycje te nie mają zastosowania do dokumentów innych niż te, które stanowią przedruk lub wersje integralną dzieła kinowego, które otrzymało pozwolenie przewidziane w art. 19 Kodeksu przemysłu kinematograficznego (art. 34). Gdy dokument poprzez treści, które zawiera, zagraża młodym, organ administracyjny może poprzez uzasadnione zarządzenie, po zasięgnięciu opinii komisji, określonej w art. 33³², zakazać:

- a) proponowania, wypożyczania i sprzedaży małoletnim tego dokumentu;

²⁹ *Tamże*, art. 4, art. 7.

³⁰ *Recommandation Image de la personne humaine fixe*. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 35.

³¹ *Loi n° 98-468 du 17 juin 1998 relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs*. W: *Le dispositif juridique...*

³² Art. 33: Powołuje się Komisję Administracyjną do zaopiniowania przewidywanych środków zakazu. Komisję tę tworzy przewodniczący wybrany spośród członków Rady Państwowej (Conseil d'état) albo Trybunału Kasacyjnego (Cour cassation), osoby oddelegowane do ochrony młodych, przedstawiciele administracji, profesjonalści sektora dotyczącego ochrony dzieci i młodzieży. Kompozycja i zasady funkcjonowania Komisji są ustalone przez Dekret Rady Państwowej; Art. 34: Dokumenty zawarte w art. 32 [...], do których stosuje się art. 11 i 12 Prawa finansowego z 1976 (nr 75-1278 z 30 grudnia 1975 r.) są podporządkowane w pełni prawu do zakazu przewidzianego w paragrafie 1. Organy administracyjne mogą wydawać dla tych dokumentów, po przyjęciu opinii komisji zawartej w art. 33, zakaz przewidziany w pkt. 2 art. 32. Producent, dystrybutor zajmujący się wyświetlaniem we Francji materiałów nałożonych zakazem prawa w 1 paragrafie może domagać się, prosić o zniesienie tego zakazu. Organy administracyjne wypowiadają się po zaciągnięciu opinii Komisji, powołanej na mocy w art. 33 ustawy nr 98-468 z 17 czerwca 1998 roku.

b) reklamy tego dokumentu jakimikolwiek środkami (za wyjątkiem miejsc, do których dostęp dla małoletnich jest zakazany).

W zależności od stopnia zagrożenia dla młodych, który prezentuje ten dokument, organy administracyjne wydają pierwszy zakaz albo obydwa zakazy równocześnie. To zarządzenie zakazujące jest publikowane w Dzienniku Urzędowym Republiki Francuskiej (*Journal Officiel de la République Française*). Kategorie dokumentów, które mogą być objęte zakazem, precyzuje Dekret Rady Państwa. Zakazy przewidziane w art. 32-34 powinny być umieszczone w sposób widoczny na każdym egzemplarzu przeznaczonym do rozpowszechniania. Dekret Rady Państwa określa także sposób stosowania artykułów (32-34), jak również czas, w którym przewidziane tam środki powinny być zastosowane, i sankcje w przypadku niedostosowania się do tych obowiązków (art. 35). I tak, niezastosowanie się do zakazów wywodzących się z art. 32 podlega karze pozbawienia wolności do jednego roku i grzywnie 100 000 F (art. 36). Każdy fakt zmiany tytułu nośnika, podstęp prezentacji poprzez reklamę, jak i próby pominięcia w jakimkolwiek inny sposób zastosowania dyspozycji z art. 32 albo z art. 34 podlega karze pozbawienia wolności do 2 lat i grzywnie 200 000 F (art. 37). Osoby winne tych wykroczeń jednocześnie ponoszą karę dodatkową, a mianowicie konfiskatę wszystkich tych przedmiotów, które służyły do popełnienia tego wykroczenia albo przedmiotów, które są produktem tego wykroczenia (art. 38).

Ustawa nr 2000-516 z dnia 15 czerwca 2000 r. wzmacnia ochronę domniemanej niewinności i praw ofiary³³. Zgodnie z art. 99, fakt nadawania w jakimkolwiek sposób informacji dotyczących danych osobowych albo pozwalających zidentyfikować małoletniego, który opuścił swoich rodziców, opiekuna, osobę lub instytucję sprawującą opiekę rodzicielską, albo do której był oddany; małoletniego, który popełnił samobójstwo; małoletniego będącego ofiarą przestępstwa lub przemocy podlega grzywnie 100 000 F. Wytyczne obecnego artykułu nie są stosowane w sytuacji, gdy publikacja jest realizowana na prośbę osoby mającej prawo opieki nad małoletnim albo organy administracyjne lub sądownicze³⁴. Przepis ten wzmacnia m.in. Konwencja zawarta między CSA, reprezentującą rząd, a przedstawicielem Canal Calédonie z 26 marca 2001 roku³⁵, zalecająca z jednej strony domniemanie niewinności, tzn. aby osoba posądzona nie była prezentowana jako winna, z drugiej strony – poszanowanie życia prywatnego i anonimowości małoletnich przestępców (art. 7).

³³ Loi n° 2000-516 du 15 juin 2000 renforçant la protection de la présomption d'innocence et les droits des victimes. W: *Protection de l'enfance...*

³⁴ Tamże, art. 99.

³⁵ *Résultat d'une délibération, Nor: CSAX0105094X, Par délibération en date du 26 mars 2001, le Conseil supérieur de l'audiovisuel approuve l'avenant no 4 à la convention conclue le 7 juin 1994 entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel agissant au nom de l'Etat, d'une part, et la société Canal Calédonie, d'autre part, www.adminet.com/jo/200010505/.*

Szeroki wachlarz możliwości dotyczących ochrony małoletnich gwarantują nadawcy publiczni. Zarówno Dekret nr 94-813 z dnia 16 września 1994 r.³⁶, jak i Decyzja nr 98-713 z dnia 29 lipca 1998 r. dotycząca ochrony młodej publiczności w France 2 i France 3³⁷ zapewnia, iż nadawca czuwa nad poszanowaniem osoby ludzkiej i jej godności poprzez: swoje programy, sposób wybierania i pokazywania informacji i problemów dotyczących społeczeństwa, walkę z dyskryminacją i wykluczeniami wszelkiego rodzaju. Nadawca publiczny powstrzymuje się od rozpowszechniania programów, które mogą zagrażać fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi małoletnich. Z tego powodu rezygnuje z programów zawierających sceny pornograficzne i przedstawiania w dziennikach telewizyjnych, informacjach, spektaklach przemocy dla przemocy. Jeżeli nadaje emisje rekonstruujące prawdziwe fakty z przeszłości, czuwa nad ich pokazywaniem z odpowiednią powagą, bez zbytej dramatyizacji cierpień i beznadziejności. Zakazane są wszelkie niepełne i fragmentaryczne prezentacje faktu. Ponadto rekonstrukjom tym powinien towarzyszyć system znaków ostrzegawczych dla dzieci i młodzieży. Kanaly powstrzymują się od prezentowania świadectw, wypowiedzi małoletnich znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej, chyba że zapewnią całkowitą ochronę danych osobowych tych młodych oraz anonimowość poprzez środki techniczne i uzyskają zgodę małoletniego, jak również pozwolenie przynajmniej jednej osoby sprawującej opiekę rodzicielską (art. 3). France 2, France 3 i Cinquième, poprzez emitowane programy, zobowiązują się, w dniach i godzinach, w których młodzież przeznacza najwięcej czasu na oglądanie telewizji, podejmować walkę z wszelkimi przejawami dyskryminacji oraz wysiłki propagowania wartości rodzinnych, integracyjnych i obywatelskich wśród młodych. Ponadto nadawcy zobowiązują się do produkcji oryginalnych emisji dla młodych. Oni też ponoszą koszty produkcji dzieł audiowizualnych przeznaczonych dla młodych w wysokości rocznej i objętości godzinowej ustalonej przez Radę Administracyjną (art. 28 France 2; art. 30 France 3). France 2, France 3, Cinquième oraz Réseau France Outre-mer podejmują odpowiednie kroki dla ochrony młodej publiczności, m.in. poprzez oznaczanie programów ostrzeżeniami określonymi w porozumieniu z CSA³⁸. Wytyczne te figurują w tekście decyzji zaadoptowanych przez Conseil Supérieur de

³⁶ Décret n° 94-813 du 16 septembre 1994 sur: France 2 et France 3. W: *Protection de l'enfance...*

³⁷ Décisions n° 98-713 du 29 juillet 1998 portant approbation des dispositifs relatifs à la protection du jeune public sur: France 2 et France 3. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 43.

³⁸ System znakowania programów dla dzieci i młodzieży we Francji został wprowadzony 18 listopada 1996 roku. Od 1998 roku oznaczenia te są wspólne dla wszystkich stacji telewizyjnych. Od 18 listopada 2002 r. obowiązuje nowa sygnalizacja, która jest stosowana we wszystkich kanałach telewizyjnych i kinowych; *La nouvelle signalétique jeunesse*, www.csa.fr/infos/controle/television_signalétique2.php. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 6–36; tenże, *System znakowania programów dziecięcych i młodzieży we Francji*. W: *Przyjazne media. Ocena i perspektywy Porozumienia Polskich Nadawców Telewizyjnych. Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej przez KRRiT w Senacie Rzeczypospolitej Polskiej w Warszawie, w dniu 28 listopada 2000 r.*, Warszawa 2001, s. 79–98; *Télévision: la classification des oeuvres violentes entre en vigueur*, „Conseil Supérieur de l'Audiovisuel CSA La Lettre” 1996, nr 86, s. 32.

l'Audiovisuel 29 lipca 1998 roku³⁹ i 20 października tegoż samego roku⁴⁰. Są zdefiniowane następująco: Kanały powinny powstrzymywać się od emisji dzieł kinematograficznych i audiowizualnych o charakterze erotycznym i przemocy, między godziną 6.00 a 22.00, oraz czuwać, by zapowiedzi programowe powyższych dzieł nie były emitowane przed 20.30 i nie zawierały scen mogących zaszkodzić wrażliwości dzieci i młodzieży lub umożliwić lepsze ich przyjęcie. Przemoc, nawet psychologiczna, nie powinna być postrzegana jako ciągła, wszechobecna, jako jedyna forma rozwiązywania problemów. Nadawcy przyjęli pięciostopniowy system znakowania. Zatwierdzony został następujący kształt znaczników dzieł telewizyjnych i kinowych:

- Kategoria I (bez oznaczeń): programy dla wszystkich widzów;
- Kategoria II (piktogram w kształcie koła w białym kolorze z cyfrą 10 w czarnym kolorze wpisaną w środek): programy zawierające sceny, które mogą zaszkodzić młodym widzom poniżej 10 lat;
- Kategoria III (piktogram w kształcie koła w białym kolorze z cyfrą 12 w czarnym kolorze wpisaną w środek): dzieła kinowe zakazane dla widzów poniżej lat 12, jak również programy mogące zaszkodzić młodym widzom, zwłaszcza, jeśli scenariusz systematycznie i w sposób powtarzający się odwołuje się do przemocy fizycznej lub psychicznej;
- Kategoria IV (piktogram w kształcie koła w białym kolorze z cyfrą 16 w czarnym kolorze wpisaną w środek): dzieła kinowe zakazane dla widzów poniżej lat 16, jak również programy o charakterze erotycznym lub zawierające sceny brutalnej przemocy, które mogłyby zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu dzieci i młodzieży poniżej 16 lat;
- Kategoria V (piktogram w kształcie koła w białym kolorze z cyfrą 18 w czarnym kolorze wpisaną w środek): dzieła kinowe, zakazane dla widzów poniżej lat 18, jak również programy zarezerwowane dla doświadczonych widzów dorosłych, które – zwłaszcza ze względu na obsceniczny charakter – mogą zaszkodzić rozwojowi fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu osób niepełnoletnich (art. 1).

Opracowano także sposób i czas emisji ostrzeżeń i piktogramów.

Oznaczenia są łatwo dostępne dla publiczności na pełnym ekranie przed emisją (programem), podczas emisji (programu) na linii z napisami (bandes-annonces), jak i w zapowiedziach programowych ogłaszanych w prasie. Sygnalizacja pojawia się na antenie według następujących zasad:

- Programy kategorii I: kanały nie mają obowiązku stosowania opisów ostrzegawczych i piktogramu;

³⁹ Décisions n° 98-713 du 29 juillet 1998 portant approbation des dispositifs relatifs à la protection du jeune public sur: France 2 et France 3. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 43; Décisions n° 98-714 du 29 juillet 1998 portant approbation des dispositifs relatifs à la protection du jeune public sur: Réseau France Outre-mer, *tamże*, s. 46.

⁴⁰ Décisions n° 98-774 du 20 octobre 1998 portant approbation des dispositifs relatifs à la protection du jeune public sur: La Cinquième, *tamże*, s. 9.

- Programy kategorii II:

- gdy programy trwają mniej lub równo 30 minut, piktogramy są widoczne na ekranie co najmniej przez 5 minut od rozpoczęcia programu;

- gdy programy trwają dłużej niż 30 minut i zawierają jedną lub kilka przerw reklamowych, piktogramy są widoczne przez co najmniej 5 minut od rozpoczęcia programu i przez jedną minutę po każdej przerwie reklamowej;

- gdy programy trwają dłużej niż 30 minut i nie zawierają przerw reklamowych, piktogramy są widoczne przez pięć minut na początku programu i podczas jednej minuty po pierwszych piętnastu minutach lub podczas co najmniej dwunastu minut na początku programu.

Napisy ostrzegawcze „odradzany poniżej 10 lat” lub „zakazane dla młodych poniżej 10 lat” powinny się pojawić:

- a) na dole ekranu, na białej linii na co najmniej jedną minutę przed programem, lub

- b) na pełnym ekranie, w kolorze białym na co najmniej dwanaście sekund przed programem.

- Programy kategorii III: Piktogram powinien być widoczny na ekranie przez cały czas trwania programu.

Napisy ostrzegawcze „odradzany poniżej 12 lat” lub „zakazane dla młodych poniżej 12 lat” powinny się pojawić:

- a) na dole ekranu, na białej linii, na co najmniej jedną minutę przed programem, lub

- b) na pełnym ekranie, w kolorze białym, na co najmniej dwanaście sekund przed programem.

- Programy kategorii IV: Piktogram powinien być obecny na ekranie przez cały czas trwania programu.

Napisy ostrzegawcze „odradzany poniżej 16 lat” lub „zakazane dla młodych poniżej 16 lat” powinny pojawiać się:

- na dole ekranu, na białej linii, na co najmniej jedną minutę przed programem, lub

- na pełnym ekranie, w kolorze białym, na co najmniej dwanaście sekund przed programem.

- Programy kategorii V: Piktogram powinien być widoczny na ekranie przez cały czas trwania programu.

Napisy ostrzegawcze „odradzany poniżej 18 lat” lub „zakazane dla młodych poniżej 18 lat” powinny się pojawić:

- a) na dole ekranu, na białej linii, na co najmniej jedną minutę przed programem, lub

- b) na pełnym ekranie, w kolorze białym, na co najmniej dwanaście sekund przed programem.

Systemy znakowania „młodych” nie zwalniają nadawców od respektowania dyrektyw Dekretu z 23 lutego 1990 roku dotyczącego klasyfikacji dzieł kinematograficznych. Komisja Klasyfikacyjna powołana przez ministra kultury i komunikacji, w której CSA ma swoich przedstawicieli, przegląda wszystkie filmy, które pojawiają się w salach kinowych i ocenia na paskach informacyjnych (*bandes-annonces*). Na

podstawie tych ocen minister kultury wydaje wizę, która może być powiązana z ostrzeżeniem lub zakazem oglądania przez młodych poniżej 12, 16 i 18 lat. Kategoria, która została przyznana dziełom kinematograficznym, może służyć jako wskazówka przy klasyfikacji dzieł telewizyjnych. Jednak obowiązkiem nadawcy jest zweryfikowanie, czy ta klasyfikacja może być zastosowana bez szkód dla programów rozpowszechnianych w telewizji. Kanały telewizyjne powinny informować telewidzów o tych zakazach, szczególnie podczas prezentacji filmów na ekranie, jak i przed jego emisją, oraz wskazywać kategorie, do których je zaklasyfikowano. Nadawca telewizyjny tworzy także komisje przeglądu, które zalecają dyrekcji kanału klasyfikację dzieł przeznaczonych do emisji. O składzie Komisji współdecyduje również CSA.

Ramówka programów niekodowanych i kodowanych zapisana w *Systemie znakowania programów dla dzieci i młodzieży*, przedstawia się następująco:

- Kategoria II: godziny nadawania takich programów pozostawia się do wyboru, uznania kanału, z zastrzeżeniem, że ich emisja nie może się odbywać w czasie przeznaczonym na programy dla dzieci. Kanał telewizyjny musi zwrócić uwagę na zapowiedzi programów z tej kategorii, nadawane podczas emisji dla dzieci lub w programach bezpośrednio z nimi sąsiadującymi (poprzedzającym emisję dla dzieci jak i bezpośrednio po nich). Wyświetlane programy powinny mieć charakter edukacyjny, informacyjny albo kulturowy.

- Kategoria III: dzieła zaklasyfikowane do tej kategorii nie mogą być rozpowszechniane przed godziną 22.00. Czasami można zgodzić się na ich wyemitowanie przed godziną 22.00, z wyjątkiem śród⁴¹, piątków, sobót oraz dni poprzedzających dni wolne. Zapowiedzi takich dzieł nie mogą zawierać scen, które mogłyby zranić wrażliwość młodych widzów. Poza tym zapowiedzi takich programów nie można emitować w czasie zbliżonym do programów przeznaczonych dla dzieci.

- Kategoria IV: zarezerwowana dla publiczności doświadczonej, uświadomionej, poinformowanej. Programy są wyświetlane tylko po godzinie 20.30 w kanałach kinowych i po 22.30 w innych kanałach niż kinowe. Zapowiedzi tych programów nie mogą zawierać scen, które mogłyby zranić wrażliwość młodych widzów. Zapowiedzi te nie mogą być emitowane przed godziną 20.30.

- Kategoria V: dzieła kinowe zakazane dla młodych poniżej 18 lat, zarezerwowane dla dorosłej publiczności. Są to dzieła pornograficzne i o dużej dawce przemocy, mogące powodować wyczerpanie fizyczne, psychiczne i mentalne. Dla kanałów kodowanych, nadawanie tych programów, jak również ich zapowiedzi, nie może się odbywać w niekodowanych częściach programu oraz między godziną 5.00 a 24.00 i nigdy nie mogą naruszać uregulowań prawnych dotyczących ochrony nieletnich. W tym celu twórca, wydawca powinien upewnić się, czy programy te są emitowane tylko przez nadawców stosujących techniczne zabezpieczenia (filtry). Programy stanowiące zamach na godność ludzką oraz programy, które poniżają osobowość

⁴¹ We Francji środa jest dniem wolnym od nauki.

człowieka bądź prowadzą do poniżenia, upodlenia osoby ludzkiej są zakazane do wszelkiego emitowania. Dotyczy to też programów o charakterze pornograficznym, przedstawiających osoby małoletnie, jak i programów o dużym stopniu przemocy bez powodu. Sygnalizacja „młodych” jest stosowana również przez telewizję kablową (od stycznia 2000 r.). Art. 15 Ustawy o komunikacji audiowizualnej dotyczący ochrony dzieciństwa i młodości zmodyfikowany 1 sierpnia 2000 r. nakłada obowiązek oznaczania tymi znakami wszystkich programów (a nie tylko dzieł kinematograficznych i audiowizualnych – tak stanowiła wcześniej)⁴². Od 18 listopada 2002 r. obowiązuje nowa sygnalizacja, która jest stosowana we wszystkich kanałach⁴³. Przepisy prawne regulujące kwestie nadawania programów z kategorii V zostały zastrzeżone Rozporządzeniem Najwyższej Rady Audiowizualnej dnia 25 marca 2003 roku, w myśl którego: CSA nie powinna zezwalać na rozpowszechnianie tych programów inaczej, jak tylko przez serwisy mające statut kanałów kinowych „cinéma”, tj. kanały kodowane i serwisy płatne za seans, czyli *paiement á la séance*, które gwarantują ograniczony dostęp małoletnich do tego typu programów. Rozpowszechnianie programów z kategorii V jest możliwe jedynie między godziną 24.00 a 5.00. Reguła ta jest już zapisana we wszystkich konwencjach serwisów autoryzowanych do ich rozpowszechniania. Przy rozpowszechnianiu w systemie numerycznym nadawcy emitujący programy z kategorii V powinni zastosować możliwość kontroli dostępu oraz blokowania dostępu do nich, co wymaga zainstalowania kodu rodzicielskiego, z gwarancją dostarczenia go tylko osobie dorosłej, będącej właścicielem abonamentu (ta dyspozycja techniczna powinna odpowiadać kryteriom ustalonym przez CSA). Rada czuwa, aby liczba programów kategorii V emitowanych w każdym z tych kanałów była ograniczona przez zapis maksymalnej liczby takich emisji w każdej konwencji. CSA upewnia się, przy współpracy z serwisami i ich dystrybutorami handlowymi, czy abonenci mają możliwość wyboru między odbieraniem (otrzymywaniem) całości serwisów, włącznie z programami kategorii V, lub bez tych programów. Możliwość takiego wyboru powinna być skierowana do wszystkich abonentów z kompletną informacją o szkodliwości tych programów dla dzieci. Serwisy, zawierające programy kategorii V, nie powinny wchodzić w skład podstawowej (głównej) oferty, a powinny być sprzedawane jako pojedyncze opcje, z wyjątkiem sytuacji, gdy te opcje zawierają serwisy przeznaczone dla dzieci lub młodzieży. Te programy nie mogą być dostępne dla nikogo poza odbiorcami abonamentowym i nie mogą być przedmiotem w ofertach promocyjnych.

⁴² Conventions des chaînes locales privées en métropole et outre-mer: Cahier des missions et des charges du 27 mars 1993. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 10; Conventions des chaînes du câble, *tamże*.

⁴³ *Tamże*, s. 7; *La nouvelle signalétique jeunesse*, www.csa.fr/infos/contrôle/television_signalétique2.php; *L'action du CSA. La directive du 5 mai 1989*, www.csa.fr/infos/pdf/jeunesse_2.pdf

⁴⁴ *Délibération relative à la diffusion de programmes de catégorie V et principes énoncés à l'article 1er de la loi du 30 septembre 1986*, www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=11923

Programy kategorii V proponowane w serwisach płatnych za seans *paiement á la séance*, nie mogą być sprzedawane, inaczej jak tylko pojedynczo⁴⁴.

Liczne działania w dziedzinie ochrony małoletnich zadeklarowali nadawcy komercyjni, a mianowicie TF1, M6⁴⁵ i Canal+⁴⁶. Podobnie jak telewizja publiczna, zobowiązali się nie pokazywać między godziną 6.00 a 22.00 (w paśmie przeznaczonym dla dzieci i młodzieży) przemocy, nawet psychologicznej, jako jedynej metody rozwiązywania konfliktów. Pokazywanie scen przemocy wymaga w każdym przypadku zachowania koniecznej równowagi między dokładnością relacji a osłabieniem wrażliwości odbiorców. Zeznania małoletnich są emitowane na tych samych zasadach jak w telewizji publicznej⁴⁷. Dla podkreślenia specyfiki każdego z kanałów komercyjnych zostały wprowadzone pewne modyfikacje w Konwencji określającej zasady i kryteria znakowania programów telewizyjnych i dzieł kinowych. Na przykład, programy z kategorii III, w TF1 i M6 mogą być emitowane tylko po godzinie 22.00, natomiast w Canale+ już od godz. 20.30 (z wyjątkiem środy). Programy kategorii IV, przeznaczone dla publiczności powyżej 16 lat, nie mogą być emitowane przed godziną 22.30 w M6 i TF1, w przeciwieństwie do Canalu+ (od 20.30). Programy kategorii V są zakazane w TF1 i M6. Programy tej kategorii nie mogą być emitowane w programach niekodowanych Canalu+ między godziną 5.00 a 24.00. W systemie numerycznym programy te powinny być oferowane z podwójnym kodowaniem. Dla kanałów kodowanych reguły rozpowszechniania programów kategorii II i IV są takie same jak w Canale+⁴⁸.

Konwencja z 7 czerwca 1994 roku zawarta między CSA a przedstawicielem Canal Calédonie, zmieniona 26 marca 2001 roku⁴⁹ w art. 9-2 *Ochrona dzieciństwa i młodości* zobowiązuje kanał Calédonie do ochrony osoby ludzkiej i jej godności, ochrony dzieciństwa i młodości. W emisjach przeznaczonych dla młodej publiczności przemoc – nawet psychologiczna – nie może być pokazywana jako przemoc ciągła, wszechobecna, jako jedyny sposób rozwiązywania konfliktu. Programy atakujące godność ludzką, w szczególności programy o charakterze pornograficznym z użyciem małoletnich, jak również programy o ekstremalnej przemocy lub przemocy darmowej („bicie dla bicia”, „zabijanie dla zabijania”), które prowadzą do poniżania i upodlenia osoby ludzkiej, są zakazane do wszelkiego rozpowszechniania. Zgodnie z art. 8 *Prawa osoby ludzkiej* Canal Calédonie respektuje prawa osób dotyczące ich życia prywatnego, ich obrazu, ich honoru, ich reputacji, oraz tych, które są uznane przez prawo zwyczajowe. Powstrzymuje się od emitowania obrazów, które mogą

⁴⁴ Conventions des chaînes nationales privées: TF1 et M6 du 31 juillet 1996. S. Jehel, *dz. cyt.*, s. 47.

⁴⁵ Conventions des chaînes nationales privées: Canal+ du 29 mai 2000 modifiée, *tamże*, s. 50.

⁴⁶ *Résultat d'une délibération*, art. 8.

⁴⁷ *Avanants aux conventions conclus entre le CSA et TF1 du 29 juillet 1998*. W: *Le dispositif juridique en France*, www.csa.fr/infos/pdf/jeunesse_2.pdf; *Avanants aux conventions conclus entre le CSA et M6 du 29 juillet 1998*, *tamże*.

⁴⁸ *Résultat d'une délibération...*

oczerniać, znieważać osobę ludzką, unika żartów w mówieniu o ludzkim cierpieniu. Ponadto kanał ten respektuje system znakowania programów dla dzieci i młodzieży według pięciostopniowej skali⁵⁰.

Omówione wyżej dokumenty stwarzają ramy prawne dla ochrony życia fizycznego, psychicznego i moralnego dzieci i młodzieży w V Republice Francuskiej.

⁵⁰ *Tamże*, art. 8, art. 9-2, art. 11-1, art. 11-2.

ARTUR ANDRYSIAK

McLuhan's tribal
drum. On the
ensnarement of a rapt
audience | Plemienny bęben
McLuhana.
O radiowej pułapce
zastuchania

KEY WORDS

Radio, McLuhan, theory of hot and cold media, anthropology

SŁOWA KLUCZOWE

Radio, McLuhan, teoria mediów zimnych i gorących, antropologia

ABSTRACT

The article considers the influence of radio on the mass listener. The author is of the opinion that, despite the passage of time, recent research findings confirm McLuhan's theory that radio stations sustain moods and heighten emotions rather than inform and educate. A fact of which both George Bush's advisors on the Middle East and the owners of profiled radio stations are well aware.

STRESZCZENIE

Artykuł poświęcony jest tematyce oddziaływania radia na masowego odbiorcę. W opinii autora, przeprowadzone badania pozwalają na stwierdzenie, że mimo upływu czasu zachowała aktualność teza McLuhana, że rozgłoszenie raczej podtrzymuje nastroje i potęgują emocje, niż informują i uczą. Wiedzą o tym zarówno bliskowschodni doradcy George'a Busha, jak i właściciele profilowanych rozgłośni radiowych.

Stwierdzenie, że radio przekazuje coś „na gorąco” oraz określenia „magia radia”, „ulotność słowa”, „wojna w eterze”, nie wymagają komentarza – były i są znane. Marshall McLuhan zastanawiał się jednak, dlaczego radio ma taki duży wpływ na słuchacza. Badając je, wiedział, na czym polega jego urok i znaczenie społeczne. Wychował się w czasach radiowego szaleństwa lat 30. i 40., jazzu i rock’n’rolla. Należał do pokolenia miłośników wynalazku Marconiego, którzy sami konstruowali odbiorniki, żeby słuchać informacji i muzyki. Z niepokojem patrzył też na wykorzystywanie eteru w hitlerowskich Niemczech i stalinowskiej Rosji. Po II wojnie światowej z grupą antropologów zastanawiał się, na czym polega fenomen fascynacji radiem wśród ludów Trzeciego Świata. Całokształt doświadczeń i obserwacji pozwolił McLuhanowi sformułować teorię mediów zimnych i gorących. Wśród ostatnich wymienił radio, które – jego zdaniem – zniszczyło porządek czasu i przestrzeni.

W *Understanding Media* wyjaśniał, że magiczna identyfikacja odbiorcy z dźwiękowym komunikatem bierze się stąd, że słuchacz, aby zrozumieć komunikat, błyskawicznie dodaje sobie do precyzyjnego (wyrazistego) dźwięku równie precyzyjny obraz. Szybkość i sekwencyjność takich skojarzeń powodują, że w odbiorze przekazu radiowego dominują emocje i zmysły. Dlatego przekaz ten jest gorący. Nie ma czasu na analizę, jest tylko czas na identyfikację z treścią. Wstrząsających reportaży słuchacz nie analizuje zdanie po zdaniu, lecz płacze ze wzruszenia, bo przejmuje go dramaturgia sytuacji czy elegijny nastrój relacji.

Według McLuhana, radio ma gorącą naturę także ze względu na to, że odwołuje się do zmysłu słuchu, który jest, zdaniem antropologów, „gorętszy” niż wzrok. Lewa półkula mózgowa odpowiada w sposób dominujący za postrzeganie, prawa za słyszenie. Człowiek plemienny do dzisiaj pozostaje bardziej spontaniczny od Europejczyka. Jego prawa półkula (symultaniczna, akustyczna) szybciej wyzwala emocje w czasie odbioru komunikatu dźwiękowego niż w przypadku sygnału audiowizualnego. Stąd też obecne są w pracach McLuhana relacje między kulturami tradycji ustnej (oralnej)

a rozumieniem sygnałów dźwiękowych. Stąd prowokacyjne stwierdzenie, że najprostszymi komunikat staje się w radiu przypowieścią, że człowiek posiada tzw. wyobraźnię słuchową, którą w prologu do „Eksploracji” określił [za Eliotem] jako „wyczulenie na sylaby i rytm, które sięga poniżej świadomego poziomu myślenia i odczuwania, [...] zapada w najbardziej prymitywne i zapomniane rejony myśli”. Dlatego też, zdaniem autora *Galaktyki Gutenberga*, radio skutecznie wykorzystuje się w wojnach psychologicznych¹ i do przekazywania doświadczeń mistycznych, magicznych oraz świadectw religijnych. Tłumaczy to w pewnym stopniu popularność takich mediów jak Radio Veritas czy Radio Maryja. Radio bowiem o wiele lepiej przekazuje zbiory zaklęć, hasel czy tajemnic (i dzięki nim dociera do „słuchowej wyobraźni”) niż telewizja.

„Radio działa na większość ludzi w sposób intymny, osobisty, nawiązując nic porozumienia między autorem i lektorem tekstu a słuchaczem. Osobiste, prywatne przeżycie – oto najoczywistsza cecha radia [...]. Jest to podstawowa cecha tego przekaznika, który potrafi i psychikę jednostki i całe społeczeństwo zmienić w jeden wielki rezonator”² – pisał w *Understanding media*. Kiedy nie było jeszcze odbiorników telewizyjnych, radio skupiało uwagę całej rodziny. Mogła ona godzinami przeżywać transmitowane z Zakopanego skoki narciarskie. Oddawać się kontemplacji muzyki z sal koncertowych Wiednia, Paryża czy Londynu. Podziwiać śpiewy ptaków dochodzące w latach dwudziestych z głośników Radia BBC.

Najcieplejszą atmosferę w radiu potrafił jednak wytworzyć ludzki głos. Słowa Roosevelta wypowiedane przez radio w czasie kryzysu lat 30. były niemal zbiorem zaklęć, które pozwoliły mu – jako ostatniemu prezydentowi USA – zachować urząd przez cztery kadencje. Jego „Rozmowy przy kominku” (*Fireside Talks*) osiągnęły przez dwa lata liczbę 157 wystąpień. Wykorzystując intymny charakter medium, prowadził dialog z własnym społeczeństwem. Niewielu też obwiniało go, dzięki tej „eterycznej zażyłości”, o kryzys. Można to nazwać pokojowym wykorzystaniem radia i jego hipnotycznych właściwości.

Tam-tam szaleńców

O ile Roosevelt przemawiał do rodzin amerykańskich w ich domostwach, o tyle Hitler wykorzystał radio w formie silnie oddziałujących na emocje transmisji z masowych wystąpień publicznych, starannie wyreżyserowanych, z niezmiernie sugestywnym tłem akustycznym. Maciej Kwiatkowski podkreślał, że słuchaczowi dawały one „poczucie współuczestnictwa oraz złudę wszechspołecznego poparcia dla wodza”³.

¹ Przed powrotem Chomeiniego do Teheranu w 1979 roku, jego przemówienia, nadawane z nielegalnych przygranicznych rozgłośni i rozprowadzane po całym kraju na kasetach, skutecznie podgrzewały atmosferę wśród muzułmanów. Radio odegrało też niemalą rolę przed konfliktem w Ruandzie oraz przed amerykańskim atakiem na Irak w 2003 roku (na kilka tygodni przed inwazją wojsk koalicji z pogranicza nadawała stacja radiowa w języku arabskim, rozniecając frustrację opozycji).

² M. McLuhan, *Wybór pism*, Warszawa 1975, s. 151.

³ M.J. Kwiatkowski, „*Tu Polskie Radio Warszawa...*”, Warszawa 1980, s. 289.

Pierwszym człowiekiem, który odkrył totalitarną zmysłowość radia i wykorzystał jego magnetyzm, był Joseph Goebbels. Jeden z jego osobistych sekretarzy zeznał w Norymberdze, że żadnego wydziału w swoim ministerstwie nie obserwował tak uważnie, „przez lupę”, jak wydziału trzeciego, do którego należało radio. Sam Goebbels mawiał, że istniejące od niespełna dziesięciu lat medium było „ze swej istoty autorytarne”⁴, było instrumentem wpływania na naród. Kiedy Liga Narodów próbowała w 1936 roku opracować konwencję o pokojowym wykorzystaniu radia, Hitler święcił triumfy. Mógł iść swoją drogą z lunatycznym spokojem. Według McLuhana lunatykami były także ofiary i krytycy Hitlera, tańczący – jego zdaniem – jak w transie przy dźwiękach plemiennego bębna. Goebbels, który aranżował audycje z udziałem Führera, najpierw nadawał płomienny reportaż, a po nim dopiero emitował przemówienie kanclerza Rzeszy, a wówczas – zdaniem ministra propagandy – masy wpadały w bezrozumne oszołomienie. Dlatego przed wyborami w 1933 roku Hitler przemawiał publicznie jedynie w tych miastach, w których działały rozgłośnie. Transmisje, zgodnie z zaleceniami Goebbelsa, „miano przeprowadzać ze środka tłumu, aby przekazać słuchaczom plastyczny obraz przebiegu narodowosocjalistycznych zebrań [...], obraz poruszającej uczucia mas pseudoreligijności, kulminującej w słowie Amen, którym Hitler zwykł kończyć swe przemówienia”⁵. Zdaniem autora *Galaktyki Gutenberga*, słowa wypowiedane przez Hitlera nie miały dużego znaczenia. Nie znaczy to oczywiście, że z głośników mógł się wydobywać niezrozumiały bełkot. Przeciwnie, Goebbels dbał o dobór słów w odezwach. Zawierały one mnóstwo magicznych formuł i odwołań do języka religijnego oraz nacechowanego emocjonalnie (naród, godność, prawda, siła). Gdyby to były monotonne ciągi liczb, nie brzmiałyby tak magicznie jak formuły doskonale dopasowane do języka i nastroju radia, które – według McLuhana – „przedłuża ośrodkowy układ nerwowy, powodując głębokie zaangażowanie”. Sztab specjalistów od propagandy pracował nad tym, aby przekaz Führera brzmiał jak zaklęcia wykrzykiwane do ucha niemieckiego słuchacza. Zdaniem McLuhana, radio przestało być w czasach hitlerowskich nośnikiem rozrywki, a stało się „nerwowym systemem informacyjnym” oddziałującym na całe wspólnoty ludzkie.

Świadomy wpływu radia na nastroje społeczne był także Stalin. Kiedy w czasie II wojny światowej zwróciło swoje głośniki przeciw niemu, zirytowany gniótł w palcach papierosa. Nie mógł się pogodzić z drwinami ze strony hitlerowców wykorzystujących w tym celu stację nadawczą w Warszawie. Zatrudniony tam Blumental Tamarin, aktor z Charkowa, doskonale naśladował głos Stalina i w 1941 roku, kiedy Niemcy atakowali na froncie wschodnim, oznajmiał w języku ojczystym radzieckiego przywódcy, że wynosi się za Ural. Tamarin stworzył też cykl quasi-dokumentalnych relacji z posiedzeń Biura Politycznego. Sam był autorem dialogów, które wygłaszał, naśladując Stalina. Parodiował jego rozmowy z robotnikami, chłopami, inteligencją, do-

⁴ R.G. Reuth, *Goebbels*, Warszawa 1996, s. 198.

⁵ *Tamże*, s. 183.

wódcami Armii Czerwonej i NKWD⁶. Nie dziwiło zatem wysyłanie przez Stalina setek szpiegów, żeby pozbyć się aktora. Mimo że w czasie wojny wszystkie prywatne odbiorniki w ZSRR podlegały konfiskacie, to jednak na placach i przy ulicach były rozmieszczone głośniki do publicznych odsłuchów, więc władze obawiały się prześmiewczych głosów. Przecież od strzałów z „Aurory” do rozkwitu stalinizmu radio wiernie służyło „totalnej integracji”.

Szczególne role przypadła w 1938 roku Polskiemu Radiu, które podczas przygotowań i przebiegu akcji aneksyjnej Zaolzia po raz pierwszy wystąpiło nie tylko jako informator, lecz – jak zaznaczył Maciej Kwiatkowski – także „jako organizator i manipulator nastrojów”⁷. Polskie władze znały osiągnięcia mistrzów propagandy i nie zawahały się podgrzać atmosfery wśród Ślązaków za pomocą fikcyjnych komunikatów. Kwiatkowski uważa, że wtedy po raz pierwszy i na masową skalę Polskie Radio zostało wykorzystane jako tuba propagandowa. Dostyc skutecznie – gdyż społeczność południowej Polski, po usłyszeniu wojskowych komunikatów, zaczęła się zbroić i demonstrować na ulicach. O to wówczas chodziło.

Od początku radiofonii ludzie z trudem uświadamiali sobie przemianę tej „grającej skrzynki” w potężny, masowy środek oddziaływania, który „rozgrzewał” słuchaczy i nadawców w nieprawdopodobnym stopniu. Pamiętna nowojorska radiofonizacja *Wojny światów* (31 października 1938 roku) zrealizowana została tak sugestywnie, że wywołała panikę w Nowym Jorku i kilku stanach Ameryki. Mimo że było to tylko słuchowisko, wizja ataku Marsjan w nim zawarta tak zadziałała na „przyklejonych” do głośników słuchaczy, że plądrowali sklepy i znosili do piwnic żywność w obawie o swoją przyszłość⁸. Ludzie stali się jakby częścią przedstawienia i zagrali w nim (zupełnie nieświadomie) swoją rolę. Jest to dowód, że obraz słuchowy radia przemawia do wszystkich zmysłów odbiorcy i w pełni go angażuje. McLuhan już w *Galatyce Gutenberga*, na przykładzie przedwojennej historii radia, wykazał autorytarny i gorący charakter wynalazku Marconiego. Radio ma, jego zdaniem, magiczną zdolność hipnotyzowania człowieka, i to bez względu na rodzaj przekazu. Gorąca natura radia przejawia się także w tym, że podczas jego słuchania zanika pojęcie obcozności. W tym samym czasie różne społeczności mogą oddawać się słuchaniu tej samej muzyki, komunikatów meteorologicznych czy przemówień przywódców. Wytwarza się przez to wspólnota czasu i przestrzeni, zasłuchania. Wiedział to Goebbels, który sprzedawał tanie radioodbiorniki nie tylko w Rzeszy, ale także w Austrii i Czechach, łamiąc tym samym polityczny i geograficzny porządek Traktatu Wersalskiego. Wiązał emocjonalnie cały naród niemiecki, który z czasem tańczył w rytm faszystowskiego songu rozbrzmiewającego z głośnika.

⁶ „Forum” 2001, nr 51, s. 46–47.

⁷ M.J. Kwiatkowski, *dz. cyt.*, s. 424–425. Zob. też: J. Radziński, *Polska tajna stacja*, „Antena” 1938, nr 43.

⁸ W Polsce, w latach dwudziestych, podobny eksperyment miało przeprowadzić wojsko, jednak z przyczyn technicznych plan ten nie został zrealizowany.

Własny świat stwarzało radio także w epoce dominacji telewizji. Świadczy o tym fakt, że podczas debat przedwyborczych Richarda Nixona z Johnem F. Kennedy'm, słuchacze byli przekonani, że lepiej wypada pierwszy z kandydatów, a telewidzowie mieli odmienne zdanie⁹. Radio zintegrowało zwolenników Nixona. Tymczasem większość Amerykanów oglądała debatę w telewizji i to, zdaniem McLuhana, przechyliło szalę na korzyść kandydata demokratów. Kennedy bowiem dopasował przekaz (niekoniecznie treść, raczej nastrój, aurę, jaką stwarzał w studiu) do „natury szklanego ekranu”. Nixon pasował zaś do nastroju, który stwarza radio.

Czary i wtajemniczenia

Naukowcy, badający wpływ radia na wspólnoty plemienne w XX wieku, zauważyli, że kiedy przekaz radiowy dociera do gorących społeczności Afryki czy Azji – wywołuje trans, który czasem nie ma nic wspólnego z treścią przekazu. McLuhan opisywał Beduinów, którzy jadąc przez pustynię, słuchali audycji radiowych, mimo że nie rozumieli z nich ani słowa. Przedstawiał też obserwacje antropologów badających zachowania wobec przekazu radiowego ludów pierwotnych Afryki¹⁰. Dla społeczności zakorzenionych w tradycji ustnej stosunek do mowy jest taki sam jak nasz stosunek do melodii. Członek takiej wspólnoty z samego brzmienia słów może odczytać uczucia złości, radości, smutku, strachu. Thomas Eliot nazwał to wyobraźnią słuchową, która „oddziałuje poprzez znaczenia, ale i bez znaczeń w zwykłym sensie, oraz łączy to, co stare, wymazane z pamięci, banalne, z tym, co aktualne, nowe, i zaskakujące; najbardziej starożytną i najbardziej cywilizowaną mentalność”¹¹. Na zdanie to powoływał się często McLuhan, uzasadniając gorącą naturę radia, która w połączeniu z gorącą naturą słuchacza (społeczności oralne) stwarzała „mieszankę wybuchową”.

Euforyczny sposób przeżywania swojej religijności przez wspólnoty plemienne (klanowe) Afryki i Azji potwierdzają obserwacje antropologów i socjologów. Jan Paweł II nazywa ludy Azji, Ameryki Łacińskiej i Afryki nadzieją Kościoła. Do ich gorącej religijności dopasowało się z pewnością intymne i emocjonalne radio, które jednoczy i pozwala w sposób wspólnotowy przeżywać wiarę. Katolickie Radio Veritas, nadając program z Filipin w 17 językach, dociera do 21 krajów, i jest jednocześnie najpopularniejszym medium ewangelizacyjnym Azji. Podczas mszy świętej odprawianej w 1995 roku przez Jana Pawła II potrafiło nie tylko skupić rekordową liczbę 4 milionów wiernych, ale także dotrzeć z orędziem papieskim – wygłoszonym podczas Światowych Dni Młodzieży w Manili – do ponad miliarda słuchaczy!¹² W społeczność-

⁹ Zob.: M. McLuhan, *Język służy do mówienia głupstw*, „Forum” 1976, nr 52/53, s. 33.

¹⁰ McLuhan opisuje, jak jeden z Afrykańczyków włączał radio i codziennie o tej samej porze bez względu na treść, której nie rozumiał, wysłuchiwał serwisu informacyjnego BBC. Zob. M. McLuhan, *Wybór tekstów*, Poznań 2001, s. 226–227; tenże, *Wybór pism*, s. 58.

¹¹ Tenże, *Wybór pism*, s. 300.

¹² Por. *Bóg w globalnej wiosce. Arcybiskup John Patrick Foley w rozmowie z Ulrichem Bobingerem*, Kraków 2002, s. 110. Zob. też: www.muzeumwspomnien.pl/biografia/pilgrz_sw/pielgrz_sw_azja_australia [15 I 2003].

ciach Południa słuchacze są bardziej wyczuleni na dźwięk. Na dźwięku opiera się u nich edukacja dzieci – większość wiedzy przekazywana jest w formie opowieści. Rzutuje to nawet na rynek reklamy. Na Jamajce wydatki na reklamę radiową sięgają 25% wszystkich wydatków na reklamę, podobnie jest na Filipinach (20%). W Europie jest to zaledwie kilka procent.

Poza hipnotycznym i integrującym charakterem radia, możemy także za McLuhanem dostrzec jego symultaniczny charakter. Proces słuchania i rozumienia nadawanych poprzez nie treści jest bowiem jednoczesny. Rozumienie idzie w parze z wrażeniem, jakie wywiera audycja. W radiu nie ma miejsca na powtórki, zatrzymania, cofnięcia dźwięku. Istnieje i poddaje się refleksji to, co w danej chwili słyhać. Owa symultaniczność podnosi więc temperaturę odbioru audycji radiowych. Jak zauważył Walter Ong, każdy dźwięk ma szczególny związek z czasem. „Nie tylko po prostu znika: ze swej natury jest efemeryczny i tak go odbieramy”¹³. Dlatego nauczyć się, poznać, w tym przypadku – zdaniem Onga – oznacza „osiągnąć ściśle, empatyczne, wspólnotowe, utożsamienie z poznawanym, przestawanie z tym”¹⁴. Nic więcej. Zgadza się to z twierdzeniem McLuhana, że medium gorące, radio, nie pozostawia trwałego śladu w pamięci, rozgrzewa zaś wszystkich słuchaczy przekazem w trakcie jego trwania. Rozumienie polega w tym przypadku na uczestnictwie i przeżywaniu. Podtrzymanie takiego stanu daje McLuhanowski lunatyczny trans.

Wiele kędy chce...

Krzysztof Loska, badając teorię *hot* mediów, zaznaczył, że dźwięk radiowy stwarza wrażenie „obejmowania”: „słuchacz może zanurzyć się w przestrzeni akustycznej, ale nie może w wizualnej – wzrok rozdziela elementy, dźwięk je łączy, spojrzenie różnicuje, wskazuje na odrębność, zaś słuch podkreśla jedność i harmonię”¹⁵. Wiedział to Goebbels, który odkrył autorytarną naturę radia. Wiedział Roosevelt, który „wchodził” ze swoimi ciepłymi pogadankami do mieszkań Amerykanów. Słuchacze poddawali się gorącemu strumieniowi słów, a przyswajanie przez nich wiadomości przypominało proces edukacji w społecznościach pierwotnych (oralnych), które uczą się poprzez uczestnictwo i praktykę. Loska powtarza za McLuhanem, że społeczeństwa takie charakteryzują się pewną beczasowością, ahistorycznością czy raczej równoczesnością wszystkich planów czasowych – jednością przeszłości, teraźniejszości i przyszłości¹⁶. Działają instynktownie, zgodnie z porządkiem zmysłów, łatwiej budzą się w nich irracjonalne uczucia. Jak u dzieci, które – siedząc przy odbiorniku radio-

¹³ W. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Lublin 1992, s. 55–56.

¹⁴ *Tamże*, s. 73.

¹⁵ K. Loska, *Dziedzictwo McLuhana. Między nowoczesnością a ponowoczesnością*, Kraków 2001, s. 99.

¹⁶ *Tamże*, s. 53–54. Duży nacisk wywiera się w plemiennych społecznościach na podtrzymywanie tradycji. Jest on silniejszy w społecznościach apisaćmiennych. Zob. E. Nowicka, *Świat człowieka – świat kultury. Systematyczny wykład problemów antropologii kulturowej*, Warszawa 1998, s. 453.

wym czy telewizorze – zdają się być wyłączone ze świata. McLuhan porównywał ten stan zauroczenia do kontemplacji. W każdym dziecku-widzu dostrzegał prowokacyjnie mnicha Zen. Papież Jan Paweł II w jednym z listów na Światowy Dzień Komunikacji Społecznej także w bardzo plastyczny sposób przedstawił wpływ mediów na najmłodszych odbiorców: „Jak miękki wosk, na którym każdy – nawet najmniejszy – nacisk pozostawia ślad, tak wnętrza dzieci są wystawione na każdy bodziec, który wywołuje zdolność pomysłowości, fantazję, uczuciowość, instynkt”¹⁷. Wpływ „audiosfery” na życie człowieka – równie obrazowo wyrażała Ewa Kofin. Pisała, że dźwięk „ma naturę imperialisty, a informacje akustyczne czynią nas istotami niecierpliwymi i roztrągniętymi słuchowo”¹⁸. Według McLuhana, radio swoją symultanicznością komponuje się ze światem plemiennych bębnów i szamańskich zaklęć. Rozbrzmiewając w uchu symfonią dźwięków, doprowadza człowieka do stanu całkowitego zaangażowania. Mimo powierzchownego i krótkotrwałego działania jest w stanie rozgrzać nawet niezrozumiałym słowem, w obcym języku. Gramatyka tego środka przekazu, jego specjalny styl, jego forma – dominują w nim nad treścią. Radio jest bardziej mityczne niż logiczne. Błyskawiczna prędkość elektryczności nadaje dzięki radiu mityczne wymiary normalnym wydarzeniom (niskie temperatury w krajach polarnych) i zjawiskom społecznym (choroby starcze). Kofin uważa, że „jest natychmiastową wizją procesów, które normalnie rozciągają się w czasie, [...] implozją każdego procesu”¹⁹.

McLuhan dostrzegał też niebezpieczeństwa płynące z radiowej unifikacji: „Żyjemy mitycznie, ciągle jednak myślimy fragmentarycznie i na wydzielonych planach”²⁰. Zdawał sobie sprawę, że ani telefon, ani radio tak naprawdę nie zbliża do siebie ludzi, a daje raczej pozór zbliżenia. Jak pozornie zjednoczeni byli słuchacze rozgłośni faszystowskich i tańczący przy muzyce Beatlesów hippisi. McLuhan miał spory dystans do rzeczywistości medialnych, które badał. Wiedział, że dzięki radiu każde miejsce mogło być w jego czasach centrum (znikało pojęcie peryferii) i nie wymagało to (za sprawą mediów) zgromadzenia dużej liczby ludzi. Mimo to twierdził, że żadne z mediów nie zastąpi potrzeby doświadczenia prawdziwej wspólnoty ludzi. Był daleki od euforii, kiedy stwierdzał, że radio jest medium gorącym – masującym zmysły (*medium is the massage*), działającym jak plemienny bęben. W swoich wypowiedziach z lat siedemdziesiątych zawarł dużo krytyki pod adresem tego medium. Mimo że wychowywał się w złotych latach radiofonii i podkreślał intymny charakter wynalazku Marconiego – w dobie *walkmanów* i samochodowych odbiorników – nie wahał się wyciągać pesymistycznych wniosków z jego funkcjonowania. Biskup Jan Chrapek u progu XXI wieku potwierdzał przypuszczenia autora *Galaktyki Gutenberga*. „Dzisiaj globalnie jesteśmy podobni do siebie w drugorzędnych sprawach, natomiast du-

¹⁷ *Orędzia Papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967–2002*. Oprac. i red. M. Lis, Częstochowa 2002, s. 84.

¹⁸ E. Kofin, *Komunikacja audytywna*, „Przekazy i Opinie” 1982, nr 1, s. 38–39.

¹⁹ M. McLuhan, *Wybór tekstów*, s. 232.

²⁰ *Tamże*.

za dywersyfikacja następuje w sferze idei. Absolutny monizm panuje w zachowaniu, w stroju. [...] W ideach następuje walka z monizmem”²¹ – mówił w jednym z wywiadów. Widok człowieka, który ma na uszach słuchawki i podryguje w rytm jakiejś melodii, nie należy dziś do rzadkości. Odzwierciedla nowoczesną plemiennosc człowieka i potwierdza jego samotność w tłumie przechodniów.

Pisząc o radiu jako medium gorącym, McLuhan zdawał sobie sprawę, że w latach 60. telewizja zdetronizowała je jako główne źródło informacji i rozrywki. W dobie Internetu wiemy, że podobny los czeka telewizję. Nie zmienia to faktu, że wynalazek Marconiego działa w sposób intymny i powoduje osobiste zaangażowanie słuchacza. Jest z natury implozywny, wciąga i nie stwarza dystansu – podobnie jak cała przestrzeń akustyczna. Dzięki radiu człowiek może przeżywać wielki dramat dźwięków, szumów i szmerów, który w przyrodzie rozgrywa się od wieków. Wcześniej – nie mając przedłużenia zmysłu słuchu, jakim jest radio – nie dostrzegał tego teatru muzyki. W czasie dominacji radia dramat ten rozbrzmiewał głośnie. Dzisiaj trochę przycichł. Jednak, jak zauważył Paul Levinson, nie ma większego znaczenia, czy płynące z głośnika przesłania „były moralne czy niemoralne, głoszone w imieniu demokracji czy totalitaryzmu, czy nawoływały do obrony przed agresją czy do straszliwego ataku na niewinnych ludzi. Dźwięk i oddziaływanie ludzkiego głosu przemawiającego z tak bliska, tak osobiście, nie poddaje się [...] obiektywnej, racjonalnej analizie. Powoduje tworzenie więzi na emocjonalnym poziomie, a to, jak wszelkie odwoływania [!] się do naszych emocji, mało ma wspólnego z rozumem”²².

Radio, aby oddziaływało skutecznie, potrzebuje jednak odpowiednich warunków, a takie – poza krajami Trzeciego Świata – prawie nie istnieją. Dzisiejsze profilowanie rozgłośni sprawia, że medium dostraja się do słuchacza i stwarza mu identyfikowalną przestrzeń dźwięków. Zapewnia komfort wrażeń. Sprawia, że wpadamy w pułapkę zasłuchania. Dajemy się ponieść porannym debatom, prognozom pogody, zapowiedziom wydarzeń. Jedynie jakiś radioodyssey nie dałby oczarować się tym syrenim śpiewom. Radio, jeśli wyrwie człowieka z multimedialnych objęć Internetu i telewizji, jest w stanie uspić jego lewą (logiczną) półkulę mózgu, oddziaływać na emocje, rozkołysać ucho.

W czasach młodości McLuhana słuchacz musiał śledzić program radiowy. Teraz – radio śledzi słuchacza. A kiedy go namierzy, wygrywa swój plemienny song, stając się nie tyle przekazem (*message*), co masażem (*massage*).

²¹ Świat zbawienie i ... telewizja. Z biskupem Janem Chrapkiem rozmawiają Barbara Czajkowska i Dorota Maciejewska, Katowice 2002, s. 127.

²² P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 1999, s. 144–145.

ARTUR TRUDZIK

Exploration
and use
of the Internet
by the contemporary
anarchistic movement
in Poland | Eksploracja
i wykorzystywanie
Internetu przez
współczesny ruch
anarchistyczny
w Polsce¹

KEY WORDS

Internet, indymedia, Polish anarchistic movement
in the 21st century.

SŁOWA KLUCZOWE

Internet, indymedia, polski ruch anarchistyczny
w XXI w.

ABSTRACT

Exploration and use of the internet by the contemporary anarchistic movement in Poland Today's anarchistic movement is characterized by surprising mobility and flexibility when it comes to the selection of mass media for propagating its views, ideas, objectives and values. These tendencies can also be seen in Poland. People involved with the anarchistic movement use practically every media form currently available: printed matter such as leaflets, fanzins, papers, books and catalogues; photography and graphics (posters, stickers, comics, graffiti); and such audiovisual aids as concerts, festivals, radio broadcasts, CDs, audio tapes, TV programmes and video films. The article is concerned with the importance of these media for the functioning and activities of the anarchistic movement.

STRESZCZENIE

Współczesny ruch anarchistyczny cechuje – wręcz zdumiewająca – mobilność i elastyczność doboru środków komunikacji masowej, do szerzenia własnych poglądów, idei, celów, wartości. Te światowe tendencje w łonie ruchu anarchistycznego są także przenoszone na grunt polski. Środowiska wolnościowo-anarchistyczne w kraju korzystają praktycznie z wszystkich, dostępnych w XXI w. mediów. Wśród nich należy wymienić: źródła drukowane (ulotki, fanziny, czasopisma, książki, katalogi, etc.); grafikę (plakaty, „wlepki”, komiksy, graffiti, itd.); fotografię; przekazy audialne (koncerty, festiwale, płyty, kasety, audycje radiowe, itp.); środki audiowizualne (programy w TV, video). Artykuł pokazuje znaczenie tych mediów, dla funkcjonowania i działalności ruchu anarchistycznego.

Anarchiści w całej palecie przedsięwzięć, jakie podejmują w celu promowania idei oraz szerzenia swojego programu, korzystają z ogromnej ilości środków komunikacji masowej. Od wielu lat wydają ulotki, biuletyny, pisemka, fanziny, czasopisma, książki, etc. Często też są obecni na falach eteru, szczególnie w młodzieżowych audycjach muzycznych. Spotykają się systematycznie na koncertach i festiwalach. Organizują też demonstracje i manifestacje. Jednak większość tych inicjatyw ma charakter doraźny, ich specyfika jest trudna do uchwycenia, a szereg ograniczeń (m.in. czasoprzestrzennych), sprawia spore trudności metodologiczne przy ich analizie. Internet staje się w tym przypadku nieodzownym narzędziem badawczym, jednocześnie – co wynika z tytułu niniejszej rozprawy – będąc głównym przedmiotem analizy medioznawczej w tejże publikacji.

Ulotka – sieciowa płotka

Środowiska wolnościowo-anarchistyczne często posługują się w swojej działalności elektroniczną wersją ulotki. Niestety, traci ona na swej atrakcyjności w porównaniu z formą pierwotną, czyli drukowaną. Choć na stronach www można spotkać wiele tego typu publikacji, to jednak ich znaczenie i funkcje pełnione w hiperprzestrzeni są nieco inne niż w postaci tradycyjnej². Ulotka, jako pewnego rodzaju całość tekstowa, zmienia swój charakter i gubi się w różnorodnych kontekstach oraz ztraca swą wartość w natłoku innych, sieciowych środków komunikacji masowej. Przewagą ulotek elektronicznych jest z pewnością wyższy poziom edytorski i estetyczny – często są

¹ Niniejszy tekst stanowi integralną część artykułu mojego autorstwa, *Rola i znaczenie mediów w funkcjonowaniu współczesnego ruchu anarchistycznego w Polsce*, który zostanie opublikowany w materiałach Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej zorganizowanej w 2003 r. przez Uniwersytet Śląski pt. „Rola i znaczenie mediów na przełomie XX i XXI w.” Niestety, ze względów natury formalnotechnicznej, artykuł ten musiał zostać podzielony na dwie odrębne rozprawy, będące *de facto* całością.

² www.data.cit.art.pl/stolyca/ulotka.htm

to rozbudowane dokumenty hipertekstowe, z możliwością wejścia na podstrony za pomocą hiperłączy, wyraźnymi zdjęciami o dużej rozdzielczości, możliwością wyboru języka czy ruchomą animacją. Oczywiście, tempo transmisji informacji zwiększa się znacznie dzięki możliwościom, jakie niesie ze sobą Internet³.

Biuletyn – darmowy surfing w stronę pism i organizacji anarchistycznych

Wolnościowe biuletyny dostępne na stronach www można podzielić na kilka grup. Wśród nich wymienić trzeba okólniki, czyli elektroniczne wersje biuletynów drukowanych. Obecnie wiele okólników najpierw jest rozsyłanych drogą internetową, a następnie dopiero rozpowszechnianych w formie drukowanej. Istnieją też tylko e-biuletyny⁴. Na stronach organizacji i stowarzyszeń anarchistycznych można spotkać komunikaty i biuletyny gromadzone w internetowych archiwach⁵. Duża ich ilość jest recenzowana na stronach redagowanych przez osoby i grupy zaangażowane w działalność anarchistyczną⁶. Podkreślić też wypada, iż niemal wszystkie najważniejsze wydawnictwa i oficyny⁷ oraz czasopisma wolnościowo-anarchistyczne wydają swoje biuletyny, których e-wersje pojawiają się w Internecie⁸. Poza tym w Sieci

³ www.ack.most.org.pl/wyswietl.php3?wrd=32; www.saynotbush.alternatywa.com/pol/ind_pol.htm; www.sierp.tc.pl/anarche.htm; www.drewno.pac.pl/antymc/index.htm

⁴ „Biuletyn Informacyjny ACK” nr 18,5 [sic!] pt. „Znaj swoje prawa”, wydany przez OBI ACK, nakład 2000 egz. Na stronie www – wersja poprawiona, oglądana 2257 razy. Jest to okólnik poświęcony przygotowaniu manifestacji oraz zachowaniu się uczestnika demonstracji po ewentualnym zatrzymaniu przez policję. Zob.: www.hyperreal.info/kanaba/go.to/art./262 oraz Raport FA-Łódź dotyczący łamania praw obywatelskich i bezprawnego działania policji z 19. 02. 2002 r. – www.republika.pl/falodz/os.htm

⁵ Archiwum biuletynów ACK, nr 10-21 oraz www.ack.most.org.pl/index.php?go=14; Strona antynazistowskiego stowarzyszenia „Nigdy Więcej” – komunikaty z lat 2001–2003 – www.free.ngo.pl/nw

⁶ „Against” – 16 stron (A4). Jeden z najstarszych i najlepszych biuletynów sceny niezależnej; „Anarchistyczny Czarny Krzyż” – 8 stron (A5); „Cień” – 2 strony (A5); „Biuletyn Poranny” – 6 stron (A6); „Gazeta” – 2 strony (A5), kontynuacja „Las Machinas”, która była pisana ręcznie i dopiero powielana na ksero; „Ulica” – 1 strona (A5); „Dzieci z Brudnej Ulicy” – 8 stron (A5); „Marlboro – o co chodzi. Wszystko, co Phillip Morris nie chciałby żebyś wiedział” – 8 stron (A5); „Niezależny Liść”, informator zapisany drobnym maczkiem; „Obsesja Kupy” – 2 strony (A4); „Outferna” – 2 strony (A4); „Uczeń i Uczennica” – 8 stron (A4-A5); „Vegan News” – 2 strony (A4); „Lokomotywa Inferna” – 2 strony (A4), nakład 100 egzemplarzy. Ukazało się dotychczas 20 numerów i 5 okolicznościowych wydań, nienumerowanych; „Lokomotywa Bez Nóg” – 4 strony (A4). Por. www.independent.pl/wiatry/prasa/htm; www.hc-punk.independent.pl/strona_recenzje_pism.php; www.gas.hardcore.it/biuletyn.htm

⁷ Wydawnictwo Wielki Skok emituje biuletyny „Podaj Dalej”, „Biuletyn Antygraniczny”, i in. – www.gas.hardcore.it/biuletyn.htm; Biuletyn Oficyny Wydawniczej Bractwa Trojka – www.versus.most.org.pl/do_owb.htm

⁸ Darmowy biuletyn „Porozumienie Ponad Podziałami”, wydany przez redakcję pisma „The Last Word”. Zob.: www.thelast2.republika.pl. Por.: Biuletyn „Marksiście Reichsiście: O wyzwolenie seksualne, przeciwko klerykalizmowi”, wydany przez „An-Anarché” – www.hilda.thevalkyrie.com/~jaceks6/nonisa/reich.htm

tłumaczone są też biuletyny obcojęzyczne, m.in. angielskie, niemieckie, czy nawet z języka esperanto⁹.

Teksty piosenek – klikasz i masz

Teksty piosenek znajdują się na wielu różnych stronach, m.in.: organizacji, prywatnych, oficyn wydawniczych, tytułów prasowych, katalogów, zinów, ale przede wszystkim na stronach kapel oraz Niezależnych Serwisów Informacyjnych. Dostęp do nich jest praktycznie nieograniczony i oczywiście darmowy¹⁰.

Katalog – internetowa dystrybucja informacji

Katalog w formie elektronicznej ma dużo szersze pole semantyczne niż w wersji drukowanej. Przesunięcie znaczeniowe zmierza w kierunku zastąpienia towaru (w formie materialnej) jego ekwiwalentem w postaci oferty i transmisji informacji. Oczywiście w Internecie istnieją „katalogi towarów”, ale coraz większą rolę odgrywają te, które zawierają odsyłacze do innych witryn anarchistycznych. W ten sposób tworzy się potężny katalog indymedialny, zawierający w sobie inne „podkatalogi”. Systematyzując owe „podkatalogi”, należy wyodrębnić w nich dwie podstawowe grupy, a mianowicie: klasyczne i wolnościowe katalogi zasobów sieciowych. Do pierwszej kategorii zaliczają się ogólne oraz szczegółowe katalogi wydawnictw: prasowych, książkowych, muzycznych i zinów. W obrębie drugiej grupy wypada rozróżnić podział na katalogi ogólnoswiatowe i krajowe. Poniżej omówione zostaną najciekawsze z nich.

Jeden z najlepszych i najpopularniejszych katalogów odnajdujemy na stronie „Czerwony Szczur” wydawnictwa Red Rat, oferujący ponad 90 tytułów – broszur, książek, wydawnictw okolicznościowych, i in. Oficyna Red Rat powstała na przełomie lat 1990/91 z pisma „Bruk”. Działa ona na zasadzie *non-profit*. Broszury oferowane przez tę oficynę są drukowane laserowo, głównie na indywidualne zamówienie, na papierze białym – 80 gram na 1 m², w formacie A5 i są zszywane. Na stronie internetowej oficyny są zamieszczane recenzje wybranych tytułów i pliki do pobrania – katalog, formularz zgłoszeniowy, wersja anglojęzyczna i kontakt¹¹.

Kolejny interesujący, znany i znaczący katalog znajdujemy na stronie www.versus.most.org.pl/do_owb.htm. Jest to witryna powstałej w 1994 r. Oficyny Wydawniczej Bractwa Trojka, którą stworzono, by „wydawać niedrogie pozycje, by propagować anarchizm, idee wolnościowe oraz nieskrępowane tfu-rcze [sic!] myślenie”¹². Później oferta została poszerzona o klasyczne pozycje i wydawnictwa z zakresu histo-

⁹ „Interhelpo” – anarchistyczny biuletyn esperancki (wersja drukowana i elektroniczna) – www.esperantaalternativa.republika/interhelpo. Por. tłumaczenie ulotki wydanej w Edynburgu pt. „How To Support Prisoners”, wydanej przez ACK jako biuletyn informacyjny dla osób chcących pomóc więźniom i osobom represjonowanym – www.ack.most.org.pl/index.php?go=14.

¹⁰ Szerzej w dalszej części artykułu dotyczącej stron kapel.

¹¹ www.red-rat.w.interia.pl

¹² www.versus.most.org.pl/do_owb.htm

rii ruchu autorstwa badaczy anarchizmu (Kołodziej, Kulczycki, Giełżyński i in.), oraz anarcho-fantastykę. Część tytułów jest rozsyłana bezpłatnie, „jedynie za symboliczny znaczek”. Trojka była współtwórcą Anarchistycznej Oficyny Wydawniczej – „połączonej inicjatywy wydawnictw anarchistycznych, by wspólnymi siłami wydawać ciekawe i nieznanne w Polsce pozycje, w większym nakładzie”¹³. Jest też współtwórcą „Biuletynu Informacyjnego ACK”.

Dystrybucją wysyłkową zajmują się ponadto m.in.: „Skowyt” – eko-punk-wegetkramik z Białegostoku, „Nikt Nic Nie Wie” z Nowego Targu, „Opolska dystrybucja R+” czy radomskie „Małe Co Nieco”. Część katalogów to zwykły spis oferowanych tytułów, przeniesiony na strony internetowe¹⁴.

Bodaj najlepszy katalog szczegółowy czasopism znajduje się na stronie www.katalog.czasopism.pl/spis_tresci.php?id.spisu=3047. Oferuje go wydawnictwo „Mać Pariadka”. Tytuły wyłącznie czasopism znajdujemy też pod adresem www.refuserecords.webpark.pl/katalog/prasa_pl.htm. Jest to katalog obszerny, ale od strony technicznej i wizualnej mało interesujący. Należy też do tej grupy włączyć redakcje pism, które często oferują także inne wydawnictwa (np. broszury). Z tego powodu nie są w tym miejscu omawiane¹⁵. Natomiast katalog zinów anarchistycznych znaleźć można na stronie poświęconej ogólnie fanzinom, pod adresem www.independent.pl/artzine/intro.htm. – duży wybór i krótkie opisy tytułów¹⁶. Poza tym rozpowszechnianiem katalogów zajmują się też wydawcy książek¹⁷.

Prezentację wolnościowych katalogów zasobów sieciowych wypada zacząć od cotygodniowego serwisu z całego świata i Polski pt. Anarvista¹⁸. Podaje on adresy innych stron o proveniencji anarchistyczno-wolnościowej. Jego wewnętrzna struktura obejmuje m.in. linki: „FAQ”, „Prawa, Wczoraj i Dziś”, „Sieci i Organizacje”, „Inicjatywy i Kampanie”, „Publikacje i Media”, „Edukacja”, „Ekologia”, „Geje i Lesbijki”, „Feminizm”, „Antytotaryzm” i inne. Podobny charakter mają Ainfos, prywatna strona Jacka Sierpińskiego pt. „Dziwne i Ciekawe Miejsca w Sieci”, „Libertarianizm w Sieci”, „Anarchia w Sieci” – anarchistyczne Yahoo Piotra Smyroka, katalog zagranicznych i polskich stron związanych z ruchem¹⁹.

Szczególnie warta polecenia jest też strona grupy anarchistycznej „Solidarność – WITAJ”²⁰. Jest ona oryginalnie i starannie przygotowana. Zawiera m.in. opcję wybo-

¹³ *Tamże*.

¹⁴ www.republika.pl/falodz/KONTAKT.htm; www.zima.slask.pl/katalogzima14html; www.zboce.pl/145/org/oszet.htm; www.nnnw.pl/katalog_p.htm

¹⁵ „Zielone Brygady” – www.zb.most.org.pl; „Obywatel” – www.obywatel.org.pl; „Robotnik Śląski” – www.robotniksl.w.pl; „Raster” – www.raster.org.pl. Por.: „Psubraty” – www.psubraty.vege.pl; „Lampa i Iskra Boża” – www.lampa.art.pl

¹⁶ www.independent.pl/artzine/intro.htm

¹⁷ Patrz inne wydawnictwa.

¹⁸ www.katalog.poprostu.pl

¹⁹ www.libertarianizm.pl/katalog.html; <http://195.117.24.35/anarvista.index.html>

²⁰ www.gas.hardcore.it.pl

ru języka (polski, angielski) oraz odsyłacze do „Kuriera Anarchistycznego”, „Wydawnictwa”, „Czytelni”, „Księgarni”, „Wydarzeń”, „ACK gas”, „Kontakt”. Warto też obejrzeć „Zielony Katalog Internetu”²¹, zawierający m.in. działy: nowości, prawa, przewodnik, instytucje, serwis informacyjny, organizacja, czasopisma, katalog wypadków „Brutalna Księga” – rejestrujący incydenty na tle rasistowskim i ksenofobicznym oraz przestępstwa popełnione przez neofaszystów²².

Zin – z Internetem można więcej

Istotę zina można ująć w ramach współlistnienia pięciu elementów, które powinny występować z określoną intensywnością przy definiowaniu tego rodzaju wydawnictwa. Zatem zin to: a) dzieło indywidualne, twór jednostki lub grupy przyjaciół, ale nie typowego zespołu redakcyjnego, w którym obowiązują zasady stosunku pracy, podległości, hierarchii służbowej, itp., b) integralność treści, formy, grafiki, stylu języka, łamania, itd., c) kontestacja i wyraz sprzeciwu wobec tradycyjnych norm społecznych, politycznych, ekonomicznych, kulturowych, etc., d) wydawnictwo niekomercyjne, e) forma papierowa, a nie jako strona internetowa²³. Ostatnia z tych cech nie wydaje się być słuszna. Rosnące znaczenie i popularność e-zinów podważają raczej tę tezę.

Oto przegląd najciekawszych zinów anarchistycznych (jedynie *stricte* muzycznych) dostępnych na stronach www, w kolejności alfabetycznej:

1) „AnXious.exe”, 26 s., (A4) – w numerze wywiady, informacje muzyczne, newsy, recenzje – wszystko w charakterystycznej oprawie graficznej.

2) „Fshut Słońca”, 64 s., (A5) – niewiele jest zinów „na nowej scenie, które mogą się poszczycić tak długim stażem i w miarę regularnym ukazywaniem się. «Fshut Słońca» jest tego zaprzeczeniem”²⁴. Zawiera głównie wywiady, ankiety, publicystykę.

3) „Garaż”, 92 s., (A4) – utrzymuje stały poziom merytoryczny i edytorski. Adresowany jest do starszego pokolenia punkowców i fanów reggae-ska. Zawiera wywiady, bogaty dział korespondencyjny, newsy, recenzje i felietony.

4) „Gazeta Punkowa”, 58 s., (A4) + CD – adresowany do młodych czytelników, kolorowa okładka, kredowy papier, świetna jakość druku, wyraźne zdjęcia, cena 14 zł. Wydawany jest przez GRSTAPES.

5) „Mene Thekel Fone”, 44 s., – przygotowany solidnie metodą wklejania. Zawiera m.in. recenzje z koncertów, raporty, wywiady. Jest wydawany w Jaśle.

6) „Natural”, 64 s., (A4) – wydawany w Rzeszowie, przejrzysty w punkowo-kolozowej formie, złożony i wydrukowany według zasady D.I.Y. (Do It Yourself) – klej, nożyczki, maszyna do pisania, skład ręczny²⁵.

²¹ www.katalog.eko.org.pl

²² www.free.ngo.pl/nw/

²³ Przedruk artykułu pt. *Ulica Wszystkich Świętych*, „Miesięcznik Mailart”, nr 7, s. 4. Zob.: www.republika.pl/wkajt/zin.htm

²⁴ www.independent.pl/wiatry/prasa.htm

²⁵ www.members.lycos.uk/sipor/strony/prasa.html

7) „Partyzant”, 8 s., (A5) – zasłużony zin, wydawany od 10 lat, a w nim m.in. wywiady, plotki ze świata muzycznego, relacje, zdjęcia, listy, itd.

8) „Pasażer”, 164 s., (B5) + CD, cena 10 zł – w zasadzie nie wymaga rekomendacji, klasyczny hc/punk zin o nakładzie 6 tys. egzemplarzy, dystrybucja własnymi kanałami, obecnie większy format, nowość to dział recenzji filmów, bardzo dużo o muzyce zachodniej.

9) „La Programma” – infozin z Białej Podlaskiej, recenzje płyt, kaset, relacje z koncertów, wywiady i in.

10) „Pulsultra”, 40 s., (A4) – zawiera w odróżnieniu od innych tytułów wiele grafiki i kolaży²⁶.

11) „Reality”, 74 s., (A4) – zin hardcore’owo-straight-edge’owy, zawiera przede wszystkim wywiady, ale także artykuły o charakterze społeczno-politycznym.

12) „Street Punk” – „Idea darmowego zina jest taka, że 15 osób zrzuca się na druk, w zamian każda z tych 15 osób ma do dyspozycji 1 stronę A5 w naszym zinie. To, co poszczególne osoby wrzucą na swoją stronę jest tylko i wyłącznie ich sprawą. Mogą to być reklamy, kolumny, raporty, wywiady, itd. Wszystko, co dotyczy bezpośrednio lub pośrednio sceny hc/punk, ekologii, feminizmu, etc. Każda z tych 15 osób swoje pismo ma do rozdania za darmo, w swoim regionie, co powoduje, że «Street Punk» rozchodzi się szybko i nie zalega u nas w szopie [...]”²⁷ – oto opis sposobu redagowania i kolportażu zina.

13) „United Blood”, 72 s., (A4) – najstarszy hardcore’owy zin wydawany na Śląsku²⁸.

14) „UOP-zine” – jest to inicjatywa wydawnicza, całkiem prywatna i dostępna tylko dla „upoważnionych osób”, bowiem „jak zauważyliście zine miał hasło (to było specjalnie dla telepsuf). Następny zine też chyba będzie na hasło. Jednocześnie informujemy, że nie wysyłamy haseł ludziom nieznanym (za się u nas zarejestrować. Na wrzesień planujemy wydanie nowego zina)”²⁹ – informuje redakcja.

Warto zasygnalizować w tym miejscu, iż obecnie powstaje *Encyklopedia zinów*, a jej twórcy są na etapie gromadzenia materiałów z dziedzin hc/punk, metal, rock, oi, folk, reggae, zinów artystycznych, anarchistycznych, politycznych, nazistowskich, filmowych, komiksowych, biuletynów, itp.

Czasopisma – ze strony na strony

Podobnie jak w przypadku zinów, poniżej zostaną omówione najciekawsze i najbardziej reprezentatywne tytuły czasopism o proveniencji anarchistyczno-wolnościowej, mające mutacje elektroniczne.

1) „Antyburzuj” – lewackie pisemko internetowe, istniejące w sieci od 1997 r. Do tej pory ukazało się ponad 200 numerów. Strona zawiera wyłącznie artykuły³⁰.

²⁶ Tamże.

²⁷ www.barykada.prv.pl

²⁸ www.independent.pl/wiatry/prasa.htm

²⁹ www.uop.konin/m.pl/uopnews.htm. Por. www.195.177.24.35/uop

³⁰ www.antyburzuj.terramail.pl

2) „La Bestia” – popularne pismo anarchistyczne, w archiwum internetowym dostępnych jest 14 numerów³¹.

3) „Bez Cenzury” – niezależna gazeta internetowa. Na stronie dyskusje, polemiki, opinie, fakty, wydarzenia, forum „wolnego słowa otwarte dla autorów tekstów dziennikarskich i publicystycznych, które z różnych względów miały problemy z publikacją [...]. Warunkiem opublikowania tekstu jest zgodność z Prawem Prasowym [...]”³².

4) „Człowieczeństwo on-line” – elektroniczna mutacja znanego periodyku, niestety obecnie strona niedostępna.

5) „Czarny Sztandar” – periodyk FA – sekcja Łódź³³.

6) „Dzikie Życie” – miesięcznik Stowarzyszenia – Pracownia na Rzecz Wszystkich Istot i Native Forrest, poświęcony ochronie dzikiej przyrody, bioregionalizmowi i popularyzacji głębokiej ekologii³⁴.

7) „Extra Ordinem” – wydawana w Toruniu, ostatnia aktualizacja strony we wrześniu 1999 r. W wersji drukowanej ukazały się cztery numery pisma, trzy powielane kserograficznie, ostatni natomiast był już tłoczony w drukarni. Objętość 12–32 stron (A5-A6), nakład 100–300 egzemplarzy.

8) „Gazeta” – internetowe wydawnictwo propagujące treści libertariańskie³⁵.

9) „Mać Pariadka” – obecnie kwartalnik, ukazuje się od 1990 r. – najstarsze pismo w Polsce podejmujące tematykę wolnościową³⁶.

10) „Obywatel” – mutacja sieciowa tego pisma wymaga szczegółowego omówienia, ze względu na oryginalne wykorzystanie przez redakcję możliwości, jakie stwarza Internet. Za pomocą stron www są realizowane (bądź nie) następujące projekty medialne:

– Brak forum. W przeciwieństwie do innych zarządców witryn, „u nas nie ma forum dyskusyjnego, nie jest to inicjatywa dla internetowych maniaków. Zamiast pisać na forum, porozmawiaj z ludźmi [...]”;

– Biblioteka „Obywatel”. Zajmuje się wydawaniem książek, szerzej omawiających tematykę obecną na łamach pisma;

– Sieć obywatelska. Ma za zadanie stworzyć zintegrowaną strukturę ludzi w całej Polsce, którzy chcą współpracować z redakcją, jednocześnie gwarantując im pomoc.

– Filtoteka „Obywatela”. Główny cel to pozyskiwanie i prezentacja ważnych i ciekawych filmów dokumentalnych i fabularnych – „szkodliwych z punktu widzenia publicznych i komercyjnych mediów”.

– Konfrontacje „Obywatela”. Organizacja spotkań, otwartych dyskusji panelowych, debat, itp.

– Studio graficzne. Popularyzowanie wartości graficznych ważnych z punktu widzenia „Obywatela”.

³¹ www.most.org.pl/LaBestia/kos.html

³² www.bezcenzury.net

³³ www.republika.pl/falodz/index2.htm

³⁴ www.pnrwi.most.org.pl

³⁵ www.gazeta.libertarianizm.pl

³⁶ www.jawsieci.pl/prasowka

– Manufaktura. Przygotowywanie i dystrybucja produktów, koszulek, gadżetów.
– Festiwal. Spotkania redakcji, czytelników, sympatyków pisma z zaproszonymi gośćmi.

– Radio. Współpraca ze stacjami radiowymi oraz animowanie ważnych problemów w rozgłośniach radiowych³⁷.

11) „Poślizg” – organ Partii Św. Spokoju im. Felicjana Dulskiego – „przerywany, przypadkowy i złośliwy, o kloaczym czasem charakterze, paszkwilancki dziennik wrednych komentarzy, prywatnych wojen, odpomnikowania. Informacją manipuluje – wedle własnego uznania, upodobania i bez potrzeby [...]”. Redaktor Chrabja [sic!] wyjaśnia, że w „Poślizgu” nie ma „żadnych ograniczeń – poza nacjonalizmem, ksenofobią i nietolerancją”³⁸.

12) „TIN” – niezależny tygodnik internetowy, prezentujący wolnościową problematykę³⁹.

13) „Wegetariański Świat” – największy na naszym rynku wydawniczym, ogólnopolski periodyk wegetariański. Zawiera porady lekarskie, przepisy kulinarne, ciekawostki, podejmuje tematykę sztuki, urody, praw zwierząt⁴⁰.

14) „Zakorzenie” – internetowa wersja pisma Stowarzyszenia na Rzecz Wielości Kultur. Ukazuje się w wersji drukowanej cztery razy w roku. Redakcja planuje wydać 1-2 numery w roku o charakterze okolicznościowym (monograficzne), np. „Ekologia a Etniczność”, „Lewica a Naród”, itp. W archiwum znajdują się numery pisma z lat 1998–2001⁴¹.

15) „Zielone Brygady” – pismo ekologów. Najstarsze i największe, ukazujące się na bieżąco wydawnictwo ekologiczne w Polsce. Zawiera m.in. raporty, felietony, relacje i zapowiedzi działań, dyskusje⁴².

16) Inne pisma omówione we wspomnianym już moim artykule *Rola i znaczenie mediów*, a mające wersje internetowe to np. „A-tak”, „Inny Świat”, „Kurier Anarchistyczny”, „Czarny Krzyż”, „Podaj Dalej”, „Raster”, „Psubraty” i in.⁴³

Oficyny wydawnicze – broszury i książki dostępne w kurierskim tempie

Oficyny i wydawnictwa anarchistyczne, które wykorzystują w swojej działalności pośrednictwo Internetu, można omówić na przykładzie trzech z nich, a mianowicie Red Rat, Oficyny Bractwa Trojka i Anarchistycznej Oficyny Wydawniczej. Pamiętać jednak należy, iż nie są to jedyne oficyny wolnościowe, które są obecne na stronach www.

³⁷ www.obywatel.org.pl

³⁸ www.chrabja.pl/archiwum/jubileusz.html

³⁹ www.tin.pl/comment.show.php/882/1002

⁴⁰ www.wegetarian.com.pl/wswiat

⁴¹ www.zakorzenie.most.org.pl

⁴² www.zb.most.org.pl

⁴³ Zob.: www.members.lycos.cauk/sipar/strony/prasa.html; www.gazeta.libertarianizm.pl; www.gas.hardcore.It; www.psubraty.vege.pl; www.robotniksl.w.pl; www.lampa.art.pl; www.lewanoga.pl

1) Red Rat – katalog obejmuje 92 pozycje wydawnicze⁴⁴.

2) Oficyna Wydawnicza Bractwa Trojka – powstała w 1999 r., by „dzielić się znaleziskami ciekawych lektur z antykwariatów i zaciszy strychów, ze znajomymi i bractwem bawiącym się w mail-art. Z założenia miała wydawać niedrogie pozycje, by propagować anarchizm”⁴⁵.

3) Anarchistyczna Oficyna Wydawnicza – stworzona przez kilkanaście wydawnictw anarchistycznych w celu wspólnego wydawania książek i broszur w większych nakładach, nieznanych w języku polskim⁴⁶. W zbiorach znajdują się książki i broszury o ruchu anarchistycznym – 26 pozycji, opowiadania – 4 tytuły, publicystyka – 4 książki, film – 2 opracowania, Art (sztuka) – 12 broszur, kultura – 3 tytuły, inne – 1 wydawnictwo.

4) Inne Wydawnictwa: Poznańska Biblioteka Anarchistyczna – 5 pozycji, Instytut Ruch Społeczeństwa Alternatywnego „Duch Miejsca” – 3 pozycje, wydawnictwo Grupy Anarchistycznej „Solidarność” – 4 książki, Federacja Anarchistyczna – sekcja Poznań – kilkanaście prac, FA (sekcja Szczecin) – kilkanaście tytułów, ACK – 3 tytuły, „Inny Świat” – 5 książek, „Wielki Skok” – 4 książki⁴⁷.

Alternatywne Biblioteki

– odnawialne źródła wiedzy o anarchizmie

Swoistego rodzaju medialnym *novum* są alternatywne biblioteki, za pośrednictwem których udostępniane są książki, broszury, czasopisma oraz inne informacje o ruchu anarchistycznym. Do najpopularniejszych należy zaliczyć Bibliotekę Anarchisty, która pojawiła się w Internecie w grudniu 2001 r. Strona www jest aktualizowana na bieżąco. Dotychczas odwiedziło ją ponad 8819 osób. Katalog tekstów obejmuje 62 pozycje, podzielone na osiem kategorii (historia, klasycy, syndykalizm, libertarianizm, itd.). Biblioteka oferuje ponadto dostęp do forum, możliwość korzystania z galerii rysunków, pobierania plików, jest też księga gości, itp.⁴⁸

Inne tego typu biblioteki, to m.in. Alternatywna Biblioteka⁴⁹, Alternatywny Punkt Informacyjny „Wataha”⁵⁰ czy Alternatywna Księgarnia Internetowa „Kontra”⁵¹, w której można znaleźć wiadomości o anarchizmie, globalizacji, ekologii, ale także bajki, poezję, film, prasę, pocztówki, itp.

Natomiast Sieciowa Biblioteka Praw Ludzi i Zwierząt zawiera deklaracje i konwencje stanowiące o prawach zwierząt i ludzi oraz materiały z dziedziny szeroko ro-

⁴⁴ www.red-rat.w.interia.pl

⁴⁵ www.versus.most.org.pl/do_owb.htm

⁴⁶ www.anarchizm.w.interia.pl

⁴⁷ *Tamże.*

⁴⁸ *Tamże.*

⁴⁹ www.alternatywna-biblioteka.piwko.pl/anarchizm

⁵⁰ www.wolfpunk.most.org.pl/wst-an.htm

⁵¹ www.kkkontra.web.park.pl/strona_ie/index.html

zumianej ekologii, ochrony środowiska (szczególnie ochrony wilków), a także anarchizmu, wolności czy wegetarianizmu⁵². Z kolei zagadnienia libertarianizmu można znaleźć w sieciowej „Gazecie Libertarianizm”, która udostępnia katalog i bogaty wybór tekstów⁵³.

FAQ – sieciowe kompendium wiedzy o anarchizmie

FAQ (Frequently Asked Questions) – to dokumenty tekstowe przygotowane w formie potencjalnych pytań i odpowiedzi. Ich początków należy szukać w grupach dyskusyjnych, których uczestnicy, chcąc uniknąć powtarzających się pytań ze strony nowych uczestników, przygotowują co pewien czas dokument FAQ⁵⁴. Anarchiści korzystają często z tego typu „elektronicznego informatora”, aby wyjaśnić przede wszystkim osobom słabo zorientowanym w tematyce wolnościowej podstawowe zagadnienia dotyczące historii, celów i założeń ruchu. Jeden z najobszerniejszych FAQ-ów wyjaśnia gruntownie: a) co to jest anarchizm, b) za czym opowiadają się anarchiści, c) jakie są rodzaje anarchizmu, d) jacy są główni myśliciele anarchistyczni, e) przykłady anarchizmu w działaniu. Ten FAQ można potraktować nie tylko jako wprowadzenie do anarchizmu, ale ze względu na ilość i jakość materiałów uznać należy za porządną sieciową publikację⁵⁵.

Blog – intymny dziennik upubliczniony przez Internet

Termin blog pochodzi od anglojęzycznej zbitki *weblog* – tj. sieciowy rejestr lub dziennik sieciowy. W praktyce jest to „rodzaj ekshibicjonistycznego wynurzania się na oczach całego świata [...]. W najbardziej trywialnej wersji bloga mogą zawierać się wydarzenia bieżącego dnia, ale może to być też coś więcej: światowe forum wymiany informacji, środek artystycznej ekspresji czy też po prostu metoda na codziennego doła”⁵⁶. Szczególnie młodzi anarchiści czy też osoby, które nie godzą się z rzeczywistością, a mają innym ludziom coś do zakomunikowania, poprzez blogi wyrażają swój sprzeciw, bunt i kontestację. Blogów o charakterze anarchistycznym można znaleźć co najmniej kilkadziesiąt⁵⁷.

Vlepka – kompresja formy i treści

Vlepka (wlepka) – to mała „wlepiana” powierzchnia służąca do przekazywania wielu treści. Niepozorna forma, ale czasami to nader zaangażowany przekaz, coś ulotnego – ze względu na częstotliwość „zrywania”. Najczęściej spotykane formaty

⁵² www.wolfpunk.most.org.pl

⁵³ www.gazeta.libertarianizm.pl

⁵⁴ M. Czajkowski, *Leksykon Internetu*, Warszawa 1999, s. 115–116.

⁵⁵ Np. www.anarch1971.webpark.pl/anarfaq.

⁵⁶ Np. www.dzisiaj.dziennik.krakow.pl/archiwum/dziennik/2001/09.17/i/Pejzaz/pej.../pej266.htm

⁵⁷ Np. www.kmarek.punk.blog.pl. Por.: www.omadaha.blog.pl; www.sid-oi-punks.blog.pl; www.morphina.blog.pl; www.mydzieciwsieci.blog.pl/archiwum/?rok=2003&miesiac=3; www.rastaman.blog.pl; www.patafonek.blog.pl.

vlepek to: 3,5x4, 7x7, 4,5x10 cm. Tworzone są za pomocą komputera i powielane na drukarkach – technika DTP. Pierwsze vleпки pojawiły się w Polsce ok. 1997 r.⁵⁸ Vleпки rozklejane przez anarchistów można skatalogować następująco: a) antysystemowe („Ktoś zerwał moją vleppkę”, „Po 1 gospodarka, po 7 nie kradnij”), b) antyunijny („Europo, już idziemy”), c) antykapitalistyczne („Wolność? Po co komu wolność? Macie przecież kapitalizm...”), d) antyglobalistyczne („Nie zrywaj vleпки”), e) antyklerykalne („Radio Marja [sic!]). Hard Rock Station”, „Dawać Rydzyka”), f) antymilitarne („Bezalkoholowe, ale buja”), g) antyfaszystowskie, antyrasistowskie, antynazistowskie („Murzyn? Rumun? Eskimos? Latynos? Azjata? Żyd? Alien? Polak? – człowiek!”), h) antyedukacyjne („Szkoła – nie chodzę. Bakacje 2000”), i) informacyjne, j) proekologiczne, k) w obronie praw człowieka („Wolność? Po co wam wolność? Macie przecież demokrację...”, „Umieram za Polskę. Szkoda, że z głodu”), l) antypolityczne („Wystawa psów rasowych”), ł) antymedialne („Wolność? Po co wam wolność? Macie przecież telewizję...”)⁵⁹.

Jednak nie wszystkie odłamy środowisk wolnościowych przemawiają jednogłośnie w kwestii rozklejania vlepek. Grupa „Głos dla zwierząt” wypowiada się na ten temat następująco: „W naszych miastach często spotykamy się z dziełami małoletnich chuliganów zaklejających mienie prywatne i społeczne szpecącymi naklejkami. „GdZ” zdecydowanie sprzeciwia się takiemu wandalizmowi”, [proponujemy] „kilkanaście wzorów vlepek, które można wydrukować i przykleić sobie np. na zeszyte, obudowie do komputera [...]”⁶⁰. Jednak takie stanowisko należy uznać za marginalne.

Graffiti – malowidło naskalne>mur>strona www

Termin graffiti pochodzi od włoskiego *graffito*, co oznaczało pierwotnie napisy albo rysunki na antycznych naczyniach i odkrywanych przez archeologów kamieniach i ścianach starożytnych ruin. Współczesne graffiti – rysunki i napisy rysowane i wydrapywane na płotach, murach, ścianach ruder – jako pierwszy za sztukę uznał Jean Dubuffet u schyłku lat 50. XX w.⁶¹ W odróżnieniu od innych grup, uprawiających graffiti jako formę artystycznego wyrazu, anarchiści traktują tę formę wypowiedzi raczej instrumentalnie i propagandowo. Ze względu na treść można dokonać następującego podziału wolnościowego graffiti: a) antyglobalistyczne („Polityka mózg zatyka”), b) antyustrojowe („Demokracja – Nie! Anarchizm – Tak!), c) antyklerykalne („Glomp inkwizytor”), d) antywyborcze („Wszyscy do trumn”), e) feministyczne („Ręce przecz od naszych brzuchów”), f) antyedukacyjne („Szkoła óczy”, „Szkoła – kasacja osobowości”), g) ideologiczne („Jestem anarchistą”), h) pacyfistyczne („Diabeł stworzył armię, Bóg dezentera”), i) antymilitarne („MON WON”), j) ekologicz-

⁵⁸ Fragment pracy K. Głowackiej pt. *Zrywanie vlepek zabija kulturę* – www.dk.uni.wroc.pl/teksty/konf_05.pd. Por.: www.fin.com.home.pl/articic.php/1106

⁵⁹ www.republika.pl/painvlep

⁶⁰ www.gdz.most.org.pl/vleпки.ht. Por.: www.buntt.of.pl

⁶¹ T. Stępień, D. Chrost, *Polskie graffiti* – www.sjkip.us.edu.pl/ps/ps_08-05.htm

ne („Twoje ciało grobem zwierząt”), k) antynuklearne („Lepszy traktor, niż reaktor”), l) towarzyskie („Two Beer Or Not To Beer”)⁶².

Rysunek – galeria w domu

Anarchistyczne rysunki możemy pogrupować według następującego schematu: a) organizacyjne („Razem łatwiej, organizuj się”), b) pacyfistyczne (antywojenne, antymilitarne), c) antypolicyjne („Więcej uprawnień dla policji... przy pałowaniu gruby się męczy”), d) antysystemowe („Ten system musi upaść”), e) antywyborcze („Wybory? Korupcja!”), f) antyklerykalne, g) antyglobalistyczne („Stop Amerikkka”), h) antykapitalistyczne, i) antyunijne („UE? No, thanks”), j) proekologiczne („Nie jadam swoich przyjaciół”), k) feministyczne („No sexism”), l) antyfaszystowskie („Niszcz nazizm”), ł) propagandowe, m) w obronie praw pracowniczych⁶³.

Baner – ruchoma reklama ruchu w Sieci

Baner to pasek reklamowy wyświetlany na stronach www. Kliknięcie banera przenosi użytkownika do strony głównej ogłoszeniodawcy. Są to zazwyczaj rysunkami w formacie GIF, często zawierające animacje przyciągające wzrok użytkownika⁶⁴. Tę internetową reklamę wykorzystują redakcje czasopism, wydawnictwa i oficyny, kapele, organizacje oraz właściciele stron prywatnych zorientowani na przesyłanie treści anarchistycznych i wolnościowych.

Tapeta – uruchom komputer w duchu anarchistycznym

Również ten rodzaj elektronicznej formy graficznej ekspresji jest powszechnie wykorzystywany przez anarchistów. Jest szczególnie popularny wśród młodzieży, choć nie tylko⁶⁵.

Plakat – logo Federacji Anarchistycznej w sieci

Przeglądanie stron www pod kątem określenia miejsca plakatów w środkach masowej komunikacji wykorzystywanych przez anarchistów oraz ich znaczenia dla organizacji anarchistycznych, pozwala usystematyzować je w następujący sposób: a) antysystemowe („Podatki stop!”), b) antykapitalistyczne („Znaleźliśmy nowe domy dla burżujów”), c) antyglobalistyczne („Organized Crime”, „America Business as Usual”), d) antyunijne („UE – wybierasz – przegrywasz”), e) antyklerykalne („Religia na siłę”), f) antymilitarne i negujące powszechny obowiązek służby wojskowej („Jedzenie zamiast bomb”), g) antyfaszystowskie, antyrasistowskie, antynacjonalistyczne

⁶² www.alternatywna-biblioteka.piwko.pl/maluj.htm

⁶³ www.faszczecin.most.org.pl/galeria/grafiki.htm; www.outmoded.most.org.pl/anarchizm; www.klapek.host.sh/start.htm

⁶⁴ M. Czajkowski, *dz. cyt.*, s. 44–45.

⁶⁵ www.outmoded.most.org.pl/grafika.htm; www.decho.punk.w.interia.pl/punk-rozne.htm; www.punk.px.pl/tapety.html; www.phalanx.pl/index.php?ADR=tozsamosc; www.independent.It.pl/tapety

(„Przeciw rasizmowi i nietolerancji”), h) przeciw edukacji („No i co misiaczki?”), i) informacyjne („O działalności Info Centrum «Czarny Kot»”, „Organizuj się”), j) proekologiczne („Myślistwo to sport”, „Miasto dla rowerów”), k) broniące praw człowieka („Przeciw uwięzieniu Klaudiusza Wesołka”, „Stop eksmisjom!”), l) antypolicyjne („Wrocławski «Czarny Marsz» przeciwko przemocy policji”), ł) feministyczne („Jedyna słuszna droga, by powstrzymać gwałciela”).

Plakaty są najczęściej projektowane i tworzone przez członków Federacji Anarchistycznej i poszczególne jej sekcje oraz przez grupy anarchistyczne i studentów. Oczywiście plakaty są też dołączane do pism, promują filmy i reklamują zespoły punkowe. Język plakatów bywa dosłowny, dosadny, bezpruderyjny, wulgarny, ale trafia on do projektowanego odbiorcy. Grafika jest prosta, krzykliwa, często antyeestetyczna, ale nie jest prymitywna⁶⁶.

Komiks – anarchistyczny humor w Sieci

Niestety, komiks jako forma przekazu nie jest jeszcze przez anarchistów należycie wykorzystany i eksponowany. W sieci proponuje się komiksy jako dodatki do pism w formie klasycznej, ale brak np. e-komiksów. Najpopularniejszym komiksem oferowanym za pośrednictwem Internetu jest *Ratboy* – punkowy thriller, o objętości 100 stron, czarno-biały, w miękkiej oprawie, formatu B5, na papierze offsetowym, wydawany przez „Pasażera”⁶⁷. Drugi znaczący tytuł to *Likwidator*, autorstwa Ryszarda Dąbrowskiego, wydawany w formie broszury fanzinowej, którego bohater jest ekologicznym terrorystą⁶⁸. Natomiast sklep internetowy „Shing Record” poleca *Prosiaczka* – trzy części jednego z pierwszych komiksów punkowych, oraz *Rudiego* i *Zakazany Owoc*⁶⁹.

Fotografia – negatyw naszych czasów?

Fotografia anarchistyczna, która w tradycyjnej formie jest rzadko wykorzystywana i trudna do skompletowania, dzięki Internetowi stanowi ważny medialny środek przekazu. Twórcy większości stron www o orientacji anarchistycznej w jednym z linków umieszczają galerię zdjęć i fotografii, które możemy podzielić tematycznie (ale i gatunkowo) na: a) fotoreportaże (z protestów, manifestacji, koncertów, etc.), b) materiały archiwalne (np. z konferencji antygranicznej w Warszawie – 2002 r.), c) antywojenne (np. zdjęcia z wojny w Iraku), d) przeciw NATO (demonstracja w Warszawie 2002 r.), e) wolnościowe („Street Party” w obronie sądu i Centrum Kultury Free-dom), f) solidarnościowe (akcja – Międzynarodowy Dzień Solidarności

⁶⁶ www.czs.pl; www.wiedzma.most.org.pl; www.fa.most.org.pl/html/plakaty.html; www.film.onet.pl/6248,film.html?MASK=8; www.drewno.pac.pl/antymc/index.htm; www.akonto.pl/red_rat/plakaty.html; www.klapek.host.sk/galer.htm

⁶⁷ www.serwis.komiksowy.pl

⁶⁸ www.kultura.com.pl/index.php?s=a_01&d=a

⁶⁹ www.shingrecords.com.pl/pl/pl_sklep-papier.htm

20 sierpnia 2001 r. we Wrocławiu), g) humanistyczne, h) ekologiczne („Dzień bez samochodu”), i) antyeksmisyjne (Kramerowo 30.03.2001 r.), j) antyglobalistyczne (Anty-szczyt S26, Praga 2000 r.), k) okolicznościowe i z uroczystości (obchody XX-lecia Pomarańczowej Alternatywy), l) tzw. Czarna Seria (makabryczne zdjęcia, traktujące np. o mordach i zbrodniach), ł) społeczno-pracownicze (protest pracowników szpitala im. Rydygiera we Wrocławiu, 2002 r.), m) sportowe (zdjęcia z zawodów i imprez sportowych organizowanych przez anarchistów), n) antynazistowskie, antyrasistowskie, antynacjonalistyczne, o) dokumentujące historię ruchu anarchistycznego (strona FA), p) zespołów punkowych, q) feministyczne (wizyta szwedzkich feministek w Polsce), r) inne⁷⁰. Warto dodać, że w Internecie można znaleźć kilka tysięcy tego typu zdjęć.

Radio – od UKF do Real Audio

Początki niezależnego radia wolnościowego sięgają roku 1981 r., kiedy to w Paryżu powstało Radio Esperanto, które do dziś nadaje jedną godzinę tygodniowo, na częstotliwości Radio Libertaire⁷¹. Na polskim rynku radiowym niewiele jest miejsca dla sceny niezależnej. Jest jednak kilka programów promujących ten nurt. Dzięki „upowszechnieniu Internetu, programy nadawane w lokalnych stacjach radiowych, stały się dostępne w każdym miejscu na świecie”⁷². Wśród audycji online należy wymienić „Blasfemię” – punkowy program na antenie Radia Bez Kitu (Internet), prezentujący prawie każdą odmianę muzyki o zabarwieniu anarchistycznym, od ska, przez Oi!, do zaangażowanego rocka, HC, emo i crust⁷³. Audycja „Zgrzyt” – była obecna przez osiem lat na antenie Radiostacji, została jednak zdjęta w 2002 r., by od marca 2003 r. pojawić się w Rockradio. W programie prezentuje się ok. 20 utworów z szeroko pojętej sceny punkowo-rockowo-hardcore’owej, przy czym wykonawcom z Polski poświęca się średnio 1/4 audycji. Poza tym są na antenie omawiane fanzyny, zapowiedzi imprez, wywiady, itp.⁷⁴ Natomiast akademickie Radio Niebieskie Oczy Heleny nadające z Rzeszowa (89.0 FM) przedstawia hc/street punk, ska, reggae i inne, chętnie promuje młode i nieznanie szerzej kapele, jest otwarte na każdy rodzaj współpracy. Ma też stronę www, z której można słuchać programu radiowego⁷⁵. W tym mieście działa też Radio Centrum 89.0FM, które również ma witrynę (niestety, obecnie awaria serwera uniemożliwia jej przeglądanie)⁷⁶. Alternative Riot Center

⁷⁰ www.wilczur.netla.pl/galeria.html; www.czsz.prv.pl; www.republika.pl/falodz/zdj.htm; www.drewno.pac.pl.antyglob/zdjecia.htm; www.outmoded.most.org.pl/muzyka.htm; www.anarchofoto.most.org.pl/index.htm; www.wateks.web.park.pl/zdjecia/html; www.galeria.poprostu.pl

⁷¹ www.esperantoalternativa.republika.pl/czytelnia/wolnościowe.html

⁷² www.scenaonline.org/scenaonline/modules.php?nome=Content&pa=showpage&prd-15

⁷³ www.bezkitu.com.pl

⁷⁴ www.rockradio.pl

⁷⁵ www.hc-punk.independent.pl/strona_audycje.php; www.radioheleny.prv.pl

⁷⁶ www.members.lycos.co.uk/sipar

(Internet) również proponuje muzykę alternatywną⁷⁷. Z kolei w akademickim radio- węzle z Torunia można posłuchać audycji „Co powie Rudi?” (w każdy piątek o 21.00). Inne programy i audycje o tej tematyce można znaleźć m.in. w Radio Rebelii⁷⁸ czy łódzkim Radio Zak (88,8 MHz), np. „Teraz Wolność”⁷⁹.

MP3 – 12-krotnie więcej punk-rocka na pliku

MP3 (MPEG Layer 3) – to standard zapisu dźwięku pozwalający zredukować wielkość pliku do 12x w porównaniu ze zwykłym, niekompresowanym plikiem WAV, bez zauważalnej (tu: słyszalnej) utraty jakości. Ta internetowa nowinka nie uszła uwadze internautów anarchistycznych, bowiem praktycznie na każdej z ponad tysiąca stron www poświęconych temu ruchowi dostępne są coraz bardziej popularne MP3. W ten sposób jest „spakowanych” co najmniej kilkanaście tysięcy utworów z gatunku punk-rocka i okolic, zajmujących kilkaset MB⁸⁰.

Akordy i taby – edukacja muzyczna przez Internet

Wiele stron www oferuje zbiory akordów i tzw. tabów, zarówno polskich jak i zagranicznych wykonawców. Istnieją nawet specjalistyczne witryny, zawierające wyłącznie takie materiały i prezentujące głównie grupy i wykonawców z kręgów muzyki punk⁸¹.

Strony kapel – silne strony Internetu

Dzięki upowszechnieniu Internetu, muzycy i wykonawcy mają permanentny kontakt ze swoimi słuchaczami. Własne strony mają praktycznie wszystkie powszechnie znane (choć nie tylko, bowiem sieć umożliwia także promocję twórcom początkującym, nieznanym szerszej publiczności) grupy i kapele sceny punkowej, by wymienić tu choćby: „Koniec Świata”, „De Łindows”, „Pidzama Porno”, „KSU”, „Defekt Muzg”, „Włochaty”, „Armia Cieni”, „The Bill”, „Armia”, itp. Strony najczęściej zawierają historię grupy, osiągnięcia, dyskografię, teksty piosenek, galerie zdjęć, forum, chat, recenzje, opisy koncertów, terminy tras i nowości płytowych, mp3, teledyski, video, itp.⁸²

Film, video – obraz mówi wyraźniej

W Internecie znajduje się sporo stron z filmami i nagraniami video realizowanymi przez anarchistów bądź do nich adresowanymi. Można je ogólnie pogrupować i podzielić na:

⁷⁷ www.net.artbydgoszcz.pl/~zgrzyt

⁷⁸ www.radiorebelia.pl/act=muzyka_serwis

⁷⁹ www.teraz.wolnosc.prv.pl

⁸⁰ www.punk-mp3webpark.pl/ – na tę stronę było ponad 13 wejść (ostatnia aktualizacja z 28.03.2003 r.); www.hc-punk.independent.pl/; www.w-matni.mirage.com.pl/pioro/mp3/; www.grzesza.republika.pl/; www.plytoteka-srubby.of.pl/; www.212.160.15.64/; www.drewno.pac.pl/mp3/index.htm; www.outmoded.most.org.pl/theclash

⁸¹ www.akordy.git.pl/; www.republika.pl/feel_free.pl/akordy.htm

⁸² www.pudzama.porno.pl/; www.ksu.of.pl/; www.defektmuzgo.band.prv.pl/; www.wlochaty.com/; www.thebill.friko.pl/; www.thechem.kth.se/~pawsa/Armia/index.htm

1) Antyglobalistyczne

- „Genua” – film z protestów w 2001 r. (22 minuty).
- „Ucząc się od Lodakh” – scenariusz oparty na książce Heleny Norberg-Hodge, o wpływie globalizacji na kulturę i życie Tybetu, w reżyserii Johna Page Gowina.
- „Tak wygląda demokracja” – najgłośniejszy film antyglobalistyczny, zrealizowany przez niezależną wytwórnię „Big Noise Films” i sieć indymediów. Powstał z materiałów filmowych przeszło stu aktywistów. Całość trwa 70 minut, muzykę skomponował zespół „Rage Against The Machine”, narracja Susan Sarandon, Michael Fronti.
- „Wpuszczeni w korek” – 50-minutowy obraz w reżyserii J. Kleina i M. Olsona, oparty na materiałach archiwalnych i ukazujący sposób, w jaki sposób koncerny paliwowe i samochodowe niszczyły w USA transport publiczny.

2) Antyunijne

- „Goetheborg” – przedstawia przebieg protestów przeciwników UE, podczas szczytu w Szwecji.
- „Saloniki” – relacja z protestów oraz bezprawnego uwięzienia siedmiu demonstrantów.

3) Antywojenne

- Amatorski film z demonstracji antywojennej w Polsce. Zawiera także wywiad z Bajatem Sulimanem – Irakijczykiem działającym w inicjatywie „STOP wojnie”. Film wyświetlano m.in. w kinie „Starym” w Poznaniu.

4) Proekologiczne

- „Meet Your Met” – poświęcony hodowli przemysłowej i zabijaniu zwierząt (11 min.).
- „Circus Wath” – 20-minutowy film o męczeniu zwierząt w cyrkach.
- „Mordercy z HLS” – opisuje działalność laboratorium specjalizującego się w testach toksykologicznych środków agrochemicznych, modyfikacjach genetycznych organizmów i innych doświadczeniach. Codziennie ginie tam 500 zwierząt.
- „The Truth” – krótki, dziewięciominutowy filmik prezentujący przebieg kampanii na rzecz zamknięcia laboratorium Huntington Life Sciences (HLS).
- „Pig 1”.
- „Pig 2”.
- „Devour Earth” – film o zniszczeniu przez człowieka Ziemi i środowiska naturalnego.

– Film o eksportowaniu z krajów Europy Środkowo-Wschodniej 50 tys. koni rocznie na rzeź do krajów Europy Zachodniej.

5) Relacje z różnych demonstracji:

- „Studenci” – ukazuje brutalność policji podczas studenckich demonstracji w Meksyku.
- „Meksykański terror”.
- Filmy z wydarzeń grudniowych w 1970 r. w Polsce.
- „1 Maj” – relacja z anarchistycznych obchodów święta w Warszawie.

6) Filmy i videoclipy kapel punkowych, zapisy koncertów i imprez muzycznych.

- „Przystanek Woodstock”
- Koncert „Włochatego”.
- Koncert „Jugosławii”⁸³.

Forum dyskusyjne, IRC, Chat – interaktywna komunikacja na odległość

Każda z tych form sieciowej komunikacji ma swoich zwolenników wśród anarchistów⁸⁴.

Niezależne Serwisy Informacyjne – potężna indymedialna sieć

W Sieci funkcjonuje kilkanaście wyspecjalizowanych, wolnościowych Niezależnych Serwisów Informacyjnych. Poniżej krótka charakterystyka najciekawszych z nich.

1) „A-infos-on” – serwis w kilkunastu językach, aktualizowany co dwa tygodnie. Projekt ten jest koordynowany przez międzynarodowy kolektyw „rewolucyjnych antyautorytarnych, antykapitalistycznych aktywistów zaangażowanych w walkę klasową. Członkowie «A-infos» pojmują rewolucję jako całościową walkę społeczną”. Jest to wyspecjalizowana agencja prasowa – „otwarte «liberalne» medium dystrybuujące wszystko to, co jest zbliżone do naszych poglądów. «A-infos» nie jest jednak tym samym co indymedia, to przede wszystkim narzędzie mające na celu wymianę informacji między kolektywami anarchistycznymi zaangażowanymi w walkę”⁸⁵.

2) „Anarvista” – oferuje na swojej stronie m.in. odsyłacze do: katalogu, newsów, wolnościowego FAQ, praw człowieka i zwierząt. Można tu znaleźć także linki: „Wczoraj i Dziś”, „Sieci i Organizacje”, „Inicjatywy i Kampanie”, „Internet i Komputery”, „Edukacja”, „Geje i Lesbijki”, „Ekologia”, „Feminizm”, „Antyglobalizm”, „Antymilitaryzm”, „Kultura i Rozrywka”, „Zdrowie i Medycyna”, „Archiwum”⁸⁶.

3) „Attac” – to serwis stowarzyszenia ATTAC, obywatelskiej inicjatywy opodatkowania obrotu kapitałowego. Jest to apolityczne, dobrowolne, samorządne i trwałe zrzeszenie o celach niezarobkowych. Główne jego zadanie sprowadza się do przeciwstawiania się wszelkim formom wyzysku ekonomicznego, przymusu poli-

⁸³ www.czs.pl.

⁸⁴ „Hyde Park” – pierwszy polski serwis darmowych list dyskusyjnych o szeroko pojętej tematyce anarchistycznej; www.hydepark.pl; „Anti-Net” – najstarsza w Polsce lista, powstała w 1998 r., na jej bazie wydawany jest „Street Punk”. Nie jest to lista dyskusyjna, lecz informacyjna, służąca wymianie wiadomości oraz rozpowszechnianiu informacji o wydarzeniach, koncertach, itp., przy pomocy e-maila – www.band.pl/antinet; Lista środowisk wolnościowych założona w 2001 r., niemoderowana, poświęcona ideom wolnościowym i anarchizmowi pod adresem www.hilda.thevalkyrie.com/~jaceks6/lista.htm; *Punkowe forum dyskusyjne* – www.free4web.pl/3/2.20.238,851543,Thread.html; *Teraz Wolność* – www.users.nethit.pl/forum/read/anarchia/1118894. Por. też IRC pod adresem – www.independent.pl

⁸⁵ www.ainfos.ca/pl/

⁸⁶ www.poprostu.pl

tycznego oraz regulacjom sprzyjającym korupcji i powstawaniu nieuzasadnionych przywilejów⁸⁷.

4) Internetowy Serwis Punkowy – może on służyć wielu twórcom anarchistycznych stron www jako przykład. Witryna powstała ok. 2000 r. jako „Punk Serwis”. Była to malutka stronka z kilkoma artykułami i działem muzycznym. Obecny kształt przybrała w 2001 r. – jest ona aktualizowana dosyć często, choć ostatnio nie jest to regułą. Jej zasoby, ale i łatwość poruszania się po niej, mogą zaintrygować nie tylko zwolenników ruchu. W lewej części strony głównej znajdują się linki: „Artykuły”, z kilkunastoma odsyłaczami do konkretnych działów, „Encyklopedia” – słowniczek czy raczej słownik muzyczny z gatunkami punk-rocka i nurtami pokrewnymi, „Słownik” (subkultury, postacie, pojęcia), „Muzyka” – pięć działów, „Zdjęcia”, „Download”, „Poezja”, „Humor”, „Butony”. Środkowa część strony to miejsce na wstępną informację o historii tej witryny oraz artykuły. Prawą część wypełniają: księga gości, forum, chat, serwis (redakcja, reklama, zin, katalog linków), grupa dyskusyjna⁸⁸.

5) „Outmoded” – prezentuje się swoim czytelnikom jako „niemodny serwis dla niemodnych ludzi” i dostarcza informacji muzycznych (także samej muzyki w formacie mp3), przedstawia grafikę, zawiera też archiwum, księgę gości, chat, a także linki „Krzyk Ludu” i „Przeciw”, o mocnym zabarwieniu kontestacyjnym⁸⁹.

6) Serwis Przeciwników Antyglobalizacji istnieje w Sieci od ponad 1000 dni, ostatnio był aktualizowany 15 marca 2002 r., ale – jak uprzedza administrator strony – nie będzie ona już aktualizowana (co zresztą jest faktem). Jednak pojawia się też propozycja odsyłająca zainteresowanych do odwiedzenia strony www.indymedia.org/pl/index.html, gdzie znajduje się jedna z najbogatszych i najciekawszych witryn anarchistycznych w Polsce⁹⁰.

7) Warto także choćby podać adresy jeszcze kilku innych świetnie prowadzonych witryn anarchistycznych. Wyśmienicie prezentuje się serwis „Independent”, który zawiera treści anarchistyczne, chociaż nie tylko (problematykę wolnościową można napotkać także w działach poświęconych koncertom, muzyce, filmowi, teatrowi, tekstom piosenek, grafice, galerii zdjęć i fotografii, czy w ogłoszeniach)⁹¹. Godny odnotowania jest także adres Alternatywnego Punktu Informacyjnego „Wataha”⁹².

Strony organizacji – multimedialny obraz ruchu

W łonie ruchu anarchistyczno-wolnościowego istnieje kilkanaście prężnie działających i mających już długą historię organizacji. Większość z nich ma też swoje sek-

⁸⁷ www.manufaktura.pl/attac

⁸⁸ www.punk.px.pl/home.html

⁸⁹ www.outmoded.host.sk/anarchizm.php

⁹⁰ www.indymedia.org/pl/index.mtml

⁹¹ www.indypenedent.pl

⁹² www.eko.wroc.pl/~wataha. Aktualny adres: www.wataha.cad.pl

cje, które są rozsiane na terytorium całej Polski. Dokładny ich przegląd wymagałby osobnej rozprawy, jednak ze względu na temat niniejszej pracy należy skupić się tylko na kilku z nich, szczególnie zaś tych, które prowadzą ciekawe i bogate w wiadomości witryny sieciowe. Wybrane przykłady wydają się stanowić „reprezentatywną próbę” internetowej obecności organizacji i federacji anarchistycznych. Omówienie ich należy bezwzględnie rozpocząć od prezentacji oficjalnej strony Federacji Anarchistycznej.

Początki tej organizacji sięgają maja 1988 r. i wiążą się z wydaniem ulotki autorstwa Krzysztofa Galińskiego i Janego Waluszko, w której nawoływali oni do jednoczenia się różnych grup w jedną, zwartą formację. W tym samym roku powstał tekst manifestu M@. Dnia 30 października 1988 r. w Gdańsku miał miejsce I Zjazd M@, w którym uczestniczyło ok. 100 osób. Interweniowała tam milicja, były aresztowania. W roku następnym odbył się II Zjazd (Dobrzeń, koło Opola), na którym uchwalono nową deklarację M@, a z sieci wymiany informacji M@ wyłoniła się federacja, co nadało ruchowi bardziej politycznego zabarwienia. Wreszcie w 1989 r. w Warszawie M@ przekształciła się w istniejącą do dziś Federację Anarchistyczną. Generalnie dzieje FA (F@) są jednak raczej „historią poszczególnych jej grup i ich współpracy w skali regionu [...]. W latach 90. znów próbuje się odnowić współpracę i aktywność w skali całego kraju (czego wyrazem jest m.in. ta strona www)”⁹³. Po wejściu na stronę główną internauta zobaczy dwanaście linków na białym tle („Akcje”, „Beta”, „FA”, „FA-old”, „HTML”, „Matrix2. zip”, „Pictures”, „Plakaty”, „Stare Pliki”, „Teksty”, „Zdjęcia”) i zapewne zniechęci się do dalszego jej przeglądania. Jednak byłby to błąd, gdyż dopiero wejście na te strony ukazuje fajerwerki pomysłowości twórców tych witryn oraz ogromną masę informacji. Stronę FA odwiedziło do tej pory ponad 29 260 osób. Jest ona pełnym kompendium wiedzy zarówno o federacji, jak i o ruchu, jego historii, celach, istocie, etc. Jeśli ktoś chciałby się zaznajomić z tą tematyką bez żmudnego przeglądania stron, „na chybił trafił”, to wystarczy wpisać adres: www.fa.most.org.pl.

Poszczególne sekcje FA, w większości przypadków, nie muszą się wstydzić swoich stron w Internecie. Oto ich krótki przegląd.

1) FA – Toruń prowadzi działalność na szeroko zakrojoną skalę, m.in. tworzy Centrum Kultury Niezależnej, ma biblioteczkę, organizuje wystawy i prelekcje, prowadzi punkt porad antywojskowych i wiele innych. Niestety, jej strona www.fa.torun.topnet.pl nie wyświetla się. Obecnie witryna tej sekcji znajduje się pod adresem www.1984.most.org.pl/fa-torun i jest interesująco przygotowana. Zawiera m.in. wiele informacji, artykułów na tematy dotyczące Federacji, własnej działalności, ogólnych założeń ruchu, a także plakaty, zdjęcia, forum, itp. Ostatnia aktualizacja miała miejsce 15 października 2003 r. Niestety, brak danych o liczbie osób odwiedzających tę stronę⁹⁴.

⁹³ www.fa.most.org.pl

⁹⁴ www.1984.most.org.pl/fa-torun

2) FA – Słupsk działa od 1993 r. i z założenia „nie przedstawia ostatecznych koncepcji i rozwiązań politycznych czy społecznych, jednocześnie propaguje budowę i współistnienie różnych form życia społecznego. Zasadą jest decentralizacja działań politycznych, autonomia lokalnych wspólnot, niechęć do biurokracji i władzy, a także wynikających z przymusu państwowego represyjnych instytucji”⁹⁵. Sekcja opowiada się za samoorganizacją społeczeństwa, antymilitaryzmem, wolną edukacją, anty-parlamentaryzmem. Występuje przeciw przymusom podatkowym, imperializmowi, kapitalizmowi, rasizmowi, nietolerancji, ksenofobii, klerykalizmowi. Działalność opiera na wydawaniu broszur, publikacji, plakatów oraz przygotowywaniu pikiet, demonstracji, a także organizacji alternatywnych koncertów i wystaw⁹⁶. Niestety, strona www.most.org.pl/slupsk.fa.htm nie wyświetla się⁹⁷.

3) RSA (Ruch Społeczeństwa Alternatywnego) – Gdańsk to połączone siły F@ i RS@, które razem tworzą FA – sekcja Trójmiasto. Ruch Społeczeństwa Alternatywnego istnieje od 1980 r., a od 1983 r. już pod nazwą skróconą RSA. W 1988 r. jego członkowie zainicjowali powstanie Międzymiastówki Anarchistycznej (później FA). Z ruchem związane są pisma „Mać Pariadka”, „La Bestia”, „Ulica”, „Home”⁹⁸. Strona główna „La Bestii” zawiera informację, że periodyk jest związany z RSA, choć sam ruch nie ma w internecie witryny⁹⁹.

4) FA – Łódź powstała w 1989 r. Utworzyli ją ludzie związani z pismem „Ortodox”. Wstąpili oni później do Międzymiastówki Anarchistycznej, by po trzech latach zaprzestać działalności. W 1995 r. tworzy się nowa grupa „Czarny Sztandar”, która staje się członkiem FA. Grupa ta ma swój serwis internetowy pod nazwą Czarny Sztandar. Warto przejrzeć jego zawartość. Cechuje go bardzo żywa kolorystyka oraz przebogata galeria zdjęć – ponad 1400, a także 19 filmów video, które można obejrzeć lub „ściągnąć” z tej strony. Ponadto oczywiście wiele (ok. 100) artykułów merytorycznych o anarchizmie i działalności grupy¹⁰⁰.

5) FA – Białystok została powołana do życia w 1998 r. podczas Zjazdu w Podkowie Leśnej. Utworzenie sekcji było oddolną inicjatywą prężnie działającego środowiska anarchistycznego w tym mieście i okolicy. W Białymstoku istnieje squatt, biblioteczka wolnościowa, alternatywna grupa teatralna. Członkowie organizują wiele imprez, uczestniczą w akcjach i manifestacjach. Po części z racji położenia geograficznego, ale także ze względów ogólniejszej natury, politycznie grupa ta opowiada się za zbliżeniem Polski ze Wschodem i występuje ostro przeciwko krajom Unii Europejskiej¹⁰¹.

⁹⁵ www.most.org.pl/slupsk/fa.htm

⁹⁶ www.fa.most.org.pl

⁹⁷ www.most.org.pl/slupsk/fa.htm

⁹⁸ www.fa.most.org.pl

⁹⁹ www.art.most.org.pl/LaBestia/prosta.html

¹⁰⁰ www.czszy.prv.pl

¹⁰¹ decentrum@wp.pl. Por.: www.fa.most.org.pl

6) FA – Koszalin. Od końca lat 80. w Koszalinie działają anarchiści, skupieni przede wszystkim wokół pisma „A-tak”. W latach 90. przystępują oni do Międzymiastówki Anarchistycznej, a następnie do Federacji Anarchistycznej. Od 1991 r. działalność zamiera i dopiero za sprawą Wydawnictwa „Faust” od 1995 r. następuje reaktywowanie ruchu¹⁰².

7) FA – Rzeszów. Na stronie www.punk.activ.prv.pl organizacja ma swoją podstronę (na razie w fazie tworzenia, ale już pojawiają się tam pierwsze artykuły) pod adresem www.members.lycos.co.uk/sipar. Ponadto po wpisaniu także adresu internetowego www.fa.rzeszow.prv.pl wyświetla się strona w czerwono-czarnych kolorach, z której na razie można wchodzić na stronę www.sipar.most.org.pl, gdzie z kolei znajdują się informacje, artykuły, zdjęcia, itp.

8) FA – Kraków. Strony www.fakrakow.hg.pl serwer nie wyszukuje. Nowa strona znajduje się pod adresem www.fakrakow.most.org.pl, ale niestety, jak zaznacza administrator, jest ona tymczasowa – zawiera wyłącznie kilka wiadomości¹⁰³.

9) FA – Leszno ma swoją stronę pod adresem www.tmy.prv.pl, lecz obecnie serwis dostępny pod tym właśnie adresem „prawdopodobnie złamał regulamin PRV.PL, lub istniało uzasadnione podejrzenie o złamanie prawa”¹⁰⁴.

10) FA – Szczecin początkami sięga lat 90., ale osoby wtedy aktywnie działające niekoniecznie są nadal związane z ruchem. Obecna sekcja zawiązała się jesienią 2000 r., co miało związek ze zorganizowaniem pierwszej akcji. Jej członkowie są przeciwni władzy, eksmisjom, opowiadają się za bojkotem wyborów, przeprowadzają manifestacje i pikety, współpracują m.in. z Inicjatywą Pracowniczą. Strona internetowa na czarno-czerwonym tle zawiera m.in. aktualności, historię sekcji, linki do czytelnicy, galerii zdjęć i plakatów, muzyki, itp.¹⁰⁵

11) Wiele sekcji FA jeszcze nie ma stron www, są one niedostępne lub mają postać *in statu nascendi*. Na oficjalnej stronie FA są one jednak omówione, np.: FA – Wrocław (brak informacji o istnieniu strony, podany jest tylko kontakt e-mailowy)¹⁰⁶, FA – Ostrowiec¹⁰⁷, FA – Warszawa¹⁰⁸, FA – Poznań¹⁰⁹, FA – Sochaczew¹¹⁰, FA – Kielce (tylko adres pocztowy), FA – Zielona Góra¹¹¹, FA – Inowrocław¹¹², FA – Biała Podlaska¹¹³, FA – Żyrardów¹¹⁴, FA – Częstochowa¹¹⁵, FA – Lu-

¹⁰² kenett@polbox.com; www.fa.most.org.pl

¹⁰³ www.fakrkow.hg.pl; www.fakrakow.most.org.pl

¹⁰⁴ www.tmy.prv.pl

¹⁰⁵ www.faszczecin.most.org.pl/index2.html; fa_szn@interia.pl

¹⁰⁶ pbn@eko.wroc.pl; www.fa.most.org.pl

¹⁰⁷ marcin@.most.org.pl; www.fa.most.org.pl

¹⁰⁸ pispunt@go2.pl; www.fa.most.org.pl

¹⁰⁹ rozbrat@priv2.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁰ antinazi@friko6.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹¹ redrat@polbox.com; www.fa.most.org.pl

¹¹² pychu@poczta.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹³ fabp@poczta.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁴ sidtom@poczta.wp.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁵ akielasiak@wp.pl; www.fa.most.org.pl

baczów¹¹⁶, LPS „Libertarianin” Krosno¹¹⁷, FA – Lublin¹¹⁸, FA – Ciechanowiec (brak informacji)¹¹⁹.

Wreszcie na zakończenie charakterystyki stron Organizacji, wypada przyjrzeć się bliżej witrynom choćby dwóch innych stowarzyszeń.

1) Czarny Blok jest rosnącą siłą w ruchu anarchistycznym. Nie jest to zorganizowana grupa, ale raczej radykalna strategia, bojowy kierunek całego ruchu. Cechą charakterystyczną jest to, że ludzie skupieni wokół tego bloku są „najbardziej bojowym i radykalnym elementem anarchistycznej społeczności. Członkowie Czarnego Bloku są na całym świecie [...]”. Mają świadomość, że ich „walka toczy się na ulicach. Kamień rzucony szybę budynku korporacji czy też płonąca barykada są kolejnymi, małymi krokami na drodze ku naszej wolności”¹²⁰ – wyjaśniają działacze. Choć strona www, pod względem technicznym i estetycznym, nie wygląda imponująco, warto jednak zwrócić uwagę na istnienie w łonie generalnie pacyfistycznie nastawionych anarchistów także i grupy o charakterze zdecydowanie radykalnym, czego przykładem jest właśnie Czarny Blok.

2) Anarchistyczny Czarny Krzyż (ACK) jest organizacją pomocy więźniom i osobom represjonowanym. Korzeniami ruch ten sięga carskiej Rosji, gdzie działał The Anarchist Red Cross – inicjujący pomoc dla więźniów politycznych i osób deportowanych oraz samoobronę przed politycznymi najazdami Kozaków. Wspierali go rosyjscy anarchiści, którzy wyjechali do Ameryki. Następnie, by nie wprowadzać niepotrzebnego zamieszania, zmieniono nazwę na The Anarchist Black Cross. W latach 60. XX w. ruch ten odrodził się w Anglii, później pojawił się w Niemczech i Włoszech. Obecnie działa w większości państw świata. Ogólnopolska sieć ACK powstała w roku 1996, po wcześniejszych dwuletnich staraniach. Na stronie www.ack.most.org.pl znaleźć można wszelkie informacje dotyczące historii organizacji, jej działalności, struktury. Składa się ona z autonomicznych, lokalnych, grup i osób (niekoniecznie zrzeszonych w ACK). Przepływ informacji koordynuje Biuro ACK z siedzibą w Poznaniu, które wydaje biuletyn, rozsyła informacje, utrzymuje stały kontakt z poszczególnymi grupami w kraju oraz zagranicą. Odbywają się cykliczne zjazdy członków. Pieniądze na działalność są gromadzone przez grupy lokalne, a raz na kwartał 20% zebranych funduszy przesyłanych jest na konto ogólnopolskie, które jest źródłem asekuracyjnym. ACK pomaga osobom więzionym znaleźć adwokatów, udziela pomocy finansowej, nagłaśnia niektóre aresztowania, przeprowadza demonstracje i pikety, rozsyła petycje, udziela porad i informacji. Poza tym witryna, w kolorze khaki, zawiera szczegółowe informacje prawne, prezentuje swój biuletyn, informuje o Funduszu ACK na życie – alternatywnej ubezpieczalni, z której spora grupa osób korzysta w praktyce. Poza tym jest oczy-

¹¹⁶ gemo@indyw.most.org.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁷ romari@poczta.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁸ falublin@poczta.onet.pl; www.fa.most.org.pl

¹¹⁹ www.fa.most.org.pl

¹²⁰ www.czarnyblok.prv.pl

wiecie adres kontaktowy, sonda (np. Czy zgadzasz się z ideami ACK? – 486 głosów tak, 84 nie), księga gości, uzupełniana w zasadzie codziennie, oraz wybór wersji językowej (poza polską, także niemiecko- i angielskojęzyczna)¹²¹.

Strony prywatne – indywidualny głos w polifonii ruchu

Podjęcie się prezentacji wszystkich prywatnych witryn, których twórcy mają jakikolwiek związek z działalnością ruchu anarchistycznego, wydaje się być próbą „mnożenia bytów nad konieczność”. Ich wielość oraz różny poziom estetyczny i merytoryczny niejako wymuszają dokonanie ich selekcji i skupienie się przy analizie na stronach najbardziej ciekawych i oryginalnych. Krótkie omówienie kilkunastu z nich powinno dać dość przejrzysty i klarowny obraz tego, co zawierają pozostałe.

1) Na stronie www.republika.pl/katharsis1/index.html – istniejącej w Internecie od listopada 1999 r., a aktualizowanej 27 stycznia 2001 r., można znaleźć m.in. zapowiedzi wydawnicze, informacje o koncertach, wywiady, cykl artykułów o historii i dzisiejszym położeniu ruchu anarchistycznego. Zamieszczone zostały też cztery notowania playlisty. Istnieje księga gości, linki zawierające adresy oraz interaktywne forum dyskusyjne¹²².

2) Prywatna strona Klapka pod nazwą Anarchia i Pokój powstała przed rokiem. Została dotychczas odwiedzona przez ponad 12 tys. osób. Internauta znajdzie na niej odsyłacze: „Co Nowego” – aktualizacja 7 sierpnia 2003 r., „Klasycy” – m.in. fotki, życiorysy, aforyzmy zasłużonych anarchistów, „Teksty” autorstwa Klapka, „Zasysarka” – zipy Klapka, m.in. projekt czcionek anarchistycznych na klawiaturę komputera, „Linki” zebrane przez autora, banery, tapety i in. Na tej bardzo pomysłowo prowadzonej witrynie jest też oczywiście księga gości, forum i kontakt¹²³.

3) Problematykę anarchistyczną, szczególnie zaś zagadnienie szeroko pojętej muzyki punk, twórcy strony www.deskorolka.punk.prv.pl, połączyli z zamiłowaniem do jazdy na deskorolce. Witrynę odwiedziło już przeszło 1500 gości, którzy mogli zapoznać się z poglądami jej pomysłodawców odnośnie do historii punka, ideologii punk-rocka, anarchizmu, itp. Jest także odsyłacz „O Nas”, w którym zamieszczone zostały informacje o zainteresowaniach twórców strony¹²⁴.

4) Dotychczas 1133 osoby odwiedziły prywatną stronę Wilczura, na której można znaleźć m.in. informacje o autorze, ciekawe cytaty, wiadomości ze świata punkowców, download, kontakt z twórcą. Niestety, budowa witryny i jej zawartość nie należą do najbardziej interesujących¹²⁵.

5) Podobnie wygląda strona Masztownika – ostatecznie przebudowana 25 czerwca 2003 r., na której zamieszczono informacje o jej autorze K. Wiercińskim (ur.

¹²¹ www.ack.most.org.pl

¹²² www.republika.pl/katharsis1/index.html

¹²³ www.klapek.host.sh/start.htm

¹²⁴ www.deskorolka.punk.prv.pl

¹²⁵ www.wilczur.netla.pl

w 1982 r.) i recepcji jego twórczości artystycznej (mało znanej szerszemu odbiorcy) oraz kilka innych informacji¹²⁶.

6) Warto też obejrzyć stronę Drewna, powstałą w 2001 r., ostatnio aktualizowaną 20 marca 2003 r. Do tej pory odwiedziło ją 12 tys. osób, co wskazuje na to, iż należy ona do najczęściej odwiedzanych prywatnych stron anarchistyczno-wolnościowych. Rzeczywiście prezentuje się ona oryginalnie, ma 135 podstron, na którym umieszczono m.in. artykuły, teksty piosenek, księgę gości, chat, IRC, ankietę, mp3, download i in.¹²⁷

7) Niezależny Garaż to z kolei strona Kuby Staśkiewicza, na której autor zamieścił wywiad z Noamem Chomsky'm, informacje o bieżących wydarzeniach w ruchu, plany akcji i manifestacji, prezentację płaszczyzny większościowej at@ i in.¹²⁸

8) Witrynę o indywidualistycznym anarchizmie prezentuje student Wydziału Prawa i Administracji UMCS w Lublinie. Pod adresem www.sierp.tc.pl/Wlodek/ można zdobyć także informacje o klasycznym liberalizmie i prawach człowieka¹²⁹.

9) Ważną integracyjną inicjatywą środowiska było utworzenie strony Tomka Wilkoszewskiego – anarchisty skazanego w 1999 r. na 15 więzienia za niezamierzone zabójstwo skin-heada. Witryna ta informuje o sytuacji Tomka i przedstawia przedsięwzięcia związane z próbami uwolnienia go lub zmiany wyroku – m.in. pikieety w Szwecji w tej sprawie, przesyłanie więźniowi paczek żywnościowych, poparcie ze strony różnych organizacji i stowarzyszeń broniących praw człowieka, złożenie do Prezydenta RP wniosku o ułaskawienie. Jak czytamy na stronie, Tomek „był ofiarą brutalnych ataków [ze strony skin-headów – przyp. AT], a został skazany na 15 lat więzienia. Tak wysokich wyroków nie dostają ludzie z mafii [...]”¹³⁰.

10) Świat według łat to „pierwszy polski portal krufkowy [sic!] w konwencji satyrycznej”, prezentujący problematykę ekologiczną, prawa zwierząt (szczególnie krów). Zawiera galerię fotek, grafiki, dużo humoru, teksty, kartki okolicznościowe¹³¹.

¹²⁶ www.masztownik.kgb.pl/tw_arty.html

¹²⁷ www.drewno.pac.pl

¹²⁸ www.garaz.most.org.pl

¹²⁹ www.sierp.tc.pl/Wlodek/

¹³⁰ www.tomek.most.org.pl

¹³¹ www.krowka.nx.pl/krufka/krufka.html

MICHAŁ ZAREMBA

The legal limits of
journalistic dema-
gogy. (In connection
with the decision
issued by the
Supreme Court on 27
Feb. 2003)

Prawne granice
demagogii
dziennikarskiej
(uwagi na tle wyroku
Sądu Najwyższego
z 27 lutego 2003 r.¹⁾)

KEY WORDS

Form of press material, protection of personal rights, demagogy, press criticism

ABSTRACT

The author considers the admissibility of a court intruding upon the form of press material. The impulse for this article was a recent decision of the Supreme Court declaring that the use, by a journalist in his text, of rhetoric which imparted a tone of demagogy to the text, could be the basis for civil liability of the author for infringing the good name of the person described in the press material.

SŁOWA KLUCZOWE

Forma materiału prasowego, ochrona dóbr osobistych, demagogia, krytyka prasowa

STRESZCZENIE

W niniejszej publikacji autor zastanawia się nad dopuszczalnością ingerencji sądu w formę materiału prasowego. Inspiracją dla tych rozważań stanowi jeden z ostatnich wyroków Sądu Najwyższego, w którym sąd ten uznał, że zastosowanie przez dziennikarza w jego artykule chwytów retorycznych nadających tekstowi wymowę demagogiczną uzasadnia pociągnięcie autora tego materiału prasowego do odpowiedzialności cywilnoprawnej z tytułu naruszenia czci jego bohatera.

Komentowany wyrok zasługuje na uwagę, ponieważ stanowi jeden z niewielu orzeczeń sądowych dotyczących kwestii swobody wyboru przez dziennikarza przygotowującego materiał prasowy środków retorycznych².

Powszechnie wiadomo, że każda wypowiedź, chociaż funkcjonuje jako odrębna całość, może być oceniana pod kątem naruszenia przez jej autora różnych dóbr osobistych. W przypadku działalności prasowej, najbardziej zagrożonymi spośród nich są prywatność i cześć³. Jeśli chodzi o to pierwsze dobro, to ocena dopuszczalności da-

¹ Sygn. akt IV CKN 1846/00, skład sędziowski: SSN Zbigniew Kwaśniewski (przewodniczący, sprawozdawca), SSN Mirosław Bączyk, SSN Tadeusz Domińczyk; treść tego wyroku zostanie zacytowana w niniejszej pracy w całości.

² Por. wyr. SA w Gdańsku z 16.10.1991 r., ACr 520/91, omówiony w: M. Grzelka, *Ochrona dóbr osobistych w orzecznictwie Sądu Apelacyjnego w Gdańsku*, Sopot 1997, s. 31 i n. W sprawie tej pozwani opublikowali na łamach gazety artykuły, w których zrelacjonowane zostały zarzuty przedstawione przez radną sprzeciwiającą się oddaniu w użytkowanie wieczyste działki miejskiej spółce B. Publikacjom tym zostały nadane tytuły *Jak skromna Spółka przejęła atrakcyjną część K.* oraz *Czyżby Bazargate?* Sąd Apelacyjny, uznając dopuszczalność przytoczenia wspomnianych twierdzeń, stwierdził jednak, że „[...] przytaczanie we własnym imieniu publicznie prawdziwych zarzutów może stanowić bezprawie w rozumieniu art. 24 KC, jeżeli opatrzone jest to tytułem lub komentarzem ośmieszającym, ubliżającym czy upokarzającym obliczonym na przekonanie odbiorcy o określonych racjach nie przy pomocy faktów mogących podlegać samodzielnej ocenie, lecz przy pomocy słów”; też wyr. SA w Krakowie z 12.01.1994 r., I ACr 314/93, opublikowany w: *Dobra osobiste. Zbiór orzeczeń Sądu Apelacyjnego w Krakowie*. Oprac. B. Gawlik, Kraków 1999, s. 100 i n. Wyrok ten dotyczył zamieszczonego w piśmie „Najjaśniejsza Rzeczpospolita” artykułu pod tytułem *List gończy za [...] ministrem sprawiedliwości i prokuratorem generalnym RP, oskarżonym o dokonywanie przestępnych działań na szkodę polskiego wymiaru sprawiedliwości*, w którym to tekście pozwany formułował różnego rodzaju zarzuty w stosunku do powoda. Niezależnie od analizy treści tych zarzutów (w szczególności tego, czy są one twierdzeniami o faktach czy też opiniami) sąd podkreślił, że tytuł publikacji w połączeniu z posługiwaniem się przez autorkę w odniesieniu do polityka określeniem „oskarżony” oraz zamieszczeniem w publikacji apelu o „nadsyłanie udokumentowanych informacji o innych występkach” powoda w celu „zaprowadzenia go na ławę oskarżonych” świadczy o tym, że intencją krytyka było poniżenie osoby krytykowanej w oczach innych.

³ Problem ten dotyczy jednak również autorskich dóbr osobistych, wizerunku i innych dóbr.

nej wypowiedzi jest stosunkowo mało skomplikowana (co nie znaczy, że prosta) i wiąże się z odpowiedzią na pytanie: o czym można mówić? Daleko bardziej zawila jest analiza podejmowana dla ustalenia, czy miało miejsce bezprawne pogwałcenie czci. Przede wszystkim konieczne jest stwierdzenie, czy w ogóle miało miejsce naruszenie godności (czci wewnętrznej) lub dobrego imienia (czci zewnętrznej) jakiegoś podmiotu, to znaczy, czy wypowiedź go dotycząca ma wymowę negatywną⁴. Zgodnie z utrwalonym w orzecznictwie⁵ i doktrynie⁶ stanowiskiem decydującym, kryterium są tutaj nie subiektywne odczucia tej osoby, a zobiektywizowane oceny społeczne. Istotny jest przy tym podział wypowiedzi na twierdzenia o faktach, opinie zawierające odniesienia do takich twierdzeń oraz opinie czysto subiektywne. Odpowiedzialność za naruszenie czci zewnętrznej uzasadniać mogą tylko negatywne wypowiedzi należące do pierwszych dwóch kategorii.

Z kolei dla ustalenia, czy została naruszona czyjaś godność osobista, kluczowe znaczenie ma fakt, czy wypowiedź taka jest sformułowana w obraźliwej formie⁷. Ponieważ kryterium formy jest niezależne od wskazanego powyżej kryterium kategoryalnego, niektóre stwierdzenia mogą równocześnie naruszać zarówno cześć zewnętrzną jak i wewnętrzną. Przykładem może być słowo „dziwka”, które mając charakter znieważający, może jednocześnie sugerować uprawianie prostytucji (twierdzenie faktyczne) lub niemoralne prowadzenie się (opinia zawierająca odniesienie do faktów). Czasami pojęcie to może być też użyte w celu obrażenia kogoś, bez intencji przekazania informacji o tej osobie lub wyrażenia opinii na jej temat. Wtedy sens tego stwierdzenia sprowadza się wyłącznie do jego formy. Dokonując wyboru któregoś z możliwych znaczeń, kierować się należy zamysłem autora ustalonym na podstawie okoliczności aktu komunikacyjnego.

Przyjmuje się, że kwalifikacja danej wypowiedzi jako obraźliwej przesądza o jej bezprawnym charakterze, bowiem nie da się usprawiedliwić naruszenia godności. Wydaje się jednak, że nie jest to reguła niedopuszczająca wyjątków, ponieważ w niektórych przypadkach Trybunał Europejski dopuścił użycie „mocniejszych słów” pod adresem osób publicznych⁸.

⁴ Nie ma więc naruszenia, jeśli dana wypowiedź ma wymowę pozytywną lub neutralną. Problematyczna może okazać się ocena sformułowania mającego charakter ambiwalentny.

⁵ Por. np. wyr. z 16.01.1976 r., II CR 692/75, OSNC 1976, z. 11, poz. 252; u. SN z 16.05.1993 r., I PZP 28/93, OSNC 1994, z. 1, poz. 2; wyr. SN z 11.03.1997 r., III CKN 33/97, OSNC 1997, z. 6–7, poz. 93.

⁶ Tak m.in. A. Szpunar, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1979, s. 106; Z. Radwański, *Prawo cywilne – część ogólna*, Warszawa 1993, s. 121.

⁷ Niestety, pojęcie „formy materiału prasowego” pojawia się w orzecznictwie sądowym w różnych znaczeniach, co oczywiście nie ułatwia analizy rozważań sądów. W dalszej części artykułu termin ten oznaczał będzie całokształt stosowanych środków stylistycznych. Ponadto o „formie” można mówić również w kontekście gatunku literackiego.

⁸ Por. wyr. TE z 8.07.1986 r., zapadły w sprawie *Lingens v. Austria*, <http://hudoc.echr.coe.int>, Hudoc reference REF00000108; wyr. TE z 1.01.1997 r., zapadły w sprawie *Oberschlick (II) v. Austria*, <http://hudoc.echr.coe.int>, REF00000631

Jeśli chodzi o wypowiedzi naruszające cześć zewnętrzną, to ocena ich dopuszczalności jest bardziej skomplikowana. Ze względu na stan faktyczny sprawy rozstrzygniętej komentowanym wyrokiem skupić się można wyłącznie na problematyce kontratypów: działania w uzasadnionym interesie i rzetelnej krytyki⁹. Szczegółowe rozważania na ten temat wykraczają poza ramy niniejszej pracy, jednak wypada odnotować, że dla zaistnienia pierwszego z tych kontratypów wymagana jest prawdziwość twierdzeń faktycznych oraz obiektywnie istniejący interes publiczny lub uzasadniony interes prywatny w rozpowszechnianiu zarzutów¹⁰.

Z kolei dla uznania krytyki za rzetelną konieczne jest, oprócz spełnienia wymienionych wyżej przesłanek¹¹, przedstawienie ocen na tle uzasadniających je faktów, tak by odbiorca przekazu, mógł sam sobie wyrazić zdanie na temat osoby krytykowanej¹². Nie jest natomiast dopuszczalne badanie przez sąd trafności formułowanych opinii, ponieważ nie taka jest rola wymiaru sprawiedliwości w demokratycznym państwie¹³.

W analizowanym orzeczeniu pojęcie „rzetelności” rozważane było również w kontekście zastosowanych w treści artykułu prasowego, który stał się przyczyną sporu sądowego, chwytów retorycznych. Artykuł ten ukazał się 22 maja 1998 roku

⁹ W celu uzyskania większej przejrzystości wyводу oba te kontratypy zestawiono obok siebie, jednak należy się zgodzić z I. Dobosz, że rzetelna krytyka stanowi typ działania w uzasadnionym interesie, zob. tejże, *Działanie w obronie uzasadnionego interesu jako okoliczność wyłączająca bezprawność naruszenia dóbr osobistych*. W: *Dobra osobiste i ich ochrona w polskim prawie cywilnym*. Red. J. Piątowski, Wrocław 1986, s. 302; podobnie J. Wierciński, *Cześć i przesłanki jej niemajątkowej ochrony w prawie polskim*, 2001, mps rozprawy doktorskiej, s. 217, przypis 8.

¹⁰ Por. m.in. A. Szpunar, *dz. cyt.*, s. 161; J. Piątowski, *Ewolucja ochrony dóbr osobistych*. W: *Tendencje rozwoju prawa cywilnego*, Wrocław 1986, s. 44; B. Kordasiewicz, *Cywilnoprawna ochrona prawa do prywatności*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2000, nr 1, s. 30-31 oraz wyrok SN z 19.10.1989 r., OSP 1990, z. 11/12, poz. 377, wyrok SN z 16.04.2002 r., OSN 2003, nr 4, poz. 56. Wobec wszystkich tych przesłanek można formułować różnego rodzaju zarzuty, których omówienie wymagałoby odrębnego, znacznie bardziej obszernego opracowania.

¹¹ Por. wyrok SN z 3.12.1986, I CR 378/86, OSNC 1988, nr 1, poz. 47; J. Forystek, *Glosa... do wyroku z 3 XII 1986*, I CR 378/86, „Państwo i Prawo” 1990, nr 6, s. 116-119. Oczywiście nonsensem jest mówienie o prawdziwości lub fałszywości ocen, jednak wartość logiczną mogą posiadać twierdzenia faktyczne leżące u podstaw tych ocen i przez nie implikowane. Jeśli chodzi o przesłankę interesu społecznego, to najczęściej sądy stwierdzają brak takiego interesu w przypadku, gdy krytyka ma charakter napastliwy, por. wyr. SN z 21.06.1968 r., OSNCP 1969, z. 4, poz. 94; wyr. SN z 19.09.1968 r., OSNCP 1969, poz. 200; wyr. SN z 7.09.1972 r., OSPiKA 1974, poz. 28 z częściowo krytyczną glosą B. Michalskiego; wyr. SA w Krakowie z 12.01.1994 r., I ACr 314/93, w: *Dobra osobiste*. Oprac. B. Gawlik, s. 100-114; wyr. SA w Krakowie z 19.11.1996 r., I ACr 115/96. W: *tamże*, s. 193 i n.; też A. Szpunar, *Zadośćuczynienie za szkodę niemajątkową*, Bydgoszcz 1999, s. 146;

¹² Tak A. Kopff, *Glosa do wyr. SN z 19.09.1969 r.*, „Nowe Prawo” 1970, nr 7/8, s. 1185 i n.; podobnie wyr. SA w Poznaniu z 30.07.1991 r., I ACr 237/91, niepubl. Poza tym dosyć często podkreśla się, że wymóg „rzetelności” krytyki przewidziany w art. 41 Prawa prasowego obejmuje również jej odpowiednią, czyli nie naruszającą godności osoby krytykowanej formę, por. choćby wyr. SA w Krakowie z 6.11.1996 r., I ACr 413/96, w: *Dobra osobiste*, s. 100-114.

¹³ Tak przykładowo SA w Krakowie w wyr. cytowanym w przypisie 1.

w „Gazecie Morskiej” stanowiącej lokalny dodatek do „Gazety Wyborczej”. Ponieważ wywody sądu w interesującej nas materii odwołują się do poszczególnych fragmentów tego materiału prasowego, konieczne jest przytoczenie go w całości.

„Daewoo Tico przewodniczącego

Paweł A., przewodniczący Rady Miasta G., od stycznia 1995 r. do chwili obecnej pobrał ok. 14 tys. zł nie przysługujących mu diet? Jeśli doliczyć do tego należne w takim wypadku odsetki, powinien zwrócić do miejskiej kasy kwotę ok. 22 tys. zł – taką tezę zawiera oświadczenie, które przed wczorajszą sesją znaleźli wczoraj w swoich teczkach wszyscy gdańscy radni. Nikt się pod oświadczeniem nie podpisał, ale zawiera ono dokładne wyliczenia, ile pieniędzy przewodniczący pobrał nielegalnie, oraz wykaz aktów prawnych, które prowadzą do takich wniosków.

Zgodnie z odpowiednimi artykułami Ustawy o samorządzie terytorialnym, radnemu przysługują diety na zasadach ustalonych przez radę gminy. Radny, pośród innych obowiązków, za które otrzymuje dietę, powinien być członkiem przynajmniej jednej stałej komisji rady. Jeśli nie jest, podstawa do obliczenia diety (w G. to przeciętne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw ogłoszonych w biuletynie Wojewódzkiego Urzędu Statystycznego) pomniejszona jest o 40 proc. Przewodniczący Paweł A. nie jest członkiem żadnej stałej komisji Rady Miasta G. Żaden akt prawny nie zwalnia go – jako przewodniczącego – z obowiązku uczestniczenia w takiej komisji. Mimo to, A. pobierał dietę w pełnej wysokości.

Wszyscy wiceprzewodniczący rady są członkami jakichś komisji. Członkiem stałej komisji Rady Miasta G. nie jest również prezydent Tomasz P., również radny. P. jednak jest zatrudniony w Urzędzie Miasta i pobiera pensję – nie diety radnego. Jego brak zaangażowania w prace komisji może budzić wątpliwości, ale naruszeń finansowych w tym nie ma.

Za 22 tys. zł można kupić nowy samochód Daewoo Tico. Jeśli zarzut się potwierdzi – a wywód dostarczony radnym do teczek został dość dokładnie udokumentowany – przewodniczący Paweł A. nie kupi sobie samochodu. Będzie musiał część pobranych diet – z odsetkami – zwrócić do kasy miasta. Będzie to przykre, ale nie jest to w całej sprawie najgorsze. Przykra będzie odpowiedź na pytanie: jak Paweł A., przewodniczący Rady Miasta G., stojący na straży praw ustanawianych przez tę radę, mógł dopuścić do nieprawego wypłacania sobie pieniędzy?

Przed wyborami samorządowymi taka odpowiedź nabiera podwójnie przykrego znaczenia. Wszak A. aspirował do fotela prezydenta miasta przyszłej kadencji. A co zrobi z takim fantem AWS, której reprezentantem jest Paweł A.? Waldemar K.

Sąd pierwszej instancji oddalił powództwo Pawła A. o ochronę dobrego imienia wyrokiem z 8 listopada 1999, a Sąd Apelacyjny oddalił apelację powoda wyrokiem z dnia 27 czerwca 2000 r.

Sąd kasacyjny w następujący sposób streścił stanowisko sądu drugiej instancji: „W uzasadnieniu swego orzeczenia Sąd odwoławczy uznał za niesporny fakt, że po-

wód pobierał pełne diety, choć poza początkowym okresem – nie uczestniczył w pracach żadnej stałej Komisji Rady. W ocenie Sądu drugiej instancji, pozwani, publikując artykuł, działali w słusznym interesie społecznym, a publikacja informacji krytycznych jest prawem i obowiązkiem dziennikarzy. Naruszenie w taki sposób dobra osobistego, zwłaszcza w subiektywnym odczuciu, nie oznacza, że ma ono zawsze charakter bezprawny, a pozwani wykazali w stopniu dostatecznym, że nie działali bezprawnie, uznał Sąd odwoławczy. Zarazem Sąd ten stwierdził, że opublikowanie informacji było zasadne, a autor artykułu nie stwierdził kategorycznie, że powód bezprawnie pobrał zawyżone diety. Skoro istniał problem interpretacji uchwały Rady i zasadności wypłacenia powodowi pełnych diet, to prasa miała prawo zainteresować się tym problemem i zarazem podstawę do postawienia pytania o prawidłowość wypłaconych powodowi diet”.

Następnie skład orzekający przedstawił zarzuty sformułowane przez powoda w kasacji: „Kasacja powoda od powyższego wyroku oparta została na pierwszej podstawie kasacyjnej¹⁴. Skarżący zarzucił naruszenie art. 12 ust. 1 pkt 1 w zw. z art. 41 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe (Dz. U. Nr 5, poz. 24 ze zm.) przez błędne jego zastosowanie polegające na przyjęciu, że pozwani zachowali szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu, przetwarzaniu, wykorzystywaniu i publikowaniu materiałów prasowych. Nadto zarzucono w kasacji art. 10 w zw. z art. 1 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe w zw. z art. 54 ust. 1 Konstytucji RP z dnia 2 kwietnia 1997 r., w zw. z art. 24 k.c., przez błędne jego zastosowanie polegające na przyjęciu, iż naruszenie dóbr osobistych nie było bezprawne, podczas gdy forma i sposób przekazania tychże informacji narusza podstawowe zasady prawa prasowego w zakresie obowiązku prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk oraz w zakresie rzetelnego informowania o nich społeczeństwa. W uzasadnieniu kasacji podkreślono, że podstawowym błędem Sądu odwoławczego było uznanie, że wystąpiły okoliczności wyłączające bezprawność działania dziennikarzy w rozumieniu art. 24 § 1 k.c., podczas gdy działanie to, pozbawione cech staranności i rzetelności zawodowej, nie było nakierowane na obronę uzasadnionego interesu społecznego. Skarżący zarzuca, iż Sąd Apelacyjny nie wskazał, jak należy rozumieć jego ustalenie, że pozwani wykazali w stopniu dostatecznym, że działanie ich było bezprawne, bowiem brak jest w uzasadnieniu zaskarżonego wyroku rozważań poświęconych spełnieniu obowiązku dołożenia szczególnej, a więc wyjątkowej, nieprzeciętnej staranności, będącej aspektem dziennikarskiego warsztatu. Powołując się na stanowisko orzecznictwa, powód wywodzi, że nawet podanie prawdziwych informacji może stanowić bezprawie w rozumieniu art. 24 k.c., jeśli są one opatrzone sformułowaniami obliczonymi na przekonanie odbiorcy za pomocą demagogii słów, a nie faktów mogących podlegać samodzielnej ocenie. Skarżący sprzeciwia się stanowisku Sądu Apelacyjnego, iż

¹⁴ Czyli naruszenie prawa materialnego przez błędną jego wykładnię lub niewłaściwe zastosowanie, por. art. 393¹ pkt 1 k.p.c.

inkryminowany materiał prasowy nie zawiera żadnych stanowczych twierdzeń i wskazuje na zawarte w nim sformułowania kategorię, które wyrażają niekorzystne dla powoda oceny wartościujące, a nie są li tylko informacją o faktach. Zdaniem powoda, forma i treść artykułu pozbawiła społeczeństwo jasnej, rzetelnej, konkretnej, rzeczowej i wyczerpującej informacji, a to dlatego, że przeciętny czytelnik inkryminowanego artykułu dowiedział się, że powód raczej nie kupi sobie samochodu, a czytający jedynie tytuły artykułów dowiedzą się z kolei, że przewodniczący jest właścicielem Daewoo Tico. Ponieważ obie te informacje są nieprawdziwe, przeto nie została spełniona funkcja informacyjna prasy, wywodzi skarżący”.

W dalszej części uzasadnienia sąd orzekający rozpatruje poszczególne zarzuty: „Kasacja podlegała uwzględnieniu wobec oparcia jej w części na usprawiedliwionych podstawach. Sąd Najwyższy nie mógł zweryfikować zasadności zarzutów naruszenia art. 10 ustawy [...] Prawo prasowe [...] zwanym dalej w odpowiednim przypadku »pr. prasowym«, jak również art. 54 ust. 1 Konstytucji RP [...], bowiem skarżący nie przedstawił w uzasadnieniu kasacji argumentów mających wskazywać, na czym miałyby polegać lub w czym się przejawiać zarzucane Sądowi Apelacyjnemu naruszenie obu wymienionych przepisów. Trafne okazały się natomiast zarzuty naruszenia pozostałych wymienionych w kasacji przepisów prawa materialnego. Jakkolwiek z uzasadnienia zaskarżonego wyroku wyraźnie i wprost nie wynika, że doszło do naruszenia dobra osobistego powoda w postaci jego dobrego imienia, to jednak konstatacja, iż doszło do naruszenia dobra osobistego powoda staje się oczywista w świetle faktu, że zasadnicze ustalenia i rozważania Sądu drugiej instancji dotyczyły zagadnienia bezprawności działania strony pozwanej, co byłoby oczywiście bezprzedmiotowe przy przyjęciu, że do naruszenia dóbr osobistych powoda nie doszło.

Ocena zarzutów kasacji naruszenia przepisów prawa materialnego przez ich niewłaściwe zastosowanie sprowadza się więc do zbadania, czy w świetle ustaleń faktycznych, będących podstawą wydania zaskarżonego wyroku, usprawiedliwione było stanowisko Sądu Apelacyjnego, iż pozwani wykazali w stopniu dostatecznym, że nie działali bezprawnie, co w razie potwierdzenia takiego stanowiska wyłączałoby możliwość udzielenia powodowi ochrony prawnej na podstawie art. 24 k.c. Okoliczność, że strona pozwana, publikując materiał prasowy, realizowała swoje ustawowe obowiązki bynajmniej nie przesądza jeszcze o uchyleniu bezprawności jej działań w rozumieniu art. 24 k.c. Jeżeli bowiem w wyniku m.in. publikacji prasowej dochodzi do naruszenia dóbr osobistych jednostki, to wymaga wówczas rozważenia, któremu z dwóch prawem chronionych dóbr – prawu do informacji i wolności słowa, czy też prawu do ochrony dobra osobistego człowieka – należy w okolicznościach faktycznych konkretnej sprawy przyznać pierwszeństwo ochrony. Niezbędne staje się także dokonanie oceny, czy autor publikacji naruszającej dobra osobiste dochował wszystkich wymogów, które prawo nakłada w takiej sytuacji na dziennikarza. Tylko okoliczności konkretnej sprawy pozwalają wówczas ocenić, czy osoba naruszająca cudze dobra osobiste działa wyłącznie w obronie zasługującego na ochronę interesu i w ramach porząd-

ku prawnego (zob. wyrok SN z dnia 26 lutego 2002 r., I CKN 413/01, OSNC 2003/3/24), czy też jej działanie wykracza poza tak zakreślone ramy. Wolność prasy nie ma bowiem charakteru absolutnego, lecz doznaje ograniczeń wytyczonych przez prawo, w szczególności tych, które nie służą ochronie dobrego imienia i praw innych osób.

Trafny okazał się przeto zarzut kasacji naruszenia art. 12 ust. 1 pkt 1 pr. prasowego wskutek błędnego uznania przez Sąd Apelacyjny, że pozwani wykazali, iż nie działali bezprawnie, bez bliższego wskazania przez tenże Sąd na podstawie tej konstatacji w kontekście obowiązków dziennikarza wyartykułowanych w wymienionym przepisie. Określony w art. 12 ust. 1 pkt 1 pr. prasowego obowiązek zachowania przez dziennikarza szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiału prasowego oznacza kwalifikowaną staranność i rzetelność (wyrok SN z 8 października 1987 r., OSNC 1989, z. 4, poz. 66), obejmując nieodzowne działania w postaci sprawdzenia zgodności z prawdą uzyskanych wiadomości lub podania ich źródła. Jednakże sam fakt podania jakiegokolwiek źródła pozyskania informacji nie jest równoznaczny z wypełnieniem powinności szczególnej staranności i rzetelności dziennikarskiej, bowiem stopień wiarygodności źródła informacji (uzasadnienie wyroku SN z dnia 16 kwietnia 2002 r., V CKN 1010/00, OSNC 2003/4, poz. 56). Fakt wskazania na anonim jako źródło pozyskania informacji wymagał od dziennikarza zachowania najwyższej staranności i nie uprawniał go do bezkrytycznego uznania go za w pełni miarodajne źródło informacji, nie wymagające szczególnie starannej i rzetelnej weryfikacji. Oceny tej nie zmienia fakt, że powód sprawował funkcję publiczną w czasie ukazania się inkryminowanego materiału prasowego. Sprawowanie funkcji publicznej, choć niewątpliwie rozszerza dopuszczalne granice formułowania ostrych ocen i reakcji ze strony mediów, a więc rozszerza granice dopuszczalnej krytyki, to jednak nie otwiera drogi do bezkarnego naruszenia dóbr osobistych osób sprawujących funkcje publiczne, zwłaszcza jeśli następuje ono wskutek nierzetelnego wykorzystania materiałów prasowych (wyrok SN z dnia 5 kwietnia 2002 r., II CKN 1096/99, OSNC 2003/3/42)".

Kontynuując Sąd Najwyższy stwierdza, iż: „Nie sposób zakwestionować również trafności zarzutów naruszenia zaskarżonym wyrokiem art. 1 i art. 41 pr. prasowego. Ten ostatni przepis obejmuje ochronę prawną m.in. publikowanie ujemnych, ale rzetelnych ocen działalności publicznej, jeśli publikacje te służą realizacji zadań określonych w art. 1 pr. prasowego. Ustawodawca udziela więc wówczas ochrony prawnej, gdy celem publikacji, spełniających cechy wymienione w art. 41 pr. prasowego, jest urzeczywistnianie prawa obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej. O tym, czy rzetelny materiał prasowy służy nadto realizacji zadań określonych w art. 1 pr. prasowego przesądza m.in. zakres treści i sposób ujęcia zawartych w nim sformułowań. Kasacja trafnie kwestionuje aprobatę Sądu drugiej instancji wyrażoną dla stanowiska Sądu Okręgowego, że autor artykułu nie stwierdził kategorycznie, iż powód bezprawnie pobrał zawyżone die-

ty. Tymczasem brzmienie stosownego sformułowania w materiale prasowym uzasadnia zgoda odmienny wniosek, skoro pytanie zawarte w przedostatnim akapicie tegoż materiału nie jest ujęte w konwencji, „czy” powód dopuścił do nieprawego wypłacania sobie pieniędzy, tylko „jak” mógł do tego dopuścić”.

Dalej czytamy: „Jednakże nawet wystąpienie obu przesłanek wyłączających bezprawność, a więc prawdziwość zarzutów zawartych w materiale prasowym oraz uznanie, że ich postawienie jest działaniem w obronie społecznie uzasadnionego interesu, nie musi być w konkretnych okolicznościach sprawy uznane za równoznaczne z wyłączeniem bezprawności, skutkującym w konsekwencji wyłączeniem prawnej ochrony wynikającej z art. 24 k.c. Istotne znaczenie mają bowiem właściwa forma i sposób ujęcia wypowiedzi dziennikarskiej, które są podstawą do dokonania oceny spełniania przez materiał prasowy cech rzeczowości i rzetelności. Brak tychże cech, niezależnie od deklarowanego celu przyświecającego autorowi publikacji, pozbawia autora możliwości skutecznego powołania się na wyłączenie bezprawności działania, co trafnie zarzuca kasacja uzasadniając zarzut naruszenia art. 24 k.c.

Tymczasem stanowisko Sądu odwoławczego stwierdzające wykazanie przez pozwanych braku bezprawności ich działania podważają te fragmenty materiału prasowego, w których stwierdzono, że wysokość nieprawnie wypłaconych powodowi pieniędzy wystarcza na dokonanie przez powoda zakupu nowego samochodu Daewoo Tico, a więc rzeczy będącej wciąż jeszcze przedmiotem marzeń i pragnień wielu polskich obywateli. Zastosowanie w materiale prasowym takiej metody jest przejawem jaskrawego naruszenia wymogu dziennikarskiej rzetelności, nie dającego się usprawiedliwić deklarowanym zamiarem działania w celu realizacji zadań określonych przez ustawodawcę. Samo bowiem, nawet przekonywające, deklarowanie szlachetnego zamiaru nie niweczy bezprawności działania, jeżeli forma i sposób jego realizacji oczywiście wykraczają poza granice potrzebne dla osiągnięcia ustawowo określonych zadań prasy. Taki stan rzeczy z zasady udaremnia skuteczność obrony opartej na zarzucie braku bezprawności (uzasadnienie wyroku SN z dnia 16 kwietnia 2002 r., V CKN 1010/00, OSNC 2003/4/56).

Trafnie stwierdza skarżący, uzasadniając zarzut naruszenia art. 24 k.c., że nawet prawdziwość informacji zawartych w materiale prasowym nie wyłącza bezprawności działania dziennikarza, jeśli opatrzone są one m.in. upokarzającym komentarzem obliczonym na przekonanie czytelnika o określonych racjach nie za pomocą faktów podlegających jego samodzielnej ocenie, lecz przy pomocy demagogii słów.

Poprawne jest samo w sobie stanowisko Sądu Apelacyjnego, który twierdzi, że istniała podstawa do postawienia w prasie pytań o prawidłowość wypłacanych powodowi diet, skoro wykładnia postanowień uchwały Rady Miasta G. była sporna. Jednakże Sąd ten nie uwzględnił faktu, że istotą pytania sformułowanego w inkryminowanym materiale prasowym nie jest prawidłowość wypłaconych powodowi diet, ale to, w jaki sposób powód mógł dopuścić do nieprawego wypłacenia sobie tych pieniędzy. Podanie wysokości tej kwoty w kontekście tożsamej z nią ceny nowego samo-

chodu, możliwego do nabycia właśnie w taki sposób, nie służyło niezbędnej potrzebie zbadania prawidłowej wysokości należnych diet, nie służyło też realizacji żadnego spośród zadań prasy określonych w art. 1 pr. prasowego. Działanie takie stanowiło jedynie zbędny element sensacyjności informacji, mogący wywoływać atmosferę dezaprobaty wobec osoby powoda oraz określonego klimatu psychicznego, wskutek daleko idącej sugestii, iż powód świadomie bądź poprzez niekompetencję bezprawnie dorobił się określonej korzyści, uzyskując w ten sposób możliwość nabycia pożądanego nadal przez wiele osób dobra w postaci samochodu osobowego.

Tymczasem zrozumiałe dążenie do poczytności publikowanych materiałów prasowych oraz sprzyjanie zapotrzebowaniu określonej grupy czytelników na wiadomości sensacyjne nie zwalnia autorów i wydawców prasy z prawnego obowiązku dbałości o to, by treść, forma, stylistyka i wymowa materiałów prasowych nie przyniosła ujmy godności i dobremu imieniu opisywanych w nich podmiotów.

W tym stanie rzeczy Sąd Najwyższy orzekł jak w sentencji na podstawie art. 393¹ § 1 k.p.c.”

Po lekturze zaprezentowanego powyżej uzasadnienia wyroku z 27 lutego 2003 r. nasuwają się dwojakiemu rodzaju zastrzeżenia. Po pierwsze, daje się zauważyć rozdźwięk między zawartymi w nim ogólnymi tezami a opartymi na nich szczegółowymi rozstrzygnięciami dotyczącymi konkretnych okoliczności sprawy.

Nie można w szczególności zgodzić się, z tym, iż powołując się na niemiarodajne w opinii sądu źródło informacji, jakim jest anonimowy list, dziennikarz naruszył obowiązek dochowania szczególnej staranności przewidziany w art. 12 ust. 1 pkt 1 pr. prasowego. Tak byłoby, gdyby fakty przedstawione w spornej publikacji były sporne, tymczasem powód nie kwestionował ani tego, że pobrał diety we wskazanej wysokości, ani tego, że nie był członkiem żadnej komisji. Przedmiotem kontrowersji była natomiast ocena prawna tych okoliczności. Można się wprawdzie zastanawiać, czy dziennikarz nie powinien był zasięgnąć opinii osoby kompetentnej w dziedzinie przepisów, o których przekroczenie posądzony został pozwany. Nie można bowiem uznać, iż wypełnia standardy staranności zawodowej dziennikarz, który formułuje oceny, opierając się na faktach, których nie jest w stanie pojąć. Wydaje się jednak, że sytuacja taka nie miała miejsca w analizowanym przypadku.

Zarówno sąd apelacyjny jak i kasacyjny przekroczył swoje kompetencje stwierdzając, iż „istniała podstawa do postawienia w prasie pytań o prawidłowość wypłacanych powodowi diet, skoro wykładnia postanowień uchwały Rady Miasta G. była sporna”. Wyrokując w ten sposób, obie instancje dokonały oceny trafności krytyki, a tego czynić im nie wolno. O tym, czy faktycznie istniała podstawa do stawiania takich pytań, winien zdecydować czytelnik.

Zdaniem sądu kasacyjnego błąd autora materiału prasowego polegał na postawieniu pytania: „jak Paweł A., Przewodniczący Rady Miasta G., stojący na straży praw ustanowionych przez tę radę, mógł dopuścić do bezprawnego wypłacania sobie pieniędzy?” W opinii tego sądu zdanie to implikuje wniosek, iż zarzut stawiany po-

wodowi był zasadny. Stanowisko takie byłoby trafne, gdyby cytowane wyrażenie interpretować w oderwaniu od całego tekstu. Jednak uwzględniając cały tekst, można stwierdzić (i tak to też odczytały sądy niższych instancji), że autor uzależnił aktualność zgłoszonego zapytania od potwierdzenia zarzutu bezprawności opisanej praktyki. Świadczy o tym wyrażenie sformułowanie użyte w artykule „jeśli zarzut się potwierdzi [...]”.

Przy okazji można odnotować w treści materiału prasowego pewną niespójność, która okazuje się jednak pozorna. Mianowicie, skoro zdaniem dziennikarza sprzeczność z prawem zachowania powoda musi dopiero zostać ustalona, to jak można go oskarżyć o to, że umożliwił nielegalne wypłacanie sobie diet. Stwierdzenie to winno być jednak odczytywane w ten sposób, że w przypadku zaistnienia wątpliwości co do prawidłowości stosowania przepisów o wynagradzaniu radnych, obowiązkiem powoda jako funkcjonariusza publicznego było podjęcie kroków mających na celu jednoznaczne rozstrzygnięcie niejasności. Paweł A. niczego takiego nie zrobił, chociaż mógł i powinien.

Drugi rodzaj zastrzeżeń dotyczy prawidłowości sformułowanych przez Sąd Najwyższy w uzasadnieniu tez ogólnych, na których opiera się rozstrzygnięcie sprawy¹⁵. Chodzi tu głównie o wyrażony przez skład orzekający pogląd, że nawet prawdziwość informacji zawartych w materiale prasowym nie wyłącza bezprawności działania dziennikarza, jeśli opatrzone są one m.in. upokarzającym komentarzem obliczonym na przekonanie czytelnika o określonych racjach nie za pomocą faktów podlegających jego samodzielnej ocenie, lecz przy pomocy demagogii słów. W ocenie sądu zabieg taki wyłącza przyjęcie, iż dana wypowiedź krytyczna spełnia wymóg rzetelności.

Inspiracją dla wyeksplikowania przedstawionego zapatrywania było zastosowanie przez pozwanego dziennikarza w spornym materiale prasowym chwytu retorycznego polegającego na zobrazowaniu finansowych skutków zachowania, o które powód był podejrzewany, poprzez odwołanie się do ceny samochodu. Niewątpliwie użycie tego rodzaju środka stylistycznego mogło wprowadzić, jak to określił sąd, „element sensacyjności informacji, mogący wywoływać atmosferę dezaprobaty wobec osoby powoda oraz określony klimat psychiczny”. Należy jednak podkreślić, że konsekwencją zastosowania opisanego zabiegu nie było powstanie ryzyka wprowadzenia czytelników piśmiennictwa w błąd, z tekstu artykułu wynikało bowiem jasno, że powód ani nie kupił samochodu, ani nie zamierza tego zrobić w przyszłości.

Rodzi się więc pytanie, czy jest dopuszczalna tak daleko idąca ingerencja wymiaru sprawiedliwości w swobodę wypowiedzi, a konkretnie w jej formę rozumianą jako

¹⁵ Formułowanie takich tez nie powinno być traktowane jako działalność normodawcza sprzeczna z konstytucyjną zasadą zamkniętego systemu źródeł prawa, jeśli tylko dyrektywy te precyzują bardziej ogólne normy prawne, a takie właśnie dominują w dziedzinie ochrony dóbr osobistych, por. L. Morawski, *Precedens a wykładnia*, „Państwo i Prawo” 1996, nr 10, s. 4 i n.; Zazwyczaj, chociaż nie zawsze, wadliwość takiej ogólnej tezy jest równoznaczna z wadliwością rozstrzygnięcia.

całokształt środków stylistycznych¹⁶? Odpowiedzi należy szukać w orzecznictwie Trybunału Europejskiego. Kluczowe znaczenie ma tutaj wyrok trybunału z dnia 23 maja 1991 r. zapadły w sprawie *Oberschlick przeciwko Austria (I)*¹⁷. Sprawa ta dotyczyła skazania przez sądy austriackie dziennikarza Gerharda Oberschlicka za zniesławienie sekretarza generalnego Austriackiej Partii Liberalnej Waltera Grabher-Meyera. Polityk ów wystąpił z propozycją radykalnego zróżnicowania wysokości wypłacania zasiłków rodzinnych w zależności od tego, czy beneficjentem pomocy społecznej jest obywatel Austrii, czy emigrant.

W reakcji na ten pomysł wnioskodawca opublikował w piśmie „Forum” artykuł mający postać zawiadomienia o popełnieniu przez W. Grabhera-Meyera przestępstwa¹⁸. W tekście tym zarzucono mu, iż zgłaszając swój postulat, popełnił występki podżegania do nienawiści rasowej, podżegania do popełniania wykroczeń kryminalnych i wyrażanie aprobaty dla takich czynów oraz wykroczenie pochwalania celów i działania NSDAP. Ponadto propozycja polityka została zestawiona z fragmentem manifestu tej organizacji.

Sądy krajowe rozpatrujące oskarżenie prywatne wniesione przez urażonego Grabhera-Meyera uznały, że wnioskodawca przypisał temu politykowi motywy, których nie wyraził, a wybrana przez Oberschlicka forma artykułu nie była przypadkowa, bowiem miała w szczególny sposób przyciągnąć uwagę czytelnika.

Stanowiska tego nie podzielił Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu rozpoznający skargę dziennikarza na naruszenie art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, przewidującego wolność słowa. Trybunał podkreślił przede wszystkim, że stwierdzenia zawarte w spornej publikacji stanowią analizę polegającą na porównaniu zgłoszonego pomysłu i ideologii faszystowskiej, dlatego winny korzystać z ochrony przysługującej opiniom. Nie można więc było żądać dowiedzenia od wnioskodawcy udowodnienia ich prawdziwości. Równocześnie prowokacyjny charakter tej wypowiedzi miał na celu zwrócenie uwagi na radykalny charakter propozycji, mogącej zszokować wiele osób.

Jeśli chodzi o zastosowaną przez wnioskodawcę formę, to zdaniem trybunału ze względu na znaczenie poruszonego problemu jej wybór nie wykracza poza dopuszczalne granice swobody ekspresji. Istotne jest przy tym również to, co przyznały zresztą sądy austriackie, że nie stwierdzono, by forma ta mogła wprowadzić w błąd znacząca liczbę czytelników co do tego, że przeciwko sekretarzowi generalnemu APL toczy się postępowanie karne¹⁹.

¹⁶ Oczywiście podział między elementami formalnymi wypowiedzi a jego osnową nie ma charakteru logicznego, tak więc niejednokrotnie kwalifikacja danego wyrażenia na podstawie tego kryterium może budzić kontrowersje.

¹⁷ <http://hudoc.echr.coe.int>, Hudoc reference REF00000301; streszczenie tego wyroku w: I.C. Kamiński, *Swoboda wypowiedzi w orzeczeniach Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu*, Kraków 2002, s. 101 i n.

¹⁸ Oświadczenie to zostało równocześnie przekazane prokuraturze.

¹⁹ Odmienną opinię w tej kwestii wyrazili jednak sędziowie F. Matscher i D. Bindschedler-Robert.

W świetle zaprezentowanego stanowiska trybunału²⁰ wydaje się oczywiste, że rozstrzygnięcie zapadłe w sprawie artykułu „Daewoo Tico przewodniczącego” jest błędne. Przemawia za tym zarówno doniosłość problematyki, której dotyczyła publikacja, jak i okoliczność, iż przyjęta forma była znacznie mniej kontrowersyjna niż ta zastosowana przez G. Oberschlicka. Podstawowym kryterium dla oceny dopuszczalności formy publikacji winien być przede wszystkim rodzaj użytych przez autora danego materiału prasowego środków perswazyjnych, przy czym ingerencję sądu uzasadniać mogłoby dopiero podejrzenie, iż skutkiem rozpowszechnienia tego materiału byłoby wprowadzenie opinii publicznej w błąd. Inne kryteria, odwołujące się na przykład do zakazu demagogii czy „sensacyjności”, pozwalają na zbytnią arbitralność, ich przyjęcie groziłoby więc „schłodzeniem” (*chilling effect*) debaty publicznej.

²⁰ Tezę, iż z art. 10 konwencji wynika również swoboda wyboru przez dziennikarza formy wypowiedzi powtórzył następnie sąd strasburski w wyroku z 23 września 1994 r., sprawa *Jersild v. Denmark*, <http://hudoc.echr.coe.int>, Hudoc reference REF00000476, p. 31 („It is not for this Court, nor for the national courts for that matter, to substitute their own views for those of the press as to what technique of reporting should be adopted by journalists. In this context the Court recalls that Article 10 protects not only the substance of the ideas and information expressed, but also the form in which they are conveyed [...]).”

MARTA JAS

The press of the
German minority in
Poland in the years
1945–1989

Prasa mniejszości
niemieckiej w Polsce
w latach 1945–1989¹

KEY WORDS

Press, German minority, local press, German minority press

SŁOWA KLUCZOWE

Prasa, mniejszość niemiecka, prasa środowiskowa, prasa mniejszości niemieckiej

ABSTRACT

Until 1989 the dominant ideology and its political implications resulted in the conviction that Polish society was absolutely homogenous and the majority of the population was hardly aware of the existence of a German minority in Poland. The present article attempts to present the German community and its activities in Poland during the PRL (Polish People's Republic) period, activities restricted mainly to publishing two German language periodicals: "Arbeiterstimme" and „Die Woche in Polen”.

STRESZCZENIE

Mniejszość niemiecka to grupa, o której istnieniu do 1989 roku nie wiedziała większość społeczeństwa. Dominująca ideologia i uwarunkowania polityczne doprowadziły do powstania w społeczeństwie przeświadczenia o jego jednorodności narodowej. Niniejszy tekst jest próbą ukazania mniejszości niemieckiej jako społeczności działającej w okresie PRL-u. Jej aktywność ograniczała się jednak zasadniczo do działalności wydawniczej – opartej na dwóch tytułach: „Arbeiterstimme” i „Die Woche in Polen”.

Prezentowana problematyka prasy mniejszości niemieckiej w PRL-u ujęta została w ramy wyznaczone dwiema datami: 1945 i 1989. Wydaje się, że uzasadnienie wyboru pierwszej z nich jest proste. Nowe uwarunkowania geopolityczne w powojennym świecie wymagały działań dostosowawczych ze strony państw i społeczeństw. Powojenna działalność społeczności niemieckiej znajdowała swój wyraz w organizacji mniejszości i działalności wydawniczej. Wybranie tego roku – jako początku analizy, podyktowane jest również i tym, że nie można mówić o ciągłości historycznej między organizacjami mniejszości niemieckiej w II Rzeczypospolitej z organizacją powstałą po drugiej wojnie światowej. Ponadto w nowej, powojennej rzeczywistości Niemcy polscy zmuszeni zostali do troski o zachowanie odrębności narodowej. Działalność członków mniejszości była znacznie utrudniona przede wszystkim z powodu propagowanego przez władze polskie hasła o jednorodności narodowej państwa. Z drugiej zaś strony sposób ich traktowania związany był z doświadczeniami wojennymi Polaków, z tego też względu pierwszy z tytułów pojawił się dopiero w 1947 roku.

Z kolei rok 1989 to cezura wykorzystywana w analizach opisujących i systematyzujących zmiany i przeobrażenia zachodzące w państwie i społeczeństwie polskim. Przemiany ustrojowe zaowocowały demokratyzacją życia politycznego, a ta z kolei miała wpływ na wszelkie przejawy życia społecznego, więc i również na aktywność mniejszości niemieckiej.

¹ Wąski zakres opisywanej problematyki nie pozwala na szerokie zajęcie się analizą pojęcia mniejszość narodowa, nie pozwala również przedstawić nawet w zarysie historii mniejszości niemieckiej. Szeroko tematyka ta zaprezentowana została w pracach: D. Matelski, *Niemcy w Polsce w XX wieku*, Warszawa–Poznań 2001; B. Domagała, *Mniejszość niemiecka na Warmii i Mazurach*, Olsztyn 1996; Z. Kurcz, *Mniejszość niemiecka w Polsce*, Wrocław 1995; *Mniejszości narodowe w Polsce. Praktyka po 1989 roku*. Pod red. B. Berdychowskiej, Warszawa 1998; *Polacy i Niemcy na drodze do partnerskiego sąsiedztwa. Próba bilansu dziesięciolecia 1989–1998*. Pod red. D. Bingena i K. Malinowskiego, Poznań 2000; *Sytuacja mniejszościowa i tożsamość*. Pod red. Z. Macha i A. K. Pałucha, Kraków 1992.

Zadaniem poniższej prezentacji nie jest jedynie próba ujęcia etapu historii prasy mniejszości, ale przede wszystkim ukazanie tej historii i interpretacja jej w ramach analizy prasoznawczej. Literatura naukowa w obszerny bowiem sposób prezentuje działalność wydawniczą mniejszości niemieckiej, jednak są to publikacje mające zasadniczo walory opisu historycznego².

Media mniejszości narodowych jako media środowiskowe

Media mniejszości narodowych w prezentowanym artykule traktowane są jako media środowiskowe. Kategoria ta nie doczekała się dotychczas szczegółowych monografii i opracowań, brak nawet definicyjnego ujęcia tego pojęcia. Grupa ta jest wyodrębniana tylko w rozbudowanych typologiach³. Warto podkreślić, że autorzy zajmujący się prasą środowiskową zazwyczaj nie tworzą własnych definicji, poprzestają jedynie na wskazaniu cech wspólnych tytułów należących do tej grupy lub też ograniczają się jedynie do porównania tego typu z prasą lokalną⁴.

Tytuły należące do tej kategorii w większości określane są jako periodyki *non profit*. Funkcjonowanie tego rodzaju prasy, ale i innych środków masowej informacji nie działających dla zysku, związane jest z partiami politycznymi, stowarzyszeniami, związkami zawodowymi, kościołami, organizacjami społeczno-kulturalnymi lub fundacjami⁵. Stanowią one wyspecjalizowany organ tych instytucji, a co z tym związane, w założeniu mają służyć ich interesom, a więc przede wszystkim popularyzować program polityczny, upowszechniać wartości i ideały etc. Ze względu na specyficzną sieć powiązań, instytucje naczelne stowarzyszeń i organizacji mają wpływ na działalność mediów oraz obsadę personalną redakcji. Zależność mediów wzmocniona jest również uwarunkowaniami finansowymi, ponieważ to partie polityczne, stowarzyszenia lub związki zawodowe finansują działalność wydawniczą. W sytuacji, gdy przychody instytucji medialnych, pochodzące ze sprzedaży i zamieszczanych reklam, nie zaspokajają potrzeb związanych z codzienną działalnością, egzystencja poszczególnych jednostek prasowych uzależniona jest przede wszystkim od dotacji organizacji macierzystych. Ewentualne zyski wydatkowane są na cele statutowe organizacji założycielskich⁶.

Oddziaływanie tego rodzaju mediów ograniczone jest zazwyczaj do wąskiego kręgu odbiorców, jednak w skali globalnej, z uwzględnieniem mediów środowiskowych, mają one znaczący wpływ na kształtowanie się opinii i postaw⁷. Odbiorcami mediów

² Najpełniejszą prezentację działalności wydawniczej mniejszości niemieckiej odnaleźć można m.in. W: B. Ociepka, *Niemcy na Dolnym Śląsku w latach 1945–1970*, Wrocław 1992; P. Madajczyk, *Niemcy polscy 1945–1989*, Warszawa 2001; G. Janusz, *Działalność oświatowo-kulturalna mniejszości niemieckiej w Polsce w latach pięćdziesiątych*, „Sprawy Narodowościowe” 1995, z. 1.

³ S. Dziki, *Media lokalne i regionalne*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 1996, s. 77.

⁴ J.L. Hochheimer, *Komu służy radio środowiskowe w stanach Zjednoczonych*, „Przekazy i Opinie” 1990, nr 3/4, s. 148–149.

⁵ M. Mrozowski, *Media masowe, władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001, s. 48.

⁶ *Tamże*, s. 227.

⁷ *Tamże*, s. 48.

środowiskowych są zazwyczaj grupy społeczne, a więc audytorium uformowane na podstawie podobnych cech społecznych, politycznych lub etnicznych (tak jak jest to w przypadku mniejszości narodowych). Na podstawie analizy treści prezentowanych na łamach prasy mniejszości pokusić się można o stwierdzenie, że jej odbiorców charakteryzują wszystkie ze wspomnianych powyżej kryteriów. Wyróżnikiem tego audytorium jest również silne poczucie tożsamości i odrębności. Prasa jest dla niego środkiem zapewniającym możliwość mobilizacji zarówno wobec określonych sytuacji, jak również zachętą do aktywnej działalności w grupie i po za nią. Trzon czytelników prasy mniejszości niemieckiej w omawianym okresie stanowili ludzie starsi, których łączyło poczucie wspólnoty narodowej i wspólnoty doświadczeń oraz przede wszystkim znajomość języka niemieckiego jako ojczystego.

Uwzględniając powyżej przedstawione kryteria, media środowiskowe można zdefiniować jako środowiskowy środek przekazu zmierzający do zaangażowania członków rozmaitych społeczności lokalnych, różnego rodzaju grup w proces komunikowania wewnątrzgrupowego i międzygrupowego, a adresowany do konkretnej społeczności lokalnej, grupy wyodrębnionej na podstawie wspólnych zainteresowań, tradycji lub określonej kategorii zawodowej, i równocześnie środek masowego przekazu dla większej grupy ludności⁸.

Tematyka pracy wymaga również zdefiniowania pojęcia mediów mniejszości narodowych i etnicznych. W większości opracowań cytowana jest definicja stworzona przez B. Klimkiewicz. Zgodnie z nią, media mniejszości narodowych określane są jako „środki przekazu, które nie mają uniwersalnego zasięgu i sytuują się poza systemem mediów masowych”⁹. Definicja ta w przypadku charakterystyki prasoznawczej wydaje się jednak zbyt ogólna. W ten sam sposób można określić bowiem prasę alternatywną, lokalną czy choćby środowiskową. Z tego powodu proponuję własną próbę stworzenia opisu tego terminu.

Media mniejszości to media środowiskowe, o małym zasięgu, silnie związane z organizacjami lub społecznością mniejszości, pełniące istotną rolę w procesie podtrzymywania i rozwoju poczucia tożsamości jednostek i grup etnicznych poprzez kultywację tradycji narodowych i/lub etnicznych. W większości tworzone i utrzymywane są przez samych członków organizacji mniejszości i do nich adresowane, możliwy jest jednak dostęp do nich pozostałej części społeczeństwa. Często ich działalność nie jest nastawiona na przynoszenie zysku wydawcy¹⁰.

Propozycja periodyzacji historii mediów mniejszości niemieckiej

Sytuacja tytułów wydawanych przez mniejszość niemiecką w opisywanym okresie jest porównywalna z pozostałymi mediami, jest ona również odzwierciedleniem sytu-

⁸ Definicja własna opracowana na podstawie: J.L. Hochheimer, *dz. cyt.*, s. 149.

⁹ B. Klimkiewicz, *Media mniejszości w Polsce*. W: *Konflikt czy współdziałanie. Media a problem mniejszości*, Kraków 1997, s. 48.

¹⁰ Warto podkreślić, że media grup narodowych mogą przynosić zyski, np. prasa polonijna w USA.

acji politycznej w kraju. Uwzględniając specyficzne uwarunkowania działalności prasy mniejszości niemieckiej można wyodrębnić następujące etapy jej rozwoju¹¹:

- 1947–1951 – próby tworzenia tytułów adresowanych do ludności niemieckojęzycznej, tematyka prezentowana na ich łamach jest całkowicie podporządkowana dominującej ideologii. Powstające tytuły mają charakter efemerydyczny;

- 1951–1954 – pojawienie się na rynku nowego tytułu „Arbeiterstimme”, adresowanego do ludności niemieckiej zamieszkującej terytorium Polski. Zwiększenie wpływu na treść publikacji samych czytelników, np. rubryka: „Der Leser hat das Wort”¹². Znacząca liberalizacja treści, pojawienie się mutacji adresowanych do ludności autochtonicznej, a nie jak dotychczas do tzw. uznanych Niemców, i uniezależnienie się tytułów;

- 1955–56 – zainteresowanie tytułem i rozprężenie sytuacji politycznej powoduje dalszą liberalizację treści oraz przemiany jakościowe i ilościowe w „Arbeiterstimme”, obejmujące zmianę częstotliwości wydawania, tworzenie nowych dodatków, wzrost nakładu.

- 1957–1958 – zmniejszenie liczby czytelników spowodowane wyjazdami do państw niemieckich oraz niechęć władz powoduje zmianę cyklu wydawniczego pisma, zmianę tytułu. Prezentowana problematyka ograniczona zostaje do tekstów poradniczych i stopniowej rezygnacji z analiz politycznych i tekstów interwencyjnych;

- 1958–1989 – stopniowa likwidacja tytułów dotychczas wydawanych i zakaz powstawania nowych wydawnictw;

Uwarunkowania polityczne, społeczne i gospodarcze skłaniałyby do próby omówienia znacznie szerszego okresu niż zaproponowałam w tytule artykułu, a mianowicie od 1945 do 2002 roku. Ograniczenie problematyki tylko do uwarunkowań prasy mniejszości niemieckiej do 1989 roku wiąże się przede wszystkim z istotnymi przeobrażeniami rynku mediów po tej dacie. Z tego względu przeobrażeniom mediów drukowanych mniejszości niemieckiej po 1989 roku poświęcony zostanie odrębny tekst. Taki podział uzasadniony jest także i tym, że tytuły mniejszości niemieckiej w przeciwieństwie do części tytułów środowiskowych i periodyków wydawanych przez inne mniejszości nie stanowią kontynuacji pism z PRL-u – żadne z pism wspólnie wydawanych przez mniejszość niemiecką nie wywodzi się z tytułów pochodzących sprzed 1989 roku¹³.

¹¹ Zaproponowana klasyfikacja została stworzona samodzielnie z wykorzystaniem podziału zaproponowanego przez R. Filasa w artykule: *Czytelnictwo prasy w połowie lat dziewięćdziesiątych: od czytelnictwa do oglądarki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1995, nr 3/4, oraz przede wszystkim na podstawie analizy sytuacji tytułów mniejszości niemieckiej.

¹² Rubryka ta pojawiła się na początku 1952 roku. Pozytywne rezultaty wprowadzenia tego nowego działu nie były widoczne od samego początku, lecz dopiero w następnych latach. G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 181.

¹³ Część pism wydawanych przez mniejszości narodowe pochodzi z oferty wydawniczej RSW „Prasa–Książka–Ruch”. Przykładem pisma wydawanego przez jedną z mniejszości przed 1989 rokiem i ukazującym się nadal jest ukraińskie „Nasze Słowo”. Wszelkie przeobrażenia

Środki masowej informacji mniejszości niemieckiej do 1989 roku

Okres powojenny to ciągle zaprzeczanie istnieniu mniejszości narodowych i próby marginalizacji działalności osób do nich należących. Zgodnie z propagowaną przez władze tezą, PRL było państwem jednorodnym narodo-wo. Taki pogląd powodował brak zainteresowania zapewnieniem praw i możliwości rozwoju, w ramach jednego państwa, wielu tradycjom narodowym i etnicznym. Podkreślić przy tym należy, że równocześnie utrzymywano pozorny obraz rzeczywistości, w której możliwe jest działanie mniejszości i podejmowanie inicjatyw przez obywateli. Fikcja ta, w kontekście przedstawianej problematyki, obejmowała zwłaszcza prawne gwarancje ochrony, zawarte w dokumentach prawa międzynarodowego, a obowiązujące również Polskę¹⁴. Innym sposobem było tworzenie organizacji mniejszości narodowych całkowicie podporządkowanych partii komunistycznej.

Ograniczeniom podlegała zarówno działalność polityczna, jak i kulturalna, a więc dwa obszary, będące podstawą utrzymania tożsamości narodowej i czynnikami zapobiegającymi asymilacji. Również prasa, która stanowi jeden z podstawowych przejawów aktywności społecznej i jest elementem obrony przed wchłonięciem przez większość, pomimo że była wydawana przez członków mniejszości niemieckiej, podlegała całkowitej kontroli. Każda z mniejszości narodowych w Polsce mogła mieć tylko jedną organizację zrzeszającą członków i jeden organ prasowy¹⁵. Warto zaznaczyć, że tytuły mniejszości formalnie określały się jako niezależne, w rzeczywistości tak jak wszystkie media ukazujące się w Polsce były cenzurowane i stawały się bezwolnym narzędziem propagandy. Miało to także swój wyraz w stylu, w jakim pisane były artykuły, bez względu na język publikacji.

Działalność wydawnicza mniejszości niemieckiej w tym okresie właściwie ograniczała się do jednego tytułu, którym był „Arbeiterstimme”. Znane są jednak wcześniejsze próby tworzenia tytułów adresowanych do Niemców.

Pierwszą taką inicjatywą było wydawanie pisma „Aufbau”¹⁶, powołanego do życia w 1947 roku. Czytelnikami periodyku byli przede wszystkim jeńcy wojenni przebywający jeszcze w Polsce. Kolejną próbą stworzenia pisma adresowanego do osób niemieckojęzycznych było powołanie na Górnym Śląsku „Wir bauen auf”¹⁷. Ten biuletyn

własnościowe i wewnątrzredakcyjne dokonywały się z zachowaniem „ciągłości procesu wydawniczego”. J. Mieczkowski, *Media mniejszości narodowych w Polsce po 1989 roku – charakterystyka działań*. W: *Etniczne odstępstwa pogranicza. Kwestie etyczne a pogranicze polsko-niemieckie*. Pr. zbiorowa pod red. W.S. Burgera, Szczecin 2001, s. 149.

¹⁴ Polska przyjęła m.in.: Międzynarodową Konwencję w Sprawie Likwidacji Wszelkich Form Dyskryminacji Rasowej, Dz.U. 1969, nr 25, poz. 187 zał.; Konwencję Przeciwko Dyskryminacji w Dziedzinie Oświaty UNESCO, Dz.U. 1964, nr 40, poz. 268, Konwencję MOP nr 111 w sprawie zwalczania dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i wykonywania zawodu, Dz.U. 1961, nr 42, poz. 218–219.

¹⁵ D. Matelski, *dz. cyt.*, s. 272, oraz J. Mieczkowski, *dz. cyt.*, s. 148.

¹⁶ P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 177.

¹⁷ A. Sakson, *Mniejszość niemiecka i inne mniejszości w Polsce*, „Przegląd Zachodni” 1991, nr 2, s. 15.

wydawany był przez Związek Zawodowy Górników w Wałbrzychu i Nowej Rudzie. Jego pierwszy numer pojawił się 1 maja 1951 roku. Większość artykułów opisywała obchody przez robotników święta pracy. Drugim zasadniczym tematem były Niemcy, a ściślej przyjaźń i zrozumienie, jakie łączą narody polski i niemiecki (oczywiście tylko z NRD). Obok tych dwóch przewodnich tematów pojawił się również apel o zwiększenie wydajności pracy. Pismo to ukazało się jeszcze tylko raz – 17 maja 1951 roku¹⁸, i poświęcone było pracy górników oraz informacjom na temat wydobywania węgla.

Lukę po „Wir bauen auf” wypełnił tygodnik „Arbeiterstimme” noszący podtytuł „Organ der Bergmannsgewerkschaft Wałbrzych – Nowa Ruda”. Podtytuł ten zmieniał się kilka razy. Po raz pierwszy zmieniono go w 1951 roku, a nowy brzmiał – „Illustrierte Zeitung”. Kolejna zmiana – na „Sozial-Politische Wochenschrift” nastąpiła we wrześniu 1952 roku¹⁹. Pierwszy numer tego pisma ukazał się 11 czerwca 1951 roku, w poniedziałek²⁰. Kolejne numery ukazywały się w soboty. Początkowo był on wydawany przez Zawodowy Związek Górników, a następnie przez RSW „Prasę”²¹. Miejszem edycji był Wałbrzych, od numeru 17. tygodnik przeniesiono do Wrocławia. Redakcja zatrudniała 25 dziennikarzy. Były to w większości osoby pochodzenia polskiego, a wśród nich autochtoni z Górnego Śląska. Część dziennikarzy pisywała pod niemiecko brzmiącymi pseudonimami. Redaktorem naczelnym pisma do 1953 roku był R. Nowak, później na stanowisku tym zastąpił go M. Winnicki²².

Gazeta ta, przeznaczona dla wszystkich środowisk niemieckich, szybko wypełniła lukę na rynku wydawniczym, zwiększając krąg czytelników i poszerzając również obszar swojego oddziaływania. Z periodyku o charakterze lokalnym, dla niemieckich górników z okolic Wałbrzycha, poprzez tygodnik przeznaczony dla ludności śląskiej, tytuł ten stał się pismem mniejszości niemieckiej w całej Polsce.

„Arbeiterstimme” wydawał od 1953 roku lokalne mutacje. Pierwsza z nich, z podtytułem „PGR-Arbeiter”²³, przeznaczona była dla województwa koszalińskiego. Również na Warmii i Mazurach ludność autochtoniczna wyrażała chęć czytania tego rodzaju prasy. Wzbudzało to zaniepokojenie władz, zdaniem których tytuły tego ty-

¹⁸ Data ta i informacja na temat tego periodyku zawarta została w pracy Piotra Madajczyka, w artykule Andrzeja Saksona podano inny okres ukazywania się tego pisma. Według ostatniego z wymienionych autorów „Wir bauen auf” ukazywał się w latach 1951–1952 (*dz. cyt.*, s. 15).

¹⁹ Nazwa ta została podana w cytowanej już książce P. Madajczyka, s. 177. B. Ociepka podała nazwę: „Social-Politische Wochenzeitung”. Obie cytowane pozycje różnią się również w podawanych w nich datach.

²⁰ P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 178.

²¹ G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 180.

²² Informacja o zmianie na stanowisku redaktora naczelnego zawarta została w książce B. Ociepki, *dz. cyt.*, s. 131. W artykule G. Janusza zawarta jest informacja, że jedynym redaktorem naczelnym pisma był B. Winnicki, *dz. cyt.*, s. 182.

²³ „PGR-Arbeiter” wychodził pod tym tytułem do listopada 1956 r., kiedy zmieniono go na „Der Landarbeiter”; patrz: P. Matelski, *dz. cyt.*, s. 182. W artykule A. Saksona, „PGR-Arbeiter” (s. 15) jest przedstawiony jako niezależne pismo, którego miejsce po jego rozwiązaniu w 1956 roku zajął dodatek do „Arbeiterstimme”; w ten sam sposób przedstawia sytuację G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 184.

pu mogły silnie oddziaływać na świadomość narodową ludności autochtonicznej. Pomimo tego „Arbeiterstimme” otrzymało debit zezwalający na rozprowadzanie go w województwie olsztyńskim²⁴. Postanowiono również, że na tym terenie zostanie stworzona specjalna mutacja tygodnika. Decyzję podjęto, ponieważ stwierdzono, że pozbawienie dostępu do informacji grupy o niewykryształizowanej świadomości narodowej przyniesie znacznie większe szkody, np. izolację rodzimej ludności od reszty społeczeństwa. Powołana do życia mutacja bazować miała na tłumaczeniach artykułów zamieszczanych w polskiej prasie lokalnej i sprowadzanej z NRD, a tematyka jej była przede wszystkim związana z przemysłem, walką o pokój oraz przyjaźnią z NRD. Z powodu zbyt dużego zainteresowania tą mutacją ludności autochtonicznej, w 1957 roku została ona zlikwidowana. Mutacja koszalińska „Der Landarbeiter”, którą powołano do życia na bazie „PGR-Arbeiter”, ukazywała się do połowy 1957 roku.

Pomimo że „Arbeiterstimme” było kierowane przede wszystkim do osób pochodzenia niemieckiego, artykuły zajmujące się tą grupą obywateli polskich rzadko gościły na jego łamach. Było to pismo podobne do periodyków polskojęzycznych. Informowano więc o osiągnięciach kopalni, zakładów pracy i efektach rozwoju polskich ziem zachodnich. Niektóre z rubryk, jak np. sport, zapewnić miały poczucie bycia u siebie, a co z tym związane, ograniczeniem chęci wyjazdów. Z tego też powodu w gazecie tej operowano, zarówno w tytułach jak i artykułach, polskimi nazwami miejscowości lub nazwami geograficznymi, jak np. „in der Wisła”, Wałbrzycher, Opo-ler itd. Nie informowano natomiast o problemach związanych z obywatelstwem, brakiem możliwości lub utrudnieniami w migracji do państw niemieckich. Jednym z pozytywnych wyjątków były teksty poświęcone szkolnictwu²⁵.

Gazeta spełniała również zadania edukacyjne, na jej stronach przeczytać można było o osiągnięciach naukowych, nowych technologiach (oczywiście tych, które można było zastosować dla zwiększenia wydajności, lub takich, które umacniają rozwój krajów bloku socjalistycznego). Problematyka ta stawała się często podstawą krytyki państw Europy Zachodniej i samego Zachodu oraz apoteozy rozwoju gospodarczego Europy Wschodniej. Ton artykułów zajmujących się tymi zagadnieniami był swego rodzaju funkcją polityki zagranicznej Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Krytyka jednego i pochwała drugiego państwa niemieckiego znajdowała odzwierciedlenie nawet w wydawanym w późniejszym okresie dodatku dla młodzieży „Jugendstimme”²⁶.

Pierwsze strony „Arbeiterstimme” zapełniały zazwyczaj zdjęcia brygadzystów lub apele, np. „Zbliża się wielki dzień święta ludowego, 22 lipca. Co roku polska klasa robotnicza czci intensywniejszą pracą i wewnętrznym doskonaleniem ten dzień wy-

²⁴ P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 180.

²⁵ B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 124.

²⁶ Przykładem na to może być pierwsza strona tego dodatku 1955, nr 7 (16 XI).

zwolonia z hitlerowskiego jarzma, wyzwolenia z jarzma kapitalistów i obszarników”²⁷. Omawiany periodyk był więc typowym pismem socrealistycznym²⁸.

„Arbeiterstimme” było jedynym pismem, po które sięgać mogła ludność pochodzenia niemieckiego. Pomimo tego pojawiały się głosy krytycznie je oceniające, zarówno ze strony władz, jak i czytelników. Władze uważały, że tygodnik ten nie realizuje powierzonego mu zadania. Zgodnie z ich oceną brakowało w nim informacji istotnych dla odbiorców (np. omówienia przepisów wydawanych w języku polskim, a dotyczących tej grupy narodowościowej), zbyt słaby był również kontakt z czytelnikami. Zarzuty te powtarzali sami czytelnicy, poza tym skarżyli się na trudności związane ze zdobyciem gazety²⁹. Głosy te spowodowały szybką reakcję redakcji, która zorganizowała sieć własnych korespondentów (w latach świetności było ich piętnastu, poza nimi artykuły i informacje o obchodach różnych świąt państwowych pisały również niemieckie dzieci z trzech szkół)³⁰, zajęła się też organizowaniem regularnych spotkań z czytelnikami. „Arbeiterstimme” coraz częściej zajmowało się ich bolączkami, czasem podejmowano też działania interwencyjne. Początkowe problemy tygodnika dziennikarze tłumaczyli trudnościami w zbieraniu i otrzymywaniu informacji. W pracy redakcyjnej korzystano głównie z biuletynów Polskiej Agencji Prasowej i „Presseinformation”³¹.

Prawdziwa „rewolucja” w tygodniku nastąpiła po 1955 roku. Wzrost liczby czytelników spowodował zmianę częstotliwości ukazywania się pisma. Do lutego 1955 roku ukazywał się on dwa razy w tygodniu, a w lipcu tegoż roku „Arbeiterstimme” przekształcił się w dziennik. Poza zmianą częstotliwości, pojawiły się również dodatki. Były to: wspomniany już „Jugendstimme. Kinder Beilage der Arbeiterstimme”, dodatek przeznaczony dla pań: „Die bunte Ecke der Frau”, dodatek sobotni zatytułowany „Kultur–Literatur–Kunst–Wissenschaft” i wydanie niedzielne – „Arbeiterstimme am Sonntag”³².

Przemiany jakościowe w tygodniku przyczyniły się do tego, że zaczął on spełniać postawione mu zadanie: stał się prawdziwym pismem o Niemczech i adresowanym do Niemców. Nadal obecny był główny temat: polepszenie stosunków polsko-niemieckich, widoczne było jednak rozszerzenie problematyki prezentowanej przez pismo. Zmianę w treściach, przedstawianych na łamach dziennika, zapoczątkował cykl artykułów autorstwa Juliana Bartosza³³, które ukazywały się w 1956 i 1957 roku³⁴. Po raz

²⁷ „Arbeiterstimme” 1951, nr 2 (7 VII), s. 2.

²⁸ G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 183.

²⁹ B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 129.

³⁰ P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 181.

³¹ Te ostatnie dostarczane były przez ambasadę NRD nawet z dziesięciodniowym opóźnieniem.

³² Por. G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 181; B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 130.

³³ Pierwszy z cyklu artykułów pod tytułem *Betrachtungen über Gleichberechtigung* ukazał się w numerze 212 z 22 października 1956 r., s. 6.

³⁴ B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 101.

pierwszy zostały w nich omówione problemy i sytuacja ludności niemieckiej po 1945 r., a autor nie unikał opisywania w nich krzywd i dyskryminacji. Bartosz jako pierwszy zajął się problemem nacjonalizmu, nie wyłącznie niemieckiego, ale również i polskiego. W kolejnych numerach pojawiły się informacje, które dotychczas były przemilczane, jak np. kwestie obywatelstwa, możliwości wyjazdów do państw niemieckich³⁵ i formalności z nimi związane. W 1956 roku często drukowano artykuły opisujące dyskryminację ludności niemieckiej w zakładach pracy. Zdaniem redakcji, powody gorszego traktowania leżały jednak i po stronie Niemców³⁶. Do 1956 roku redakcja zajmowała się położeniem jedynie tzw. uznanych Niemców, zamieszkujących w większości Wielkopolskę i Dolny Śląsk. Wkrótce jej zainteresowania zostały rozszerzone o problemy ludności autochtonicznej zamieszkującej Śląsk Opolski.

Rok 1956 związany jest również z powstaniem organizacji (Niemieckie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne NTSK). Pierwsze sygnały o próbie zjednoczenia ludności niemieckiej pojawiły się właśnie w opisywanej gazecie. Wydrukowano w niej rezolucje nauczycieli niemieckich, którzy jako pierwsi przedstawili postulat utworzenia instytucji reprezentującej Niemców w Polsce. Gazeta od początku patronowała wrocławskiemu stowarzyszeniu (później również i towarzystwu we Wrocławiu), użyczała mu swoich łam na publikacje artykułów przedstawicieli związku i wywiady z kierownictwem organizacji³⁷. W „Arbeiterstimme” przedstawiano inicjatywy zarządu NTSK, w późniejszym zaś okresie, gdy organizacja ta, ze względu na emigracje Niemców, traciła na znaczeniu, pojawiały się tam próby analizy tego zjawiska³⁸.

Poza tymi kwestiami na łamach pisma nadal przedrukowywane były teksty aktów prawnych dotyczących położenia Niemców. Przedrukowano m.in. uchwałę Rady Państwa, zgodnie z którą Niemcy przebywający w Polsce mogli wziąć udział w wyborach parlamentarnych (1957)³⁹. Tekst uchwały poprzedzono wyrażeniem nadziei na zrównanie praw Niemców, którzy tak samo pracują i żyją w Polsce⁴⁰. W piśmie starano się podkreślać postępujące równouprawnienie osób pochodzenia niemieckiego, opisując kolejno przyznawane im prawa, np. możliwość wzięcia udziału w wyborach do rad zakładowych, prawa rentowe itp.

Zmiana problematyki w 1957 roku związana była z wyjazdami Niemców. Temat ten był dominujący⁴¹, pomimo że w połowie lat 50. niemiecka grupa narodowa cieszyła się stosunkowo dużą swobodą polityczną. Umożliwienie Niemcom wyjazdów spowodowało stopniowe kurczenie się grupy, do której dziennik był adresowany. Spadek zainteresowania czytelników spowodował zmianę częstotliwości ukazywania

³⁵ Tematom tym poświęcony numer „Arbeiterstimme” z lutego 1956 r.

³⁶ *Es ist nicht immer Diskriminierung*; „Arbeiterstimme” 1956, nr 249, s. 3.

³⁷ „Arbeiterstimme” 1956, nr 265, s. 4.

³⁸ Np. cykl artykułów K. Krebsa, *Ist die DS-KG existenzberechtigt?*, „Arbeiterstimme” 1957, nr 253, s. 3.

³⁹ „Arbeiterstimme” 1957, nr 5, s. 1.

⁴⁰ „Arbeiterstimme” 1956, nr 212, s. 1.

⁴¹ „Arbeiterstimme” 1957, nr 285, s. 1.

się tego tytułu. Z gazety codziennej stała się ona ponownie tygodnikiem, zatytułowanym „Die Woche in Polen”⁴². Przeobrażeniu uległa również szata graficzna: zwiększono objętość, ale zmniejszono format.

„Die Woche in Polen” miało charakter ilustrowanego tygodnika. Wydawcą tytułu była RSW „Prasa”, a siedziba redakcji mieściła się we Wrocławiu. Pierwszy numer tego periodyku wydany został 4 maja 1958 roku⁴³. Informacje na temat mniejszości niemieckiej, które w dzienniku zajmowały dość znaczące miejsce, wyparte zostały przez nowo stworzone działy poradnicze, np. działkowca, oraz kąciki dla dzieci i młodzieży. Brakowało w nim również informacji o głównym problemie Niemców mieszkających w Polsce w latach 50., tj. wyjazdach. Czytelnicy w listach zamieszczanych na łamach tygodnika pozytywnie oceniali pojawienie się tej propozycji wydawniczej, jednak podkreślali przywiązanie i sympatię, jaką darzyli zlikwidowany dziennik⁴⁴.

Szybko okazało się, że „Die Woche in Polen” podzieliło los swojego poprzednika. Ostatni numer tygodnika ukazał się w grudniu 1958 roku. Oficjalnie powodem likwidacji pisma był stale zmniejszający się nakład⁴⁵. Nie był on jednak określany przez popyt, ale zależny od wyznaczonego przez władze przydziału papieru⁴⁶. Decyzja o likwidacji pisma nie była autonomiczną decyzją redakcji, nie była również uwarunkowana czynnikami ekonomicznymi. Zapadła ona w KC PZPR w Warszawie, miała więc charakter administracyjny. Główną przesłanką tego postanowienia był niepokój o to, kto tak naprawdę wspomnianą gazetę czytuje. W przeważającej części tygodnik odbierany był na terenie województwa opolskiego i olsztyńskiego, głównie przez ludność autochtoniczną. Dalsze utrzymywanie periodyku nie byłoby zgodne z założeniami polityki wewnętrznej Polski Ludowej, zakładającej, że ludność autochtoniczna była ludnością polską (przez wieki poddawaną presji germanizacyjnej⁴⁷). Istnienie „Die Woche in Polen” byłoby więc zaprzeczeniem tez propagowanych przez rządzącą partię⁴⁸. Z rozwiązaniem pisma nie zgadzał się jego zespół redakcyjny oraz NTSK, które traktowało tygodnik jako narzędzie informowania środowiska o swojej działalności.

Oceniając jakość działalności „Arbeiterstimme” i „Die Woche in Polen”, dostrzec można dwa okresy. W początkowych latach, tj. do 1955 roku⁴⁹, „Arbeiterstimme” nie

⁴² P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 182.

⁴³ D. Matelski, *dz. cyt.*, s. 251.

⁴⁴ G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 183.

⁴⁵ W kolejnych latach wyglądał on następująco: 1951 – 8000 egzemplarzy, 1952 – 10 000; 1953 – 15 000; 1954 – 24 000; 1955 – 29 000; 1956 – 28 000; 1957 – 2700; 1958 – 5000. Dane za: G. Janusz, *dz. cyt.*, s. 182, oraz B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 130.

⁴⁶ T. Urban: *Die Deutsche in Polen. Geschichte und Gegenwart einer Minderheit*, München 1994, s. 88.

⁴⁷ D. Berlińska, P. Madajczyk, *Mniejszość niemiecka w Polsce. W: Mniejszości narodowe w Polsce...*, s. 83.

⁴⁸ B. Ociepka, *dz. cyt.*, s. 134.

⁴⁹ Zmiana formuły tygodnika podkreślana jest przez wszystkich autorów badających to pismo, analizy ich przynoszą jednak odmienne wnioski. W artykule G. Janusza zmiana

spełniało powierzonych mu przez władzę zadań, nie było ono również wyrazicielem interesów mniejszości niemieckiej w Polsce. Od 1955 roku w redagowaniu i redakcji pisma zaszły istotne zmiany, które przyniosły wzrost zaufania czytelników. Wtedy to właśnie tygodnik zaczął wydawać dodatki i przekształcił się w dziennik. Dzięki świeżości tekstów, ich ostrości, porzuceniu dominującej dotychczas sztampowości, tytuł zyskiwał czytelników nie tylko na terenie Polski, ale był także czytany w państwach niemieckojęzycznych⁵⁰. Zniknięcia tytułu z rynku prasowego nie da się wytłumaczyć jedynie zmniejszającym się zainteresowaniem czytelników, istotniejsza była tu raczej zmiana polityki władz polskich wobec niemieckiej grupy ludnościowej.

Na kolejną próbę zorganizowania pisma mniejszości niemieckiej należało poczekać aż do połowy lat 80. W 1985 roku Edward Vogelsang zwrócił się do Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk z prośbą o pozwolenie na wydawanie pisma w języku niemieckim pod tytułem: „Unsere Muttersprache”⁵¹. Urząd odrzucił wniosek argumentując, że nie odpowiada on wymogom prawa prasowego, zaznaczył również, że wydawanie tego tytułu jest niemożliwe ze względu na brak papieru⁵². Pomimo zaskarżenia decyzji do Naczelnego Sądu Administracyjnego i poparcia ze strony osobistości życia publicznego⁵³, działania Vogelsanga nie przyniosły żadnych wymiernych rezultatów.

Do końca lat 80., a w najmniejszym stopniu do 1958 roku, prasa mniejszości niemieckiej nie wypełniała jednej z najważniejszych funkcji przypisywanych prasie środowiskowej, a mianowicie informacyjnej i integracyjnej. Prasa ta nie była wyrazicielem poglądów swoich społeczności, nie spełniała również pokładanych w niej nadziei, że opisywać będzie bolączki członków mniejszości narodowych.

zawartości pisma nastąpiła już w 1952 r. (*dz. cyt.*, s. 183), data, którą podałam, zamieszczona została w pracy B. Ociepki, *dz. cyt.*, s. 124, wybór ten podyktowany był zmianą sytuacji politycznej w kraju właśnie w tym roku.

⁵⁰ Niestety, nowy kurs spowodował również negatywne reakcje – w 1956 roku cofnięty został pismu debit w NRD.

⁵¹ T. Urban, *dz. cyt.*, s. 97.

⁵² P. Madajczyk, *dz. cyt.*, s. 330.

⁵³ M.in. Barbary Jaruzelskiej, T. Urban, *dz. cyt.*, s. 98.

REPORTS AND INFORMATION | SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

BARBARA PIKIEWICZ

Sprawozdanie z sesji naukowej
Towarzystwa Naukowego
Płockiego „Mazowieckie media
lokalne i regionalne”,
Płock 18–19 grudnia 2003 r.

Proceedings of the Symposium
of the Scientific Society of Płock
"The Mazovian media
– local and regional",
Płock 18-19 December 2003.

Rozwój mediów na Mazowszu stanowi istotny rozdział codziennego życia społeczno-politycznego tego regionu. Pierwszym krokiem ku syntezie stanu prasy lokalnej w nowej rzeczywistości była sesja zorganizowana przed 12 laty przez Towarzystwo Naukowe Płockie wspólnie z Instytutem Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Wówczas wolna prasa zaczęła się dopiero kształtować. Od tego czasu zaszło wiele istotnych zmian, zasługujących na odnotowanie, dyskusję, wytyczenie kierunków dalszych przeobrażeń.

„Mazowieckie media lokalne i regionalne” to temat drugiej już sesji naukowej, przygotowanej przez Towarzystwo Naukowe Płockie, które również tym razem zaprosiło do współpracy Instytut Dziennikarstwa UW, a ponadto Wyższą Szkołę im. Pawła Włodkowica w Płocku oraz tamtejsze Koło Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich. Spotkanie odbyło się w dniach 18-19 grudnia 2003 roku, w siedzibie TNP, wzbudzając duże zainteresowanie zarówno medioznawców, jak i samego środowiska dziennikarskiego. W programie sesji znalazło się 21 wystąpień, podzielonych na grupy tematyczne. Dotyczyły one kolejno: *Kondycji i uwarunkowań dziennikarstwa lokalnego, Prasy na Mazowszu oraz Mediów elektronicznych na Mazowszu.*

Nieformalnym rozpoczęciem obrad było wystąpienie prezydenta Płocka, Mirosława Milewskiego, który – witając licznie zebranych – z uznaniem wyraził się o roli dziennikarskiej profesji. Zapewnił, że przedstawicielom mediów wdzięczny jest za obszerne i wnikliwe śledzenie poczynąń lokalnej władzy, jak również za krytykę. Pierwsza reakcja, jaką ona wywołuje, to oburzenie, ale już po chwili przychodzi czas na refleksję oraz powód do samooceny – dodał.

W części merytorycznej sesji jako pierwszy zabrał głos prof. Janusz Adamowski (Instytut Dziennikarstwa UW). Prasa lokalna – powiedział – jest fenomenem związanym z polską transformacją ustrojową. Jednak mimo dynamicznego rozwoju tego segmentu rynku mediów, stosunkowo słabo zaawansowane są badania naukowe, występują trudności z ustaleniem pełnej, aktualnej listy tytułów, choć oczywiście trudno nie odnotować inicjatyw badawczych m.in. takich ośrodków jak Wrocław, Katowice czy Gdańsk.

Prof. Adamowski zwrócił uwagę na dwie grupy czynników: historyczne i społeczne, które na przestrzeni lat kształtują prasę lokalną w Polsce. Pojęcie to obejmuje tytuły ogólnoinformacyjne (ogół czasopism dotyczących danego regionu) oraz środowiskowe (dzienniki i periodyki o jednolitej tematyce). Bardziej szczegółowy podział wyodrębnia pisma regionalne, wojewódzkie, powiatowe i sublokalne z prasą samorządową, prywatną (niezależną), kościelną oraz środowiskową. Spektrum informacyjne tej ostatniej wiąże się z miejscem zamieszkania i pracy odbiorców, tematycznie zaś dominuje problematyka polityczna, gospodarcza, socjalna, życie obyczajowe, sport – wszystko na poziomie lokalnym. Pełniąc tak rozległe funkcje – informacyjną, integracyjną i wiele innych, przynależnych mediom masowym, ta grupa czasopism ma niewątpliwie świetlaną przyszłość – ocenił dyrektor Instytutu Dziennikarstwa.

Red. Stefan Bratkowski, którego wystąpienie odtworzono na wideo, gdyż z powodu choroby nie mógł uczestniczyć w sesji, stwierdził, że w momencie wyjścia z podziemia pisma lokalne cieszyły się większą popularnością niż ogólnokrajowe. Całkowicie niezależne, miały ogromny wpływ na kształtowanie postaw. Tak było przez pierwsze pięć lat demokracji po 1989 r. Potem odkrycia, że prasa lokalna może przysparzać zysków, dokonały koncerny i wtedy rozpoczął się proces wykupu pism, co równa się ich zniszczeniu jako źródeł cennych informacji z życia czytelników, do których są adresowane. Również dla wielu dziennikarzy uposażenia okazały się atrakcyjniejsze (czasem z konieczności) od chęci „robienia” dobrej gazety. Jako przykład red. Bratkowski podał Olsztyńskie, gdzie rynek prasowy całkowicie opanował Passauer Neue Presse. Dodał, że w tym samym kierunku zmierza rodzimy wydawca – „Agora”. Honorowy Prezes SDP postulował, by w obronie małych, regionalnych tytułów przed agresją gigantów wystąpił urząd antymonopolowy. Drugi wniosek dotyczył zdecydowanego sprzeciwu wobec dzienników i tygodników, finansowanych z budżetów lokalnych władz. Zdaniem S. Bratkowskiego, pisma te redagowane „ku chwale” miejscowych samorządów, są niewiarygodne, dlatego w dobrze pojętym interesie społecznym powinny być jak najszybciej przekazane niezależnym zespołom.

Relacje: dziennikarz – władza w wymiarze lokalnym okazały się na tyle aktualnym i ważnym problemem, że szczególnie często powracały w dalszych wystąpieniach oraz dyskusji. Mec. Jan Stefanowicz zapytany, czy wykonująca ten zawód osoba może jednocześnie pełnić funkcję radnego na danym terenie, odpowiedział, że dylemat ten należy rozpatrywać bardziej w kategoriach etycznych niż prawa, które jest niedoskonałe. Dziennikarz – wyjaśnił – ma prawo brać czynny udział w życiu politycznym. Nie ma więc w tym nic nagannego, gdy startuje w wyborach. Ale pracując w prasie samorządowej jako organie władzy, winien zachować niezależność. Nasuwa się pytanie, czy będzie to możliwe? Pozostaje jeszcze kwestia kultury funkcjonowania redakcji i pogodzenia funkcji społecznej oraz zawodowej radnego–dziennikarza. Jeżeli przedstawiciel lokalnej gazety wyłączy się z pracy, a wydawca tę decyzję uszanuje, będzie stan idealny.

Idei prasy samorządowej broniła redaktor naczelna „Sygnałów Płockich”, Ewa Jasińska. Tamtejsi radni przed ośmiu laty wyszli z założenia, że podatnikom należy się raz w miesiącu informacja o pracy samorządu. Obecnie pismo jest dwutygodnikiem – kroniką tego, co dzieje się w ratuszu. Publikuje uchwały, ich interpretacje i uzasadnienia, podaje kalendarz imprez kulturalnych i sportowych, porusza na swych łamach bieżące problemy mieszkańców, przypomina historię regionu. Nie ma natomiast sensacji. Mimo to cały nakład – 4 500 egzemplarzy – szybko znika z punktów bezpłatnej dystrybucji. Ale – jak dodała red. Jasińska – zdarza się, że czytelnicy „Sygnałów” pytają będących na etatach inspektorów Urzędu Miasta dziennikarzy: „Czemu nie napiszecie, że ta czy inna decyzja jest bez sensu? Żadna gazeta nie krytykuje właściciela, my też nie. Ale również nie wystawiamy laurek. Rzetelnie informujemy, pozbawiając teksty politycznych akcentów i komentarza”.

Przedstawicielka prasy samorządowej – polemizując z red. Bratkowskim – stwierdziła, że niezależność w mediach jest czystą fikcją. Jeśli nie ratusz, to wpływ ma właściciel gazety. Wszystko zależy od mądrości wydawcy i dziennikarzy. W Płocku kolejna, czwarta ekipa, rozumiejąc ideę samorządowych mediów, rzadko ingeruje w treść dwutygodnika i tematykę publikacji. Pomysły przekształcenia tytułu w spółkę lub dokooptowania go np. do placówki kultury owszem pojawiają się, lecz – jak dotąd – nie zyskują aprobaty większości radnych.

Na zgoła inne doświadczenia, wynikające z doświadczeń Transparency International, powołała się Julia Pitera. Organizację zainteresowano niedawno przypadkiem koncernu medialnego w jednym z ośrodków Mazowsza, gdzie prywatny właściciel rozgłośni radiowej i tygodnika został wicestarostą. Przy takich powiązaniach z władzą (wydająca pismo ekipa rządząca zwykle gwarantuje bezpłatny lokal, dostęp do komputera, Internetu, a co najważniejsze – do rynku ogłoszeniowego), inne tytuły, nawet te, redagowane na wyższym poziomie dziennikarskim i bardziej krytyczne, nie miały szans na przetrwanie. Odpowiedź na pytanie: *jak rozwiązać ten problem*, wydaje się prosta. Trzymać media jak najdalej od władzy, bo kto daje – ten wymaga – przekonywała J. Pitera.

W trakcie sesji nie mogło zabraknąć wystąpień dziennikarzy, szczegółowo omawiających sytuację na rynku mediów lokalnych w dawnych miastach wojewódzkich Mazowsza po 1989 r. Problematyka ta zdominowała drugi dzień obrad.

Wszyscy zabierający głos w dyskusji byli zgodni co do tego, że w analizowanym okresie technika pracy w tym zawodzie przeszła rewolucję, od taśmy perforowanej dalekopisu po e-maile. Mimo bardzo silnej konkurencji mediów elektronicznych, trwa „wysyp” tytułów prasowych. Nowym wydawcom, którzy niekoniecznie są ludźmi z branży, może przyświecać cel umocnienia poczucia lokalności, ale jak dowodzi praktyka – bywa to również sposób na życie albo źródło utrzymania. Wiele pism okazuje się jednak typowymi efemerydami. Ich krótkotrwała żywotność, często wbrew prawom ekonomii, nie pozostaje bez wpływu na kondycję finansową już istniejących gazet. Jako przykład podawano bezpłatne ogłoszenia drobne, tzw. gratisy, dość powszechnie praktykowane przez nowych wydawców, pragnących w ten sposób pozyskać czytelników. To działanie niezgodne z prawem – alarmowali wydawcy.

W gronie zabierających głos w tej części sesji byli przedstawiciele „Agory”. Wydawnictwo to w ciągu minionych 14 lat odegrało istotną rolę w kształtowaniu mediów, poprzez regionalne dodatki do „Gazety Wyborczej”. Zachowanie niezależności środowisk dziennikarskich od miejscowych układów politycznych i biznesowych jest, obok pojemności rynków ogłoszeniowych, najważniejszym problemem środków przekazu w terenie – przekonywał red. Seweryn Blumsztajn. Dodał, że model, do którego nieuchronnie zmierza rynek: jeden tytuł lokalny plus dodatek do „GW”, to konsekwencja ubożenia społeczeństwa. 38-procentowy udział „Agory” w rynku ogłoszeń i reklam dziś daje temu wydawcy pewne miejsce na mapie prasy regionalnej. Nie oznacza to, że tak dobrze będzie również w najbliższych latach.

Na podkreślenie zasługuje stosunkowo dobra pozycja na rynku większości tygodników, które do 1989 r. pozostawały w gestii RSW „Prasa–Książka–Ruch”. Konkurencję z nowymi tytułami wygrywa wydawany od 1990 r. przez Spółdzielnię Pracy Dziennikarzy „Tygodnik Ciechanowski” – pismo o charakterze subregionalnym, obejmujące zasięgiem oddziaływania również takie miasta jak Mława, Płońsk, Pułtusk. Podobnie jak „Tygodnik Siedlecki”, który – przekształcony po 1990 r. w prywatne przedsięwzięcie dziennikarskie – jest obecnie uznawany za najpoważniejszy tytuł na tamtejszym rynku czytelnicy, zostawiając w tyle pod względem nakładu „Kurier Siedlecki” oraz „Echo Podlasia”.

„Tygodnik Płocki”, którego tradycje sięgają 1963 r., przedstawiono na sesji jako gazetę samofinansującą się, niezależną od polityków i koncernów medialnych. Właściciel tytułu – Dziennikarska Spółdzielnia Wydawnicza „Akapit” – przyjęła zasadę, że pisze o wszystkim i dla wszystkich. Ze sprzedaży pisma oraz powierzchni reklamowej (30–40 proc. zawartości gazety), udaje się zachować stabilność finansową oraz pewność zatrudnienia dla pięciu pracujących na etatach dziennikarzy. Osobliwym przypadkiem w tej grupie czasopism jest „Tygodnik Radomski. To się czyta”. Pismo, mimo kolejnych zmian organizacyjnych po likwidacji RSW (obecnym wydawcą jest

Towarzystwo Inicjatyw Wydawniczych), ukazuje się z różną częstotliwością, nie ma stałego zespołu redakcyjnego, co jest konsekwencją trudności finansowych. Podejmowanym, głównie w kręgach lewicowych, próbom poprawy kondycji tytułu sprzyja fakt, że w Radomiu jest to jedyny, najdłużej obecny na rynku tygodnik o profilu społeczno-samorządowym.

Nieoczekiwanie, konkurencją dla mazowieckich tygodników już wkrótce może okazać się „Życie Warszawy”. Dziennik ten, mający wieloletnie tradycje wydawania mutacji (w latach 1947–1997 ukazywało się „Życie Radomskie”) zamierza utworzyć oddział w każdym mieście powiatowym regionu. Poinformowała o tym uczestników sesji red. Małgorzata Ilka, zastrzegając, że wszystko zależy od wyników prowadzonych analiz rynku, opłacalności inwestycji i zapotrzebowania czytelników. Na razie tytuł – jako tygodnik – ukazuje się w dziewięciu ośrodkach. Strategia jest następująca: wzmocnić główny tytuł poprzez rozwój tygodników regionalnych i zajęcie pozycji lidera na Mazowszu. Na zrealizowanie tego zadania redakcja daje sobie trzy lata.

Dwudniowe obrady podsumował prowadzący sesję dr Wiesław Koński, sekretarz generalny Towarzystwa Naukowego Płockiego. W jego ocenie, wypowiedzi, wielowątkowa dyskusja oraz zgłoszone uwagi dały przybliżony obraz mazowieckich mediów lokalnych i regionalnych. Organizatorzy spotkania zapowiedzieli wydanie publikacji książkowej z tekstami wszystkich referatów, co będzie trwałym wkładem w prace medioznawcze nad tym zagadnieniem. To na dziś. A co do planów na przyszłość, z zadowoleniem przyjęto zapewnienie środowiska płockich regionalistów o kontynuowaniu zainteresowań problematyką prasoznawczą na Mazowszu. Można więc oczekiwać kolejnych sesji.

Referaty wygłoszone w czasie sesji:

1. Janusz Adamowski – *Media lokalne i regionalne w Polsce*
2. Stefan Bratkowski – *Niezależność dziennikarza lokalnego i regionalnego*
3. Krystyna Mokrosińska – *Dziennikarze lokalni a Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich*
4. Jan Stefanowicz – *Dostęp do informacji publicznej, zagadnienia związane ze swobodą wykonywania zawodu dziennikarza*
5. Elżbieta Szubska-Bieroń – *Dawna prasa lokalna na Mazowszu*
6. Seweryn Blumsztajn – *Dodatki regionalne do „Gazety Wyborczej”*
7. Marek Szyperski – *Rola korespondenta mazowieckiego dodatku regionalnego „Gazety Wyborczej”*
8. Małgorzata Ilka – *„Życie Warszawy” na Mazowszu*
9. Ewa Jasińska – *Prasa samorządowa w Płocku*
10. Julia Pitera – *Politycy a media*
11. Lena Szatkowska – *Przemiany „Tygodnika Płockiego” w latach 1990-2003*
12. Ryszard Marut – *Zmiany na rynku prasowym w Ciechanowskim po 1990 r.*

13. Barbara Pikiewicz – *Przemiany w prasie radomskiej po 1990 r.*
14. Włodzimierz Pawłowski – *Transformacja prasy na przykładzie Siedlec po 1990 r.*
15. Barbara Konarska-Pabiniak – *Prasa na prowincji na przykładzie Gostynina*
16. ks. Adam Lach – *Prasa katolicka w Diecezji Płockiej*
17. Michał Jarkiewicz – *Radio dla Ciebie – Warszawa czy Mazowsze?*
18. ks. Kazimierz Dziadak – *Media elektroniczne w Diecezji Płockiej*
19. Ewa Michalska – *Telewizja kablowa w Płocku i jej wpływ na środowisko*
20. Leszek Skierski – *Program lokalny TV Płock*

D W U G Ł O S

Andrzej Koziel
Za chwilę dalszy ciąg programu...
Telewizja Polska czterech dekad
1952–1989

The programme will continue in
a moment...
Four decades of Polish Television,
1952–1989

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR
Warszawa 2003, 343 s.

Przepraszamy za usterki...

Andrzej Koziel wcześniej zajmował się badaniem przede wszystkim tzw. prasy pisanej, jej zależności od polityki i od systemów politycznych, teraz zaś przedstawił analizę medium elektronicznego, „obrazkowego”. Analiza ta jest jednocześnie naturalną historią wielkiej instytucji, dominującej w świecie informacji i opinii społeczeństwa nowoczesnego – społeczeństwa, które nowoczesnym staje się dzięki między innymi oddziaływaniu telewizji. Rozprawa *Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja Polska czterech dekad 1952–1989* (notabene konkurencyjny tytuł mógłby brzmieć: *Przepraszamy za usterki...*, zawierałby on w sobie dwuznaczny przekaz oddający chyba dobrze charakter i ocenę dorobku telewizji w czasach PRL) jest pier-

wszą, naukową próbą, skrojoną na taką skalę, nie tylko dziejów telewizji w Polsce od jej początków aż po rok 1989 wedle logiki, jaką narzucała telewizja sama przez się, także wedle logik narzucanych z zewnątrz, przez świat polityki i przez tendencje kształtującej się i rozwijającej kultury masowej.

Obszerna książka zbudowana jest w układzie chronologicznym, a każdy kolejny rozdział omawia ważne etapy w dziejach Telewizji Polskiej, powiązane zresztą z dekadami i przełomowymi momentami historii politycznej. I tak na przykład jest rozdział o telewizji czasu „małej stabilizacji” oraz o telewizji „sukcesu”, czyli dekady Edwarda Gierka. Całość wzbogacona jest o Aneks, w którym Autor zebrał interesujące dokumenty – zwłaszcza nadzwyczaj cenne i ciekawe są te, które ukazują tak zwane weryfikacje dziennikarzy Telewizji Polskiej po grudniu 1981 roku. Ta konstrukcja pracy i jej ekspozycja są przekonujące i bardzo komunikatywne, wzmocnione ponadto sprawną narracją, przejrzystym językiem i dbałością o czytelnika, który niekoniecznie musi dysponować jakąś tak zwaną fachową wiedzą czy dobrą orientacją, a będzie kierować się przy lekturze tej książki zwykłą ciekawością przeciętnego telewidza.

Jest to jednak książka naukowa. Po pierwsze: źródła. Andrzej Kozioł sięgnął, oczywiście, po tak zwaną literaturę przedmiotu, na którą składają się publikacje różnego typu i różnych gatunków. Do nich należą naturalnie wszystkie szcątkowe i przyczynkarskie studia, rozprawy i artykuły pisane w konwencji naukowej, jest ich w sumie niewiele. Największą część tej literatury tworzą publikacje wspominkowe, publicystyczne, okazjonalne, często bardzo krotocwilne i subiektywne. Autor potrafił te przekazy sprawnie wykorzystać, stosując umiejętnie ich krytykę zewnętrzną i wewnętrzną. Cennymi okazały się też publikacje zamieszczane w prasie branżowej, choćby w takich periodykach jak „Antena”, „Radio i Telewizja”, „Przekazy i Opinie”, „Zeszyty Prasoznawcze”. Jasne, że zdarzało się, iż cenne informacje czy opinie można było znaleźć i w pismach innego typu, adresowanych do szerszej publiczności, z nich Autor również często korzystał. Niemniej, nie ulega wątpliwości, że ten dość na pozór obfity dorobek publikacyjny, ze swojej natury – rozproszony tematycznie i chaotyczny, nie dawał szansy na zbudowanie solidnej konstrukcji badawczej, był co najwyżej pomocny od czasu do czasu, by odtworzyć atmosferę życia Telewizji Publicznej, by ukazać jej persony czy sposoby myślenia tychże person, by wreszcie bardziej dokładnie i monograficznie ukazać jakiś wybrany przykład czy moment z historii telewizji.

Jednakże najważniejsze stały się źródła archiwalne. Andrzej Kozioł przeprowadził kwerendę w Archiwum Akt Nowych i wykorzystał zespoły, które pozostawił po sobie Komitet Centralny PZPR, Urząd Rady Ministrów oraz Główny Urząd Kontroli Prasy i Wydawnictw. Chyba jednak najbardziej cenne były te dokumenty, które wytworzyła sama telewizja i te, które niejako stworzono wokół niej, w jej sprawie i w związku z nią. Autor jest jednym z pierwszych badaczy, który poszedł w tym kierunku, niejako przetań drogę swoim następcom. Nadmienię, że nie było to takie łatwe, o czym sam miałem okazję się przekonać, bowiem Telewizja Polska broni dostępu do swojej spuścizny archiwalnej, ciągle nieuporządkowanej ani nieopracow-

anej wedle norm archiwalnych. W książce wykorzystano dostępne i zachowane protokoły z posiedzeń kilku Rad TVP: Teatralnej, Filmowej, Literackiej, Muzycznej, także Rady Programowej, ponadto dokumenty Gabinetu Przewodniczącego Komitetu do Spraw Radia i Telewizji za lata 1960–1989.

W opisie dziejów Telewizji Polskiej Autor, poruszając się wedle linii wstępująco-chronologicznej, swój wywód prowadzi w kilku planach. Jest zatem plan instytucji. Instytucji jako przedsiębiorstwa, które rozwija się bardzo dynamicznie, tworzy infrastrukturę dla swojej działalności, zatrudnia ludzi, rozwija bazę techniczną, wyposaża się w sprzęt, rozprzestrzenia się na cały kraj, tworzy nowe programy, działy i tak dalej. Jest też plan inny, czyli treści i zawartości programowej. Jakie były tak zwane ramówki, jak się one zmieniały, co było specjalne, a co – można powiedzieć – typowe, jakie pomysły i realizacje zyskiwały popularność, jacy twórcy i odtwórcy zasiedlali świat masowej, telewizyjnej wyobraźni, jakie style dominowały w poszczególnych a wyróżnionych epokach. Po drugiej stronie lustra byli tu odbiorcy. Ilu ich było, jak zmieniała się statystyka dostępu do telewizji, kiedy telewizja zdobyła polską wieś, jaką rolę odegrał II program i wprowadzenie koloru? Inaczej mówiąc: kiedy i w jaki sposób społeczeństwo polskie przekroczyło drugi próg kultury masowej, jeśli za pierwszy uznaje się upowszechnienie prasy pisanej, a za drugi właśnie włączenie w elektroniczną interakcję „nadawanie i odbiór” masowej publiczności. I wreszcie plan polityczny. Ile polityki na wizji i ile polityki za kulisami? Jak te zmieniały relacje się za wczesnego Gomułki, a jak za późnego, jak kształtowała się propaganda sukcesu w dekadzie Gierka, jakie perturbacje przeżywała Telewizja Polska w latach 1980-81 i jak trwała i działała po wprowadzeniu stanu wojennego i później, aż po rok 1989. To są problemy i pytania, z którymi Andrzej Kozieł próbował się skonfrontować i na nie odpowiedzieć.

Ten wątek Autor podsumowuje następująco: „Telewizja w PRL, zarówno jako struktura i wiodące medium podlegała wszystkim uwarunkowaniom systemowym. Scentralizowany, monopartyjny model państwa z jego głównymi wadami, z rozbudowaną biurokracją i „księżycową” ekonomią rzutował na funkcjonowanie Komitetu do Spraw Radia i Telewizji. Wszelkie próby racjonalizacji na poziomie centrali i ośrodków terenowych przynosiły podobne efekty jak nieudane reformy przeprowadzane w skali kraju. Bezsporny wydaje się wpływ biurokracji partyjnej na wszelkie przejawy działalności telewizyjnej, co stanowiło swoistą normę ustrojową także w odniesieniu do radia i prasy. Decyzje strategiczne dotyczące polityki kadrowej, kierunków rozwoju prasy, radia i telewizji czy kampanii propagandowych formalizowały się na szczeblu Biura Politycznego, a ich konkretyzacją zajmowały się Sekretariat KC i odpowiednie wydziały. Różne formy inspiracji i kontroli centralnych struktur partyjnych wobec mediów gwarantowały jednolitość i spójność treści oraz umożliwiały instrumentalne ich wykorzystywanie. Programy informacyjne, publicystyka telewizyjna, a także niektóre formy artystyczne realizowały takie same cele propagandowe, spełniały rolę komplementarną wobec tekstów w dziennikach czy treści audycji ra-

diowych. Różnice sprowadzały się li tylko do kwestii warsztatowych i technicznych”. Te tezy Andrzej Kozieł wsparł wieloma konkretnymi przykładami i wyprowadził je z analizy przekazów źródłowych. Może zabrakło większej uwagi Autora w tych partiach książki, w których próbuje on pokazać zawirowania wokół i wewnątrz Telewizji Polskiej w okresie między sierpniem 1980 a grudniem 1981 roku – ten fragment jest potraktowany trochę po macoszemu, ale, po prawdzie, owe miesiące „burzy i naporu” w środkach masowego przekazu warte są osobnego studium.

Interwencje polityki w treści szerzone przez telewizję były zatem i bezpośrednie, i zdecydowane, odnosiły się właściwie do wszystkich programów, i tu Andrzej Kozieł podaje wiele wymownych przykładów. Telewizja, nawet w okresach najbardziej upolitycznionych, wtedy gdy była najmocniej sterowana i kontrolowana, pełniła także wszystkie te funkcje, które nazywa się cywilizacyjnymi, edukacyjnymi, rozrywkowymi. I udawało się jej to, wcale nie tak rzadko – jak gdyby poza polityką i mimo niej. „W sferze wartości, wzorców zachowań i szeroko rozumianej obyczajowości i jej standardów – pisze Autor – siła oddziaływania programu okazała się największa. Żadna instytucja publiczna ani medium nie wpływało w takim wymiarze czasu i tak wszechstronnie na odczucia i zachowania przeciętnego obywatela PRL. Zdarzało się, że 20 mln Polaków jednocześnie mogło mieć poczucie współuczestnictwa w przeżywaniu tego, co pojawiała się na ekranie”. Praca w wielu ujęciach i na wielu przykładach, w tym na tak zwanych sztandarowych jak choćby osławiony Teatr Telewizji, a też na wielu mniej zapamiętanych, a w swoim czasie ważnych i oglądanych, ukazuje ten olbrzymi i zakończony wielkimi sukcesami wkład telewizji w kształtowanie świadomości odbiorców, ich gustów i wiedzy. Są to zatem często samoistne mikroopracowania wybranych programów, które będzie można teraz poddać bardziej już dokładnym opisom, z wykorzystaniem zachowanych nagrań czy archiwizowanych tekstów. Postulatów badawczych Andrzej Kozieł wyprodukował w swojej pracy mnóstwo, dzięki temu, że ułożył logiczną konstrukcję badawczą i wypełnił ją przejrzystą treścią.

Sprzyjający ewentualnym uzupełnieniom badań Andrzeja Kozieła i ewentualnym dyskusjom z wynikami tych badań jest spokojny i wyważony sposób ich prezentowania. Nie unikając zdecydowanych sądów, Autor próbuje dostrzec w opisywanych zjawiskach i procesach wiele stron, ukazuje ich wieloprzyczynowość i wieloskutkowość. Opisuje instytucję jako produkt ludzi oraz ludzi, których wyprodukowała instytucja. A gdzieś między instytucją i ludźmi tworzyły się słowa i obrazy. Po drugiej stronie siedzieli widzowie.

Wiesław Władyka

Za chwilę dalszy ciąg programu...

Książka – jak informuje nas w jej wstępie Andrzej Kozieł – ma charakter syntezy, obejmującej zarówno zarys historii instytucji, jak i jej oferty programowej czterech dziesięcioleci, od pierwszych prób i publicznych pokazów w początkach lat 50. do przełomu politycznego, jakim były obrady Okrągłego Stołu i wybory w czerwcu 1989 roku.

Autor publikacji uznał, że najważniejszy dla oddania klimatu telewizji, zarówno ze względu na kontekst polityczny jej działalności, jak i na ewolucję ramówki i zmiany organizacyjne w poszczególnych okresach, będzie układ kalendarzowy. Zatem praca ma charakter chronologiczny i została podzielona według dekad na cztery rozdziały: telewizja artystów–rzemieślników, telewizja czasu „małej stabilizacji”, telewizja sukcesu oraz „Solidarność” – stan wojenny – Okrągły Stół.

Za chwilę dalszy ciąg programu... ma konsekwentną organizację, co sprawia, że wiemy, gdzie szukać konkretnych informacji. I tak rozdział otwiera wstęp, gdzie omawiane są najważniejsze fakty dotyczące funkcjonowania telewizji w dziesięciolecie. Godne podkreślenia jest to, że: „Tło i mechanizmy polityczne – tak istotne w analizie funkcjonowania mediów – ze względu na bogatą już literaturę historyczną dotyczącą PRL, zostało zarysowane wyraziście tylko w odniesieniu do tych wydarzeń i zjawisk, których konsekwencje miały wpływ na sytuację organizacyjną i kadrową telewizji i jej program”.

Dalej następują podrozdziały, których układ ma stałą kolejność w każdej z dekad i które są charakterystyką telewizyjnej oferty danego okresu. Jak pisze Andrzej Kozieł, niemożliwe było odnotowanie i scharakteryzowanie wszystkich, czyli wielu tysięcy odcinków programowych, jakie wyemitowano przez ponad 30 lat, zatem „przedstawiony tu wybór uwzględnia jedynie i charakteryzuje te pozycje programowe, które były ważne lub użyteczne dla partyjnego dysponenta, zyskały szczególne uznanie widzów, bądź wyróżniały się oryginalnym pomysłem i biegłością warsztatową”.

Każdy rozdział wieńczy podsumowanie. Ogólne wnioski autora znajdujemy w Zakończeniu, po którego lekturze możemy zajrzeć jeszcze do aneksów – a tu między innymi przykłady ingerencji cenzorskich, konspekty wydań programów, zasady obsługi telewizyjnej międzynarodowych kontaktów PRL, wyniki rozmów weryfikacyjnych czy wytyczne do działania w okresie stanu wojennego. Całość zamyka pełna bibliografia posegregowana na: źródła, prasę, bibliografie, encyklopedie i słowniki, syntezy, monografie i opracowania, wspomnienia oraz artykuły. To bogactwo tytułów dla czytelnika interesującego się telewizją i to nie tylko tą z czasów PRL.

Organizacja publikacji ma niewątpliwie wpływ na jej lekturę. Wyodrębnienie w rozdziałach – dekadach poszczególnych pól tematycznych (ośrodki telewizyjne, programy informacyjne, programy publicystyczne i oświatowe, teatr telewizji, film, programy rozrywkowe i teleturnieje, programy dla dzieci i młodzieży, muzyka poważ-

na, programy sportowe i wojskowe) daje czytelnikowi możliwość niewgłębienia się w kwestie, które go nie interesują. Jednocześnie – zgodnie z założeniem autora – jesteśmy skupieni na najważniejszych płaszczyznach, śledzimy te formy, które miały wpływ na rozwój TVP, pozostawiły ślad. Nie oznacza to naturalnie, że Andrzej Koziel sucho oddaje fakty, przeciwnie, wiele tu szczegółów, ciekawostek z historii najmłodszego na ówczas medium. Dowiadujemy się na przykład, że rokiem przełomowym dla polskiej telewizji był rok 1935, kiedy to rozpoczęto prace badawcze nad przydatnością systemów mechaniczno-elektronowych. Po licznych doświadczeniach, jesienią 1938 roku w gmachu Towarzystwa Ubezpieczeń „Prudential” przy Placu Napoleona zainstalowano eksperymentalną stację telewizyjną, a po umieszczeniu na dachu budynku 27-metrowej anteny o zasięgu 20–30 km, nadano projekcję filmu „Barbara Radziwiłłówna”. „Używany wówczas system umożliwiał jedynie przekaz mechaniczny, a jakość obrazu rozkładanego na zaledwie 120 linii zniechęcała nawet największych entuzjastów nowego medium”. Dalej czytamy, że telewizorów było zaledwie kilkanaście – jeden z nich był w Państwowym Instytucie Telekomunikacyjnym, drugi w gmachu rozgłośni Polskiego Radia, trzeci w Urzędzie Telekomunikacyjnym oraz – kolejny – na wystawie radiowej, ale co zaskakuje: „kilku mieszkańcom Warszawy powierzono telewizory do domu do obserwacji programów w celach badawczych”.

Telewizja jednak szybko wyszła z fazy eksperymentu, w 1959 roku dysponowała już anteną ogólnopolską, która miała na koncie 1112 godzin programu. Rozwijały się ośrodki terenowe. Telewizja lat 60. stała się medium transgranicznym – wkroczyła w obszar stosunków międzynarodowych, jak i konfrontacji dwóch systemów politycznych. W końcu dekady tv z kilkunastomilionową publicznością zaczęła zagrażać dominującej pozycji radia. Zafascynowanie widzów nową muzą przełożyło się na zwrócenie uwagi na nią przez decydenta – telewizję uznano nośnym medium, które można traktować jako masowy środek propagandy. Lata 70. przyniosły rozkwit telewizji, na początku dekady pojawiła się „dwójka”, rozpoczęto również prace nad emisją w kolorze. Andrzej Koziel – przywołując słowa Macieja Józefa Kwiatkowskiego – pisze: „Telewizyjna relacja z obrad VI Zjazdu PZPR nadana 6 grudnia 1971 roku rozpoczęła emisję programów w kolorze, mimo że Edward Gierek miał włosy ciemnozielone”. W końcu dekady telewizja stała się medium dominującym. „Potencjalną publiczność szacowano na 28 mln, ponad połowa widzów spędzała przed ekranem więcej niż dwie godziny. Dla $\frac{3}{4}$ badanych być to najlepszy sposób relaksu po pracy, a co trzeci z nich przedkładał telewizję nad inne rozrywki”. Początek lat 80. kojarzy się z podniosłym nastrojem relacji z podpisania porozumień gdańskich, potem zaś z dwoistym obrazem rzeczywistości posierpniowej. Widzowie określają program jako „smutny”, na murach można przeczytać, że „telewizja kłamie”. Pomimo nienajlepszych opinii, wezwań do bojkotu, telewizja pozostaje nadal medium dominującym.

Za chwilę dalszy ciąg programu... jest historią pasjonującą, lekturą godną polecenia nie tylko badaczom telewizji, ale przeciętnemu czytelnikowi. Współczesny widz powinien wiedzieć, że „Pod względem gatunkowym oferta programowa nie

odbiegała od ówczesnych standardów europejskich (różniła się na korzyść w porównaniu z zawartością programów telewizji innych państw socjalistycznych). W ramówce pojawiały się wszystkie klasyczne programy telewizyjne – od transmisji, przez całą gamę publicystyki (magazyny, programy „mówione”, widowiska), po różnorodne pozycje z zakresu szeroko rozumianej telewizji artystycznej, a także oryginalne formy, w których krzyżowały się cechy i funkcje innych gatunków telewizyjnych. Niektóre popularne cykle (np. „Tele-echo”, „Turniej miast”, „Wielka gra”) oparto na wzorach sprawdzonych w telewizjach zachodnioeuropejskich, z kolei własne pomysły i propozycje (niektóre cykle dla dzieci, formy teatralne, popularyzatorskie czy oświatowe) spotkały się z życzliwymi, a nawet entuzjastycznymi ocenami zagranicznych ekspertów”. Zdaniem badacza, polski telewidz nie różnił się od przeciętnego Europejczyka czy Amerykanina – oglądaniem programu wypełniał większość swojego wolnego czasu. „Czerpał z niego wiedzę, wrażenia estetyczne, poddawał się emocjom lub je rozładowywał, a nade wszystko uciekał od rzeczywistości, zapominał o problemach, popadał w stan relaksu. Nie wydaje się, by miał świadomość presji ideologicznej lub czuł się zagrożony manipulacją, powoli nabywał umiejętność selekcjonowania treści, koncentrowania lub rozpraszania uwagi przy zwykle włączonym przez cały czas odbiorniku”.

Mając świadomość, że współczesnemu widzowi, zwłaszcza młodemu, który nie zna realiów PRL-u, może brakować wiedzy w tej materii, polecam zatem najpierw lekturę książki Katarzyny Pokornej-Ignatowicz *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL – Między polityką a widzem* (Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003). Jej skrupulatne wyliczanie osiągnięć raczkującej telewizji – czy to w sferze rozwoju techniki, budowania programu czy też „nawiązywania kontaktu” z widzem – wprowadza czytelnika w klimat PRL-u. Wprawdzie rozdziały, w których autorka zarysowuje tło historyczne, zarazem polityczne spowalniają lekturę, ale sprawiają, że natychmiast odnosimy wrażenie, że znajdujemy się w czarno-białej rzeczywistości. Dopiero po przeczytaniu tej pracy proponuję zajrzeć do *Za chwilę dalszy ciąg programu...*, która – w mojej ocenie – wydaje się być skierowana do czytelnika już świadomego ogromu przemian, które miały miejsce w latach 1952–1989. Czytanie w tej kolejności da nam pełen obraz telewizji tamtych lat, pozwoli na wyciąganie własnych wniosków oraz inne postrzeganie TVP teraz.

Magdalena Zdrowicka

WIESŁAW SONCZYK

**Kompendium bibliograficzne prasy lwowskiej
1864–1918**

Bibliographic compendium of the Lwów press
1846-1918

Jerzy Jarowiecki
Prasa lwowska w latach
1864–1918. Bibliografia

The Lwów press in the years
1864–1918. A bibliography

Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej
Kraków 2003, 553 s.

Powszechnie wiadomo, że w 2. połowie XIX w. dokonywał się na ziemiach polskich gwałtowny rozwój prasy – ilościowy i jakościowy. Gdy chodzi o zabór austriacki, można śmiało powiedzieć, że Lwów był w tym okresie jednym z najważniejszych ośrodków wydawniczych, nie tylko ze względu na liczbę tytułów, ale także ich poziom. Nic więc dziwnego, że dzieje prasy galicyjskiej (w tym i lwowskiej) od dawna są przedmiotem wielu opracowań naukowych, w tym publikacji zwartych oraz rozpraw i artykułów drukowanych na łamach czasopism historyczno-prasoznawczych (m.in. w „Roczniku Historii Czasopiśmienictwa Polskiego”). W miarę rozwoju badań rosła liczba rejestrowanych tytułów prasy lwowskiej, przy czym autorzy rozmaitych opracowań przedstawiali różniące się znacznie dane liczbowe. Najwięcej odnotował właśnie prof. Jarowiecki (w sumie 1119), konkludując we wstępie do omawianej książki:

„W latach 1864–1918 wychodziło we Lwowie 957 tytułów prasowych w języku polskim (za podstawę obliczeń przyjęto tytuł pierwotny i wtórny), 144 kalendarze oraz 20 jednodniówek. Ukazywały się też liczne pisma w języku ukraińskim (110), żydowskim (16), niemieckim (23), łacińskim (9) i francuskim (4). Na tej podstawie można stwierdzić, że pod względem liczby wydawanych pism w Galicji w interesującym nas okresie Lwów znalazł się na pierwszym miejscu przed Krakowem i innymi, prowincjonalnymi ośrodkami”.

Warto podkreślić, że Autor omawianej książki to nie tylko wybitny historyk prasy polskiej i literaturoznawca, specjalizujący się w dziejach prasy i literatury polskiej XIX i XX w., znany i ceniony zwłaszcza jako badacz prasy lwowskiej i krakowskiej oraz polskiej prasy konspiracyjnej z okresu 1939-1945. Jako profesor zwyczajny krakowskiej Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej, przez wiele lat był dyrektorem jej Instytutu Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej oraz przewodniczącym Komisji Prasoznawczej PAN, Oddziału w Krakowie. Jest też współtwórcą i redaktorem naczelnym „Rocznika Historii Prasy Polskiej”, obecnie jedyne go pisma naukowego poświęconego w całości problemom dziejów naszej prasy.

Nic więc dziwnego, że omawiana książka to nie tylko dzieło obszerne i szczegółowe, ale przygotowane z wielką erudycją i starannością, co widać m.in. w sposobie sporządzenia rozwiniętego opisu bibliograficznego poszczególnych pozycji (zgodnie z normą PN 73/IV-01152). Warto dodać, że zostało ono bardzo pozytywnie przyjęte w środowisku historyków prasy, o czym świadczą m.in. znane mi recenzje.

Książka prof. Jarowieckiego składa się z dwóch części, wprawdzie bardzo różniących się objętością, ale znakomicie uzupełniających się i tworzących spójną wewnętrzną, logiczną całość. Część pierwszą (pt. „Prasa lwowska w latach 1864-1918”) stanowi ogólna charakterystyka i jednocześnie propozycja typologizacji prasy lwowskiej. Rozważania z tego zakresu Autor poprzedził bardzo ciekawym opisem warunków społeczno-politycznych i prawno-organizacyjnych, tak przecież charakterystycznych zwłaszcza dla autonomii galicyjskiej. Dość szczegółowo przedstawia takie czynniki jak np. zróżnicowanie narodowościowe i językowe, niski stan oświaty i słabo rozwinięte szkolnictwo, wysoki stopień analfabetyzmu, trudna sytuacja materialna i finansowa wielu rodzin itd. Uważa ponadto – nie bez racji – że „szczególne piętno na rozwoju prasy lwowskiej wywarło austriackie prawo prasowe, które obowiązywało też w Galicji. Wynikało ono z przepisów ustawy prasowej z 17 grudnia 1862 r. oraz zarządzeń wykonawczych, na podstawie których powoływano w większych miastach specjalnych urzędników prokuratury, sprawujących nadzór sądowy w sprawach prasowych. Prawo prasowe wymagało od wydawców periodyków (za druk periodyczny uważano pisma ukazujące się co najmniej raz w miesiącu) uzyskania licencji na wydawanie, dostarczania przez drukarzy prokuraturze przed wprowadzeniem do kolportażu egzemplarza obowiązkowego; wprowadzono też wysokie kaucje (obowiązek składania kaucji zniesiono 9 lipca 1894 r.). Kaucją objęte były dzienniki i tygodniki, natomiast nie dotyczyła dwutygodników i miesięczników [...]. System koncesyjny zo-

stał zniesiony po uchwaleniu Konstytucji w 1867 r., która zapewniała prasie wolność słowa, w określonych przepisami granicach. 23 maja 1873 r. weszła w życie ustawa karna w sprawach prasowych: krępująco i uśmierzająco działała cenzura represyjna, stosowano kary i konfiskaty orzekane przez sądy nawet za drobne przekroczenia prawa prasowego, zakazy rozprowadzania całego lub częściowego nakładu pisma czy też odebranie debitu pocztowego periodykom zagranicznym. Nie ułatwiał też rozwoju prasy tzw. stempel dziennikarski (zniesiony od 1 stycznia 1900 r.) oraz stosowany podatek od ogłoszeń. Zniesienie stempla dziennikarskiego przyczyniło się do zwiększenia nakładów. Nadzór nad prasą we Lwowie – podobnie jak w całej Galicji – spełniali wspomniani urzędnicy prokuratury, nie zawsze skrupulatnie i wnikliwie odczytywali wszystkie podteksty i aluzyjne niedopowiedzenia, natomiast szczególnie uważnie interesowali się prasą lewicową i mniejszości narodowych, przestrzegając ściśle litery prawa. Z biegiem lat działania cenzury liberalizowano, tak że przed wybuchem pierwszej wojny światowej prawo prasowe nie było główną przyczyną decydującą o rozwoju prasy”. Wydaje się więc, że powyższe informacje i opinie stanowczo przeczą dość powszechnemu przekonaniu o – mówiąc najogólniej – łagodności warunków działania prasy (i nie tylko) w zaborze austriackim.

Charakteryzując prasę lwowską Autor stawia tezę, że jej rozwój i profil zależały w dużym stopniu od działających w tym mieście partii i ugrupowań politycznych. Stwierdza m.in.: „Warunki autonomii galicyjskiej, liberalne ustawodawstwo zapewniały znaczny zakres swobód obywatelskich i korzystnie wpłynęły też na ożywienie działalności politycznej różnych ugrupowań, wśród których do najbardziej znaczących należały rywalizujące ze sobą ugrupowania konserwatywne (skrajny ich odłam tworzyli tzw. podolacy) i liberalno-demokratyczne. Obok nich ważne miejsce zajmował ruch ludowy (w 1895 r. powstało Stronnictwo Ludowe), obóz katolicki (zwany też chrześcijańsko-socjalnym) oraz ruch socjalistyczny (w 1892 r. utworzono Galicyjską Partię Socjalistyczną, a od 1897 r. działała PPSD). Obok tych ugrupowań ważne miejsce zajmowała Narodowa Demokracja reprezentowana przez Stronnictwo Demokratyczno-Narodowe. Pod wpływem tych ugrupowań znajdowała się dynamicznie rozwijająca się prasa lwowska, często zmieniająca swych właścicieli, redaktorów i profil. Niemal wszystkie dzienniki, a także część tygodników i miesięczników (podobnie jak w całej Galicji) przez cały lub prawie cały czas swego istnienia, związane były z wymienionymi ugrupowaniami politycznymi”.

Powyższy pogląd znajduje odbicie w konstrukcji i wewnętrznym układzie pierwszej części książki. Prof. Jarowiecki osobno omawia bowiem prasę konserwatywną („Gazeta Narodowa”, „Dziennik Polski”, „Przegląd Polityczny, Społeczny i Literacki”), narodowo-demokratyczną („Słowo Polskie”, „Wiek Nowy”, „Dziennik Lwowski”, „Przegląd Wszechpolski”, „Ojczyzna”, „Tygodnik Polski”, „Goniec”, „Ateneum Polskie”), ludową („Przyjaciół Ludu”, „Dzwonek. Pismo dla Ludu”, „Przyjaciół Dłomowy”, „Chata”, „Gazeta Niedzielną”, „Wieniec”, „Piast”, „Przegląd Społeczny”, „Przyjaciół Ludu”, „Prawda. Tygodnik dla ludu wiejskiego i roboczego”, „Gazeta Lu-

dowa”, „Kurier Lwowski”), katolicką („Ruch Katolicki”, „Przedświt”, „Pochodnia”, „Przegląd Lwowski”, „Gazeta Kościelna”, „Królowa Apostołów”) i socjalistyczną („Rękodzielnik”, „Czcionka”, „Praca”, „Robotnik”, „Siła”, „Głos Robotniczy”, „Walka”, „Promień”, „Zjednoczenie”, „Proletariat”, „Gazeta Kolejowa”).

Oprócz tego – w formie osobnego podrozdziału – Autor pisze sporo o prasie społeczno-kulturalnej, literackiej i satyrycznej, przy czym zastrzega, że „czasopism wyłącznie literackich, tzn. publikujących utwory literackie oraz wyłącznie zajmujących się problematyką literacką i kulturalną było niewiele. W tej grupie bowiem periodyki literacko naukowe, kulturalno-społeczne, literacko-rozrywkowe, co często wyrażano w ich tytułach, poświęcone były problematyce szeroko pojętej kultury, w tym też historii i filozofii. Wypowiadały się też na tematy o charakterze ogólnym, nie pomijając problemów aktualnych, politycznych i społecznych, ale informowały o współczesnych prądach, popularyzowały naukę, ogarniały całokształt życia umysłowego w kraju i na emigracji, potrafiły też nawiązać kontakt z czytelnikami. Wspomagane były przez liczne tygodniki polityczno-informacyjne, a także przez gazety. Dodać bowiem należy, że prasa codzienna, obok podstawowej funkcji informacyjnej, niezależnie od środowiska ideowo-politycznego, które reprezentowała, pełniła istotną funkcję kulturotwórczą, używając swe łamy twórcom literatury i ludziom nauki, zaś czytelnikom udostępniając teksty literackie polskie i obce oraz wiedzę o szeroko pojętej kulturze”. Do tej kategorii zalicza m. in. „Dzwonek. Pismo dla Ludu”, „Tygodnik Literacki i Artystyczny”, „Hasło. Pismo Polityczno-Literackie”, „Dziennik Literacki”, „Świt. Tygodnik Naukowy, Literacki i Statystyczny”, „Gazetę Literacką”, „Tydzień Literacki, Artystyczny, Naukowy i Społeczny”, „Ruch Literacki”, „Mrówkę”, „Przegląd Polski”, „Przegląd Społeczny. Pismo Naukowe i Literackie”, „Ognisko Domowe. Czasopismo Literacko-Artystyczne, Naukowe i Społeczne”, „Widnokreśli”, „Nasz Kraj” i jeszcze kilka innych.

Sporo miejsca i uwagi poświęca prof. Jarowiecki 34 czasopismom pedagogicznym (m.in. „Szkoła”, „Kurenda Szkolna”, „Praktyka Szkolna”, „Muzeum”, „Rodzina i Szkoła”, „Czasopismo Pedagogiczne”) oraz 24 czasopismom dziecięcym i młodzieżowym, o których pisze, że „były niemal całkowicie podporządkowane teorii i praktyce pedagogicznej. Przenikały na ich łamy hasła pozytywistyczne i program wychowawczy, który miał na celu przebudowę świadomości młodego pokolenia i przygotowanie do czekających go zadań. Na plan pierwszy wysuwały się tendencje umoralniające, ale w latach osiemdziesiątych XIX wieku nastąpiła swoista reakcja wobec założeń spencerowskiej pedagogiki, czasopisma dla dzieci i młodzieży zaczęły odzwierciedlać program wszechstronnego i swobodnego rozwoju osobowości odbiorcy, redakcje kładły nacisk na zagadnienia etyczne, które wiązano z wartością artystyczną utworów. Ich rozwój związany był nie tylko z rozkwitem twórczości dla dzieci i młodzieży po 1864 r., ale przede wszystkim wynikał z ożywionej dyskusji, jaka toczyła się wokół zagadnień wychowawczych, szczególnie na łamach prasy pedagogicznej i literacko-społecznej. W warunkach zaborczych wzrosło znaczenie wychowania domowe-

go, z tym też faktem zapewne mógł wiązać się rozwój czasopism dla dzieci i młodzieży, na łamach których można było wprowadzać wiele elementów wiedzy o dziejach narodowych, formułować założenia wychowania patriotycznego”.

W części pierwszej omawianej książki są zamieszczone ponadto charakterystyki innych typów czasopism, m.in. naukowych i fachowych oraz sportowych i turystycznych. Osobno została też omówiona prasa wydawana we Lwowie w latach I wojny światowej. Są także ciekawe rozważania o statusie organizacyjno-instytucjonalnym prasy lwowskiej; dla przykładu – Autor obliczył, że w omawianym okresie wydawaniem prasy trudniło się wprawdzie aż 213 różnych wydawców (m.in. ugrupowania polityczne, urzędy i instytucje państwowe, instytucje i organizacje gospodarcze, organizacje młodzieżowe i szkolne, instytucje kościelne), ale – co zaskakujące i ciekawe zarazem – dominowały wśród nich osoby fizyczne, zwłaszcza gdy chodzi o właścicieli prasy codziennej.

Na drugą część, znacznie obszerniejszą, omawianej książki składa się bibliografia prasy lwowskiej z lat 1864–1918, która jest typem bibliografii specjalnej, o charakterze retrospektywnym, przy czym jednocześnie – jak podaje w przedmowie prof. Jarowiecki – „[...] opracowana bibliografia nosi cechy bibliografii prymarnej, dotąd bowiem nie istnieje żaden pełny spis tytułów prasowych periodyków lwowskich ukazujących się w badanym okresie”.

Jak wynika z przedmowy do części drugiej, Autor prowadzący od kilku lat badania nad prasą lwowską, postawił sobie niezwykle ambitny i trudny do osiągnięcia cel „nadania bibliografii cech kompletności, jeśli chodzi o prasę polską. W praktyce nie w pełni okazało się to możliwe, gdy chodzi o prasę wydawaną w języku niemieckim oraz mniejszości narodowych: ukraińskiej i żydowskiej. Tak więc prawie kompletny charakter ma spis tytułów prasy polskiej, natomiast pozostałe tą cechą się nie legitymują. Nie dotarto bowiem do wszystkich zachowanych egzemplarzy, niektóre tytuły odnotowano na podstawie innych spisów tytułów prasowych, w których zapisano najczęściej wybrane tytuły, nie podając bliższych danych albo [!] o czasie ukazywania się, najczęściej jednak o redaktorach i wydawcach. Uznano, że pominięcie tytułów prasy mniejszości narodowych zubożyłoby panoramę prasy we Lwowie”.

Nie ulega jednak wątpliwości, że kompetentnie i starannie przygotowana bibliografia retrospektywna jest źródłem, z którego korzystać mogą (i będą) nie tylko historycy prasy i medioznawcy. Zgadza się również z tezą prof. Jarowieckiego, że powstanie książki „wiąże się [...] z pilną społeczną potrzebą dokumentowania dziejów kultury polskiej we Lwowie, której obraz ulega coraz większemu świadomemu czy też nieświadomemu zacieraniu. Zauważyć też trzeba, że wiele różnych informacji interesujących nie tylko prasoznawców, ale i przedstawicieli innych dyscyplin naukowych interesujących się czasopiśmiennictwem zależna [!] jest w znacznym stopniu od aktualnego stanu wiedzy o przedmiocie badań”. Posługiwanie się zgromadzonym materiałem bibliograficznym znakomicie ułatwiają indeksy tytułów czasopism i nazwisk redaktorów.

Z autorskiej przedmowy wynika, że zakres prowadzonych badań był bardzo szeroki, skoro: „W bibliografii uwzględniono periodyki ukazujące się regularnie, z różną częstotliwością, od dziennika do rocznika, czasopisma wydawane nieregularnie, sprawozdania oraz czasopisma szkolne, oddzielnie odnotowano odnalezione jednodziótki (dalekie od kompletności) oraz kalendarze. Pominięto wydawnictwa seryjne. Odnotowano natomiast samoistne dodatki ciągłe do czasopism. Ich zamieszczenie w niniejszej bibliografii może zmieniać niektóre ustalenia statystyczne informujące o zjawiskach ilościowych ruchu prasowo-wydawniczego w dotychczasowych opracowaniach. Ale dla badacza, dla bibliografa dane ilościowe, stanowiące obraz rozwoju działalności wydawniczej, muszą wynikać z danych faktograficznych”.

Trudno omówić wszystkie walory książki prof. Jarowieckiego. Dostrzegają je zapewne inni czytelnicy i badacze dziejów prasy polskiej. Z pewnością może ona jednak stanowić wzorzec do naśladowania. Ma też rację jeden z recenzentów, określając to dzieło jako *opus vitae* Autora.

MARTA KIEŁDANOWICZ

Adam Figiel
Etnocentryzm konsumencki.
Produkty krajowe czy zagraniczne

Consumer ethnocentrism.
National or foreign products

Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne
Warszawa 2004, 133 s.

Na początku tego roku, nakładem Polskiego Wydawnictwa Ekonomicznego, ukazała się ciekawa pozycja Adama Figla *Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne*. Choć książka ta skierowana jest przede wszystkim do osób zajmujących się marketingiem międzynarodowym, to jednak powinna stać się również obowiązkową pozycją dla politologów czy komunikologów prowadzących badania nad wizerunkiem, zwłaszcza w środowisku międzynarodowym.

We wstępie autor zauważa, że zjawisko etnocentryzmu konsumenckiego czy efektu kraju pochodzenia, nie zostało jeszcze w polskiej literaturze opisane. Owszem, omawiane było w kilku artykułach w prasie fachowej, jednak szerszego, szczegółowego opracowania na polskim rynku wydawniczym nie znajdziemy. Temat książki wydaje się tym bardziej interesujący i aktualny, stajemy bowiem w obliczu wstąpienia do Unii Europejskiej. Autor zauważa, że orientacja etnocentryczna w Polsce umacnia się wraz z rozwojem gospodarki rynkowej oraz wzrostem obaw społeczeństwa przed zagrożeniem ze strony produktów importowanych. Zadaje więc pytanie, czy etnocentryzm konsumencki i efekt kraju pochodzenia produktu mogą w Polsce stanowić poważne zagrożenie dla rozwoju wymiany handlowej.

Książka podzielona jest na siedem rozdziałów poprzedzonych wstępem, a kończy ją słownik użytecznych terminów.

Pierwszy, to rozdział teoretyczny, w którym Adam Figiel definiuje pojęcie etnocentryzmu. Wyjaśnia również czytelnikowi, skąd się biorą i jak rozwijają postawy etnocentryczne. Szczególnie ciekawe są rozważania na temat procesu socjalizacji i jego wpływu na rozwijanie się tego typu postaw. Autor przytacza szereg badań, przeprowadzanych przez międzynarodowych badaczy, które wyjaśniają, od czego zależy nasilenie zjawiska. Jednym z szerzej omawianych czynników wpływających na zachowanie konsumentów są stereotypy narodowe, bowiem większość strategii komunikacyjnych opartych na koncepcji kraju pochodzenia produktu wykorzystuje właśnie stereotypy. Autor przedstawia badania M. de Mooja, które potwierdzają, że istnieją dobra kojarzone automatycznie z określonym krajem pochodzenia.

W drugim rozdziale autor omawia gospodarczą formę etnocentryzmu, czyli – cytując za S. Sharmem, T. Shimpem oraz J. Shinem – „przekonanie podzielane przez konsumentów na temat zaniechania zakupu produktów pochodzenia zagranicznego w kontekście powinności i moralności”. Figiel zwraca słuszną uwagę, że w konwencjonalnych badaniach marketingowych dotyczących decyzji konsumentów rozpatruje się głównie racjonalne czynniki: jakość, cenę, możliwości upustu. Natomiast współczesne badania – zorientowane na zachowanie konsumenta – wykorzystują również psychologię. Dlatego coraz częściej badacze marketingu interesują się wpływem opinii dotyczących kraju pochodzenia na decyzje o zakupie.

„Podstawy budowy strategii w warunkach etnocentryzmu konsumentckiego” – to tytuł trzeciego rozdziału książki, który ma na celu przedstawienie procesu budowy strategii działania przedsiębiorstwa w środowisku etnocentrycznym. Autor definiuje strategię jako proces przewidywania i przygotowania się do zmian w otoczeniu, które będą wywierać coraz większy wpływ na cele i zadania przedsiębiorstwa oraz na warunki ich realizacji. W książce ciekawie przedstawiony jest problem globalizacji i jej wpływu na strategie marketingowe. Otóż autor przedstawia dwie koncepcje: adaptacji i standaryzacji działań marketingowych, wskazując plusy i minusy każdej z nich, oraz która sprawdzi się w jakiego typu przedsiębiorstwie.

Kolejną część książki zajmują rozważania na temat lokalizacji produkcji w warunkach etnocentryzmu konsumentckiego. Przedsiębiorstwa, które decydują się na wytwarzanie swoich produktów, muszą nie tylko zwracać uwagę na atrakcyjne ulgi inwestycyjne czy taniość surowców i siły roboczej, ale również na poziom występujących w danym kraju tendencji etnocentrycznych, które mogą powodować trudności ze zbytem, opór i niechęć lokalnych środowisk oraz trudności w komunikacji międzyludzkiej. Są jednak sposoby na to, by odwrócić uwagę konsumenta od kraju pochodzenia i zwrócić ją na kraj, w którym firma zainwestowała.

Z mojego punktu widzenia, kluczową częścią książki jest rozdział piąty. Mowa w nim o wizerunku i identyfikacji kraju pochodzenia oraz jego wpływie na wizerunek produktu. Znajdziemy tu obszerne omówienie kategorii wizerunku i jego rodzajów.

Ponadto, autor omawia zagadnienie efektu kraju pochodzenia, które, jak zauważa, często jest niedoceniane przez przedsiębiorstwa działające na rynkach międzynarodowych, a może być skutecznie wykorzystane do niwelowania tendencji etnocentrycznych na rynku. Ciekawie i dość obszernie Adam Figiel opisuje wpływ, jaki mają produkty na wizerunek kraju, uwzględniając cykl życia produktu. Co ważne, autor wyjaśnił również zjawisko „efektu halo”, o którym nie można zapominać, opisując kategorię wizerunku.

Rozdziały szósty i siódmy mogą być cenne przede wszystkim dla praktyków. Znajdują się tam bowiem wskazówki, jaką strategię zastosować (penetracji rynku przy wykorzystaniu marki i wizerunku kraju pochodzenia) na danym rynku. Autor odpowiada również na pytanie dotyczące eksponowania kraju pochodzenia produktu i wpływu na to takich czynników jak cechy demograficzne konsumentów, poziom etnocentryzmu konsumentckiego, rodzaj produktu, oraz opinii konsumentów o kraju pochodzenia danego produktu. Omówiony został również efekt dopasowania, czyli zgodności pomiędzy obrazem kraju a obrazem produktu, i możliwości jego wykorzystania przez przedsiębiorstwo.

Przyznaję, że jako osoba interesująca się wizerunkiem krajów i narodów oraz ich postrzeganiem, z zadowoleniem przyjąłam fakt ukazania się recenzowanej przez mnie pozycji. Choć oczywiście zdaję sobie sprawę, że choć jest ona adresowana przede wszystkim do biznesmenów, menedżerów czy studentów ekonomii, to również komunikolog znajdzie w niej wiele interesujących wątków. Tym bardziej, że książka jest napisana przystępnym i zrozumiałym nie tylko dla ekonomisty językiem.

Etnocentryzm konsumentcki jest cenną pozycją na polskim rynku wydawniczym, tym bardziej, że jest pierwszą, która omawia zjawisko tak dokładnie. Co prawda już P. Kotler, S. Jatusripitiak, S. Maesincee w *Marketingu narodów* opisali możliwości wykorzystania wizerunku kraju przez nabywców, jednak problem ten nie jest głównym tematem książki i został przez autorów tylko zasygnalizowany. Niewątpliwym atutem książki Figla jest poparcie teorii wieloma przykładami i badaniami zarówno przeprowadzonymi przez autora, jak również przez specjalistów zagranicznych.

MICHAŁ ZAREMBA

Jacek Sadomski
Naruszenie dóbr osobistych przez
media. Analiza praktyki sądowej

Infringement of personal rights
by the media. Analysis of court
practice

Oficyna Naukowa
Warszawa 2003, 175 s.

W doktrynie prawa cywilnego podkreśla się ogólny charakter przepisów chroniących dobra osobiste. Sytuacja taka nie jest bynajmniej efektem błędu ustawodawcy. Konieczność operowania przez niego pojęciami nieostrymi, takimi jak „dobra osobiste” czy „szczególna staranność”, wynika raczej ze specyfiki samej materii będącej przedmiotem regulacji. Naturalną konsekwencją takiego stanu rzeczy jest niepewność prawa przejawiająca się w trudnościach przy określeniu *in abstracto* granic ochrony owych dóbr. W praktyce oznaczać to może niejednokrotnie brak przewidywalności wyniku ewentualnego postępowania sądowego w sprawach o ich naruszenie (problem ten dotyczy zwłaszcza takich dóbr osobistych jak cześć i prywatność, a więc tych dóbr, które w największym stopniu narażone są na uszczerbek w związku z działalnością prasy). W tym stanie rzeczy naturalne jest, że to na sądach spoczywał będzie obowiązek doprecyzowania zasad ochrony wskazanych wartości. Żeby jednak orzecznictwo sądowe mogło odnieść taki skutek, judykaty winny, po pierwsze, spełniać określone wymogi formalne (tzn. zawierać dokładny opis stanu faktycz-

nego sprawy oraz szczegółowe uargumentowanie rozstrzygnięcia), po drugie, być publikowane¹. Niestety, praktyka realizacji obu postulatów pozostawia wiele do życzenia. Uzasadnienia wyroków są bardzo często powierzchowne, a co gorsza – ich publikacja odbywa się w sposób wybiórczy i nieusystematyzowany. Sytuacji takiej nie można tłumaczyć względami finansowymi czy organizacyjnymi, ponieważ istniejące obecnie możliwości techniczne (Internet) pozwalają na szybkie i tanie rozpowszechnienie ogromnych ilości informacji. Powszechne udostępnianie orzeczeń leży zresztą w interesie samego wymiaru sprawiedliwości, ponieważ może przyczynić się do zapobieżenia występowania przez obywateli z pozwami w oczywisty sposób nie uzasadnionymi.

Mając na uwadze opisane uchybienia, zadaniem doktryny powinno stać się częściowe chociaż wypełnienie zaistniałej luki informacyjnej poprzez dotarcie do treści wyroków oraz ich krytyczną analizę. Interesujące będzie zbadanie, na ile cel ten został osiągnięty w recenzowanej pracy.

Przedmiotem analizy przeprowadzonej przez Jacka Sadowskiego były 172 prawomocnie zakończone sprawy, pochodzące z 38 sądów okręgowych (w części tych spraw uwzględniono również wyroki sądów apelacyjnych przekazujących sprawę sądowi pierwszej instancji do ponownego rozpoznania). Ponadto badaniem objęto dodatkowo 20 spraw, w większości niezakończonych jeszcze prawomocnym orzeczeniem, w których rozpoznawane były wnioski o zabezpieczenie roszczeń z tytułu naruszenia dóbr osobistych. Dobierając materiał badawczy, autor kierował się kryterium czasowym, to znaczy uwzględnił jedynie sprawy stosunkowo nowe, w których powództwa wytaczane były w latach 1995–2000, oraz kryterium przedmiotowym, we wszystkich bowiem analizowanych sprawach dobra osobiste zostały naruszone lub zagrożone za pośrednictwem środków masowego przekazu. Wybór tego drugiego kryterium, mającego charakter kluczowy dla całej dysertacji, co zresztą znajduje odzwierciedlenie w jej tytule, autor tłumaczy dwojako. Po pierwsze, wynika to ze szczególnego zagrożenia tych dóbr związanego z funkcjonowaniem prasy, bowiem naruszenia przez nią spowodowane są szczególnie dotkliwe. Po drugie, w sprawach takich szczególnie wyraźnie uwidacznia się konflikt między konstytucyjną wolnością słowa a mającym również umocowanie w ustawie zasadniczej prawem do ochrony czci.

Wzięcie pod uwagę tak obszernego materiału badawczego niewątpliwie zasługuje na szacunek i trudno spierać się z autorem na temat miarodajności jego ustaleń. Trzeba wszakże zauważyć, iż brak wskazania w pracy dokładnej liczby spraw spełniających przyjęte przez Sadowskiego kryteria, będących wówczas przedmiotem rozpoznawania przez sądy, uniemożliwia określenie reprezentatywności uwzględnionego materiału.

W trakcie badań autor zastosował głównie metodę analizy dokumentów, przede wszystkim wyroków i postanowień sądowych. Ograniczenie się do tej techniki powoduje, że nie znajdziemy w rozprawie rozważań natury socjologicznej, poświęconych

¹ Więcej na ten temat zob. B. Kordasiewicz, *Jednostka wobec środków masowego przekazu*, Wrocław 1991, s. 186 i n.

wpływowi czynników pozaprawnych na sposób wyrokowania w opisanych sprawach². Nie można czynić jednak z tego zarzutu w stosunku do autora, ponieważ problematyka ta jest na tyle skomplikowana i trudna w badaniu, że przekracza chyba możliwości pojedynczego badacza. Wypada jednak uznać podtytuł pracy „analiza praktyki sądowej” za nazbyt ambitny.

Generalnie można wyróżnić trzy płaszczyzny, na których można prowadzić analizę orzeczeń sądowych i administracyjnych. Pierwsza z nich obejmuje ogólne tezy składające się na uzasadnienie decyzji, czyli takie, które dotyczą wykładni zastosowanych w sprawie przepisów prawnych lub też formułowanych przez same sądy norm „precedensowych”³. Na tej właśnie tematyce koncentruje się autor. Znacznie mniej miejsca przeznaczono na rozważania związane z drugim poziomem analizy, to znaczy oceną trafności samego rozstrzygnięcia zapadłego w konkretnej sprawie, w szczególności oceną prawidłowości subsumpcji. Wreszcie, zupełnie marginalnie została potraktowana kwestia formy orzeczeń, a więc przykładowo ich struktury, długości, stylu językowego. Autor poprzestaje jedynie na ogólnym stwierdzeniu, iż „pisemne motywy wyroków rażą szablonowością i schematyzmem. Obok błędów logicznych zdarzają się również błędy językowe i stylistyczne. W końcu pewną część uzasadnień stanowi w istocie jedynie zbiór tez i twierdzeń, których słuszność i zasadność należałoby dopiero umotywować” (s. 165).

Analizując treść wskazanych orzeczeń, należy dodatkowo pamiętać, iż często bardziej interesujące i inspirujące do przemyśleń jest nie to, co organ sporządzający je w nich zawarł, ale to, co świadomie lub nieświadomie pominął. Jedynym chyba przykładem takiego podejścia w recenzowanej pracy jest spostrzeżenie autora, iż „sądy do pojęcia bezprawności podchodzą w sposób praktyczny, unikając szerszych rozważań dogmatycznych nad istotą tego pojęcia” (s. 43-44). Niestety, stwierdzenie to nie pociąga za sobą próby wskazania przyczyn i konsekwencji takiego stanu rzeczy.

W kolejnych rozdziałach pracy Sadowski omawia takie zagadnienia jak przesłanki ochrony dóbr osobistych (rozdz. II), okoliczności wyłączające bezprawność naruszenia tych dóbr (rozdz. III), roszczenia ochronne (rozdz. IV) oraz ich zabezpieczenie (rozdz. V). Systematyka ta nie odbiega od powszechnie stosowanej w monografiach poświęconych problematyce ochrony dóbr osobistych. Zaskakiwać musi natomiast przyjęta przez autora hierarchia ważności poszczególnych zagadnień szczegółowych, przejawiająca się w obszerności i gruntowności ich omówienia.

Wydawałoby się, że najwięcej miejsca w tego typu pracy należałoby poświęcić kwestiom, które ze względu na związaną z nimi uznaniowość wywołują najwięcej kontrowersji. Przykład może tu stanowić problem podziału wypowiedzi naruszających część

² Pewnym wyjątkiem jest chyba tylko dokonane przez Sadowskiego wyliczenie średniego okresu trwania tego typu spraw (15,6 miesiąca w odniesieniu do postępowania w I instancji oraz 7 miesięcy w przypadku postępowania apelacyjnego).

³ Wskazana działalność normodawcza nie jest traktowana jako sprzeczna z istniejącym zamkniętym systemem źródeł prawa, jeśli tylko dyrektywy te precyzują bardziej ogólne normy prawne, por. L. Morawski, *Precedens a wykładnia*, „Państwo i Prawo” 1996, nr 10, s. 4 i n.

na twierdzenia o faktach i oceny. Przedstawienie konkretnych rozstrzygnięć dotyczących tego rozróżnienia na tle leżących u ich podstawy stanów faktycznych, tak jak jest to postulowane w literaturze przedmiotu, mogłoby ułatwić przewidywanie decyzji sądów w podobnych sprawach. Niestety, kwestie te w recenzowanej pracy zostały potraktowane bardzo powierzchownie. Przede wszystkim zabrakło skrótowego chociażby zrelacjonowania podstawowych okoliczności każdej ze spraw⁴, co nie pozwala na ustalenie charakteru językowego wypowiedzi będących przedmiotem sporu.

Autor skupia się na innym aspekcie tego zagadnienia, to znaczy na praktyce rozstrzygania spraw, w których naruszenie czci zostało spowodowaną negatywną oceną. Odnotowując, iż sądy wykazują naturalną skłonność do weryfikowania wypowiadanych ocen poprzez analizę, czy fakty będące ich podstawą uzasadniają te oceny, Jacek Sadowski równocześnie poddaje takie podejście surowej krytyce (s. 65 i 68). W opinii autora, formułowanie tego typu konkluzji nie jest rolą sądów. Powinny one raczej badać intencje krytyki oraz formę wypowiedzi⁵.

Po macoszemu, z wyjątkiem kilku przykładów (s. 30, 36, 59–61), potraktowany został również problem rozumienia przez sądy pojęcia „szczególnej staranności”. Być może na podstawie przebadanego materiału dałoby się odtworzyć wzorcowy model zachowań lub przynajmniej sformułować jakieś konkretne wskazówki, którymi mogliby się kierować dziennikarze. Przeciwno tej tezie świadczyłaby odnotowana przez Sadowskiego tendencja sądów orzekających do stwierdzania braku dochowania wymaganej staranności w przypadku ustalenia nieprawdziwości postawionych zarzutów (s. 60)⁶, jednak z przyczyn opisanych powyżej weryfikacja przedstawionej tezy na podstawie informacji zawartych w pracy jest niemożliwa.

Omawiając problematykę okoliczności wyłączających bezprawność, autor pracy opowiada się za dominującą do tej pory w orzecznictwie Sądu Najwyższego koncepcją kontratypu działania w obronie uzasadnionego interesu, do którego znamion należy prawdziwość podnoszonych twierdzeń oraz istniejący interes publiczny w ich rozpowszechnianiu⁷. Jak wykazuje autor, koncepcja ta została powszechnie przejęta przez sądy niższych instancji, tylko w kilku przypadkach uznały one bowiem, że dla wyłączenia bezprawności wystarczające już jest dochowanie przez dziennikarza szczególnej staranności (s. 55–59)⁸.

⁴ Oczywiście nie można wymagać, by tego typu opracowania zawierały pełne teksty analizowanych wyroków (aczkolwiek w pełni możliwe jest obecnie dołączenie do książki jako suplementu płyty CD z tymi wyrokami), jednakże jednozdaniowe streszczenia zarzutów krytycznych będących przyczyną wystąpienia z roszczeniami (str. 28–29) to stanowczo za mało.

⁵ Por. s. 69 z powołaniem na wyr. SA w Krakowie z 17.11.1998 r., I ACa 710/98, opublikowany w: *Dobra osobiste. Zbiór orzeczeń Sądu Apelacyjnego w Krakowie*. Oprac. B. Gawlik, Kraków 1999, s. 342 i n.

⁶ Por. też B. Kordasiewicz, *dz. cyt.*, s. 163.

⁷ Nie wiadomo jeszcze, jaki wpływ wyrzuci na orzecznictwo niższych sądów wyrok zapadły w sprawie określonej jako Kwaśniewski przeciwko „Życie”.

⁸ Na marginesie należy odnotować, iż książka nie porusza dającego się zaobserwować w orzecznictwie problemu rozróżnienia między brakiem naruszenia a brakiem bezprawności.

Dużo uwagi poświęca Sadowski problematyce kryterium ustalania naruszenia dóbr osobistych. W kwestii tej istnieje w doktrynie i orzecznictwie Sądu Najwyższego daleko idąca zgodność poglądów, iż decydujące w tym względzie winno być kryterium obiektywne, to znaczy, ustalając fakt naruszenia, należy kierować się nie subiektywnymi odczuciami powoda, ale przeważającymi w danym społeczeństwie zapatrywaniami moralnymi i obyczajowymi. Nie jest przy tym konieczne badanie faktycznego oddziaływania wypowiedzi, która stała się powodem sporu, wystarczy bowiem jej ocena dokonana z punktu widzenia przeciętnego członka społeczności, oceniającego rzecz racjonalnie. Zaslugą autora jest tutaj wykazanie, iż sądy niższych instancji, mimo deklarowanej akceptacji dla koncepcji „obiektywnej”, niejednokrotnie prowadziły postępowanie dowodowe mające na celu stwierdzenie naruszenia, czego skutkiem bywało oddalenie pozwu (s. 17 i n.). Przy okazji należy podzielić zapatrywanie J. Sadowskiego, że nie da się uzasadnić powoływania biegłych z zakresu prasoznawstwa bądź językoznawstwa (s. 25). Jak pisze autor, „sąd musi być w stanie samodzielnie dokonać analizy i oceny materiału prasowego przez pryzmat przeciętnego odbiorcy”⁹. Dodać warto, że tego typu czynność dowodowa narusza przepis art. 278 § 1 kodeksu postępowania cywilnego, co może stać się podstawą wzruszenia wyroku¹⁰, a samo zjawisko korzystania ze wspomnianych opinii stanowi przejaw chęci sędziów uchylecia się od samodzielnego rozpoznania sprawy. Jak trafnie orzekł Sąd Apelacyjny w Rzeszowie, faktyczne odczucia pokrzywdzonego mogą mieć natomiast znaczenie dla określenia rozmiaru krzywdy doznanej wskutek naruszenia jego dóbr osobistych i zastosowania właściwych środków ochrony¹¹.

Na zakończenie rozważań dotyczących trzech pierwszych rozdziałów książki, wypada wyrazić zdziwienie, że w pracy dotyczącej problemu naruszeń dóbr osobistych w mediach nie wspomina się ani słowem o takich konstrukcjach prawnych charakterystycznych dla tej dziedziny prawa, jak tajemnica dziennikarska, autoryzacja czy kontratyp relacji prasowej chroniący przez odpowiedzialnością dziennikarzy, cytujących wypowiedzi mające charakter zniesławiający. Szczególnie mało prawdopodobne wydaje się zwłaszcza, by w żadnym z rozpatrywanych wyroków nie pojawił się problem wspomnianego kontratypu, jego znamion i zakresu obowiązywania.

Proporcjonalnie najwięcej miejsca w publikacji zostało poświęconych problematyce procesowych środków ochrony oraz sądowego zabezpieczenia roszczeń. Te partie książki zawierają też najwięcej indywidualnych przemyśleń autorskich. Sadowski odnotowuje przede wszystkim takie zjawisko, jak preferowanie przez sądy środków o charakterze niemajątkowym (s. 83–84), a wśród nich roszczenia o publikację prze-

⁹ Podobnie B. Kordasiewicz, *dz. cyt.*, s. 15.

¹⁰ Por. wyrok SN z 1.07.1998 r. (I PKN 203/98; OSNAP 1998, nr 15, poz. 478), zgodnie z którym biegłych powołuje się jedynie w związku z dowodzeniem „faktów” mających istotne znaczenie dla rozstrzygnięcia sprawy i tylko w wypadkach wymagających wiadomości specjalnych.

¹¹ Wyrok z 20.01.1999 r., I ACa 367/98, cyt. na s. 21.

prosin. Autor deklaruje się zresztą jako zwolennik tego środka, argumentując, iż najlepiej spełnia on funkcję kompensacyjną (s. 86). Poważnym błędem sędziowskim w opinii Sadomskiego, z czym należy się w pełni zgodzić, jest nakazywanie pozwanym odwoływania zarzutów, których nieprawdziwość nie została wykazana w procesie. Zdaniem autora, w sytuacji *non liquet* bardziej odpowiednia wydaje się sankcja w postaci złożenia przez pozwanego oświadczenia, iż nie podtrzymuje on wysuniętych przez siebie zarzutów wobec braku możliwości ich udowodnienia (s. 88)¹².

Podobnie należy wyrazić aprobatę dla zapatrywania Sadomskiego, że brak wskazania przez powoda w pozwie treści i określenia formy żadanego oświadczenia stanowi brak formalny tego pisma procesowego podlegający usunięciu w trybie art. 130 k.p.c (s. 90–91) oraz, że część sentencji wyroku dotycząca przeprosin winna zawierać precyzyjne określenie czynności, która ma zostać dopełniona. Przy okazji przypomniany został wyrok Sądu Najwyższego z 6.10.1972 r.¹³, zgodnie z którym już w samej treści orzeczenia może zostać zamieszczone upoważnienie dla powoda do opublikowania na koszt pozwanego nakazanego oświadczenia, na wypadek niewywiązania się z tego obowiązku przez pozwanego w określonym terminie. Wbrew opinii autora pracy należy uznać jednak za trafny dominujący w doktrynie argument, iż publikacja takiego oświadczenia stanowi czynność niezastępowalną, tak więc musi ona zostać dokonana osobiście przez dłużnika¹⁴. Zgodzić się można wszakże z Sadomskim, że tego typu tryb egzekucyjny jest możliwy w przypadku wyroków nakazujących publikację sprostowań lub odpowiedzi (s. 148), ich autorem jest bowiem powód, a powinność pozwanego ogranicza się jedynie do ich opublikowania¹⁵.

Jeśli chodzi o roszczenia majątkowe, to badania Sadomskiego wykazały, że w zdecydowanej większości sądy wymagały dla ich uwzględnienia stwierdzenia winy pozwanego (s. 104–107). Określając jego wysokość, biorą natomiast pod uwagę przede wszystkim rozmiar doznanej krzywdy, co wyklucza funkcję represyjną tego środka. Dodatkowo suma ta może ulec obniżeniu ze względu na sytuację finansową wydawcy (s. 109–111). Omawiając zagadnienie wysokości zadośćuczynienia, autor przytacza bardzo interesujące skądinąd dane na temat średniej wysokości odszkodowania żadanego i zasądzanego¹⁶. Znacznie większą wartość poznawczą miałyby jednak wskazanie dokładnej sumy zadośćuczynienia dla każdego z analizowanych przypadków.

¹² Por. B. Kordasiewicz, *dz. cyt.*, s. 122.

¹³ I CR 274/72, niepubl.

¹⁴ Por. przypis 23 na s. 95. Odmiennie, oprócz J. Sadomskiego, również A. Jakubecki, *Postępowanie zabezpieczające w sprawach z zakresu prawa własności intelektualnej*, Kraków 2000, s. 298–307 oraz Z. Radwański, glosa do wyroku SN z 14.05.2003 r. (I CKN 463/01), OSP 2004, nr 2, s. 97.

¹⁵ Mówiąc o autorze mam tu na myśli nie osobę, która redaguje treść oświadczenia, bo czyni to zawsze podmiot domagający się ochrony (przy ewentualnym udziale sądu), ale podmiot, w którego imieniu oświadczenie owo jest składane.

¹⁶ Odpowiednio 34 tys. i 9 tys. zł.

Z niewiadomych przyczyn Sadowski nie wypowiada się na temat alternatywnego wobec wyżej opisanego środka ochrony dóbr osobistych, jakim jest roszczenie o zasądzenie odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany przez powoda cel społeczny. Tymczasem analiza przypadków, w których powód wystąpił z takim roszczeniem, być może mogłaby dostarczyć pożytecznych danych na temat motywacji podmiotów żądających ochrony swoich dóbr.

Z wyliczeń autora wynika, iż inne roszczenie odszkodowawcze o wyrównanie szkody materialnej spowodowanej naruszeniem dóbr osobistych zostało zgłoszone jedynie w 10 procesach, wydaje się więc, że ma ono w tej kategorii spraw marginalne znaczenie.

Szczególnie obszerne i równocześnie interesujące są rozważania Sadowskiego dotyczące praktyki zabezpieczania roszczeń o naruszenie dóbr osobistych. Autor w pełni akceptuje orzeczenia sądów, zgodnie z którymi sposób sądowego zabezpieczenia roszczeń powinien pozostawać w związku z przyszłą realizacją roszczenia (s. 132)¹⁷, domniemanie z art. 24 § 1 kc znajduje zastosowanie również w trakcie ustalania istnienia przesłanki wydania zarządzenia tymczasowego, jaką jest wiarygodność roszczenia (s. 135–136)¹⁸. Krytycznie natomiast ocenia wydawanie ogólnych zakazów gromadzenia lub publikowania informacji na dany temat (s. 152, 155)¹⁹.

Formułując postulaty *de lege ferenda* J. Sadowski, za F. Zedlerem²⁰ oraz M. Cieślińskim i I. Kondakiem²¹, proponuje wprowadzenie obligatoryjnej rozprawy w przypadku rozpatrywania wniosku o zabezpieczenie roszczeń niepieniężnych (s. 157), co miałyby zapewnić ograniczenie zjawiska szafowania przez sądy zarządzeniami tymczasowymi. Wydaje się, że rozwiązanie takie postawiłoby pod znakiem zapytania skuteczność tej instytucji, ponieważ w okresie koniecznym do przygotowania rozprawy (w tym do zawiadomienia jej uczestników) pozwany mógłby swobodnie rozpowszechnić kwestionowane przez powoda zarzuty²². Jako zadowalającą należy wobec tego określić obecnie istniejącą regulację art. 738 kpc, zgodnie z którą zarządzenie rozprawy pozostawione jest uznaniu sądu. W sytuacji więc, gdy postanowienie w sprawie zarządzenia tymczasowego zostało wydane na posiedzeniu niejawnym, może ono ulec wzruszeniu w postępowaniu odwoławczym lub w postępowaniu przewidzianym w trybie art. 395 § 2 k.p.c.

¹⁷ Postan. SA w Gdańsku z 24.03.1999 r., I ACz 295/99, niepubl.

¹⁸ Postan. SA w Krakowie z 2.06.1998 r., I ACz 370/98, opublikowane W: *Dobra osobiste*, s. 327–331.

¹⁹ Por. np. SO w Szczecinie z 15.10.1999 r., I C 991/99, niepubl. Podobne zapatrywanie wyrazili wcześniej M. Cieśliński, I. Kondak, *Postępowanie zabezpieczające a wolność prasy*, „Przeгляд Sądowy” 2000, nr 3, s. 31; J. Sobczak, *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2000, s. 32.

²⁰ F. Zedler, *Problemy postępowania zabezpieczającego w sprawach cywilnych*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1988, nr 1, s. 81.

²¹ M. Cieślińskim, *dz. cyt.*, s. 32.

²² Nie znaczy to, że w opinii autora niniejszej recenzji zastosowanie omawianej instytucji dla ochrony dóbr osobistych zasługuje na pełną aprobatę. Nie wdając się w szczegółowe rozważania, można jedynie zasygnalizować, że problem ten winien być analizowany w odniesieniu do poszczególnych tych dóbr (np. czci czy prywatności) osobno.

Podstawowym celem niniejszej recenzji nie była polemika z poglądami autora dotyczącymi poszczególnych problemów związanych z cywilnoprawną ochroną czci czy prywatności²³. Opracowanie to ma raczej stanowić przyczynek do dyskusji nad metodologią badań orzecznictwa sądów w tej dziedzinie, konsekwencją bowiem uznania szczególnej roli judykatów sądowych związanych z tą materią powinno być dążenie do wypracowania możliwie efektywnej metody ich analizy.

Mimo zgłoszonych krytycznych uwag pod adresem recenzowanej pracy, jej generalna ocena wypada zdecydowanie pozytywnie. Należy podkreślić kompleksowość ujęcia tematu oraz znajomość problematyki i erudycję jej autora. Niewątpliwie książka Jacka Sadowskiego dołączy do kanonu publikacji poświęconych zagadnieniu ochrony dóbr osobistych.

²³ Nie znajdziemy zresztą w recenzowanej pracy zbyt wielu nowych, oryginalnych koncepcji teoretycznych, bo nie taka też była jej rola.

NASI AUTORZY:

- ARTUR ANDRYSIAK – dziennikarz, absolwent Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
- MAŁGORZATA GRUCHOŁA – dr, pracownik naukowy Wyższej Szkoły Biznesu i Administracji w Łukowie
- MARTA JAS – doktorantka w Zakładzie Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- MARTA KIEŁDANOWICZ – doktorantka w Zakładzie Komunikowania Międzynarodowego Instytutu Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego
- BARBARA PIKIEWICZ – dziennikarka, absolwentka Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- WIESŁAW SONCZYK – dr hab., specjalista w zakresie polskiego systemu medialnego w Zakładzie Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- ARTUR TRUDZIK – mgr, asystent w Katedrze Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa Uniwersytetu Opolskiego
- MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI – dr, publicysta
- WIESŁAW WŁADYKA – prof. dr hab., historyk prasy, kierownik Zakładu Praktyki Dziennikarskiej Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- MICHAŁ ZAREMBA – doktorant w Zakładzie Prawa Prasowego Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- MAGDALENA ZDROWICKA – mgr, asystentka na Wydziale Filologii Polskiej i Klasycznej Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu, Pracownia Komunikacji Medialnej w Kaliszu

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. WIESŁAW SONCZYK

„Fakt” – nowy dziennik na polskim rynku prasowym

dr MAŁGORZATA GRUCHOŁA

Ochrona dzieci i młodzieży przez prawo medialne V Republiki Francuskiej

dr MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI

Przyszłość mediów elektronicznych – dlaczego cyfrowa?

MICHAŁ ZAREMBA

Prawne granice demagogii dziennikarskiej
(uwagi na tle wyroku Sądu Najwyższego z 27 lutego 2003 r.)