

iD **studia**
medioznawcze

MEDIA STUDIES



Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych
Instytut Dziennikarstwa
Uniwersytetu Warszawskiego

studia medioznawcze

MEDIA STUDIES

numer 3 (58) 2014



Warszawa 2014

RADA NAUKOWA

Janusz W. Adamowski (przewodniczący), Jane Curry (Stany Zjednoczone), Azizbek Dzusepbekow (Kirgistan), Paul Gradwohl (Francja), Rafał Habielski, Slavomír Magál (Słowacja), Małgorzata Marcjanik, Jerzy Ołędzki, Wiesław Sonczyk, Robert Traba (Niemcy), Andrius Vaišnys (Litwa), Walentyn N. Wandyszew (Ukraina), Jelena Wartanowa (Rosja), Wiesław Władyka

REDAKTOR NACZELNY

Marek Jabłonowski

ZASTĘPCY REDAKTORA NACZELNEGO

Teresa Maciszewska

Robert Cieślak

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Tomasz Gackowski, Michał Głowacki, Alicja Jaskiernia, Paulina Orłowska, Joanna Szyłko-Kwas,

Michał Zaremba

REDAKTOR JĘZYKOWY

Dorota Lewandowska-Jaros

REDAKTOR STATYSTYCZNY

Marcin Łączyński

PROJEKT GRAFICZNY

Stanisław Małecki

ŁAMANIE

Studio OFI

ADRES REDAKCJI

„Studia Medioznawcze”

Instytut Dziennikarstwa UW

00-927 Warszawa, ul. Nowy Świat 69, pok. 214

tel. (22) 55 20 240, e-mail: sm@id.uw.edu.pl

Autorami zdjęć zamieszczonych w numerze są studenci specjalności Fotografia Prasowa, Reklamowa i Wydawnicza Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego: Monika Sałyga (okładka), Marcin Dąbkowski, Agnieszka Lesiczka, Paulina Lipińska, Karol Pantelewicz, Kasia Szkoda, Kamila Wieczorek, Aleksandra Woźniak. Prace przygotowano pod kierunkiem Mirosława Kilijańczyka.



© Copyright by WDiNP, Instytut Dziennikarstwa UW, 2014

ISSN 1641-0920

Wydawca:

Wydawnictwo Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych

00-927 Warszawa, ul. Krakowskie Przedmieście 26/28

e-mail: wydawnictwo.wdinp@uw.edu.pl

tel./fax: (22) 55 22 952

Druk:

Zakład Graficzny Uniwersytetu Warszawskiego

Sprzedaż i prenumerata:

e-mail: wydawnictwo.wdinp@uw.edu.pl

tel./fax: (22) 55 22 952

nakład 180 egz.

Spis treści

PRAWO MEDIÓW

- MICHAŁ ZAREMBA Europejski Trybunał Ochrony Praw Człowieka w Strasburgu wobec naruszeń prywatności w mediach. Część 2. Znaczenie stanowiska Trybunału dla debaty publicznej w Polsce. 15
- MAREK CHYLIŃSKI Obowiązek zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych a profesjonalizm dziennikarski. 25
- JOANNA TACZKOWSKA-OLSZEWSKA Przyszłość zawodu dziennikarza w Polsce – wariantowe modele rozwiązań prawnych 39

MEDIA W POLSCE

- RENATA PIASECKA-STRZELEC Metody i techniki upowszechniania informacji przez współczesne polskie agencje informacyjne 55

MEDIA ZA GRANICĄ

- TOMASZ FRASZCZYK Telewizja w Grecji w epoce socjalistycznego snu Andreasa Papandreu. 69
- KATARZYNA CZAJKOWSKA Promocja i popularyzacja kultury jako jeden z głównych celów działalności RTVE 85
- MAGDALENA RATAJCZAK Pluralizm kulturowy w europejskich mediach publicznych i szwajcarskie dylematy transkulturowości 99

Z KART HISTORII

- KAMILA KAMIŃSKA Koniec cenzury w PRL (1989–1990). 113

EUROPEJSKA POLITYKA MEDIALNA

STANISŁAW JĘDRZEJEWSKI Media publiczne w świecie konwergencji –
regulacje europejskie a praktyka komunikacyjna 135

ALICJA JASKIERNIA, MICHAŁ GŁOWACKI Unia Europejska i Rada
Europy a kwestie ochrony praw człowieka w internecie. Europejskie standardy
zarządzania internetem. 145

SPRAWOZDANIA Z KONFERENCJI

MICHAŁ GŁOWACKI Sprawozdanie z 64. Konferencji International Communication
Association (ICA) – „Communication and ‘The Good Life’”, Seattle (WA),
22–26 maja 2014 155

OLGA DĄBROWSKA-CENDROWSKA Sprawozdanie z realizacji Projektu
„Progres – Program Rozwoju: Gospodarka–Edukacja–Sukces”,
Kielce, wrzesień 2010–czerwiec 2014. 158

ANNA PALUCH Sprawozdanie z konferencji CEECOM „Changing Media and
Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East
Europe”, Wrocław, 12–14 czerwca 2014 161

DOROTA LEWANDOWSKA-JAROS Sprawozdanie z III Ogólnopolskiej
Konferencji Naukowej z cyklu „Tożsamość nauk o mediach” – „Rola mediów
w edukacji społecznej”, Warszawa, 17–18 czerwca 2014 166

RECENZJE

KAROLINA BRYLSKA
Tomasz Gackowski
SB wokół dziennikarzy. Stefan Kisielewski i Jerzy Suszko – przyjaźń w czasach PRL 173

WIESŁAW SONCZYK
Patrycja Szostok
*Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych? Komu służą periodyki
finansowane z lokalnych budżetów?* 176

KATARZYNA IWANICKA
Donald Matheson, Stuart Allan
Dziennikarstwo wojenne online 180

NATALIA RAKOWSKA

Natalia Hatałska

Częstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe 181

PATRYK MAKULSKI

Włodzimierz Gogołek, Wiesław Cetera

Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT 184

KRZYSZTOF WASILEWSKI

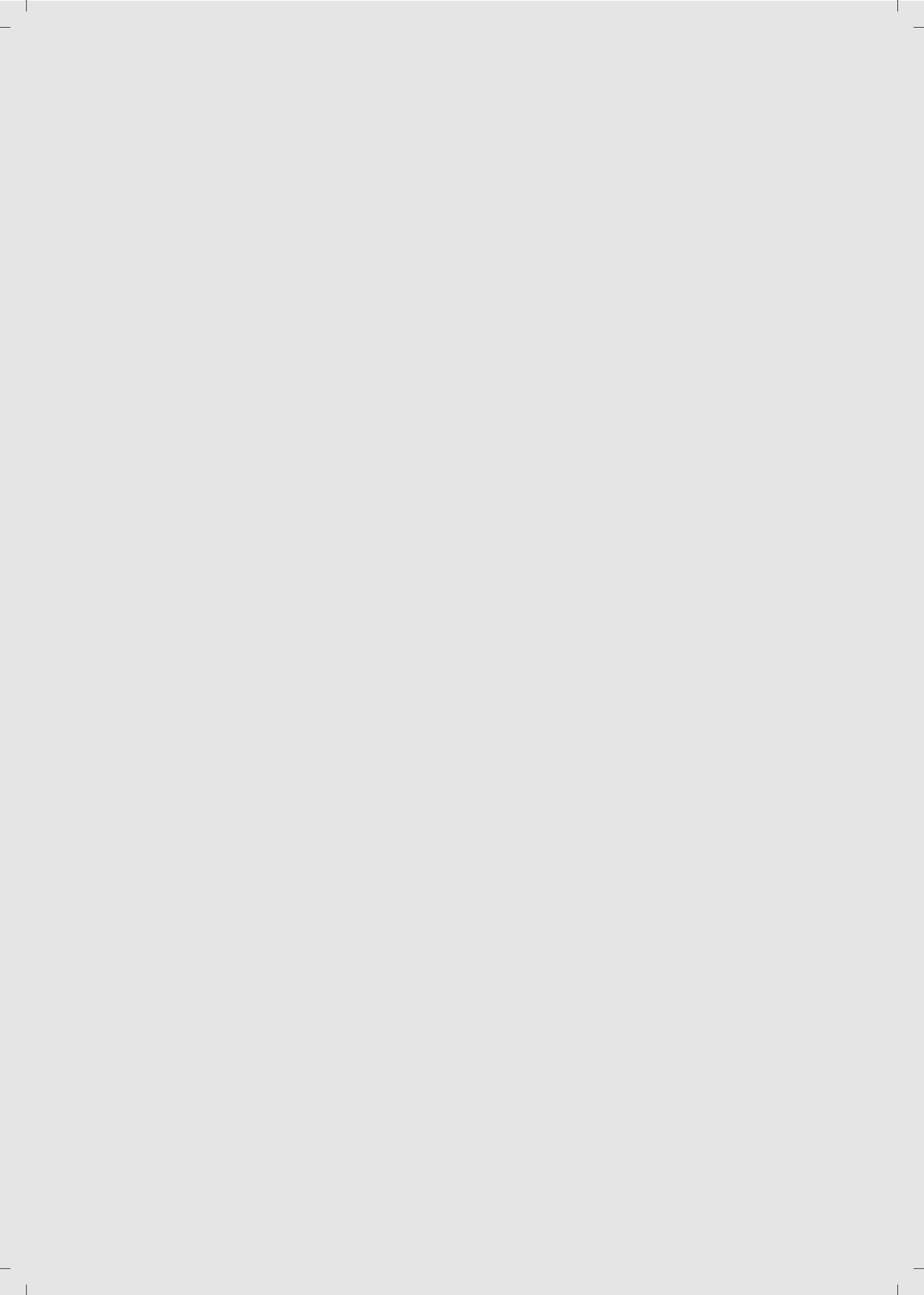
Media mniejszości. Mniejszości w mediach

red. Małgorzata Adamik-Szysiak, Ewa Godlewska 187

WIESŁAW WŁADYKA

Wiesław Łuka

Fakt jest święty. Rozmowy o reportażu, wywiadzie i mediach 190



Contents

MEDIA LAW

- MICHAŁ ZAREMBA European Court of Human Rights in Strasbourg towards privacy violation in the media. Part 2. Impact of the case law on public debate in Poland. 15
- MAREK CHYLIŃSKI The obligation of due care and accuracy in the collection and use of press releases with regard to journalistic professionalization 25
- JOANNA TACZKOWSKA-OLSZEWSKA The future of journalism profession in Poland – variant models of legal solutions 39

MEDIA IN POLAND

- RENATA PIASECKA-STRZELEC Methods and techniques of news information in contemporary Polish press agencies 55

MEDIA ABROAD

- TOMASZ FRASZCZYK Television in Greece in the era of socialist dream of Andreas Papandreu 69
- KATARZYNA CZAJKOWSKA Promotion and popularization of culture as one of the main goals of RTVE 85
- MAGDALENA RATAJCZAK Cultural pluralism in European public service media and Swiss dilemmas of transculturalism 99

MEDIA HISTORY

- KAMILA KAMIŃSKA The end of censorship in the Polish People's Republic (1989–1990) 113

EUROPEAN MEDIA POLICY

STANISŁAW JĘDRZEJEWSKI Public service media in the era of convergence
– European regulation and practice of communication 135

ALICJA JASKIERNIA, MICHAŁ GŁOWACKI European Union and the Council
of Europe and human rights on the internet. European standards of internet governance . . . 145

CONFERENCE REPORTS

MICHAŁ GŁOWACKI 64th Annual Conference of the International
Communication Association (ICA) – “Communication and ‘The Good Life’”,
Seattle (WA), May 22–26, 2014 155

OLGA DĄBROWSKA-CENDROWSKA Report from project “Progress –
Program Development: Economy–Education–Success”,
Kielce, September 2010–June 2014 158

ANNA PALUCH 7th Central and East European Communication and Media
Conference (CEECOM) – “Changing Media and Democracy: 25 Years of Media
Freedom and Public Sphere in Central and East Europe”,
Wrocław, June 12–14, 2014 161

DOROTA LEWANDOWSKA-JAROS III National “Identity of Media Studies”
Conference – “The Role of Media in Social Education”, Warsaw, June 17–18, 2014 166

BOOK REVIEWS

KAROLINA BRYLSKA
Tomasz Gackowski
*SB and journalists. Stefan Kisielewski i Jerzy Suszko – friendship in the times
of Polish People’s Republic* 173

WIESŁAW SONCZYK
Patrycja Szostok
*Self-governmental press or press of self-government? To whom newspapers
financed from local budgets serve?* 176

KATARZYNA IWANICKA
Donald Matheson, Stuart Allan
War journalism online 180

NATALIA RAKOWSKA

Natalia Hatałska

Particles of attraction. How to build custom advertising campaigns 181

PATRYK MAKULSKI

Włodzimierz Gogołek, Wiesław Cetera

Thematic lexicon. Governance, IT 184

KRZYSZTOF WASILEWSKI

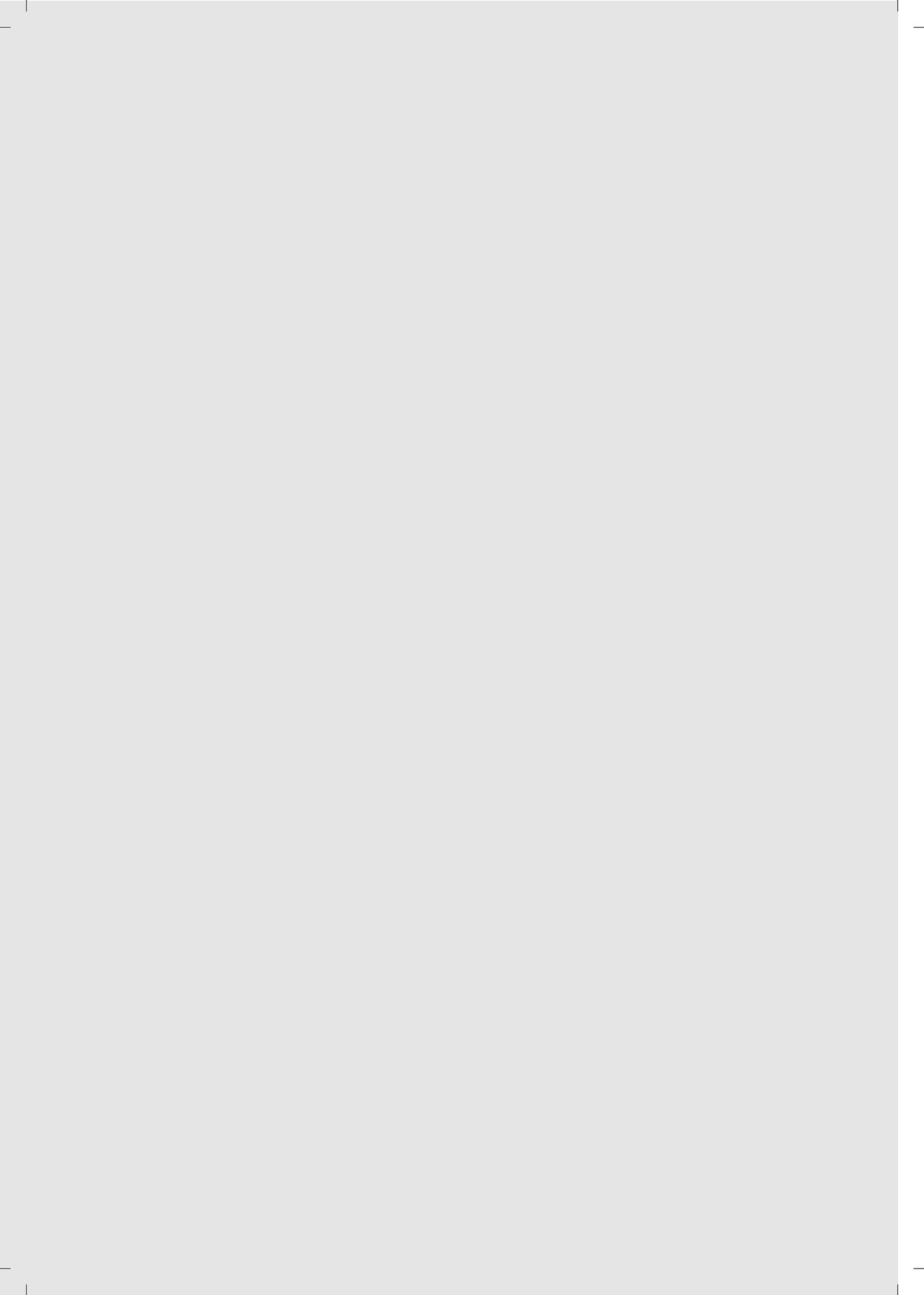
Media of minorities. Minorities in the media

ed. Małgorzata Adamik-Szysiak, Ewa Godlewska 187

WIESŁAW WŁADYKA

Wiesław Łuka

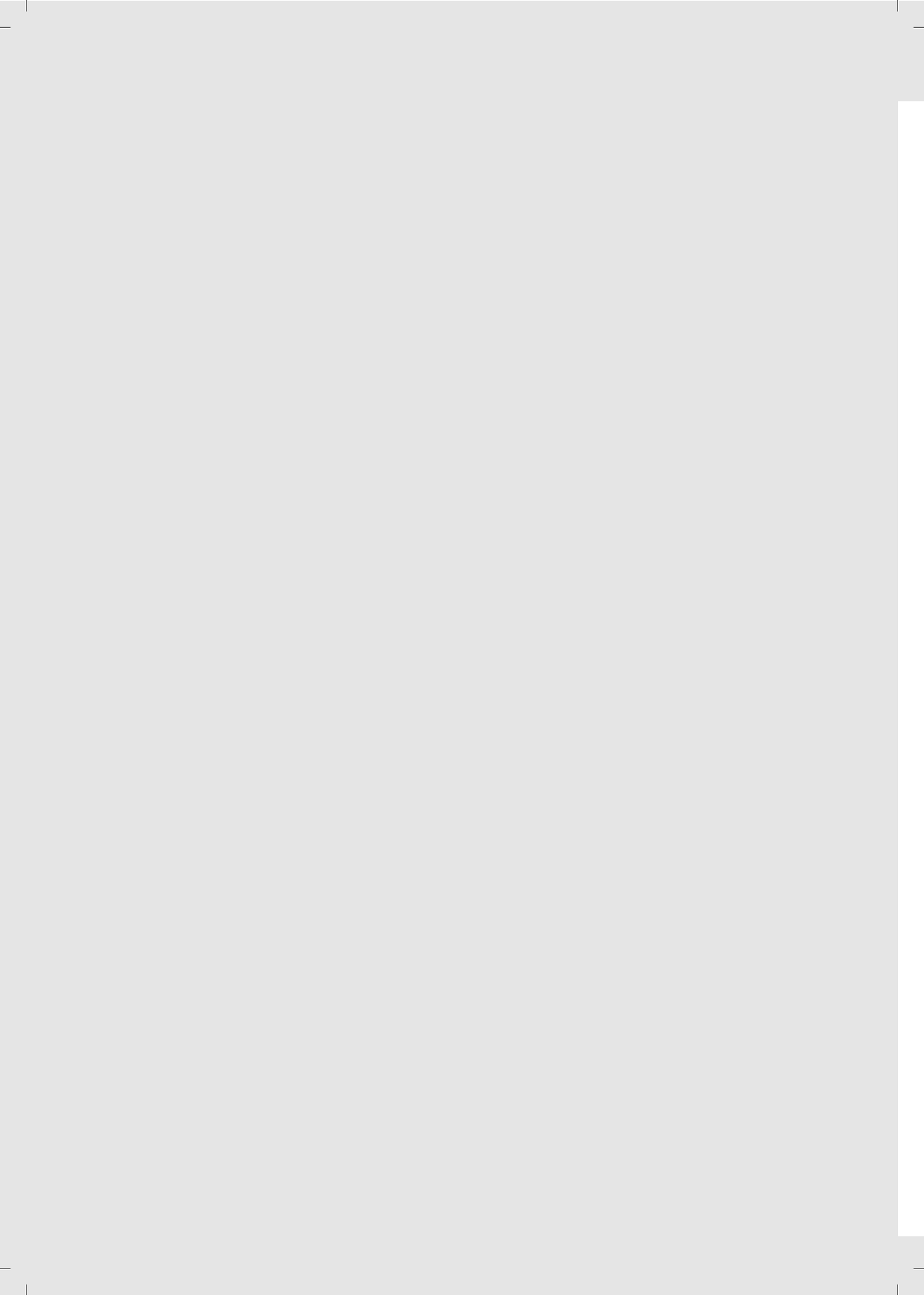
Holy fact. Talks about reportage, interview and the media 190



Prawo mediów



Media law



Europejski Trybunał Ochrony Praw Człowieka w Strasburgu wobec naruszeń prywatności w mediach

Część 2. Znaczenie stanowiska Trybunału dla debaty publicznej w Polsce

Michał Zaremba

Tematem pierwszej części niniejszego artykułu, która została opublikowana w 2. nr. „SM” z 2014 r., była ewolucja orzecznictwa dotyczącego granic prawnej ochrony prywatności przed naruszeniami ze strony mediów. Zwrócono w niej przede wszystkim uwagę na osłabioną ochronę prywatności osób publicznych, a co za tym idzie – na większą swobodę krytyki zachowań tych osób w ich sferze prywatnej. W tej części artykułu to stanowisko zostanie zestawione z orzecznictwem polskich sądów, zapadłym na gruncie rodzimych przepisów chroniących szeroko rozumianą prywatność informacyjną. Cechą,

która chyba najlepiej charakteryzuje te przepisy, jest to, że zostały one sformułowane w sposób mało elastyczny. Ta okoliczność może utrudniać krajowym sądom uwzględnienie orzecznictwa Trybunału Europejskiego¹. Stosownie do treści kluczowego dla ochrony prywatności w mediach art. 14 ust. 6 ustawy z 26 stycznia 1984 r. prawo prasowe², publikacja danych dotyczących prywatnej sfery życia jakiejś osoby jest dopuszczalna wyłącznie w sytuacji, gdy wyraziła ona na to zgodę lub gdy te dane wiążą się bezpośrednio z prowadzoną przez nią działalnością publiczną³. Co do zasady niedozwolona jest więc pu-

¹ Por. M. Zaremba, *Prawo prasowe. Ujęcie praktyczne*, Warszawa 2007, s. 243.

² Dz.U. z 1984 r. Nr 5 poz. 24 ze zm.

³ Jeszcze bardziej restrykcyjny dla mediów jest art. 13 ust. 2 i 3 prawa prasowego chroniący dane osobowe świadków, podejrzanych i oskarżonych. W ich przypadku tylko zgoda osoby zainteresowanej wyłącza bezprawność ujawnienia takich danych (wyjątkiem są jedynie dane podejrzanego i oskarżonego, w odniesieniu do których taką zgodę może wyrazić także – odpowiednio – prokurator lub sąd). Jeżeli zatem ministrowi zostaną przedstawione zarzuty karne, prasa musi wstrzymać się z publikacją tej informacji aż do wydania odpowiedniego zezwolenia przez prokuratora (o tym, że premier złożył zeznania w tej sprawie jako świadek w ogóle nie można napisać bez jego zgody). Tymczasem TE stwierdził, że zagrożenia związane z ograniczeniami o prewencyjnym charakterze są tak poważne, że działania władz krajowych wymagają wyjątkowo skrupulatnej kontroli, szczególnie jeśli ograniczenia dotyczą prasy. Zdaniem Trybunału, wiadomości stanowią „zanikające dobro” i nawet krótkie opóźnienie publikacji może pozbawić informację znaczenia; por. *The Observer i Guardian p. Zjednoczonemu Królestwu*, wyr. z 26.11.1991 r., § 60; też *Gawęda p. Polsce*, wyr. z 14.03.2002 r., § 35; *Chauvy i inni p. Francji*, wyr. z 29.06.2004 r., § 66; *Editions*

blikacja informacji na temat osób prywatnych⁴. Samo pojęcie osoby prowadzącej działalność publiczną nie jest prawnie zdefiniowane. W literaturze przedmiotu⁵ i w orzecznictwie⁶ przyjmuje się jednak zgodnie, że to pojęcie jest węższe niż pojęcie osoby publicznej (które pojawia się, jak pamiętamy, w orzecznictwie strasburskim). Dodatkowo zakres zastosowania tego przepisu ogranicza wymóg bezpośredniego związku informacji prywatnej ze wspomnianą działalnością. Przede wszystkim taki związek zachodzi w przypadku wystąpienia konfliktu interesów prywatnego i publicznego czy w odniesieniu do informacji o pobieranym wynagrodzeniu⁷. Coraz częściej wszakże sądy podejmują próbę szerszej

interpretacji analizowanego przepisu. Na przykład w wyroku z 11 maja 2007 r. Sąd Najwyższy stwierdził, co następuje: „Sprawowanie wspomnianych funkcji w stowarzyszeniu, którego celem była ochrona praw dziecka, powodowało znaczne ograniczenie sfery prywatności skarżącego, interes społeczny wymagał bowiem, by jego postępowanie w życiu prywatnym, poglądy na temat wychowania dziecka, życia w rodzinie i obowiązków rodzicielskich mieściły się w obszarze dostępności. Dla opinii publicznej nie jest wszak obojętne ujawnienie informacji z życia prywatnego osoby uprawnionej do działań na rzecz dobra dziecka i wzmacniania wartości życia rodzinnego”⁸.

Plon p. Francji, wyr. z 18.05.2004 r., § 44; *Tarsasag Szabadságjogokért p. Węgrom*, wyr. z 14.04.2009 r., § 36; *Wizerkaniuk p. Polsce*, wyr. z 5.07.2011 r., § 66. Też M. Zaremba, *Prawo prasowe...*, dz. cyt., s. 125; R. Koper, *Jawność rozprawy głównej a ochrona prawa do prywatności w procesie karnym*, Warszawa 2010, s. 408; też: argumentacja zawarta w uzasadnieniu wyroku TK z 9.11.2010 r., (K 13/07) dotyczącego art. 755 § 2 k.p.c.

⁴ Odmienne TE w sprawach: *Standard Verlags GmbH p. Austrii (nr 3)*, wyr. z 10.01.2012 r.; *Flinkkilä i inni p. Finlandii*, wyr. z 6.04.2010 r.; *Jokitaipale i inni p. Finlandii*, wyr. z 6.04.2010 r.; *Iltaletti i Karhuvaara p. Finlandii*, wyr. z 6.04.2010 r.

⁵ Por. B. Michalski, *Podstawowe problemy prawa prasowego*, Warszawa 1998, s. 50–51; M. Safjan, *Prawo do prywatności osób publicznych [w:] Prace z prawa publicznego. Księga pamiątkowa ku czci Sędziego Janusza Pietrzykowskiego*, red. Z. Banaszczyk, Warszawa 2000, s. 258–260; R. Stefanicki, *Cywilnoprawna ochrona prywatności osób podejmujących działalność publiczną*, „Studia Prawnicze” 2004, z. 1, s. 31; J.D. Sieńczyło-Chlabicz, *Naruszenie prywatności osób publicznych przez prasę*, Kraków 2006, s. 258; J. Sobczak, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 570 i n.; Z. Zawadzka, *Wolność prasy a ochrona prywatności osób wykonujących działalność publiczną*, Warszawa 2013, s. 178 i n.

⁶ Por. wyr. z 12.09.2007 r., I CSK 191/07; wyr. z 24.01.2008 r., I CSK 341/07; wyr. z 1.12.2011 r., I CSK 111/11.

⁷ Por. wyr. SN z 12.09.2001 r., V CKN 440/00, OSNC 2002, nr 5, poz. 68.

⁸ I CSK 47/07, niepublik. (w wyroku zapadłym 17 kwietnia 2003 r. [IV CKN 925/00, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2003, z. 5, poz. 60], na tle niemal identycznego stanu faktycznego, ten sam sąd orzekł jednak na korzyść powoda). Szersze ujęcie zaaprobował też Sąd Najwyższy w wyroku z 20.04.2011 r. (I CSK 500/10): „Oczywiste jest przy tym, że ekspertami sejmowymi powinny być wyłącznie osoby o nieposzlakowanej przeszłości, prowadzące swoją działalność gospodarczą w sposób nienaruszający zastrzeżeń. (...) Informacje o rzetelności prowadzonej działalności gospodarczej, w tym informacje dotyczące zadłużenia wobec Skarbu Państwa z tytułu należności publicznoprawnych, mają bezpośredni związek z działalnością publiczną, ich ujawnianie nie może być zatem traktowane jako bezprawne naruszenie sfery życia prywatnego”.

Podobnie uczynił poznański Sąd Apelacyjny, stwierdzając w wyroku z 27 września 2005 r., że: „Słusznie wywodzi się w apelacji, że informacja o pobycie powoda w restauracji M. wraz z osobą będącą przedmiotem zainteresowania Policji (jak i zresztą wszystkie informacje o powodzie zamieszczone w przedmiotowym artykule) nie może być uznana za informację z życia prywatnego powoda – pełniącego ważną funkcję publiczną – i to w dodatku niewiązującą się bezpośrednio z działalnością publiczną powoda”, I ACa 1443/03, „Lex” nr 177008. Por. też wyr. SA w Warszawie z 10.06.2008 r., VI ACa 1648/07: „Niewątpliwie należy ocenić sytuację powoda B., który jako ksiądz, przewodnik duchowy, powinien swoim życiem potwierdzać wartości podzielane przez większość obywateli, zatem zarówno jego działalność publiczną, jak i życie prywatne może podlegać ocenie w aspekcie religijnym, etycznym czy moralnym. Takiej ocenie podlega każda osoba, której publiczna działalność wiąże się z prezentacją określonych wartości, np. lekarz, nauczyciel, sędzia czy adwokat (...)”.

Niewątpliwie szeroka interpretacja art. 14 ust. 6 prawa prasowego jest zgodna z duchem orzecznictwa strasburskiego. Ma jednak ona swoje granice, nie może bowiem prowadzić do absurdalnej sytuacji, w której desygnaty wyrażenia „pośredni związek” stanowiłyby zbiór pusty. Równocześnie trzeba przypomnieć, że Trybunał chronił również publikacje dotyczące prywatności osób publicznych, które to przekazy nie były związane z działalnością publiczną ich bohaterów lub związek ten był luźny⁹.

Podobne dylematy jak art. 14 ust. 6 prawa prasowego rodzi również interpretacja art. 81 ust. 2 ustawy z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych regulujących dopuszczalność publikacji wizerunku¹⁰. Mimo że pojęcie funkcji publicznej w tym przepisie zostało zakreślone bardzo szeroko, to jednak dodatkowe warunki – by osoba pełniąca taką funkcję była powszechnie znana¹¹, a sam wizerunek wykonano w związku z jej pełnieniem – są w praktyce znacznie trudniejsze do

spełnienia. Przykładowo, trudno uzasadnić na gruncie tego przepisu publikację zdjęcia osoby, która, biorąc udział w publicznym spotkaniu z politykiem, zadaje mu pytania. Ta osoba nie pełni bowiem funkcji publicznej, natomiast dla Trybunału jej zachowanie oznacza wkroczenie na arenę publiczną¹².

Kolejny ustawowy wyjątek od zasady konieczności uzyskania zgody na rozpowszechnienie wizerunku dotyczy sytuacji, w której upubliczniany wizerunek stanowi jedynie „szczegół całości takiej, jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza”. Wyjątek, o którym mowa, rzadko jednak znajdzie zastosowanie w sprawach z powództwa osób publicznych. Wynika to z faktu, że – po pierwsze – będące przedmiotem sporu zdjęcia przedstawiają je zazwyczaj na pierwszym planie; po drugie – nawet jeśli wizerunek jest widoczny na dalszym – trzecim czy czwartym – planie, dla sądów kluczowy jest nie tyle rozmiar wizerunku, co jego znaczenie dla kompozycji¹³.

W wyroku z 6 marca 1991 r. (I PR 469/90, OSP 1992, z. 5, poz. 117) Sąd Najwyższy podkreślił z kolei, że „(...) istnieją zawody (takie jak np. oficer, sędzia, nauczyciel akademicki, wysoki urzędnik państwowy), z którymi wiąże się szczególnie stopień społecznego zaufania i dla pełnienia których niezbędne jest przestrzeganie szczególnych reguł godnego zachowania się, a zachowanie to może się odnosić również do sfery życia prywatnego i rodzinnego. Osoby te muszą więc świecić przykładem także w sferze stosunków prywatnych i rodzinnych, a dyskwalifikujące zachowanie się także w tym zakresie, może powodować zmniejszenie czy nawet utratę kwalifikacji osobistych niezbędnych do zajmowania odpowiednich stanowisk”. Sprawa, o której mowa, dotyczyła wszakże nie materiału prasowego, a sprostowania opinii służbowej.

Również doktryna prawnicza opowiedziała się w większości za szerszą interpretacją art. 14 ust. 6, por. Z. Zawadzka, *Wolność prasy a ochrona prywatności...*, dz. cyt., s. 300 oraz literatura tam cytowana.

⁹ Por. sprawy cytowane w przypisie 33. pierwszej części niniejszego artykułu oraz sprawy: *Axel Springer Ag p. Niemcom*, wyr. Wielkiej Izby z 7.02.2012 r.; *von Hannover p. Niemcom (nr 2)*, wyr. Wielkiej Izby z 7.02.2012 r.; *Tønsgbergs Blad AS i Haukom p. Norwegii*, wyr. z 1.05.2007 r.; *von Hannover p. Niemcom (nr 3)*, wyr. z 19.09.2013 r.; *Ruusunen p. Finlandii*, wyr. z 14.01.2014 r.; *Ojala i Etukeno Oy p. Finlandii*, wyr. z 14.01.2014 r.

¹⁰ Tj. Dz.U. z 2006 r. Nr 90 poz. 631 ze zm. „Art. 81. 2. Zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku: 1) osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych; 2) osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza”.

¹¹ Tak oto Sąd Najwyższy objaśnia sformułowanie: „(...) krąg osób „powszechnie znanych” zależeł będzie od takich okoliczności, jak sprawowanie – na różnych „szczeblach” – funkcji politycznych, społecznych, zawodowych, popularności poza własnym środowiskiem ze względu na działalność np. zawodową, sportową, amatorską”, por. wyr. z 12.09.2001 r., V CKN 440/00, OSNC 2002, nr 5, poz. 68.

¹² Por. wyroki cytowane w przypisach 41–46 z pierwszej części artykułu.

¹³ Por. wyr. SA w Łodzi z 28.08.1996 r., I ACr 341/96, OSA 1997 r., z. 7–8, poz. 43; wyr. SA w Krakowie z 9.12.2001 r., I ACa 975/01, „Transformacja Prawa Prywatnego” 2002, nr 3, 107–108; wyr. SA w Warszawie z 21.04.2005 r., I ACa 566/04, „Legalis”; wyr. SA w Warszawie z 26.11.2003 r., VI ACa 348/2003, „Lex Polonica”.

Pewnym rozwiązaniem dla problemu zbyt małej elastyczności rodzinnych regulacji może być przyjęcie, że osoby wkraczające na arenę publiczną wyrażają tym samym domniemaną zgodę na poddanie się ocenie publicznej¹⁴. Sądy polskie podchodzą jednak do tego rodzaju argumentacji z ostrożnością. Trafnie nie godzą się one na argumenty często podnoszone przez pozwane redakcje mediów plotkarskich, że ujawnianie przez celebrytów faktów ze swojego życia prywatnego prowadzi do zatarcia granic pomiędzy ich życiem prywatnym a działalnością publiczną i jest równoznaczne z udzieleniem przyzwolenia na publikację informacji na temat wszelkich wydarzeń z ich życia prywatnego¹⁵. Jeszcze mniej zrozumienia wśród sędziów znajduje w tego typu sprawach tłumaczenie, jakoby utrata szeroko rozumianej prywatności stanowiła konieczny koszt bycia osobą publiczną. Z drugiej strony, w wyroku z 11 października 2001 r., nasza najwyższa instancja sądowa stwierdziła, że zwrócenie się przez znanego polityka w wystąpieniu telewizyjnym z apelem o pomoc w odnalezieniu porwanej małoletniej córki sprawiło, że media mogły poinformować opinię publiczną, że córka wcale nie została porwana, lecz uciekła z domu. W opinii sądu media nie były jednak uprawnione do publikowania informacji na temat życia rodzinnego powoda oraz kwalifikacji rodzicielskich powoda i jego żony¹⁶. Prawo weryfikacji fałszywego wizerunku informacyjnego przyznał też dziennikarzom warszawski Sąd Apelacyjny w wyroku z 7 kwietnia 2004 r. Sąd ten stwierdził mianowicie, że: „(...) osoba, która dobrowolnie rezygnuje

z ochrony dóbr osobistych, wyrażając zgodę na ujawnienie w publikacjach prasowych faktów dotyczących sfery prywatności, w tym stosunków rodzinnych, planów życiowych, stanów psychicznych, musi ponosić konsekwencje. Wyrażają się one m.in. w prawie innych do weryfikacji informacji, konfrontacji z faktami i wyrażania zainteresowania w przyszłości tą sferą życia. Nikt bowiem nie ma prawa do wyłącznie jednostronnego, hagiograficznego przedstawienia własnej osoby, a dopuszczając do udostępnienia danych o życiu prywatnym, osłabia jego ochronę¹⁷. Problematyczne jest, oczywiście, jak dalece można się posunąć, badając prawdomówność osoby wypowiadającej się publicznie.

Znaczenie orzecznictwa ETPC dla debaty publicznej w Polsce

Jak była już o tym obszernie mowa w pierwszej części niniejszego artykułu, swoje stanowisko wobec naruszeń prywatności w mediach Trybunał podsumował w formie testu w sprawach *Axel Springer i von Hannover (nr 2)*. Na analizowany test składają się okoliczności, które należy brać pod uwagę, rozpatrując przyszłe sprawy związane z konfliktem wolności wypowiedzi i prawa do prywatności. Te okoliczności to:

- wartość wypowiedzi dla debaty o sprawach publicznych;
- to, jak dobrze znana jest osoba, której wypowiedź dotyczy, i co jest przedmiotem tej wypowiedzi;
- wcześniejsze postępowanie wspomnianej osoby;

¹⁴ Trzeba zauważyć, że zbyt swobodne stosowanie konstrukcji takiej domniemanej zgody czyniłoby art. 14 ust. 6 zbędnym. Warto też przy okazji dodać, że sądy, podobnie jak TE, odmawiają ochrony przed błahymi naruszeniami, por. wyr. SA w Krakowie z 28.10.2010 r., I ACa 908/10, „Lex”.

¹⁵ Por. wyr. z 12.09.2007 r., I CSK 191/07; wyr. z 24.01.2008 r., I CSK 341/07; wyr. z 1.12.2011 r., I CSK 111/11; wyr. SN z 19.05.2011 r., I CSK 497/10; wyr. SA w Warszawie z 12.03.2010 r., I ACa 13/10.

¹⁶ II CKN 559/99, OSNC 2002, nr 6, poz. 82; por. *Kuliś p. Polsce*, wyr. z 18.03.2008 r.

¹⁷ I ACa 918/03, OSA 2004, z.10, poz. 34; podobnie wyr. SA w Warszawie z 21.04.2005 r., I ACa 566/04, „Legalis”.

- sposób uzyskania informacji i jej wiarygodność, a także okoliczności wykonania zdjęć;
- zawartość, forma i następstwa publikacji;
- surowość sankcji wymierzonej sprawcy naruszenia prywatności.

Mimo że Trybunał nie stwierdził tego wprost, to jednak kolejność poszczególnych elementów składających się na ten test wydaje się nieprzypadkowa, a pierwsze dwie okoliczności (wartość przekazu dla debaty o sprawach publicznych oraz status jego bohatera) należy uznać za kluczowe. Obie mają wprawdzie charakter nieostry, ale ich znaczenie, o czym była już wcześniej mowa, zostało doprecyzowane w licznych wcześniejszych orzeczeniach tego organu. Wspomniano już również, że do kategorii spraw publicznego zainteresowania nie zaliczają się, zdaniem Trybunału, sprawy, które faktycznie budzą zainteresowanie opinii publicznej, ale sprawy, które powinny budzić takie zainteresowanie. Tak więc, przykładowo, w wyroku *Standard Verlags GmbH (nr 2)* skład sędziowski orzekł, że plotki o problemach małżeńskich prezydenta Austrii nie zasługują na ochronę. Ujęcie to – określone w zdaniu odrębnym do przywołanego wyroku przez sędziów Jebensa i Spielmana jako paternalistyczne – kontrastuje z praktyką sądów amerykańskich. W USA już w latach dwudziestych i trzydziestych zeszłego wieku została zakwestionowana prawna ochrona prywatności informacyjnej przed naruszeniem ze strony mediów¹⁸. Jak to ujął amerykański Sąd Najwyższy w wyroku *Time, Inc. przeciwko Hill*¹⁹: „Gwarancje dla słowa czy prasy nie zostały udzielone dla za-

chowania swobody wypowiedzi politycznej czy opinii na temat kluczowych spraw publicznych, takich jak uczciwy rząd. Wystarczy zajrzeć do dowolnej gazety lub czasopisma, by zobaczyć szeroki zakres opublikowanych materiałów prezentujących czytelnikom zarówno osoby prywatne, jak i publiczne. Wystawienie własnej osoby na ogląd innych jest częścią życia w cywilizowanej społeczności. Ryzyko takiej ekspozycji jest kluczowym wydarzeniem życiowym w społeczeństwie, które uznaje za priorytet wolność słowa i prasy. Wolność dyskusji, jeśli ma wypełniać swoją historyczną funkcję, musi mieścić w sobie wszystkie kwestie, o których wiedza jest potrzebna i odpowiednia, by umożliwić członkom społeczeństwa sprostanie krytycznym sytuacjom danego okresu”.

Zaprezentowane podejście może być trudne do zrozumienia dla Europejczyka. Doświadczenia amerykańskie są jednak pouczające, ponieważ pozwalają lepiej uzmysłwić sobie problem tego, kto i wedle jakich kryteriów winien decydować o tym, co może stać się przedmiotem publicznej debaty. Rozstrzygnięcie owego problemu jest bardziej skomplikowane niż mogłoby się wydawać, ponieważ opinie na ten temat często są uwarunkowane pozycją społeczną. Jak przypomina cytowana już wcześniej Samantha Barbas, w Ameryce klasa wyższa, dumna ze swojego uporządkowanego stylu życia i racjonalności, postrzegala nastawioną na sensację prasę jako jeden z aspektów chaosu cechującego życie klasy robotniczej²⁰.

Także współcześnie są wyrażane opinie, że niektóre grupy społeczne zaznaczają swój dystans wobec „gorszych” członków społe-

¹⁸ Por. S. Barbas, *The death of the public disclosure tort: A historical perspective*, „Yale Journal of Law & the Humanities” 2010, Vol. 22, wyd. 2, s. 187–207.

¹⁹ Wyr. z 27.04.1967 r., 385 U.S. 374 (1967). Jak podkreśla S. Barbas, system ochrony prywatności w USA opiera się na założeniu, że informacje na temat życia prywatnego posiadają wartość samą w sobie, ponieważ kształtują tożsamość odbiorców i prowokują debatę publiczną pomiędzy różnymi grupami społecznymi, które z braku takich informacji cierpiałyby na brak więzi i doświadczeń wspólnotowych; tamże, s. 215.

²⁰ Tamże, s. 179.

czeństwa, przez krytykę poziomu mediów masowych, potępiając takie zjawiska, jak chociażby przemoc w mediach²¹. Przy czym krytyka opiera się na przeważnie niewyeksplikowanych założeniach co do tego, jak powinna wyglądać debata publiczna. Z licznych wypowiedzi można wywnioskować, że wzorzec dla takiej debaty – zarówno co do jej tematu, jak i sposobu jego potraktowania – winna stanowić debata naukowa. Trzeba się jednak tego domyślać, ponieważ krytycy z reguły nie precyzują, co rozumieją przez właściwą debatę publiczną. Formułując oceny na temat poziomu debaty, konieczne trzeba uwzględnić fakt, że odbiorcy treści medialnych nie tylko nie są zainteresowani tematami, które uważa się wartościowe, ale i nie mają czasu, energii ani wiedzy specjalistycznej (i często też ogólnej), by śledzić poświęcone im dyskusje. Zresztą, zakładając nawet, że byliby do tego zdolni, byłoby to z ich strony nieracjonalne, gdyż i tak nie będą w stanie trafnie ocenić skuteczności rządzących i prawidłowości prowadzonej przez nich polityki. Jest tak z trzech przynajmniej powodów. Po pierwsze, ze względu na rozproszenie władzy pomiędzy liczne ośrodki (rząd, samorząd, parlament, partie koalicyjne, sądy, organy unijne), niełatwe jest ustalenie odpowiedzialności każdego z nich za sytuację istniejącą w danej dziedzinie. Po drugie, najczęściej brak obiektywnych kryteriów oceny prowadzonej polityki, co sprawia, że jej architektom i wykonawcom stosunkowo łatwo usprawiedliwiać swoje działania i zaniechania, odwołując się do okoliczności od nich niezależ-

nych (np. koniunktury gospodarczej, katastrof naturalnych). Po trzecie wreszcie, w większości obszarów polityki mamy do czynienia z fundamentalnymi różnicami poglądów między ekspertami, które to rozbieżności są zazwyczaj niemożliwe do rozstrzygnięcia, gdyż dyskusje na ich temat kończą się sporami o metodologię badań. Dobrym przykładem tego problemu może być ostatnia debata dotycząca reformy systemu emerytalnego, w której nawet dziennikarze, będący przecież profesjonalnymi obserwatorami życia publicznego, skarżyli się na niemożność zweryfikowania twierdzeń zwolenników i przeciwników reformy czy wyrobienia sobie opinii na ten temat. W tej sytuacji najbardziej racjonalnym zachowaniem obywateli jest kierowanie się nie diagnozą efektywności rządzących, ale oceną ich postawy moralnej i poświęcenia dla spraw publicznych. Każdy z obywateli może bowiem w sposób kompetentny ocenić uczciwość i moralność polityka. Dlatego właśnie debata na temat stosowności zachowania ministra Sławomira Nowaka, który wymieniał się drogami z garkami ze znajomymi biznesmenami, nie jest bynajmniej tematem drugorzędnym czy zastępczym, gdyż dotyka kluczowej kwestii stosowności zachowania osoby publicznej i stosunku jego środowiska politycznego do takich poczynań²². Jedną z konsekwencji przyjęcia postulowanego modelu debaty publicznej jest, oczywiście, wzrost znaczenia problemu dopuszczalności (lub jej braku) wprowadzenia do takiej debaty faktów z życia prywatnego osób publicznych. Ten problem ma z natury charakter polityczny,

²¹ Tym właśnie tłumaczy się popularność badań poświęconych skutkom przemocy w mediach, por. J. Fowles, *The case for television violence*, Thousand Oaks–London–New Delhi 1999.

²² Można stwierdzić, że pod tym względem sytuacja wiele się nie zmieniła od czasu starożytnej republiki rzymskiej. Jak podaje Egon Fleig: „(...) na wielu obszarach, które w naszym rozumieniu stanowią część tego, co określamy terminem ‘polityka’, plebs nie kształtował własnego poglądu lecz zawierał politykom. (...) Plebs reagował spontanicznie przede wszystkim na naruszenie podstawowych norm moralnych i społecznych. Niezwykła zgodność co do ich pojmowania ujednoliciła punkty widzenia i doprowadzała do zbieżnych osądów. Moralna ocena jakiegoś postępowania z reguły nie wywoływała sporów. Jedynym problemem było ustalenie, czy ktoś rzeczywiście dopuścił się takiego czy innego czynu”, por. *Zrytualizowana polityka. Znaki, gesty i władza w starożytnym Rzymie*, Poznań 2013, s. 228.

ponieważ krytyczne publikacje na temat zachowań osób prywatnych stanowią zagrożenie dla reputacji stanowiącej jeden z aspektów kapitału symbolicznego rządzących²³.

Naturalna skłonność polityków do prób ograniczenia ryzyka związanego z opisanym powyżej zagrożeniem sprawia, że wszelkie propozycje krępowania wolności słowa powinny być traktowane ze znaczną dozą podejrzliwości i znajdować przekonujące uzasadnienie w korzyściach społecznych. Trzeba wziąć przy tym pod uwagę, że osoby te, aspirując do wywierania wpływu na bieg spraw publicznych, wkraczają do sfery publicznej, a co za tym idzie – poddają się pod osąd publiczny. Co najmniej dyskusyjne jest twierdzenie, jakoby informacje o życiu prywatnym osób publicznych szkodziły debacie publicznej, odwracając uwagę opinii publicznej od naprawdę ważnych tematów. Bardziej przekonującym usprawiedliwieniem przemawiającym za ograniczeniem swobody informowania o prywatności osób publicznych wydaje się niebezpieczeństwo zniechęcenia do angażowania się w działalność publiczną osób ceniących wskazaną wartość. Koszt ten – w postaci wyeliminowania ze sfery publicznej potencjalnych liderów społecznych obdarzonych nierzadko cennymi talentami – trud-

no wyliczyć, co nie zmienia faktu, że jest on jak najbardziej realny²⁴. Celem ustawodawcy powinna być zatem minimalizacja tego kosztu, jednak przy zachowaniu zasady wolności rozpowszechniania informacji o faktach z życia prywatnego, które, zdaniem wyborców, dyskwalifikują polityków z udziału w życiu publicznym.

Pomocne dla wyznaczenia społecznie optymalnego poziomu ochrony mogą być ustalenia teoretyczne dokonane przez Johna Cornera. Autor wyróżnił trzy sfery działania każdego polityka: sferę instytucji i procesów politycznych (określoną kolokwialnie jako „polityczne stanowisko pracy”), sferę „tego, co publiczne i popularne”, czyli zespół uwarunkowań, w których polityk jest postrzegany jako osoba publiczna („sklep polityczny”) oraz sferę prywatną. Wymienione sfery pokrywają się częściowo w ten sposób, że życie prywatne może wpływać na działalność w instytucjach politycznych (partyjnych lub rządowych), a polityk może wykorzystywać swoją prywatność w celu kreowania swojego wizerunku jako produktu w „sklepie politycznym”²⁵. Ów akt kreacji może przybrać postać taktycznych zabiegów wizerunkowych (na przykład prezentowania swojego „ludzkiego oblicza”), ale może też polegać na ogólnej

²³ Jak podkreśla John B. Thompson, inspirując się poglądami Pierre’a Bourdieu, reputacja jest atrybutem jednostki albo instytucji, ale i zasobem, z którego jednostki mogą czerpać, sprawując władzę symboliczną. Tę ostatnią autor definiuje jako zdolność wpływania na przebieg wydarzeń, na działania i przekonania innych oraz ważność wytwarzania wydarzeń za pomocą środków produkcji i przekazu form symbolicznych. Dzięki władzy symbolicznej, rządzący mogą pielęgnować i podtrzymywać przekonanie o zasadności swojej władzy bez konieczności uciekania się do przymusu, por. *Skandal polityczny. Władza i jawność w epoce medialnej*, Warszawa 2010, s. 126.

²⁴ Warto dodać, że – zdaniem psychologów – mężczyzn o zdolnościach przywódczych (czyli tak zwanych samców alfa), podobnie jak archetypiczną postać greckiego boga Zeusa, może cechować skłonność do niestałości w związkach, por. J.S. Bolen, *Bogowie w każdym mężczyźnie*, Warszawa 2006, s. 57–63.

²⁵ Por. *Mediated persona and political culture [w:] Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity and cynicism*, ed. J. Corner, D. Pels, Thousand Oaks–London–New Delhi 2003, s. 72–76. W sferze prywatnej James Stanyer wydzielił trzy podstrefy: 1) życie wewnętrzne obejmujące m.in. zdrowie, seksualność, sytuację finansową, istotne momenty życiowe, sukcesy i porażki oraz kluczowe wybory, takie jak styl życia czy praktyki religijne; 2) relacje z ważnymi osobami – członkami rodziny, przyjaciółmi, partnerami seksualnymi; 3) przestrzeń życiową, czyli dom i wydarzenia w innych budynkach niezwiązanych z wykonywaniem funkcji publicznych. Zjawisko coraz częstsze informowania o życiu prywatnym autor nazywa intymizacją treści medialnych, zob. J. Stanyer, *Intimate politics: publicity, privacy and the personal lives of politicians in media saturated democracies*, Cambridge–Malden 2012, s. 12–15.

deklaracji przywiązania dla pewnego systemu wartości ważnego dla wyborców.

Dla ustalenia zachowań i cech, które są istotne dla polskiego wyborcy, należy kierować się badaniami sondażowymi. Wskazują one, że przynajmniej część polskiego społeczeństwa przywiązuje dużą wagę do zachowań polityków w sferze prywatnej. Z badania przeprowadzonego przez Centrum Badania Opinii Społecznej wynika, że około dwóch piątych respondentów (38%) twierdzi, że fakty z prywatnego życia polityków powinny być podawane do publicznej wiadomości tylko wówczas, gdy wpływają one na wykonywane przez nich obowiązki; co trzeci (34%) uważa, że w ogóle nie powinny być upubliczniane. Co czwarty Polak (25%) jest jednak zdania, że z racji roli, jaką politycy odgrywają, wszelkie informacje na ich temat, także te dotyczące życia osobistego, powinny być powszechnie znane²⁶.

Jak czytamy w raporcie z badań²⁷: „niemal cztery piąte badanych (79%) nie miałyby nic przeciwko głosowaniu na polityka, który żyje ze swoim partnerem/partnerką bez ślubu. Dla ponad połowy respondentów (55%) nie ma znaczenia fakt, że polityk jest homoseksualistą. Natomiast opinie na temat niewierności małżeńskiej są bardzo podzielone – 46% ankietowanych poparłoby osobę zdradzającą żonę/męża, jeśli uważałoby ją za dobrego kandydata, i mniej więcej tyle samo (48%) wycofałoby swoje poparcie. Czynniki dyskredytującymi

polityka w oczach zdecydowanej większości Polaków są: współpraca z SB w okresie PRL (72% badanych odrzuca możliwość głosowania na takiego polityka), wyrok skazujący za przestępstwo kryminalne (87%), uzależnienie od alkoholu lub spowodowanie wypadku w stanie nietrzeźwym (90%), a także podawanie nieprawdziwych informacji (91%) oraz podejrzenie o udział w aferze korupcyjnej (90%). Nieposzlakowana opinia polityka jest szczególnie ważna dla zwolenników PiS. Są oni przede wszystkim znacznie bardziej konserwatywni w kwestiach obyczajowych. Co prawda blisko co trzeci z nich (62%) deklaruje, że przy wyborze nie kierowałby się informacjami na temat pozostawania w związku nieformalnym, jednak już w przypadku zdrady małżeńskiej czy orientacji homoseksualnej większość sympatyków PiS wycofałaby swoje poparcie niezależnie od oceny kompetencji danego polityka²⁸. Dla większości sympatyków PO i SLD fakty te nie miałyby znaczenia²⁹.

Powyższe dane można podsumować w ten sposób, że dla podjęcia decyzji wyborczej przez rodzimego wyborcę ważne są informacje na temat przeszłości kryminalnej polityka oraz uzależnienia od alkoholu i – pewnie – narkotyków. Z ważnym wyjątkiem elektoratu Prawa i Sprawiedliwości (oraz, jak należy przypuszczać, innych partii o podobnym światopoglądzie), dla wyborców nie jest zbyt istotna informacja o niewierności małżeńskiej kandydata. Niska

²⁶ Por. *Oczekiwania wobec polityków – funkcje publiczne a życie prywatne*, Warszawa, sierpień 2013, BS/118/2013. Badanie przeprowadzono w dniach 1–12 sierpnia 2013 r. na liczącej 904 osoby reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. W porównaniu z poprzednimi badaniami zwiększyła się liczba osób, których nie rażą związki nieformalne polityków (o 10 punktów od 1998 roku). Wzrosła też znacznie akceptacja orientacji homoseksualnej (o 27 punktów). Bardziej krytycznie jest natomiast oceniana zdrada małżeńska. Zmniejszyła się liczba Polaków skłonnych tolerować takie zachowanie kandydata na posła lub senatora (spadek o 8 punktów), tamże.

²⁷ Tamże, s. 2–3. Pytanie zadane respondentom w cytowanym badaniu zaczynało się od słów: „Czy poparł(a)by Pan(i) w wyborach do parlamentu polityka, którego kompetencje i umiejętności ocenia Pan(i) wysoko, lecz o którym wie Pan(i), że: (...)”. Widać, więc, że osoby pytane wyraźnie oddzielały kwalifikacje moralne od fachowych.

²⁸ Osoby takie poparłoby odpowiednio 41% i 32% wyborców PiS, tamże, s. 4.

²⁹ Jeśli chodzi o wierność małżeńską polityka, to nie jest ona istotna dla 61% wyborców PO i 58% wyborców SLD, tamże, s. 4.

tolerancja Polaków dla publicznego głoszenia nieprawdy pozwala jednak przypuszczać, że również kłamstwo na temat własnego życia prywatnego nie byłoby akceptowane.

Podsumowanie

Włoski reżyser Vittorio de Sica miał kiedyś stwierdzić, że na oburzenie moralne składają się dwa procent moralności, czterdzieści osiem procent oburzenia i pięćdziesiąt procent zawiści³⁰. Trybunał Europejski przykładą jednak większą wagę do odczuć moralnych członków społeczeństwa. Najkrócej jego postawę można ująć formułą *noblesse oblige*. Zatem każda osoba, która aspiruje do bycia członkiem elity społecznej musi liczyć się z tym, że jej życie prywatne nie będzie chronione przez Trybunał, jeżeli cieszy się reputacją, na którą nie zasługuje. Wystarczy bowiem, by sędziowie strasburscy dopatrzili się nawet niezbyt istotnego interesu publicznego w publikacji, aby orzec o jej dopuszczalności. Tak przecież należy rozumieć konstatację, że wykraczają poza granice ochrony wynikającej z art. 10 konwencji jedy-

nie wypowiedzi, które mają na celu wyłącznie zaspokojenie ciekawości odbiorców. Co więcej, Trybunał dopuścił ograniczenie prywatności także osób prywatnych w zakresie, w jakim ich życie prywatne jest nieodłącznie związane z życiem prywatnym osób publicznych. Stanowisko trudno pogodzić z mało elastyczną redakcją rodzimych regulacji chroniących taką prywatność. Naraża to nasze państwo na przegraną w Strasburgu. Ryzyko nie jest jednak zbyt duże, ponieważ można zaobserwować zmniejszanie się znaczenia instrumentów ochrony prawnej życia prywatnego. Odpowiedzialny jest za to trend związany z celebryzacją polityki i intymizacją przekazu medialnego. Uczestnicy życia politycznego są coraz bardziej świadomi (i równocześnie godzą się na to), że ocenie podlegają również ich zachowania w życiu prywatnym. Rzadko więc sięgają po narzędzia prawne³¹. Wspomniane ryzyko przegraną w Strasburgu dotyczy przede wszystkim publikacji poświęconych innym niż politycy uczestnikom życia publicznego.

³⁰ Por. http://www.lifequoteslib.com/authors/vittorio_de_sica.html [dostęp: 30.07.2014].

³¹ Pierwszą dużą aferą obyczajową dotyczącą świata polityki III RP było ukazanie się książki Małgorzaty Domaros *Pamiętnik Anastazji P.*, w której to książce znalazły się opisy domniemanego pożycia seksualnego autorki z posłami Sejmu pierwszej kadencji, por. http://pl.wikipedia.org/wiki/Marzena_Domaros. Jediną osobą, która zdecydowała się na proces o ochronę dóbr osobistych był wówczas poseł Zjednoczenia Chrześcijańsko-Narodowego Stefan Niesiołowski. W późniejszych latach media donosiły o romansach pozamałżeńskich także innych polityków, m.in. Aleksandra Kwaśniewskiego, Jerzego Buzka i Waldemara Pawlaka. Bohaterowie tych publikacji nie podejmowali jednak działań prawnych. Wyjątkiem był europoseł Solidarnej Polski Jacek Kurski, który wygrał w pierwszej instancji proces przeciwko wydawcy „Faktu”. W ustnym uzasadnieniu wyroku z 13.12.2013 r. (XV C 118/13, orzeczenie zaskarżone) sędzia Sądu Okręgowego w Gdańsku stwierdził, że: „Przyjmując stanowisko pozwanego, należałoby uznać, że w przypadku wszystkich polityków jako osób publicznych, którzy wyznają wartości chrześcijańskie, można publikować wszystkie informacje na temat ich życia intymnego, o ile tylko są sprzeczne z głoszonymi przez nich publicznie poglądami. Z tym sąd się nie zgadza”, por. <http://www.portalpomorza.pl/artukul/30441/fakt-przegral-romans-jacka-kurskiego-z-asystentka>. Zakładając wszakże, że informacja o romansie była prawdziwa, prawdopodobne jest, że TE mógłby uznać racje pozwanej spółki. Pomijając już bowiem poglądy deklarowane przez tego polityka, domniamaną kochanką była jego podwładna z Parlamentu Europejskiego, a sporna publikacja nie skupiała się na życiu prywatnym, lecz na sądowym zakazie rozpowszechniania wspomnianej informacji, który europoseł uzyskał wobec wydawcy tygodnika „Nie”.

Europejski Trybunał Ochrony Praw Człowieka w Strasburgu wobec naruszeń prywatności w mediach. Część 2. Znaczenie stanowiska Trybunału dla debaty publicznej w Polsce

European Court of Human Rights in Strasbourg towards privacy violation in the media. Part 2. Impact of the case law on public debate in Poland

Michał Zaremba

SŁOWA KLUCZOWE

ochrona prywatności; wolność słowa, swoboda ekspresji; debata publiczna; celebrytyzacja polityki; prawo prasowe, prawo mediów; Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności

STRESZCZENIE

W dobie celebrytyzacji życia politycznego oraz intymizacji przekazu medialnego zyskuje na znaczeniu problematyka granic prawnej ochrony prywatności przed naruszeniami ze strony mediów. W pierwszej części artykułu („SM” 2014, nr 2) zostało zaprezentowane stanowisko Trybunału Europejskiego w kwestii wspomnianych granic. W tej części przychylnie mediom orzecznictwo Trybunału zostało zestawione ze znacznie bardziej restrykcyjnymi przepisami krajowymi obowiązującymi w tej materii. Poddano też analizie skutki, jakie podejście tego organu może mieć dla debaty publicznej w Polsce. Przede wszystkim zwrócono uwagę na fakt, że ułatwia ono obywatelom formułowanie ocen na temat postaw moralnych osób publicznych, w tym zwłaszcza polityków.

KEY WORDS

privacy; freedom of speech, freedom of expression; public debate; celebritytization of politics; press law, media law; the Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms

ABSTRACT

In the era of the celebritytization of political life and the so-called intimization of media content issue of the boundaries of legal protection against violations of privacy by the media is becoming increasingly important. In the first part of this article („SM” 2014, nr 2), the position of the European Court of Human Rights in the matters mentioned above is presented. In this part the favorable media Court’s position has been contrasted with much more restrictive relevant national rules. The possible effects of the Court’s approach on the public debate in Poland are analyzed. Attention has been drawn to the fact that this approach makes it easier for citizens to formulate judgments about moral attitudes of public figures, especially politicians.

Obowiązek zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych a profesjonalizm dziennikarski

Marek Chyliński

Konstytuując prawo do informacji, ustawodawca zobowiązał prasę do „prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk” (art. 6 ust. 1 prawa prasowego, dalej pp), a dziennikarzy – do zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzenia zgodności z prawdą uzyskanych wiadomości lub podania ich źródła (art. 12. ust. 1 pp). Wymóg staranności i rzetelności oznacza, że dziennikarz winien dołożyć wszelkich możliwych starań w dążeniu do prawdziwego przedstawiania zdarzeń i zjawisk, a w odniesieniu do krytyki prasowej uzyskać i przekazać informację prawdziwą, co do faktów i dokonać adekwatnych do nich ocen. Jednak pomimo że ustawodawca zobowiązał prasę do prawdziwego przedstawiania zjawisk, to określając obowiązki dziennikarza, nie postanowił, że obowiązkiem dziennikarza jest prawdziwe przedstawianie zjawisk. Obowiązki dziennikarza zostały zatem określone jasno przez wskazanie zasad jego działania (szczególna rzetelność i staranność), a nie rezultatu tego działania

(prawdziwe przedstawienie zjawisk). Ta dychotomia częściowo zanika, gdy zostanie uwzględniona podmiotowa definicja prasy, lecz mimo to winna wzbudzać wyjątkowe zainteresowanie, gdyż jeden z jej warunków mówi wprost o obowiązku przekazywania prawdy, a drugi postuluje „szczególną staranności i rzetelność” w dążeniu do jej osiągnięcia. W przedstawianym artykule podjęto analizę tego zagadnienia z punktu widzenia norm profesji dziennikarskiej. Problem wydaje się być szczególnie aktualny, gdyż coraz częściej to sądy, a nie wspomniane normy, wyznaczają poziom i kryteria oczekiwanej staranności i rzetelności dziennikarskiej.

Wykładnia prawna słusznie wskazuje, że właściwa ocena publikacji dziennikarskich możliwa jest jedynie wówczas, gdy analizuje się nie tylko samą publikację, ale także całokształt postępowania dziennikarza związany z pozyskiwaniem i wykorzystywaniem materiałów prasowych. O ile problematyka dziennikarskiej staranności i rzetelności zyskała bogatą literaturę, zwłaszcza w kontekście cywilnoprawnej odpowiedzialności prasy

za naruszenie dóbr osobistych¹, o tyle wciąż brakuje wystarczających odniesień tematyki szczególnej staranności i rzetelności do norm profesjonalnych dziennikarstwa. Niewątpliwie tworzenie i konkretyzowanie wzorców staranności i rzetelności jest działaniem trudniejszym od oceny rezultatu działania dziennikarza. Tymczasem dopiero zestawienie zasad praktyki zawodowej i redakcyjnej, zbadanie środków działania i osiągania celów, analiza epistemologiczna (np. czy publikacja ukierunkowana jest na służbę publiczną), umożliwi ustalenie wzorca pożądanych zachowań dziennikarzy, respektującego przepisy prawa, standardy jakości przekazu, takie jak transparentność, obiektywizm, zróżnicowanie źródeł, wierność faktom, wyważenie, wreszcie – uwzględniającego zasady etyki zawodowej. Nie można zaakceptować sytuacji, w której, gdy pojawiają się rozbieżności pomiędzy prawną oceną efektów pracy dziennikarskiej, normy „szczególnej staranności” tworzone są *ad hoc*, bez uwzględniania szerszych odniesień do profesjonalizmu, kultury i ideologii zawodowej dziennikarzy. Judykatura winna bowiem wspierać autonomię dziennikarzy i mediów w kształtowaniu zawartości przekazów, zgodnie z przyjętą etyką i wartościami. Nie ma wątpliwości, że taka była intencja uchwały podjętej w powiększonym składzie siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z 18 lutego 2005 r. (sygn. III CZP 53/04), w której rozstrzygnięto fundamentalną dla ludzi mediów kwestię, „czy postawienie nieprawdziwego zarzutu w publikacji prasowej może być uznane za bezprawne naruszenie dóbr osobistych, jeżeli dziennikarz zachował należytą staranność

i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych (art. 12 ust. 1 pkt. 1 pp)”?. Uchwała była konsekwencją głośnej sprawy sądowej, jaką po publikacji w sierpniu 1997 roku w dzienniku ogólnopolskim „Życie” i w regionalnej gazecie „Dziennik Bałtycki” artykułów zatytułowanych *Wakacje z agentem*, opisujących rzekome spotkania Prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego z rosyjskim agentem Władimirem Ałganowem, Kwaśniewski wytoczył powództwo przeciwko autorom, redaktorom naczelnym i wydawcom obu tytułów. Sądy pierwszej i drugiej instancji uwzględniły w części żądania pozwu, nakazując przeproszenie Kwaśniewskiego, natomiast oddaliły żądanie zasądzenia zadośćuczynienia. Od niekorzystnego postanowienia kasację wnieśli pozwani i Sąd Najwyższy, wyrokiem z dnia 14 maja 2003 w sprawie (sygn. I CKN 463/01), uwzględnił kasację, a jednocześnie sformułował pogląd, zgodnie z którym, w przypadku dochowania przez pozwanych dziennikarzy zasad szczególnej staranności i rzetelności, nie ponoszą oni odpowiedzialności za podanie nieprawdziwych informacji. Ponieważ wyrok stał w wyraźnej sprzeczności z dotychczasową linią orzecznictwa Sądu Najwyższego, zgodnie z którą niezależnie od zachowania rzetelności i staranności dziennikarza ponosili odpowiedzialność za napisanie nieprawdy, Pierwszy Prezes Sądu Najwyższego sformułował pytanie prawne o wskazanie podstaw odpowiedzialności dziennikarzy, które skierował do poszerzonego składu SN. Uznając, że jeśli dziennikarz zachowa szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych,

¹ Należy tu wymienić przede wszystkim prace: B. Michalski, *Podstawowe problemy prawa prasowego*, Warszawa 1998; J. Sobczak, *Ustawa prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008; *Prawo prasowe. Komentarz*, red. B. Kosmus, G. Kuczyński, Warszawa 2013; E. Ferenc-Szydelko, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2013; I. Dobosz, *Wykonywanie zawodu dziennikarza a ochrona dóbr osobistych* [w:] „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, *Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej* 1977, z. 11; J. Kamienicki, *Odpowiedzialność prasy za naruszenie dóbr osobistych*, „Państwo i Prawo” 1984, z. 1; M. Sośniak, *Należyta staranność*, Katowice 1980.

to nie odpowiada za naruszenie dóbr osobistych – czci, dobrego imienia, godności, a także nie może zostać pociągnięty do odpowiedzialności karnej za zniesławienie wskutek podania nieprawdziwych informacji, Sąd Najwyższy podkreślił, że działanie dziennikarza musi być podjęte w obronie uzasadnionego interesu społecznego².

Wykładnia SN stała się punktem wyjścia dla kształtowania nowej linii orzecznictwa sądów w sprawach prasowych, lecz – co ważniejsze – przyczyniła się do przewartościowania zagrożeń związanych z odpowiedzialnością prasy za publikacje. Dziennikarze otrzymali ważny oręż wzmacniający ich wolność, niezależność i autonomię. Nie ulega jednak wątpliwości, że logika demokracji i logika mediów winny wykluczać sytuację, że judykatura wyręcza czy wręcz zastępuje środowisko dziennikarskie w formułowaniu norm zawodowych, wśród których naczelne znaczenie, oprócz omawianej zasady staranności, powinna mieć i ta, że jeśli zarzut okaże się nieprawdziwy, musi zostać odwołany. Przypadek Kwaśniewski kontra „Życie”, oprócz tego, że posłużył do sformułowania wykładni prawnej, wedle której sam fakt nieprawdziwego przedstawienia zjawisk nie stanowi podstawy do stwierdzenia naruszenia przez dziennikarza jego obowiązków, dobrze ilustruje szerszy problem staranności adekwatnej do powagi tematu, jaka powinna towarzyszyć dokumentowaniu, opracowywaniu, weryfikowaniu i selekcjonowaniu danych i informacji.

W orzecznictwie podkreśla się, że „jeżeli autor reportażu relacjonuje zaistniałe wydarzenie w sposób niezgodny z jego rzeczywistym przebiegiem i przypisuje uczestnikowi tego

wydarzenia nieprawdziwe cechy, postępuje nierzetelnie w rozumieniu art. 12 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. pp (Dz.U. Nr 5 poz. 24), tym bardziej, gdy pomawia osoby o niewłaściwe postępowanie”, co może być także uzasadnieniem pozwu o zakaz publikacji, jako środka zabezpieczenia roszczeń w sprawach przeciwko środkom masowego przekazu o ochronę dóbr osobistych³.

Pojęcie staranności, czyli działania, które świadczy o tym, że ktoś zrobił wszystko, aby wykonać swoje zadanie jak najlepiej, jest ujęte w kodeksie cywilnym, który nakłada obowiązek dochowania staranności ogólnie wymaganej w stosunkach prywatnych czy zawodowych. Niemniej należy ono do pojęć trudno definiovalnych, choć jak wskazuje doktryna, można je wiązać z dokładnością, pilnością, sumiennością, troskliwością, gorliwością, dbałością o szczegóły oraz wykorzystaniem niezbędnej wiedzy, umiejętności i doświadczenia do wykonania określonego zobowiązania. Natomiast pod pojęciem rzetelności należy rozumieć uczciwość, solidność, obowiązkowość, konkretność, odpowiedzialność za słowo⁴.

Używając w art. 12 ust. 1 pkt. 1 pp określenia „szczególna staranność”, ustawodawca domagał się od dziennikarza staranności wyjątkowej, specjalnej, nieprzeciętnej, a więc większej od tej, która jest normalnie oczekiwana w obrocie cywilnoprawnym. Wymóg szczególnej staranności, jak podkreśla B. Michalski, ma charakter kierunkowy, gdyż odnosi się głównie do poszukiwania prawdy wymaganej w art. 6 ust. 1 pp⁵ (prawdziwego przedstawiania osób i zjawisk). Oznacza to, że zebrane informacje muszą wiernie odzwierciedlać rzeczywistość i nie mogą

² Zob. glosy do Uchwały Sądu Najwyższego z 18 lutego 2005 r.; Z. Radwański, III CZP 53/04 [w:] OSP 2005, nr 9; J. Sieńczyło-Chlabicz, „Państwo i Prawo” 2005, nr 7.

³ M. Jaślikowski, *Zakaz publikacji jako środek zabezpieczenia roszczeń w sprawach przeciwko środkom masowego przekazu o ochronę dóbr osobistych*, Instytut Wymiaru Sprawiedliwości, Warszawa 2012, s. 47–59.

⁴ J. Sobczak, *Ustawa prawo prasowe...*, dz. cyt., s. 153.

⁵ B. Michalski, *Podstawowe problemy...*, dz. cyt., 80.

być przedstawione w sposób mogący wpłynąć na zmianę percepcji odbiorcy (zakaz manipulacji). Zatem staranność i rzetelność pracy dziennikarza, zarówno na etapie zbierania informacji, jak i ich opracowywania, powinna się przejawiać przede wszystkim przez dotarcie do wszystkich możliwych źródeł osobowych i dokumentalnych, zgromadzenie różnych, często sprzecznych ze sobą wypowiedzi, wersji, źródeł, a następnie dopuszczenie do ich konfrontacji. Z kolei zasięgnięcie opinii niezależnego specjalisty wykluczy subiektywizm wniosków i pozwoli na krytyczną weryfikację własnych spostrzeżeń. Zbieranie materiałów – jako pierwszy i podstawowy etap dziennikarskiego działania – determinuje jakość kolejnych etapów procesu tworzenia zawartości mediów. Natomiast w kolejnym etapie pracy dziennikarskiej – tj. publikacji – należy pamiętać, że wiążącą decyzję o wartości i wykorzystaniu zebranych materiałów podejmuje nie autor opracowania, lecz redaktor (redaktor naczelny). W praktyce pełna realizacja obowiązku zachowania należytej staranności wiąże się z trudnościami wynikającymi nie tylko z formy i gatunku dziennikarskiej publikacji, ale również z presji czasu. Inne jest tempo pracy i zakres weryfikacji w tygodniku, inne w dzienniku, a zgoła odmienne warunki towarzyszą publikacji internetowej. Stąd zaskakujący wniosek, że w realiach polskich mediów głośne porażki są udziałem zarówno poważnych tygodników, dzienników, jak i serwisów internetowych. Pośpiech, nieuzasadnione przekonanie o sile dowodowej zebranych materiałów, emocjonalny stosunek do opisywanej sprawy są przyczyną błędów. Niezwykle istotną wskazówkę z punktu widzenia dziennikarskiego *researchu* zawarł w swoim wyroku z 24 stycznia 2008 r. Sąd Najwyższy (sygn. I CSK 338/07). Interpretując art. 12 ust. 1 pkt 1 pp Sąd Najwyższy uznał, że autor artykułu narusza zasadę rzetelności, jeżeli opiera się tylko na dokumentach urzędowych, a nie dąży do kontaktu z krytykowaną osobą (choć prawo prasowe tego nie nakazuje – przyp. M.C.).

Sędziowie uznali, że dziennikarz ma co do zasady obowiązek zwrócić się do osoby, o której chce krytycznie pisać, o zajęcie stanowiska. Orzeczenie SN to wynik długotrwałej sprawy sądowej, którą zapoczątkowało ukazanie się w gazecie „Czas Warszawy” kilku tekstów, w których postawiono menedżerowi Andrzejowi R. m.in. zarzuty niegospodarności i działania na szkodę spółki, którą kierował. Andrzej R., uznając, że został pokrzywdzony niesprawiedliwymi ocenami, skierował powództwo do sądu, który stwierdził, że autorzy tekstów, opierając je niemal wyłącznie na protokołach z kontroli skarbowej i kontroli NIK (zakwestionowanych przez Wojewódzki Sąd Administracyjny), nie poparli wystarczającymi dowodami własnych twierdzeń, oskarżeń i sformułowań naruszających dobre imię, cześć i godność Andrzeja R. jako menedżera i uczciwego człowieka. Wskutek apelacji wydawcy wspomnianego pisma, sąd II instancji zmienił wyrok i oddalił w całości żądania byłego zarządcy. Z kolei Andrzej R. wniósł skargę kasacyjną, a Sąd Najwyższy uchylił wyrok i przekazał sprawę do ponownego rozpoznania, uznając, że nakazana w prawie prasowym szczególna staranność i rzetelność wymagają, by dziennikarz zwrócił się do osoby, o której chce pisać.

Przywołaną publikację w świetle ustaleń i orzeczeń sądowych należy uznać za typowy przykład dziennikarskiej niestaranności i nierzetelności zawodowej, a być może – także zamierzonego i świadomego działania zniekształcającego opisywaną rzeczywistość. Dobierając tendencyjnie źródła, unikając kontaktu z zainteresowaną osobą, dziennikarze w sposób jednostronny kształtowali reakcje i stosunek odbiorcy do opisywanej sprawy.

Jak zauważył Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 6 lipca 2005 r. (ACa 1233/04), nie jest rzetelnym wykorzystaniem materiału prasowego zestawianie (nawet prawdziwych) informacji, w taki sposób, że wywołują one mylny lub zgoła fałszywy obraz rzeczywistości, błędne wyobrażenia lub krzywdzące osądy.

Takie zestawienie, jeżeli zostało podjęte świadomie i celowo, może być potraktowane jako dziennikarska manipulacja. Zarzut dezinformacji bądź manipulacji pada szczególnie często w przypadkach naruszenia dóbr osobistych osób, których dotyczy publikacja.

Ważne i użyteczne w odpowiedzi na pytanie o bezprawność, a tym samym odpowiedzialność karną za podnoszenie prawdziwych zarzutów, jest orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z 12 maja 2008 roku, który badał skargę konstytucyjną Mariana Maciejewskiego, redaktora jednej z gazet, dotyczącą ograniczenia wolności słowa, przestępstwa zniesławienia oraz jego kontratypu. Zdaniem Trybunału, zgodne z Konstytucją jest wyłączenie odpowiedzialności karnej za publiczne podnoszenie lub rozgłaszanie zarzutu zniesławiającego jedynie wtedy, gdy zostaną spełnione wskazane wcześniej warunki – prawdziwość i społecznie uzasadniony interes. Zdaniem Trybunału, ustawodawca za szczególnie cenne i wymagające ochrony uznał informacje odpowiadające rzeczywistości oraz prawo jednostki do wyeliminowania z publicznego obiegu wszelkich nieprawdziwych informacji na jej temat. Próbuąc przełożyć orzeczenie Trybunału na język zawodowych powinności dziennikarzy, należy stwierdzić, że każdy autor, dokonując ujemnej oceny, musi opierać się na niepodlegających wątpliwościom faktach, a dobierając argumenty, musi kierować się zawodowymi i etycznymi kwalifikacjami – przede wszystkim niezależnością, bezstronnością, racjonalnością, równowagą decyzji podejmowanych w czasie zbierania i wykorzystywania materiałów prasowych. W przeciwnym wypadku

będziemy mieli do czynienia nie tylko z możliwością naruszenia prawa, ale również z deprofesjonalizacją, której skutkiem jest niższa jakość oferty medialnej, a także ze stroniczością, a więc dwiema cechami wyznaczającymi charakter systemu medialnego.

Normy profesji i kultura dziennikarska a samoregulacja mediów

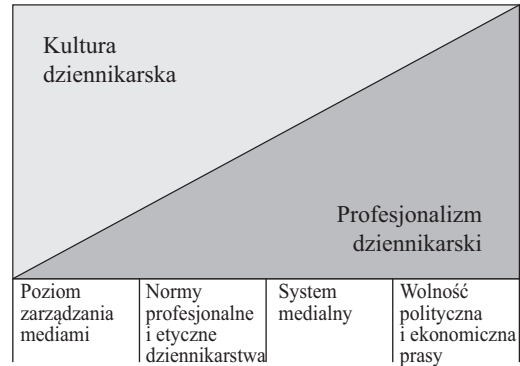
Pojęcie profesjonalizmu dziennikarskiego nie jest łatwe do zdefiniowania. Składają się bowiem na nie nie tylko kwalifikacje wymagające długotrwałego przygotowania (w tym akademickiego), ale także dłuższego stażu zawodowego. Wywodzące się z paradygmatu funkcjonalistycznego założenie, że profesje powstają, by zaspokajać określone potrzeby zbiorowości oraz gwarantować wysoki standard usług w odniesieniu do złożoności funkcji dziennikarstwa, nabiera nowego wymiaru. Należy bowiem wziąć pod uwagę zarówno relacje dziennikarstwa z polityką (władzą), relacje z odbiorcami (służba publiczna), jak i respektowanie uniwersalnych wartości społecznych⁶. Ze względu na temat tego artykułu skupimy się głównie na warsztatowych elementach profesjonalizmu, a zwłaszcza potrzebie oparcia przekazu na faktach i obiektywizmie. Wedle koncepcji Daniela C. Hallina i Paola Manciniego, autorów fundamentalnych studiów i analizy porównawczej systemów medialnych, na profesjonalizm mediów składają się: autonomia zawodowa, normy profesji i służba publiczna⁷. Cechy takiego przekazu można osiągnąć, wyłącznie dysponując nienagannym warszatem zawodowym, w którym *research* jest fundamentem

⁶ Pionierskie badania profesjonalizmu dziennikarskiego w Polsce przeprowadziła w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku prof. Jane Curry, obecnie związana z kalifornijskim uniwersytetem w Santa Clara. Podczas konferencji pt. „Zmiana w dziennikarstwie. Profesjonalizm i kultura dziennikarska w Polsce”, zorganizowanej na Uniwersytecie Warszawskim 5 grudnia 2012 r., Curry przypomniała główne ustalenia tych badań.

⁷ D. Hallin, P. Mancini, *Comparing media systems: Three models of media and politics*, Cambridge 2004, s. 35–38.

rzetelności i prawdziwości słów i obrazów, instrumentem umożliwiającym wiernie odtworzenie przebiegu zdarzeń, zgodności faktów.

Warto zwrócić uwagę, że autorzy odnoszą się przedmiotowo do „profesjonalizmu mediów”, a nie podmiotowo do „profesjonalizmu dziennikarzy” oraz „profesjonalizmu właścicieli mediów, nadawców i wydawców”. Takie podejście wydaje się uzasadnione głównie tym, że o zawartości mediów, czyli ofercie medialnej, nie decydują samodzielnie ani dziennikarze, ani wydawcy, gdyż powstaje ona w wyniku porozumienia i współdziałania pomiędzy tymi środowiskami. Natomiast szczególnie istotna jest niezależność polityczna i ekonomiczna dziennikarstwa polegająca przede wszystkim na zdolności do samostanowienia w kwestiach wyboru i sposobu prezentacji tematów w oparciu o własną deontologię oraz potrzeby odbiorcy, czyli etykę służby publicznej. Bogusława Dobek-Ostrowska, przytaczając spostrzeżenie Hallina i Manciniego twierdzących, że rozszerzeniem profesjonalizmu jest kultura zawodowa dziennikarzy, analizuje elementy tworzące jakość tej kultury. Dla badaczy takich jak Thomas Hanitzsch, David Croteau i William Hoynes istotny jest stopień urynkowania mediów i nastawienie na zysk⁸. Jednakże oprócz czynników instytucjonalnych i ideologicznych (poziom ingerencji w procesy polityczne, stosunek do władzy) równie ważna jest rzetelność, uczciwość, bezstronność przekazu, które tworzą środki działania, czyli warsztat dziennikarski. Ponieważ jakość dziennikarskich przekazów jest uznawana za jedną z najważniejszych cech kultury zawodowej dziennikarzy, wskazanie możliwie wielu składających się na tę jakość elementów stanowi oś rozważań będących przedmiotem tego artykułu (rys. 1).



Rys. 1. Kultura dziennikarska a profesjonalizm dziennikarski

Źródło: Opracowanie własne.

Wśród czynników determinujących kulturę zawodową dziennikarzy i ich profesjonalizm (rys. 1.) wskazano normy etyczne i zawodowe. To właśnie te czynniki stanowią podstawę systemu samoregulacji mediów i dziennikarstwa w krajach, w których panuje wolność słowa i wolność prasy. Zarówno w systemach prawa stanowionego (*statutory law*), jak i opartego na normach zwyczajowych (*common law*), państwo dopuszcza w niektórych sferach życia społecznego istnienie samoregulacji. Systemy samoregulacji mają wspierać i uzupełniać władzę sądowniczą, a ich działania i werdykty, choć pozbawione sankcji prawnych, zmierzają do zwiększenia dyscypliny i przestrzegania jednolitych zasad, które nie są uregulowane w prawie. W krajach skandynawskich samoregulacja mediów, będąca efektem działań niezależnych organizacji wspieranych przez same media, ma długą tradycję. Te organy (*Press Councils*) zajmują się przede wszystkim rozpatrywaniem skarg i zażaleń odbiorców na działania dziennikarzy⁹. Jeżeli zostanie

⁸ Zob. B. Dobek-Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011, s. 23–27.

⁹ L. Kirchner, *Self-regulation done right. How Scandinavia's press councils keep the media accountable*, http://www.cjr.org/the_news_frontier/self-regulation_done_right.php?page=all [dostęp: 12.06.2013]; tegoż, *Seven lessons Scandinavian media can teach us*, http://www.cjr.org/behind_the_news/seven_lessons_scandinavian_med.php?page=all [dostęp: 12.06.2013].

stwierdzone naruszenie zasad etycznych lub profesjonalnych, na redakcje i wydawców mogą zostać nałożone kary finansowe.

Zawodowa staranność właściwa w *researchu* dziennikarskim

Wprowadzając w art. 12 ust 1 pkt 1 pp kategorię „szczególnej staranności”, ustawodawca zaniechał jej definiowania. W literaturze spotyka się natomiast pięciostopniowy podział rodzajów staranności¹⁰, a „staranność szczególna” jest usytuowana na czwartym miejscu tej hierarchii. Stąd wniosek, że ustawodawca sformułował pod adresem dziennikarzy ważki postulat staranności wyjątkowej, specjalnej, nieprzeciętnej, wiążącej się z dziennikarskimi procesami pracy. Naturalnym celem tej normy w odniesieniu do dziennikarstwa jest szacunek dla prawdy, a tym samym – prawa obywateli do rzetelnej informacji. Oznacza to, że dziennikarz winien dochować najwyższych standardów jakości i norm zawodowych, wyższych od tych, które są oczekiwane w obrocie cywilnoprawnym, aby można było dowód prawdy zastąpić dowodem dobrej wiary. Nie spełnia warunków szczególnej staranności dziennikarz który:

- stawia poważne zarzuty, opierając się na nieprawdziwych, wątpliwych, niezweryfikowanych, jednostronnych materiałach;
- nie podejmuje próby zdobycia wypowiedzi drugiej strony, stanowisk uzupełniających;
- nie bierze pod uwagę istotnych szczegółów sprawy lub pomija je, przygotowuje lub odpowiednio selekcjonuje informacje, używa terminów wieloznacznych;
- manipuluje danymi.

Wieloletnia praktyka dziennikarska, redaktorska i wydawnicza pozwala autorowi tego

opracowania przyjąć, że materiał dziennikarski będzie zebrany w sposób rzetelny, jeżeli:

- poprzedzi go staranny i wszechstronny *research*, pozwalający na opisanie wszystkich wątków sprawy;
- autor dotrze lub podejmie próbę dotarcia do wszelkich dostępnych źródeł informacji;
- materiały będą zebrane i uporządkowane w postaci oryginalnych dokumentów, ich kopii, duplikatów, odpisów, rękopisów, protokołów wypowiedzi, wyjaśnień, zeznań, fotografii, dokumentów audialnych, taśm i płyt dźwiękowych, filmów, plików, dokumentów cyfrowych (binarnych) itp.;
- fakty będące podstawą ustaleń reportera zostaną zaopatrzone w środki uwierzytelniające i uprawdopodobniające okoliczności sprawy;
- w sprawie zabiorą głos przynajmniej dwie strony, a ich wypowiedzi nie zostaną skrócone czy przeredagowane w sposób naruszający ich wymowę;
- fakty zostaną wyraźnie oddzielone od ocen i elementów wartościujących, aby całość nie sprawiała wrażenia, że autor miesza oceny z faktami, a odbiorca nie potrafi odróżnić jednych od drugich¹¹.

Dodatkowymi kryteriami, które są pomocne w analizie staranności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów, jest ocena konsekwencji, jakie mogą pociągnąć lub pociągnęły za sobą wcześniejsze dziennikarskie publikacje, czyli odpowiedzialności za słowo.

Ponieważ rzetelność nie tylko w odniesieniu do dziennikarstwa można definiować za pomocą kryteriów jakościowych, takich jak dokładność, rzeczowość, konkretność, uczciwość, obiektywizm, odpowiedzialność za słowo, to cechy te są szczególnie istotne podczas poszukiwania i gromadzenia materiałów do publikacji.

¹⁰ M. Sośniak, *Cywilnoprawna ocena staranności zawodowej*, „Nowe Prawo” 1980, nr 2, s. 23; tenże: *Należyta staranność*, Katowice 1980, s. 178–179 i 187–197.

¹¹ Zob. M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Warszawa 2008, s. 311–312.

Na etapie wykorzystania zgromadzonych materiałów istotne jest przede wszystkim wszechstronne, a nie selektywne przekazanie informacji, przedstawienie wszystkich okoliczności i niedziałanie „pod z góry założoną tezę”, a także rozważenie powagi zarzutu, znaczenia informacji z punktu widzenia usprawiedliwionego zainteresowania społeczeństwa oraz potrzeby (pilności) publikacji.

Im większa staranność i rzetelność w gromadzeniu materiałów, faktów, dowodów, które mają doprowadzić do zobiektywizowanej wiedzy; im więcej zróżnicowanych źródeł, konfrontacji faktów i opinii; krytycznej analizy i weryfikacji własnych spostrzeżeń, tym pełniejsze będzie dopełnienie obowiązków ujętych w prawie prasowym. Procedury składające się na te działania autor nazywa testem koherencji, polegającym w uproszczeniu na wykluczeniu wersji znajdującej potwierdzenie tylko w jednym źródle, bez skonfrontowania z innymi źródłami i bez wykorzystania wiedzy eksperckiej. Prawda musi mieć charakter obiektywny, a dane nie mogą być przedstawione w sposób mogący wpłynąć na zmianę odbioru przez manipulację lub dezinformację, fragmentaryczność informacji, nadmierne przemieszanie relacji z własnymi emocjami itp. Dziennikarz wobec powyższego ma obowiązek wykonania wszystkich możliwych działań wymagających specjalistycznych kwalifikacji zawodowych związanych z dochodzeniem do prawdziwego przedstawienia zjawisk w sposób dokładny i sumienny, odznaczający się krytycyzmem i dbałością o detale. Powyższe czynności z reguły odnoszą się do stanu faktycznego, prawnego oraz formy opracowania. Profesjonalizm inspiruje do intensywnej pracy, wierności faktom, do sprawdzania wszelkich okoliczności zdarzenia. Natomiast w wielu materiałach widać niesolidność, zaniedbania, pobieżność, poleganie

na własnych opiniach i sądach, często bez pokrycia, co cechuje deprofesjonalizację i niską kulturę zawodową. Z troski o wiarygodność przekazu, a więc *de facto* zaufanie odbiorców, narodziło się dziennikarstwo precyzyjne (*precision journalism*) polegające na zastosowaniu w pracy dziennikarskiej metod naukowych, i to przede wszystkim na etapie gromadzenia materiałów, doboru i wykorzystania źródeł, metod analizy i weryfikacji zebranych danych, sposobów selekcji informacji. Ten typ dziennikarstwa, którego propagatorem jest amerykański medioznawca Philip Meyer, jest nazywany także dziennikarstwem naukowym (*scientific journalism*) z racji wykorzystania metodologii nauk historycznych, socjologicznych i psychologicznych. Naukowe podejście charakteryzuje także prasoznawców niemieckich, z profesorem dziennikarstwa i teoretykiem *researchu* Michaelem Hallerem na czele¹².

Każde badanie jest procesem, którego istotą jest wyciąganie ogólnych wniosków na podstawie zebranych informacji. Badanie metodyczne oparte na podstawach naukowych charakteryzuje się jednak tym, że obserwacje cechuje identyczna procedura, identyczne standardy, stosowane niezależnie od tematyki czy obszaru badań. Istotna jest także liczba obserwacji i procedury ich weryfikacji oparte na logice. Podobnie jak w przypadku badań naukowych, wyniki *researchu* dziennikarskiego muszą podlegać otwartej publicznej ocenie. Oznacza to, że ujawniając wyniki własnych dociekań w publikacji, godzimy się na ich weryfikację w dowolnym miejscu i czasie przez innych badaczy, innych dziennikarzy czy odbiorców przekazywanych treści. Tak jak dobre dziennikarstwo jest formą kultury masowej, tak dobry *research* jest *conditio sine qua non* profesjonalizmu w mediach.

Z punktu widzenia refleksji akademicko-naukowej, poszukiwanie, pozyskiwanie

¹² Zob. M. Haller, *Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten*, Konstanz 2000.

i dokumentacja materiałów dziennikarskich kojarzą się z działalnością bardzo praktyczną, wręcz rzemieślniczą, która nie jest decydującym elementem jakości mediów oraz ich profesjonalizmu. Niniejszy artykuł opiera się natomiast na przekonaniu, że poszukiwanie i dokumentowanie materiałów winno być traktowane nie tylko jako podstawowy obszar kultury zawodowej, lecz również odpowiedzialności społecznej dziennikarzy i wyraz szacunku dla odbiorcy, czyli właśnie szczególnej staranności przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych. Ten szacunek przejawia się w kilku powszechnie akceptowanych normach profesjonalnych i etycznych, takich jak dążenie do prawdy; świadomość, że informacji, fotografii i danych nie wolno zdobywać w sposób nieuczciwy; że należy dotrzymywać zasady poufności i tajemnicy źródeł; świadomość odpowiedzialności za publikowanie nieuzasadnionych twierdzeń i oskarżeń oraz ferowanie wyroków na osobach podejrzanych i oskarżonych przed rozstrzygnięciem sądowym. Gdy w toku zbierania materiałów okaże się, że tezy lub przypuszczenia dziennikarza nie znajdują odzwierciedlenia w dowodach i ustaleniach faktycznych, więc wycofa się ze swoich twierdzeń lub podejmie nowe tropy, będzie to sygnał o poziomie jego profesjonalizmu. Ponadto dziennikarz już w fazie *researchu* powinien zróżnicować stopień staranności, w zależności od:

- wiarygodności źródła informacji
- pilności informacji
- rodzaju materiału prasowego.

Najniższym jej stopniem jest staranność „zwykła”, opierająca się na życiowym doświadczeniu, umiejętności wyciągania wniosków, prostej analizy. Kolejną jest staranność „niezbędna”, która polega na wykonywaniu

czynności pracowniczych i zawodowych w oparciu o nabytą wiedzę i umiejętności niezbędne na konkretnym stanowisku.

Staranność „należyta” oznacza wykonywanie wszystkich typowych czynności zgodnie z wyższymi umiejętnościami i kwalifikacjami. Przedostatnim w hierarchii kwalifikowania stopni staranności jest staranność „szczególna”, dla dopełnienia której niezbędne są wysokie kwalifikacje zawodowe. Staranność „najwyższa” obowiązuje przy bardzo wysokich kwalifikacjach zawodowych i uwzględnia wszystkie, nawet hipotetyczne zagrożenia lub trudności.

Źródła informacji a profesjonalizm dziennikarski

W sierpniu 2013 roku na stronach internetowych polskiej edycji „Newsweeka” znalazła się nieprawdziwa informacja o dymisji ministra finansów Jacka Rostowskiego¹³. Redakcja powołała się na dwa niezależne źródła i przypomniała, że spekulacje o tym, że premier Tusk może zdymisjonować ministra przy okazji zapowiadanej na jesień rekonstrukcji rządu, pojawiły się już od kilku dni. Późnym wieczorem informację „Newsweeka” podchwyciły inne media, m.in. serwisy Rp.pl i Fakty.interia.pl. Szczególnie dużo miejsca poświęciła jej TVP Info w programie *Dziennik Info*. Przez pół godziny prowadzący pytali politologów i ekonomistów o konsekwencje dymisji Rostowskiego (!). Po zdementowaniu plotki ośmieszona TVP oświadczyła, że jej dziennikarze powołali się na dwa źródła: agencję Reutersa, na którą powoływał się „Newsweek” i na sam tygodnik, mieli więc działać zgodnie z zasadami sztuki dziennikarskiej. To oczywisty absurd, jako że jakiegokolwiek wątpliwości co do wiarygodności informacji powinny skutkować dodatkowymi

¹³ Rostowski podał się do dymisji. Tusk demantuje na Twitterze, „Gazeta.pl”, http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14468005,_Newsweek__Rostowski_podal_sie_do_dymisji__Tusk_dementuje.html [dostęp: 27.09.2013].

działaniami ze strony dziennikarza, w celu wszechstronnego zweryfikowania informacji. Podkreślić należy, że niedochowanie obowiązku szczególnej staranności w świetle przedstawionej powyżej wykładni prawa nie mogłoby skutkować potraktowaniem działania dziennikarza jako kontraktu wyłączającego bezprawność naruszenia dóbr osobistych przez publikację w mediach, a osoba pokrzywdzona publikacją mogłaby dochodzić swoich praw na drodze cywilnej.

Przytoczony wcześniej przykład serwisu „Newsweeka” pokazuje tymczasem, że w dzisiejszej, coraz bardziej złożonej, wielobiegowej i stechnicyzowanej rzeczywistości odkrywanie i weryfikowanie prawdy jest znacznie trudniejsze niż kiedyś, a pokusa łatwych rozwiązań, powodowana stałą dostępnością sieci komputerowej i szybkich wyszukiwarek, w warunkach rosnącej konkurencji mediów staje się coraz większa. Dziennikarstwo wysokiej jakości musi szukać zabezpieczeń przed błędami. Profesjonalny, oparty na naukowych zasadach *research*, prowadzony zgodnie z prawem i etyką, jest najlepszym z nich. Obserwując rodzime media, można odnieść wrażenie, że sami dziennikarze nie zauważają problemu braku kwalifikacji w pozyskiwaniu informacji, co gorsza – towarzyszy temu zanikająca pasja poznawania, ustępując miejsca pasji publikowania! Dziennikarze koncentrują się na środkach przekazu i formach prezentacji bardziej niż na samym przekazie, czemu sprzyja powolny zanik kultury typograficznej, nagminna wizualizacja i przetwarzanie danych i informacji na obraz. Postmodernistyczne utożsamianie mądrości z wiedzą, a wiedzy z informacją w przypadku dziennikarstwa może prowadzić na manowce. Efektem są publikacje powierzchowne, zawierające fakty medialne, pozbawione wielowymiarowości, kontekstów, całej złożoności rzeczywistości.

Skutkiem niedoskonałości warsztatowych są fatalne błędy i pomyłki rzutujące na kulturę dziennikarską i poziom mediów.

Jako że przy zbieraniu materiałów największe znaczenie ma rodzaj i rzetelność źródła informacji (dziennikarz nie powinien opierać się na źródle, którego obiektywizm lub wiarygodność budzi wątpliwości), sprawdzenie zgodności z prawdą uzyskanych informacji, przez sięgnięcie do wszystkich innych dostępnych źródeł i upewnienie się co do zgodności informacji z innymi znanymi faktami, a także umożliwienie osobie zainteresowanej ustosunkowania się do uzyskanych informacji, jest traktowane jako standardowa praktyka profesji. Profesjonalista ocenia źródła pod kątem trzech zasadniczych kryteriów: dostępności, różnorodności oraz poziomu wiedzy. Wiarygodność informatora najłatwiej ocenić (przetestować), zadając mu pytania, na które znamy odpowiedź¹⁴. Zauważmy, że zawarty w prawie prasowym i adresowany do dziennikarzy zwrot „podać ich źródło” jest częścią drugiego ze zdań podrzędnie złożonych, i odnosi się do sprawdzania zgodności z prawdą uzyskanych informacji. Natomiast samo sprawdzenie zgodności informacji z prawdą nie wyczerpuje, w ocenie autora, normy rzetelności, jaka powinna towarzyszyć zbieraniu i opracowywaniu materiałów prasowych. Wśród norm profesjonalnych jest bowiem także rzetelne i bezstronne ujęcie kontekstu przekazywanej informacji czy też rozważenie, jakie dobra, i w jakim zakresie, mogą zostać naruszone, czy wreszcie obowiązek respektowania zasady wolności i odpowiedzialności, która nakłada na dziennikarza odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z niej konsekwencje, czemu wielokrotnie dawała wyraz Rada Etyki Mediów.

Nie ulega wątpliwości, że samo wskazanie źródła (osobowego lub dokumentalnego) nie jest dostateczną przesłanką profesjonalizmu, na

¹⁴ B. Hennessy, *Dziennikarstwo publicystyczne*, Kraków 2009, s. 117.

którą może powołać się dziennikarz w celu uniknięcia odpowiedzialności zawodowej i prawnej. Dziennikarstwo chcące zasłużyć na to miano nie może pełnić funkcji pasa transmisyjnego przekazującego otrzymaną lub pozyskaną samodzielnie treść, lecz jest zobowiązane do jej krytycznej oceny, weryfikacji i ewentualnego uzupełnienia. To do dziennikarza należy rozstrzygnięcie, czy dane źródło jest wiarygodne, niezależnie od tego, czy zostanie ono wskazane w publikacji, czy też nie. Wskazując źródło, dziennikarz wprowadzić nie jest *de iure* zobowiązany do sprawdzania samej informacji, jednak ma obowiązek zweryfikowania rzetelności źródła – i jeżeli budzi ona jakiegokolwiek wątpliwości, powinien ją pominąć, zgodnie ze starą zasadą redakcji renomowanych agencji prasowych „*When It doubt leave It out*”. W przeciwnym wypadku informacja przekazana przez niewiarygodne źródło, a powtórzona przez źródło rzetelne, nabrałaby cech wiarygodności, a odpowiedzialność zostałaby rozmyta. Przyjmując bezkrytycznie koncepcję odpowiedzialności pierwotnego źródła informacji, wymóg zachowania rzetelności dziennikarskiej stałby się współcześnie fikcyjny, ponieważ zdecydowana większość przekazywanych wiadomości pochodzi ze źródeł wtórnych¹⁵.

Powstaje przy tym pytanie, na czym miałyby polegać obowiązek zachowania rzetelności przez dziennikarza publikującego wypowiedź autorstwa innego dziennikarza? Najprostsza odpowiedź to – na samodzielnym sprawdzeniu źródeł, jak również podjęciu wysiłków w celu oceny, czy zebrany materiał odpowiada faktom.

W tym miejscu należy zwrócić również uwagę na najnowsze orzecznictwo wskazujące, że

kwestia wiarygodności źródła informacji jest rozpatrywana przez sądy przez pryzmat wielu powiązanych ze sobą czynników, takich jak osoba informatora, szczegółowe, poddające się sprawdzeniu okoliczności uprawdopodobniające zasadniczą wiadomość, bądź ze względu na późniejsze obiektywne potwierdzenie uzyskanego przekazu (SN w wyroku I CSK 211/07). Taka interpretacja wysoce utrudnia udzielenie jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy istnieją źródła na tyle wiarygodne, aby można było zrezygnować z dodatkowej weryfikacji i wyłącznie na nich oprzeć publikację? Część tych wątpliwości zniknie, gdy przeanalizujemy poniższy *casus*.

Do Sądu Rejonowego w Katowicach w 2003 roku wpłynął prywatny akt oskarżenia, w którym Andrzej D. oskarżył redaktora naczelnego „Dziennika Zachodniego” oraz dziennikarkę tej gazety o to, że pomówili go, że działając jako adwokat Henryka M. (szefa słynnej mafii paliwowej działającej na Śląsku – przyp. M.C.), w porozumieniu z radcą prawnym „wyciągnął od biznesmena i jego byłej żony 1 milion złotych” oraz że jest skorumpowanym prawnikiem, który uprzedził Henryka M. o jego zatrzymaniu planowanym przez ABW. Jako dowody w tej sprawie oskarżyciel wskazał dwa artykuły zatytułowane *Zemsta adwokata* oraz *Lepkie ręce adwokata*. Oskarżyciel prywatny podniósł, że przez obydwie publikacje oskarżeni narazili go na utratę zaufania niezbędnego dla wykonywania przez niego zawodu adwokata oraz poniżyli go w oczach opinii publicznej. Sąd, umarżając postępowanie karne wobec oskarżonych dziennikarzy, ocenił, że w ich działaniu nie można dopatrywać się działań wy-czerpujących znamiona ustawowe art. 212 par. 1

¹⁵ Autor przebadał w 2012 i 2013 roku pod kątem zawartości informacyjnej dwanaście dzienników ogólnopolskich i regionalnych, dwa informacyjne programy radiowe, dwa dzienniki telewizyjne oraz kilkanaście portali internetowych. Z przeprowadzanych analiz wynika, że ponad połowa informacyjnych publikacji w prasie, radiu, telewizji i internecie korzysta ze źródeł wtórnych – agencji prasowych, innych mediów, źródeł PR, raportów i opracowań; powołuje się na strony internetowe urzędów i instytucji, media społecznościowe i blogi, a jedynie od 20 do 40 proc. realacji opiera się wyłącznie na źródłach wywołanych (bezpośrednie, własne kontakty i źródła dziennikarza). Ob-szerny raport z badań ukaze się w 2014 roku w monografii poświęconej *researchowi* dziennikarskiemu.

kodeksu karnego, albowiem ich działanie było postępowaniem ukierunkowanym zarówno przez Konstytucję, jak i przepisy prawa prasowego na obronę społecznie uzasadnionego interesu. Ponieważ w tym wypadku miarą prawdziwości zarzutów „jest to, aby dziennikarz wykazał się szczególną starannością i rzetelnością przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych (wyrok SN IICR 269/87 OSNC 1989/4/66), bezprawność zachowania dziennikarzy została wyłączona, tym bardziej, że przedstawili oni informatora i odtworzyli jego wypowiedzi, a informator ów nie był osobą zainteresowaną w sprawie”. Swoim działaniem – argumentował sąd – dziennikarze dopełnili wymogów obowiązku szczególnej staranności i rzetelności. Warto podkreślić, że oceniając działanie dziennikarzy jako rzetelne i staranne, sąd odniósł się zarówno do etapu zbierania informacji, jak i jej opublikowania w prasie codziennej.

Jak stwierdzono wcześniej, stopień staranności dziennikarza powinien się różnić – w zależności od wiarygodności źródła informacji, a także rodzaju materiału prasowego. Staranność może być mniejsza, gdy informatorem jest uznany autorytet, osoba należąca do kręgu podmiotów zaufania publicznego czy też urzędnik administracji rządowej lub samorządowej, względnie przedstawiciel wymiaru sprawiedliwości bądź organów ścigania, jak to było w przytoczonym przypadku.

W lutym 2007 r. media relacjonowały konferencję prokuratora generalnego Zbigniewa Ziobry w sprawie zatrzymania kardiochirurga doktora Mirosława G. Wśród tytułów, które zrelacjonowały konferencję, przytaczając słowa ministra o podejrzeniu zabójstwa pacjenta, był tabloid „Super Express”, którego redaktor został pozwany przez lekarza. „Autor oparł się na konferencji prokuratora generalnego, mógł mieć przekonanie, że zarzut zabójstwa oparcie miał w materiale

dowodowym, dziennikarz nie mógł go zweryfikować” – uzasadniała sędzia. Ministra Ziobry dziennikarz uznał za „rzetelne źródło”¹⁶. Obronił „SE” także fakt, że sąd stwierdził, że przekazując informację ważną dla sfery publicznej „działał w interesie publicznym”, co – jak wskazuje doktryna – wyłącza odpowiedzialność prawną za zniesławienie. Takie rozstrzygnięcie jest więc całkowicie zgodne z uwydatnionymi w artykule wymaganiami wobec staranności i rzetelności dziennikarskiej. Oznacza, że dziennikarz winien dołożyć wszelkich możliwych starań w dążeniu do prawdziwego przedstawiania zdarzeń i zjawisk, a w odniesieniu do krytyki prasowej uzyskać i przekazać fakty i uprawnione oceny. Normy profesji dziennikarskiej wyznaczają wprawdzie poziom i kryteria oczekiwanej staranności i rzetelności dziennikarskiej, jednak wciąż zbyt często o tym, czy dziennikarz wypełnia obowiązek szczególnej staranności i rzetelności rozstrzygają sądy, a nie normy profesji i kultury zawodowej. Zachowanie tych norm odnosi się w pierwszej kolejności do zbierania materiałów, a następnie do ich opracowywania i wykorzystania.

W tym tekście znalazły się przykłady publikacji dotyczących spraw złożonych, niejednoznacznych, wielowątkowych, których podłożem był konflikt. W takich sytuacjach przedstawienie wersji wszystkich stron, czyli wszystkich źródeł dostępnych jeszcze przed publikacją, jest zasadą sztuki. Zaniedbanie obowiązku należytej staranności i rzetelności zawodowej oprócz tego, że może stanowić podstawę do przypisania autorowi publikacji winy lub bezprawności działania, a w konsekwencji pociągnięcia go do odpowiedzialności prawnej, może i powinno być oceniane w kategoriach profesjonalnych i deontologicznych jako postępowanie mieszczące się lub wychodzące poza wzorzec należytej staranności dziennikarskiej.

¹⁶ B. Wróblewski, *Ziobro rzetelnym źródłem?*, <http://wyborcza.pl/1,76842,4775503.html#ixzz2WHJ464Vz> [dostęp: 12.06.2013].

◀|||| Obowiązek zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych a profesjonalizm dziennikarski

The obligation of due care and accuracy in the collection and use of press releases with regard to journalistic professionalization

Marek Chyliński

SŁOWA KLUCZOWE

dziennikarstwo, materiał prasowy, *research* dziennikarski, profesjonalizm dziennikarski, szczególna staranność i rzetelność

STRESZCZENIE

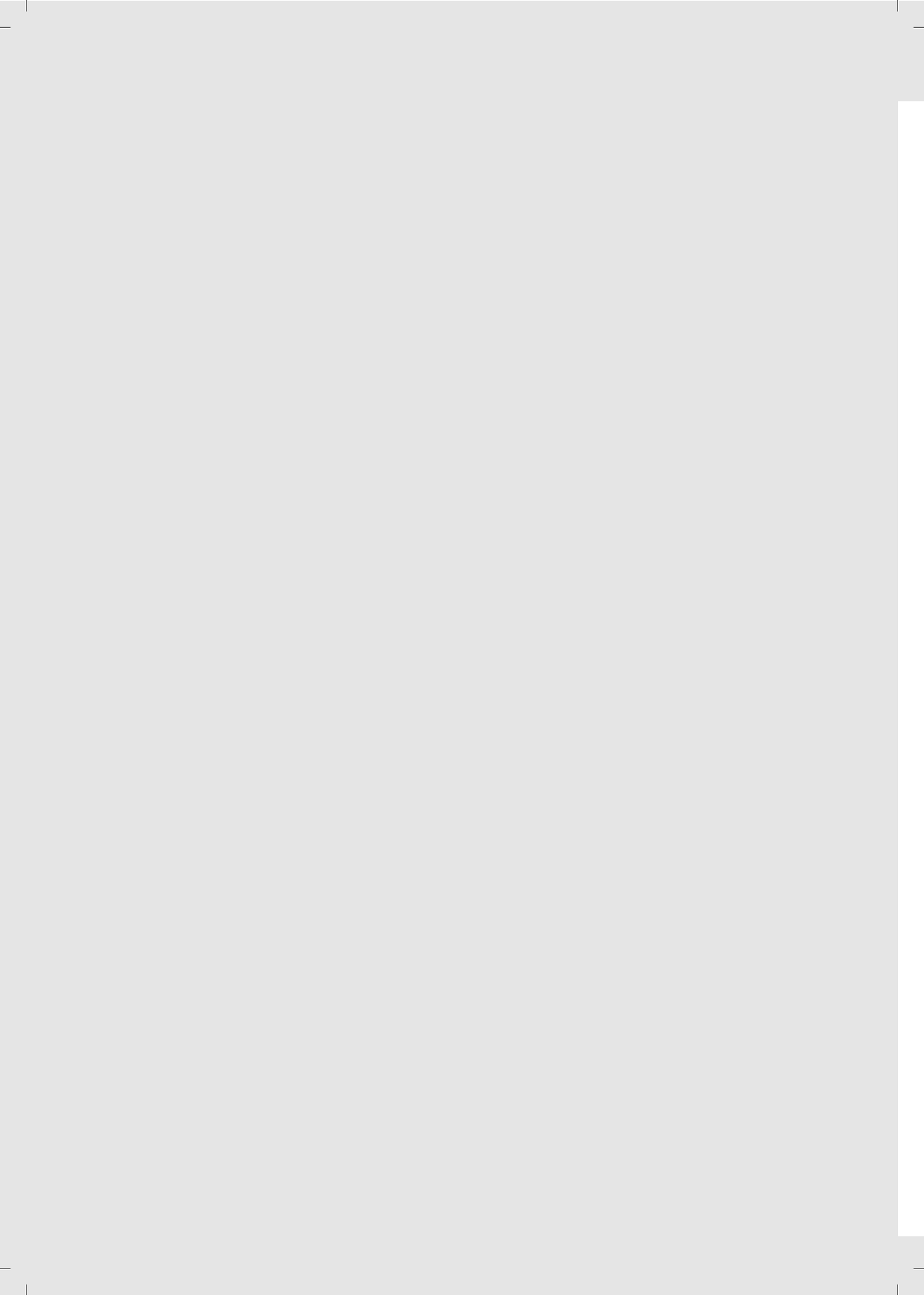
Zawarte w prawie prasowym zobowiązanie prasy do prawdziwego przedstawiania zjawisk nie zostało wsparte nałożeniem takiego samego rygoru bezpośrednio na dziennikarzy. Ich obowiązki zostały określone przez wskazanie zasad dziennikarskiego działania, które powinna cechować szczególna rzetelność i staranność, a nie – rezultaty tego działania. Ten faktyczny lub pozorny dysonans częściowo tłumaczy zawarta w prawie prasowym trójelementowa definicja prasy, która uwzględnia ujęcie podmiotowe, a więc zespoły ludzi i poszczególne osoby zajmujące się działalnością dziennikarską. Obowiązki zawodowe dziennikarzy wynikające z prawa prasowego zostały również właściwie ujęte w obowiązującej wykładni prawa tak, by nie narażały ludzi mediów na odpowiedzialność karną, gdy dochowają zobowiązań wynikających z ustawy prasowej. Autor tekstu wskazuje, że właściwa ocena publikacji dziennikarskich możliwa jest jedynie wówczas, gdy analizuje się nie tylko samą publikację, ale także całokształt postępowania dziennikarza, w tym normy profesjonalne dziennikarstwa.

KEY WORDS

journalism, press release, the journalistic research process, journalistic professionalism, particular care and reliability in journalism

ABSTRACT

Press law requires that only the truth is presented to the public. However, the law does not apply to journalists. A journalist's responsibilities are defined by the rules and not the results of their actions; results might only be characterized by reliability and accuracy. This apparent dissonance is strongly associated with normative issues of professionalism and broader journalistic culture. The author indicates that the proper assessment of journalistic publications is possible only when taking into account the process of collecting and editing news, not the publication itself. Standards and norms of professional journalism are crucial in this case.



Przyszłość zawodu dziennikarza w Polsce – wariantowe modele rozwiązań prawnych

Joanna Taczowska-Olszewska

Opracowanie rozwiązań modelowych obejmujących problematykę wykonywania zawodu dziennikarza powinno odbywać się na dwóch płaszczyznach – ogólnej, przez odniesienie do takich pojęć jak zawód¹; zawód zaufania publicznego² i wolny zawód³, a także metod

¹ Pojęcie zawodu nie posiada definicji legalnej. Zawód jako kategoria ekonomiczno-socjologiczna jest definiowany jako układ wyodrębnionych i powtarzalnych czynności określających pozycję społeczną pracownika, który stanowi jego źródło utrzymania i wymaga specjalnego przygotowania zawodowego (zob. Z. Wiatrowski, *Podstawy pedagogiki pracy*, Bydgoszcz 2005, s. 99). W piśmiennictwie podnosi się, że pojęcie zawodu jest terminem interdyscyplinarnym. Co powoduje, że każda z dyscyplin kładzie nacisk na inny jego element definicyjny. Pojawiają się zatem definicje psychologiczne, ekonomiczne, socjologiczne, filozoficzne i pedagogiczne. Przeglądu tych definicji dokonuje T. Nowacki (zob. T. Nowacki, *Zawodownictwo*, Radom 1999, s. 80–81). Przeprowadzona przez U. Jeruszkę analiza proponowanych w literaturze definicji zawodu prowadzi autorkę do wniosku, że „prawie wszystkie definicje zawodu podkreślają potrójny aspekt tego pojęcia: 1. stosunkową stałość wykonywanych zadań i czynności; 2. konieczność opanowania odpowiedniego zbioru umiejętności do wykonywania tych czynności; 3. możliwość zabezpieczenia ekonomicznego człowieka pracującego i jego rodziny” (zob. U. Jeruszka, *Człowiek i zawód. Wybrane zagadnienia z pedagogiki pracy*, Warszawa 2010, s. 19). W doktrynie prawa administracyjnego pojęcie zawodu jest definiowane przez kompilację kilku łącznie występujących elementów, takich jak: 1. istnienie wewnętrznie spójnego zbioru czynności (zadań); 2. osobiste wykonywanie czynności; 3. systematyczne (ciągłe) ich wykonywanie; 4. posiadanie odpowiednich kwalifikacji (wiedzy lub umiejętności); 5. odpłatność wykonywanych czynności (zob. K. Wojtczak, *Zawód i jego prawna reglamentacja. Studium z zakresu materialnego prawa administracyjnego*, Poznań 1999, s. 50).

² Pojęcie zawodu zaufania publicznego zostało wprowadzone do polskiego systemu prawa przepisami Konstytucji RP. W treści art. 17 ust. 1 Konstytucji. P. Sarniecki wyodrębnia pięć cech, które uzasadniają przypisanie niektórym wolnym zawodom właściwości zawodów zaufania publicznego. Po pierwsze, są to zawody wykonywane ze szczególnym natężeniem spełniania funkcji publicznej, której realizacja jest pożądana dla prawidłowego biegu życia społecznego. Wymaga to zarazem, by osoby wypełniające tę funkcję były obdarzane zaufaniem podobnym do tego, które jest potrzebne organom państwa. Po drugie, zawód zaufania publicznego korzysta z istotnego zakresu informacji objętych ochroną ze względu na zagrożenie naruszenia interesów lub dóbr osób, których informacja dotyczy. Obdarzenie osób wykonujących zawody zaufania publicznego dostępem do tajemnic wymaga wysokiego poziomu etyki zawodowej. Konieczne jest zatem, by ten zawód był wyposażony we własny kodeks deontologii zawodowej. Trzecim wymogiem jest, korelujący z wysoko postawionymi barierami dostępu do zawodu, wymóg niekaralności. Czwartym kryterium, wymienionym przez Sarnieckiego, jest istnienie potrzeby przekazania pieczy nad sposobem wykonywania zawodu samorządowi zawodowemu, który w ten sposób uzyskuje udział w sprawowaniu władztwa publicznego. Piątym czynnikiem charakteryzującym zawody zaufania publicznego jest swoiste traktowanie czynności zarobkowych (zob. P. Sarniecki, *W sprawie znaczenia konstytucyjnego określenia „zawód zaufania publicznego” (art. 17 ust. 1 Konstytucji)*, „Ekspertyzy i Opinie Prawne” 2001, nr 5, s. 28).

³ Definiowanie wolnych zawodów następuje w ustawodawstwie i doktrynie prawa na dwa sposoby. Ustawodawca preferuje stosowanie definicji zakresowych pełnych, a zatem charakteryzuje wolne zawody przez ich wyliczenie

wyodrębniania każdej z tych kategorii, oraz na płaszczyźnie szczegółowej, na której będzie możliwe oznaczenie cech wskazujących na specyfikę zawodu dziennikarza, a w konsekwencji – wyodrębnienie wyznaczników zawodowości w dziennikarstwie. Chodzi zatem o odnalezienie takich właściwości, które – z jednej strony – pozwolą na obejmowanie dziennikarstwa pojęciem zawodu oraz kwalifikowanie go do kategorii zawodów regulowanych, zawodów zaufania publicznego lub wolnych zawodów, a z drugiej strony będą stanowić podstawę dla formułowania rozwiązań legislacyjnych, dopuszczając ich wielowariantowość, stopniowalność oraz różnorodność osiągniętych celów regulacyjnych.

Proces normowania (regulowania) zawodu dziennikarza może zmierzać zarówno

w kierunku jego reglamentacji⁴, jak i dereglamentacji⁵, a także oznaczać, że działania prawodawcy mają na celu jego deregulację⁶. Deregulacja może dotyczyć wyłącznie takiego rodzaju aktywności zawodowej, która jest regulowana przez prawo. W szerokim znaczeniu, pojęcie regulacji odnosi się do każdego zawodu. Działalność prawnie niezdefiniowana nie stanowi bowiem wykonywania zawodu⁷. Każdy zawód posiada zatem ramy prawne, w odniesieniu do których następuje kwalifikowanie danych czynności jako mieszczących się w zakresie pojęcia zawodu, albo – w razie braku przesłanek pozytywnych – uznanie, że nie stanowią one zawodu, pozostając jedynie działalnością innego rodzaju (wykonywaniem pracy). Te ustalenia prowadzą do wniosku, że każdy zawód jest aktywnością

w katalogu zamkniętym. Doktryna rezygnuje natomiast ze wskazywania konkretnych zawodów i ich kategoryzowania na rzecz poszukiwania wspólnych cech i warunków koniecznych, jakie muszą zostać spełnione przez kandydatów do zawodu, by można było im powierzyć ich wykonywanie. Na potrzeby ustawy o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne (Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r., Dz.U. 1998 r. Nr 144 poz. 930) została sformułowana legalna definicja wolnego zawodu (art. 4 ust. 1 pkt 11). W art. 88 kodeksu spółek handlowych (Ustawa z dnia 15 września 2000 r., Dz.U. 2000 r. Nr 94 poz. 1037 ze zm. – dalej nazywam ksh) został wskazany katalog zamknięty zawodów, których wykonywanie jest możliwe w ramach spółki partnerskiej. Są to zarazem osoby, które uzyskały uprawnienia do wykonywania zawodów enumeratywnie wyliczonych w art. 88 ksh. Ten katalog zawiera 20 zawodów, z których każdy został uregulowany w odrębnych przepisach prawa.

⁴ Reglamentowanie wykonywania zawodu oznacza ograniczenie w zakresie swobody dostępu do zawodu i sposobu jego wykonywania za pomocą powszechnie obowiązujących norm zawierających nakazy i zakazy, w ochronie szeroko pojętego interesu publicznego (zob. K. Wojtczak, *Zawód i jego prawna reglamentacja...*, dz. cyt., s. 126).

⁵ Dereglamentacja stanowi skrajny efekt działań prawodawcy i polega na wyłączeniu danego zawodu z katalogu zawodów regulowanych. Dereglamentacja oznacza zatem całkowitą rezygnację ustawodawcy z regulowania danego rynku. W uzasadnieniu do ustawy deregulacyjnej z dnia 13 czerwca 2013 r. (Ustawa o zmianie ustaw regulujących wykonywanie niektórych zawodów, Dz.U. z dnia 23 lipca 2013 r. poz. 829 – dalej nazywam ustawą deregulacyjną) legislator zauważa, że zastosowanie strategii dereglamentacji jest szczególnie zasadne w sytuacji, gdy przepisy regulujące dostęp do danego zawodu są wynikiem przeszłej sytuacji na danym rynku (nastąpiły zmiany na rynku, za którymi prawodawca nie nadąża) lub też powstały pod naciskiem grup zawodowych zainteresowanych uzyskaniem korzyści z ograniczenia konkurencji na rynku (zob. Uzasadnienie do projektu ustawy o zmianie ustaw regulujących wykonywanie niektórych zawodów. Sejm RP VII kadencji, Druk Sejmowy, nr 806, s. 81).

⁶ Deregulacja oznacza redukcję ograniczeń stawianych przez prawodawcę przed osobami chcącymi wykonywać dany zawód, przy zgodzie co do pozostawienia go w katalogu zawodów regulowanych. Deregulacja może obejmować różne obszary ograniczeń, np.: zmniejszenie kosztów finansowych nabycia uprawnień do wykonywania zawodu, skrócenie ścieżki nabywania uprawnień, zwiększenie prawdopodobieństwa nabycia uprawnień na przykład poprzez ujednoczenie stosownych egzaminów (zob. Uzasadnienie..., dz. cyt., s. 81).

⁷ W literaturze prawniczej słusznie zwrócono uwagę, że czynności składające się na dany zawód powinny być ściśle określone w aktach prawnych. Wobec braku określenia czynności zawodowych w odpowiednich regulacjach prawnych trudno bowiem, w znaczeniu prawnym, mówić o wyodrębnieniu jakiegokolwiek zawodu (zob. K. Wojtczak, *Zawód i jego prawna reglamentacja...*, dz. cyt., s. 50–51).

normowaną prawnie. W konsekwencji pozwala to na zamienne stosowanie pojęć „zawód” i „zawód regulowany”⁸.

Deregulacja zawodu dziennikarza, przy obecnym braku wyraźnych barier dostępu do tego zawodu, może oznaczać jego dereglamentację, a w konsekwencji – derogowanie⁹ z systemu prawa nie tylko norm, które definiują pojęcie dziennikarza¹⁰, ale także tych przepisów, które wyposażają dziennikarzy w szczególnie prawa i nakładają na nich dodatkowe obowiązki. Należy bowiem pamiętać, że warunkiem *sine qua non*, który umożliwia nadanie praw i obowiązków grupie podmiotów, jest jej wyodrębnienie przez wskazanie cech właściwych tylko tej grupie podmiotów, na rzecz której zostały poczynione określone prawem koncesje. Niezbędne jest zatem sformułowanie definicji legalnej obejmującej swoim zakresem szczególne cechy tej grupy. W obrocie prawnym ta definicja może służyć ustaleniu istnienia po stronie osób powołujących się na przynależność do tej grupy legitymacji prawnej do wykonywania przysługujących im uprawnień lub spełniania ciężących na nich obowiązków.

Regulowanie zawodu stanowi proces wyodrębniania i definiowania wyznaczników danego zawodu. Przebiega on zarówno na gruncie

działań faktycznych, dla których fundamentem są wyniki badań empirycznych nad aktywnością oraz postawami środowisk zawodowych, jak również na gruncie prawnym, stanowiąc reakcję na zmiany zachodzące na rynku pracy oraz na oczekiwania społeczne wobec osób wykonujących określone typy zawodów. Ujęcie wyznaczników zawodu w ramy norm prawnych przesądza o jego regulowanym charakterze. Zarazem każdy z wyznaczników stanowi punkt odniesienia dla dokonywania oceny dopuszczalności udzielenia dostępu do zawodu osobom ubiegającym się o prawo do jego wykonywania. Dostęp do zawodów regulowanych jest zatem zawsze reglamentowany. Zakres reglamentacji zawodów bywa zmienny, co oznacza, że nie wszystkie zawody są reglamentowane w takim samym stopniu i tymi samymi metodami. Reglamentacja może dotyczyć nie tylko zasad dostępu do zawodu, ale także sposobów jego wykonywania oraz dopuszczalnych form organizacyjno-prawnych, w ramach których możliwe jest jego wykonywanie. Zasady reglamentacji ustanawia prawodawca. Może on jednak cedować na inne podmioty uprawnienia do określania niektórych przesłanek materialno-prawnych lub formalno-prawnych dostępu do zawodu lub jego wykonywania. Może także

⁸ Ta interpretacja daje się z powodzeniem utrzymać na gruncie definicji legalnej pojęcia „zawód regulowany”. Za zawód regulowany, zgodnie z treścią art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy o uznawaniu kwalifikacji zawodowych (zob. Ustawa z dnia 18 marca 2008 r., Dz.U. Nr 63 poz. 394 ze zm.) ustawodawca uznaje „zespół czynności zawodowych, których wykonywanie jest uzależnione od spełnienia wymagań kwalifikacyjnych i warunków określonych w odrębnych polskich przepisach, zwanych dalej „przepisami regulacyjnymi”. Pojęcie „kwalifikacji do wykonywania zawodu”, zgodnie z treścią art. 2 ust. 1 pkt 8 oznacza „wymogi określone przepisami regulacyjnymi, od których spełnienia jest uzależnione wykonywanie zawodu”.

⁹ Derogacja oznacza pozbawienie normy prawnej jej mocy obowiązującej, co może nastąpić przez uchylenie przepisów prawa przez inną normę prawną, która czyni to albo w sposób wyraźny, formułowany w klauzuli derogacyjnej, albo w sposób dorozumiany przez rozstrzygnięcie kolizji między normami (np. w wypadku kolizji między normami starymi i nowymi stosuje się, w braku klauzuli derogacyjnej, normę nową). Pojęcie derogacji obejmuje także sytuacje, w których ustaje przestrzeganie lub stosowanie normy (*desuetudo*) (zob. hasło „derogacja” [w:] *Mała encyklopedia prawa*, red. L. Kurowski, Warszawa 1959, s. 101).

¹⁰ Chodzi w szczególności o przepis art. 7 ust. 2 pkt 5 prawa prasowego (Ustawa z dnia 26 stycznia 1986 r., Dz.U. Nr 5 poz. 24 ze zm. – dalej nazywam pp), zgodnie z którym „dziennikarzem jest osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowaniem materiałów prasowych pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”.

powierzać innym podmiotom dokonywanie oceny spełnienia ustalonych kryteriów.

Modele regulowania zawodów – ujęcie teoretyczne

W ujęciu teoretyczno-prawnym istnieją trzy podejścia¹¹ do problematyki regulowania zawodów: model zakładający pełną regulację prawną; model współregulacji oraz model odrzucający interwencję państwa.

Model pełnej regulacji oznacza, że państwo ustanawia normy prawne regulujące zasady i kryteria dostępu do zawodu oraz metody jego wykonywania. W treści aktów prawnych państwo przesądza zarówno o przesłankach materialnych, jak i formalnych dostępu do zawodu, a także o trybie i zakresie ich uwzględniania w procedurze rekrutacyjnej. Państwo rozstrzyga także w treści aktu prawnego o powołaniu organów i wyposaża je w kompetencje władcze do kontrolowania przestrzegania ustanowionych norm. Ten model znajduje zastosowanie w odniesieniu do zawodów rzemieślniczych oraz wolnych zawodów.

Model współregulacji przewiduje, że państwo ustanawia ogólne ramy dostępu do zawodu oraz określa zadania, których wykonywanie jest

konieczne ze względu na potrzebę zaspokojenia interesu publicznego. Państwo wskazuje formę organizacyjno-prawną, w ramach której zawód może być wykonywany, a także kryteria formalne (poziom wykształcenia, dokumenty potwierdzające posiadaną wiedzę, potwierdzenie odbytego stażu, czas stażu, poziom posiadanego doświadczenia) i materialne (potrzeba uzyskania pozytywnego wyniku z testu wiedzy i testu umiejętności). Państwo powierza dokonywanie oceny spełnienia tych kryteriów, a także kontrolę ich utrzymania, organizacjom zawodowym, do których przynależność jest obligatoryjna. Korzystają one z powierzonego im władztwa publicznego, uczestnicząc w realizacji zadań państwa. To organizacje zawodowe, a nie państwo i jego organy, czuwają nad prawidłowością wykonywania zawodów, a w szczególności tych z nich, których realizacja wiąże się z zaspokojeniem istotnych potrzeb społecznych (interesu publicznego). Ten model znajduje zastosowanie w odniesieniu do zawodów zaufania publicznego.

Trzeci model zakłada deregulację zawodu, a zatem sprowadza się do uchylecia przepisów dotyczących kryteriów dostępu do zawodu bądź też legitymizuje stan, w którym brak jest regulacji prawnych dotyczących jego wykonywania.

¹¹ Te modele posiadają szczególne znaczenie w ramach dokonywania analizy wolnych zawodów oraz zawodów zaufania publicznego. Posiadają użyteczność także wówczas, gdy status zawodu jest sporny i brakuje jednolitego podejścia zarówno na płaszczyźnie wykładni przepisów prawa, jak i na płaszczyźnie projektowanych rozwiązań. Ta sytuacja dotyczy obecnie statusu zawodowego dziennikarza. Jest on na gruncie aktualnych rozwiązań prawnych nieczytelny, a nawet, jak sądzę, uregulowany w sposób wadliwy. Analiza krajowych rozwiązań prawnych, a także regulacji stosowanych w systemach medialnych innych państw europejskich, pozwala na wyróżnienie wskazanych w referacie koncepcji regulowania zawodów, w tym – w szczególności – zawodu dziennikarza. Omawiane modele znalazły zastosowanie w systemach innych państw europejskich. Konstruowanie zasad dostępu do zawodu dziennikarza, oparte częściowo na regulacjach zawartych w prawie stanowionym, a częściowo na kryteriach dobrowolnie przyjętych przez stowarzyszenia i organizacje dziennikarskie, jest właściwe dla systemu francuskiego, belgijskiego i włoskiego. W niektórych państwach to organizacjom dziennikarskim pozostawiono zadanie polegające na zdefiniowaniu pojęcia „działalności dziennikarskiej”, jako jednej z tych, które wpisują się w definicję „działalności zawodowej”. We Francji status dziennikarza normują postanowienia Kodeksu Pracy oraz Układu Zbiorowego Pracy Dziennikarzy. We Włoszech dostęp do zawodu regulują postanowienia ustawy o wykonywaniu zawodu dziennikarza uchwalonej 3 lutego 1963 r. W Belgii reguły dostępu do zawodu określa ustawa o ochronie i uznawaniu tytułu dziennikarza zawodowego. W Niemczech i w Wielkiej Brytanii dziennikarstwo jest zawodem, który może wykonywać każdy, niezależnie od spełnienia jakichkolwiek warunków, o ile rozpowszechnia informacje, opinie lub inne materiały za pośrednictwem mediów (zob. J. Taczowska, *Zawód – dziennikarz. Regulacje wybranych państw europejskich w dobie nowych technologii komunikacyjnych*, Poznań–Opole 2011, s. 55 i nast.).

Oznacza to, że wykonywana aktywność traci cechy zawodu. Tracąc rangę zawodu, staje się działalnością nieregulowaną. Państwo nie uczestniczy w kreowaniu warunków, które wobec osób wykonujących określony typ działalności mógłby stawiać pracodawca, albo których spełnienia mogłoby oczekiwać społeczeństwo. Nie jest to równoznaczne z brakiem warunków w ogóle. Te warunki mogą istnieć, ale nie stanowią wzorca o charakterze normatywnym. Wykonywanie działalności to świadczenie usług bez ograniczeń przedmiotowych i podmiotowych.

Ustawodawca nie określa przesłanek, które przesądzą o zastosowaniu jednego z trzech modeli regulacyjnych do normowania zawodów. Zarówno prawodawca, jak i doktryna potwierdzają jednak potrzebę wyodrębnienia grupy zawodów, do których dostęp powinien być reglamentowany. Wśród kryteriów, jakie powinny być brane pod uwagę przy klasyfikacji grup zawodowych, w odniesieniu do których należy stosować zbieżne kryteria reglamentacyjne, ustawodawca wskazuje cztery zasadnicze: 1. powiązanie danego zawodu z funkcją publiczną, jaką realizuje on w zastępstwie organów administracji publicznej; 2. przynależność do grupy zawodów zaufania publicznego, o których mowa w art. 17 ust. 1 Konstytucji; 3. rola danego zawodu w zapewnieniu bezpieczeństwa i porządku publicznego, osobistego i bezpieczeństwa obrotu prawnego; 4. konieczność zapewnienia minimum kompetencji dla

rozpoczęcia świadczenia usług określonego rodzaju¹².

Model regulacji zawodu dziennikarza – stanowisko historycznego ustawodawcy

Niektóre z postanowień zawartych w ustawie prawo prasowe pozwalają przypuszczać, że w odniesieniu do zawodu dziennikarza, historyczny ustawodawca uznał model współregulacji za najwłaściwszy. Definiując pojęcie dziennikarza, legislator nie ustanawia bowiem przesłanek materialno-prawnych dostępu do zawodu, ale wymaga spełnienia wymogu formalnego, jakim jest posiadanie upoważnienia do pracy na rzecz redakcji. Zarazem prawo prasowe nie normuje (nie ogranicza) zakresu przedmiotowego tego upoważnienia. To ustawodawca przekazuje podmiotom prywatnym kompetencje do określania wzorca kwalifikacji zawodowych wymaganych od kandydatów na dziennikarzy. Ustawodawca cedeje na organizacje medialne kompetencje do rozstrzygania o przyznaniu i cofaniu uprawnień do wykonywania zawodu dziennikarza, dokonując w ten sposób ograniczenia kompetencji władczych państwa. Rozwiązanie to może wskazywać, że model współregulacji – w odniesieniu do działalności prasy i dziennikarzy – został przez ustawodawcę uznany za najwłaściwszy. To spostrzeżenie potwierdzają także regulacje zawarte w art. 10; art. 25 ust. 6, a także w art. 54 prawa prasowego¹³.

¹² Spośród kryteriów wymienionych w Uzasadnieniu do projektu ustawy deregulacyjnej zwłaszcza ostatnie może budzić szczególnie wiele wątpliwości. Posługiwanie się nim daje *de facto* sposobność do regulowania i reglamentowania każdego zawodu. Ustawodawca zakłada bowiem, że reglamentacji mogą być poddane te wszystkie zawody, które wymagają minimum kompetencji, ale nie wskazuje, jaką metodą należy się posłużyć dla oddzielenia tych, które takiego minimum nie wymagają. Nie jest też jasne, które z zawodów wymagają kompetencji na wyższym poziomie niż minimalny (zob. Uzasadnienie do projektu ustawy o zmianie ustaw..., dz. cyt., s. 79).

¹³ Przywołane przepisy wskazują, że ustawodawca cedeje na środowisko dziennikarzy uprawnienia w zakresie powoływania kolegium redakcyjnego i sądów dziennikarskich. Widzi zarazem potrzebę ustanowienia zasad etycznych dla zawodu dziennikarza oraz granic swobody działalności dziennikarskiej. Zadanie polegające na ich wytyczeniu pozostawia jednak innym podmiotom. Za celowe i racjonalne ustawodawca uznaje także rozpoznanie spraw prasowych przez sądy dziennikarskie nawet wówczas, gdy organy wymiaru sprawiedliwości odmówiły wszczęcia postępowania przeciwko dziennikarzowi lub je umorzyły.

Ustawodawca nie przenosi jednak w pełni na podmioty prywatne kompetencji do oznaczania zakresu obowiązków dziennikarskich. Niektóre z nich zostają opisane w ustawie. Organizacje medialne dysponują zatem uprawnieniem do rozstrzygania o statusie zawodowym dziennikarzy, ale nie mogą nakładać na dziennikarzy obowiązków, których treść albo zakres byłyby niezgodne z ustawą. W ten sposób status zawodowy dziennikarza zostaje określony na dwóch płaszczyznach: publiczno-prawnej – przez ustawodawcę, który wyposaża dziennikarzy w prawa i obowiązki, definiując w sposób fragmentaryczny ich status wewnątrz redakcji, oraz prywatno-prawnej – przez organizację medialną, która uzyskała kompetencję do nadawania i cofania tytułu zawodowego dziennikarza w drodze udzielenia wybranym osobom upoważnienia do działania na rzecz redakcji.

Stanowisko ustawodawcy wskazuje, że na dziennikarzach spoczywa obowiązek realizacji trojkiego rodzaju ról: 1. roli zatrudnionego (pracownika albo przyjmującego zlecenie); 2. osoby pełniącej funkcję publiczną¹⁴; 3. osoby wykonującej zawód. Pomiędzy tymi rolami istnieje szczególna zależność, bowiem zostały one w podstawowym zarysie zdefiniowane w ustawie prawo prasowe. Zarówno obowiązki pracownicze (art. 10 ust. 1 i 2), jak również zawodowe (art. 12, art. 13, art. 14, art. 15) oraz związane z realizacją zadań

publicznych (art. 1, art. 10 ust. 1) wypływają z prawa prasowego.

Blankietowy sposób definiowania pojęcia „dziennikarz”, który ujawnia się przede wszystkim w braku przesłanek materialnych i formalnych dostępu do zawodu, a także w braku ograniczeń przedmiotowych udzielanego dziennikarzom przez redakcję upoważnienia do działania na jej rzecz, pozwalają na formułowanie na gruncie obowiązujących uregulowań dwóch koncepcji uprawiania dziennikarstwa – jako zawodu, co nieuchronnie wiąże się z potrzebą zmiany regulacji prawnej, a także – dziennikarstwa jako działalności. Prowadzenie działalności, w przeciwieństwie do wykonywania zawodu, pomimo tożsamości z zawodem celu, jakim jest zarobkowanie, nie wymaga formalnego potwierdzenia posiadanych kwalifikacji; nie stanowi wewnętrznie spójnego zbioru czynności; nie musi być wykonywane osobiście, a niekiedy nawet nie jest konieczne prowadzenie działalności w sposób systematyczny lub ciągły. Zakres aktywności dziennikarza podejmowanej w ramach udzielonego mu przez redakcję upoważnienia powoduje niekiedy, że może ona nabierać cech zawodu. Oznacza to, że działalność dziennikarska w wymiarze faktycznym znacząco różni się od sposobu jej definiowania w wymiarze formalno-prawnym. Należy zatem zauważyć, że stan faktyczny zasadniczo odbiega od stanu postulowanego przez ustawodawcę¹⁵. W tym także

¹⁴ Definicja legalna pojęcia funkcji publicznej została wprowadzona do systemu prawnego ustawą z dnia 13 czerwca 2003 r. (Dz.U. Nr 111 poz. 1061) nowelizującą kodeks karny. Nie rozwiła ona jednak wątpliwości w zakresie definiowania tego pojęcia. Zgodnie z art. 115 § 19 kk, „Osobą pełniącą funkcję publiczną jest funkcjonariusz publiczny, członek organu samorządowego, osoba zatrudniona w jednostce organizacyjnej dysponującej środkami publicznymi, chyba że wykonuje wyłącznie czynności usługowe, a także inna osoba, której uprawnienia i obowiązki w zakresie działalności publicznej są określone lub uznane przez ustawę lub wiążącą Rzeczpospolitą Polską umowę międzynarodową”. W doktrynie zwrócono uwagę, że „warunkiem traktowania poszczególnych stanowisk jako funkcji publicznych staje się kryterium funkcjonalne, związane z realizacją kompetencji o charakterze publicznym, a więc zarówno kompetencji o charakterze władczym, jak i tych o charakterze kontrolnym czy kreatywnym” (zob. hasło „funkcja publiczna” [w:] *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz encyklopedyczny*, red. W. Skrzydło, S. Grabowska, R. Grabowski, Warszawa 2009, s. 159).

¹⁵ Intencją historycznego ustawodawcy było, by uprawianie dziennikarstwa następowało w ramach wykonywania zawodu, o czym może świadczyć szereg przepisów wskazujących na prawno-pracowniczy status dziennikarzy, a także usytuowanie redaktora naczelnego oraz powoływanie organów opiniodawczych i doradczych.

należy upatrywać przyczyny trudności, jakie pojawiają się po stronie przedstawicieli nauki, a także prawników i samych dziennikarzy, które wiążą się z definiowaniem statusu zawodowego dziennikarza.

Stan dyskusji nad statusem zawodowym dziennikarzy

Analizując obecny stan dyskusji nad statusem zawodowym dziennikarzy, można zauważyć, że o ile istnieje jedna definicja prawna pojęcia „dziennikarz”, o tyle w nauce o komunikowaniu pojawia się wiele nowych jej propozycji, które nie uwzględniają obowiązującego stanu prawa. Zaobserwować można także postępujący proces samodefiniowania przez środowisko swojego statusu (autodefiniowanie). Ten proces zmierza do nadawania w nauce i prawie kierunku

wykładni definicji dziennikarza (autointerpretacja). Pojawiają się przy tej okazji interpretacje o charakterze prawotwórczym. Należą do nich w szczególności te wypowiedzi, których autorzy operują pojęciem otwartego zawodu¹⁶, łącząc je z wolnością prasy. Trzeba tymczasem podkreślić, że opinie wskazujące na zagrożenia dla wolności prasy płynące z regulowania zawodu dziennikarza nie znajdują uzasadnienia¹⁷. Za niesłuszne należy uznać także opinie głoszące, że zawód dziennikarza jest zawodem wolnym, a nawet – zawodem zaufania publicznego¹⁸.

Podjmując próbę ustalenia źródeł problemów związanych z definiowaniem zawodu dziennikarza i określeniem jego prawnego statusu, należy wskazać co najmniej kilka przyczyn. Jedną z nich jest nadmiernie szeroka definicja pojęcia „dziennikarz”. Inną przyczyną, nie mniej

¹⁶ Pojęcie zawodu otwartego nie jest terminem prawnym ani prawniczym. Jest określeniem, które przyłgnęło do dziennikarstwa i stało się „gotową formą myślenia” zarówno o sposobie dostępu do zawodu, jak i sposobie jego wykonywania. Jest pojęciem publicystycznym, które posłużyło do stworzenia stereotypu zawodu dziennikarskiego w świadomości społecznej. Zaczął on funkcjonować zarówno w środowisku dziennikarzy, jak i w świecie nauki. Pojęcie „otwartego zawodu” pełni w środowisku dziennikarzy funkcję mobilizacyjną i obronną, a zarazem pozwalającą na identyfikowanie i zwalczanie osób i grup wyrażających inny pogląd na role społeczne dziennikarzy oraz zasady dostępu do zawodu i warunki jego wykonywania. Pojęcie otwartego zawodu bywa zatem racjonalizowane przez odwołanie do takich wartości konstytucyjnych, jak wolność prasy i wolność wypowiedzi, by – w skrajnej postaci – utożsamić je i uznać obecność otwartego zawodu dziennikarza za warunek konieczny demokracji. Pojęciem otwartego zawodu posługują się bardzo często dziennikarze, występując w ten sposób przeciwko jego regulowaniu. Stefan Bratkowski stwierdza: „Dziennikarstwo od początku swego istnienia było zawodem otwartym. Każdy mógł i nadal każdy może zostać dziennikarzem z dnia na dzień, tylko nie każdy potrafi zostać dziennikarzem dobrym i szanowanym” (zob. S. Bratkowski, *Prawo niepotrzebne*, „Forum Dziennikarzy” 2008, nr 88/89/90, s. 99). Zdaniem Bratkowskiego, „Prawo prasowe potrzebne jest tylko politykom – dla ograniczenia wolności słowa. Jako prawo jest puste. Prawo puste jest zbędne. Nie dla takiego prawa nadstawialiśmy głowę (...) Miała być demokracja z wolnością słowa – i ma być. Jak stoi w Konstytucji” (tamże, s. 99).

¹⁷ Wzmocnieniu koncepcji otwartego zawodu posłużyła błędna wykładnia pojęcia wolności prasy obejmująca założenie, że wolność prasy może być realizowana indywidualnie przez każdego człowieka z osobna, niezależnie od posiadanego statusu zawodowego. Prowadzi to do odwrócenia istniejących zależności pomiędzy nabywaniem kompetencji zawodowych a korzystaniem z fundamentalnych praw człowieka takich, jak w szczególności wolność słowa gwarantowana w art. 54 Konstytucji. O ile zatem, zgodnie z zasadami racjonalnej wykładni, uzyskanie kompetencji zawodowych jest procesem wtórnym w odniesieniu do korzystania z praw człowieka, to koncepcja zawodu otwartego tę logikę uchyla, zakładając, że każdy człowiek z racji samego człowieczeństwa może powoływać się na realizację nie tylko wolności słowa, ale także wolności prasy. To stanowisko prowadzi w konsekwencji do absurdalnego wniosku, że każdej osobie udzielającej wypowiedzi prasie należy przyznać status dziennikarza, a każda przekazana wypowiedź stanowi przejaw wolności prasy. Nie do zaakceptowania jest tymczasem pogląd, że wolność prasy ma charakter pierwotny w stosunku do wolności słowa. Nie jest bowiem warunkiem koniecznym dla wolności słowa istnienie wolności prasy, ale nie byłoby możliwe istnienie wolności prasy bez wolności wypowiedzi (zob. J. Taczowska, *Zawód...*, dz. cyt., s. 228).

¹⁸ Tamże, s. 240 i nast.

istotną, jest sposób, w jaki ustawodawca uregulował pozycję dziennikarza, dopuszczając, by łączyły go z redakcją dwa rodzaje stosunków prawnych: pierwszy – oparty na pełnomocnictwie (upoważnieniu) udzielonym przez redakcję do działania na jej rzecz, którego zakres jest prawnie nieograniczony – oraz drugi – stosunek podstawowy (umowa o pracę lub umowa cywilnoprawna), przyjmując jednocześnie, że dla uzyskania tytułu zawodowego wystarcza samo pełnomocnictwo. Przyjęty przez ustawodawcę sposób regulacji oznaczał sprywatyzowanie kompetencji do przyznawania tytułu zawodowego (uprawnień zawodowych). Państwo nie przekazało ich jednak środowisku zawodowemu dziennikarzy (korporacjom zawodowym), ale scedowało je na właścicieli mediów, co stanowi rys charakterystyczny dla współregulacji jako metody normowania zawodów. Błędnie uznano, że organizacja medialna stanowi monolit, w ramach którego interes właściciela jest zbieżny z interesem dziennikarzy, a nawet – z interesem publicznym. W efekcie, pomiędzy pozycją dziennikarza przyznaną mu przez ustawodawcę a pozycją, jaką dziennikarzowi w redakcji przyznał pracodawca, pojawiła się widoczna dysproporcja. Silna pozycja dziennikarza w stosunkach na zewnątrz redakcji, przyznana mu drogą regulacji ustawowych, kontrastuje z jego ograniczoną podmiotowością w stosunkach wewnętrznych ze względu na warunki udzielonego mu pełnomocnictwa oraz treść stosunku podstawowego.

Działanie ustawodawcy odbiega od ogólnych ram normowania sposobu dostępu do zawodu, które znajdowały zastosowanie w odniesieniu do zawodów regulowanych, jak i innych działalności spełniających kryteria charakterystyczne dla zawodu. W odróżnieniu od innych regulacji, ustawodawca przekazał bowiem

podmiotom prywatnym nie tylko kompetencje do dokonania oceny umiejętności praktycznych kandydatów do zawodu, ale także powierzył im upoważnienie do ustanawiania wzorca kwalifikacji zawodowych. Ustalanie kryteriów materialno-prawnych i formalno-prawnych dostępu do zawodu dziennikarza i jego wykonywania znalazło się zatem w gestii podmiotów nieobjętych władztwem administracyjnym i niepodlegających kontroli prawnej. Ustawodawca dopuścił w ten sposób, by kryteria dostępu do zawodu, jako kryteria pozaprawne, utraciły jednorodność i stałość. Możliwe stało się także zaniechanie konstruowania wzorca kwalifikacji i umiejętności oraz pomijanie go na etapie podejmowania decyzji o dopuszczaniu do wykonywania zawodu osób wybranych przez redakcje. Decyzje o przyznaniu upoważnienia do działania na rzecz redakcji, ze względu na ich zakres i rodzaj podejmujących je podmiotów, mają charakter uznaniowy i arbitralny. Nie podlegają przy tym kontroli ani pod kątem ich celowości, trybu podjęcia, ani zakresu i terminu.

Propozycje rozwiązań – wyznaczniki zawodu i modele teoretyczne

Utrzymanie statusu zawodowego dziennikarza (nie: działalności) w systemie społecznego podziału pracy oznacza przymus regulacji prawnej. Otwarte pozostaje pytanie o zakres i metody regulacji, a zatem czy będzie to metoda pełnej regulacji, czy współregulacji. Spośród elementów składających się na pojęcie zawodu zaledwie jeden (osobisty charakter wykonywanych czynności) może zostać uznany za stałą właściwość charakteryzującą działalność dziennikarską. Pozostałych kryteriów odnoszonych do pojęcia zawodu, dziennikarstwo w obecnym kształcie nie spełnia¹⁹. Nie sposób

¹⁹Sposób, w jaki współcześnie jest uprawiane dziennikarstwo, nie zawsze pozwala przyjmować, że stanowi ono wykonywanie zawodu. O braku cech właściwych dla zawodu świadczy w szczególności dopuszczalność przypisania statusu dziennikarza także osobom, które: 1. nie wykonują czynności o spójnym charakterze, bowiem ich zakres,

zarazem budować modelu zawodu dziennikarza, opierając się wyłącznie na jednej zmiennej. Definiowanie działalności dziennikarskiej, jeśli miałyby uzyskać normatywne ramy zawodu, musi zostać oparte o inne elementy niż ogólnie stosowane w odniesieniu do pozostałych zawodów.

Do stałych właściwości charakteryzujących działalność dziennikarską należy zaliczyć:

- osobiste wykonywanie wszystkich składających się na tę działalność czynności;
- istnienie zadań publicznych, których wykonanie zostaje zlecone bezpośrednio w ustawie;
- wykonywanie działalności w ramach struktury organizacyjno-prawnej, jaką stanowi redakcja.

Te czynniki odnoszą się do wielu aspektów działalności dziennikarskiej, budując w ten sposób jej postać modelową. Zarysowaniu podlega zatem aspekt podmiotowy zawodu, poprzez przyjęcie zasady osobistości działania, co w dalszej kolejności może determinować warunki ponoszenia odpowiedzialności, a także – wpływać na wybór metod działania oraz przesądzać o trybie uzyskiwania tytułu zawodowego. Te elementy w ujęciu modelowym będą podlegać zmiennej interpretacji, która wywiera wpływ na treść koncepcji teoretycznych i normatywnych wykonywania działalności dziennikarskiej. Uwzględnienie wśród czynników stałych istnienia ustawowych obowiązków ciężących na dziennikarzach stanowi rdzeń działalności dziennikarskiej, który odróżnia ją od aktywności podejmowanej w sferze komunikowania przez inne osoby. O ile występowanie obowiązków jest stałym

elementem konstruującym pojęcie zawodu dziennikarza, o tyle elementem zmiennym będzie zakres obowiązków, różnicowanych w zależności od wykładni pojęcia interesu publicznego, którego treść podlega systematycznej aktualizacji dokonywanej przez ustawodawcę. Obligatoryjność występowania ustawowych zadań, jako czynnika konstytuującego model zawodu dziennikarza, podkreśla jego aspekt funkcjonalny. Stanowi zarazem uzasadnienie potrzeby wyodrębniania zawodu dziennikarza jako aktywności społecznie użytecznej i zasługującej na autonomiczność. Czynnikiem stałym jest także występowanie redakcji jako struktury, w obrębie której jest podejmowana aktywność zawodowa. Wyróżnienie tego czynnika jako elementu stałego wpływa ze specyfiki działalności dziennikarskiej, która zawsze jest ukierunkowana na rozpowszechnianie materiałów dziennikarskich w ramach dzieła zbiorowego, jakim są dzienniki i czasopisma oraz programy radiowe i telewizyjne, a także ich wersje elektroniczne. Natomiast do elementów zmiennych będzie należeć status formalno-prawny redakcji jako podmiotu autonomicznego, któremu przysługuje – bądź nie – zdolność prawna. Zmienną istotnie modyfikującą rozwiązania modelowe będzie także sposób usytuowania redakcji w strukturze organizacji medialnej albo wobec niej.

Zawód dziennikarza będą konstruować także, obok stałych wyznaczników, czynniki zmienne. Obejmują one następujące obszary:

- warunki dostępu do zawodu;
- tryb przyznawania tytułu zawodowego;
- tryb i zakres realizowanych zadań;
- kontrola ich realizacji;

doniosłość, a także stopień złożoności są dalece odmienne; 2. podejmują działalność przypadkowo i wykonują ją w sposób niesystematyczny, często jako działalność dodatkową prowadzoną równoległe z wykonywaniem innego zawodu; 3. nie muszą wykazywać się posiadaniem kwalifikacji; 4. uzyskują status dziennikarza już w momencie podjęcia aktywności na rzecz redakcji, nawet jeśli ich umiejętności jeszcze nie zostały zweryfikowane; 5. ich działalność może mieć zarówno zarobkowy jak i niezarobkowy charakter; 6. wykonują czynności osobiście.

- status redakcji;
- charakter stosunków łączących dziennikarzy i redakcję z wydawcą i z podmiotami spoza redakcji²⁰.

Sposób i zakres uwzględniania zmiennych, tworzenie ich hierarchii oraz nadawanie interpretacji poszczególnym ich kategoriom uzasadnia stworzenie dwojakiego rodzaju konstrukcji projektujących sposoby wykonywania dziennikarstwa w przyszłości. Zostały one ujęte w ramy modelu podporządkowania i modelu autonomicznego.

Model autonomiczny w najprostszym kształcie powstaje przez uwzględnienie tych właściwości, które przesądzą o przyznaniu wykonywanej działalności charakteru dziennikarskiego i uznaniu jej za zawód. Ocena występowania cechy, jaką jest osobiste wykonywanie czynności, nie oznacza jednak – w przeciwieństwie do modelu podporządkowania – że dziennikarz wykonuje obowiązki w ramach jednej z umów cywilno-prawnych na podstawie udzielonego przez wydawcę (nadawcę) pełnomocnictwa. Osobisty charakter wykonywanych czynności zawodowych oznacza bowiem nieprzenoszalność praw i obowiązków dziennikarskich na inne osoby oraz trwałe, niezależne od woli wydawcy (nadawcy), uprawnienie do posługiwania się tytułem zawodowym. Utrata uprawnień do wykonywania zawodu, jeśli następuje, nie wynika z arbitralnie podjętej przez wydawcę (nadawcę) decyzji w oparciu o subiektywnie

przyjęte kryteria, lecz stanowi konsekwencję orzeczenia wydanego przez uprawniony do tego organ kolegialny, stwierdzającego nadużycie wykonywania zawodu. Osobisty charakter czynności wymaga także co najmniej współodpowiedzialności za naruszenia prawa spowodowane przez dziennikarzy.

Realizacja zadań publicznych, jako wyznacznik zawodu dziennikarskiego, odpowiada w modelu autonomicznym obowiązkowi realizacji zadań określonych w ustawie, przy założeniu, że ustawodawca dokonuje aktualizacji znaczenia interesu publicznego poprzez nakreślenie celów, którym działalność dziennikarska ma służyć, i zabezpieczenie ich osiągnięcia sankcją prawną. Uruchomienie mechanizmów kontroli realizacji zadań publicznych winno pozostawać w równej mierze w interesie dziennikarzy, jak i w interesie społeczeństwa i państwa. Ciężar wykonywania kontroli nad ich realizacją może zatem spoczywać zarówno na organizacji zawodowej dziennikarzy, jako wyposażonej w odpowiednie kompetencje do działania, jak również na organach państwa, które w ramach realizacji zasady pomocniczości przejmują obowiązek nadzoru nad przestrzeganiem prawa.

Czynnik zakładający istnienie ograniczenia organizacyjno-prawnego poprzez wymóg wykazania więzi łączącej dziennikarza z redakcją, inaczej niż w modelu podporządkowania, nie rzutuje na uprawnienia zawodowe dziennikarza, lecz odnosi się do warunków wykonywania

²⁰ W porównaniu z aktualnie obowiązującą na gruncie prawa prasowego koncepcją zawodu dziennikarskiego, osłabieniu uległy te kryteria, które odnosiły się bezpośrednio do przedmiotu działalności dziennikarskiej. Wydaje się, że odstąpienie od definiowania zawodu dziennikarza przez wskazanie, że jego przedmiotem jest „redagowanie, tworzenie lub przygotowanie materiałów prasowych” (art. 7 ust. 2 pkt 5 pp) jest zasadne z dwóch względów. Po pierwsze dlatego, że działalność dziennikarska jest zróżnicowana i nie poddaje się ścisłej charakterystyce. Można zarazem domniemywać, że rozwój nowych technologii komunikacyjnych tę różnorodność jeszcze poszerzy. Poszukiwania zmierzające do ścisłego określenia przedmiotu działalności dziennikarskiej są zatem z góry skazane na niepowodzenie. Po drugie, niecelowe wydaje się konstruowanie modelu zawodu dziennikarza w oparciu o kryterium przedmiotowe, z uwagi na powszechność działalności o charakterze paradiennikarskim, podejmowanej zarówno przez osoby aspirujące do uzyskania tytułu zawodowego dziennikarza, jak i zajmujące się taką działalnością z innych pobudek. Kryterium przedmiotowe nie zostało jednak odrzucone całkowicie. Pojawia się ono, w sposób uboczny, w postaci założenia obligatoryjności wykonywania ustawowych zadań powierzonych dziennikarzom.

zawodu. Tytuł zawodowy, jeśli został raz przyznany, utrzymują zatem także ci dziennikarze, którzy z różnych powodów zawiesili współpracę z redakcją.

Model autonomiczny zakłada, że działalność dziennikarska ma charakter prawnie regulowany, co przesądza o jej zawodowym statusie. Autonomiczność oznacza ustanowienie prawnych gwarancji niezależności dziennikarzy w stosunkach wewnętrznych (w organizacji medialnej) i zewnętrznych (z osobami spoza organizacji). Ochrona niezależności obejmuje bowiem dziennikarzy, a nie organizacje medialne. Warunkiem skutecznej ochrony autonomiczności dziennikarzy jest wskazanie grupy podmiotów, którą mają obejmować gwarancje ochronne. Zobowiązuje to do sprecyzowania kryteriów dostępu do zawodu.

Tymczasem zasadniczą cechą modelu podporządkowania jest założenie, że dziennikarstwo stanowi taką samą działalność, jak każda inna, i nie musi być regulowana przez prawo. Taka koncepcja przyjmuje, że działalność dziennikarska i zawód dziennikarski niczym się od siebie nie różnią. Model podporządkowania, podobnie jak model autonomiczny, jest konstruowany przez przyjęcie trzech podstawowych wyznaczników: o osobistym charakterze czynności dziennikarskich; realizacji zadań publicznych w ramach prowadzonej działalności dziennikarskiej oraz o potrzebie istnienia formalnego związku z redakcją, na której rzecz ta działalność jest świadczona. Te wyznaczniki są jednak interpretowane inaczej niż to działa się na tle modelu autonomicznego. Osobiste świadczenie czynności oznacza w modelu podporządkowania wykonywanie usług w ramach samodzielnie prowadzonej działalności lub w ramach upoważnienia udzielonego przez wydawcę. Osobisty charakter czynności dziennikarskich jest zatem identyfikowany z faktycznie podjętą realizacją wcześniej uzgodnionych, co do kierunku i celu, czynności. Inaczej niż w modelu autonomicznym, nie wiąże się z samodzielnością decyzji, osobiście dokonywanym

wybozem, niezależnością oceny, które prowadzą do autodeterminacji w działaniu. Model podporządkowania realizuje koncepcję osobistości, ograniczając wagę takich cech, jak niezależność i intelektualna swoboda, które powinny być gwarantowane na każdym etapie pracy dziennikarza – na etapie wyboru tematu, gromadzenia informacji, opracowania i publikacji.

Zasadniczo model podporządkowania nie odrzuca także założenia, że działalność dziennikarska powinna służyć interesowi publicznemu. Dokonuje jednak reinterpretacji tego założenia przez przyjęcie, że ten obowiązek ma charakter względny, a uprawnionym do ustalenia treści interesu publicznego jest organizacja medialna lub dziennikarz. Inny niż w modelu autonomicznym jest także status redakcji. W modelu podporządkowania redakcja jest jedną z komórek organizacyjnych, podporządkowanych organowi zarządzającemu przedsiębiorstwa, podczas gdy model autonomiczny zakłada jej prawno-organizacyjną samodzielność, pozwalającą na kreowanie sytuacji prawnej w sposób niezależny od przedsiębiorstwa medialnego, w zakresie realizacji zleconych jej zadań ustawowych.

Zakończenie

Zagrozenie dla niezależności dziennikarskiej może stanowić, co bywa bardzo często podnoszone, nadmierna, kazuistyczna regulacja prawna, ale jeszcze większym zagrożeniem jest dla niej – co rzadko się dostrzega – brak jakiegokolwiek regulacji. Jeśli miałyby się ziszczyć przewidywania o końcu dziennikarstwa, to nastąpi to tylko wówczas, gdy ustawodawca zaniecha regulowania statusu dziennikarzy. Dereglamentacja zawodu dziennikarza, określana jako koniec dziennikarstwa, nie oznacza kresu aktywności polegającej na przygotowaniu (redagowaniu, tworzeniu) materiałów prasowych, ale oznacza koniec okresu, w którym istniały zobiektywizowane standardy wykonywania takiej działalności ustanawiane przez wzgląd na potrzeby zaspokojenia interesu publicznego. Ta sytuacja rodzi niebezpieczeństwo zastąpienia

zobiektywizowanego wzorca wymagań stawianych dziennikarzom oceną subiektywnie dokonywaną przez właścicieli mediów, przy zastosowaniu kryterium stopnia realizacji indywidualnych interesów gospodarczych organizacji medialnych. Trzeba zarazem podkreślić, że stanowisko, zgodnie z którym nie jest ważne, KTO przygotowuje materiały dziennikarskie, ale ważne, JAK to robi (rzetelnie), co miałyby oznaczać, że formalizowanie warunków dostępu do zawodu szkodzi dziennikarzom i dziennikarstwu, a w konsekwencji szkodzi interesowi społecznemu – zawiera istotny błąd logiczny. Polega on na przyjęciu z gruntu fałszywego założenia, że można domagać się rzetelnego dziennikarstwa, pomimo braku ustalenia statusu prawnego samych dziennikarzy. Określanie wymogów bez wskazania kręgu osób zobowiązanych do ich przestrzegania jest działalnością nieracjonalną. Domaganie się dochowania rzetelności jest zatem możliwe dopiero wówczas,

gdy w normach prawnych zostanie wskazany krąg osób zobowiązanych do spełnienia tego wymogu.

Podsumowując, należy podkreślić, że status zawodu będzie zależeć od dwóch czynników: wyboru modelu regulacji prawnej (pełna regulacja, współregulacja, dereglamentacja) oraz sposobu nadawania interpretacji stałym wyznacznikom zawodu, a także wyboru czynników zmiennych i ich hierarchizacji. Można zarazem przypuszczać, że decydujące znaczenie dla rozwoju dziennikarstwa i regulowania zawodu będzie posiadać wykładnia stałych wyznaczników zawodowości, bowiem powołanie podobnych, a nawet jednakowo brzmiących przesłanek może prowadzić, w zależności od ich wykładni, do zasadniczo różnych koncepcji dziennikarstwa. To nie dobór czynników zmiennych, lecz sposób, w jaki będzie następować interpretacja elementów fundamentalnych dla zawodu dziennikarza, przesądzi o kierunku zmian.

Przyszłość zawodu dziennikarza w Polsce – wariantowe modele rozwiązań prawnych

The future of journalism profession in Poland – variant models of legal solutions

Joanna Taczowska-Olszewska

SŁOWA KLUCZOWE

dziennikarz, misja, zawód regulowany, samoregulacja, zawód zaufania społecznego, zawód wolny

STRESZCZENIE

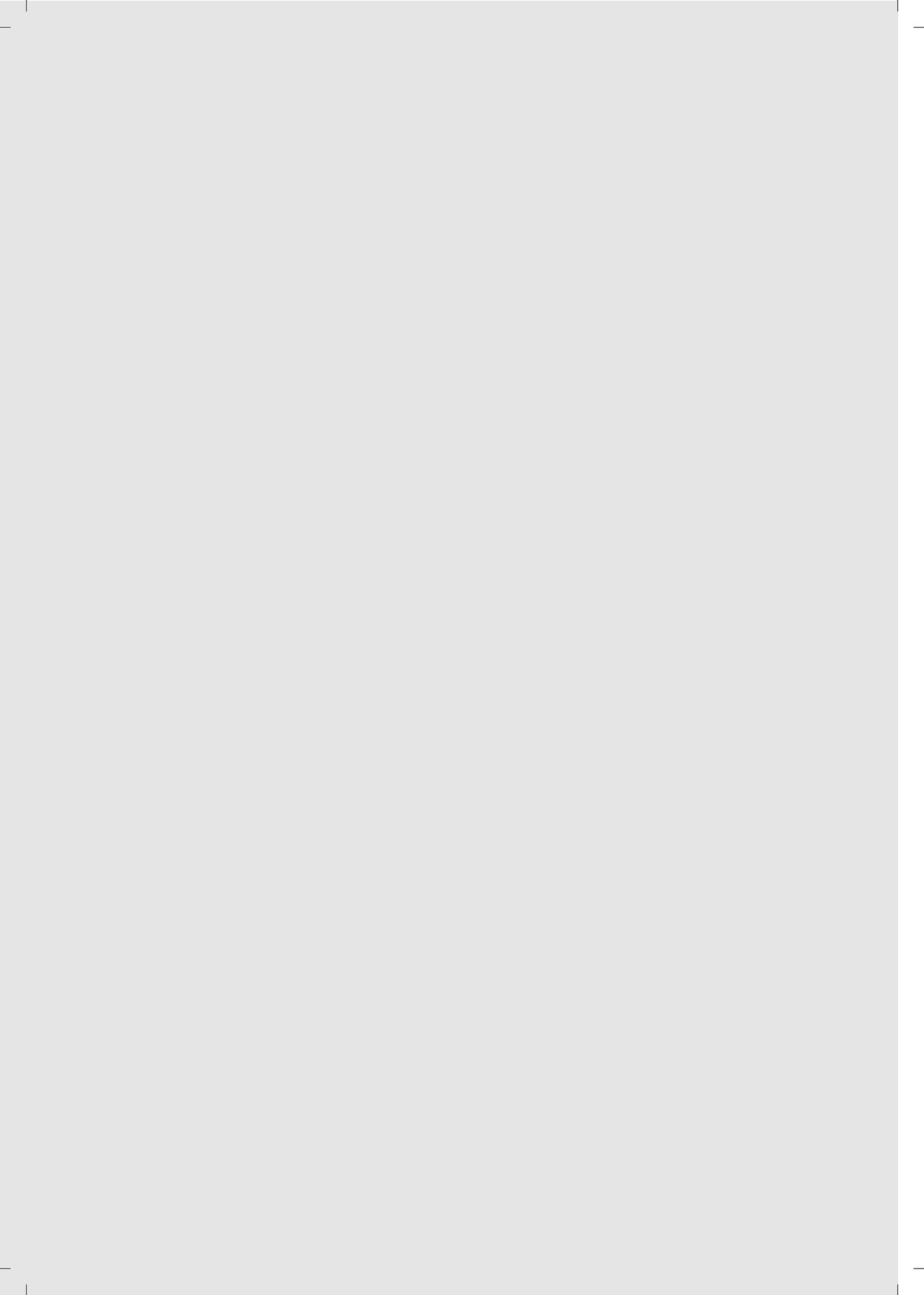
W artykule dokonano przeglądu koncepcji regulowania zawodu dziennikarza w Polsce. Celem analizy było zarówno określenie kategorii zawodów (zawody zaufania publicznego, wolne zawody), do której należy zaliczyć działalność dziennikarską, jak również ustalenie czynników (wyznaczników zawodowości) przesądzających o odrębności zawodu dziennikarza. Badania zmierzały do ustalenia, czy istnieje potrzeba definiowania zawodu dziennikarskiego. Wydaje się, że decydujące znaczenie dla dziennikarstwa będzie posiadać wykładnia stałych wyznaczników zawodowości, bowiem powołanie podobnych, a nawet jednakowo brzmiących przesłanek (np. misyjności) może prowadzić do zasadniczo różnych koncepcji dziennikarstwa. To nie dobór wyznaczników, lecz sposób, w jaki będzie następować ich interpretacja, przesądzi o kierunku zmian w dziennikarstwie.

KEY WORDS

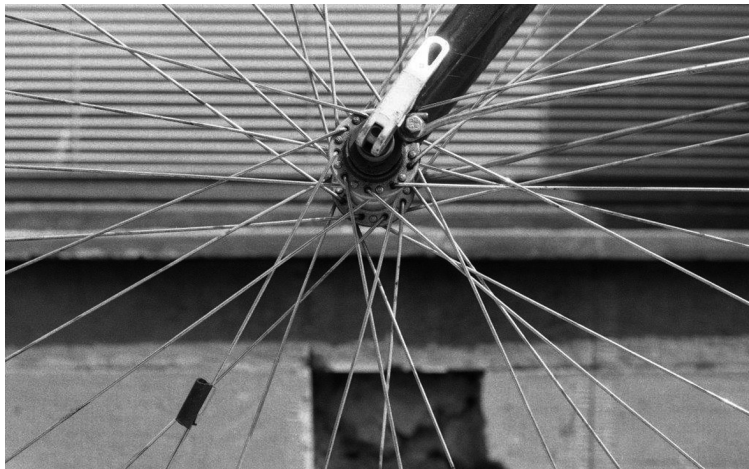
journalist, mission, regulated profession, self-regulation, profession of public trust, liberal profession

ABSTRACT

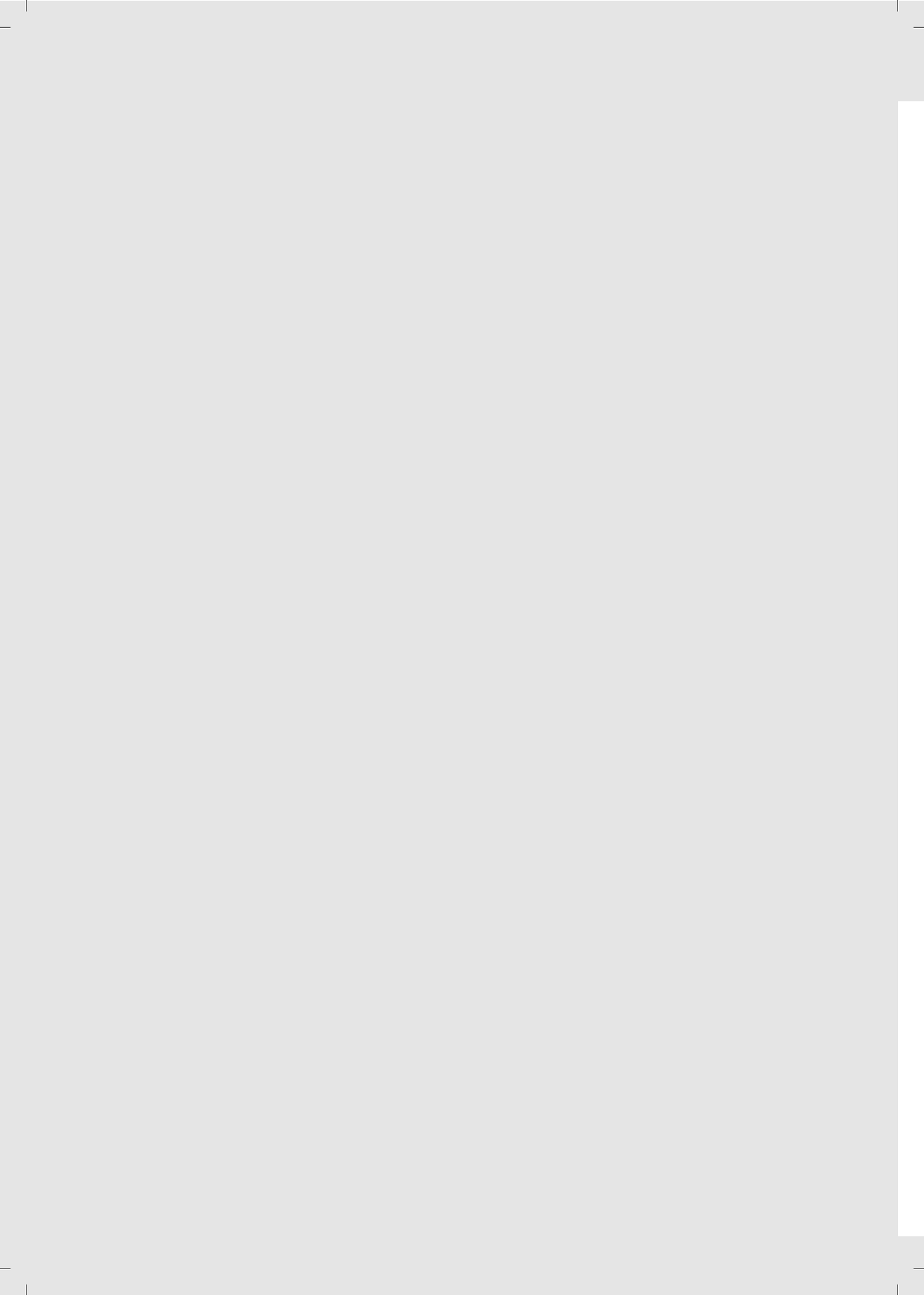
This article deals with the overview of conceptions of regulating the journalist profession in Poland. The aim is to analyze both the category of professions (professions of public trust, liberal professions, journalistic activities), and factors (determinants of professionalism) having an impact on the autonomy of journalistic profession. The goal is to examine whether there is a need to define the profession of journalists. The research underlines the importance of permanent determinants of professionalism; it argues that the introduction of new variables (see for instance journalistic mission) might lead to basically different conceptions of journalism. The paper concludes that the way in which variables are being interpreted will have an impact on discussions of the future of journalism profession.



Media w Polsce



Media in Poland



Metody i techniki upowszechniania informacji przez współczesne polskie agencje informacyjne

Renata Piasecka-Strzelec

Analizując wpływ nowych mediów na prasę, radio i telewizję, warto uwzględnić również agencje informacyjne, które od pierwszej połowy XIX wieku pełnią niezmiennie ważną rolę w procesie komunikowania. Wraz z rozwojem społeczeństwa informacyjnego obserwujemy procesy przenikania się internetu, telewizji, radia i prasy. Od połowy lat 90. XX wieku to zjawisko dotyczy także polskich agencji informacyjnych, stanowiąc jeden z najważniejszych kierunków ewolucji tych instytucji po 1989 r.¹

W opracowaniu chciałabym przedstawić:

- agencje informacyjne w Polsce w obliczu nowych technologii komunikacyjnych;
- zanik tradycyjnych agencji informacyjnych w wyniku integracji z internetem, powstanie tzw. e-agencji, a co za tym idzie – przeniesienie tytułowego biuletynu prasowego do cyberprzestrzeni i zastąpienie go przekazem multimedialnym;
- początek drugiego, wyższego etapu integracji agencji informacyjnych z internetem (na poziomie Web.2.0) oraz wyzwania, jakie stwarzają dla omawianych instytucji *social media*, a w szczególności Twitter.

Proces integracji polskich agencji informacyjnych z internetem

Kierunek omawianych procesów trafnie określił w 2000 r. prezes PAP Ignacy Rutkiewicz, stwierdzając na przekór pesymistom, którzy prognozowali koniec agencji informacyjnych w konfrontacji z internetem: „Nie wydaje się, by epoka agencji prasowych, jeśli użyć tej tradycyjnej nazwy, nie bardzo zresztą oddającej współczesną rzeczywistość, miała wkrótce się zamknąć. Internet i multimedia nie tylko nie zagrażają ich pozycji w świecie mediów, lecz otwierają przed nimi nowe, niedawno jeszcze, zgoła nieprzewidywalne możliwości

¹ Współczesny rynek agencji prasowych w Polsce został ukształtowany w wyniku dwóch zachodzących równoległe procesów, które miały swój początek w 1989 roku. Pierwszy obejmuje transformację starych agencji prasowych funkcjonujących w okresie PRL: Polskiej Agencji Prasowej, Polskiej Agencji „Interpress” oraz Centralnej Agencji Fotograficznej. Na drugi, równie istotny proces złożyło się powstanie oraz dynamiczny rozwój nowych podmiotów na rynku informacji agencyjnej w Polsce. Geneza tego zjawiska była ściśle związana z upadkiem monopolu informacyjnego PAP oraz rosnącym zapotrzebowaniem na różne typy informacji. Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Kierunki rozwoju agencji informacyjnych w Polsce po 1989 roku*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2012, nr 4/15, z. 2, s. 59–70.

przyspieszenia obiegu i wzbogacenia informacji”².

Zjawisko integracji omawianych instytucji z internetem to ostatni etap opisanej przez Paula Levinsona rewolucji informacyjnej, która w tym przypadku zaczęła się od telegrafu – pierwszego elektronicznego środka przekazu.³ Nosi ono zarówno typowe cechy internetyzacji, jak również mediatyzacji internetu. Według Karola Jakubowicza, jedną z form internetyzacji mediów stanowi „udostępnienie bieżącej zawartości lub materiałów archiwalnych w internecie (m.in. w formie *podcastów*) bądź tworzenie ofert na żądanie [...]”. Mediatyzacja internetu to z kolei proces wzbogacania tradycyjnych witryn i portali internetowych o treści i formy dziennikarskie bądź formy audiowizualne wzorowane na linearnych programach radiowych lub telewizyjnych czy też o usługi audiowizualne na żądanie”⁴.

W rezultacie powyższych procesów, zapoczątkowanych w pierwszej połowie lat 90. XX w., doszło do stopniowego zaniku tradycyjnych agencji prasowych oraz wykształcenia elektronicznych agencji informacyjnych (e-agencji), które najogólniej można zdefiniować jako nowoczesną postać agencji informacyjnych wykorzystującą internet do dystrybucji swoich produktów i usług, a także – jako sposób

na dotarcie do nowych odbiorców, zdolną do przekazywania wszystkich elementów usług multimedialnych (tekst, obraz, wideo, dźwięk)⁵. Większość e-agencji to agencje interaktywne, stwarzające swoim odbiorcom możliwość coraz większego zaangażowania w odczytywanie i tworzenie serwisów i tekstów medialnych. Otwartą kwestię stanowi wpływ komodyfikacji i tabloidyzacji mediów na zawartość serwisów agencji informacyjnych⁶. Wyraźnie jednak zarysowuje się tendencja do tworzenia informacji z myślą o ich sprzedawalności⁷.

Biuletyn prasowy w cyberprzestrzeni

Do analizy omawianego zjawiska, oprócz czołówki polskich agencji informacyjnych w postaci Polskiej Agencji Prasowej, Informacyjnej Agencji Radiowej oraz Katolickiej Agencji Informacyjnej, wybrałam także mniejsze agencje, wyspecjalizowane w różnych rodzajach informacji, m.in. AKPA Polska Press, Val Press, megafon.pl, Microway Media.

Polska Agencja Prasowa funkcjonuje w cyberprzestrzeni już blisko 20 lat (od 1994 r.), żywo reagując na nowe procesy zachodzące w świecie mediów. Proces migracji PAP do internetu odbywał się równoległe z wkraczaniem profesjonalnych polskich mediów do cyberprzestrzeni

² I. Rutkiewicz, *Cztery potentaci i CNN*, „Rzeczpospolita” z 28 X 2000 r., <http://demopol.pl/w88.html> [dostęp: 4.05.2013].

³ P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 1999, s. 68.

⁴ K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 78–79.

⁵ Tradycyjne agencje prasowe rozpowszechniały zgromadzone i opracowane przez siebie materiały na zasadzie prenumeraty lub umowy o wymianie w formie serwisów przekazywanych dalekopisem, linią radiową lub pocztą w formie powielanego biuletynu prasowego. Por. *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 15; A. Ostrowska, *Nowe media – przykład Polski* [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, red. M. Bonikowska, Warszawa 2009, s. 144–145.

⁶ K. Jakubowicz, *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli*, Warszawa 2013, s. 124–132.

⁷ Zdaniem Jakubowicza „wczesną (i w tym przypadku korzystną formę) komodyfikacji można [...] dostrzec w działalności pierwszych agencji prasowych. Chcąc sprzedać swoje serwisy możliwie największej liczbie bardzo wówczas upolitycznionych i stronniczych gazet, agencje te w celach handlowych przyjęły zasadę obiektywizmu i bezstronności swoich informacji, by serwisy te były do przyjęcia dla wszystkich redakcji. Inaczej mówiąc, zamieniały informację w towar”. Tamże, s. 124.

i był ściśle związany z komputeryzacją agencji wdrażaną w latach 1991–1994⁸. Już w 1997 r. agencja rozpoczęła wydawanie „Dziennika Internetowego PAP” – pierwszej w Polsce internetowej gazety codziennej bez wersji papierowej. W dobie internetu zaznaczył się wyraźny wzrost znaczenia PAP jako kanału informacji spełniającego wszelkie wymogi tradycyjnych odbiorców oraz rozwijających się coraz szybciej mediów elektronicznych działających na platformie internetowej. PAP obsługuje prasę, radio i telewizję, operatorów telefonii komórkowej, duże i małe portale internetowe (materiały sygnowane skrótem PAP można odnaleźć m.in. na portalu Interia.pl, Onet Biznes, rmf.24.pl), urzędy i instytucje państwowe⁹. Biuletyn papierowy to zjawisko historyczne, gdyż dystrybucja informacji PAP odbywa się za pośrednictwem satelity, internetu (kodowany dostęp do strony WWW; mail), sms-ów; w formatach: WWW, News ML, .jpg, wideo, .txt. PAP dysponuje także kanałem RSS, który stanowi sposób dostępu do zasobów internetu alternatywny w stosunku do standardowych stron WWW.

Za pośrednictwem kanału RSS PAP podaje kilkadziesiąt wiadomości dziennie (podstawowy RSS zawiera wiadomości z kategorii: kraj, świat, sport). W tradycyjnej wersji papierowej ukazują się wyłącznie „Informator Polityczny” i „Informator Terminowy”, dostępne także w wersji elektronicznej.

Znak firmowy PAP to „skondensowana informacja i przyciągające uwagę zdjęcia”¹⁰. Główne źródło informacji mediów ogólnopolskich i regionalnych to Codzienny Serwis Informacyjny (CSI), który stanowi nowoczesny odpowiednik dawnego „Biuletynu Informacyjnego” wydawanego przez blisko pół wieku, zarówno w formie powielanej, jak i przekazywanego do odbiorców dalekopisem¹¹. Uzupełnienie CSI to Codzienny Serwis Fotograficzny (w formacie .jpg), adresowany zarówno do mediów drukowanych, jak i elektronicznych¹².

PAP, wzorem największych agencji informacyjnych na świecie, oferuje swoim odbiorcom serwisy multimedialne w postaci pakietów informacyjnych – gotowych do automatycznego wstawienia na stronę internetową. W skład pakietów

⁸ PAP uruchomiła serwis internetowy dwa lata wcześniej niż największa na świecie amerykańska agencja prasowa Associated Press. Zob. T. Mielczarek, *Między monopolem a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce 1988–1997*, Kielce 1998, s. 77; I. Rutkiewicz, *Agencje prasowe – stare i nowe* [w:] *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995*, red. G. Kopper i in., Kraków 1995, s. 80; L. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012, s. 12–13; J. Olędzki, *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*, Warszawa 2001, s. 58.

⁹ Leszek Olszański podkreśla, że „portale w swoich serwisach z reguły wykorzystują zewnętrznych dostawców informacji. Najważniejszą rolę wśród nich odgrywają zwyczajowo agencje informacyjne. Dla Yahoo!, MSN i innych portali anglojęzycznych są to głównie Associated Press (AP) i Reuters, dla krajowych: PAP (Polska Agencja Prasowa), IAR (Informacyjna Agencja Radiowa) czy KAI (Katolicka Agencja Informacyjna)”. Zdaniem tego autora, „serwisy agencyjne mają wiele wad, lecz od kilkadziesiątu lat przygotowywane są z myślą o mediach elektronicznych, zatem doskonale sprawdzają się w internecie. Suchy język, powierzchowność relacji i ograniczony udział autorskich tematów interesujących przede wszystkim dziennikarzy gazetowych – jak się okazuje – nie stanowi poważnego problemu dla internautów oczekujących przede wszystkim szybkiego dostarczenia ogólnodostępnych wiadomości dnia. Uznanie wirtualnej rzeszy czytelników zyskuje też bezosobowy styl redagowania agencyjnych notatek, pozbawiony dydaktycznego tonu, komentarza, na który często pozwalają sobie przywiązani do opiniotwórczej roli dziennikarze i publicyści”. Zob. L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 25–29.

¹⁰ Cytat zaczerpnięty z witryny internetowej PAP: www.pap.pl.

¹¹ Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje prasowe w latach 1944–1972. Upowszechnianie i reglamentacja informacji. Działalność propagandowa*, Kielce 2012, s. 108–110, 183.

¹² http://pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl&ID=18s=ofertaPAPszczegóły&dz=ofertaPAPinformacje.csi& [dostęp: 14.05.2013].

informacyjnych wchodzą wybrane informacje z CSI PAP. Wszystkie depesze są ilustrowane zdjęciami lub grafiką w rozdzielczości umożliwiającej publikację w internecie i nie wymagają pracy redakcyjnej ze strony odbiorcy. Pakiety informacyjne są dostępne również w formacie flash, jako automatycznie aktualizowane aplikacje, gotowe do publikacji na stronach internetowych lub do wyświetlania na ciekłokrystalicznych ekranach w obiektach publicznych¹³.

W skład oferty multimedialnej PAP wchodzi ponadto:

- infogalerie (tematyczne galerie zdjęciowe), czyli gotowe do publikacji zestawy fotografii opatrzone podpisem;
- materiały wideo – ciekawostki, wywiady, relacje z wydarzeń kulturalnych itp. przeznaczone do publikacji na stronach internetowych oraz w audycjach telewizyjnych;
- aplikacje – przeznaczone dla portali internetowych, platform telewizyjnych oraz wszelkiego rodzaju wyświetlaczy elektronicznych;
- mobile – ogólnodostępne aplikacje na smartfony bądź pakiety wiadomości agencyjnych i zdjęć, łączące informacje i rozrywkę, skierowane do mediów lub operatorów komórkowych do wykorzystania na platformach mobilnych¹⁴.

Na uwagę medioznawców zasługuje oferta dostępna na specjalnej stronie net.pap.pl, która zawiera rozbudowane serwisy komercyjne i tematyczne (tekstowe, fotograficzne oraz wideo) tworzone na specjalne zamówienie. Są one przeznaczone na strony internetowe, dla operatorów telefonii komórkowych, telewizji internetowych, a także na inne nośniki, np. ekrany LCD.

W skład serwisów dedykowanych wchodzą profilowane pakiety informacyjne przygotowane na zamówienie klienta, który ustala również przeznaczenie oraz sposób i czas przekazywania danych. PAP udostępnia również panel klienta przeznaczony nie tylko do samodzielnej edycji grafiki, ale także publikacji własnych treści w postaci reklam czy komentarzy¹⁵. Omawiana oferta stanowi szczególny przypadek interaktywności w mediach, oznaczającej zdolności użytkownika do bezpośredniego wpływania na przeglądane obrazy i teksty oraz możliwość ich zmiany¹⁶.

W serwisie net.pap.pl można odnaleźć typowe cechy wspomnianego wcześniej zjawiska komodyfikacji oraz tabloidyzacji wewnątrzgatunkowej, która polega na przeniesieniu akcentu w obrębie gatunków informacyjnych z informacji twardych na miękkie¹⁷. Jako przykłady można wskazać: pakiet informacyjny Kraj (*Light*), pakiet informacyjny Rozmaitości (*Light*) czy pakiet informacyjny *Lifestyle*, który zawiera plotki z kraju i ze świata na temat gwiazd; wywiady z gwiazdami muzyki, kina oraz celebrytami; newsy dotyczące drogich gadżetów i samochodów¹⁸.

Oprócz tego PAP jest wydawcą kilku portali internetowych promujących profesjonalną wiedzę oraz będących płaszczyzną wymiany informacji i opinii:

- samorząd.pap.pl (540 tys. odsłon w miesiącu) – największy w Polsce portal o charakterze informacyjnym i poradniczym dla samorządowców;
- biznes.pap.pl (ogólnodostępny) – zawiera bieżące informacje ekonomiczne z kraju i ze świata;

¹³ http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl [dostęp: 14.05.2013].

¹⁴ Tamże.

¹⁵ <http://net.pap.pl/index> [dostęp: 7.03.2014]; <http://net.pap.pl/PNP/pl/staticPage/oferta/> [dostęp: 7.03.2014].

¹⁶ M. Lister i in., *Nowe media. Wprowadzenie*, Kraków 2009, s. 33.

¹⁷ K. Jakubowicz, *Media a demokracja...*, dz. cyt., s. 131–132.

¹⁸ <http://net.pap.pl/PNP/pl/category/92/> [dostęp: 7.03.2014].

- GPW Infosfera (ogólnodostępny);
- Nauka w Polsce (aktualne osiągnięcia polskich naukowców; informuje o badaniach prowadzonych przez czołowe ośrodki naukowe w kraju);
- dzieje.pl (portal historyczny; format i dystrybucja: WWW).

W wymienionej grupie warto wyróżnić interaktywne portale Nauka w Polsce i dzieje.pl. Ogólnodostępny serwis Nauka w Polsce, finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, stanowi przydatne i wartościowe źródło informacji popularnonaukowych, które odnotowuje również osiągnięcia nauki światowej. Ukazuje się też w wersji anglojęzycznej. Nauka w Polsce zawiera 40 nowych, aktualnych informacji każdego dnia, ze wszystkich dziedzin nauki. Są one ilustrowane zdjęciami, prezentacjami, filmami. Portal udostępnia fotogalerie, kalendarium wydarzeń, aplikacje mobilne oraz linki do przydatnych stron internetowych. Dystrybuowany jest także w formie newslettera i kanału RSS. Budowaniu społeczności sprzyjają forum, blogi, sondy, konkursy dla czytelników¹⁹.

Ostatni z wymienionych portali to imponujący projekt edukacyjny realizowany przez PAP we współpracy z Muzeum Historii Polski pod patronatem Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Serwis dokumentuje najważniejsze wydarzenia z najnowszej historii Polski oraz przemiany polityczne od chwili odzyskania niepodległości w 1918 r. do końca PRL-u.

Zawiera infografiki, interaktywne mapy, multimedia: filmy wideo, nagrania dźwiękowe oraz kilka tysięcy oryginalnych fotografii. Przyciąga użytkowników prowadzonymi sondami, kwizami i konkursami²⁰. Stwarza również możliwość oceniania artykułów i dodawania komentarzy²¹.

PAP oferuje również:

- serwisy tematyczne (wyselekcjonowany pakiet depesz dotyczących takich kategorii, jak: kraj, świat, gospodarka, energetyka, prawo, sport, kultura, repertuary, PAP life, nauka i zdrowie) dostosowane formą, zawartością i przekazem do wymagań klientów; aktualizacja przez całą dobę, w trybie online;
- serwisy informacji zleconych (usługa informacji zleconych bazuje na unikalnym i masowym kanale dystrybucji informacji oraz materiałów prasowych do mediów *Press releases*; informacje są dystrybuowane także w targetowanej wysyłce mailowej, publikowane w newsletterze oraz trafiają na ogólnodostępny portal zlecone.pap.pl);
- reklamę online (sprzedaż powierzchni reklamowych na stronach: pap.pl, biznes.pap.pl, samorząd.pap.pl);
- emintment (dystrybucja oficjalnych informacji od spółek giełdowych, a także powszechnych towarzystw i otwartych funduszy emerytalnych; gwarantuje bezpośrednie i natychmiastowe dotarcie do dziennikarzy i inwestorów – przez kodowane serwisy informacyjne oraz ogólnodostępne portale internetowe PAP)²².

¹⁹ http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl&_PageID=1&s=ofertaPAPszczegoly [dostęp: 22.02.2014].

²⁰ http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms=www.pap.pl&_PageID=ofertaPAPlista&dz=ofertaPAP [dostęp: 15.04.2013].

²¹ Istnienie forum przynosi redakcji portalu wymierne korzyści, stanowiąc zarówno cenne źródło inspiracji, jak i ważny element korekty 2.0. Jak podkreśla Lech Olszański „forum to nieustające badanie opinii publicznej [...] pozwalające poznać sympatie i antypatie internautów wobec występujących w tekście postaci, stopień aprobaty bądź dezaprobaty dla opisywanych faktów”. Zob. L. Olszański, *Dziennikarstwo...*, dz. cyt., s. 228–229; tenże, *Media i dziennikarstwo...*, dz. cyt., s. 207.

²² http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl&_PageID=1&s=ofertaPAPszczegoly& [dostęp: 7.03.2014].

Swoisty znak czasu stanowi obecność PAP na takich portalach, jak Twitter czy Facebook, gdzie udostępnia linki ze swojej strony www.pap.pl, czy YouTube (na YouTube od 11 września 2005 r.; wg danych na dzień 5 maja 2013 r. liczba subskrypcji wyniosła 1974, liczba wyświetleń filmów – 4541641)²³. Informacje PAP są dostępne również przez popularną witrynę Google News. Newsy PAP trafiły do wyszukiwarki określanej często mianem postrachu prasy, dzięki umowie z 8 kwietnia 2009 r., która wzbudziła wiele kontrowersji, wywołując z reguły negatywne komentarze prasowe²⁴. Powoływano się m.in. na przypadek Agence France Presse, która na drodze sądowej wyegzekwowała od Google News rezygnację z subskrypcji swoich serwisów²⁵.

Witryna internetowa PAP jest adekwatna do prestiżu największej agencji informacyjnej w Polsce. Stronę ożywiają elementy multimedialne oraz interaktywne. Oprócz najważniejszych informacji o Agencji i jej ofercie, zawiera aktualności z kraju i ze świata, galerię foto, reklamy usług i produktów (np. „Szybko, Bezstronnie, Profesjonalnie”; „Przejdź na rzetelną stronę informacji”; „Wydź z chaosu informacyjnego”), ogłoszenia PAP, prognozę pogody dla Warszawy i większych miast w Polsce, odnośnik do PAP na YouTube, notowania GWP, tabelę kursów walut NBP, kalendarium, wtyczkę społecznościową z Facebooka (6192 osoby lubią obiekt Polska Agencja Prasowa)

oraz infoskrzynkę zachęcającą użytkowników do powiadamiania agencji o ważnych wydarzeniach („Jeśli jesteś świadkiem ważnego wydarzenia, wiesz o ciekawej konferencji, chcesz, aby PAP zajęła się jakimś istotnym tematem – poinformuj nas. Czekamy!”)²⁶.

Jednak to nie PAP, a Informacyjna Agencja Radiowa jest uznawana za największą elektroniczną agencję informacyjną na polskim rynku mediów. IAR została założona w 1992 r. przy Polskim Radiu. W latach 1993–1994 działała jako Radio-Info, pierwsze w Polsce radio informacyjne, całkowicie na żywo, bez muzyki. W 1994 r. Naczelna Redakcja Informacji Polskiego Radia została przekształcona w IAR. Głównym produktem tej agencji jest serwis internetowy zawierający materiały tekstowe i dźwiękowe (450 informacji na dobę, 200 w wersji audio, oferuje także dzienniki informacyjne gotowe do emisji)²⁷.

Dystrybucja serwisów IAR zawierających materiały tekstowe i dźwiękowe odbywa się za pośrednictwem satelity oraz internetu. Z jej serwisów informacyjnych korzysta sieć radia publicznego w Polsce, telewizja, prasa, rozgłośnie niekomercyjne i portale internetowe (wiadomości IAR są dostępne m.in. na portalu Onet.wiadomości). Omawiana instytucja jest obecna na Twitterze i Facebooku; na jej stronie internetowej znajduje się również galeria zdjęć oraz informacja o prowadzonych tam blogach.

²³ <http://www.youtube.com/user/PAP> [dostęp: 5.05.2013].

²⁴ Google News to internetowa usługa agregująca informacje prasowe i dostarczająca je w postaci uporządkowanych tematycznie bloków, np. polityka, sport, technologia itp. Informacje są skrócone do *leadu* (po kliknięciu w niego czytelnik jest odsyłany na stronę źródłową, gdzie może zapoznać się z treścią informacji, które są opatrzone nazwiskiem autora i źródłem pochodzenia). Serwis Google News uruchomiono we wrześniu 2002 r. Zob. <http://www.polityka.pl/kraj/analizy/292558>, konflikt-między-wydawcami-prasowymi-a-mediami-internetowymi.read [dostęp: 5.05.2013]; <http://www.intrenetstandard.pl/news/168235/Google.News>. Postrach.prasy.zawital.do.Polski.html [dostęp: 5.05.2013]; <http://media2.pl/media/49654-Wydawcy-prasy-VS-Internet-zaczyna-się-wojna!html> [dostęp: 5.05.2013].

²⁵ Zob. L. Olszański, *Media i dziennikarstwo...*, dz. cyt., s. 25.

²⁶ http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl&_PageID=1&s=informuj_nas&_Checksum=1279287610 [dostęp: 11.10.2013].

²⁷ <http://www.polskieradio.pl/78,IAR/965,0-nas> [dostęp: 13.04.2013].

W grudniu 2010 r. IAR uruchomiła własną antenę, czyli radio internetowe Polskie Radio 24. W ofercie programowej Radia24 znajdują się serwisy informacyjne IAR, rozmowy na żywo z ekspertami i znanymi osobami życia publicznego, materiały przygotowane specjalnie przez pracowników IAR oraz korespondentów zagranicznych Polskiego Radia²⁸.

Internetową agencją informacyjną w pełnym tego słowa znaczeniu jest również Katolicka Agencja Informacyjna utworzona w Warszawie w 1993 r. jako pierwsza w Europie Środkowo-Wschodniej agencja wyznaniowa²⁹. Serwis agencyjny KAI od 1995 r. jest rozpowszechniany za pośrednictwem internetu³⁰. Obecnie dostępny jest także na Facebooku i Twitterze.

Po podpisaniu umowy z agencją odbiorca otrzymuje kody dostępu do serwisu na stronie internetowej lub też zostaje wprowadzony do bazy odbiorców otrzymujących informacje pocztą elektroniczną. KAI stworzyła kilka poziomów dostępu do serwisu, w tym:

- biuletyn prasowy, czyli wysyłany pocztą elektroniczną dwa razy w tygodniu zbiór depech z serwisu w formacie .txt lub MAIL-ISO;
- serwis e-mailowy – każda depecha publikowana w serwisie KAI jest dostarczana w czasie rzeczywistym na podane konto e-mailowe;
- przekaz satelitarny, adresowany wyłącznie do odbiorców serwisu PAP; umożliwia otrzymywanie serwisu za pośrednictwem łącz satelitarnych PAP³¹.

Od 2000 r. omawiana agencja wydaje również ogólnodostępny magazyn internetowy ekai.pl, który zawiera zestaw najważniejszych wiadomości o Kościele, aktualizowany przez 7 dni w tygodniu³². Oprócz wyżej wymienionych serwisów KAI przygotowuje cotygodniowy biuletyn informacyjny „Wiadomości KAI” dla 4,5 tys. parafii w Polsce. Biuletyn ten występuje w trzech wersjach, co w przypadku agencji informacyjnych stanowi jedyny przypadek koegzystencji „starego” z „nowym”:

1. Tradycyjna wersja drukowana – liczące około 30 stron formatu A-4 pismo w kolorowej okładce, wysyłane tradycyjną pocztą, przeznaczone dla bibliotek i osób, które nie preferują czytania z ekranu komputera.
2. Wersja PDF – przeznaczona do drukowania lub czytania z ekranu (ok. 800 kB); jest to wierna kopia wersji drukowanej, rozsyłana raz w tygodniu pocztą elektroniczną (e-mail).
3. Wersja HTML – (ok. 200 kB) umożliwia wygodną nawigację po tekście na ekranie; zalety: plik HTML ma 4 razy mniejszą objętość niż PDF, dzięki czemu w mniejszym stopniu obciąża skrzynkę pocztową i szybciej się ładuje, zawiera wszystkie teksty z „Wiadomości KAI” połączone odnośnikami ze spisem treści tak, by można było wygodnie poruszać się po tekście w przeglądarce internetowej³³.

Do serwisów elektronicznych należy również zaliczyć serwis dźwiękowy audioKAI i serwis fotograficzny fotoKAI. Agencja wydaje

²⁸ Tamże.

²⁹ Szerzej na temat KAI: R. Piasecka, *Katolicka Agencja Informacyjna – pomost między mediami wyznaniowymi a świeckimi* [w:] *Media wyznaniowe w Polsce 1988–2004*, red. E. Kossewska, J. Adamowski, Warszawa 2004, s. 123–129.

³⁰ T. Mielczarek, *Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007, s. 66.

³¹ http://system.ekai.pl/kair/?screen=serwis_agencyjny [dostęp: 11.10.2013].

³² Tamże.

³³ <http://system.ekai.pl/kair/?screen=tygodniki> [dostęp: 11.10.2013].

również internetowy „Dziennik Katolicki” – wirtualny dziennik, który można otrzymywać dwa razy dziennie (edycja poranna i wieczorna). W tradycyjnej formie drukowanej ukazuje się cotygodniowa gazeta-plakat „Z życia Kościoła”³⁴. Na witrynie internetowej KAI, podobnie jak w przypadku IAR, można odnaleźć listę blogów.

E-agencją informacyjną jest także Eku-
meniczna Agencja Informacyjna założona w 2004 r. Agencja wydaje internetowy ekumeniczny serwis informacyjny o nazwie ekumenizm.pl, który powstał w wyniku podziału w redakcji serwisu informacyjnego kościół.pl. Część zespołu zdecydowała się powołać Eku-
meniczną Agencję Informacyjną i prowadzić jej działalność na osobnej witrynie internetowej. Stroną związaną z ekumenizm.pl jest Magazyn Teologiczny *Semper Reformanda*. Obecnie serwis ekumenizm.pl jest dostępny na Facebooku. Odwiedzający stronę ekumenizm.pl mają możliwość współtworzenia serwisu przez uczestnictwo w sondach, przesłanie artykułu (notki informacyjne, publicystyka), zadawanie pytań, dodawanie wydarzeń³⁵.

O pełnej integracji z internetem można mówić także w przypadku agencji AKPA Polska Press reprezentującej liczną grupę niewielkich, ale bardzo dynamicznie rozwijających się prywatnych agencji informacyjno-fotograficznych nastawionych na obsługę kolorowych

magazynów, prasy kobiecej, portali i wortalii internetowych³⁶. Agencja reklamuje swoją ofertę na stronie internetowej www.akpa.pl jako „najwyższej jakości serwis telewizyjny, profesjonalne fotografie *celebrities*, obszerne teksty oraz unikatowe wideoklipy”. Serwis agencji AKPA Polska Press jest dostępny w postaci klasycznej przeznaczonej dla wydawnictw (aby obejrzeć materiały wideo, korzystać z bazy zdjęciowej, tekstowej i programowej, zintegrowanej wyszukiwarki oraz funkcji koszyka, trzeba się zalogować) oraz bazodanowej – dla systemów EPG oraz portali internetowych wymagających pełnego zautomatyzowania procesu aktualizacji danych. AKPA Polska Press funkcjonuje również na Facebooku³⁷.

Do tej samej kategorii należy zaliczyć agencję Val Press, megafon.pl (posiada oryginalną witrynę internetową stylizowaną na tradycyjny biuletyn prasowy, dostarcza wiadomości i plotki ze świata muzyki oraz filmu wraz z fotografiami, a także recenzje muzyczne i filmowe; serwis na potrzeby mediów elektronicznych i tradycyjnych) oraz Agencję Prasową i Fotograficzną Microway Media, która powstała w Warszawie w 1994 r. jako pierwsza w Polsce agencja internetowa³⁸.

Z internetem w pełni zintegrowała się również liczna grupa agencji informacyjnych o profilu ekonomiczno-gospodarczym. Wzór do naśladowania stanowią polskie oddziały

³⁴ http://system.ekai.pl/kair/?screen=serwis_agencyjny [dostęp: 11.10.2013].

³⁵ Zob. www.ekumenizm.pl.

³⁶ Odbiorcami serwisu tej agencji są m.in. dzienniki („Fakt”, „Super Express”, „Dziennik Gazeta Prawna”), tygodniki i dwutygodniki telewizyjne, dodatki telewizyjne (np. „Fakt TV”), luksusowe miesięczniki (np. „Twój Styl”, „Pani”, „InStyle”), magazyny z segmentu people (np. „Party”), magazyny z segmentu *yellow* (np. „Twoje imperium”), tygodniki poradnikowe (np. „Tina”), wydawnictwa krzyżówkowe, satelitarne platformy cyfrowe (cyfrowy Polsat, ncf, Orange), sieci kablowe (upc, TOYA, INEA), portale internetowe (onet, wp.pl, Interia.pl, SE.pl, dziennik.pl, stopklatka.pl). Zob. <http://www.akpa.pl/ofirmie.php?typ=3> [dostęp: 3.05.2013].

³⁷ <http://www.akp.pl/ofirmie.php> [dostęp: 3.05.2013]; <https://pl-pl.facebook.com/AKPApolskapress> [dostęp: 3.05.2013].

³⁸ Agencja Prasowa i Fotograficzna Microway Media oferuje materiały prasowe, zdjęcia i fotoreportaż o różnorodnej tematyce, w tym m.in. wywiady, relacje z imprez i wydarzeń kulturalnych, planów filmowych, ciekawostki, plotki z życia gwiazd, materiały poradnikowe itp. Zob. <http://Press.mwmedia.pl/press4/?cwd=101> [dostęp: 3.05.2013].

światowych agencji informacyjnych, m.in. Thomson Reuters Polska.

Jak wynika z przeprowadzonej analizy, polskie agencje informacyjne wkroczyły na drugi poziom integracji z internetem. Internauci coraz częściej mają możliwość nie tylko komentowania wiadomości dostępnych na witrynach internetowych polskich agencji informacyjnych, ale też ich współtworzenia dzięki dołączaniu do stron informacyjnych możliwości powiadomienia o wydarzeniach (infoskrzynki), pisania blogów (KAI, IAR) i artykułów korespondujących z treścią wiadomości.

Nowe wyzwanie dla agencji informacyjnych, ściśle związane z migracją do cyberprzestrzeni, stwarza dynamiczny rozwój mediów społecznościowych. W badaniach naukowych podkreśla się zwłaszcza rosnącą rolę Twittera w strumieniach informacji³⁹. To zjawisko jest również szeroko komentowane na łamach prasy polskiej i w internecie⁴⁰. Według danych Instytutu Monitorowania Mediów (prowadzącego od września 2003 r. badania „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce”, z wyłączeniem agencji informacyjnych) „media społecznościowe stają się pełnoprawnym kanałem informacyjnym. [...] media czerpią newsy i informacje bezpośrednio

z platform społecznościowych, co przypomina pozyskiwanie informacji z agencji informacyjnych”. Na tej podstawie padają śmiałe stwierdzenia: „Facebook i Twitter bardziej opiniotwórcze niż telewizja. Kiedy zrównają się z agencjami informacyjnymi?”⁴¹ Przykładowo, wpisy papieża Franciszka na Twitterze są postrzegane przez media jako bardziej atrakcyjne niż serwis KAI. Oblicza się, że profil papieża na Twitterze, redagowany w 9 wersjach językowych, obserwuje ponad 6 mln ludzi. Kwestią dyskusyjną w tym przypadku może być wiarygodność mediów społecznościowych, o czym świadczy głośny incydent z 23 kwietnia 2013 r., tzn. włamania się hakerów na konto amerykańskiej agencji Associated Press na Twitterze i rozesłania fałszywych informacji dotyczących rzekomo ataku terrorystycznego na Białą Dom oraz prezydenta Stanów Zjednoczonych⁴². Wymieniony incydent to wręcz modelowy przykład zjawiska chaosu informacyjnego stanowiącego ciemną stronę swobody komunikacji, którą dają media społecznościowe. Jak trafnie zauważył Leszek Olszański, „mając tą świadomość, nikt nie wątpi w to, że profesjonalne media w dalszym ciągu są potrzebne”⁴³.

Zdaniem Roberta Bogdańskiego, „nic nie wskazuje na to, aby agencje informacyjne zesły

³⁹ Na szczególną uwagę zasługują badania przeprowadzone przez Milea Osborne’a z Uniwersytetu Edynburskiego, który porównał szybkość publikowania informacji na Twitterze i w serwisach agencyjnych. Zob. <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/twitter-czy-agencje-prasowe-kto-jest-szybszy> [dostęp: 10.03. 2014].

⁴⁰ Twitter czasami zastępuje agencje informacyjne, stąd niejako na wyrost pojawiło się nawet określenie „Agencja informacyjna Twitter”. Zauważa się jednak, że w USA Twitter służy wymianie informacji, w Polsce – opinii. Zob. <http://natemat.pl/39369,dla-kogo-jest-twitter-w-polsce-w-usa-sluzy-wymienianiu-informacji-u-nas-opinii> [dostęp: 26.04.2013]. Zwraca się również uwagę na niebagatelny problem zagrożenia bezpieczeństwa publicznego, podkreślając że „przeprowadzono wiele eksperymentów, które ukazały łatwość implementacji kłamstw w miejscu prawdy, kłamstw, które są później powtarzane nawet i przez największe i najbardziej szanowane agencje informacyjne”. <http://www.nowinki.be/pl/content/niebezpieczne-zwiazki-jakie-zagrozenia-niosa-portale-spolesnocniowe> [dostęp: 26.04.2013].

⁴¹ Facebook i Twitter bardziej opiniotwórcze niż telewizja. Kiedy zrównają się z agencjami informacyjnymi, <http://biuro.mediccontact.pl/imm/b67fbf26e8348403969736b9486927a/> [dostęp: 24.04.2013]. W badaniach IMM nie są uwzględniane przekazy, których źródłem są agencje informacyjne. Zjawisko imponującej cytowalności mediów społecznościowych pozostaje w ścisłym związku z procesem tabloidyżacji wewnątrzmedialnej i związaną z tym rosnącą trywializacją i personalizacją informacji. Por. K. Jakubowicz, *Media a demokracja...*, dz. cyt., s. 130–132.

⁴² <http://blog.gdata.pl/2013/05/sześć-długich-minut-na-twitterze-czyli.html> [dostęp: 9.05.2013]; <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/twitter-ostrzega-media-beda-kolejne-ataki> [dostęp: 2.05.2013].

⁴³ L. Olszański, *Media i dziennikarstwo...*, dz. cyt., s. 102–103.

ze sceny medialnej przed pozostałymi mediami, skoro są dla nich bardzo przydatne, oszczędzają im czas i pieniądze. A media zmieniają tylko swoją formę, a nie znikają. Więc i agencje pewnie pozostaną w naszym świecie. Mało widoczne dla przeciętnego konsumenta mediów, ale bardzo potrzebne dla systemu mediów⁴⁴. Z drugiej strony „Michael Wolff – amerykański pisarz, publicysta i eseista, komentując opublikowanie oferty Twittera w sprawie zatrudnienia szefa działu medialnego, zauważył na internetowych stronach »Guardiana«, że mamy do czynienia z pierwszym w historii przypadkiem, kiedy portal społecznościowy uznał dostarczanie newsów za jedną ze swych podstawowych funkcji. Według niego opublikowanie oferty Twittera jest jednym z najważniejszych wydarzeń branży medialnej ostatnich lat. Świadczy bowiem o tym, że serwis społecznościowy chce w pełni wykorzystać swój potencjał, by stać się narzędziem powszechnie wykorzystywanym zarówno przez odbiorców wiadomości, jak i dziennikarzy tworzących materiały informacyjne. Pośrednikiem, który być może w dużym stopniu zastąpi agencje informacyjne⁴⁵.

Podsumowując, należy zauważyć, że migracja polskich agencji informacyjnych do cyberprzestrzeni była jedynym możliwym kierunkiem rozwoju tych instytucji po 1989 r. Agencje utworzone na początku lat 90. XX w. od początku swej działalności funkcjonują jako internetowe agencje informacyjne, inne – mające tak jak PAP znacznie dłuższą historię – musiały stopniowo przekształcić się w e-agencje. Według modelu zaproponowanego przez Martcha Löffelholza i Thorstena Quanda, najpierw było to wchodzenie „nowego” w „stare”, a następnie zastępowanie „starego” przez „nowe⁴⁶. W odróżnieniu od prasy, radia i telewizji dynamika rozwoju omawianych instytucji zaowocowała brakiem komplementarności, czyli podziału na „stare” (tradycyjne) i „nowe” (elektroniczne) agencje informacyjne⁴⁷.

Media społecznościowe, podobnie jak internet, stały się dla polskich agencji informacyjnych kolejną szansą oraz impulsem do dalszego rozwoju. Dowodzi tego coraz powszechniejsze wykorzystywanie Facebooka i Twittera jako nowego sposobu rozpowszechniania serwisów agencyjnych.

⁴⁴ Robert Bogdański w czasie stanu wojennego był redaktorem podziemnego kwartalnika „Obóz” zajmującego się sprawami byłego bloku wschodniego. Był jednym z założycieli agencji prasowej o nazwie Serwis Informacyjny Solidarności (SIS); następnie prezesem i redaktorem naczelnym Agencji Informacyjnej SIS-Serwis (prywatnej agencji prasowej powstałej w 1993 z przekształcenia agencji Serwis Informacyjny Solidarności), dziennikarz BBC i agencji Reutera. W latach 1997–2002 prezes PAP. W 2006 r. został dyrektorem Interfax Centralnaja Jewropa – nowej agencji informacyjnej rosyjskiego Interfaxu. Zob. <http://elekcyi.org/mam-wolność/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jej-pozycja-w-swiecie-mediowhtml> [dostęp: 15.05.2013]; <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/4131Bogdanski-dyrektorem-rosyjskiej-agencji-prasowej> [dostęp: 25.02.2014]; http://www.pl.wikipedia.org/wiki/Agencja-Informacyjna_SIS-Serwis/ [dostęp: 25.02.2014].

⁴⁵ Zob. http://natemat.pl/60743_rewolucja-w-dziennikarstwie-twitter-szuka-szefa-dzialu-medialnego [dostęp: 15.05.2013].

⁴⁶ Por. S. Michalczyk, *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 102.

⁴⁷ Tamże.

Metody i techniki upowszechniania informacji przez współczesne polskie agencje informacyjne

Methods and techniques of news information in contemporary Polish press agencies

Renata Piasecka-Strzelec

SŁOWA KLUCZOWE

agencje informacyjne, internet, serwisy internetowe, media społecznościowe, Polska Agencja Prasowa, Informacyjna Agencja Radiowa, Katolicka Agencja Informacyjna

STRESZCZENIE

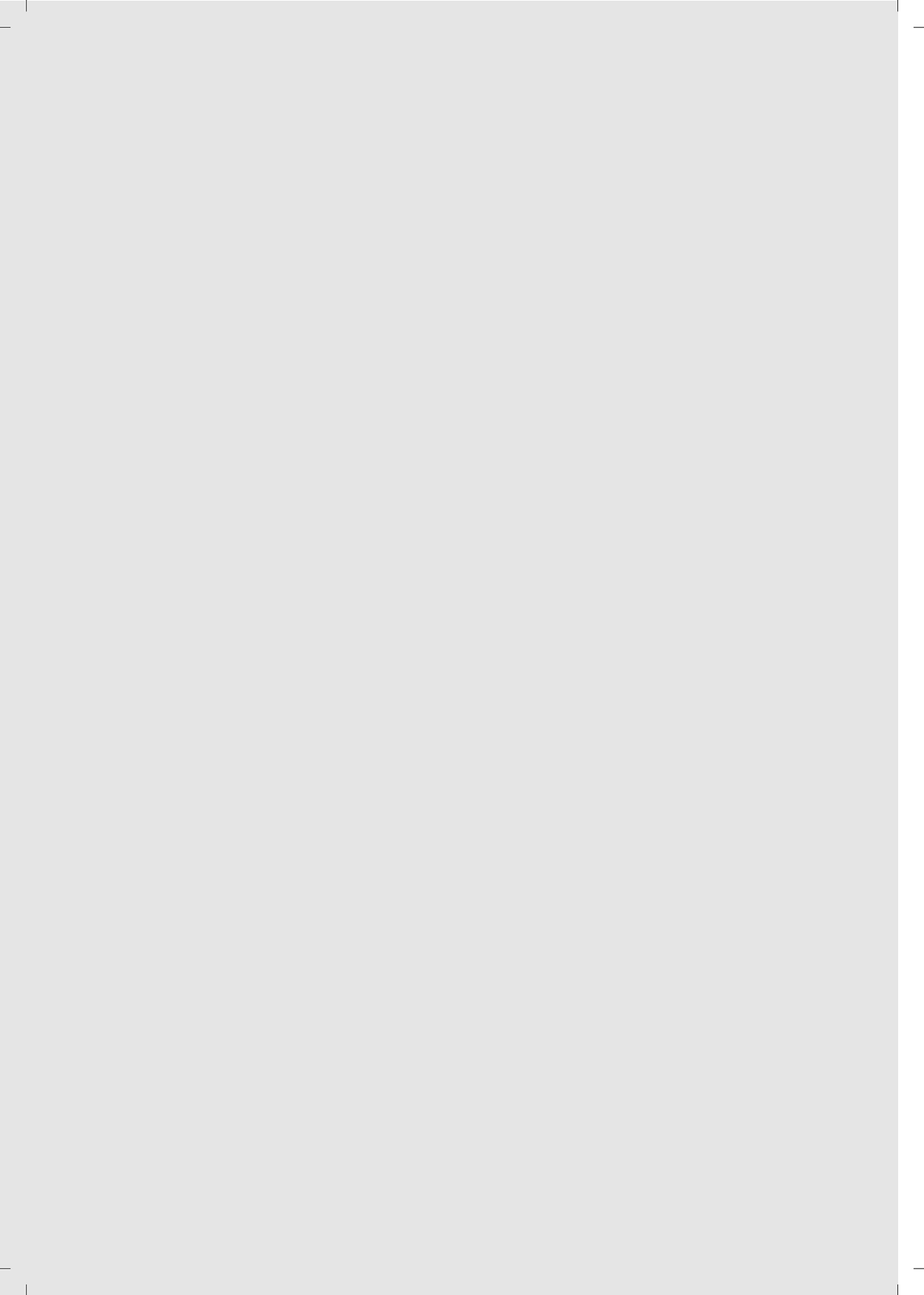
Opracowanie stanowi próbę przedstawienia współczesnych polskich agencji informacyjnych jako nowoczesnych źródeł informacji znajdujących się w fazie dynamicznego rozwoju i żywo reagujących na nowe zjawiska oraz procesy zachodzące w świecie mediów. W erze internetu zaznaczył się wyraźny wzrost znaczenia tych instytucji jako kanałów informacji, które spełniają wszelkie wymogi tradycyjnych odbiorców (prasy, radia i telewizji) oraz rozwijających się coraz szybciej mediów elektronicznych działających na platformie internetowej. Tradycyjną formułę biuletynu prasowego zastąpiły serwisy dostosowane formą, zawartością oraz przekazem do potrzeb zróżnicowanych grup klientów. Agencje informacyjne w Polsce po 1989 r. ewoluowały w kierunku agencji elektronicznych (e-agencji). Obecnie najważniejsze wyzwanie dla agencji informacyjnych stanowią *social media*, ze względu na rosnącą rolę Twittera i Facebooka w strumieniu informacji docierających do mediów.

KEY WORDS

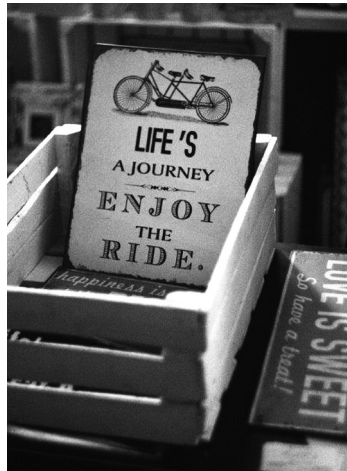
news agencies, internet, websites, social media, Polish Press Agency, Radio Information Agency, Catholic News Agency

ABSTRACT

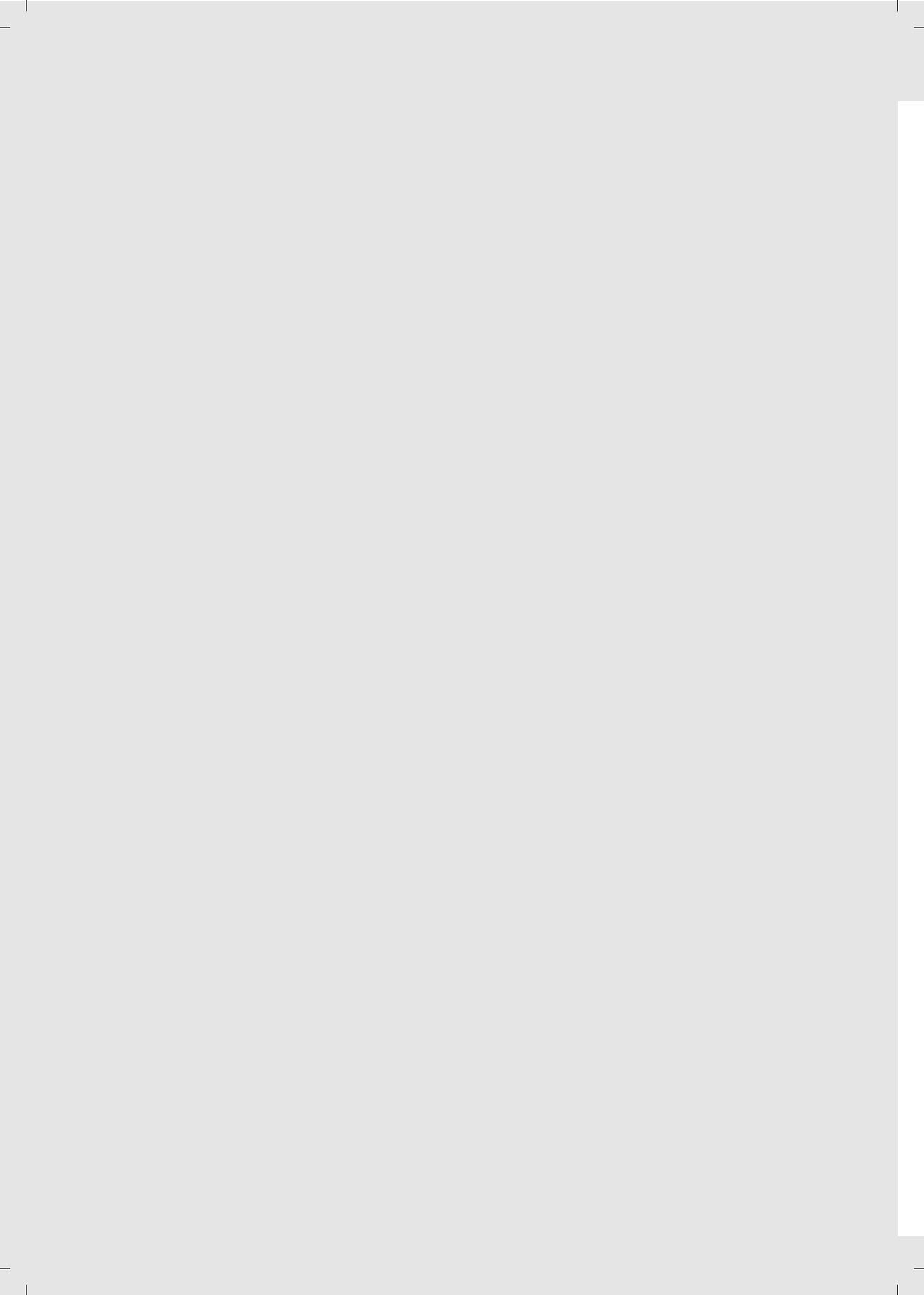
The aim of the paper is to present contemporary Polish news agency as modern sources of information in contemporary media world. The importance of news agencies has increased in the era of internet and development of online services; they create additional channels of information that meet all the requirements of the traditional publics (audiences of press, radio and television). The traditional formula of press agency has been replaced by new forms, contents and news addressed to different customer groups. After 1989 news agencies in Poland evolved in the direction of electronic agency (e-agency). Current challenges relate to the rise of “social media” and the role of Twitter and Facebook in the process of news production.



Media za granicą



Media abroad



Telewizja w Grecji w epoce socjalistycznego snu Andreasa Papandreu¹

Tomasz Fraszczyk

Andreas Papandreu to nie tylko legenda greckiej sceny politycznej, lecz także z pewnością jeden z najbardziej znanych w świecie Greków żyjących w XX wieku. Założyciel Ogólnogreckiego Ruchu Socjalistycznego (PASOK, gr. *Πανελλήνιο Σοσιαλιστικό Κίνημα, ΠΑ.ΣΟ.Κ.*), wieloletni premier Grecji, hegemon lat 80. i połowy 90., który jednak nie ustrzegł się skandali zarówno politycznych, jak i obyczajowych, do dziś stanowi jeden z ważniejszych punktów odniesienia w dyskusjach o przeszłości i przyszłości kraju. Dla jednych bohater i patriota, który pragnął zapewnić Grekom dobrobyt i poczucie bezpieczeństwa socjalnego, dla innych zaś – skorumpowany cudzołożnik, który zmarnował najlepszą, bo pierwszą, dekadę członkostwa kraju w Europejskiej Wspólnocie Gospodarczej i możliwości, które wówczas stały przed Atenami. W niniejszym tekście zostanie przedstawiony niewielki wycinek działań ekipy Andreasa

Papandreu w okresie pierwszej kadencji jego rządów (1981–1985) – ten, który bezpośrednio odnosi się do jej postępowania wobec najbardziej wpływowego medium pod Akropolem, czyli telewizji².

Telewizja w okresie pierwszej kadencji rządów socjalistów: początek zmian

Reforma greckich mediów państwowych, od wielu lat ostro krytykowanych przez socjalistów, zajęła istotne miejsce w programie wyborczym ich partii³. Andreas Papandreu twierdził, że konserwatyści uczynili z ERT „organ partyjnej propagandy i prania mózgu, który informuje wyłącznie o działaniach rządu, a relacje z przekazywania do użytku nowych base-nów i niekończące się oświadczenia ministrów zastępują tu ważne, acz niewygodne dla władzy tematy, szczerze wypełniając czas programów

¹ Tekst jest fragmentem pracy doktorskiej autora nt. *Radiofonia i telewizja w Grecji. Ewolucja mediów audio-wizualnych w modelu śródziemnomorskim*, która została nagrodzona w VII edycji konkursu „Studiów Medioznawczych” na pracę doktorską z zakresu nauk o mediach.

² Zob. też D. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 21–45 oraz Σ. Παπαθανασόπουλος, *Πολιτική και ΜΜΕ. Η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*, Αθήνα 2004, s. 37–79.

³ Krótkie, składające się z jednego słowa hasło tej kampanii użyte przez PASOK: „Zmiana” (oraz jego liczne parafrazy i rozwinięcia, np. „PASOK dla zmian”, „Rządy zmiany”, „Nadchodzi zmiana”, „PASOK w rządzie, naród u władzy”, „Naród pragnie zmian, a PASOK może jej dokonać” itp.) przeszło do historii greckiej polityki.



Fot. 1. Historyczny przedwyborczy wiec PASOK, Ateny, 15 X 1981 r. Na stołecznych ulicach pomiędzy placami Syntagma (Konstytucji) i Omonia (Zgody) zgromadziły się wówczas setki tysięcy zwolenników Andreasa Papandreu, które trzy dni później przyczyniły się do wielkiego wyborczego zwycięstwa

informacyjnych⁷⁴. Wśród konkretnych zarzutów stawianych nadawcy i sposobowi jego organizacji lewicowy kandydat na premiera wymieniał m.in. bezpośrednią zależność zarządu i dyrekcji poszczególnych działów firmy od czynników politycznych, czy też kryptoreklamę prorządowej prasy w audycjach publicystycznych. Proponował utworzenie niezależnej rady dziennikarzy, odpowiedzialnej za kształtowanie ramówek

w radiu i telewizji oraz dokonującej selekcji tematów odnoszących się do polityki, a także – analogicznej rady twórców, budującej ofertę kulturalną ERT. Ponadto Papandreu stanowczo opowiadał się za wprowadzeniem całkowitego zakazu emisji reklam, nazywając je „śmieciami zanieczyszczającymi eter”, które reprezentują interesy międzynarodowych korporacji działających na szkodę niezależności kraju⁷⁵.

⁷⁴ Grecy politycy (i chyba nie tylko greccy) do dziś bardzo lubią występować w telewizji na tle oddawanych właśnie do użytku inwestycji publicznych.

⁷⁵ Kwestia zagrożenia opanowaniem Grecji przez międzynarodowe grupy kapitałowe i obce koncerny była jednym z głównych tematów podnoszonych przez PASOK w kampanii wyborczej 1981 roku, a zasadniczym postulatem wynikającym z powyższej diagnozy uczyniono sprzeciw wobec realizacji umowy akcesyjnej ze Wspólnotami Europejskimi na warunkach wynegocjowanych przez Nową Demokrację w 1979 roku. Zob. też J. Bonarek i in., *Historia Grecji*, Kraków 2005, s. 633.

Zgodnie z oczekiwaniami, przeprowadzone 18 października 1981 roku wybory parlamentarne wyraźnie wygrał socjalistyczny PASOK, obsadzając 174 mandaty w Izbie Deputowanych, które mu zapewniły komfortową większość. Pokonana Nowa Demokracja musiała zadowolić się 113 fotelami, a skład Izby uzupełniała Komunistyczna Partia Grecji z 13 posłami⁶. Nowy premier Andreas Papandreu pierwszego zagranicznego wywiadu, transmitowanego przez ERT, udzielił amerykańskiej sieci NBC, „składając wiele rozbudzających duże nadzieje obietnic”, ale i „robiąc dobre wrażenie dzięki wyważonym, rzeczowym odpowiedziom, które wywoływały wśród widzów poczucie ogólnego zadowolenia”⁷.

Tuż po zaprzysiężeniu nowy gabinet przystąpił do zmian w obszarze mediów elektronicznych. Politycy PASOK niedwuznacznie sugerowali, że będą one głębokie, gdyż, jak stwierdził jeden z bliskich współpracowników Papandreu, „obecnie nawet operatorzy kamer w ERT otwarcie popierają Nową Demokrację”⁸. Prezesem nadawcy państwowego mianowano dziennikarza Jorgosa Romeosa; postawiono przed nim zadanie niezwłocznego wykonania zapisów ustawy medialnej z 1975 roku w kwestii włączenia wojskowej telewizji YENED do struktur ERT, który to proces został skutecznie zamrożony w poprzedniej kadencji parlamentu dzięki staraniom sympatyzującej z armią zachowawczej frakcji konserwatystów⁹.

Wbrew zapowiadanej przez Papandreu koncepcji odpolitycznienia mediów państwowych w głównym gmachu ERT szybko pojawili się partyjni nominaci o „bliższej nieokreślonych



Fot. 2. Pierwsza strona ateńskiego dziennika „Kathimerini” z 19 X 1981 r. informująca o wyborczym zwycięstwie PASOK. Na zdjęciach: w górnym rzędzie od lewej Jeorjos Rallis, szef Nowej Demokracji, oraz Andreas Papandreu, założyciel i lider PASOK; na dole Konstantinos Karamanlis, twórca demokracji greckiej po 1974 roku, założyciel partii Nowa Demokracja, w latach 1980–1985 oraz 1990–1995 prezydent Republiki

⁶ Tamże.

⁷ Ροτ. Σ. Βαλούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*, Αθήνα 2008, s. 102.

⁸ Γ. Δάμπασης, *Την εποχή της τηλεόρασης*, Αθήνα 2002, s. 184.

⁹ W łonie rządzącego ugrupowania PASOK rychło pojawiają się wątpliwości co do kierunku dalszego przekształcania stacji YENED; szczegóły – w dalszej części tekstu. Historia mediów wojskowych w Grecji sięga czasów wojny domowej z lat 1946–1949.

obowiązkach”, których z przekąsem nazywano „zielonymi strażnikami”¹⁰. Nie kryli oni wcale bliskich związków z lewicową władzą, a nowy dyrektor telewizji, Nikos Alewras, prywatnie bratanek wybranego po październikowych wyborach przewodniczącego Izby Deputowanych Janisa Alewrasa, bez ogródek przyznawał, że czuje się „komisarzem socjalistycznego rządu”¹¹. Premier Papandreu nie dostrzegał sprzeczności między swoją wcześniejszą krytyką poczynań Nowej Demokracji i przedwyborczymi zapowiedziami a powyborczym stanem faktycznym, tłumacząc, że „nasz socjalistyczny sen nie ziści się nigdy, jeśli partia nie zapewni sobie kontroli nad strukturami państwa, które powinny zacząć pracować na rzecz obiecanych przez nas zmian”¹². Można stwierdzić, że zarówno na poziomie retoryki, jak i przede wszystkim konkretnych działań PASOK nie oparł się pokusie politycznej instrumentalizacji ERT i próbie wykorzystania nadawcy w procesie realizacji „socjalistycznego snu”, traktując media jako ważną część wyborczych zdobyczy.

Nowy dyrektor programowy ERT Wasilios Wasilikos¹³ przystąpił do energicznych zmian w ofercie nadawcy państwowego¹⁴. Jego pierwsza decyzja doprowadziła do zdjęcia z anteny najpopularniejszego zagranicznego serialu telewizyjnego w Grecji – amerykańskiego „Dallas”. Jej motywy były wyłącznie ideologiczne



Fot. 3. Andreas Papandreu triumfuje. Ateny, X 1981 r.

i wpisywały się wyraźnie w antyamerykańską, czy też szerzej – antyzachodnią retorykę PASOK. Zastrzeżenia wobec serialu dotyczyły piętnowanej przez socjalistów przy różnych okazjach popkulturowej promocji konsumpcjonizmu, którego jedynymi beneficjentami miały być wielkie korporacje, często wywodzące się z USA¹⁵. Po masowych protestach zdenerwowanych widzów Wasilikos wycofał zakaz emisji „Dallas”, ale jednocześnie zapowiedział powołanie „okrągłego stołu” do aksjologicznej oceny przekazu zawartego w zachodnich produkcjach telewizyjnych¹⁶.

¹⁰ Zielony do dziś jest kolorem symbolizującym partię PASOK. Por. Σ. Βαλούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 103. Więcej o „zielonych strażnikach” i tworzonej przez nich Zielonej Gwardii zob. J. Bonarek i in., *Historia Grecji...*, dz. cyt., s. 636–637.

¹¹ Γ. Δάμπασης, *Την εποχή της τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 177.

¹² Za: Σ. Βαλούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 103.

¹³ Znany lewicujący pisarz, autor m.in. wydanej w Polsce powieści *Z*, ostro oceniającej sytuację polityczną w Grecji przed wojskowym zamachem stanu z 1967 r. (wyd. polskie Czytelnik, 1976 r.).

¹⁴ Przedstawione niżej zmiany w koncepcji funkcjonowania i polityki programowej telewizji obejmowały również nadawcę wojskowego YENED, którego wciąż jeszcze konsekwentnie przygotowywano do połączenia z ERT, stopniowo integrując poszczególne pionierzy zarządzania.

¹⁵ Stąd także wynikał chłodny stosunek Andreasa Papandreu do reklam telewizyjnych.

¹⁶ Ostatecznie „Dallas” otrzymało stałe zezwolenie na dalszą emisję, za czym opowiadał się m.in. Rowiros Manthulis doradzający Wasilikosowi. Na antenach ERT i YENED utrzymały się ponadto amerykańskie „Dynastia”, „Statek miłości”, czy brytyjski „Dobrze, panie ministrze”. Zob. też Σ. Βαλούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 103.

Z surową oceną dyrektora spotkały się nie tylko filmy i seriale zagraniczne, lecz także dzieła krajowe. Wasilikos, po doświadczeniach z „Dallas”, nie odważył się szybkim cięciem usunąć z ramówki wszystkich nieprzystających, według niego, do socjalistycznej wizji przestrzeni publicznej, lansowanej przez PASOK produkcji ERT i YENED, gdyż widzowie darzyli je sympatią. Proces korygowania oferty w zakresie już nadawanych audycji rozłożył zatem na dłuższy okres¹⁷, a tymczasem w pierwszej kolejności zablokował część nowych projektów zatwierdzonych już przez poprzedni zarząd, które dopiero przygotowywano do emisji¹⁸. Jednocześnie został zwiększony budżet przeznaczony na realizację scenariuszy zaakceptowanych przez obecną dyrekcję, co w zamyśle miało wpłynąć pozytywnie na jakość oferty. Aby zwiększyć dynamikę anteny oraz zmobilizować twórców do częstszego zgłaszania świeżych pomysłów, Wasilikos wprowadził maksymalną liczbę odcinków z jakiej mogły się składać nowe seriale telewizyjne, ustalając ją na 13.

Należy zaznaczyć, że już od połowy lat siedemdziesiątych PASOK intensywnie domagał się wyrzucenia z telewizji pracowników, których politycy tej partii uznawali za skompromitowanych w okresie wojskowej dyktatury. Po przejściu przez lewicę władzy w mediach państwowych ten postulat zaczął być realizowany w praktyce, a do postaci niepożądanych dołączyli także ci, którzy rozpoczęli pracę w mediach po 1974 roku, ale doczekali się etykiety prawnicowców. „W kręgach decyzyjnych ERT powstała niepisana *czarna lista* producentów,

twórców, aktorów i przedstawicieli innych zawodów, dla których drzwi radia i telewizji zostały zamknięte. (...) Na ich miejsce przyjęto nowych pracowników, z których większość należała do PASOK lub posiadała nieoficjalne rekomendacje członków tej partii”¹⁹. Tego rodzaju posunięcia personalne, jak można domniemywać, animowane przez opisanych wyżej „zielonych strażników”, siłą rzeczy przyspieszały gruntowną przebudowę oferty programowej we wszystkich obszarach produkcji telewizyjnej.

Polityka programowa telewizji socjalistycznego snu: filmy i seriale

Pierwszą stworzoną od podstaw audycją, która pojawiła się na antenie greckiej telewizji zarządzanej przez ekipę z nadania PASOK, był magazyn reporterski zatytułowany, *nomen omen*, „Reporterzy”. Jego koncepcja nawiązywała do polityki zbliżania nadawcy publicznego do zwykłych ludzi i ich problemów ogłoszonej jeszcze przez Rowirosa Manthulisa, dyrektora generalnego ERT za czasów rządów konserwatystów; magazyn zadebiutował w grudniu 1981 roku. W kwietniu 1982 roku widzowie ERT obejrzeć mogli premierę pierwszego serialu zrealizowanego pod nadzorem Wasilisa Wasilikosa, zatytułowanego „Lawreotika”²⁰. Scenariusz dzieła został oparty na prawdziwych wydarzeniach z końca XIX wieku, gdy attyccy robotnicy tłumnie protestowali przeciwko eksploatacji greckich złóż metali przez zagraniczne koncerny wydobywcze. Protesty zwińczył strajk górników w 1896 roku, który bywa uznawany za początek masowego ruchu robotniczego w Grecji²¹. Nic zatem

¹⁷ Z pierwszymi, wytypowanymi do likwidacji serialami telewizyjnymi pożegnali się już w grudniu 1981 roku.

¹⁸ Interesujące, że wiele odrzuconych przez Wasilikosa na początku lat osiemdziesiątych scenariuszy seriali – stanowiąc przejęte dziesięć lat później przez wchodzące na rynek telewizje komercyjne, zdobywając dużą popularność.

¹⁹ Σ. Βαλοούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 104.

²⁰ Tytuł ten pochodzi od słowa Laurion – nazwy regionu geograficznego w Attyce; w wolnym tłumaczeniu oznacza „sprawy lauriońskie”.

²¹ Więcej na temat społeczno-ekonomicznego tła fabuły omawianego serialu: J. Bonarek i in., *Historia Grecji...*, dz. cyt., s. 513–518.

dziwnego, że władze ERT, odwołując się do programu socjalistycznej zmiany Andreasa Papandreu sięgnęły po ten właśnie temat, jako swego rodzaju *credo* i symboliczny wyznacznik nowej polityki programowej nadawcy.

Po upływie kilku miesięcy od wyborów zostały wyklarowane ideologiczne cele pod hasłem „socjalizm, prowincja, kobieta”, które miały przyświecać działalności „zielonych” mediów państwowych. Po pierwsze, zakładano aktywną rolę ERT w zwalczaniu społecznego ucisku, m.in. za pomocą nacechowanego politycznie, perswazyjnego przekazu w publicystyce i rozrywce; po drugie, planowano położyć większy nacisk na prezentowanie problemów greckiej prowincji oraz inicjowanie dyskusji na rzecz zrównoważonego rozwoju kraju²²; po trzecie, zapowiadano zaangażowanie się nadawcy po stronie środowisk feministycznych walczących o równe prawa obu płci i wyrócenie patriarchalnego modelu rodziny. Ten ostatni punkt uzyskał silne wsparcie żony premiera, Margarity Papandreu, która doprowadziła do rozszerzenia zarządu ERT o przedstawicielkę lewicowej Greckiej Unii Kobiet²³.

Najpopularniejszym serialem telewizyjnym w okresie pierwszej kadencji rządów PASOK były „Dźwięki jutrzeńki”, które zadebiutowały na antenie ERT w styczniu 1983 roku. Produkcja opowiadała o życiu i działalności wykonawców miejskiej muzyki ludowej *rembetiko* w okresie od lat trzydziestych do sześćdziesiątych XX wieku. W serialu przedstawiono pasjonującą drogę, jaką przebyli miejsca grajkowie jako grupa społeczna – od zakazanych szynków w podupadłych dzielnicach wielkich metropolii, gdzie narodził się ten muzyczny styl, i miana „typów spod ciemnej gwiazdy”, do opracowań naukowych uznających

rembetiko za ważny element współczesnej kultury narodowej, a jego wykonawców – za depozytariuszy i świadków trudnych greckich losów na przestrzeni kilku ostatnich dziesięcioleci. Zarówno w głównych, jak i epizodycznych rolach wystąpiło wielu znanych i lubianych wówczas aktorów, którym muzycznie i tanecznie towarzyszyły grupy specjalizujące się w *rembetiko*. O wielkim sukcesie tego dzieła świadczył fakt, że mimo początkowych oporów dyrekcja ERT, pod naciskiem widzów oraz czynników politycznych, wyraziła zgodę na nakręcenie drugiej serii „Dźwięków jutrzeńki”.

Polityka programowa telewizji socjalistycznego snu: audycje informacyjne

Choć w kampanii wyborczej działacze PASOK, na czele z Andreaszem Papandreu, wiele mówili o skrajnej instrumentalizacji mediów państwowych oraz cenzurze głęboko ingerującej w treść programów informacyjnych, a także obiecywali zasadniczą zmianę tej sytuacji, to nadspodziewanie szybko okazało się, że zmiany, owszem, nastąpią, ale jedynie w zakresie ideologicznego przeorientowania poszczególnych redakcji. Pierwszym zwiastunem nowych czasów i tendencji w serwisach ERT było całkowite przemilczenie wprowadzenia przez komunistyczną dyktaturę stanu wojennego w Polsce 13 grudnia 1981 roku. Jak zauważył jeden z greckich badaczy mediów, „deklaracje i pomysły dotyczące utworzenia niezależnej, pluralistycznej telewizji, wzorowanej choćby na BBC, zostały porzucone rychłej, aniżeli ktokolwiek oczekiwał. W ich miejsce pojawiła się nowa odsłona mediów partyjnych, całkowicie zależnych od ugrupowania sprawującego władzę”²⁴. Główne

²² Wspomniany wyżej nowy magazyn „Reporterzy”, czy też utrzymany na antenie nadawcy państwowego i rozwijany cykl „ERT w północnej Grecji”, to przykłady audycji przybliżających problematykę obszarów wiejskich, małych miasteczek itp.

²³ Por. Σ. Βαλοῦκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 105.

²⁴ Σ. Παπαθανασόπουλος, *Απελευθερώνοντας την τηλεόραση*, Αθήνα 1996 s. 242.

wydania wiadomości w obu kanałach niezwykle skrupulatnie informowały o poczynaniach rządu, a premier Papandreu „występował w telewizji częściej niż na forum parlamentu”²⁵. Politykom Nowej Demokracji i komunistom umożliwiono wprowadzić swobodne prezentowanie swoich poglądów w sprawach bieżących, jednak ich oświadczenia z zasady podsumowywano ripostą strony rządowej²⁶, co mogło wywoływać wrażenie, że to rolę rządu jest recenzowanie poczyną opozycji, a nie na odwrót.

Nowością w ofercie informacyjno-publicystycznej ERT były programy typu *talk-show*, realizowane w dynamicznej, atrakcyjnej dla widza formie, niestroniącej od elementów rozrywkowych. Już w 1982 roku na antenie państwowego nadawcy zadebiutowały dwie propozycje: „Mów swobodnie” i „Otwarte karty”, jednak wbrew rozbudzającym duże nadzieje tytułom nie były one wolne od politycznych stygmatów. Prowadzący je dziennikarze dopuszczali nieskrępowaną dyskusję na tematy historyczne, nawet te, które wciąż dzieliły społeczeństwo greckie (np. okupacja, wojna domowa), starając się nie wychodzić poza wyznaczoną im rolę moderatora; gorzej, gdy debata dotyczyła problemów aktualnych, z którymi zmagał się rząd PASOK – wówczas konsekwentnie kierowano rozmowę w stronę konkluzji korzystnych dla socjalistów²⁷.

Wypada stwierdzić, że wieloletni pobyt na Zachodzie nauczył Andreasa Papandreu, że komunikowanie się ze społeczeństwem

i kreowanie własnego wizerunku za pośrednictwem mediów elektronicznych jest nieodzownym elementem skutecznego uprawiania polityki²⁸. Niestety, w ślad za tą wiedzą, oraz wynikającą z niej aktywnością premiera i jego współpracowników w radiu i telewizji, nie poszły stosowne rozwiązania prawne, tudzież działania praktyczne, które zapewniałyby faktyczne otwarcie ERT na wszystkie środowiska i nurty ideologiczne w bardzo przecież pod tym względem zróżnicowanej Grecji. Przeciwnie, tendencja do podporządkowywania nadawcy państwowego partykularnym interesom rządzącego ugrupowania PASOK nie była słabsza niż w przypadku konserwatystów. Co więcej, warto pamiętać, że ci drudzy, za sprawą Konstantinosa Karamanlisa, przez pewien czas po wygranych w 1974 roku wyborach utrzymywali swego rodzaju równowagę między popieranym przez zachowawcze struktury partyjne prawicowym prezesem telewizji Lampsasem a centrowym, bezpartyjnym dyrektorem generalnym Manthulisem, polecanym przez sympatyzującego z lewicą reżysera Michalisa Kakojanisa²⁹, co znajdowało odbicie w miejscami całkiem barwnej ofercie programowej³⁰. Socjaliści natomiast od początku swych rządów zdecydowali się na spójną ideologicznie, bezkompromisową politykę w stosunku do mediów elektronicznych, świetnie zobrazowaną słowami premiera Papandreu podkreślającymi rolę mediów w realizacji socjalistycznego snu³¹.

²⁵ Tamże, s. 143.

²⁶ Por. Σ. Βαλοΰκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 110.

²⁷ Tamże.

²⁸ Profesjonalizacja kampanii wyborczych PASOK oraz wywiady dla zagranicznej prasy to dobre przykłady obrazujące medialną świadomość socjalistycznego przywódcy.

²⁹ Twórca m.in. słynnego filmu „Grek Zorba” (1964 r.) z Anthonym Quinmem w roli głównej.

³⁰ *Vide* gorące dyskusje o audycjach ERT na łamach zarówno lewicowej, jak też prawicowej prasy w II połowie lat siedemdziesiątych XX wieku. Opisywany stan rzeczy, wynikał głównie z frakcyjnych sporów wewnątrz Nowej Demokracji (popierana przez armię grupa zachowawcza oraz zbliżeni do premiera Karamanlisa centryści), a nie ze szczególnej troski o zachowanie pluralizmu.

³¹ PASOK w 1981 roku był partią bardziej zwartą wewnątrz niż Nowa Demokracja w latach 1974–1977, co zapewne nie pozostawało bez wpływu na jej zdecydowaną postawę wobec telewizji.

Kres telewizji sił zbrojnych

Wraz z przystąpieniem Grecji do Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (1 stycznia 1981 roku) kwestia podporządkowania stacji YENED Ministerstwu Obrony Narodowej oraz obecność w jej władzach zawodowych żołnierzy stały się przedmiotem krytyki Brukseli, zadziwionej istnieniem owego specyficznego, z punktu widzenia zachodnich standardów, elementu greckiego ładu medialnego. Sygnały z zagranicy umocniły polityków PASOK w przekonaniu o konieczności natychmiastowej likwidacji YENED, jednak po jesiennych wyborach 1981 roku okazało się, że wbrew zapowiedziom socjaliści nie mieli uzgodnionej koncepcji odebrania armii wpływu na telewizję. Rowiros Manthulis, który znalazł się w grupie doradców PASOK w sprawach mediów elektronicznych, sugerował rozwiązanie najszybsze i najprostsze, tudzież respektujące istniejący porządek prawny, a mianowicie wydanie przepisów wykonawczych do tzw. „ustawy Lambrijasa” z 1975 roku, zakładającej fuzję YENED z państwowym ERT³². Pomysł napotkał jednak na duży opór ze strony wpływowych polityków z otoczenia premiera Papandreu, którzy nawet nie dopuszczali do siebie myśli, że ich partia mogłaby skorzystać z dorobku prawnego konserwatystów w tak istotnej sprawie, jak budowa socjalistycznych mediów. Innych poważnych propozycji środowiska eksperckie zbliżone do socjalistów nie zgłaszały, a prawicowa prasa dworowała sobie z lewicy, która od kilku lat żądała likwidacji YENED, a gdy doszła do władzy, to rozłożyła ręce³³.

Opisana wyżej patowa sytuacja uległa zmianie późną jesienią 1982 roku, przy okazji

parlamentarnych prac nad ustawą o reorganizacji ministerstwa – Urzędu Prezydium Rządu. Przyjęte zostały wówczas zapisy, które całkowicie odbiegały zarówno od wizji losów telewizji YENED nakreślonej w 1975 roku, jak i późniejszych rozważań w tym zakresie. Na ich mocy nadawca wojskowy uległ przekształceniu z instytucji będącej częścią Sił Zbrojnych w przedsiębiorstwo użyteczności publicznej podległe Urzędowi Prezydium Rządu, który obejmował pełną kontrolę nad administracją i finansami firmy. Szef tego Urzędu (zarazem członek Rady Ministrów) nominował ponadto 5-osobowy zarząd nowej instytucji; do historii przechodziła nazwa YENED, zastąpiona przez ERT-2, czyli drugi kanał telewizji greckiej³⁴.

Instytucją najbardziej osłabioną w wyniku likwidacji YENED była grecka armia, która straciła kontrolę nad podmiotami tworzącymi dotąd system mediów wojskowych, i głośno protestowała przeciwko wprowadzanej reformie. Jeden ze świadków omawianych wydarzeń, który przyjął w owym czasie propozycję przejścia z ERT-1 do ERT-2, wspominał po latach: „(...) Gdybym wiedział, z jaką wrogością mundurowi zareagują na odebranie im telewizji, to nie zgodziłbym się tak od razu na podjęcie nowego wyzwania”, mając na myśli presję i negatywną kampanię rozpoczętą w sympatyzującej z wojskiem prasie, wymierzoną w ludzi, którzy pojawili się w 1982 roku w zreformowanej stacji³⁵. Kosztem sił zbrojnych wzmocnieniu w układzie rządowo-medialnym uległa pozycja Urzędu Prezydium Rządu, który do posiadania już wpływu na obsadę władz ERT-1 dołączył kontrolę nad ERT-2.

³² Jak wspomniano, bezpośrednio po wyborach z 1981 roku tę właśnie koncepcję realizowano w kierownictwie ERT.

³³ Por. Σ. Βαλοῦκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 111.

³⁴ Ustawa A.N. 1288/1982. W tym samym akcie dokonano także zmiany nazwy dotychczasowej ERT na ERT-1. Należy zwrócić uwagę, iż mimo stworzonej w ten sposób identyfikacji sugerującej instytucjonalne powiązanie ERT-1 i ERT-2, nadawcy ci wciąż pozostawali całkowicie niezależni od siebie. Zob. też tabela na str. 77.

³⁵ Γ. Κάρτερ, *Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση*, Αθήνα 2004, s. 55.

Tabela 1. Telewizja w Grecji po zmianach w 1982 roku

Kanał	ERT-1	ERT-2
Prawna podstawa działalności	Ustawa o powołaniu spółki akcyjnej pod nazwą Grecka Radiofonia i Telewizja (ERT), 1975 r.	Ustawa o określeniu zakresu kompetencji ministerstwa – Urzędu Prezydium Rządu, 1982 r.
Forma organizacji	spółka akcyjna; akcjonariat pod kontrolą skarbu państwa	państwowe przedsiębiorstwo użyteczności publicznej
Instytucja powołująca władze nadawcy	Rada Ministrów (zarząd i prezes zarządu); ministerstwa finansów, komunikacji, Urząd Prezydium Rządu (inne organy nadawcy)	Urząd Prezydium Rządu
Profil	informacyjno-kulturalno-rozrywkowy	rozrywkowo-informacyjny

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ustawy o powołaniu spółki akcyjnej pod nazwą Grecka Radiofonia i Telewizja (ERT), A.N. 230/1975; ustawy o określeniu zakresu kompetencji ministerstwa – Urzędu Prezydium Rządu, A.N. 1288/1982; oraz analizy programu obu nadawców.

Telewizja w układzie politycznym PASOK: nieudane próby reform

W pierwszym okresie rządów partii socjalistycznej głównymi problemami systemu mediów elektronicznych w Grecji były nepotyzm, korupcja oraz kłopoty z zasięgiem i ujednoczeniem krajowej tablicy częstotliwości wykorzystywanych do celów cywilnych. Symbolem nepotyzmu i wszechobecnych układów towarzyskich rządzących mediami stało się utworzone w strukturze PASOK Partyjne Zrzeszenie Artystów. Członkostwo w tej organizacji stanowiło nieformalny warunek, konieczny do otrzymywania zleceń na produkcję audycji i seriali dla ERT, ułatwiając politykom kontrolę nad zawartością nowych programów. Nie bez znaczenia

była także jego użyteczność w zakresie odcinania od telewizji producentów współpracujących z nadawcą państwowym za rządów Nowej Demokracji. Źródło korupcji natomiast wyphywało z morza niejasnych procedur przetargowych oraz negatywnej konkurencji³⁶ między oboma instytucjami medialnymi należącymi do państwa, których nie zniwelowała do końca reforma z 1982 roku, odbierająca YENED wojsku. W efekcie powstał system ustawianych przetargów i opłacanych komisji kołaudacyjnych zatwierdzających scenariusze do realizacji³⁷. Obaj greccy nadawcy zmagali się ponadto z problemami z objęciem swym zasięgiem terytorium całego kraju, zwłaszcza regionów północnych oraz wysp na Morzu Egejskim³⁸. Spory w nich

³⁶ Konkurencja nie wynikała bynajmniej z chęci stałej poprawy jakości programu, zachęcania do współpracy najlepszych dziennikarzy czy twórców. Motywowana ona była wyłącznie względami politycznymi i napięciami między przedstawicielami PASOK (w tym „zielonymi komisarzami”) w ERT a ludźmi zbliżonymi do wojska, utrzymującymi wciąż część wpływów w YENED, zwłaszcza do momentu podjęcia reformy z 1982 roku. Działania mające na celu w większym stopniu zaszkodzenie rywalowi, aniżeli podnoszenie poziomu własnej oferty, skutkowały m.in. słabszymi ocenami audycji wystawianymi przez widzów. Dość powiedzieć, że w pierwszych dwóch–trzech latach rządów socjalistów niewiele seriali greckich, opartych na oryginalnym scenariuszu, dorównało popularnością produkcjom z lat siedemdziesiątych, mimo licznych prób oraz stopniowego wygaszania pozycji odziedziczonych po konserwatystach. Wysokim ocenom nie sprzyjał też z pewnością jednolity ideologicznie przekaz telewizyjny, także w kontekście dzieł fabularnych.

³⁷ Por. Γ. Δάμπιας, *Την εποχή της τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 200.

³⁸ Ten problem będzie towarzyszył greckiej radiofonii i telewizji aż do czasów obecnych, włączając w to proces cyfryzacji nadawania telewizyjnego.

udział miał brak ujednoczonej tablicy częstotliwości cywilnych, a niemały chaos w tym obszarze pogłębiało korzystanie przez YENED z częstotliwości należących do sił zbrojnych.

Po roku 1982 zarysowane wyżej wady systemu mediów elektronicznych w Grecji dostrzegały coraz wyraźniej władze ERT-1. Nietrudno bowiem było skonstatować, że przyjęta w tym właśnie roku reforma telewizji nie likwidowała źródła patologii, czyli instytucjonalnego podziału nadawców, skupiając się jedynie na szybkim wydarciu YENED spod kurateli ministerstwa obrony i wojska. Tymczasem fuzja, przewidziana w ustawie z 1975 roku, wciąż pozostawała martwym prawem. Na świąteczno-noworocznym spotkaniu w pierwszych dniach stycznia 1984 roku kierownictwo ERT-1 sformułowało komunikat o konieczności utworzenia jednego państwowego nadawcy radiowo-telewizyjnego tak, aby „w przyszłym roku pracownicy obu kanałów mogli świętować już razem”³⁹. Komunikat przyspieszył bieg zdarzeń w obszarze radiofonii i telewizji: w połowie stycznia 1984 roku premier Andreas Papandreu ogłosił powołanie nowego ministerstwa bez teki, odpowiedzialnego za państwowy nadzór nad mediami elektronicznymi, odbierając jednocześnie część kompetencji w tym zakresie Urzędowi Prezydium Rządu. W powszechnej opinii ta decyzja przygotowywała strukturalnie Radę Ministrów do rychłego połączenia obu nadawców tym bardziej, że politycy PASOK nie zgłaszali negatywnych ocen odnośnie do noworocznego oświadczenia szefów ERT-1.

Nowy minister ds. mediów elektronicznych, Anastazjos Peponis, błyskawicznie jednak rozczarował zwolenników fuzji już w pierwszym publicznym wystąpieniu, oświadczając nieoczekiwanie, że otrzymał jednoznaczne dyspozycje od premiera, zgodnie z którymi dalszy rozwój telewizji greckiej miał się opierać

na dwóch niezależnych od siebie podmiotach; każdy z nich winien zachować osobne redakcje informacji i publicystyki o zróżnicowanych zadaniach, a także rozwijać własną ofertę rozrywkową, kulturalną itd. W opinii Peponisa stworzenie jednolitego organizmu, który zmopolizowałby przestrzeń publiczną w Grecji nie służyłoby pluralizmowi i jakości programu.

Szeroki zakres zmian proponowanych przez ministra Peponisa nie mógł pozostać bez wpływu na jego relacje z dotychczasowymi władzami obu nadawców oraz ze związkami zawodowymi. Istota jego reformy, czyli specjalizacja rozbudowanych redakcji informacji i szerokie otwarcie anteny „Dwójki” na autorów zewnętrznych, musiała bowiem skutkować z jednej strony zwolnieniami pewnej części pracowników, z drugiej zaś – utratą ścisłej kontroli kierownictwa ERT-2 nad polityką programową stacji czy też rozszczelnieniem hermetycznego układu producenckiego dopuszczonego do kontraktów z telewizją. Nie bez znaczenia były także zakusy Peponisa odnośnie do stworzenia ujednoczonego prawa w zakresie warunków emisji reklam.

Minister Peponis z pewnością zdawał sobie sprawę, że wnoszone przezeń zmiany, przekute w projekty konkretnych ustaw kierowanych do parlamentu, naruszają interesy wszystkich głównych rozgrywających oraz wielu szeregowych uczestników rynku mediów elektronicznych. Dlatego też, obawiając się zorganizowanego sabotowania swych działań, w pierwszej kolejności dążył do powołania nowych władz w obu kanałach. Dzięki osobistej interwencji premiera Papandreu, który wsparł Peponisa, dość sprawnie wymieniono niemal cały zarząd ERT-1, w tym prezesa. Zdecydowanie trudniejsza wydawała się sytuacja w ERT-2, gdzie nie tylko szefostwo, ale też związki zawodowe stanowczo protestowały przeciwko

³⁹ Por. Σ. Βαλούκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 112.

reformatorskim pomysłem ministerstwa, zaś premier tym razem postanowił stanąć nieco z boku sporu, mając świadomość, że wielu posłów PASOK solidaryzuje się z dyрекcją i pracowniczym aktywem tego kanału i nie ma ochoty oddawać ani jednego pasma programowego politykom opozycji lub organizacjom pozarządowym. Ostatecznie, w atmosferze programowego chaosu oraz wzajemnej niechęci i urazów, Peponis dopiął swego, wyznaczając nowego prezesa „Dwójki”, choć było to pyrrusowe zwycięstwo.

Wśród socjalistów narastało bowiem napięcie i zniecierpliwienie wywołane otwartym konfliktem między ministrem Peponisem a władzami i związkowcami ERT-2. Na porządku dziennym były wielogodzinne przerwy w pracy dziennikarzy i techników, zdarzały się przypadki audycji przerywanych w połowie „ze względu na trudności techniczne”, opozycyjna prasa publikowała materiały dokumentujące całkowity brak nadzoru nad wydatkowaniem pieniędzy, które szerokim strumieniem wyciekały do wybranych grup producenckich na podstawie sztucznie zawyżanych kosztów produkcji zamawianych programów. Nowo mianowany prezes stacji, Jorgos Tsujopulos, nie zdołał uspokoić nastrojów; premier Papandreu zdawał się stopniowo cofać poparcie dla swego dotychczasowego faworyta, a struktury partyjne PASOK w parlamencie nadzwyczaj skutecznie blokowały rozwiązania legislacyjne nadesłane przez resort ds. mediów, skazując je na niekończące się dyskusje w komisjach.

Decydująca dla przyszłości Peponisa okazała się kampania przed wyborami do Parlamentu Europejskiego, które miały się odbyć w czerwcu 1984 roku. W jej trakcie również doszło do kilku kompromitujących wpadek, zaliczonych przez prasę na konto rządzących

(m.in. opóźniono o 40 minut główne wydanie wiadomości, aby nadać w nich zmontowane przemówienie premiera Papandreu, przeciwko czemu Peponis stanowczo zaprotestował). Spowodowały one, że minister ds. mediów elektronicznych uznał swoją dalszą pracę na tym stanowisku za bezproduktywną, zwłaszcza w obliczu powszechnych żądań jego dymisji⁴⁰, ignorowania wydawanych przezeń poleceń, czy też parlamentarnej obstrukcji zgłaszanych ustaw. Rezygnacja Peponisa została przyjęta tuż po wyborach, a w ślad za nią do historii przeszedł powołany dlań resort, którego kompetencje odzyskał Urząd Prezydium Rządu. Po raz kolejny upadł również plan połączenia ERT-1 i ERT-2 – zgłoszony tuż przed wypłynięciem Peponisa postulat najpierw został przezeń sprostowany, a po jego odejściu tematu już nie podjęto, co można uznać za bezpośrednią konsekwencję półrocznej kadencji ministra.

Trudno oprzeć się wrażeniu, że zupełnie nieoczekiwane stworzenie nowego stanowiska ministra ds. mediów elektronicznych, i obsadzenie na nim nikomu nieznanego, niedoświadczonego urzędnika trzeciego planu, mogło służyć obytemu od ponad dwudziestu lat w meandrach wielkiej polityki Andreasowi Papandreu swowistemu rozeznaniu się w nastrojach panujących wśród ludzi związanych z telewizją, zwłaszcza w kontekście styczniowego komunikatu dyrekcji ERT-1 w sprawie postulowanej fuzji dwóch nadawców.

„Sprawa Peponisa” uświadomiła szefowi rządu, że wśród najbardziej wpływowych polityków jego własnej partii nie było nikogo, kto opowiadałby się za jakąkolwiek formą głębszych reform telewizji, zmierzających do jej faktycznego otwarcia na opozycję czy organizacje pozarządowe, a dominującą wciąż postawą okazało się traktowanie nadawców

⁴⁰ Peponis nie mógł liczyć na wsparcie konserwatywnej i komunistycznej opozycji, która zarzucała mu m.in. nierówny podział czasu antenowego między poszczególne partie startujące w wyborach.

jako ważnego łupu wyborczego. Nikt ze ściśle kierownictwa PASOK nie ujął się bowiem za Anastazjosem Peponisem, gdy ten prosił o wsparcie w konflikcie z władzami i związkowcami w ERT-2, oraz gdy apelował o szybsze procedowanie nad zmianami ustawowymi w parlamencie. Premier Papandreu musiał też wiedzieć, chociażby prześledziwszy losy prezesa Dimitrisa Horna i dyrektora Rowirosa Manthulisa za czasów Nowej Demokracji, że osoba z zewnątrz, bez silnego politycznego umocowania, nie będzie w stanie przeciąć gęstej sieci opisanych wyżej towarzyskich i finansowych zależności w państwowych mediach, ani też przełamać oporu aparatu biurokratycznego. Czy zatem istotnie koncepcje ministra Peponisa były jedynie prowokacją Papandreu obliczoną na wywołanie krótkotrwałego zamieszania, rozpoznania nastrojów? Źródła nie dają jednoznacznej odpowiedzi, jednak sekwencja zdarzeń oraz osamotnienie tego pierwszego w kluczowych chwilach wydają się wskazywać, że premier nie zamierzał rezygnować z silnie zinstrumentalizowanych mediów socjalistycznego snu, albo też nie uzyskał na to zgody najbliższych współpracowników. Sposób, w jaki szef PASOK rozegrał partię z niedoświadczonym urzędnikiem, wpisywał się ponadto w narastający z biegiem lat, „coraz bardziej despotyczny styl sprawowania [przezeń] władzy. [Papandreu] traktował swoich ministrów z lekceważeniem i często zmieniał ich decyzje. Dymisjonował bądź wymieniał ministrów wedle swojej woli”⁴¹. Wszystko to pozwala sądzić, że proreformatorskie sygnały wysyłane z kancelarii premiera w pierwszych tygodniach 1984 roku mogły być, przynajmniej do pewnego stopnia, pozorowane.

Po likwidacji ministerstwa ds. mediów elektronicznych ośrodek decyzyjny w zakresie

radiofonii i telewizji powrócił do najwyższych gremiów partyjnych i rządowych. Nowe kierownictwo ERT-1, powołane w lipcu 1984 roku, nie wysuwało żadnych własnych pomysłów reorganizacji nadawców państwowych, ściśle trzymając się linii wyznaczonej przez PASOK, zgodnie z którą do najbliższych wyborów parlamentarnych (jesień 1985 roku) miały panować spokój i ideologiczna dyscyplina. Prezes Wasilis Matiopulos obiecywał wprawdzie, że w ciągu stu dni zapewni dziennikarzom atmosferę swobodnej pracy, jednak ta obietnica nie wyszła poza sferę deklaracji publikowanych w prasie, gdyż nie był on w stanie uwolnić firmy od politycznych dyrektyw, ani też nie podjął w tym kierunku istotnych prób⁴². W ERT-2 natomiast wciąż odczuwano skutki kilkumiesięcznego chaosu oraz wspieranej sabotażem i strajkami walki z Peponisem, starając się odtworzyć stabilną ramówkę. Prezesem stacji pozostał nominowany przez ministra ds. mediów elektronicznych Jorgos Tsujopulos, choć po ustąpieniu swego promotora także i on pozostawał w całkowitej zależności od bieżących decyzji podejmowanych przez partyjnych dygnitarzy.

Głębszym zmianom w telewizji nie sprzyjała gęstniejąca atmosfera na scenie politycznej. Liderem opozycyjnej Nowej Demokracji został Konstantinos Mitsotakis, który, przygotowując partię do zbliżającej się kampanii wyborczej, problematykę rynku mediów umieścił wśród głównych punktów jej programu. O nadawcach zarządzanych przez socjalistów szef konserwatystów nie mówił inaczej jak tylko „faszystowska telewizja PASOK”, zarzucając im skrajnie nieobiektywne relacjonowanie poczynąń polityków prawicy oraz przesiąknięte lewicową ideologią interpretowanie najnowszej historii kraju, noszące, według niego,

⁴¹ A. Brzeziński, *Grecja*, Warszawa 2002, s. 212–213.

⁴² Zob. też Σ. Βαλοῦκος, *Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 116.

znamiona prymitywnej propagandy⁴³. Parlamentarzyści i sympatycy Nowej Demokracji, wspierani przez konserwatywną prasę, podnosili ponadto kwestię utrudnionego dostępu do mediów państwowych dla przedstawicieli ugrupowań opozycyjnych, jak też piętnowali szereg konkretnych decyzji władz obu kanałów (np. wydzierżawienie archiwów ERT-1 prywatnej firmie powiązanej z socjalistami⁴⁴ czy zawieszenie w obowiązkach, zakończone rezygnacją, dziennikarki radiowej Marii Rezan za zorganizowanie debaty na temat liberalizacji greckiego rynku radiowo-telewizyjnego). Partia Mitsotakisa żądała dyskusji na forum Izby Deputowanych, lecz w wyniku braku zainteresowania ze strony lewicowej większości przenosiła protesty na ulice Aten, pikietując gmachy państwowych nadawców (XI–XII 1984 roku).

Mimo napiętej sytuacji i wysokiego poziomu politycznych emocji w listopadzie 1984 roku podjęto ponadpartyjne rozmowy w sprawie ponownego wyboru Konstantinosa Karamanlisa na urząd prezydenta Grecji. Premier Papandreu początkowo wydawał się wspierać ten plan, w efekcie czego, w ramach protestu, do dymisji podał się dyrektor programowy ERT-1 Wasilis Wasilikos – jedyna osoba ze ścisłego kierownictwa obu anten, która przetrwała na stanowisku od końca 1981 roku⁴⁵. Niedługo przed upływem kadencji prezydenta Karamanlisa, gdy dość powszechnie spodziewano się jego



Fot. 4. „PASOK uratuj nas”. Rządom socjalistów przez długie lata towarzyszyły ogromne społeczne nadzieje i oczekiwania, o czym świadczy choćby ten napis na murze. Być może właśnie dlatego wielu starszych Greków do dziś z nostalgią wspomina lata 80. XX wieku

reelekcji, lider PASOK wystąpił z nieoczekiwanym oświadczeniem (9 marca 1985 roku), ogłaszając, że socjaliści przedstawiają parlamentowi własnego kandydata, Christosa Sarcetakisa, i zarazem zapowiadając przeprowadzenie zmian w konstytucji ograniczających dotychczasowe uprawnienia głowy państwa na rzecz premiera oraz Izby Deputowanych. W obliczu tak zasadniczej wolty Papandreu, prezydent Karamanlis demonstracyjnie złożył urząd i opuścił swoją siedzibę 10 marca. W trzeciej turze głosowania, 30 marca, parlament wybrał Sarcetakisa minimalną większością jednego głosu – należącego do przewodniczącego Izby, co natychmiast

⁴³ Konstantinos Mitsotakis miał na myśli m.in. serię wspomnieniowych audycji emitowanych z okazji zbliżającej się dwudziestej rocznicy ustąpienia lewicowego rządu Jeorjosa Papandreu (VII 1965 roku), zarzucając ich twórcom idealizowanie intencji ówczesnego premiera, przy jednoczesnym demonizowaniu postawy króla oraz prawicowej opozycji, w tym roli jego samego, jako jednego z jej przywódców. Zob. też Σ. Ευσταθιάδης, *Τα παρασκήνια ενός πραξικοπήματος το οποίο άνοιξε τον δρόμο για τη δημοκρατία μέσω μιας... δικτατορίας*, <http://www.tovima.gr/politics/article/?aid=124233> [dostęp: 2.06.2012].

⁴⁴ Por. Γ. Δάμπιασης, *Την εποχή της τηλεόρασης...*, dz. cyt., s. 204.

⁴⁵ Konflikt między Karamanlisem a Wasilikosem sięgał lat sześćdziesiątych XX wieku, gdy ten drugi opublikował wspomnianą już wyżej powieść pt. *Z. Pośrednio oskarżał w niej Karamanlisa, że jako minister w prawicowych rządach (na przełomie lat 50. i 60.) nie przeciwstawił się nielegalnym działaniom tajnej policji politycznej wymierzonym w polityków i działaczy ówczesnej lewicowej opozycji. Premier Papandreu z pewnością zdawał sobie sprawę, że podjęcie rozmów z Karamanlisem spowoduje szybką reakcję Wasilikosa.*

podniosła opozycja, wskazując, że ten nie powinien brać udziału w elekcji, ponieważ od chwili ustąpienia Karamanlisa jednocześnie pełnił obowiązki prezydenta. Konstantinos Mitsotakis nie uznał legalności wyborów i zapowiedział złożenie wniosku o wotum nieufności dla rządu; Papandreu ubiegł inicjatywę Nowej Demokracji, podając swój gabinet do dymisji i wyznaczając 2 czerwca jako datę przedterminowych wyborów parlamentarnych⁴⁶. Jak się miało wkrótce okazać, grecki elektorat zdecydował się kontynuować socjalistyczny sen wielkiego Andreeasa, który potrwa aż do 1989 roku.

Podsumowanie

„Rządy zmiany” to jeden z wariantów hasła wyborczego PASOK z kampanii 1981 roku. W kontekście mediów elektronicznych, jak wskazano w tekście, owa zmiana, która dokonała się

w okresie pierwszej kadencji rządów Andreeasa Papandreu, polegała głównie na ideologiczno-kadrowej reorientacji nadawcy państwowego, stworzeniu hermetycznego układu polityczno-towarzysko-finansowego oraz przekształceniach strukturalnych *de facto* umacniających kontrolę najwyższych czynników polityczno-partyjnych nad bieżącą działalnością obu firm, w tym – nad treściami przekazu telewizyjnego. Ktoś krytyczny wobec Papandreu mógłby dodać: *nihil novi sub sole*, gdyż na tym właśnie polegały jego rządy, a stworzone w latach 80. XX wieku wielkie i dalekie od przejrzystości struktury polityczno-związkowe w przeróżnych sektorach gospodarki na całe dziesięciolecia zaczęły obciążać efektywność gospodarczą Grecji, sprzyjały korupcji, prowadziły do wielkiego marnotrawstwa publicznych pieniędzy. Dlaczego zatem Andreeas do dziś jest legendą?...

⁴⁶ Por. A. Brzeziński, *Grecja...*, dz. cyt., s. 212–213.

◀||| Telewizja w Grecji w epoce socjalistycznego snu Andreas Papandreu

Television in Greece in the era of socialist dream of Andreas Papandreu

Tomasz Fraszczyk

SŁOWA KLUCZOWE

Grecja, telewizja, Andreas Papandreu, PASOK, polityka medialna

STRESZCZENIE

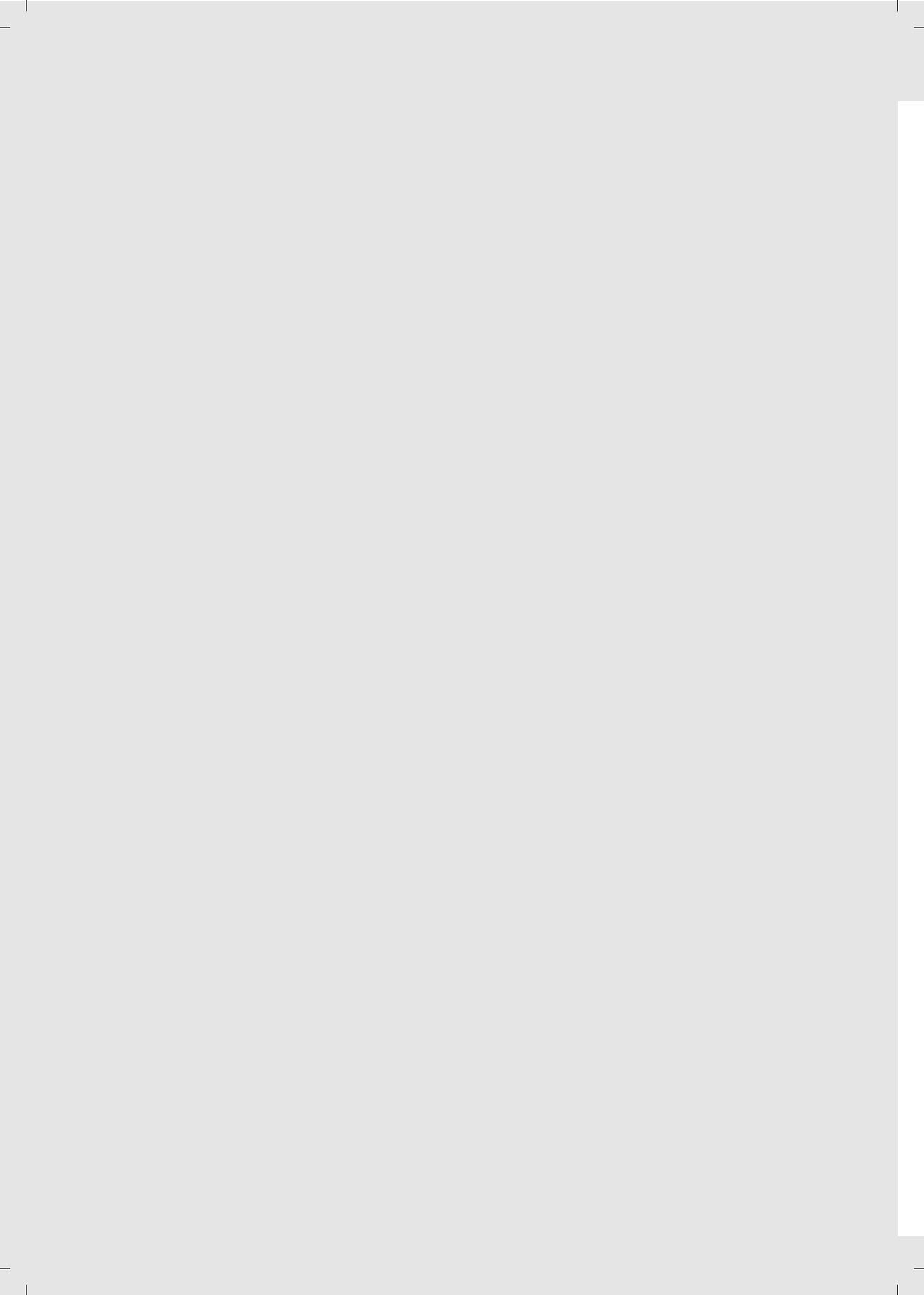
Andreas Papandreu to nie tylko legenda greckiej sceny politycznej, lecz także – z pewnością – jeden z najbardziej znanych w świecie Greków żyjących w XX wieku. Założyciel Ogólnogreckiego Ruchu Socjalistycznego (PASOK), wieloletni premier Grecji w latach 80. i 90. W niniejszym tekście przedstawiono niewielki wycinek działań ekipy Andresa Papandreu w okresie pierwszej kadencji jego rządów (1981–1985) – ten, który bezpośrednio odnosi się do jej postępowania wobec telewizji. Szczególny nacisk został położony na ukazanie instrumentalnego sposobu traktowania nadawcy publicznego przez lewicowy rząd oraz wprzęgnięcia telewizyjnej maszyny w szerszy plan „socjalistycznego snu” Andresa Papandreu, który obejmował niemal wszystkie obszary życia społecznego, gospodarczego i politycznego Grecji lat 80. ubiegłego stulecia.

KEY WORDS:

Greece, television, Andreas Papandreu, PASOK, media policy

ABSTRACT:

Andreas Papandreu is one of the most well-known Greek living in the 20th century. He was the creator of PASOK and served as Prime Minister of Greece in the 1980s and 1990s. The goal of this paper is to present activities of Andreas Papandreu's government in 1981–1985 towards the sector of television. Special emphasis is being put on instrumentalization of public service broadcasting. The chapter argues that media policies of left-wing oriented Papandreu were a part of His 'socialist dream', which could have been observed in relation to all fields of societal, economical and political environments of Greece in the 1980s.



Promocja i popularyzacja kultury jako jeden z głównych celów działalności RTVE

Katarzyna Czajkowska

Nadawcy publiczni, zgodnie z przypisaną im misją, powinni dbać o dziedzictwo narodowe i tożsamość kulturową społeczeństwa oraz umożliwiać odbiorcom kontakt z dobrami kultury, podnosząc jednocześnie ich kompetencje w zakresie rozumienia kultury oraz towarzyszących jej procesów i zjawisk¹. Jednym z głównych celów realizacji tej misji przez hiszpańskiego ogólnokrajowego nadawcę publicznego – Corporación Radio Televisión Española (RTVE) – jest popularyzacja szeroko pojętych wytworów kultury narodowej i europejskiej. Corporación Radio Televisión Española tworzą: Radio Nacional de España (RNE), Televisión Española (TVE), orkiestra symfoniczna – Orquesta Sinfónica de RTVE, chór – El Coro de RTVE oraz Instituto Radio Televisión Española, odpowiedzialny za edukację w dziedzinie nauki o komunikowaniu i mediach. Przedstawiane poniżej argumenty dowodzą, że promocja kultury należy do ważnych aspektów działalności RTVE, a zarazem jest jednym z głównych elementów oraz celów polityki medialnej w Hiszpanii². Artykuł zawiera krótką charakterystykę hiszpańskiego systemu medialnego

w odniesieniu do klasyfikacji Daniela Hallina i Paolo Manciniego, streszczenie najnowszych norm prawnych dotyczących promocji kultury w hiszpańskich ogólnokrajowych mediach publicznych, a także opis tematycznych stacji radiowych i telewizyjnych o profilu kulturowym, między innymi radiostacji Radio Clásica RNE oraz kanału telewizyjnego La 2. W działaniach promocyjnych hiszpańskiego ogólnokrajowego nadawcę publicznego wspierają „Orquesta Sinfónica de RTVE oraz chór El Coro de RTVE. Przytoczone dane i wyciągnięte z nich wnioski skłaniają do szerszej refleksji na temat roli kultury jako ważnej formy działalności hiszpańskiego nadawcy RTVE. Nie zmienia to jednak faktu, że ogólnokrajowe media publiczne *stricto* promujące kulturę – takie jak Radio Clásica RNE lub kanał telewizyjny La 2 – powszechnie uznaje się za instytucje niszowe.

Według obowiązujących w Hiszpanii norm prawnych, oferowane przez RTVE formaty poświęcone kulturze powinny odznaczać się kreatywnością; być interesujące; przyczyniać się do promocji pluralizmu narodowego i regionów Hiszpanii, wraz z ich bogactwem

¹ K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007, s. 170.

² E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna w Unii Europejskiej*, Warszawa 2011, s. 281–282.

i różnorodnością językową, kulturową i obyczajową. Ponadto winny uzupełniać wiedzę, a zarazem – pobudzać do rozwoju aktywności kulturowej; wspierać przemysł związany z kulturą; promować refleksje na temat istotnych aspektów hiszpańskiej rzeczywistości, obyczajów i sztuki. Promowanie kultury w ogólnokrajowych hiszpańskich mediach publicznych wydaje się szczególnie istotne w związku z silną dominacją nadawców prywatnych na, krajowym i regionalnym rynku medialnym oraz postępującą homogenizacją oferty programowej, szczególnie po przejściu na nadawanie cyfrowe w 2010 r.

Wśród obowiązków mediów publicznych – oprócz rozwoju, ochrony, promocji kultury i tożsamości narodowej – Karol Jakubowicz wymienia, jako istotne dla tego zagadnienia, również takie kwestie, jak tworzenie nowych dzieł kultury audiowizualnej; inwestowanie w krajową produkcję audiowizualną; wspieranie rozwoju młodych talentów; organizowanie wydarzeń kulturalnych, czy wypełnianie przestrzeni społecznej wytworami kultury w kraju i poza jego granicami. Ponadto uważa, że do obowiązków mediów publicznych należy zaliczyć zaspokajanie kulturalnych potrzeb mniejszości narodowych i imigrantów (bez odbierania im możliwości asymilacji); wspieranie procesów integracji międzynarodowej przez poszerzanie znajomości kultury; promowanie dialogu między kulturami i religiami, a także pomoc w niwelowaniu wykluczenia cyfrowego przez zapewnienie wszystkim obywatelom równego dostępu do kultury za pośrednictwem nowych technologii³.

Ana María López Cepeda w artykule poświęconym publicznym mediom w Hiszpanii,

stwierdza, że hiszpański sektor audiowizualny stale się rozwija, będąc podstawowym źródłem informacji oraz rozrywki⁴. Główne zmiany w sferze wzbogacania oferty medialnej i rozszerzania sposobów dystrybucji w Hiszpanii, podobnie jak w pozostałych krajach europejskich, należy przypisywać szybkiemu rozwojowi nowych technologii (np. telewizji mobilnej). W Hiszpanii radio stało się obecnie „medium tła”, natomiast najpopularniejszym medium jest telewizja. Hiszpanie deklarują, że telewizję oglądają głównie w celach rozrywkowych. Szczególnym zainteresowaniem cieszą się więc programy typu *entertainment*, w związku z czym hiszpańska telewizja bywa określana jako „mistrzyni informacyjnej powierzchowności” (*la campeona de la superficialidad informativa*). Telewizjowicze zwracają również uwagę, że po przejściu na nadawanie cyfrowe zmieniła się wprawdzie na korzyść jakość sygnału, lecz, oferta programowa nie uległa korzystnym zmianom. Silna konkurencja na hiszpańskim rynku telewizyjnym spowodowała poza tym znaczną homogenizację oferty programowej głównych nadawców. Licencje na nadawanie cyfrowe, o które można było ubiegać się od 2002 r., otrzymały największe koncerty obecne na rynku telewizyjnym od początku lat dziewięćdziesiątych⁵.

Telewizja, mimo rosnącej popularności internetu, nadal pozostaje głównym źródłem informacji i rozrywki dla hiszpańskich obywateli. Według Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) w 2010 r. dzienna oglądalność telewizji w Hiszpanii wynosiła około 227 minut (3 godziny 47 minut), w 2011 r. Hiszpanie oglądali dziennie telewizję średnio przez 237 minut (3 godziny

³ K. Jakubowicz, *Media publiczne...*, dz. cyt., s. 170–171.

⁴ A.M. López Cepeda, *Modelos audiovisuales públicos en España, Perfil profesional, empresarial y político de sus principales órganos internos de gestión* [w:] „Comunicación y sociedad” 2012, Vol. XXV, nr 1, s. 400.

⁵ C. Llorens, V. Luzón, H.P. Grau, *Los medios digitales España*, Open Society Foundations 2012, s. 6–9.

57 minut) i następnie: w 2012 r. – przez 242 minuty (4 godziny 2 minuty), natomiast w 2013 r. – przez 243 minuty (4 godziny 3 minuty)⁶. W 2010 i 2011 r. większość widzów stanowiły kobiety – 50,9% (w 2010 r.) oraz 51,1% (w 2011 r.) zaś radiosłuchaczy – mężczyźni – 52,6% (w 2010 r.)⁷ oraz 52,3% (w 2011 r.)⁸. W 2012 i 2013 r. większość widzów stanowiły również kobiety – 51,4% (w 2012 r.) i tyle samo w 2013 r., natomiast większość radiosłuchaczy to nadal mężczyźni – 52,1% (w 2012 r.)⁹ i 52,4% (w 2013 r.)¹⁰. W 2010 r. dzienna słuchalność radia w Hiszpanii wynosiła 107 minut (1 godzinę 47 minut), w 2011 r. – 110 minut (1 godzinę 50 minut), w 2012 r. – 114 minut (1 godzinę 54 minuty) i w 2013 r. – 111 minut (1 godzinę 51 minut)¹¹.

Krótką charakterystyka hiszpańskiego systemu medialnego

Daniel Hallin i Paolo Mancini model medialny Hiszpanii uznali za typowo śródziemnomorski (inaczej – spolaryzowanego pluralizmu), w którym szczególnym zainteresowaniem odbiorców cieszą się media elektroniczne. W systemach śródziemnomorskich media elektroniczne są głównym źródłem informacji na temat wydarzeń politycznych i społecznych, a prasa codzienna

jest upolityczniona i ma charakter elitarny (zob. tabela 1.). Według Hallina i Manciniego, sposób zarządzania mediami elektronicznymi oraz obowiązujące regulacje prawne wskazują na to, że w Hiszpanii ogólnokrajowe media elektroniczne funkcjonują w uwspółcześnionym modelu rządowym, ponieważ dyrektorów mediów publicznych mianują partie wchodzące w skład parlamentu, a nadzór nad mediami publicznymi sprawuje rząd¹².

Hiszpańskie media elektroniczne funkcjonują w systemie dualnym, co w praktyce oznacza, że na rynku występują nadawcy publiczni oraz prywatni. Publiczne elektroniczne media regionalne, kiedyś tzw. „trzeci kanał” są kontrolowane przez regionalne parlamenty. Większość regionalnych nadawców publicznych jest zrzeszona w FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos). Obecnie w skład FORTA wchodzi jedenaście publicznych radiostacji i telewizji regionalnych¹³. RTVE przyznawane są dotacje z budżetu państwa, natomiast publicznym nadawcom działającym w *comunidades autónomas*¹⁴ – z budżetów regionalnych¹⁵. Najszersze kompetencje w zakresie samodzielnego prowadzenia polityki medialnych mają regiony autonomiczne: Katalonia, Kraj Basków, Galicja oraz Andaluzja¹⁶.

⁶ Na podstawie danych zawartych w raporcie *Marco General de los medios en España 2014*, AIMC, s. 38, <http://www.aimc.es/-Descarga-Marco-General-Asociados-.html> [dostęp: 29.07.2014].

⁷ Na podstawie raportu AIMC EGM *3º Año Móvil 2010 Febrero a Noviembre de 2010*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

⁸ Na podstawie raportu AIMC EGM *3º Año Móvil 2011 Febrero a Noviembre de 2011*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

⁹ Na podstawie raportu AIMC EGM *3º Año Móvil 2012 Febrero a Noviembre de 2012*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

¹⁰ Na podstawie raportu AIMC EGM *3º Año Móvil 2013 Febrero a Noviembre de 2013*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

¹¹ Na podstawie danych zawartych w raporcie *Marco general de los medios en España 2014*, AIMC, s. 29, <http://www.aimc.es/-Descarga-Marco-General-Asociados-.html> [dostęp: 29.07.2014].

¹² D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2010, s. 108.

¹³ <http://www.forta.es/Home/QuienesSomos.aspx> [dostęp: 30.07.2014].

¹⁴ Wspólnoty autonomiczne.

¹⁵ A. Jaskiernia, *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006, s. 163.

¹⁶ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 273.

Tabela 1. Główne cechy charakterystyczne modelu śródziemnomorskiego

Przemysł prasowy	niskie wskaźniki czytelnictwa prasy prasa ma charakter elitarny i jest zorientowana politycznie
Paralelizm polityczny	parlamentarny lub rządowy model zarządzania mediami elektronicznymi – media podporządkowane procesowi politycznemu media charakteryzuje wysoki stopień paralelizmu politycznego dziennikarstwo zorientowane na komentarz pluralizm zewnętrzny ^a
Profesjonalizacja	mniejszy stopień profesjonalizacji ^b instrumentalizacja ^c
Rola państwa w systemie medialnym	silna interwencja państwa

^a Według Hallina i Manciniego, paralelizm polityczny charakteryzuje pluralizm zewnętrzny lub wewnętrzny związany ze sposobami przedstawiania w mediach afiliacji i orientacji politycznych. Pluralizm zewnętrzny jest typowy dla systemów o wysokim stopniu paralelizmu politycznego. Cechuje go obecność wielu mediów, które przedstawiają punkt widzenia licznych grup społecznych i odzwierciedlają zróżnicowane afiliacje polityczne. Jego przeciwieństwem jest wspomniany pluralizm wewnętrzny osiągany na poziomie poszczególnych mediów, a nie całego systemu medialnego. W pluralizmie wewnętrznym media zazwyczaj unikają afiliacji politycznych, co oznacza, że pluralizm wewnętrzny jest cechą systemów o niskim stopniu paralelizmu politycznego, które charakteryzuje profesjonalizm dziennikarski związany z zachowaniem zasady neutralności oraz brak stronniczości.

^b To znaczy: niezależności w wykonywaniu zawodu dziennikarza.

^c Oznacza to, że media są kontrolowane oraz wykorzystywane przez różne podmioty i grupy interesu jako narzędzia służące realizacji określonych celów, głównie politycznych. Więcej na temat instrumentalizacji, zob. D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, dz. cyt., s. 114–121 oraz s. 37–38.

Źródło: D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2010, s. 67.

Wybrane regulacje prawne dotyczące kultury w hiszpańskich mediach

Jednym z głównych celów krajowej polityki medialnej jest promocja kultury narodowej, języka kastylijskiego¹⁷, a także kultur i pozostałych języków używanych na terenie Królestwa Hiszpanii. Instytucje medialne odpowiedzialne za popularyzację tych działań otrzymują subwencje przyznawane przez administrację centralną oraz rządy wspólnot autonomicznych¹⁸. W prowadzenie krajowej polityki medialnej zaangażowane jest bezpośrednio Ministerstwo Edukacji, Kultury i Sportu (Ministerio de Educación,

Cultura y Deporte). Od 2009 r. przyznaje ono Narodową Nagrodę Telewizyjną (Premio Nacional de Televisión), którą otrzymują dziennikarze telewizyjni¹⁹ szczególnie przyczyniający się do upowszechniania kultury²⁰.

Ustawa 7/2010 o działalności transmisyjnej z 31 marca 2010 r. (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual), odnosząca się do ogólnokrajowych nadawców publicznych oraz prywatnych, definiuje pojęcie usługi publicznej oraz określa status nadawcy publicznego, oddając kontrolę nad mediami publicznymi w ręce parlamentu ogólnokrajowego, a także parlamentów regionalnych. Włącza też

¹⁷ Potocznie: hiszpańskiego.

¹⁸ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 282.

¹⁹ <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/industrias/premios/premio-nacional-de-television/premio-nacional-de-television.html> [dostęp: 29.07.2014].

²⁰ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 284.

do hiszpańskiego prawa Dyrektywę 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego oraz Rady UE z dnia 11 grudnia 2007 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, które dotyczą wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej²¹. Ustawa 7/2010, która składa się z sześciu części i 61 artykułów²², zapewnia między innymi powszechny dostęp do wydarzeń kulturalnych uważanych za istotne dla hiszpańskich obywateli. Na mocy Ustawy 7/2010 za ich wskazanie odpowiada Sekretariat Stanu ds. Telekomunikacji i Społeczeństwa Informacyjnego (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, SETSI), który jest częścią Ministerstwa Przemysłu, Handlu i Turystyki (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo). Przytoczona ustawa wprowadza obowiązek nadawców krajowych i regionalnych do wyświetlania produkcji europejskiej w wymiarze 51% czasu antenowego w ciągu roku, z czego 50% tego czasu przeznaczona jest na produkcje promujące kulturę narodową i języki używane na terenie Hiszpanii. Dostawców usług audiowizualnych, ogólnokrajowych oraz regionalnych obowiązuje zaś do przekazywania części rocznych dochodów na promocję i finansowanie kinematografii europejskiej – filmów oraz produkcji powstających z inicjatywy nadawców telewizyjnych, np. seriali, filmów telewizyjnych²³, filmów dokumentalnych oraz animowanych etc.²⁴ (odpowiednio: 6% – ogólnokrajowi i regionalni

nadawcy publiczni oraz 5% – nadawcy prywatni)²⁵. Ustawa reguluje również emisję reklam, między innymi zakaz ich emitowania przez RTVE²⁶. Według art. 4 Ustawy 7/2010 (Título II Normativa básica para la Comunicación Audiovisual, Capítulo I Los Derechos del Público, Artículo 4. El derecho a recibir una comunicación audiovisual plural) nadawcy mają obowiązek odzwierciedlać zróżnicowanie ideologiczne, językowe i kulturowe społeczeństwa hiszpańskiego, a zarazem przyczyniać się do rozwoju przemysłu audiowizualnego związaneego z dobrami kulturalnymi, uwzględniając całą jego złożoność²⁷. Kolejny, art. 5 Ustawy 7/2010 (Título II Normativa básica para la Comunicación Audiovisual, Capítulo I Los Derechos del Público, Artículo 5. El derecho a la diversidad cultural y lingüística), dotyczy kulturowego i językowego zróżnicowania hiszpańskiego społeczeństwa oraz obowiązku jego odzwierciedlenia w przekazach medialnych²⁸. Ustawa 7/2010 znosi zarazem wcześniejsze ustawy odnoszące się do mediów audiowizualnych publicznych i prywatnych, między innymi: Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión; Ley 46/1983, de 26 de diciembre, del Tercer Canal de Televisión; Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones; Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada; La Ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radio etc.²⁹. Ustawa 7/2010 wprowadza ponadto zmiany w ustawach: Ley

²¹ Tamże, s. 277–278.

²² M. Kuś, *Telewizja publiczna w Hiszpanii. Pomiędzy polityką i rynkiem*, Wrocław 2013, s. 95.

²³ Dotyczy to filmów, które nie są wyświetlane w kinach.

²⁴ “Boletín Oficial del Estado” 2010, nr 79 (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual), s. 30167, <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> [dostęp: 29.07.2014].

²⁵ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 278.

²⁶ Tamże, s. 277–279.

²⁷ “Boletín Oficial del Estado” 2010, nr 79 (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual), s. 30166–30167, <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> [dostęp: 29.07.2014].

²⁸ Tamże, s. 30166–30168.

²⁹ Tamże, s. 30204.

6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado; Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal; Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española³⁰. Działalności nadawców publicznych w Hiszpanii dotyczy przede wszystkim część czwarta Ustawy 7/2010³¹ (Título IV Los prestadores públicos del servicio de Comunicación Audiovisual).

Ustawa 17/2006 o radiu i telewizji publicznej³² (Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y Televisión de titularidad estatal), która powstała w odniesieniu do art. 20 hiszpańskiej Konstytucji, zastąpiła Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión z 1980 r. Ustawa 17/2006 – zmieniona następnie ustawami: Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española; Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual; Ley 15/2012, de 20 de abril, de modificación del régimen de administración de la Corporación RTVE, previsto en la Ley 17/2006, de 5 de junio – gwarantuje mediom publicznym niezależność i odpowiedni model finansowania w celu realizacji misji publicznej. Artykuł 2 Ustawy 17/2006 stanowi między innymi o produkcji, edycji i rozpowszechnianiu zróżnicowanych programów telewizyjnych i radiowych kierowanych do wszystkich hiszpańskich obywateli w taki sposób, by zaspokajały ich potrzebę informacji, kultury, edukacji i rozrywki. Artykuł 2 (Servicio público de radio y televisión del Estado) wskazuje również na konieczność oferowania odbiorcom programów popularyzujących hiszpańską tożsamości i różnorodność kulturową,

a także konieczność budowy społeczeństwa informacyjnego, pluralizmu opinii, poszanowania pozostałych wolności gwarantowanych przez Konstytucję oraz gwarantuje możliwość dostępu do mediów politykom i przedstawicielom wszystkich grup społecznych. RTVE, według kolejnego artykułu Ustawy 17/2006 (art. 3 Encomienda del servicio público de radio y televisión), powinno poza tym upowszechniać idee spójności terytorialnej, zróżnicowanie kulturowe i językowe Królestwa Hiszpanii, tworzyć i rozpowszechniać – przez kanały radiowe i telewizyjne – informacje dla hiszpańskich obywateli przebywających poza granicami kraju oraz dbać o reklamę hiszpańskich produkcji audiowizualnych, także tych stworzonych w językach regionalnych (katalońskim, galicyjskim, baskijskim) oraz wspierać twórczość cyfrową i multimedialną, przyczyniać się do rozwoju przemysłu związanego z wytworami kultury hiszpańskiej i europejskiej, troszcząc się zarazem o konserwację archiwalnych materiałów audiowizualnych. Artykuł 3 Ustawy z 17/2006 stanowi również o tym, że powinnością nadawcy publicznego jest wspieranie rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Oznacza to, że RTVE powinno kreatywnie wykorzystywać nowe technologie służące rozpowszechnianiu informacji, w tym informacji kulturalnych, w sposób interaktywny, wzbogacając i uzupełniając dotychczasową ofertę programową. Należyte wypełnianie obowiązków wymienionych w poszczególnych artykułach uprawnia RTVE do otrzymywania dofinansowania ze strony państwa³³.

Kolejną ustawą związaną z promocją kultury w hiszpańskich mediach jest Ustawa 15/2001 z 9 lipca 2001 r. o wsparciu finansowym,

³⁰ Tamże, s. 30204–30207.

³¹ M. Kuś, *Telewizja publiczna...*, dz. cyt., s. 95.

³² “Boletín Oficial del Estado” 2006, nr 134 (Ley 17/2006, de 5 de junio de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal), s. 21207–21218, <http://www.boe.es/boe/dias/2006/06/06/pdfs/A21207-21218.pdf> [dostęp: 29.07.2014].

³³ Tamże, s. 21207–21209.

dystrybucji i promocji kinematografii oraz sektora audiowizualnego krajowego i regionalnego, które stanowią niepodważalny przejaw kultury narodowej, przyczyniając się do zachowania różnorodności kulturowej w obrębie państwa i poza jego granicami, a także wzbogacając światowe audiowizualne dziedzictwo kulturowe³⁴ (Ley 15/2001, de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual). Ustawa 15/2001 została zmieniona ustawą o kinie z 28 grudnia 2007 r. (Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine)³⁵ oraz ustawą Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual³⁶. Ustawa 15/2001 odnosi się do art. 44.1 hiszpańskiej Konstytucji, poświęconego między innymi obowiązkowi zapewnienia obywatelom przez władzę publiczną dostępu do kultury³⁷. Według przyjętych w Hiszpanii norm prawnych, organem publicznym odpowiedzialnym za klasyfikację dzieł filmowych i audiowizualnych jest Ministerstwo Edukacji, Kultury i Sportu (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte), z którego upoważnienia działa Instytut Kinematografii i Sztuk Audiowizualnych (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, ICAA). Każda produkcja filmowa i audiowizualna przed wprowadzeniem na rynek jest poddawana procedurze klasyfikacyjnej, dokonywanej przez Komisję Klasyfikacyjną (Comisión de Calificación). ICAA odpowiada

jednocześnie za finansowe wsparcie rodzimej produkcji filmowej oraz audiowizualnej, promocję i popularyzację hiszpańskiej i europejskiej kinematografii, archiwizowanie produkcji narodowych – filmów, fotografii, ścieżek dźwiękowych, materiałów z planów etc.³⁸ A także za szkolenie twórców, ułatwianie dostępu do hiszpańskiego dziedzictwa filmowego, współpracę z hiszpańskimi wspólnotami autonomicznymi oraz z instytucjami krajowymi, zagranicznymi i międzynarodowymi w zakresie promocji filmu i przekazów audiowizualnych³⁹.

Kultura w RTVE

Kultura w Radio Nacional de España

W skład Radio Nacional de España wchodzi sześć radiostacji: Radio Nacional, Radio Clásica, Radio 3, Radio 4, Radio 5 Todo Noticias i Radio Exterior. Rozgłośnie radiowe RNE jako jedyne w kraju nie emitują reklam⁴⁰. Hiszpański rynek radiowy, tak jak rynek telewizyjny, działa w systemie dualnym – publicznym i prywatnym⁴¹. Prywatni nadawcy radiowi dominują na rynkach ogólnokrajowym i regionalnym, które cechuje wysoki poziom koncentracji oraz znacząca popularność radiostacji tematycznych, głównie muzycznych.

W 2012 r. RNE obchodziło 75-lecie działalności i z tej okazji w 53 hiszpańskich miastach odbyła się wystawa pod tytułem „RNE z Tobą” („RNE, contigo”), którą odwiedziło łącznie

³⁴ “Boletín Oficial del Estado” 2001, nr 164 (Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual), s. 24905, <http://www.boe.es/boe/dias/2001/07/10/pdfs/A24904-24909.pdf> [dostęp: 30.07.2014].

³⁵ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 279.

³⁶ “Boletín Oficial del Estado” 2010, nr 79, s. 30204, <https://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf> [dostęp: 30.07.2014].

³⁷ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 279.

³⁸ “Boletín Oficial del Estado” 2001, nr 164, s. 24905 (Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual), <http://www.boe.es/boe/dias/2001/07/10/pdfs/A24904-24909.pdf> [dostęp: 30.07.2014].

³⁹ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 279–285.

⁴⁰ J. Jaroszyk, *System medialny Hiszpanii [w:] Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. J.W. Adamowski, Warszawa 2008, s. 191.

⁴¹ C. Llorens, V. Luzón, H. P. Grau, *Los medios digitales...*, dz. cyt., s. 26.

70 000 osób. Wystawa miała przybliżyć publiczności historię i misję RNE jako nadawcy publicznego⁴².

Według RTVE Radio Nacional de España oferuje najbardziej zróżnicowaną na świecie ofertę radiową w języku kastylijskim, między innymi programy informacyjne, kulturalne, edukacyjne i rozrywkowe. Stacje nadawcze RNE na terenie Hiszpanii znajdują się w Andaluzji, Aragonie, Asturii, Kantabrii, Katalonii, Kastylii i Leonie, Kastylii-La Manczy, Ceucie, Walencji, Estremadurze, Galicji, La Rioja, Madrycie, Melilli, Murcji, Nawarrze, Kraju Basków oraz na Wyspach Kanaryjskich i Balearach⁴³.

Główną stacją radiową należącą do RNE, *stricto* poświęconą kulturze, jest całodobowe Radio Clásica. Radiostacja powstała w 1965 r. jako drugi program RNE (Segundo Programa de RNE). W 1981 r. stacja zmieniła nazwę na Radio 2, a w 1984 r. – na Radio Clásica. Twórcą i pierwszym dyrektorem Radio Clásica był Enrique Franco. Radio Clásica to tematyczna stacja radiowa skupiająca się przede wszystkim na muzyce klasycznej oraz alternatywnej, która transmituje koncerty, opery i przedstawienia z Hiszpanii oraz z całego świata, między innymi koncerty Orkiestry i Chóru RTVE, Hiszpańskiej Orkiestry Narodowej oraz Orkiestry Symfonicznej z Barcelony. Transmisje są nadawane między innymi z Teatro Real w Madrycie, Gran Teatro del Liceo w Barcelonie, z najważniejszych festiwali muzyki klasycznej w kraju i na świecie. RNE współpracuje z wieloma zagranicznymi i krajowymi instytucjami kultury. Radio Clásica jest określane jako „największa sala

koncertowa w Hiszpanii”, a jego odbiorcy jako „publiczność bez granic”⁴⁴. Radio Clásica przystąpiło do Europejskiej Unii Nadawców (EBU) w grupach „Euroradioclassic” i „Ars Acustica”, a także do Tribuna Internacional de Compositores (International Rostrum of Composers, IRC⁴⁵). Działalność radia została wyróżniona w 2006 r. Złotym Medalem za Zasługi w Zakresie Promocji Sztuk Pięknych (Medalla de Oro al Mérito de Bellas Artes)⁴⁶. Główne audycje nadawane w Radio Clásica to: *Nuestro Flamenco*, *Capricho Español*, *La Zarzuela*, *Salon Radio Clásica*, *Simplemente música* etc⁴⁷.

RNE Exterior de España jest stacją radiową skierowaną do Hiszpanów mieszkających poza granicami kraju oraz do wszystkich zainteresowanych językiem i kulturą Hiszpanii⁴⁸. RNE Exterior, które zaczęło nadawać w 1942 r., odpowiada za promocję wizerunku Hiszpanii („Marca España”) w kraju i poza jego granicami. Programy nadawane w RNE Exterior są poświęcone literaturze, sztuce, wzornictwu, nauce, technologii, gastronomii, turystyce etc. RNE Exterior nadaje w języku kastylijskim, angielskim, francuskim, portugalskim, rosyjskim, sefardyjskim i arabskim. W 2012 r. dyrektorem stacji został Juan Roldán. Nowy skład redakcyjny wzbogacił siatkę programową Radio Exterior audycjami poświęconymi współczesności, a szczególnie – różnorodności kulturowej i językowej, w tym językom kooficjalnym – katalońskiemu, baskijskiemu i galicyjskiemu. Główne programy w RNE Exterior to: *Marca España*, *Eureka*, *Made in Spain*, *Gitanos*, *La Lanzadera*, *Línea España*, *Un idioma sin*

⁴² <http://www.rtve.es/radio/75-aniversario/> [dostęp: 19.03.2013].

⁴³ <http://www.rtve.es/radio/75-aniversario/emisoras-programas/> [dostęp: 19.03.2013].

⁴⁴ <http://www.rtve.es/radio/radioclasica/que-es/> [dostęp: 19.03.2013].

⁴⁵ IRC to coroczne forum organizowane przez Międzynarodową Radę Muzyki (International Music Council, IMC) oraz UNESCO.

⁴⁶ <http://www.rtve.es/radio/radioclasica/que-es/> [dostęp: 19.03.2013].

⁴⁷ <http://www.rtve.es/rne/rc/programa/> [dostęp: 7.02.2014].

⁴⁸ <http://www.rtve.es/radio/20090825/mejor-mas-variada-oferta-radiofonica/290042.shtml> [dostęp: 19.03.2013].

Fronteras, Paisajes y Sabores, Españoles en la mar, Cuarto Mundo czy *Españoles en el Exterior*. RNE Exterior współpracuje z licznymi instytucjami oraz organizacjami odpowiedzialnymi za promocję kultury, między innymi z Casa América i Dircom (Asociación de Directivos de la Comunicación)⁴⁹.

Pozostałe stacje radiowe RNE to stacja informacyjna R5 Todo Noticias, Radio 3, poświęcona muzyce i kulturze nowoczesnej, oraz katalońskie Radio 4. Oferta Radio 3, które pojawiło się na hiszpańskim rynku medialnym w 1979 r., podobnie do oferty Radiowej Czwórki Polskiego Radia, jest skierowana głównie do ludzi młodych⁵⁰. Stacją ogólnotematyczną w języku katalońskim jest założone w 1976 r. Radio 4 (Ràdio Nacional d'Espanya). Pierwszym dyrektorem stacji był Jordi Arandes⁵¹.

Udziały Radio Clásica RNE, RNE R3 i R5 Todo Noticias w rynku radiostacji tematycznych

Na hiszpańskim rynku radiowym dominują głównie nadawcy komercyjni. Popularność w Hiszpanii komercyjnych radiostacji tematycznych, tzw. *radio temática*, zdają się potwierdzać dane ilościowe. Według nich, między lutym a listopadem 2013 r., wśród dwudziestu pięciu kontrolowanych radiostacji tematycznych najczęściej wybieranych przez hiszpańskich słuchaczy znalazły się między innymi radiostacje tematyczne nadawcy publicznego – Radio Clásica RNE, RNE R3 oraz radiostacja o profilu *stricte* informacyjnym – R5 Todo Noticias. Z danych ilościowych wynika, że w analizowanym okresie szczególnie niszowy charakter pod względem liczby słuchaczy osiągnęła poświęcona kulturze radiostacja Radio Clásica RNE, w porównaniu

z komercyjnymi nadawcami, takimi jak tematyczna radiostacja muzyczna C40⁵² (Grupo Prisa), która w analizowanym okresie miała najwyższą liczbę słuchaczy, czy też z radiostacją Dial (Grupo Prisa), która w analogicznym czasie zajmowała drugie miejsce pod względem liczby słuchaczy. Na trzecim miejscu pod względem słuchalności uplasowała się komercyjna radiostacja Europa FM, należąca do koncernu Atresmedia Corporación. Dla porównania: publiczna radiostacja RNE R3 pod względem słuchalności zajęła w analizowanym okresie miejsce jedenaste wśród kontrolowanych radiostacji, a informacyjne radio R5 Todo Noticias – czternaste miejsce spośród radiostacji tematycznych, natomiast Radio Clásica RNE – 19 miejsce. W 2013 r. udziały w rynku najpopularniejszej tematycznej stacji komercyjnej – Dial – wynosiły 18,8%. Natomiast udziały w rynku Radio Clásica RNE sięgały zaledwie 0,8%, czyli wynosiły niecały procent. Udziały w rynku RNE R3 w analizowanym okresie miały niewiele ponad dwa procent (2,3%), a radiostacji informacyjnej R5 Todo Noticias – 1,5%⁵³.

W porównywalnym okresie obejmującym miesiące luty–listopad 2012 r. wśród dwudziestu czterech najpopularniejszych radiostacji tematycznych pod względem liczby słuchaczy znaleźli się praktycznie ci sami nadawcy, co w 2013 roku. Były to komercyjne radiostacje muzyczne – C40, Dial i Europa Fm. W 2012 r. RNE R3 uplasowało się na dziesiątym miejscu pod względem dziennej słuchalności, co oznacza, że okazało się najpopularniejszą radiostacją tematyczną przypisaną do ogólnokrajowego nadawcy publicznego RNE. Radio informacyjne R5 Todo Noticias znalazło się

⁴⁹ <http://www.rtve.es/radio/radio-exterior/contacto/> [dostęp: 10.07.2013].

⁵⁰ <http://www.rtve.es/radio/20090825/mejor-mas-variada-oferta-radiofonica/290042.shtml> [dostęp: 19.03.2013].

⁵¹ <http://www.rtve.es/radio/20110831/qui-som/458460.shtml> [dostęp: 10.07.2013].

⁵² Inaczej: *Los 40 Principales*.

⁵³ Na podstawie raportu AIMC EGM *Año móvil 2013 Febrero a noviembre de 2013*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

na czternastym miejscu pod względem liczby słuchaczy, a Radiu Clásica RNE, podobnie jak w 2013 r., przypadł najniższy wynik z kontrolowanych ogólnokrajowych publicznych radiostacji tematycznych – zajęło ono jedną z ostatnich pozycji w rankingu, czyli dwudzieste miejsce pod względem liczby słuchaczy. W 2013 r. udziały w rynku najpopularniejszej tematycznej stacji komercyjnej – Dial – wynosiły 20,4%. Dla porównania – udziały w rynku Radio Clásica RNE, podobnie jak w 2013 r., osiągnęły zaledwie 0,8%, czyli niecały procent. Udziały w rynku radiostacji tematycznej RNE R3 oraz Radio 5 Todo Noticias sięgały odpowiednio: 2,5% oraz 1,6%⁵⁴.

Jak wynika z przytoczonych danych, w latach 2012–2013 na rynku radiostacji tematycznych pod względem liczby słuchaczy oraz udziałów w rynku przeważali głównie nadawcy komercyjni o profilu muzycznym. W 2012 r. rynek *radio temática* był zdominowany przez C40, Dial oraz radiostację C100 i Europa FM. Podobnie przedstawia się sytuacja z 2013 r., kiedy to w pierwszej piątce tematycznych radiostacji pod względem słuchalności i udziałów w rynku znalazły się stacje muzyczne należące do prywatnych nadawców, tj. C40, Dial, Europa Fm, C100 oraz Kiss FM⁵⁵.

Kultura w Televisión Española

Hiszpańska telewizja, podobnie jak radio, działa w systemie dualnym – na hiszpańskim rynku telewizyjnym istnieją nadawcy publiczni i prywatni. Do publicznych ogólnokrajowych mediów audiowizualnych zalicza się TVE (La 1,

La 2, Canal 24 horas, Teledporte, Clan). Poza TVE w Hiszpanii działają regionalne telewizje należące do Wspólnot Autonomicznych (Comunidades Autónomas)⁵⁶.

W ostatnich latach hiszpański rynek telewizyjny nabrał charakteru bardziej pluralistycznego. Należy to przypisać pojawieniu się na rynku dwóch nowych komercyjnych nadawców telewizyjnych – Cuatro (2005) i La Sexta (2006) – oraz dużej liczbie kanałów cyfrowych (tabela 2.), które utworzono po przejściu na nadawanie cyfrowe w 2010 r. (tzw. *apagón analógico*)⁵⁷.

Tabela 2. Kanały telewizji publicznej TVE, które nadają drogą naziemną (TDT) – 2013 r.

Kanał	Zasięg	Nadawca
TVE–HD Pruebas	narodowy	RTVE
La 1	narodowy	
La 2	narodowy	
24h	narodowy	
Clan	narodowy	
Teledporte	narodowy	

Źródło: J.M., Vidal, S. Barboni, *Los medios de comunicación audiovisuales en España*, Madryt 2013, s. 7, http://boletines.prisadigital.com/medios_comunic_audiovisualesEspana.pdf [dostęp: 29.07.2014].

Głównym kanałem telewizyjnym TVE poświęconym kulturze jest La 2, czyli drugi kanał telewizji publicznej, założony w 1965 r. W 2010 r. La 2 zmieniła swój profil na *stricte* kulturalny. Programy sportowe, które ukazywały się w La 2 do 2010 r. zostały przeniesione do siatki programowej kanału Teledporte TVE,

⁵⁴ Na podstawie raportu AIMC EGM *Año móvil 2012 Febrero a noviembre de 2012*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].jw.

⁵⁵ Na podstawie raportu AIMC EGM *Año móvil 2012 Febrero a noviembre de 2012* oraz AIMC EGM *Año móvil 2013 Febrero a noviembre de 2013*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].jw.

⁵⁶ J. Jaroszyk, *System medialny...*, dz. cyt., s. 197.

⁵⁷ C. Llorens, V. Luzón, H.P. Grau, *Los medios digitales...*, dz. cyt., s. 25–26.

a programy dla dzieci i młodzieży – do Clan TVE, to znaczy do kanału dla najmłodszych telewidzów⁵⁸. Tematyczny kanał telewizyjny La 2, podobnie jak TVP Kultura Telewizji Polskiej, należy uznać za kanał niszowy, bowiem kieruje swoją ofertę szczególnie do wykształconych mieszkańców miast.

TVE Internacional – Televisión Española Internacional – to pierwszy międzynarodowy kanał w języku hiszpańskim, dostępny na pięciu kontynentach: w Europie, Ameryce Północnej, Ameryce Południowej, Afryce i Azji. Został założony w 1989 r. Liczba jego potencjalnych odbiorców jest szacowana na 450 milionów. TVE Internacional nadaje programy informacyjne, kulturalne, edukacyjne i rozrywkowe⁵⁹. W 1959 r. powstał ponadto program TVE Cataluña (TVE Catalunya), przeznaczony dla odbiorców katalońskich.

Udziały La 2 w rynku stacji telewizyjnych

Publiczną stację telewizyjną La 2, biorąc pod uwagę dane dotyczące jej udziałów w rynku w 2012 i 2013 roku, należy uznać za kanał niszowy. W okresie od lutego do listopada 2013 roku udziały w rynku ogólnokrajowego kanału publicznego La 2 wynosiły niewiele ponad dwa procent (2,2%). W analizowanym okresie, to znaczy od lutego do listopada 2013 r., na pierwszym miejscu pod względem udziałów w rynku uplasowały się kanały komercyjne Antena 3 (jej partycypowanie w rynku w omawianym czasie wynosiło 17,2%) oraz Tele 5 (z udziałem 17%). Trzecie miejsce w tym rankingu, w analizowanym okresie, zajął pierwszy kanał

ogólnokrajowego nadawcy publicznego – La 1, która od wielu lat znajduje się w czołówce najpopularniejszych stacji telewizyjnych i walczy o oglądalność z nadawcami komercyjnymi. Udziały w rynku stacji La 1 od lutego do listopada 2013 roku wynosiły 13,2%⁶⁰.

W roku 2012, w miesiącach luty–listopad, w czołówce stacji telewizyjnych pod względem udziałów w rynku, na pierwszym miejscu znalazła się telewizyjna stacja komercyjna Tele 5. Udziały w rynku Tele 5 w rozpatrywanym okresie wynosiły 17,9%. Drugie miejsce pod względem udziałów w rynku zajęła stacja La 1. W analizowanym czasie udziały w rynku publicznej ogólnokrajowej stacji telewizyjnej La 1 wynosiły 17,6%. Trzecie miejsce przypadło stacji telewizyjnej Antena 3, której udziały wyniosły 14,6%. Analogicznie, udziały w rynku ogólnokrajowego publicznego kanału tematycznego poświęconego kulturze, czyli La 2, sięgały około dwóch procent (dokładnie 1,8%), co oznacza, że oferta stacji w tym czasie znacznie odstawała od kanałów telewizyjnych znajdujących się w czołówce pod względem udziałów w rynku. Reasumując, w 2012 r. stacja telewizyjna La 2 zajęła dziewiąte miejsce pod względem udziałów w rynku⁶¹.

Dane dotyczące udziałów w rynku kanałów telewizyjnych w okresie luty–listopad 2012 oraz luty–listopad 2013 wskazują na to, że hiszpański rynek był zdominowany głównie przez nadawców komercyjnych – Antena 3 i Tele 5. Silną pozycję na rynku pod względem udziałów w 2012 i 2013 r. posiadał jeszcze pierwszy kanał nadawcy publicznego – La 1, który

⁵⁸ *La 2 se remodela, adiós a Cultural-es*, <http://www.vayatele.com/la-2/la-2-se-remodela-adios-a-culturales> [dostęp: 12.07.2013].

⁵⁹ *Cómo ver TVE Internacional*, <http://www.rtve.es/television/tve-internacional/como-vern/> [dostęp: 18.03.2013].

⁶⁰ Na podstawie raportu AIMC EGM *Año móvil 2013 Febrero a noviembre de 2013*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

⁶¹ Na podstawie raportu AIMC EGM *Año móvil 2012 Febrero a noviembre de 2012*, AIMC EGM, <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [dostęp: 29.07.2014].

w 2012 r. zajął wyższą pozycję w rankingu pod względem udziałów w rynku niż komercyjna stacja telewizyjna Antena 3⁶².

Orquesta Sinfónica de RTVE i Coro de RTVE

Oprócz publicznych kanałów radiowych i telewizyjnych RTVE, które promują i popularyzują kulturę, należy wymienić jeszcze orkiestrę Orquesta Sinfónica de RTVE oraz chór El Coro de RTVE, które są podstawowymi jednostkami realizującymi w ramach RTVE główny cel hiszpańskiej polityki medialnej, jakim jest promocja kultury. Orkiestra symfoniczna – Orquesta Sinfónica de RTVE – została założona w połowie 1965 r. z inicjatywy dyrygenta Igora Markevitcha i była jedną z pierwszych w Europie orkiestr symfonicznych należących do nadawców publicznych. Pierwszy oficjalny występ Orquesta Sinfónica de RTVE odbył się w Teatro de la Zarzuela w Madrycie. Po Markevitchu orkiestrze należącej do RTVE przewodzili: Antoni Ros-Marba (1965–1967), Enrique Garcia Asensio (1965–1984), Odon Alonso (1968–1984), Miguel Angel Gomez Martinez (1984–1987), Arpad Joo (1988–1990), Sergiu Comissiona (1990–1998), Enrique Garcia Asensio (1998–2001) oraz Adrian Leaper (2001–2010). We wrześniu 2011 r. naczelnym dyrygentem orkiestry, koncertującej w Hiszpanii i poza jej granicami, został Urugwajczyk Carlos Kalmar⁶³. Obecna siedziba Orquesta Sinfónica de RTVE znajduje się w Teatro Monumental w Madrycie⁶⁴.

Do RTVE należy także chór El Coro de RTVE, założony w 1950 roku pod nazwą „Los Cantores Clásicos”. Do 1952 r. dyrygentem chóru był Roberto Plá. W tym samym roku chór

zmienił nazwę z „Los Cantores Clásicos” na „Coro de Radio Nacional”, a dyrygenturę objął Odon Alonso, który prowadził zespół do 1958 r. Następnie chórowi RTVE przewodzili: Alberto Blancafort, Pedro Pirfano, Pascual Ortega, Josep Vila, Miguel Amantegui, Laszlo Heltáy, Mariano Alfonso oraz Jordi Casas. El Coro de RTVE jest uważany za jeden z najlepszych hiszpańskich chórów profesjonalnych. Orquesta Sinfónica de RTVE oraz El Coro de RTVE często koncertują razem, a podstawowym celem ich działalności jest edukacja kulturalna odbiorców oraz upowszechnienie współczesnej i klasycznej muzyki hiszpańskiej. Popularyzacją działalności chóru i orkiestry, między innymi przez wydawanie płyt z nagraniami w wykonaniu artystów pracujących dla RTVE, zajmuje się wydawnictwo RTVE-Música⁶⁵. RTVE wydała dotychczas wiele płyt w wykonaniu Orquesta Sinfónica de RTVE oraz El Coro de RTVE, na przykład koncert inauguracyjny z okazji przejścia przez Hiszpanię prezydencji w Unii Europejskiej w 2002 r.⁶⁶, utwory w wykonaniu słynnych hiszpańskich pianistów – Rosy Sabater, Estebana Sancheza, Federico Mompou, Alicji de Larrocha, Rafaela Orozco czy Joaquina Achucarro; flamenco, zarzueli, oper, musicali, ścieżek dźwiękowych etc.

Podsumowanie

Promocja hiszpańskiej kultury narodowej oraz kultury europejskiej jest ważną formą działalności nadawcy publicznego RTVE. Oznacza to, że Corporación Radio Televisión Española wypełnia misję publiczną, jaką jest upowszechnianie szeroko pojętych zjawisk kultury, uznawane za jeden z głównych celów polityki medialnej. Ogólnokrajowe elektroniczne media publiczne

⁶² Tamże.

⁶³ <http://www.rtve.es/orquesta-coro/orquesta-sinfonica/> [dostęp: 5.02.2014].

⁶⁴ <http://www.nosinorquestaycoro.com/qui%C3%A9nes-somos/> [dostęp: 5.02.2014].

⁶⁵ <http://www.rtve.es/orquesta-coro/coro/> [dostęp: 5.02.2014].

⁶⁶ R. Sajna, *Media hiszpańskie. Od „Gazety Madryckiej” do latynoskiej teleSUR*, Toruń 2006, s. 123.

świadomie kształtują swoją ofertę programową, kierując ją w sferę kultury wyższej, i tym samym umacniają kulturę narodową drogą edukacji medialnej⁶⁷. Wśród radiostacji i kanałów telewizyjnych, szczególnie przyczyniających się do popularyzacji kultury wysokiej w Hiszpanii, należy wymienić Radio Clásica RNE oraz kanał telewizyjny La 2. Innymi słowy, Radio Nacional de España i Televisión Española umożliwiają odbiorcom kontakt z kulturą w szerokim zakresie. Promują, między innymi, dzieła krajowej i europejskiej sztuki filmowej; inwestują w krajową produkcję audiowizualną i muzyczną; wspierają rozwój młodych talentów; organizują wydarzenia kulturalne oraz umożliwiają swoim odbiorcom udział w wydarzeniach kulturalnych w kraju i na świecie. RTVE stara się również zaspokajać kulturalne potrzeby mniejszości narodowych; popularyzuje różnorodność kulturową i językową na terenie Królestwa Hiszpanii; wspiera procesy integracji międzynarodowej; promuje dialog między kulturami i religiami, a także niweluje wykluczenie cyfrowe, zapewniając wszystkim obywatelom łatwy dostęp do

kultury za pośrednictwem nowych technologii⁶⁸. Niewątpliwie głównym celem polityki medialnej w Hiszpanii, poza zapewnieniem wolności słowa i prawa do informacji oraz pluralizmu mediów; ochroną nieletnich przed szkodliwymi treściami przekazów medialnych; wspieraniem rozwoju nowych technologii, które bezpośrednio przyczyniają się do rozwoju społeczeństwa informacyjnego etc., jest popularyzacja kultury narodowej⁶⁹. Jej promocja opiera się na prawnym nakazie prezentowania przejawów kultury i języków używanych na terenie Królestwa Hiszpani – przede wszystkim przez działalność nadawców publicznych. Do promocji kultury na arenie krajowej i międzynarodowej przyczynia się także Orquesta Sinfónica de RTVE oraz El Coro de RTVE. Według przytoczonych w artykule danych, hiszpańskie ogólnokrajowe media publiczne, szczególnie te o profilu kulturowym, wyraźnie przegrywają walkę z komercyjnymi konkurentami. Z tego powodu stacje radiowe oraz kanały telewizyjne promujące i wspierające kulturę, takie jak Radio Clásica czy La 2, należy uznać za media niszowe.

⁶⁷ A. Jaskiernia, *Publiczne media...*, dz. cyt., s. 215.

⁶⁸ K. Jakubowicz, *Media publiczne...*, dz. cyt., s. 171.

⁶⁹ E. Stasiak-Jazukiewicz, M. Jas-Koziarkiewicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 281–282.

◀|||| Promocja i popularyzacja kultury jako jeden z głównych celów działalności RTVE

Promotion and popularization of culture as one of the main goals of RTVE

Katarzyna Czajkowska

SŁOWA KLUCZOWE

media publiczne, kultura, RTVE, RNE, TVE, Orquesta Sinfónica de RTVE, El Coro de RTVE

STRESZCZENIE

Zebrane w artykule argumenty dowodzą, że promocja kultury jest jednym z podstawowych celów polityki medialnej w Hiszpanii. W popularyzację kultury w mediach audiowizualnych na terenie Królestwa Hiszpanii oraz poza jego granicami szczególnie zaangażował się ogólnokrajowy nadawca publiczny – Corporación Radio Televisión Española (RTVE). W artykule dodatkowo scharakteryzowano radiostacje należące do Radio Nacional de España (RNE) oraz kanały telewizyjne Televisión Española (TVE), których oferta programowa w całości bądź w części jest poświęcona zjawisku szeroko pojętej kultury. Promocję dóbr kultury w kraju i za granicą znacząco wspierają Orquesta Sinfónica de RTVE oraz chór El Coro de RTVE, które należą do Corporación Radio Televisión Española.

KEY WORDS

public media, culture, RTVE, RNE, TVE, Orquesta Sinfónica de RTVE, El Coro de RTVE

ABSTRACT

The arguments presented in the article prove that the popularization of culture is one of the basic goals of Spanish public media, which acts as an instrument for cultural policy. The article analyses public service media remit of Corporation Radio Televisión Española (RTVE) – Radio Nacional de España (RNE) and television stations – Televisión Española (TVE) with respect to cultural issues. It also takes into account activities of Orquesta Sinfónica de RTVE and the choir Coro de RTVE.

Pluralizm kulturowy w europejskich mediach publicznych i szwajcarskie dylematy transkulturowości

Magdalena Ratajczak

Krajobraz medialny w ostatnich latach ulega dynamicznym przemianom. Już kilkanaście lat temu Roger Fidler dowodził, że media również podlegają metamorfozie, i ten proces nazwał mediamorfozą epoki cyfryzacji prowadzącą do powstania cybermediów¹. Według autora, nowe media są nierozdzielnie powiązane ze starymi środkami komunikacyjnymi. Jedne czerpią z doświadczeń drugich, mają wpływ na ich ostateczny kształt, wzajemnie się przenikają i uzupełniają. Nowe media nie są więc zjawiskiem zupełnie nowym, ale wywodzą się z istniejących już tworów medialnych. Proponują przede wszystkim adaptację nieznanych dotąd gatunków i form komunikatów medialnych oraz wykorzystywanie nowych narzędzi ich rozpowszechniania. Fidler dowodził wręcz, że w wyniku mediamorfozy stare media ewoluują i stają się w jakiejś części nowymi mediami².

To zjawisko nabiera istotnego znaczenia w kontekście funkcjonowania mediów publicznych. W jakim zakresie media publiczne mogą

korzystać z możliwości nowych technologii? Jak najskuteczniej wykorzystać nowe możliwości w relacjach pomiędzy nadawcą i odbiorcą, który w tej zmienionej rzeczywistości staje się także nadawcą?

Cyfryzacja, w połączeniu z rosnącą integracją telewizji i telekomunikacji, przyspiesza trzy główne zmiany w środowisku mediów:

- zwiększa potencjalną liczbę kanałów i intensyfikuje konkurencję;
- dzięki możliwości przesyłania programów przez różne urządzenia zrywa z historyczną kontrolą oglądalności za pośrednictwem odbiornika radiowego i telewizyjnego;
- pozwala nadawcom na zaoferowanie odbiorcom większej liczby możliwości interakcji, w tym na przykład śledzenie wybranego programu w internecie³.

Graham Murdock podkreśla, że po raz pierwszy możliwości, które otworzyły się dzięki technologii cyfrowej, pozwalają mediom publicznym na realizację ich pełnego potencjału jako głębokich zasobów kulturalnych dla

¹ R. Fidler, *Mediamorphosis: Understanding new media*, London 1997, s. 105.

² Tamże, s.106.

³ G. Murdock, *Media, kultura i ekonomia. Krytyczne pytania. Antologia tekstów*, Wrocław 2010, s. 203.

obywatelstwa i otwartej przestrzeni dla ciąglego debatowania przekraczającego granice grup społecznych⁴. Autor jednocześnie podkreśla, że stanie się to możliwe między innymi wówczas, gdy nadawcy będą podążać za widzami do internetu, ustanawiając własne kanały jako portale stanowiące przestrzeń i platformę do szerszej debaty społecznej.

W artykule koncentruję się na znaczeniu pluralizmu kulturowego w mediach publicznych w społeczeństwach zróżnicowanych kulturowo. Uznaję, że zmiany technologiczne mogą ułatwić realizację pluralizmu kulturowego, szczególnie w przypadku mediów publicznych. Stanowią nowe wyzwanie wpisujące się w zadania służby publicznej. Analizowany przypadek mediów szwajcarskich pokazuje, że mediamorfoza, która dokonuje się w obszarze nowych technologii w tym kraju, nie miała jednak jak dotąd znacznego wpływu na realizację pluralizmu kulturowego zarówno wobec starych grup etnicznych, jak i nowych społeczności imigrantów w Szwajcarii. W artykule w pierwszej kolejności odwołuję się do zadań nadawców publicznych, następnie definiuję pluralizm kulturowy w mediach publicznych, w ostatniej części tekstu analizie został poddany przypadek SRG SSR – szwajcarskiego nadawcy publicznego.

Dokąd zmierzają media publiczne?

Media publiczne mają nadal szczególne znaczenie dla mniejszości etnicznych w wielu krajach w Europie. Niekiedy nazywano je mediami etnicznymi, z uwagi na to, jaką funkcję pełnią bądź pełniły w demokratycznych społeczeństwach. Media publiczne, w ujęciu modelowym, powinny tworzyć pomost pomiędzy uczestnikami społeczeństwa obywatelskiego a państwem. W tym miejscu należy

postawić pytanie o zaangażowanie państwa w funkcjonowanie systemu medialnego oraz ochronę praw mniejszości narodowych. Jedną z najbardziej rozpowszechnionych form takiego udziału jest właśnie instytucja mediów publicznych.

John Keane pisze o działalności publicznej nadawców publicznych, rozumiejąc ją jako „szeroko pojęte zobowiązanie dostarczenie i ochrony różnych, wzajemnie się uzupełniających projektów programowych. Zobowiązanie to obejmuje nadawanie i emitowanie pewnych audycji »mniejszościowych« i przedstawienie, na ile to możliwe, różnych rodzajów programów”⁵. Stąd też moje zainteresowanie nadawcami publicznymi. W wielu krajach jednym z podstawowych obowiązków mediów publicznych jest realizacja pluralizmu kulturowego, rozumianego między innymi jako uwzględnianie potrzeb mniejszości etnicznych. Wśród licznych cech mediów publicznych kategoria pluralizmu, w tym pluralizmu kulturowego, jest jedną z kluczowych. Media publiczne mają być dostępne dla mniejszości narodowych, etnicznych, religijnych.

Pluralizm kulturowy gwarantuje międzykulturowy dialog, politykę integracyjną. Dla wielu badaczy mediów publicznych z pluralizmem kulturowym nierozzerwalnie wiąże się zdefiniowanie misji mediów publicznych. Problemy definicyjne pojawiają się na poziomie Unii Europejskiej. Komisja Europejska uznała, że misja (służba publiczna) powinna zostać zdefiniowana w sposób jasny i precyzyjny na poziomie każdego państwa członkowskiego. Oznacza to, że misja publiczna jest zobowiązana dostarczyć publiczności szerokiego zróżnicowanego programu, który obejmuje także rozrywkę i sport⁶.

⁴ Tamże, s. 204.

⁵ J. Keane, *Media i demokracja*, Londyn 1992, s. 83.

⁶ K. Jakubowicz, *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką*, Warszawa 2010, s. 85–86.

Warto jednak zauważyć, że jednym z celów polityki medialnej Unii Europejskiej jest utrzymanie mediów publicznych i przypisanie im istotnej roli w społeczeństwie informacyjnym. W Deklaracji na temat różnorodności kulturowej (*Declaration on cultural diversity*) Komitet Ministrów Rady Europy w 2000 r. wskazuje, że polityka kulturalna i audiowizualna jest istotnym narzędziem promocji różnorodności kulturowej w Europie. I jednocześnie stwierdza, że nadawcy publiczni odgrywają bardzo ważną rolę w ochronie tego zróżnicowania kulturowego.

W 2007 r. Komitet Ministrów Rady Europy przyjął Zalecenie CM/Rec (2007) 3 na temat misji mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym. Zdaniem Rady Europy, media publiczne powinny między innymi:

- być punktem odniesienia dla całego społeczeństwa, odzwierciedlać m.in. różnice etniczne, promować różnorodność kulturową społeczeństwa; mniejszości powinny być widoczne, rozpoznawalne i reprezentowane w mediach;
- promować integrację różnych społeczności (w tym wiekowych, etnicznych, religijnych);
- zapewniać obiektywną informację i komentarze;
- promować dialog międzykulturowy i międzyreligijny;
- kształtować forum pluralistycznej debaty publicznej;
- przyczyniać się do produkcji audiowizualnej, a tym samym upowszechniać narodowe i europejskie dziedzictwo kulturalne⁷.

Zapis dotyczący wagi mediów publicznych znalazł się także w preambule dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych:

„współistnienie prywatnych i publicznych mediów jest cechą wyróżniającą europejski rynek medialny”. Zalecenia Rady Europy oraz stanowisko UE należy rozumieć jako zakończenie wieloletniej debaty na temat tego, czy media publiczne mają rację bytu w Europie. Kwestią równie ważną pozostaje model mediów publicznych w Europie, rozumienie służby publicznej przez nadawców⁸.

Głos w dyskusji na temat mediów publicznych zabrało także UNESCO, według którego te media mają znaczenie w sferze edukacji, kultury, informacji. W 1993 r. Konferencja Generalna UNESCO przyjęła uchwałę na temat roli i funkcjonowania mediów publicznych w zakresie wolności i pluralizmu mediów oraz demokracji. Jednocześnie została podpisana deklaracja pełnego poparcia dla nadawców publicznych⁹. W 2003 r. UNESCO zorganizowało seminarium poświęcone mediom publicznym. Podobnie jak Rada Europy, bardzo mocno zaakcentowało znaczenie mediów publicznych we wspieraniu różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego. Odwołują się do tego także Jo Bardoel i Dawid Lowe, zwracając uwagę na to, że dziś od mediów publicznych oczekuje się znacznie więcej. Dotyczy to zarówno zawartości treści, jak i relacji z odbiorcami, których media publiczne powinny traktować jako partnerów¹⁰.

Media masowe wywierają określony wpływ na społeczeństwo, ale jednocześnie służą różnym celom społecznym. Na temat tego, jak media wykonują swoje zadania, jest wiele opinii. Istotną kategorią jest tu „interes publiczny”, któremu media mają służyć. Można powiedzieć, że w każdym państwie demokratycznym polityka medialna powinna dążyć do realizacji

⁷ Recommendation CM/Rec(2007)3 Committee of Ministers Council of Europe on the remit of public service media in the information society, www.wcd.coe.int/wcd [dostęp: 26.04.2010].

⁸ K. Jakubowicz, *Polityka medialna...*, dz. cyt., s. 84–85.

⁹ Role and functions of public service broadcasting 1993, www.portal.unesco.org/ci/en/ev [dostęp: 7.08.2014]. Zob. także *The handbook of global media and communication policy*, ed. R. Mansell, M. Raboy, 2011.

¹⁰ D.G. Lowe, J. Bardoel, *From public service broadcasting to public service media*, Göteborg 2007, s. 10.

interesu publicznego. Ta idea wydaje się bardzo prosta, i jednocześnie bardzo krytykowana. Media powstały najczęściej po to, by osiągać określone cele, ale niekoniecznie w służbie interesowi publicznemu. Denis McQuail zwraca uwagę na kilka istotnych oczekiwań normatywnych związanych ze strukturą i działaniem mediów, definiowanych w kategoriach interesu publicznego. Zalicza do nich przede wszystkim: wolność publikacji, pluralizm własności mediów, zróżnicowanie informacji, opinii i kultury, szeroki zasięg, jakość informacji i kultury dostępnej publiczności. Wymieniona powyżej różnorodność odnosi się nawet do najmniejszych grup odbiorców. Media mają być jak lustro, w którym może się przejrzeć każdy, i w tym właśnie tkwi największa trudność. Kanały medialne powinny być otwarte na nowe ruchy i idee oraz umożliwiać, jak to określa McQuail, przyzwyczajony dostęp nawet nielicznym mniejszościom. Przez jakość oferty kulturowej autor rozumie zarówno wspieranie wartości (rodziny, religijnej) czy języka grupy dominującej w społeczeństwie, jak i popieranie oryginalnej oraz kreatywnej produkcji, a także szansę na znalezienie sposobów artykułowania kultury i sztuki mniejszości. Kategoria interesu publicznego jest kluczowa dla modelu mediów publicznych¹¹.

Karol Jakubowicz zwracał uwagę na odmiennie podejścia w rozumieniu modelu mediów publicznych, także w dalszej perspektywie czasowej. Z całą pewnością model „nowe zadania na nowe czasy”, który jest rozumiany jako rozszerzenie oferty, byłby pożądany z perspektywy zaspokojenia potrzeb różnych grup społecznych. Nadal aktualna pozostaje formuła „pełna oferta” czy też „wszechstronna służba publiczna”, która oznacza obecność nadawców publicznych na wszystkich platformach

technologicznych, oferowanie różnych form programu i usług oraz możliwość zaangażowania się w działalność komercyjną, jeśli tego wymaga realizacja zadań misyjnych. I na koniec, idea realizowana m.in. w Wielkiej Brytanii, czyli model „rozproszonej służby publicznej”, proponowany przez nadawców komercyjnych, czyli podział zadań misyjnych i podział zysków. Misję można zapewnić metodami rynkowymi, zlecając produkcję i emisję stosownych treści wszystkim podmiotom rynkowym¹².

Wielu krytyków mediów publicznych zwraca uwagę na to, że nie przystają one do dzisiejszej rzeczywistości i przede wszystkim nie podążają za oczekiwaniami młodych odbiorców. Badania w wielu krajach potwierdzają tę opinie. Co więcej, zmiany technologii z analogowej na cyfrową z jednej strony stwarzają ogromne możliwości poszerzenia oferty, z drugiej jednak stawiają nadawców publicznych w obliczu coraz większej konkurencji o odbiorców z innymi, także nowymi, podmiotami na medialnym rynku.

Murdock przekonuje, że zmiany raczej należy rozpatrywać na korzyść nadawców publicznych. „W przeciwieństwie do Internetu, publiczne radio i telewizja zajmują szczególne miejsce – mogą ułatwiać te kontakty i stać się centrum nowej cyfrowej sfery publicznej. Po pierwsze, są one już częścią codziennego życia, znaną, dostępną i nadal dostarczającą wspólnego punktu odniesienia. Po drugie, zmiana technologii produkcji i odbioru z analogowych na cyfrowe daje możliwości integracji radia i telewizji z Internetem na nowe sposoby. Po trzecie, z uwagi na to, że nadawcy publiczni wciąż cieszą się wysokim poziomem zaufania publicznego, są dobrze osadzeni, aby stać się najchętniej wybieranymi portalami, pierwszymi miejscami, do których zagląдают ludzie zaczynający podróż

¹¹ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2005, s. 178–180.

¹² K. Jakubowicz, *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką*, Warszawa 2010, s. 85–86.

po sieci. Po czwarte, co najważniejsze, obecne eksperymenty już wskazują wyraźnie praktyczne sposoby zerwania z logiką marketingu oraz tworzenia wspólnych zasobów w oparciu o ożywioną koncepcję dóbr publicznych¹³.

Te słowa to refleksja autora głównie nad brytyjskim rynkiem medialnym. Murdock, nawiązując do tego ostatniego argumentu, przywołuje między innymi propozycję BBC utworzenia Creative Archive, który miałby na celu nieodpłatne udostępnianie w sieci wszystkich archiwalnych, niepodlegających prawom autorskim programów korporacji. Możliwość takiej „instytucji” są olbrzymie i był to jeden z pierwszych etapów strategii BBC dążącej do integracji programów telewizyjnych z internetem. Publiczna witryna internetowa BBC jest obecnie jedną z najpopularniejszych stron w Europie. Zdaniem Murdocka: „Osiągnęła tę pozycję dzięki temu, że zbadała, w jaki sposób Internet może poszerzyć podstawową misję mediów publicznych polegającą na dostarczeniu zasobów kulturalnych dla pogłębionego obywatela”¹⁴.

Mediom publicznym, jeśli nie chcą być skazane na całkowitą marginalizację, przypada rola współtworzenia nowej cyfrowej sfery publicznej. W jakim zakresie będą mogły ją także współtworzyć społeczności etniczne przy współudziale mediów publicznych? Czy będziemy mogli uznać, że mamy do czynienia z wieloetniczną cyfrową sferą publiczną? Oto pytania, na które należałoby poszukać odpowiedzi.

Pluralizm kulturowy w mediach¹⁵

Pluralizm kulturowy odnosi się do różnorodnej reprezentacji odmiennych grup kulturowych i społecznych w mediach, w tym – społeczności

etnicznych, językowych, religijnych, osób niepełnosprawnych i mniejszości seksualnych¹⁶. Realizacja pluralizmu kulturowego zakłada prezentowanie różnych tematów i opinii, różne formy uczestnictwa i dostępu do mediów oraz prezentowanie wszelkich wartości, poglądów i ról, z którymi mogą się identyfikować odbiorcy należący do różnych grup kulturowych i społecznych.

Pluralizm pojmowany w ten sposób jest jednoznaczny z różnorodnością nastawioną na wzajemne oddziaływanie kultur w danym kraju czy regionie, wymianę informacji, dialog międzykulturowy, wzajemne uczenie się i zrozumienie pojęć pochodzących z różnych środowisk zdefiniowanych według pochodzenia etnicznego, religii i języka. Maria Borkowska zwraca uwagę na liczne zagrożenia dla pluralizmu kulturowego, które można rozpatrywać w trzech aspektach: zasobów, dystrybucji oraz korzystania z mediów, a wskaźniki świadczące o zagrożeniu mogą być natury prawnej, ekonomicznej lub społeczno-demograficznej.

Brak pluralizmu w rozpatrywanym tu wymiarze może przejawiać się w:

- niedostatecznej reprezentacji kultur europejskich;
- niedostatecznej reprezentacji kultury narodowej;
- niedostatecznym udziale produkcji niezależnej;
- niedostatecznym udziale produkcji krajowej;
- niedostatecznej prezentacji kultur światowych;
- niedostatecznej reprezentacji różnych grup społecznych i kulturowych w treściach

¹³ G. Murdock, *Media, kultura i ekonomia...*, dz. cyt., s. 141.

¹⁴ Tamże, s. 219.

¹⁵ Więcej na temat pluralizmu kulturowego i obecności mniejszości narodowych i etnicznych w mediach zobacz: M. Ratajczak, *Różnorodność kulturowa w mediach. Doświadczenia europejskie*, Warszawa 2012.

¹⁶ W tym artykule rozważania nad pluralizmem kulturowym autorka opiera tylko na badaniach nad mniejszościami narodowymi, etnicznymi, językowymi i religijnymi.

i usługach medialnych, w tym – w mediach publicznych;

- niedostatecznym systemie mediów środowiskowych i mniejszościowych;
- niedostatecznej reprezentacji różnych grup społecznych i kulturowych w zasobach ludzkich sektora mediów;
- ograniczonym dostępie do mediów osób niepełnosprawnych¹⁷.

Realizacja polityki pluralizmu kulturowego w mediach staje się coraz trudniejsza z uwagi na coraz bardziej zróżnicowane kulturowo społeczeństwa. Swoich praw domagają się stare, autochtoniczne grupy oraz nowe, bardzo zróżnicowane, społeczności etniczne. Pomimo licznych trudności pluralizm kulturowy, zarówno wewnętrzny, jak i zewnętrzny w mediach pozostaje jednym z istotnych narzędzi zarządzania zróżnicowanymi kulturowo społeczeństwami. Można dodać, że media publiczne mają nadal znaczenie dla kreowania wizerunku i aktywnego uczestnictwa w sferze publicznej społeczności etnicznych, językowych i wyznaniowych. Mogą wspomagać proces integracji społecznej. W wielu europejskich krajach odbiorcami mediów publicznych są w dużej mierze społeczności etniczne.

Odwoluję się do kategorii wieloetnicznej sfery publicznej jako miejsca, w którym aktywnie mogą uczestniczyć społeczności etniczne, religijne, językowe. Ta różnorodność jest rozumiana jako dobro wspólne, i jest akceptowana zarówno przez większość, jak i mniejszości. Media mniejszościowe oraz programy dla mniejszości stanowią bardzo ważne elementy tak rozumianej wieloetnicznej sfery publicznej. W tym kontekście dostrzegam także znaczącą rolę mediów publicznych, przed którymi postawiono nowe wyzwania: Jak funkcjonować w wieloetnicznej sferze

publicznej? Jak kształtować wizerunek grup etnicznych, narodowych? W jaki sposób zaspokajać oczekiwania różnych kulturowo odbiorców? Media, w tym przede wszystkim nadawcy publiczni, muszą sprostać bardzo trudnemu wyzwaniu. Z jednej strony mamy do czynienia z licznymi, nowymi grupami etnicznymi w wielu krajach. Są to różne społeczności religijne i językowe, które zdecydowały się osiąść w danym miejscu, i które w różnym stopniu chcą się identyfikować z miejscową społecznością. Po drugiej stronie, często w pewnej opozycji do tych nowych grup, znajdują się społeczności autochtoniczne, rdzenne mniejszości. Oczekiwanie obu tych grup dotyczące dostępu do mediów zarówno publicznych, jak i prywatnych jest w pełni zrozumiałe. Te społeczności najczęściej domagają się zarówno edycji własnych programów, z udziałem swoich wydawców, dziennikarzy, jak i prezentowania tematyki dotyczącej mniejszości w mediach krajowych, regionalnych i lokalnych.

SRG SSR idee Suisse, czyli jak sprostać wyzwaniom wielokulturowości?

Wielokulturowość to jeden z symboli szwajcarskiej tożsamości. Szwajcarzy są bardzo zróżnicowaną społecznością w wymiarze religijnym (dwie najliczniejsze społeczności to katolicy i protestanci oraz kilkanaście grup wyznaniowych, w tym coraz większa społeczność muzułmańska) oraz językowym (społeczność niemieckojęzyczna, francuskojęzyczna, włoskojęzyczna oraz retoromańska)¹⁸. Ze względu na rosnącą liczbę imigrantów krajobraz językowy Szwajcarii się zmienia. Dziś prawie 9% społeczeństwa przyznaje, że na co dzień nie posługuje się żadnym z czterech języków narodowych. I choć oficjalnie Szwajcaria to kraj czterech

¹⁷ M. Borkowska, *Pluralizm kulturowy w polskich mediach elektronicznych*, opracowanie Departamentu Strategii Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, styczeń 2013, s. 4, www.krrit.gov.pl [dostęp: 12.05.2013].

¹⁸ Więcej na temat szwajcarskiej transkulturowości i mediów zob. M. Ratajczak, *Różnorodność kulturowa w mediach. Doświadczenia europejskie*, Warszawa 2012.

języków narodowych, w rzeczywistości to kraj „czterdziestu języków” – w tym dialektów, które tak naprawdę są używane na co dzień¹⁹.

Dylematy związane ze zróżnicowaniem etnicznym i wyznaniowym pokazują, że Szwajcarzy muszą uporać się z podwójnym problemem, jaki dotyka wielokulturowe społeczeństwo. Z jednej strony wspomniany problem cudzoziemców, ich praw, integracji, obecności w sferze publicznej, z drugiej – problem integracji czterech społeczności językowych. Charakterystyczną cechą współczesnego narodu szwajcarskiego jest transkulturowość. Mamy tu bowiem do czynienia z przenikaniem odmiennych systemów kulturowych. Transkulturowy charakter narodu znalazł również odbicie w jednym z artykułów zmienionej Konstytucji Szwajcarii z 1999 roku. Bardzo ważne, że dziś wiele instytucji powołanych do tego, by wspierać dialog między różnymi grupami społeczeństwa, zwraca uwagę na złożoność zróżnicowania kulturowego Szwajcarów. Wśród głównych zadań SRG SSR idee Suisse – szwajcarskiego nadawcy publicznego – jest wspieranie, propagowanie i działanie na rzecz międzykulturowego dialogu. Szwajcarski nadawca podkreśla, że odgrywa kluczową rolę w procesie integracji imigrantów. Uzasadnia to udziałem w licznych projektach oraz współpracy z organizacjami i fundacjami działającymi na rzecz dialogu międzykulturowego, jak na przykład CIVIS Media Foundation czy BaKaForum. Trudniej odnaleźć te deklaracje w ramówce programów radiowych i telewizyjnych.

Zwróćmy także uwagę na to, że rynek mediów w Szwajcarii można określić jako bardzo specyficzny. O jego specyfice decydują przede wszystkim cztery czynniki. Po pierwsze

– wielkość kraju, po drugie – silny wpływ konkurencji nadawców zagranicznych, po trzecie – różnorodność językowa jego mieszkańców, po czwarte – silne zróżnicowanie regionalne wynikające z federalnej struktury państwa.

Posługując się typologią Daniela Hallina i Paolo Manciniego, system szwajcarski można uznać za model demokratycznego korporacjonizmu. Szwajcarię charakteryzuje wysoki wskaźnik czytelnictwa prasy oraz wczesny rozwój prasy masowej. Ponadto wyróżniała się istnieniem silnych gazet partyjnych i innych mediów powiązanych ze zorganizowanymi grupami społecznymi. Do końca lat 60. XX wieku prasa partyjna funkcjonowała na równi z prasą komercyjną. Na przełomie lat 60. i 70. ta pierwsza straciła jednak na znaczeniu. Obserwuje się zmniejszający się stopień paralelizmu politycznego. Wysoki profesjonalizm zawodu dziennikarza łączy się z jego silną formalną organizacją. Media postrzega się więc jako instytucje społeczne, za które jest odpowiedzialne państwo. Stosunkowo silne wsparcie dla mediów ze strony państwa nie koliduje jednak z wolnością prasy. W systemie szwajcarskim znaczenie nadawców publicznych jest bardzo duże i mają oni decydujący wpływ na kształt obecnego systemu medialnego. Nadawcy publiczni w największym stopniu realizują zasadę pluralizmu kulturowego i działania na rzecz wszystkich grup językowych²⁰.

Jak przyznaje Roger Blum, zróżnicowanie językowe ma zasadniczy wpływ na kształt rynku medialnego w Szwajcarii, zarówno prasowego, jak i mediów elektronicznych. W Szwajcarii nie ma mediów o charakterze narodowym, nie ma także mediów o charakterze wielojęzycznym. Mamy jedynie do czynienia z dwujęzycznymi

¹⁹ S. Prodoliet, *Vielsprachige Schweiz!*, „Terra Cognita” 2007, nr 10, s. 4 oraz I. Werlen, *Zwischen Dialekten und Hochdeutsch*, „Terra Cognita” 2007, nr 10, s. 34–36.

²⁰ D. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 74.

stacjami radiowymi czy lokalnymi gazetami, takimi jak choćby w Bienne czy Graubünden. Język jest tu jednym z najważniejszych kryteriów, którymi kierują się Szwajcarzy przy wyborze środków masowego przekazu. „Szwajcarzy z części niemieckojęzycznej oglądają chętniej programy telewizyjne swoich niemieckich sąsiadów niż własne z innej części językowej. Nie oglądają programów publicznej francuskojęzycznej stacji Suisse Romande i nie przeczytają »Le Temps« lub »Corriere del Ticino«, ale obejrzą ARD, ZDF, RTL lub ORF i przeczytają »Spiegel«, »Die Zeit«. To jednocześnie oznacza, że Szwajcarzy niemieckojęzyczni o wiele lepiej rozpoznają takie postaci, jak Günter Grass, Boris Becker czy Claudia Schiffer, niż postaci ze świata biznesu, mediów lub sportu z regionu Szwajcarii francuskiej czy włoskiej»²¹.

Podstawą prawną funkcjonowania mediów w Szwajcarii jest Federalna ustawa o radiu i telewizji (Bundesgesetz über Radio und Fernsehen – RTVG). Parlament przegłosował poprawki do ustawy 24 marca 2006 roku (weszły w życie 1 kwietnia 2007 roku), które jednocześnie umożliwiły wprowadzenie licznych zmian w sferze zarządzania mediami przez BAKOM (L’OFCOM, L’UFCOM)²², czyli urząd regulacyjny do spraw mediów elektronicznych²³.

Szwajcarska Organizacja Radiowo-Telewizyjna SRG ma nadal bardzo mocną pozycję na rynku medialnym w Szwajcarii. W ofercie SRG jest 7 stacji telewizyjnych (3 w języku niemieckim, po 2 w języku włoskim i francuskim) oraz 16 stacji radiowych (w tym 5 – w części

niemieckojęzycznej, 4 – w części francuskojęzycznej oraz 3 – w części włoskojęzycznej i 1 – w retoromańskiej oraz 3 kanały muzyczne – POP, Classic i Jazz). Nadawca publiczny jest też redaktorem multimedialnej platformy informacyjnej swissinfo.ch. Są tam publikowane informacje, reportaże, filmy w 10 językach. SRG przygotowuje także interaktywny kanał RTS+²⁴.

Trzeba jednak w tym miejscu dodać, że w Szwajcarii od lat toczy się dyskusja nad przyszłością wielokulturowego kraju. Coraz częściej do głosu dochodzą ci, którzy przekonują, że idea szwajcarskiej multikulturowości musi zostać zmieniona. W państwie, w którym prawie 24% społeczeństwa stanowią społeczności imigranckie, nie można ograniczać koncepcji zarządzania wielokulturowością tylko do czterech grup narodowych²⁵. Według wielu, długo oczekiwane zmiany będą musiały w dużym stopniu dotknąć także SRG – szwajcarskiego nadawcę publicznego. Dziś nadawca publiczny praktycznie nie uwzględnia potrzeb imigrantów pod warunkiem, że nie identyfikują się z którąś z grup językowych. Nowe społeczności etniczne są przez SRG nierozpoznawalne, choć przecież mówimy o tak dużej grupie szwajcarskiego społeczeństwa. Imigranci bardzo często podnoszą kwestie wykluczenia i marginalizacji w sferze publicznej. Są oni grupą bardzo słabo reprezentowaną w mediach, albo prezentowaną przez stereotypowe obrazy i uogólnienia. Już samo nazewnictwo stosowane w medialnych debatach wpływa na negatywną konotację tych

²¹ R. Blum, A. Ochsner, *Switzerland* [w:] *Media in multilingual societies. Freedom and responsibility*, ed. A. Karlsreiter, Vienna 2003, s. 147–148.

²² BAKOM – Bundesamt für Kommunikation (L’OFCOM – Office Federal de la Communication, L’UFCOM – Ufficio Federale della Comunicazione).

²³ Zob. więcej: V. Wyss, G. Keel, *Media governance and media quality management: Theoretical concepts and an empirical example from Switzerland* [w:] *Press freedom and pluralism in Europe*, ed. A. Czeppek, M. Hellwig, E. Nowak, Bristol 2009, s. 121–126.

²⁴ Facts and Figures 2011/2012, www.srg.ch/programmes [dostęp: 17.12.2013].

²⁵ www.bfs/admin.ch/bfs/en/index [dostęp: 25.06.2014].

grup przez większość. Można zauważyć, że nie ma programów adresowanych do tych społeczności, brakuje też audycji z ich udziałem²⁶. Trzeba przyznać, jak zauważa Nena Skopljanac, że tematyka imigrantów pojawia się w czasie debat o prawie azylowym i podczas kampanii wyborczych (jedno z drugim jest często powiązane). Poza tym problematyka dotycząca imigrantów jest w zasadzie marginalizowana w serwisach informacyjnych. Badania pokazały, że zajmuje ona nie więcej niż 2% całorocznego czasu antenowego programów informacyjnych. Jednocześnie badania pokazują, że około 60% imigrantów ogląda regularnie programy SRG w regionie niemieckojęzycznym i ponad 35% w pozostałych dwóch regionach językowych: włoskim i francuskim²⁷.

Blum zwraca uwagę, że wciąż brakuje badań nad tymi społecznościami. Zbyt małe jest zainteresowanie tym, jakie są preferencje odbiorców imigrantów. Z jednej strony zakładamy, że preferują te tytuły prasowe oraz audycje radiowe i telewizyjne, które są odbierane w tym regionie językowym, w jakim zamieszkali, z drugiej zaś – często mają dostęp do mediów online w swoim języku ojczystym, bądź do przekazów satelitarnych. W Szwajcarii uznano także, że w proces integracyjny powinny się włączyć lokalne stacje radiowe. Z danych rządowej Komisji ds. Obcokrajowców wynika, że w programie dla cudzoziemców uczestniczyło 20 stacji radiowych, z czego tylko 4 nadawały w językach tzw. nowych mniejszości, w tym w języku tureckim, serbskim, kurdyjskim, albańskich i chorwackim. Pionierem w tym zakresie było Radio LoRa z Zurychu, które nadaje od 1983 roku w kilkunastu językach. Warto zwrócić

uwagę na Radio RaBe z Berna, Radio Kanal K z Aargau oraz Radio X z Bazylei. Blum bardzo wyraźnie wskazuje, że w procesie integracji muszą uczestniczyć media, zarówno publiczne, jak i lokalne stacje radiowe. Tym samym powinny powstać programy z udziałem przedstawicieli społeczności imigranckich, również z tych grup powinni się wywodzić dziennikarze²⁸.

Artykuł 94 Ustawy radiowo-telewizyjnej z 2006 roku czytelnie wskazuje, że SRG SSR *idée suisse* ma obowiązek działania na rzecz integracji i wzajemnego zrozumienia regionów językowych, odmiennych kultur, różnych grup. Powołując się choćby na ten zapis, można uznać, że obowiązki SRG w zakresie pluralizmu kulturowego nie powinny ograniczać się tylko do czterech grup narodowych. SRG ma w swojej ofercie programy, których celem jest współpraca, integracja, wymiana doświadczeń ze wszystkich regionów językowych. Mają one na celu głównie pokazanie oraz zrozumienie różnic i podobieństw między różnymi grupami kulturowymi, zainteresowanie widowni tematami ponadregionalnymi, pokazanie atrakcyjności zróżnicowania kulturowego. Od 1997 roku powstało kilkadziesiąt tego rodzaju produkcji. Do najbardziej popularnych należały dwa seriele: *Luthi i Blanc* oraz *Voila*.

W Szwajcarii nowe technologie są wykorzystywane w procesie integracji nowych społeczności etnicznych w niewielkim stopniu, natomiast wyraźnie wzrasta zainteresowanie internetem. W 1997 r. zaledwie 7% szwajcarskiego społeczeństwa korzystało z internetu, ale w 2012 roku ta liczba wzrosła do 77%. Użytkownikami internetu są częściej ludzie młodzi i lepiej wykształceni. Trudno także zaobserwować,

²⁶ H. Bonfadelli, *Stereotyp tendenziell negativ*, „Terra Cognita” 2007, nr 11, s. 15. Zob. także F. Hausler, J. Trebbe, *Starke oder schwache Medien?*, „Terra Cognita” 2007, nr 11, s. 37–39.

²⁷ N. Skopljanac, *Switzerland [w:] Divided They Fall. Public service broadcasting in multiethnic states*, ed. S. Hrvatina, M. Thompson, T. Jusić, Sarajevo 2008, s. 192–193.

²⁸ Więcej na temat wielojęzycznego programu Radia X: N. Berger, *Lokale News verständlich für alle*, „Terra Cognita” 2007, nr 11, s. 96–97, R. Blum, A. Ochsner, *Switzerland...*, dz. cyt., s. 148–155.

by jak pisał Murdock, SRG wykorzystywało swój ogromny potencjał i zaufanie, by wykorzystując nowe technologie, wykształcić wspólny wieloetniczny obszar cyfrowy. Nadawcy publicznemu nie udało się jak dotąd wykorzystać sieci do stworzenia forum debaty publicznej dla różnych społeczności etnicznych i religijnych.

Podsumowanie

Pierwsze badania pokazują, że zmiany technologiczne w niewielkim stopniu wpłynęły na poprawę realizacji pluralizmu publicznego w mediach publicznych. Należałoby oczekiwać, że zaufanie, jakim społeczeństwo nadal w wielu krajach obdarza nadawców publicznych, zostanie w tym względzie wykorzystane. Można też oczekiwać, że między innymi portale nadawców publicznych będą równie chętnie wybierane przez odbiorców tych mediów.

Murdock właśnie mediom publicznym przypisuje szczególną rolę w budowaniu wspólnego obszaru cyfrowego. „Rozwój tych zasobów wymaga od nas porzucenia naszych starych map analogowych branż kulturalnych, które przedstawiały szereg niezależnych instytucji oddzielonych niekompatybilnymi technologiami, i sporządzenia mapy cyfrowej, ukazującej

media publiczne jako centralny węzeł nowej sieci publicznych i obywatelskich instytucji razem tworzących wspólny obszar cyfrowy”²⁹.

Przypadek szwajcarski dowodzi tego, jak liczne trudności napotykają nadawcy publiczni w tworzeniu wspólnego obszaru cyfrowego – Szwajcaria zмага się z rozpoczętym kilka lat temu procesem redefinicji wielokulturowości. Jak zaznacza Blum, w Szwajcarii dochodzi do konfrontacji dwóch grup, doświadczeń, idei. Jedna – ta starsza – mówi o Szwajcarii, która od ponad 500 lat jest krajem, gdzie współżyją różne grupy językowe. Ta nowsza jest wynikiem imigracji wielu społeczności z różnych części Europy, Azji, Afryki i Ameryki Południowej. Te starsze, wielokulturowe doświadczenia są związane z ochroną językowych grup, i ma to dziś również odbicie w mediach. Niemalże od początku istnienia SRG doskonale rozumie znaczenie pluralizmu kulturowego, jednakże głównie w odniesieniu do czterech społeczności językowych. Tak duże zmiany w strukturze demograficznej społeczeństwa szwajcarskiego nie wpłynęły znacząco na politykę szwajcarskiego nadawcy publicznego wobec nowych grup etnicznych. Podobnie sytuacja przedstawia się w przypadku wykorzystania przez SRG nowych technologii.

²⁹ G. Murdock, *Media, kultura i ekonomia...*, dz. cyt., s. 220.

← Pluralizm kulturowy w europejskich mediach publicznych i szwajcarskie dylematy transkulturowości

Cultural pluralism in European public service media and Swiss dilemmas of transculturalism

Magdalena Ratajczak

SŁOWA KLUCZOWE

media publiczne, pluralizm kulturowy, szwajcarska wielokulturowość

STRESZCZENIE

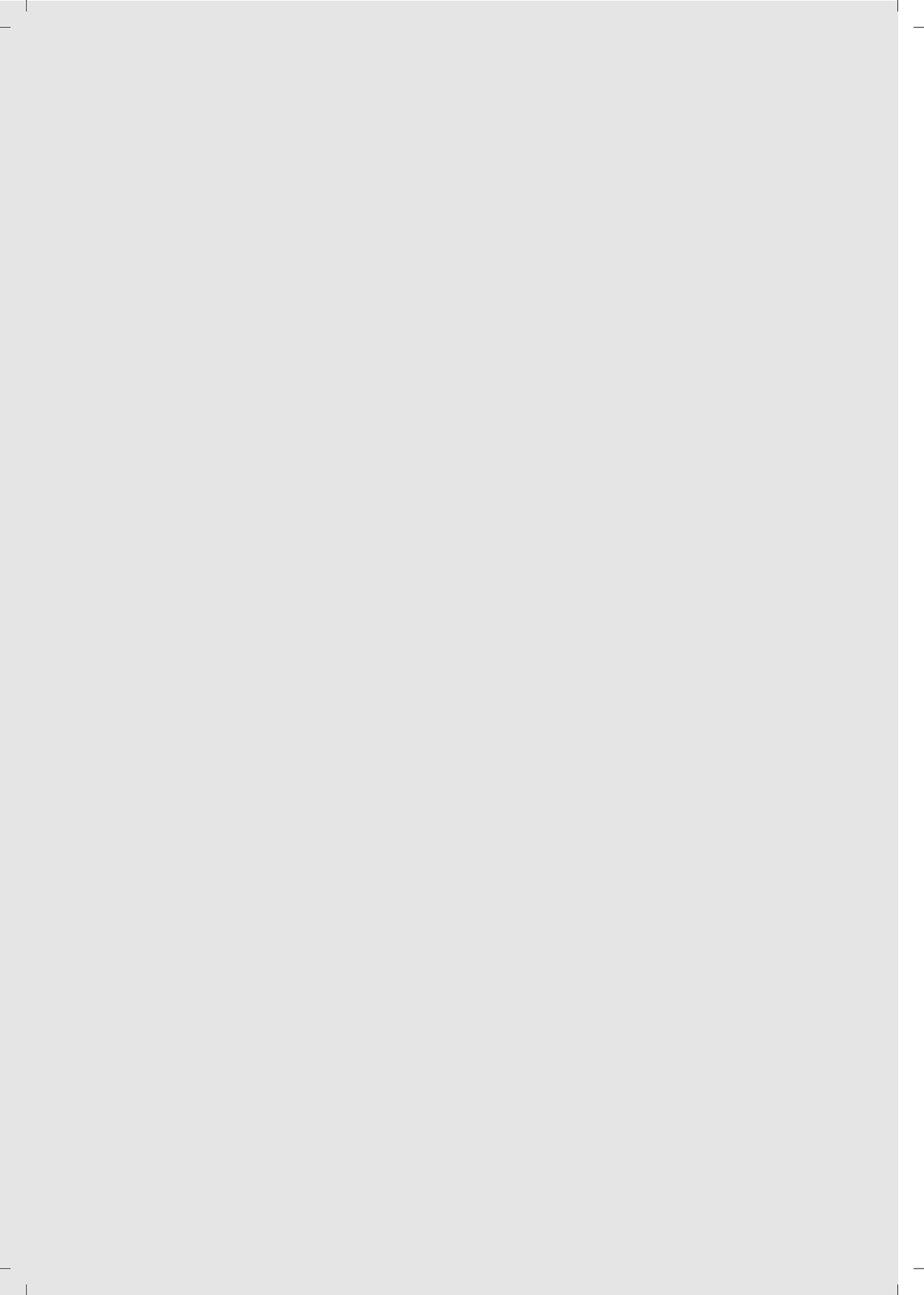
Media w ostatnich latach, jak to ujęto we wprowadzeniu, doświadczają mediamorfozy. Dotyczy to także mediów publicznych. Celem artykułu jest ukazanie istoty tych zmian w kontekście polityki pluralizmu kulturowego. A także odpowiedź na pytanie, w jakim zakresie zmiany technologiczne, sposób korzystania z mediów, ale także zmiany społeczne, ruchy migracyjne decydują o zakresie realizacji pluralizmu kulturowego. Za przykład posłużyła Szwajcarska Organizacja Radiowo-Telewizyjna – SRG SSR idee Suisse.

KEY WORDS

PSB, cultural pluralism, Swiss multiculturalism

ABSTRACT

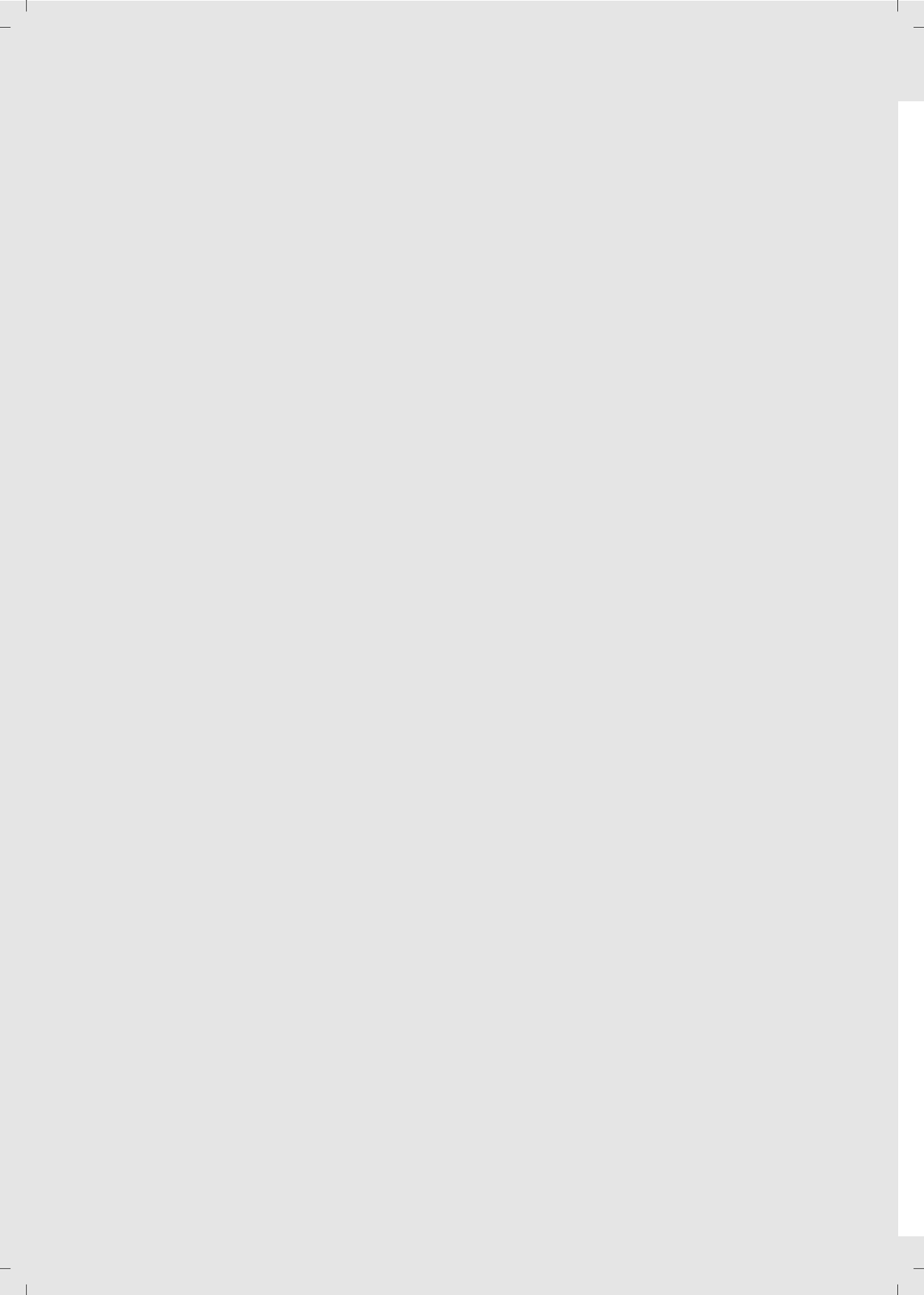
In recent years a debate on the mediamorphosis has been taking place in many countries. This debate also includes public service media. The main aim of this paper is to discuss the nature of cultural pluralism in the context of mediamorphosis. This paper is based on the case study of Swiss PSB – SRG SSR idee Suisse.



Z kart historii



Media history



Koniec cenzury w PRL (1989–1990)

Kamila Kamińska

Institucja cenzury prewencyjnej została utworzona na ziemiach polskich jeszcze podczas II wojny światowej¹. Z rozkazu Stanisława Radkiewicza, ministra bezpieczeństwa publicznego, 19 stycznia 1945 r. powołano Centralne Biuro Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk przy Ministerstwie Bezpieczeństwa Publicznego, które 15 listopada 1945 r. przekształcono w Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk (da-

lej: GUKPPiW) i następnie przekazano go pod zwierzchnictwo Prezesa Rady Ministrów². Ramy prawne cenzurze nadał dekret z 5 lipca 1946 r., liczący pół strony maszynopisu i kilkakrotnie nowelizowany³, uchylony ustawą z 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk⁴. W sierpniu 1980 r., na mocy porozumienia Międzyzakładowego Komitetu Strajkowego w Gdańsku i Komisji Rządowej, wiceprezes Rady Ministrów Mie-

¹ Pierwsze działania zmierzające do utworzenia instytucji odpowiedzialnych za cenzurę i propagandę na ziemiach polskich podjęto 18 lipca 1944 r. Podczas posiedzenia Zarządu Głównego Związku Patriotów Polskich i delegatów Krajowej Rady Narodowej powołano do życia Resort Informacji i Propagandy (dalej: RIiP), który ustawą z 21 lipca 1944 r. został włączony w struktury Polskiego Komitetu Wyzwolenia Narodowego. Na czele RIiP stanął dr Stefan Jędrzychowski. Zob. A. Krawczyk, *Pierwsza próba indoktrynacji. Działalność Ministerstwa Informacji i Propagandy w latach 1944–1947*, Warszawa 1994; J. Myśliński, *Z działalności Resortu Informacji i Propagandy w zakresie prasy i informacji prasowej*, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego” 1967, t. VI, s. 150–162; M. Ciećwierz, *Polityka prasowa 1944–1948*, Warszawa 1989.

² Na temat cenzury w Polsce zob. m.in.: Z. Romek, *Cenzura a nauka historyczna w Polsce 1944–1970*, Warszawa 2010, s. 21–36; Tenże, *Nadzieje na demokratyczną cenzurę w latach 1944–1945* [w:] *Niepiękny wiek XX*, red. B. Brzostek i in., Warszawa 2010, s. 329–342; J. Rózdżyński, *Raporty cenzorów. Do Polski wysyłano „doświadczonych towarzyszy”*, „Życie Warszawy”, 1994, nr 151, 18 VI; G. Jaszucki, *Kto był pierwszym cenzorem*, „Rzeczpospolita” 1994, nr 170, 23–24 VII; *Pierwszy cenzor Polski Ludowej*, wywiad z Leonem Rzendowskim przeprowadzony przez Konrada Zaborskiego, „Rzeczpospolita” 1994, nr 164, 16–17 VII; A. Paczkowski, *Cenzura 1946–1949: statystyka działalności*, „Zeszyty Historyczne” 1996, t. 116, s. 22–57; W. Pepliński, *Cenzura jako instrument propagandy PRL* [w:] *Propaganda PRL. Wybrane problemy*, red. P. Semków, Gdańsk 2004, s. 14–21; J. Adamowski, A. Koziół, *Cenzura w PRL* [w:] *Granice wolności słowa*, Kielce–Warszawa 1999, s. 57–71; J. Drygalski, J. Kwaśniewski, *(Nie)realny socjalizm*, Warszawa 1992, s. 273–305; K. Kersten, *Pisma rozproszone*, oprac. T. Szarota, D. Libionka, Toruń 2005, s. 400–406; J.M. Bates, *Cenzura w epoce stalinowskiej*, „Teksty Drugie” 2000, nr 1/2, s. 95–120; J. Hera, *Cenzura komunistyczna – dokumenty*, „Arcana” 2002, nr 43, s. 52–58; Taż, *Narodziny cenzury*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej” 2007, nr 5–6, s. 111–118; A. Pawlicki, *Kompletna szarość. Cenzura w latach 1965–1972. Instytucja i ludzie*, Warszawa 2001; K. Kamińska, *Początki cenzury* [w:] *Rok 1948. Między polską drogą a projektem uniwersalnym*, red. M. Jabłonowski, W. Jakubowski, T. Krawczak, Warszawa 2013, s. 225–235; P. Swacha, *Cenzura wobec prasy Polskiego Stronnictwa Ludowego (1945–1947)* [w:] *Aparat represji wobec inteligencji w latach 1945–1956*, red. R. Habielski, D. Rafalska, Warszawa 2010, s. 137–154; Tenże, *Cenzura komunistyczna instrumentem walki politycznej ze Stanisławem Mikołajczykiem* [w:] *Nie traćcie wiary w lepszą przyszłość: myśl i działalność polityczna Stanisława Mikołajczyka*, red. J. Gmitruk, Warszawa 2007, s. 235–262.

³ Dziennik Ustaw (dalej: Dz.U.) z 1946 r. Nr 34 poz. 210 (zmiana: Dz.U. z 1948 r. Nr 36 poz. 257; Dz.U. z 1952 r. Nr 19 poz. 114; Dz.U. z 1953 r. Nr 49 poz. 239). Dekret został opublikowany również [w:] *Główny Urząd Kontroli Prasy 1945–1949*, oprac. D. Nałęcz, Warszawa 1994, s. 28.

⁴ Dz.U. z 1981 r. Nr 20 poz. 99.

czysław Jagielski zobowiązał się, że rząd wniesie do Sejmu projekt ustawy, która określi kompetencje i zakres obowiązków organów kontroli⁵. Prace nad ustawą zostały podjęte we wrześniu 1980 r. i dały asumpt do dyskusji, zarówno na łamach prasy prawniczej, jak i społeczno-politycznej nad problemami legislacyjnymi związanymi z kształtem przyszłej ustawy⁶. W negocjacjach nad jej treścią brali udział również przedstawiciele episkopatu Kościoła katolickiego. Ustawa weszła w życie 1 października 1981 r. Art. 1 ust. 1 ustawy stanowił, że „Polska Rzeczpospolita Ludowa zapewnia wolność słowa i druku”. Prawo do korzystania z niej było jednak obwarowane wieloma obowiązkami. GUKPiW podlegał Radzie Państwa, która powoływała jego prezesa i wiceprezesów. Jako organy kontroli zostały wymienione okręgowe urzędy kontroli publikacji i widowisk (dalej: OUKPiW), działające jako organy pierwszej instancji (urzędy okręgowe), oraz Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk, działający jako organ centralny (Urząd Główny), którego zadaniem był nadzór merytoryczny nad pracą urzędów okręgowych.

Zapisem, na którym w szczególności zależało opozycji, był obowiązek, jeśli autor tego zażądał, zaznaczania w tekście ingerencji organu kontroli z podaniem podstawy prawnej (art. 14). Sukcesem „Solidarności” był również art. 15, w myśl którego decyzje dotyczące zakazu publikacji i widowisk mogły być zaskarżone do działającego od 1 września 1980 r. Naczelnego Sądu Administracyjnego.

Funkcję organów pierwszej instancji w sprawach kontroli publikacji i widowisk pełniło 15

okręgowych urzędów i 36 oddziałów w 34 miastach wojewódzkich niebędących siedzibą tych urzędów i w 2 miastach o rozwiniętej bazie poligraficznej⁷.

Do zadań urzędów kontroli publikacji i widowisk należały:

- wstępna i sprawdzająca kontrola prasy, publikacji nieperiodycznych, druków akcydensowych, widowisk, audycji radiowych i telewizyjnych, filmów, wystaw i innych przekazów informacji (rozpowszechnianych za pomocą druku, obrazu i słowa);
- udzielanie zezwoleń na wydawanie dzienników lub czasopism (do 6 czerwca 1989 r., a od tej daty jedynie rejestracja);
- udzielanie zezwoleń na prowadzenie prasowej działalności wydawniczej lub nakładczej (do 6 czerwca 1989 r.);
- udzielanie zezwoleń na funkcjonowanie niektórych radiowęzłów;
- kontrola zakładów poligraficznych (od 6 czerwca 1989 r. w ograniczonym zakresie);
- pozbawianie debitu komunikacyjnego (na okres od jednego do pięciu lat) czasopism zagranicznych.

Uchwała Rady Państwa z 17 września 1981 r. określiła strukturę GUKPiW, w którego skład wchodziły następujące komórki organizacyjne: Gabinet Prezesa, Departament Informacji i Nadzoru, Departament Budżetowo-Administracyjny i Samodzielny Wydział Wojskowy (uchwała Rady Państwa z 7 kwietnia 1983 r. zmieniła nazwę tej komórki na Samodzielny Wydział Spraw Obronnych)⁸.

⁵ J. Skórzyński, M. Pernal, *Kalendarium Solidarności 1980–1989*, Warszawa 2005, s. 271.

⁶ Zob. omówienie prac legislacyjnych nad ustawą: J. Kuisz, *Charakter prawny porozumień sierpniowych 1980–1981*, Warszawa 2009, s. 269–376.

⁷ Siedzibami OUKPiW były następujące miasta: Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Warszawa, Wrocław – Monitor Polski (dalej: M.P.) z 1981 r. Nr 25 poz. 217.

⁸ M.P. z 1981 r. Nr 25 poz. 217, zmiana: M.P. z 1983 r. Nr 16 poz. 89. Strukturę organizacyjną urzędów kontroli publikacji i widowisk oraz szczegółowy zakres i tryb sprawowania nadzoru i kontroli określały następujące przepisy: ustawa z 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk (Dz.U. z 1981 r. Nr 20 poz. 99; zmiana: Dz.U. z 1983 r.

Struktura organizacyjna oddziałów okręgowych była bezwydziałowa. Wyjątek stanowił OUKPiW w Warszawie, w którego skład wchodziły: Zespół Prasy, Zespół Widowsk, Radia i Telewizji, Zespół Publikacji Nieperiodycznych, Zespół Publikacji Zagranicznych (zniesiony uchwałą Rady Państwa z 17 września 1983 r.) oraz Zespół Kontroli Druków Akcydensowych. Na czele urzędu okręgowego stał dyrektor, powoływany i odwoływany przez prezesa GUKPiW.

O uzyskanie zgody na rozpowszechnianie, w wypadku prasy, programów radiowych i telewizyjnych, występowała redakcja, która przedstawiała dwa (a na żądanie urzędu okręgowego trzy) egzemplarze tekstu w formie odbitki korektorskiej po złamaniu. Na nich otrzymywała zgodę (bądź odmowę) na opublikowanie materiału. Po dokonaniu kontroli wstępnej i publikacji materiału redakcja była zobowiązana dostarczyć sześć gotowych egzemplarzy w celu sprawdzenia ich zgodności z zatwierdzonym tekstem odbitki korektorskiej (ten proces był nazywany kontrolą następną lub sprawdzającą),

z których jeden egzemplarz, wraz z adnotacją o dokonanych sprawdzeniach, był zwracany redakcji⁹.

Ustawa z 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk była kilkakrotnie nowelizowana: w 1983 r., w 1987 r. oraz w 1989 r.

Decyzja dotycząca likwidacji cenzury instytucjonalnej zapadła podczas obrad Okrągłego Stołu. W sprawozdaniu z prac Podzespołu ds. Środków Masowego Przekazu Okrągłego Stołu z 22 marca 1989 r. stwierdzono, że warunkiem budowy nowego ładu informacyjnego odzwierciedlającego istniejący w społeczeństwie pluralizm opinii jest zniesienie cenzury¹⁰. Z dniem 6 czerwca 1990 r., zgodnie z ustawą z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy prawo prasowe, GUKPiW oraz OKUKiW zostały postawione w stan likwidacji¹¹.

Pełnomocnikiem Ministra – Szefa Urzędu Rady Ministrów ds. likwidacji organów kontroli publikacji i widowisk został Wiesław Johan¹². W sierpniu 1990 r. siedzibę przy ul. Mysiej prze-

Nr 44 poz. 204; Dz.U. z 1984 r. Nr 5 poz. 24; Dz.U. z 1987 r. Nr 37 poz. 209); uchwała Rady Państwa z 17 września 1981 r. w sprawie regulaminu sprawowania kontroli publikacji i widowisk (Dz.U. z 1984 r. Nr 14 poz. 60); uchwała Rady Państwa z 17 września 1981 r. w sprawie siedzib i terytorialnego zasięgu działania okręgowych urzędów kontroli publikacji i widowisk (M.P. z 1981 r. Nr 24 poz. 125); uchwała Rady Państwa z 17 września 1981 r. w sprawie nadania statutu Głównemu Urzędowi Kontroli Publikacji i Widowisk oraz okręgowym urzędom kontroli publikacji i widowisk (M.P. z 1981 r. Nr 25 poz. 217, zmiana: M.P. z 1983 r. Nr 16 poz. 89; M.P. z 1987 r. Nr 18 poz. 151); ustawa z 26 stycznia 1984 r. prawo prasowe (Dz.U. z 1984 r. Nr 5 poz. 24).

⁹ Szczegółowy tryb przedstawiania do kontroli wstępnej dzienników, czasopism, publikacji nieperiodycznych, druków akcydensowych, widowisk, audycji radiowych i telewizyjnych, filmów, wystaw i innych przekazów informacji określała uchwała Rady Państwa z 17 września 1981 r. – M.P. z 1981 r. Nr 24 poz. 126.

¹⁰ Zob. *Sprawozdanie z Podzespołu ds. Środków Masowego Przekazu (22 marca 1989 r.)* [w:] *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, red. A. Słonkowska, Warszawa 1992, t. XX, s. 12–25. W styczniu 1990 r. zgłoszono dwa projekty ustawy. Pierwszy, poselski, prezentowany podczas obrad sejmów przez Barbarę Labudę, i drugi, rządowy. Zob. omówienie dyskusji nad projektami: J. Sobczak, *Organy kontroli publikacji i widowisk w przededniu ich zniesienia* [w:] *Media a rok 1989. Obraz przemian i nowe zjawiska na rynku*, red. Ł. Szurmiński, Warszawa 2010, s. 244–249; Z. Krajewska, M. Urbański, *Życie bez cenzury*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 28, 2 II.

¹¹ Podczas głosowania 266 posłów opowiedziało się za zniesieniem cenzury, nikt nie głosował przeciw, a ośmiu wstrzymało się od głosu, *Cenzura odchodzi*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 254, 12 IV.

¹² Przekazywanie majątku i dokumentacji inwentaryzacyjnej rozpoczęto 1 czerwca 1990 r. W zespole GUKPiW w AAN znajdują się dwie obszerne teczki ze szczegółowym opisem majątku trwałego i nietrwałego przekazywanego przez GUKPiW oraz OUKPiW na rzecz m.in. Urzędu Rady Ministrów (kalkulatory, magnetowidy); szkół podstawowych i liceów (sprzęt turystyczny, maszyny do pisania, telewizory, magnetowidy, księgozbiory); Ministerstwa Przekształceń Własnościowych (gmach, 14 samochodów, kopiarki, dalekopis, komputer); Policji Państwowej (szafy

jęło Ministerstwo Przekształceń Własnościowych, 30 września zamknęto rachunki bankowe GUKPiW, a 23 października złożono wniosek do Głównego Urzędu Statystycznego o likwidację numeru identyfikacyjnego REGON¹³.

Celem artykułu jest przedstawienie wyników analizy ostatnich miesięcy funkcjonowania GUKPiW oraz OUKPiW, między styczniem 1989 a kwietniem 1990 r.¹⁴. Cezura początkowa to wejście w życie ustawy z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej (tzw. ustawy Wilczka), która w znaczący sposób wpłynęła na codzienną pracę cenzorów¹⁵. Cezurę końcową stanowi ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy prawo prasowe.

Opracowanie stanowi próbę odpowiedzi na następujące pytania: W jaki sposób liberalizacja prawa w Polsce w latach 1989–1990 wpłynęła na pracę cenzorów z GUKPiW oraz OUKPiW? Jaka była skala ingerencji w treść prasy, publikacji i widowisk w analizowanym okresie? Jakie treści stanowiły podstawę ingerencji cenzorskich? Z jakimi problemami, związanymi z wykonywaną pracą, mieli do czynienia cenzorzy z GUKPiW oraz OUKPiW w latach 1989–1990?

Podstawowym materiałem źródłowym są sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych i urzędów okręgowych z lat 1989–1990 oraz informacje o bieżących i miesięcznych ingerencjach, które znajdują się w zespole Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk w Archiwum Akt Nowych w Warszawie. W artykule wykorzystano również materiały źródłowe znajdujące się w Wydziale Propagandy KC PZPR.

Stan kadrowy

W 1989 r. stan etatowy Głównego Urzędu oraz urzędów okręgowych wynosił 465 pracowników, z czego 96 było zatrudnionych w GUKPiW¹⁶. Między styczniem a grudniem 1989 r. z pracy w urzędach cenzury odeszło 75 pracowników, a 45 zostało przyjętych¹⁷. Do końca września 1990 r. liczba etatów zmniejszyła się z 465 do 335,5¹⁸. Wraz z rozwiązaniem GUKPiW – 1 października 1990 r. – część pracowników przeszła na emeryturę, natomiast kilkanaście osób powołano do komisji likwidacyjnej, podpisując z nimi umowy-zlecenia (28,5 etatu). Sześć zespołów miało się zająć przeglądem i ewidencją składników majątku trwałego i ruchomego (będącego w dotychczasowym posiadaniu urzędu) podlegających przekazaniu na rzecz Skarbu Państwa. Komisje zakończyły pracę 31 października 1990 r.

metalowe, sejfy, magnetowidy, telewizory, radia, dalekopisy); Archiwum Akt Nowych (szafy metalowe); drukarni (krzesła, telefony) oraz NSZZ „Solidarność” (szafy metalowe). Część sprzętu będącego na stanie Urzędu Głównego, jak i urzędów okręgowych została sprzedana pracownikom cenzury (np. maszyny do pisania, dyktafony, biurka, telewizory, a nawet namioty, plecaki i śpiwory) – AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności organów kontroli publikacji i widowisk (protokół z przekazania majątku) za rok 1990, sygn. 2316–2317.

¹³ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania statystyczne – bilans za rok 1990, sygn. 2318, s. 21.

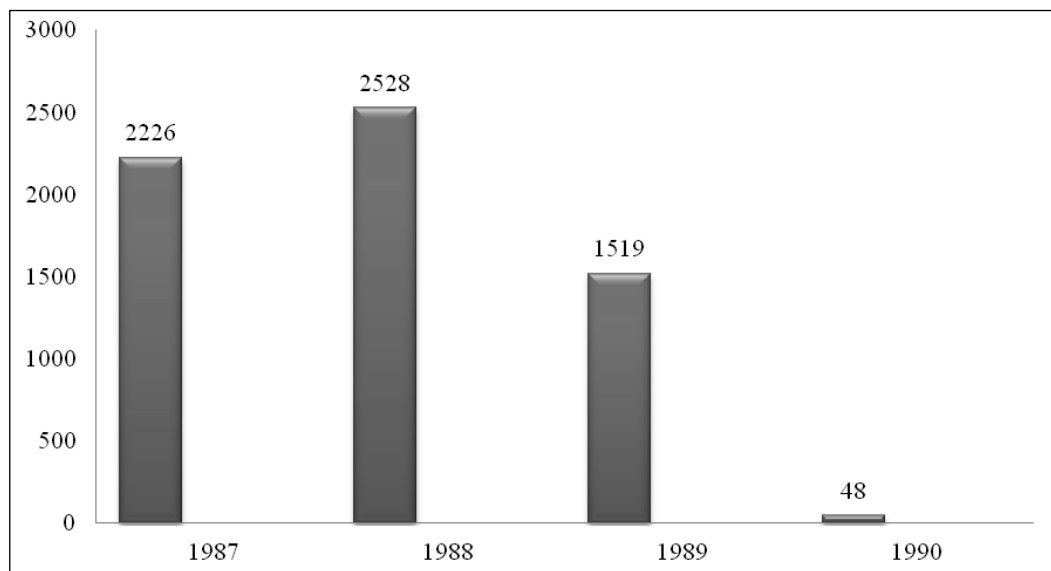
¹⁴ Autorka artykułu uczyniła kilka wyjątków od ww. cezury, nakreślając szerszy kontekst chronologiczny, zwłaszcza porównując liczbę ingerencji na przestrzeni poszczególnych lat.

¹⁵ Nazwa „Okręgowy Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk” będzie zamiennie używana z „urzędem okręgowym” oraz „okręgowym urzędem kontroli”, natomiast nazwa „Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk” – z „Urzędem Głównym”.

¹⁶ Ostatnim prezesem Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk (do 1981 r. Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk) był, od listopada 1972 r., Stanisław Kosicki (ur. 1924); T. Mołdawa, *Ludzie władzy 1944–1991*, Warszawa 1991, s. 235.

¹⁷ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych za lata 1989–1990, sygn. 2117, k. 6.

¹⁸ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania statystyczne – bilans za rok 1990, sygn. 2318, s. 3.



Wykres 1. Liczba ingerencji dokonanych przez OUKPiW w latach 1987–1990

Źródło: Obliczenia własne na podstawie AAN, GUKPPiW, Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach za rok 1989, sygn. 2176; AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach w 1989 r., sygn. 2163–2174.

Spadek liczby ingerencji

W latach 1989–1990 nastąpił spadek liczby ingerencji. To zjawisko ilustruje wykres nr 1.

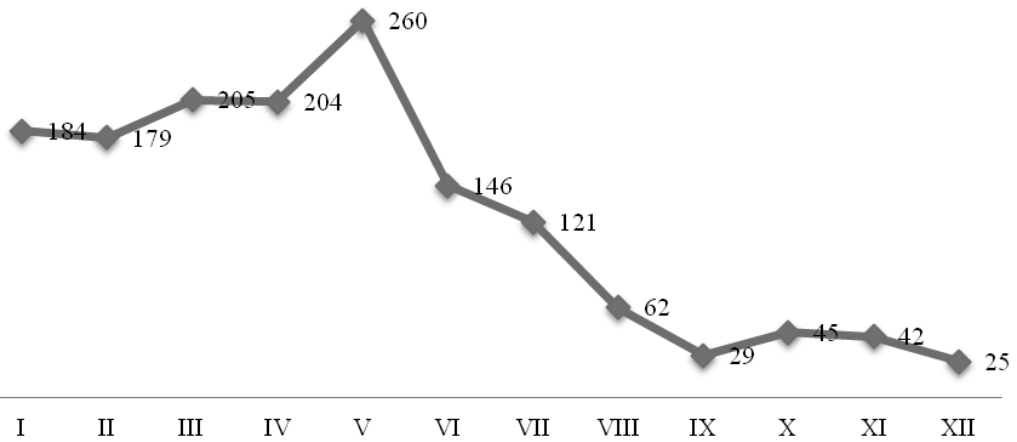
W 1987 r. liczba ocenzurowanych materiałów wyniosła 2226. Wzrost liczby ingerencji w 1988 r. do 2528 należy tłumaczyć falą strajków, które miały miejsce w różnych miastach Polski¹⁹. Cenzorzy, ze względu na

aktywność środków masowego przekazu, mieli więcej zastrzeżeń wobec politycznie niewłaściwych, z punktu widzenia organów kontroli, ocen bieżących wydarzeń politycznych²⁰. W 1989 r. liczba ingerencji zmniejszyła się o 40 proc. – do 1519²¹. Z kolei w ostatnim roku funkcjonowania cenzury instytucjonalnej w Polsce liczba zakwestio-

¹⁹ Przyczyną strajków była m.in. lutowa podwyżka cen oraz pogarszająca się sytuacja gospodarcza PRL. Na temat strajków zob. A. Dudek, *Reglamentowana rewolucja. Rozkład dyktatury komunistycznej w Polsce 1988–1990*, Kraków 2005, s. 132–149.

²⁰ W 1988 r. 78,5 proc. ingerencji w prasie dotyczyło 20 tytułów, z czego 68 proc. – prasy katolickiej. Z kolei na 9764 skontrolowanych książek dokonano 29 ingerencji, żadnej książki nie kwestionując w całości. Spośród 2528 ingerencji dokonanych w 1988 r., 455 było całościowych, AAN, KC PZPR, Wydział Propagandy, Środki masowego przekazu z lat 1988–1989, sygn. XXXVII-47, k. 154. O skali ingerencji cenzury w latach 1987–1988 mówiła Małgorzata Niezabitowska, rzeczniczka rządu Tadeusza Mazowieckiego, podczas pierwszego spotkania z dziennikarzami, zob. *Debiut Małgorzaty Niezabitowskiej*, „Gazeta Wyborcza” 1989, nr 103, 29 IX.

²¹ Z danych Departamentu Informacji i Nadzoru wynika (zob. AAN, GUKPPiW, Sprawozdanie z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 2), że w 1989 r. zaewidencjonowano 1519 kart informacyjnych (protokołów) o dokonanych ingerencjach, jednak co do podanej liczby można mieć zastrzeżenia. Autorka artykułu zweryfikowała tę sumę, licząc dane zawarte w raportach miesięcznych („Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach”) za okres od stycznia do lipca 1989 r. (więcej raportów DIiN nie opracował) oraz raporty



Wykres 2. Liczba ingerencji dokonanych przez OUKPiW w między styczniem a grudniem 1989 r. Źródło: Obliczenia własne na podstawie AAN, GUKPPiW, Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach za rok 1989, sygn. 2176; AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach w 1989 r., sygn. 2163–2174.

nowanych materiałów w prasie, widowiskach, radiu i telewizji wyniosła 48²².

Ważną cezurą dla GUKPiW oraz OUKPiW była data 29 maja 1989 r., kiedy Sejm znowelizował ustawę z 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk²³. Okres po wejściu jej w życie (6 czerwca 1989 r.) nie znajduje odpowiednika pod względem spadku liczby ingerencji w dziejach cenzury PRL.

Najpoważniejsza zmiana dotyczyła art. 2 określającego kryteria ingerencji. Znowelizowana ustawa zwiększyła liczbę publikacji zwolnionych z kontroli wstępnej oraz zli-

alizowała kryteria ingerencji. W art. 2, który brzmiał: „Korzystając z wolności słowa i druku w publikacjach i widowiskach nie można”, w ust. 1 skreślono sformułowanie „(...) albo zagrażać bezpieczeństwu państwa”, w ust. 5 skreślono „(...) albo zagrażać obronności państwa”, natomiast w ust. 6 skreślono „(...) a także rozpowszechniać treści oczywiście stanowiące przestępstwo”²⁴. Powyższe fragmenty wprowadziła ustawa z 28 lipca 1983 r., przedłużając stan prawny w zakresie cenzury prewencyjnej obowiązujący w stanie wojennym²⁵. Dodane sformułowania pozwalały cenzorom dość

bieżące („Informacje bieżące o dokonanych ingerencjach”) za okres od sierpnia do grudnia 1989 r. Liczba ingerencji była o 18 niższa i wyniosła 1501. Przyczyny różnic między danymi Departamentu Informacji i Nadzoru a danymi urzędów okręgowych wyjaśnia stenogram z posiedzenia kierownictwa GUKPiW, które odbyło się w lutym 1989 r. Stwierdzono wówczas, że przyczyną różnic jest stosowanie niejednorodnych kryteriów sprawozdawczości i statystyki, a także różnorodność interpretacji pojęcia „ingerencja”. Z analizy poszczególnych sprawozdań wynika, że do liczby ingerencji zaliczono niekiedy jedynie konsultacje z poszczególnymi redakcjami bądź wydawnictwami. Zob. AAN, GUKPPiW, Posiedzenia kierownictwa za lata 1989–1990, sygn. 2109, k. 2.

²² AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach za rok 1990, sygn. 2190, k. 2–16.

²³ Dz.U. z 1989 r. Nr 34 poz. 186.

²⁴ Tamże.

²⁵ Dz.U. z 1983 r. Nr 44 poz. 204.

swobodnie interpretować ustawę, a tym samym arbitralnie decydować, jakie treści stanowią na przykład „oczywiste przestępstwo”.

Tendencję spadkową ingerencji ilustruje wykres 2. (na str. 118).

Wykres przedstawia spadek liczby ingerencji – ze 184 w styczniu do 25 w grudniu 1989 r. Znowelizowana ustawa weszła w życie 6 czerwca 1989 r. Do tego czasu OUKPiW dokonały łącznie 1058 ingerencji, natomiast od 6 czerwca do końca grudnia – 461, co stanowi spadek o ok. 69,7 proc. (w stosunku do sumy ingerencji z pierwszego półrocza).

Liczba ingerencji dokonanych przez okręgowe urzędy kontroli

Liczba materiałów ocenianych przez OUKPiW w Warszawie na łamach prasy oraz w serwisach czterech agencji (PAP, KAR, CAF, Interpress) w 1989 r. wyniosła 371 (w 1988 r. – 694), z czego w pierwszym półroczu 297, natomiast w drugim – 74, co stanowiło spadek o ok. 80 proc. W formie ustnej, za zgodą stron, zostały wydane 334 decyzje, natomiast 37 – na piśmie. Przeszło 90 proc. dotyczyło krytyki stosunków polsko-radzieckich (art. 2 ust. 3), które, jak pisano w raporcie, „w danym momencie historycznym” mogły „(...) naruszyć obszar dobrosąsiedzkich stosunków z państwami z którymi Polskę wiąże sojusze”. W kilkunastu przypadkach ingerowano, ponieważ została ujawniona informacja stanowiąca tajemnicę państwową (art. 2 ust. 5). W kilku natomiast, gdyż autor materiału prasowego naruszał treści szkodliwe obyczajowo, które „(...) w jaskrawy sposób obrażały społeczne poczucie obyczajowości”²⁶.

Spadek liczby ingerencji po wejściu w życie nowelizacji ustawy o kontroli publikacji i widowisk miał miejsce również w innych urzędach okręgowych. OUKPiW w Katowicach w 1989 r. ocenił 98 materiałów w prasie, radiu, telewizji i widowiskach, z czego na pierwsze półrocze przypadły 83 ingerencje, na drugie zaś – 15. Najczęstszą przyczyną wykroczeń było godzenie w konstytucyjne zasady polityki zagranicznej PRL i jej sojusze (przyczyna 37 ingerencji); pochwała przestępstwa (33); nawoływanie do obalenia, łżenia i wyszydzenia ustroju PRL (13); ujawnianie tajemnicy państwowej (12) oraz propagowanie treści szkodliwych obyczajowo (3)²⁷. Najwięcej ingerencji miało miejsce w „Gościu Niedzielnym” – 54 (w 1988 r. było 150), z czego aż 45 przypadło na pierwsze półrocze²⁸.

Pracownicy OUKPiW w Gdańsku dokonali w 1989 r. 72 ingerencji (w 1988 r. było ich 129). Zasadnicza zmiana w liczbie i strukturze ocenianych materiałów nastąpiła po nowelizacji ustawy o kontroli publikacji i widowisk. Na ogólną liczbę 72 ingerencji na drugie półrocze przypadło 19 (spadek w stosunku do pierwszego o 26 proc.). Zakwestionowane materiały dotyczyły ujawniania tajemnicy państwowej (ponad 50 proc.) i krytyki stosunków polsko-radzieckich (ponad 40 proc.)²⁹.

Z kolei w okręgu wrocławskim w pierwszym półroczu cenzorzy dokonali 105 ingerencji w tekstach publicystycznych, informacyjnych oraz materiałach satyrycznych. Przyczyną 72 było nawoływanie do przestępstwa (art. 2 ust. 6); 31 – godzenie w sojusze PRL (art. 2 ust. 3); 21 – wyszydzenie ustroju PRL (art. 2

²⁶ AAN, GUKPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 19.

²⁷ Tamże, k. 57.

²⁸ Tamże, k. 58. Na temat cenzury wobec „Gościa Niedzielnego” zob. F. Szpor, *Cenzura prasowa jako blokada w „dialogu kultur” w latach 1981–1990. Treści i motywacje konfiskat cenzorskich dotyczących ZSRR na łamach katolickiego tygodnika „Gość Niedzielnym”* [w:] *Polska w Rosji – Rosja w Polsce. Dialog kultur*, red. R. Paradowski, Sz. Ossowski, Poznań 2003, s. 161–183.

²⁹ AAN, GUKPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 50.

ust. 2); 6 – ujawnianie tajemnicy państwowej (art. 2 ust. 5). W drugim półroczu cenzura ingerowała 20 razy³⁰.

Cenzorzy z OUKPiW w Łodzi w 1988 r. dokonali 90 ingerencji, natomiast rok później – już tylko 29 (1 – w widowiskach, 2 – w publikacjach nieperiodycznych i 26 – w prasie), przy czym 22 z nich miały miejsce w pierwszym półroczu, i w głównej mierze były związane z ochroną tajemnicy państwowej³¹. Tendencja spadkowa utrzymywała się, pomimo przybywania nowych tytułów prasowych.

Z kolei pracownicy kontroli z OUKPiW w Krakowie w 1989 r. dokonali 289 ingerencji (w 1987 r. – 576, w 1988 r. – 630), z czego 90 proc. miało miejsce w pierwszym półroczu. Najwięcej dotyczyło prasy (179, z czego 63 proc. przypadło na „Tygodnik Powszechny”), pozostałe zaś radio, telewizji, widowisk i publikacji nieperiodycznych. Ingerencje w prasie codziennej głównie były związane z ochroną tajemnicy państwowej³².

Cenzurowana prasa

W 1989 r. urzędy okręgowe najczęściej cenzurowały prasę katolicką oraz solidarnościową. Spośród tytułów związanych z opozycją cenzorzy najczęściej zastrzeżeń mieli do materiałów

prasowych publikowanych w „Gazecie Wyborczej” (119 ingerencji) oraz, w znacznie mniejszym stopniu, w „Tygodniku Solidarność” (29). Liczba ingerencji w „Gazecie Wyborczej” była najwyższa w okresie kampanii wyborczej, np. między 8 maja a 4 czerwca pracownicy kontroli ingerowali w jej treść 33 razy³³. W następnych miesiącach liczba zakwestionowanych materiałów sukcesywnie spadała (w czerwcu miały miejsce 23 ingerencje, natomiast w grudniu już tylko dwie).³⁴

Spośród tytułów prasy katolickiej najczęściej cenzurowano „Tygodnik Powszechny” (173), nieco rzadziej „Ład” (77), „Gościa Niedzielnego” (44), „Przegląd Katolicki” (34) oraz „Niedzielę” (20)³⁵. „Tygodnik Powszechny” był najostrzej cenzurowanym tytułem prasowym w PRL, niezależnie od dekady i zmieniających się uwarunkowań politycznych. Także w tym przypadku liczba ingerencji sukcesywnie spadała – z 39 w styczniu 1989 r. do zera w grudniu tego samego roku³⁶.

Liczbę ingerencji dokonanych przez urzędy okręgowe między styczniem a grudniem 1989 r. na łamach poszczególnych tytułów prasowych prezentuje wykres numer 3.

Zakres tematyczny ingerencji w I półroczu 1989 r. obejmował³⁷: politycznie niewłaściwe,

³⁰ Tamże, k. 137.

³¹ Tamże, k. 89.

³² Tamże, k. 80.

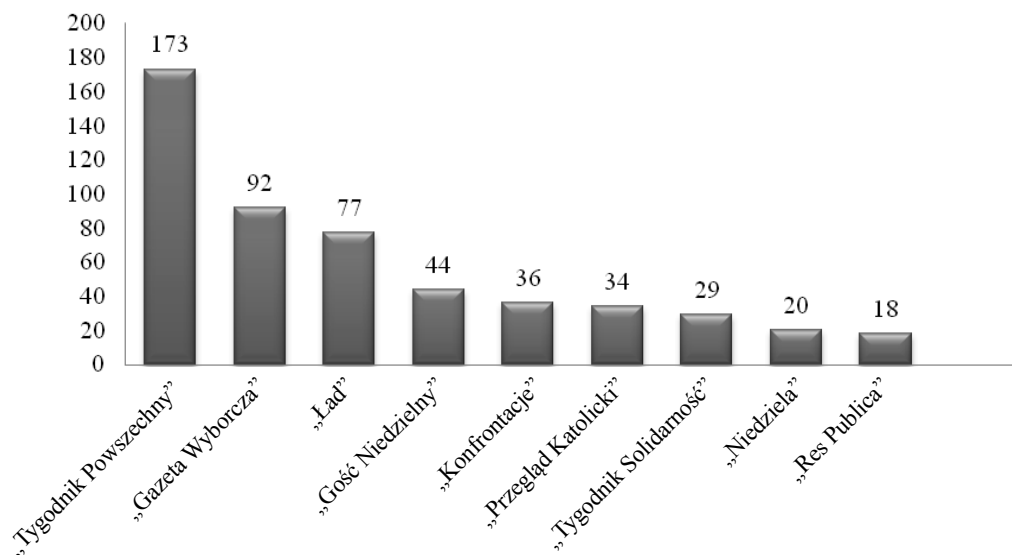
³³ W. Sonczyk, *Ingerencje cenzorskie w „Gazecie Wyborczej” od 8 maja do 4 czerwca 1989 r.* [w:] *Media a rok 1989. Obraz przemian i nowe zjawiska na rynku*, red. Ł. Szurmiński, Warszawa 2010, s. 7–18.

³⁴ AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach w 1989 r. (2–31.05), sygn. 2167.

³⁵ Na temat stosunku cenzury wobec tygodnika „Ład” zob. M. Łętowski, *Gdy lżyliśmy ustrój i godziliśmy w sojusze. Cenzura prasowa w PRL na przykładzie katolickiego tygodnika społecznego „Ład”*, Lublin 2010.

³⁶ Liczba ingerencji w lutym wyniosła 22, marcu – 32, kwietniu – 24, maju – 20, czerwcu – 9, lipcu – 13, sierpniu – 5, wrześniu – 3, październiku – 4 oraz listopadzie – 2, AAN, GUKPPiW, Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach za rok 1989, sygn. 2176; AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach w 1989 r., sygn. 2163–2174.

³⁷ „Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach” z 1989 r., czyli raporty tworzone w Departamencie Informacji i Nadzoru GUKPPiW, na podstawie danych przesłanych przez OUKPiW nie zawierają podstawy prawnej dokonywanych ingerencji, co uniemożliwia sporządzenie szczegółowego wykazu zakwestionowanych materiałów. Zawierają jedynie zestawienie zbiorcze, oscylujące wokół trzech kategorii: „godzenia w sojusze”, „ujawnianie tajemnicy państwowej” i „eliminacja szkodliwych treści bieżących”. W roku 1989 r. DiIn wytworzył tylko osiem



Wykres 3. Liczba ingerencji dokonanych przez OUKPiW między styczniem a grudniem 1989 r. na łamach poszczególnych tytułów prasowych (za wyjątkiem „Gazety Wyborczej”, której numer sygnałny ukazał się 8 maja 1989)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie AAN, GUKPPiW, Informacje miesięczne o dokonanych ingerencjach za rok 1989, sygn. 2176; AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach w 1989 r., sygn. 2163–2174.

z punktu widzenia organów kontroli, oceny konkretnych bieżących wydarzeń i zjawisk społecznych (podstawa 59,9 proc. ingerencji); treści godzące w rację stanu PRL, w jej sojusze; zasady polityki zagranicznej poniżające konstytucyjny ustrój PRL (26,4 proc.) oraz treści ujawniające tajemnicę państwową dotyczącą obronności i sił zbrojnych (13,7 proc.). Na pisma katolickie przypadało 48,8 proc. ingerencji.

W II półroczu zakres ingerencji obejmował najczęściej: godzenie w konstytucyjne zasady polityki zagranicznej PRL i jej sojusze (art. 2

ust. 3), co stanowiło podstawę 63 proc. ingerencji (189); ujawnianie tajemnicy państwowej (art. 2 ust. 5) – 23,7 proc. (71); nawoływanie do obalenia, lżenie, wyszydzanie lub poniżanie ustroju PRL (art. 2 ust. 2) – 9 proc. (27); propagowanie treści szkodliwych obyczajowo (art. 2 ust. 10) – 1,6 proc. (5)³⁸.

W 1990 r. przyczyną 44 ingerencji było ujawnianie tajemnicy państwowej (art. 2 ust. 5), zaś podstawą 4 było propagowanie pornografii (art. 2 ust. 10). W prasie miało miejsce 46 ingerencji – najwięcej w „Gazecie Wyborczej” (5), „Kurierze Porannym” (4) i „Głosie Pomorza” (2).

takich raportów (sygn. 2176) obejmujących pierwsze osiem miesięcy roku. Zaniechano pisania pozostałych prawdopodobnie ze względu na radykalny spadek liczby ingerencji. Z kolei w „Informacjach o bieżących ingerencjach” podstawę prawną pod ocenionym materiałem zaczęto umieszczać dopiero 16 czerwca 1989 r., dzięki czemu było możliwe stworzenie precyzyjnego wykazu ingerencji. Stąd też wynika powyższy podział na I oraz II półrocze.

³⁸ AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach za rok 1989, sygn. 2169–2174.

Dokonano również dwóch ingerencji, po jednej w audycji radiowej (art. 2 ust. 5) i książce (art. 2 ust. 10)³⁹.

Gwałtowna tendencja spadkowa, będąca konsekwencją wejścia w życie ustawy z 29 maja 1989 r. o zmianie ustawy o kontroli publikacji i widowisk, objęła obok prasy, również widowiska i inne formy rozrywki. W II półroczu 1989 r. znacząco spadła liczba filmów wideo zgłaszanych do kontroli. Placówki kulturalne, które dysponowały magnetowidami i organizowały bezpłatne pokazy, sporadycznie przesyłały filmy do kontroli. Analogiczna sytuacja miała miejsce w przypadku nowych wypożyczalni powstałych na skutek wejścia w życie tzw. ustawy Wilczka. Prywatne firmy, w wyniku rosnącego popytu na zagraniczne produkcje, zaczęły masowo sprowadzać filmy z Zachodu. Skontrolowanie wszystkich pozycji wchodzących na rynek było trudne do wykonania. Ponadto lawinowo rosła liczba kaset wideo sprzedawanych na bazarach, targowiskach lub giełdach. Ze względu na upowszechnienie się magnetowidów (np. w woj. katowickim w 1989 r. było ich 350 tys.) rozwinęło się domowe pośrednictwo wypożyczania filmów. W woj. olsztyńskim funkcjonowało dwanaście wypożyczalni wideo, które posiadały zgodę urzędu kinematografii. Poza wszelką kontrolą były natomiast punkty projekcji filmów wideo, które prowadziły działalność objazdową na terenie poszczególnych miast i gmin. Ze względu na zbyt dużą liczbę projekcji i ograniczone środki finansowe cenzorzy nie byli w stanie kontrolować wszystkich.

Zespół Widowisk, Radia i TV OUKPiW w Warszawie skontrolował w 1989 r. 541 filmów wideo (494 zagranicznych oraz 47 polskich),

z czego dwa objęto całkowitym zakazem rozpowszechniania (z powodu propagowania treści pornograficznych – „Emanuelle IV” i „Emanuelle V”), a trzy częściowym (z powodu propagowania satanizmu, obrazy uczuć religijnych oraz godzenia w konstytucyjne zasady polityki zagranicznej PRL – „Egzorzystę”, „Ukryty cel” oraz „Porwanie z Kostaryki”)⁴⁰.

Znacznie mniej problemu mieli cenzorzy z kontrolą filmów kinowych. Po znowelizowaniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk pracownicy kontroli zaczęli wyrażać zgodę na emisję filmów fabularnych i dokumentalnych kwestionowanych po wprowadzeniu stanu wojennego, takich jak np. „Przesłuchanie” Ryszarda Bugajskiego, który miał premierę 13 grudnia 1989 r.⁴¹ W Warszawie Zespół Widowisk Radia i TV w 1989 r. objął kontrolą 18 filmów kinowych, nie znajdując powodów do ingerencji.

W Katowicach sezon artystyczny 1989 r. rozpoczęła seria telefonów do cenzorów z zapytaniami, czy nadal istnieje obowiązek zgłaszania do kontroli sztuk teatralnych, druków artystycznych i programów estradowych. Niektóre placówki teatralne zaprzestały przekazywania cenzorom darmowych kart wstępu na przedstawienia (co stanowiło ustawowy obowiązek teatrów względem urzędów okręgowych), zaprzestając również informowania o zbliżających się premierach⁴².

Na spadek liczby ingerencji znaczący wpływ miała ustawa z 5 grudnia 1987 r. o zmianie ustawy o kontroli publikacji i widowisk, która upoważniła GUKPiW do zwalniania z kontroli wstępnej na wniosek redakcji, wydawców i organizatorów widowisk nie tylko wówczas, gdy sam zakres tematyczny publikacji wykluczał możliwość naruszenia art. 2, określającego

³⁹ AAN, GUKPPiW, Informacje o bieżących ingerencjach za rok 1990, sygn. 2190, k. 2–16.

⁴⁰ Tamże, k. 15.

⁴¹ Zob. M. Pawlicki, „Przesłuchanie” do kin!, „Gazeta Wyborcza” 1989, nr 11, 22 V.

⁴² AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 62.

kryteria kontroli, ale również wtedy, gdy przemawiały za tym inne względy, np. brak lub znikomą liczbą ingerencji w przeszłości⁴³.

Zmiany legislacyjne

W 1989 r. nastąpiły zmiany legislacyjne, które odcisnęły piętno na funkcjonowaniu cenzury instytucjonalnej w Polsce⁴⁴. Do najważniejszych, odnoszących się bezpośrednio lub pośrednio do GUKPiW, które weszły w życie w latach 1989–1990, należy zaliczyć:

- Ustawę z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej⁴⁵.

Ustawa Wilczka zniósła potrzebę udzielania zezwoleń na prowadzenie działalności poligraficznej i wydawniczej, wymagając jedynie jej zgłoszenia do ewidencji w terenowym organie administracji państwowej stopnia podstawowego. Efektem wejścia w życie ustawy (1 stycznia 1989 r.) był wzrost liczby zakładów małej poligrafii (zwłaszcza punktów ksero)⁴⁶.

- Ustawę z 17 maja 1989 r. o gwarancjach wolności sumienia i wyznania oraz ustawę o stosunku państwa do Kościoła katolickiego, które umożliwiły zakładanie nowych gazet i rozgłośni radiowych Kościołowi katolickiemu⁴⁷.
- Ustawę z 29 maja 1989 r. o zmianie ustawy o kontroli publikacji i widowisk⁴⁸.

Zmiana art. 2 (ust. 1, 5 i 6) doprowadziła do zmniejszenia się liczby ingerencji. Z kolei zmiana art. 4 ust. 1 (pkt 8, 13 i 20), określającego rodzaje publikacji niepodlegających kontroli, spowodowała znaczny wzrost liczby czasopism i publikacji nieperiodycznych zwolnionych z kontroli wstępnej⁴⁹. Dotyczyło to publikacji naukowych i dydaktycznych szkół wyższych; placówek PAN; samodzielnych placówek naukowo-dydaktycznych; instytutów naukowo-badawczych; zakładów kształcenia duchownych i zarejestrowanych stowarzyszeń naukowych (art. 4 ust. 1 pkt 8); wznowienia publikacji wydanych w Polsce Ludowej, które już uprzednio uzyskały zezwolenie na druk (art. 4 ust. 1 pkt 13) oraz publikacje bibliograficzne i dane bibliograficzne (art. 4 ust. 1 pkt 20). Ustawa nałożyła na GUKPPiW obowiązek rejestracji dzienników i czasopism, co potwierdziła kolejna ustawa (o której dalej), z 30 maja 1989 r. o zmianie ustawy prawo prasowe.

- Ustawę z 29 maja 1989 r. o przekazaniu dotychczasowych kompetencji Rady Państwa Prezydentowi Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i innym organom państwowym⁵⁰. Ustawa zmieniła afiliację GUKPPiW. Zgodnie z nową ustawą Urząd Główny miał podlegać, zamiast Radzie Państwa, Radzie Ministrów.

⁴³ Dz.U. z 1987 r. Nr 37 poz. 209.

⁴⁴ Zob. A. Słomkowska, *Zmiany w mediach w roku poprzedzającym zniesienie cenzury* [w:] *Transformacja mediów (1989–1995)*, red. A. Słomkowska, Warszawa 1996, s. 25–31; Taż, *Zmiany w mediach w roku poprzedzającym zniesienie cenzury* [w:] *Granice wolności słowa*, red. G. Miernik, Kielce–Warszawa 1999, s. 101–108; J. Sobczak, *Organy kontroli...*, dz. cyt., s. 242.

⁴⁵ Dz.U. z 1988 r. Nr 41 poz. 324.

⁴⁶ W 1989 r. obecność okręgowych urzędów kontroli w zakładach poligraficznych w wielu wypadkach była spowodowana nie tyle kontrolą tej bazy, ile instruktażem dotyczącym obowiązujących przepisów. Np. w Łodzi kontrolą objęto 53 zakłady, instytucje i osoby posiadające urządzenia poligraficzne, nie stwierdzając większych uchybień. Z kolei w Opolu przed majową nowelizacją ustawy o kontroli publikacji i widowisk i prawa prasowego przeprowadzono jedynie dwie kontrole terenowych drukarni, nie napotykając na uchybienia.

⁴⁷ Zob. G. Rydlewski, *Spór o wartości chrześcijańskie w mass-mediach w Polsce* [w:] *Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989–1992)*, red. A. Słomkowska, Warszawa 1993, s. 22–23.

⁴⁸ Dz.U. z 1989 r. Nr 34 poz. 186.

⁴⁹ AAN, KC PZPR, Wydział Propagandy, Środki masowego przekazu z lat 1988–1989, sygn. XXXVII-47, k. 156.

⁵⁰ Dz.U. z 1989 r. Nr 34 poz. 178.

Rada Państwa została zastąpiona w treści ustawy Radą Ministrów.

- Ustawę z 30 maja 1989 r. o zmianie ustawy prawo prasowe⁵¹.

Nowelizacja wniosła zmianę art. 20 ust. 1, w myśl którego: „Wydawanie dziennika lub czasopisma wymaga rejestracji w sądzie wojewódzkim właściwym miejscowo dla siedziby wydawcy”. Do momentu wejścia w życie rzeczony ustawy obowiązkiem GUKPiW było udzielanie zezwoleń na wydawanie dzienników lub czasopism, które następnie rejestrowano w sądzie wojewódzkim właściwym miejscowo dla siedziby wydawcy⁵². Zgodnie z nowelizacją ustawy z dniem 6 czerwca 1989 r. GUKPiW stał się organem rejestracyjnym⁵³.

- Ustawę z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy prawo prasowe⁵⁴.

Ustawa zniosła GUKPiW oraz OUKPiW (art. 2 i 3). Organem rejestracyjnym ponownie stały się sądy wojewódzkie właściwe miejscowo dla siedziby wydawcy.

Nowym zjawiskiem, wobec którego stanęli cenzorzy w 1989 r., było przekraczanie barier obyczajowych przez nastawionych na zysk prywatnych właścicieli firm wydawniczych oraz wypożyczalni wideo. Konsekwencją ustawy Wilczka było podjęcie działalności gospodarczej, „na równych prawach”, jak zapisano

w ustawie, przez osoby fizyczne w celach zarobkowych oraz transfer prywatnego kapitału na rynek. Niektórzy cenzorzy ubolewali, że w pogoni za zyskiem tworzą się prywatne spółki, takie jak Okręgowe Spółki Rozpowszechniania Filmów, które sprzedają kinom zakupione po niższej cenie nieco starsze filmy zagraniczne.

Niemal natychmiast po liberalizacji przepisów o działalności gospodarczej nastąpiło, jak stwierdził jeden z cenzorów, „(...) zbliżenie się do linii oddzielającej erotykę od pornografii”⁵⁵. Dyrektor OUKPiW w Opolu w grudniu 1989 r. pisał: „Przykro to stwierdzić, ale prawdą jest, że propagatorzy coraz śmielszych form erotycznych kierują się przede wszystkim kryteriami finansowymi, pragnąc podreperować pornografią swoje szczuplejące konta”⁵⁶. Podobna sytuacja miała miejsce również w Poznaniu. Zaczęło wówczas powstawać wiele prywatnych instytucji trudniących się mało ambitną sztuką dla mas. Dyrektor bydgoskiej cenzury w sprawozdaniu za rok 1989 pisał, że zasygnalizowany problem staje się coraz bardziej poważny: „Wspólnie z dyrektorem wydziału kultury Urzędu Wojewódzkiego /na nasz zresztą sygnał/ nie dopuściliśmy do ordynarnej w swej wymowie imprezy z rozbieranymi tańcami damsko-męskimi. Niestety wydział kultury jak i my posiadamy sygnały o dalszych próbach podobnej działalności »artystycznej«. Ponieważ większość imprez estradowych świeci pustka-

⁵¹ Dz.U. z 1989 r. Nr 34 poz. 187.

⁵² W okresie między 1 stycznia a 6 czerwca 1989 r. wydano 287 zezwoleń na ukazywanie się nowych tytułów, natomiast między 7 czerwca a 31 grudnia 1989 r. GUKPiW zarejestrował 238 nowych pism. Na dzień 31 grudnia 1989 r. 3850 czasopism posiadało zezwolenia lub było zarejestrowanych, AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 7.

⁵³ Warto jednak zauważyć, że choć założenie nowego pisma nie wymagało już zgody GUKPiW, to trudną sytuację nowo powstających gazet (lub tych, które próbowały utrzymać się na rynku) potęgował brak papieru. Pomimo podjętej podczas rozmów Okrągłego Stołu decyzji „(...) o rozpoczęciu wprowadzania wolnego obrotu papierem od 1.01.1990 r.”, w praktyce demonopolizacji rynku papierem została odłożona w czasie. We wrześniu 1989 r. roku minister kultury i sztuki Izabella Cywińska wystąpiła do premiera o odłożenie decyzji dotyczącej demonopolizacji rynku papierem na jeden rok, bowiem „rynek papieru całkowicie się załamał”.

⁵⁴ Dz.U. z 1990 r. Nr 29 poz. 173.

⁵⁵ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 101.

⁵⁶ Tamże, k. 101.

mi ze względu na ceny biletów, impresariaty (szczególnie prywatne) doszły do wniosku, że wulgarnie rozbieranki (z małą obsadą) to jest to, na co ludzie przyjdą i zapłacą⁵⁷.

Ustawa o działalności gospodarczej wywołała lawinowy rozwój wypożyczalni kaset wideo, m.in. w prywatnych punktach usługowych, domach kultury, zakładach pracy, siedzibach organizacji młodzieżowych i politycznych. Pracownicy cenzury próbowali na bieżąco poddawać kontroli wstępnej filmy krajowe i zagraniczne. Jednak ze względu na liczbę napływającego materiału nie byli w stanie sprostać nałożonym na nich zadaniom. Dyrektor OUKPiW w Gdańsku pisał: „Staramy się opanować w sensie kontroli tą działalność, nie zawsze jednak z pozytywnym skutkiem, bo jest to po prostu w tej chwili żywiol. Wyświetla kto może /i nie może/ i gdzie może⁵⁸”.

Nową praktyką w działalności OUKPiW stała się troska o uczucia osób wierzących. Choć ustawa o kontroli publikacji i widowisk z 31 lipca 1981 r. wskazywała, że jednym z zadań urzędu jest ochrona „uczuć religijnych i uczuć osób niewierzących” (art. 2 ust. 8), to w praktyce liczba ingerencji z powodu obrazy uczuć religijnych była znikoma. Kolejne w tej materii zadania nałożyła na cenzurę ustawa z 17 maja 1989 r. o gwarancjach wolności sumienia i wyznania. W Łodzi zastrzeżenia urzędu wzbudził film *Żywot Briana* „(...) ze względu na naruszanie uczuć osób wierzących”. Wobec opinii wyrażonych przez pracownika kontroli właściciel kasety wideo wycofał jej zgłoszenie do kontroli wstępnej⁵⁹. Z kolei w Gdańsku cenzorzy wysunęli zastrzeżenia wobec artykułu na temat poglądów satanistów. Ochrona uczuć religijnych była powodem ingerencji

cenzorów również w Poznaniu, Rzeszowie i Warszawie.

Budżet GUKPiW

Kolejnym problemem, przed którym stanęły zarówno urzędy okręgowe jak i Urząd Główny, było ograniczenie środków finansowych na działalność statutową.

Na wydatki Głównego Urzędu w 1989 r. przeznaczono w ustawie budżetowej przeszło 700 mln zł, a po jego nowelizacji, w listopadzie, GUKPiW otrzymał dodatkowe 1,4 mld zł. Budżet urzędu po zmianach wzrósł, w porównaniu do pierwotnie uchwalonego, o nieco ponad 200 proc. Zwiększenie finansowania było wynikiem m.in. decyzji Ministra Pracy i Polityki Socjalnej zwiększającego limit wynagrodzeń osobowych i składek na ubezpieczenie społeczne oraz inflacji⁶⁰.

Pomimo zwiększenia kwoty z budżetu państwa przeznaczonej na działalność cenzury, ze względu na hiperinflację i kryzys gospodarczy GUKPiW był zmuszony do oszczędności – w 1989 r. przyjęto założenia możliwie maksymalnego ograniczania wydatków oraz wstrzymania niektórych z nich. W połowie roku zrezygnowano z finansowania kosztów używania prywatnych samochodów do celów służbowych (zlikwidowano tzw. kilometrówkę), żywienia przyzakładowego i remontów bieżących.

Również w tym samym 1989 r. ograniczono wydatki na krajowe i zagraniczne podróże służbowe; materiały i przedmioty nietrwałe (paliwo, prenumerata czasopism objętych kontrolą); fundusz reprezentacyjny (kawa, cukier, napoje); energię elektryczną; usługi materialne (konserwacje, naprawy); usługi niematerialne (czynsze). Oszczędności objęły również wy-

⁵⁷ Tamże, k. 43.

⁵⁸ Tamże, k. 44.

⁵⁹ Tamże, k. 50.

⁶⁰ AAN, GUKPiW, Sprawozdania statystyczne – bilans za rok 1989, sygn. 2311, k. 9.

datki inwestycyjne⁶¹ – GUKPiW zrezygnował z realizacji dwóch zaplanowanych na 1989 r. podróży do ZSRR i CSRS, a zaoszczędzoną w ten sposób kwotę (544 tys. zł) pozostawiono w budżecie jako rezerwę.

Ograniczenia wpłynęły na całokształt współpracy między GUKPiW a urzędami okręgowymi oraz między oddziałami. W Bydgoszczy radykalnie ograniczono wyjazdy na narady do GUKPiW oraz zawieszono międzywojewódzką wymianę cenzorów i dyrektorów. Poważnemu ograniczeniu uległy również kontakty z organami administracji państwowej oraz z aparatem partyjnym.

GUKPiW był zmuszony do oszczędności również w ostatnim roku swojej działalności. W styczniu 1990 r. podczas sejmowej dyskusji o budżecie został odrzucony projekt Ministerstwa Finansów przewidujący dla GUKPiW kwotę prawie 5 mld zł (z czego 2,7 mld miało zostać przeznaczone na wynagrodzenia dla pracowników). Choć prezes GUKPiW Stanisław Kosicki wystąpił w Sejmie, argumentując, że cenzura funkcjonuje w wielu krajach demokratycznych, np. w Wielkiej Brytanii lub Szwecji, posłowie uznali, że działalność urzędu kontroli powinna być ograniczona i odrzucili projekt budżetu w całości⁶². Ostatecznie Sejm przyjął zaproponowany przez Komisję Kultury i Środków Przekazu projekt przewidujący przyznanie cenzurze 2 mld zł (z czego 1,4 mld na wynagrodzenia pracowników)⁶³. Przekazanie rzeczowej kwoty nie zakończyło finansowania urzędu kontroli, który jeszcze dwukrotnie otrzymał pulę pieniędzy ze Skarbu Państwa.

Ze względu na przeciągające się prace nad ustawą o zniesieniu GUKPiW opracowano i przedłożono w Ministerstwie Finansów

i Urzędzie Rady Ministrów projekt potrzeb platniczych urzędu kontroli, który obejmował środki niezbędne do sfinansowania kosztów jego funkcjonowania do czasu zakończenia likwidacji. Kwotę opiewającą na sumę 5,4 mld zł (z czego 3 mld na wynagrodzenia, 1,1 mld na ubezpieczenia i prawie 0,3 mld na nagrody) przekazano GUKPiW w lipcu 1990 r.

W ciągu 1990 r. w wyniku decyzji Ministra Pracy i Polityki Socjalnej oraz Ministra Obrony Narodowej, które dotyczyły wzrostu uposażeń, w pierwszym wypadku pracowników administracji państwowej, w drugim zaś żołnierzy zawodowych (zatrudnionych w Samodzielnym Wydziale Spraw Obronnych GUKPiW), po raz kolejny wyasygnowano kwotę przeznaczoną na likwidowany urząd. Plan budżetu GUKPiW w wyniku opisanych wyżej zmian wzrósł do 11,1 mld zł, a więc o ponad 500 proc. przekroczył zakładaną sumę. Na wypłatę sześciomiesięcznych odpraw dla 100 byłych mianowanych pracowników urzędu przeznaczono z niej 1,7 mld zł⁶⁴.

Krytyka cenzury

Pracownicy okręgowych urzędów kontroli niejednokrotnie wyrażali opinię, że w Polsce, szczególnie w okresie przedwyborczym, była prowadzona akcja propagandowa mająca na celu dyskredytację cenzury, podważanie jej wiarygodności i w konsekwencji – przyspieszanie procesu jej likwidacji. W poufnej notatce służbowej przeznaczonej do użytku wewnętrznego pracownik Departamentu Informacji i Nadzoru GUKPiW 12 maja 1989 r. napisał, że kontakty między wydawcami prasy solidarnościowej a organami kontroli, które nasiliły się w okresie kampanii wyborczej, często przebiegały w atmosferze nerwowości,

⁶¹ Tamże.

⁶² *Cenzura – nie! Kultura i RTV – tak*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 8, 10 I.

⁶³ AAN, GUKPiW, Sprawozdania statystyczne – bilans za rok 1990, sygn. 2318, s. 9.

⁶⁴ Tamże, s. 11.

a pracownicy kontroli byli poddawani presji psychicznej przez wnioskodawców, którzy nierzadko w ostrej formie domagali się szybkiego wydania zezwoleń. Pracownik Departamentu Informacji i Nadzoru pisał: „Urzędy cenzorskie starają się w każdym przypadku wychodzić naprzeciw oczekiwaniom kontrahentów, wynikającym z potrzeb kampanii wyborczej i udzielają zgody na rozpowszechnianie czasopism oraz druków, plakatów i ulotek natychmiast, w ciągu godziny lub nawet minut /choć np. ustawowy czas na wydanie decyzji w sprawie druków akcydensowych wynosi 1 miesiąc/. Mimo otwartej postawy urzędów, dokonane niekiedy, konieczne z punktu widzenia przepisów art. 2 ustawy, ingerencje nie spotykają się zwykle ze zrozumieniem redakcji i »Solidarności« – podobnie, jak argumenty przedstawiane przez urzędników cenzury. Są oni niekiedy poddawani presji psychicznej, nawet z elementami politycznego szantażu />jak się nie zgodzicie, to jutro cały świat będzie o tym wiedział«⁶⁵.

Krytyka cenzury i społeczne przeświadczenie o jej rychłej likwidacji miały wpływ na pogorszenie się stosunków między pracownikami kontroli a pozostałymi urzędnikami administracji państwowej. W opinii niektórych cenzorów, urząd kontroli był traktowany przez władze administracyjne z dezynwolturą. Winą za ten stan rzeczy zostały obarczone media. Dyrektor OUKPiW w Bydgoszczy pisał: „Pojawiające się w środkach masowego przekazu różne mniej lub bardziej nieodpowiedzialne artykuły i wypowiedzi na nasz temat niestety zostały przez część pracowników administracji rozumiane w ten sposób, że *de iure* to my jeszcze istniejemy, ale *de facto* nie. Zmuszeni byliśmy tę zawiłą ekwilibrystykę myślową w urzędzie wojewódzkim i miejskim wyprostować (...)»⁶⁶.

Oficjalna krytyka cenzury stała się możliwa po utworzeniu rządu Tadeusza Mazowieckiego. Nowy premier już w *exposé* wygłoszonym 24 sierpnia 1989 r. zapowiedział zniesienie urzędu kontroli. Artykuł pod znamienym tytułem *Po cholere to żyje* opublikował 10 stycznia 1990 r. na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” Seweryn Blumsztaj, wzywając do niezwłocznej likwidacji cenzury⁶⁷. Dzień wcześniej Barbara Labuda, posłanka OKP [Obywatelskiego Klubu Parlamentarnego – przyp. aut.], w sejmowej dyskusji nad budżetem GUKPPiW stwierdziła: „Haniebna rola tego urzędu kończy się”⁶⁸. Likwidacja cenzury była więc tylko kwestią czasu.

Niepewność jutra

Rozmowy przy Okrągłym Stole, utworzenie rządu Tadeusza Mazowieckiego oraz zmiany legislacyjne liberalizujące prawo w Polsce w znaczący sposób wpłynęły na codzienną pracę cenzorów z Głównego Urzędu oraz urzędów okręgowych.

Jednym z najważniejszych problemów wpływających na nastroje pracowników kontroli było rosnące poczucie zagrożenia utratą miejsca pracy. Z raportów sprawozdawczych pisanych przez dyrektorów OUKPiW wynika, że temat przyszłości instytucji był wielokrotnie podnoszony podczas zebrań. Dyrektor OUKPiW w Bydgoszczy pisał: „Staramy się rozsądnie i z powagą podejść do tego zagadnienia choć z drugiej strony tą wielką niewiadomą musimy chyba wkomponować w naszą codzienną cenzorską działalność”⁶⁹. Choć np. w Gdańsku pracownicy tamtego urzędu nie zauważyli wrogości wobec cenzury, to podkreślali, że kontrahenci, a więc – jak pisano – „podmioty profesjonalnie korzystające z wolności słowa” dystansują się, wyrażają dezaprobatę wobec prac urzędu

⁶⁵ AAN, GUKPPiW, Opracowania problemowe na zewnątrz za rok 1989, sygn. 2178, k. 106.

⁶⁶ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 43.

⁶⁷ S. Blumsztajn, *Po cholere to żyje*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 175, 10 I.

⁶⁸ *Cenzura – nie! Kultura i RTV – tak*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 8, 10 I.

⁶⁹ AAN, GUKPPiW, Sprawozdania z działalności komórek organizacyjnych z lat 1989–1990, sygn. 2117, k. 48.

i dociekają daty likwidacji. Dyrektor OUKPiW w Gdańsku pisał: „Działają deprymująco na pracowników, tworzą atmosferę zniechęcenia i niepokoju. W takich warunkach bardzo trudno jest obecnie realizować współpracę z redakcjami, wydawnictwami, administracją państwową czy poszczególnymi środowiskami (...)”⁷⁰.

Powyższe poglądy podzielała znaczna część dyrektorów urzędów okręgowych, o czym świadczy treść raportów pisanych w grudniu 1989 r. i wysyłanych do GUKPiW, a tam uważnie czytanych (świadczą o tym odręczne dopiski i podkreślone fragmenty). Dyrektor OUKPiW w Katowicach pisał: „Model cenzury prewencyjnej w naszym kraju się przeżył”⁷¹. Potwierdzeniem tej opinii był spadek ingerencji, podnoszone publicznie zarzuty wobec cenzury oraz postulaty zmiany jej kształtu oraz zniesienia, wychodzące ze strony wielu ugrupowań politycznych, stowarzyszeń oraz instytucji. Co może zaskakiwać, dyrektor OUKPiW w Katowicach, mając świadomość zachodzących w kraju zmian, zaproponował przedstawienie rządowi projektu „(...) przejścia na model cenzury następnej, który powszechnie uważa się za rozwiązanie bardziej demokratyczne”⁷². Głównym powodem tak sformułowanej propozycji było przerwanie atmosfery tymczasowości i wyczekiwania, która na początku 1989 r. opanowała zespoły pracownicze. Jeden z cenzorów pisał: „Przetaczająca się przez prasę, radio i TV nagonka na nasz Urząd przy jednoczesnym braku zainteresowania władz państwowych i liczących się sił politycznych naszą działalnością tworzy sytuację nie do zniesienia, która odbiera sens pracy i paraliżuje aktywność. Może ktoś

kompetentny wypowie się na nasz temat. Proponuję, aby kierownictwo GUKPiW doprowadziło do spotkania odpowiedniego przedstawiciela premiera z reprezentacją okręgowych urzędów”⁷³.

O konieczności podjęcia decyzji dotyczącej przyszłego modelu cenzury pisał również dyrektor OUKPiW w Opolu, którego zdaniem, pracownikom cenzury, wbrew obiegowym opiniom, zależało, by przyszłe oblicze instytucji miało „ludzka twarz”: „Wbrew opiniom wielu zaciekłych przeciwników cenzury, pracują tu przede wszystkim humaniści, którzy chcą jak najlepiej zmienić oblicze instytucji, dostosować je do społecznych potrzeb. (...) Mają świadomość konieczności zmian, jednak pragną by były to zmiany o ludzkim obliczu, by nie zaciążyły nadto nad przyszłą kondycją twórczą, do której wielu z nich ma predyspozycje”⁷⁴.

Także w rzeszowskim oddziale cenzury nieobce było poczucie tymczasowości i obawy o swoją przyszłość. Pracownicy kontroli byli niedoinformowani i obawiali się, że nagłe rozwiązanie cenzury uniemożliwi im szybkie znalezienie nowej pracy lub przekwalifikowanie zawodowe. W związku z tym formułowali prośby, adresowane do GUKPiW, aby wszelkie uzgodnienia dotyczące urzędu były przekazywane ogółowi pracowników.

Postawa Rady Ministrów

Dezorientację wśród cenzorów potęgowała postawa Rady Ministrów oraz nacisk opinii publicznej na zniesienie urzędu⁷⁵. Waldemar Kuczyński w *Zwierzeniach zausznika* przyznał, że likwidację cenzury przyspieszyła nie tyle wola

⁷⁰ Tamże, k. 57.

⁷¹ Tamże, k. 67.

⁷² Tamże.

⁷³ Tamże, k. 68.

⁷⁴ Tamże, k. 106.

⁷⁵ Stowarzyszenie Pisarzy Polskich 8 stycznia 1990 r. podjęło uchwałę, w której domagało się likwidacji cenzury, 9 stycznia podobną uchwałę podjęło Towarzystwo Literackie im. Adama Mickiewicza, a 10 stycznia Komitet Porozumiewawczy Stowarzyszeń Twórczych i Naukowych przyłączył się do powyższych stowarzyszeń. To samo uczynił PEN Club, *Kiedy koniec cenzury?*, „Rzeczpospolita” 1990, nr 9.

rzządzających, ile czynniki zewnętrzne: „Dziewiątego stycznia ukazał się w »Gazecie Wyborczej« artykuł »Po cholere to żyje« [tekst org. – K.K.]. Autor, Seweryn Blumsztajn, wzywał do niezwłocznego i całkowitego zlikwidowania cenzury. Z taką samą inicjatywą wystąpiła w Sejmie grupa posłów OKP, a komisja sejmowa odmówiła zatwierdzenia budżetu cenzury na rok 1990. Te wydarzenia, które były dla nas pewnym zaskoczeniem, przyśpieszyły formalną likwidację cenzury (...)”⁷⁶.

Choć w przemówieniu wygłoszonym 18 stycznia 1990 r. premier Tadeusz Mazowiecki zapowiedział przekazanie Sejmowi rządowego projektu ustawy o zniesieniu urzędu kontroli publikacji i widowisk, to w praktyce zamierzano zlikwidować cenzurę prewencyjną, zastępując ją represyjną. Kompetencje urzędów kontroli miała zaś przejąć prokuratura⁷⁷. W Urzędzie Rady Ministrów, kierowanym przez Jacka Ambroziaka, opracowano nowy projekt cenzury, zgodnie z którym każdorazowo dwa wydrukowane egzemplarze gazety miały być przekazywane prokuratorowi, który mógł wstrzymać jej rozpowszechnianie⁷⁸.

Jacek Ciemniowski, podsekretarz stanu i projektodawca, tłumaczył w „Gazecie Wyborczej”, że jest to przepis zaczerpnięty z prawodawstwa przedwojennego. Projektodawcy zależało, aby rząd miał możliwość wstrzymania rozpowszechniania, ale tylko wówczas, gdy prokurator uzna, że treść wydrukowanych tekstów jest przestępstwem. Po każdej takiej decyzji prokuratura musiałaby uzyskać jej zatwierdzenie od sądu. Jeśli sąd nie potwierdziłby

faktu przestępstwa, wówczas wydawca mógłby dochodzić odszkodowania od Skarbu Państwa. Po interwencji „Gazety Wyborczej”, która pisała o tym kilkakrotnie (na jej łamach głos w tej sprawie zabrał m.in. Lech Falandysz, ostro krytykując projekt), rząd wycofał się z pomysłu⁷⁹.

Dlaczego więc rząd zwlekał z całkowitą likwidacją cenzury instytucjonalnej? Kuczyński wyjaśniał w *Zwierzeniach zausznika*: „Chodziło zarazem o to, żeby przystosować ustawodawstwo do sytuacji, gdy nie ma cenzury, dając także możliwości przeciwdziałania jaskrawym naruszeniom wolności słowa. Wtedy, u schyłku 1989 roku, dotyczyło to głównie hamowania możliwych ekscesów antyrządzieckich”⁸⁰. Podobnego zdania był również Tadeusz Mazowiecki, który wyraził opinię, że zwlekano z likwidacją cenzury „na wszelki wypadek”, w obawie przed prowokacją antyrządziecką w prasie. Choć zwłokę w likwidacji cenzury uznał za błąd, to stwierdził, że jej znaczenie w 1989 r. było niewielkie: „Zostawiliśmy ją jeszcze na kilka miesięcy na wszelki wypadek. Mogliśmy się wówczas obawiać prowokacji antyrządzieckiej w prasie, nie mieliśmy żadnych możliwości przeciwdziałania, a stosunki te były przecież bardzo delikatnym problemem”⁸¹.

O ile stanowisko premiera wobec dogorywającej cenzury zostało wyraźnie określone, o tyle plany PZPR wobec urzędu kontroli wydawały się niejasne. W kontekście wyborczej porażki, której nie przewidzieli nawet najwięksi pesymiści w partii, istnienie cenzury nie stanowiło szczególnie ważnego problemu. Jedną z wielu osób – które z racji zajmowanego stano-

⁷⁶ W. Kuczyński, *Zwierzenia zausznika*, Warszawa 1992, s. 144. Zob. S. Blumsztajn, *Po cholere toto żyje*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 175, 10 I.

⁷⁷ *Przemówienie premiera*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 183, 19 I.

⁷⁸ *Cenzura jak przed wojną*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 184, 20 I.

⁷⁹ A. Bikont, *Cenzura jest likwidowana! Rząd jest reformowalny!*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 183, 19 I. Zob. również: L. Falandysz, *Prokurator cenzorem*, „Gazeta Wyborcza” 1990, nr 190, 25 I; A. Dudek, *Reglamentowana rewolucja...*, dz. cyt., s. 478.

⁸⁰ W. Kuczyński, *Zwierzenia...*, dz. cyt., s. 144.

⁸¹ T. Mazowiecki, *Odlączone telefony*, „Rzeczpospolita” 1999, nr 213, 11–12 IX.

wiska interesowały się losem cenzury – był kierownik Wydziału-Sekretariatu Komisji Polityki Informacyjnej KC PZPR Sławomir Tabkowski, który 23 września 1989 r. w notce wysłanej do I Sekretarza KC PZPR Mieczysława Rakowskiego napisał, że z poufnych informacji, które do niego dotarły, wynika, że kierownictwo rządu planuje usytuowanie urzędu „w pionie tow. Cz. Kiszczaka”. Tabkowski proponował dwa warianty dotyczące przyszłości instytucji, jakie partia powinna wziąć pod uwagę. Pierwszy – defensywny – miał polegać na biernym wyczekiwaniu na ruch opozycji. Tabkowski pisał, że należy „(...) oczekiwać na rozwój sytuacji nie przez nas kreowany i ustosunkować się do niego ponosząc wszelkie koszty braku aktywności (...)”⁸². Drugi wariant miał charakter ofensywny i zalecał, aby „(...) przyjąć w tej sprawie postawę aktywną, narażając się na zarzuty (...)” poprzez sprowokowanie rozwoju wydarzeń np. nakłonienie prezesa Kosickiego do przejścia na emeryturę i wywołanie konieczności obsadzenia stanowiska⁸³.

Zmiany polityczne zachodzące w Polsce w latach 1989–1990 w znaczący sposób wpłynęły na funkcjonowanie GUKPiW oraz OUKPiW. Początkiem końca cenzury instytucjonalnej w Polsce były obrady Okrągłego Stołu, podczas których podjęto decyzję o jej likwidacji. Obrady i utworzenie rządu Tadeusza Mazo-

wieckiego dały asumpt do późniejszych zmian polityczno-społecznych w Polsce zmierzających ku wolności słowa i marginalizujących rolę cenzury. Jedną z ważniejszych zmian legislacyjnych była nowelizacja ustawy o kontroli publikacji i widowisk z 29 maja 1989 r., która zmniejszyła liczbę ingerencji cenzorskich o ok. 70 proc.

Wiele wskazuje na to, że gdyby nie nacisk opinii publicznej, mediów i części parlamentarzystów z OKP, premier Tadeusz Mazowiecki najprawdopodobniej nie zdecydowałby się na likwidację GUKPPiW już w kwietniu 1990 r. Cenzura prewencyjna zostałaby zastąpiona represyjną, a z czasem – całkowicie zniesiona. Defensywną postawę rządu można tłumaczyć na kilka sposobów. Po pierwsze, istnienie cenzury nie wydawało się najważniejszym problemem Mazowieckiego, który, po objęciu funkcji premiera, stanął przed obliczem gigantycznego kryzysu ekonomicznego odziedziczonego po PZPR⁸⁴. Po drugie, premier obawiał się, że po rozwiązaniu GUKPiW nastąpi erupcja antyradzieckich materiałów prasowych, co nadszarpienie newralgiczne stosunki ze Związkiem Radzieckim. Po trzecie, postępowanie w stosunku do cenzury instytucjonalnej należy rozpatrywać w szerszym kontekście pewnej filozofii politycznej przejścia od systemu totalitarnego do demokratycznego, reprezentowanej przez premiera i zdefiniowanej w jego *exposé*

⁸² AAN, KC PZPR, Wydział – Sekretariat Komisji Polityki Informacyjnej, sygn. XXXVIII-7, k. 21.

⁸³ Tamże.

⁸⁴ O gradacji priorytetów premiera świadczy chociażby *Dziennik Waldemara Kuczyńskiego*, w którym autor relacjonuje pośpiech Tadeusza Mazowieckiego w znalezieniu ministra finansów, który podjąłby się operacji zduszenia inflacji. Pod datą 31 sierpnia znajduje się następujący wpis: „Godz. 23.00. (...) Telefon premiera. Pyta, czy nie dzwonił Balcerowicz. Informuję go, że Balcerowicz odłożył decyzję do jutra [przyjęcia stanowiska ministra finansów – K.K.]. Na to Tadeusz: »zrób wszystko, co możesz, żeby się zgodził«”. Z kolei 6 września 1989 r. Kuczyński notuje: „Tego wieczoru Mazowiecki jest w nastroju grobowym i popełniam błąd, mówiąc mu o coraz groźniejszej inflacji. (...) Na jego biurku leży pismo prezesa NBP wstrzymujące kredytowanie budżetu, bo wyczerpano limit kredytowy”, W. Kuczyński, *Solidarność u władzy. Dziennik 1989–1993*, Gdańsk 2010, s. 12 i 21. Według danych GUS, wskaźnik wzrostu cen detalicznych towarów i usług konsumpcyjnych w 1989 r. wyniósł: między lipcem a sierpniem – 25,9 proc, w październiku – 54,8 proc, w listopadzie – 22,4 proc, w grudniu – 28 proc. W styczniu 1990 r. ten wskaźnik przekroczył 78 proc. – M.P. z 1989 r. Nr 26 poz. 214, M.P. z 1989 r. Nr 38 poz. 303, M.P. z 1989 r. Nr 42 poz. 341, M.P. z 1990 r. Nr 5 poz. 43.

24 sierpnia 1989 r. W myśl tej filozofii proces „(...) przechodzenia od PRL do wolności i demokracji” – jak ujął to Mazowiecki – miał mieć charakter ewolucyjny, a nie rewolucyjny, czego konsekwencją było unikanie wszelkich działań zmierzających do uruchomienia wewnętrznego konfliktu. Premier tłumaczył to następująco: „Obóz komunistyczny istniał naokoło nas. W samej Polsce stacjonowały wojska radzieckie. Siły dawnej władzy były osłabione wstrząsem moralnym wyborów, ale bynajmniej nie zdeorganizowane. Dysponowały wojskiem, milicją, aparatem partyjnym, służbami specjalnymi. Nietrudno sobie wyobrazić, co mogło-

by się stać, możliwość rzużenia iskry zapalnej jeszcze istniała”⁸⁵.

W latach 1989–1990 cenzorzy musieli sprostać zjawiskom będącym konsekwencją zmian ustrojowych w Polsce, a w szczególności – wejścia w życie ustawy o działalności gospodarczej. Ustawa otworzyła rynek dla firm prywatnych czerpiących zysk ze sprowadzania z Zachodu tanich filmów wideo klasy B, których nagły napływ do Polski coraz bardziej niepokoił cenzurę. Kultura masowa wkraczała nie tylko na ekrany kin i telewizorów, ale również na łamy prasy i książek oraz stawała się przedmiotem zainteresowania prywatnych inwestorów.

⁸⁵ T. Mazowiecki, *Sąd nad grubą kreską*, „Gazeta Wyborcza” 2009, nr 214, 12 IX.

◀ |||| Koniec cenzury w PRL (1989–1990)

The end of censorship in the Polish People's Republic (1989–1990)

Kamila Kamińska

SŁOWA KLUCZOWE

cenzura w PRL, Okrągły Stół, rząd Tadeusza Mazowieckiego, transformacja w Polsce, prasa w PRL

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest przedstawienie wyników analizy ostatnich miesięcy funkcjonowania GUKPiW oraz OUKPiW między styczniem 1989 a kwietniem 1990 r. Cezurą początkową to wejście w życie ustawy z 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej (tzw. ustawy Wilczka). Cezurę końcową stanowi ustawa z 11 kwietnia 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy prawo prasowe. Opracowanie stanowi próbę odpowiedzi na pytania: W jaki sposób liberalizacja prawa w Polsce w latach 1989–1990 wpłynęła na pracę GUKPiW oraz OUKPiW? Jaka była skala ingerencji w treść prasy, publikacji i widowisk w analizowanym okresie? Jakie treści stanowiły podstawę ingerencji cenzorskich? Z jakimi problemami, w związku z wykonywaną pracą, mieli do czynienia cenzorzy z GUKPiW oraz OUKPiW w latach 1989–1990?

KEY WORDS

censorship in PRL, the Polish Round Table Talks, the cabinet of Tadeusz Mazowiecki, transformation in Poland, newspapers in PRL

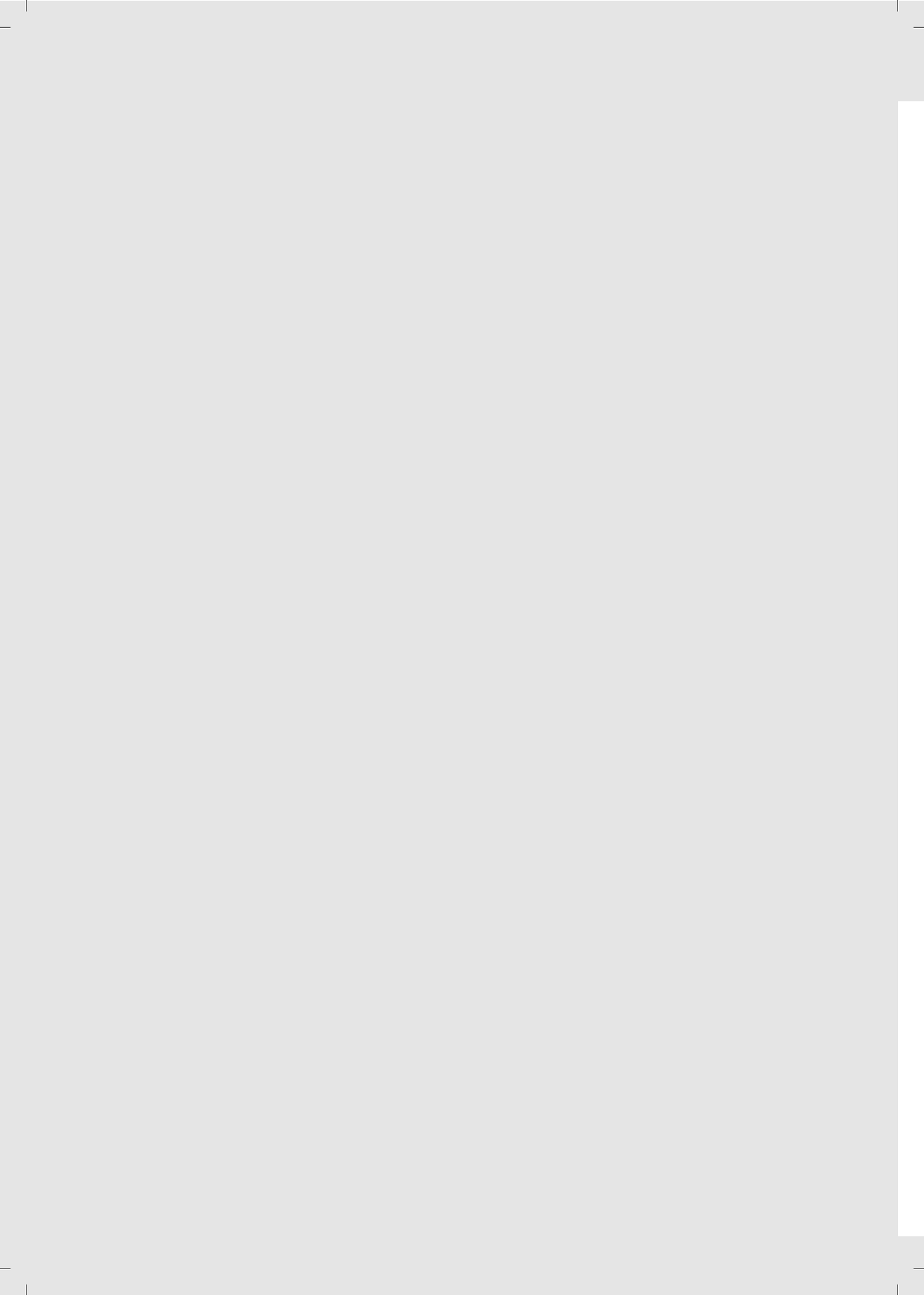
ABSTRACT

The goal of this article is to present the results of analysis concerning last months of functioning of the Main Authority for Control of Publications and Spectacles (Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk) and Regional Authority for Control of Publications and Spectacles (Okręgowy Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk), between January 1989 and April 1990. The first crucial date is the introduction of the law dated 23th of December 1988 on economic activity (so called Wilczek's law). The final date is the law dated 11th of April 1990 on repeal of the law on control of publications and spectacles, removal of control organs and amendment to the act press law. The essay undertakes to answer the following questions: In what way the liberalization of the law in Poland in years 1989–1990 influenced the work of GUKPiW and OUKPiW? To what extent was the content of the press, publications and spectacles interfered in the analyzed period?

Europejska polityka medialna



European media policy



Media publiczne w świecie konwergencji – regulacje europejskie a praktyka komunikacyjna

Stanisław Jędrzejewski

Współczesne media doświadczają dzisiaj radykalnych zmian: eksplozji treści na nowych platformach dystrybucyjnych, rosnącej konkurencji rynkowej, komercjalizacji, koncentracji własności, fragmentacji audytorium. Przede wszystkim jednak znajdują się pod silną presją procesu konwergencji technologicznej, który pogłębia się wraz z upowszechnianiem technologii cyfrowej.

OFCOM definiuje konwergencję jako „ciągłą wzrastającą tendencję po poszerzania zakresu różnego rodzaju zawartości (audio, wideo, tekst, obraz) i usług rozpowszechnianych w sieciach radiowych i telewizyjnych, infrastrukturze mobilnej, na satelitach, w systemach kablowych, w cyfrowej naziemnej telewizji i radia) do odbioru przez różnego rodzaju urządzenia (PC, PDA, TV, telefony komórkowe itd)”¹. Jednakże zmiany funkcjonowania mediów sprzężonych z telekomunikacją i informatyką, a więc zmiany, które są skutkiem procesu konwergencji, dotyczą w tej samej mierze technologii, otoczenia rynkowego, zachowań konsumentów, jak i regulacji prawnych. Te zmiany są tak rozległe, że w odniesieniu do mediów można

dzisiaj mówić o wielu rodzajach konwergencji: korporacyjnej, w tym programowo-produkcyjnej, przemysłowej, rynkowej, polityczno-prawnej czy przestrzenno-kulturowej².

Proces konwergencji wyznaczają obecnie:

- zdolność różnych platform technologicznych (sieci telekomunikacyjne, telewizja kablowa, nadajniki satelitarne) do świadczenia podobnego rodzaju usług (przesyłanie obrazów, rozmowy telefoniczne, dostęp do internetu);
- urządzenia elektroniczne przystosowane do zastosowań wielofunkcyjnych.

Z technicznego punktu widzenia głównym czynnikiem wpływającym na rozwój usług konwergentnych jest technika IP i mechanizmy udostępniane przez protokoły aplikacyjne, a przede wszystkim SIP (Session Initiation Protocol) w powiązaniu z różnymi metodami dostępu szerokopasmowego. Konwergencja technologiczna spowodowała nie tylko fundamentalne zmiany w krajobrazie mediów, zmiany w łańcuchu wartości mediów, ale także wywołała konieczność zmian w obszarze regulacji. Przykładem tych ostatnich są regulacje wprowadzone

¹ *The communications market*, London 2008, s. 61.

² K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011.

przez Dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych³. Dyrektywa uznaje neutralność technologii, a także znacznie rozszerza zakres przedmiotowy regulacji o usługi audiowizualne nielinearne oraz zakres przepisów regulujących zawartość przenoszoną przez sieci i różnego rodzaju platformy dystrybucyjne.

Proces konwergencji technologicznej, przechodzenie z nadawania analogowego na nadawanie cyfrowe czy dynamiczny rozwój popularności internetu i usług nielinearnych sprawiają, że nie tylko trudno postawić granice pomiędzy starymi i nowymi mediami, ale jednocześnie w sposób precyzyjny zdefiniować obszar działania nadawców publicznych. W tym kontekście ścierają się ze sobą różne koncepcje, które z jednej strony skazują media publiczne na działalność jedynie w obszarze tradycyjnej radiofonii i telewizji, z drugiej zaś strony wskazują potrzebę wykorzystywania przez media publiczne nowych technologii cyfrowych.

Wejście w świat nowych technologii i multiplikowanych platform wymaga od nadawców różnicowania oferty programowej ze względu na gatunki i formaty tak, by docierać do możliwie wszystkich segmentów audytorium wszędzie tam, gdzie to możliwe, i w każdym czasie. W szczególności chodzi o takie formaty i gatunki, które są nieopłacalne dla sektora komercyjnego, a które podkreślają społeczny charakter nadawców publicznych, jak również takie, które zwiększą atrakcyjność i dostępność oferty, zwłaszcza dla młodych generacji użytkowników telewizji. Ten proces wymusza ciągłe i znacznie większe inwestowanie, po to by nadążyć za zmianami technologicznymi i sprostać konkurencji, ale równocześnie wymaga zmian zasad kształtowania budżetu i wprowadzenia bardziej rynkowego sposobu wewnętrznego podziału budżetu.

W artykule próbuję odpowiedzieć na pytania, jak w powyższych okolicznościach postępują nadawcy publiczni; jak wykorzystują nowe technologie; jak na nową sytuację, w jakiej się znajdują, wpływają regulacje europejskie.

Nowe usługi w portfolio nadawców publicznych – regulacje europejskie

W większości państw członkowskich Unii Europejskiej nadawcy publiczni odgrywają główną rolę w procesie cyfryzacji. Ponadto publiczne organizacje radiowo-telewizyjne, podobnie jak ich komercyjni konkurenci, z powodzeniem operują w internecie, a ich oferta jest dostępna obecnie na innych platformach dystrybucyjnych. Coraz częściej wspomniane organizacje są określane mianem mediów służby publicznej (Public Service Media), a nie radiowo-telewizyjnych nadawców służby publicznej (Public Service Broadcasting).

W ten sposób akcentuje się wchodzenie mediów publicznych do środowiska nowych mediów, gdzie spotykają się z oporem ze strony nadawców prywatnych uznających ten obszar za swoje wyłączne dominium. Uważają oni bowiem, że aktywna obecność nadawców publicznych w tym obszarze stanowi naruszenie zasad uczciwej konkurencji. Głównym przedmiotem kontrowersji jest zakres misji publicznej (*public service remit*), a więc funkcji realizowanych przez media publiczne. Wykorzystywanie nowych technologii przez nadawców publicznych rodzi niejasności. Nigdy zresztą nie zostało jednoznacznie uregulowane przez Komisję Europejską ani przez Radę Europy. W tej sprawie istnieją jednak regulacje paneuropejskie, które formułują co najmniej warunki ogólne, w jakich to może się odbywać. Istotnym źródłem okazał się być Komunikat KE z 2001 r.⁴, w którym

³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady o audiowizualnych usługach medialnych, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej Nr L95 z dnia 15 kwietnia 2010 r.

⁴ Komunikat w sprawie udzielania pomocy państwa dla radiofonii i telewizji publicznej, Dz.U. 2001/C 320/03.

Komisja odniosła się do statusu nowych usług oferowanych przez nadawców publicznych, np. w internecie, stwierdzając, że mogą wchodzić w zakres misji publicznej, jeżeli – jak to stanowi Protokół amsterdamski – „zaspokajają potrzeby demokratyczne, społeczne i kulturalne społeczeństwa”⁵. Ważne było też Zalecenie Komitetu Ministrów dla państw członkowskich z 31 stycznia 2007 roku⁶. W tym dokumencie Komitet Ministrów wzywa rządy państw członkowskich między innymi do zagwarantowania fundamentalnej roli mediów publicznych w nowym środowisku cyfrowym; określenia jasnego zakresu misji mediów publicznych i umożliwienia im wykorzystywania nowych środków technicznych, aby lepiej mogły wypełniać swoją misję i zaadaptować się do zasadniczych zmian, jakie obecnie mają miejsce w pejzażu medialnym i technologicznym pejzażu. Jak również do zmian zachowań słuchaczy i widzów oraz oczekiwań konsumentów.

Następnie w komunikacie z 2009 r., który zastąpił komunikat z 2001 r., Komisja stwierdziła, że nadawcy publiczni mogą korzystać z pomocy państwa w celu dostarczania usług audiowizualnych za pośrednictwem nowych platform dystrybucyjnych istniejących w środowisku cyfrowym, uznając za działalność komercyjną te treści o wysokiej oglądalności, które są przekazywane na zasadzie *pay-per-view* lub subskrypcji, a więc te, które według Komisji nie stanowią części zrównoważonego i zróżnicowanego programu publicznego nadawcy⁷.

Od czasu komunikatu KE z 2001 r. w sprawie udzielania pomocy państwa dla radiofonii

i telewizji publicznej zmiany technologiczne doprowadziły do zasadniczych zmian na rynku mediów, między innymi do zwiększenia konkurencji z nowymi podmiotami wchodzącymi na rynek oraz dostępności nowych usług medialnych. Aby konkurować na rynku, zarówno nadawcy publiczni jak i prywatni muszą różnicować swoją działalność, przedstawiając się na nowe platformy dystrybucyjne i rozszerzając zakres świadczonych usług. To zróżnicowanie działalności nadawców publicznych finansowanej z publicznych środków spowodowało wzrost liczby skarg innych uczestników rynku. Od przyjęcia komunikatu z 2001 r. doszło również do ważnych zmian w regulacjach prawnych – m.in. do wprowadzenia wspomnianej Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, a także Europejskiej Agendy Cyfrowej 2010–2020 dotyczącej tworzenia ram prawnych, które między innymi ułatwiają cyfryzację i rozpowszechnianie dzieł kultury, europejskiej polityki w zakresie widma radiowego samoregulacji dostawców usług⁸.

W kontekście dywersyfikacji publicznych usług radiowych i telewizyjnych Komisja uważa, że nadawcy publiczni powinni wykorzystywać możliwości, jakie oferuje cyfryzacja oraz usługi świadczone za pośrednictwem internetu, oferując usługi na wszystkich platformach – pod warunkiem, że nie zakłócają konkurencji oraz nie powodują niewspółmiernych skutków na rynku. Jednak od państw członkowskich zależy, czy istotne nowe usługi audiowizualne planowane przez nadawców publicznych spełniają wymogi Protokołu amsterdamskiego,

⁵ Protokół amsterdamski do Traktatu Europejskiego z 2 października 1997 r., Dz.U. z 2004 r. Nr 90 poz. 864/31.

⁶ A. Jaskiernia, *Polityka Unii Europejskiej w sprawie zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 4, s. 93–106.

⁷ Komunikat w sprawie stosowania zasad pomocy państwa wobec radiofonii i telewizji publicznej, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej 2009/C 257/1.

⁸ *Digital Agenda: investment in digital economy holds key to Europe's future prosperity*, 2010, http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5789 [dostęp: 17.05.2010].

tj. czy służą demokratycznym, społecznym i kulturalnym potrzebom społeczeństwa, nie wywierając nieproporcjonalnego wpływu na warunki handlu i konkurencję oraz które usługi uznają się za rzeczywiście nowe.

Nowe usługi medialne świadczone przez nadawców publicznych (wybrane przykłady)

Wejście mediów publicznych do świata nowych technologii oznacza nie tylko nową formułę programu, lecz również nową infrastrukturę produkcyjną i odmienny od dotychczasowego tok produkcji. Nadawcy publiczni dokonują zmian organizacyjnych, aby dostosować się do nowego środowiska i nowych sposobów produkcji. Dotyczy to w największej mierze wykorzystania multimedialnych – towarzyszących programowi lub przybierających postać odrębnych usług internetowych – zwiększenia liczby programów oraz konwergencji mediów.

Dobrym przykładem wchodzenia w nowe technologie jest radio. Dzisiaj generalne tendencje odbioru radia są następujące⁹:

- biorąc pod uwagę średni czas odbioru, słuchanie radia w pasmach AM i FM wyraźnie się zmniejsza;
- w większości krajów wzrasta jednocześnie słuchanie radia w sieci, zwłaszcza przez interaktywne usługi portali muzycznych takich jak Pandora (tylko dla USA), Spotify, Last.fm etc.;
- wejście na rynek smartfonów, przynosząc szybki przyrost różnego rodzaju aplikacji i zwiększenie muzycznych usług interaktywnych, stało się zasadniczym czynnikiem wzrostu słuchalności w urządzeniach mobilnych;
- aplikacje radiowe czy dźwiękowe wykorzystywane w urządzeniach mobilnych stały się bardziej interaktywne i spersonalizowane;

- daje się zauważyć szybki wzrost wpływu na program radiowy mediów społecznych. Coraz częściej słuchacze, szczególnie młodszy, słuchanie radia realizują przez Facebook, MySpace, Twitter i YouTube.

Radio w świecie cyfrowym, wykorzystując nowe technologie i techniki opowiadania, dodaje dzisiaj wizualny wymiar swojej zawartości. W najprostszej postaci wizualizacja radia wiedzie od wyświetlania grafiki na cyfrowe telewizory, różnego rodzaju aplikacje obecne w smartfonach i odtwarzaczach sieciowych (takich jak UK Radio Player) do społecznej zawartości multimedialnej. Takie projekty takie jak RadioDNS i dDAB wskazują, że słuchacze radia korzystają z ekranu po to, by zobaczyć informacje, które mogą być pominięte w narracji radiowej, np. tytuły utworów. Ale system RadioDNS idzie krok dalej i pozwala, jak np. w londyńskiej Capital FM, przekazywać na ekranie informacje dotyczące opóźnień w systemie londyńskiego metra i inne informacje lokalne. Wizualność w coraz większym stopniu wykorzystują stacje BBC – Radio One, Radio Two czy Radio Sport Five Live.

Chodzi jednak o to, by technologia i jej relacje z audytorium ewoluowały do punktu, w którym radio może wprowadzić wizualizację, nie zmniejszając wpływu dźwięku i nie zmieniając w sposób istotny dźwiękowego charakteru radia, tak jak się to stało w przypadku Czwórki w Polskim Radiu SA.

W krajobrazie współczesnych mediów dominuje internet – największa sieć usług multimedialnych, a jednocześnie globalny system teleinformatyczny i komunikacyjny. Internet jest esencją procesu konwergencji technologicznej, zatem najbardziej spektakularnie jest widoczny w mediach elektronicznych.

Obecna infrastruktura internetu nie jest jednak przystosowana do równoległej emisji

⁹ *Public radio and new media platforms*, Geneva 2011.

programu (radiowego i telewizyjnego) *live* dla milionów odbiorców. Dedykowany strumień danych może być wysyłany do każdego użytkownika osobno. W związku z tym sieć przesyłowa może być łatwo zapełniona milionami strumieni danych. Ten problem rozwiązuje się przez uruchamianie tzw. *multicastingu* polegającego na przesyłaniu strumieni danych do lokalnych serwerów, które następnie zaopatrują je w dane indywidualnych użytkowników. W związku z tym niezbędne są ogromne inwestycje na rozwijanie tej technologii i operatorzy sieci szerokopasmowych zwykle budują własne sieci multicastingowe.

Powstaje pytanie, czy internet wyprze w przyszłości radio i telewizję, tak jak to przewiduje wiele prognoz. Jak się wydaje prognozy tego rodzaju przyjmują przynajmniej dwa błędne założenia.

Po pierwsze, nowe usługi interaktywne wielu jeszcze odbiorcom nie przynoszą wystarczających korzyści. Jednocześnie ignoruje się tutaj różne funkcje telewizji i radia jako mediów konwencjonalnych. Po drugie, intensywność korzystania z internetu jest przeceniana, a wynika to z różnych miar zasięgu internetu oraz telewizji i radia.

W Europie w dalszym ciągu, ale zwłaszcza w USA, odbiór telewizji, a nawet radia i muzyki (CD, MP3) przewyższa korzystanie z internetu. O ile jednak telewizja i internet stanowią raczej media konkurencyjne, to radio i internet – komplementarne, a proces konwergencji przejawia się bardziej na poziomie dostawców (*software'u* i *hardware'u*) aniżeli zachowań odbiorców. Jednak technologia gwałtownie się zmienia. Jeżeli jeszcze kilka lat temu chodziło o strony (*websites*) i proste usługi wyszukiwawcze i przeglądowe, dzisiaj świat wchodzi w środowisko aplikacji zarządzanych przez nowe systemy operacyjne, np. Android. Jednym z bardziej spektakularnych zjawisk ostatnich lat jest rozwój nowej generacji telewizji – Smart TV (inaczej Connected TV, Telewizja 3G lub Telewizja inteligentna) i nowej generacji radia – radia hybrydowego. Jest to technologia,

która łączy w odbornikach telewizyjnych i radiowych usługi linearne z nielinearnymi, dostępnymi przy użyciu internetu, oraz w której dochodzi do integracji usług dostępnych przez internet z tradycyjną telewizją i radiem. Dostępność usługi polega tutaj na tym, że program telewizyjny czy radiowy jest nadawany drogą satelitarną, naziemną lub kablową, a usługi dodatkowe są dostępne poprzez portale internetowe. Jednak o tym, co będzie udostępniane w tej usłudze decyduje nadawca, który może oferować wyłącznie własne serwisy lub podpisać umowy z firmami zewnętrznymi (np. sklepami internetowymi). Natomiast dostępność serwisu jest uzależniona od dostawcy usług telewizyjnych i radiowych, który powinien taką funkcję włączyć w zakres oferty.

To, co dzisiaj w największej mierze buduje przyszłość mediów (w tym mediów o charakterze publicznym), to trzy właściwości nowych mediów: interaktywność, nielinearność, mobilność oraz wykorzystywanie przez nadawców mediów społecznościowych. Poniższe wybrane przykłady dotyczą przede wszystkim tzw. dodatkowych usług oferowanych przez nadawców publicznych działających w krajach charakteryzujących się dużym poziomem zaawansowania technologicznego.

Przykładem pierwszej z nich jest BBC Red Button – usługa interaktywna oferowana przez brytyjskiego nadawcę publicznego BBC na wszystkich platformach cyfrowych (kablowych, satelitarnych i naziemnych). Usługa została wprowadzona w listopadzie 2001 roku i zastąpiła BBCi, a przedtem BBC Text. Red Button oferuje usługi tekstowe oraz wideo obejmujące m.in. różnego rodzaju dane, informacje dodatkowe, kwizy etc. Obecnie Red Button umożliwia m.in. sprawdzenie aktualnych wiadomości lokalnych, krajowych i międzynarodowych, wiadomości sportowych, rezultatów rozgrywek sportowych; wybranie alternatywnych komentarzy do wydarzeń sportowych lub kilku alternatywnych wydarzeń sportowych relacjonowanych na żywo; sprawdzenie prognozy pogody oraz informacji

biznesowych; możliwość komentowania programów na żywo oraz wybór gier dla dzieci.

Przykładem usługi nieliniowej jest ZDFmediathek – platforma stworzona przez niemieckiego nadawcę publicznego ZDF, na której są dostępne archiwalne audycje na żądanie¹⁰. ZDFmediathek jest zintegrowana z platformą streamingową, a także z kanałem RSS i podcastingiem. Platforma pozwala na oglądanie programów nadawanych przez ZDF w ciągu ostatnich siedmiu dni, a także oglądanie relacji na żywo dzięki transmisji strumieniowej. Ponadto usługa pozwala na tworzenie własnej listy ulubionych programów. Dodatkowo na platformie są umieszczone galerie zdjęć oraz pliki multimedialne o charakterze edukacyjnym. Ta usługa może być odbierana zarówno przez odpowiednio wyposażone odbiorniki telewizyjne, komputery osobiste, jak i telefony komórkowe umożliwiające przeglądanie stron www.

Usługi mobilne z kolei to dzisiaj przede wszystkim aplikacje dostępne np. w smartfonach i wykorzystywane zarówno przez radio jak i telewizję. Przykładem tego typu usługi był projekt pilotażowy telewizji mobilnej fińskiego nadawcy publicznego YLE i wielu firm prywatnych, w tym operatorów infrastruktury (np. TeliaSonera Finland) oraz dostawców treści medialnej. Projekt rozpoczął się w marcu 2005 roku, a zakończony w czerwcu 2005 roku¹¹. W tym czasie wyselekcjonowana grupa abonentów telefonii komórkowej, wyposażonych w odpowiedni sprzęt umożliwiający im odbiór telewizji mobilnej (w standardzie DVB-H), miała dostęp do programów fińskich (w tym telewizji publicznej YLE) oraz programów zagranicznych, np. CNN, BBC World. Projekt

posłużył badaniu aktywności konsumentów telewizji mobilnej w Finlandii – wznowiono go także podczas mistrzostw świata w lekkiej atletyce w sierpniu 2005 roku.

Szczególne miejsce w krajobrazie współczesnych mediów zajmują media społecznościowe, a więc internetowe serwisy oparte na Web 2.0, tj. zbioru aplikacji, które sprzyjają interaktywności, modułowej interoperacyjności i współpracy. Są to portale społecznościowe, wiki, blogi i rozmaite agregacje wraz z dziesiątkami aplikacji, które pozwalają użytkownikom dzielić się treściami i zmieniać je do woli. W szerszej perspektywie teoretycznej Web 2.0 jest tym, co Lawrence Lessig nazwał, w odróżnieniu od kultury „Read Only” (Tylko do odczytu), kulturą „Read/Write” (Odczytaj/Zapisz)¹². Ta pierwsza charakteryzuje się ostrą dystynkcją między producentów i konsumentów w oparciu o model dystrybucji przypominający wykład. Natomiast w kulturze R/W różnica między producentami i konsumentami zaciera się, a kultura staje się bardziej „szwedzkim stołem” niż wykładem. Kluczowe znaczenie dla kultury R/W ma otwarty, w zasadzie nieograniczony dostęp do informacji, ale także możliwość generowania, przetwarzania i wysyłania własnych treści.

W badaniach EBU „Why it Works?” z 2011 r. w 22 z 28 analizowanych audycji radiowych nadawców publicznych z siedmiu krajów w Europie wykorzystywano jako środki produkcji radiowej blogosferę, Facebook, Twitter, YouTube, Daily Motion, Anobii, My Space, Spotify¹³. Osiem z badanych audycji miało własny blog (Caterpillar i Il Ruggito we Włoszech, Asuntos Propios, Hoy Empieza Todo i L’ofici de la viure

¹⁰ P. Stępka, *Aktywność europejskich mediów publicznych w obszarze nowych usług medialnych – stan dyskusji*, Warszawa 2007.

¹¹ P. Stępka, *Aktywność europejskich mediów publicznych...*, dz. cyt. s. 11.

¹² L. Lessig, *Creatives face a closed Net*, „Financial Times” 2005, <http://news.ft.com/cms/s/d55dfe52-77d2-11da-9670-0000779e2340.html> 2005 [dostęp: 17.05.2010].

¹³ „Why it works” – PSM radio format case studies [w:] *Public radio and new media platforms*, Geneva 2011.

w Hiszpanii, P4 Extra w Szwecji i Chris Moyles Show w Wielkiej Brytanii). W przebadanej grupie 20 audycji posiada profil na Facebooku, 16 – profil na Twitterze; 14 – zarówno na Facebooku i Twitterze¹⁴ (EBU 2011). W grudniu 2011 r. Facebook miał 845 mln aktywnych użytkowników miesięcznie, a Twitter – 100 milionów. Są one, jak dotąd, najbardziej popularne wśród mediów społecznościowych na świecie.

Facebook jest o wiele częściej wykorzystywany przez producentów radiowych niż Twitter, ponieważ został lepiej zintegrowany z procedurami produkcji radiowej. Wśród audycji, które najczęściej współpracują z portalami społecznościowymi, są oczywiście te, skierowane do młodszej widowni. Wielkie audytoria radiowe nie są automatyczną gwarancją dla szerokiej działalności społecznej mediów. Jednakże media społecznościowe odgrywają wielką rolę w aktywizacji audytoriów.

Nadawcy publiczni a nowa struktura organizacji produkcji w warunkach konwergencji

Problemy strategiczne rozwoju nadawców publicznych w perspektywie zarządzania zmianą technologiczną, i w powiązaniu ze zmianami oferty programowej, wydają się dzisiaj najistotniejsze. Ściśle biorąc, chodzi o odpowiedź na pytanie, w jaki sposób medialna organizacja publiczna ma skutecznie odnieść się do zmian otoczenia wynikających ze zmian technologicznych.

Nadawcy stają się rzeczywiście beneficjentami zmiany technologicznej, ale dopiero wówczas, gdy organizacja opuszcza jednorodny system medialny, mediocentryczny i wkracza w obszar organizacji multimedialnej skoncentrowanej na produkcji programu i zawartości dla wszystkich kanałów dystrybucji. Właściwe

przeprowadzenie tej zmiany jest jedną z kluczowych decyzji kierownictwa medium publicznego. Przystawienie się na produkcję zorganizowaną wokół serwerów komputerowych, choć różny w różnych organizacjach, to kierunek strategiczny tutaj oczywisty. Istota struktury nowej technologii tkwi w przekształceniu starej struktury w sieciowe systemy produkcji przy wykorzystaniu treści programowych magazynowanych w serwerach. To dopiero pozwala zespołom produkcyjnym na komputerową obróbkę programów, z możliwością bezpośredniego dostępu do materiałów archiwalnych. I właśnie zbiory programowe, jako pamięć masowa, będą odgrywały centralną rolę w produkcji opartej na serwerach. Stają się one nie tylko magazynami starych programów, lecz również zawierają materiał surowy, dostępny do montażu dla wszystkich zespołów produkcyjnych przygotowujących materiały w różnych formatach, i dla wielu platform dystrybucyjnych. Systemy archiwalne nie są w takim systemie odrębnymi strukturami wykorzystywanymi w izolacji od bezpośredniego procesu produkcji. Przeciwnie – stają się podstawą systemu zarządzania aktywami medialnymi i systemu zarządzania zawartością, muszą więc zostać zintegrowane z systemem produkcji oraz współdziałać z innymi podsystemami. Archiwa w toku produkcji przesuwają się zatem „w górę rzeki”, z pozycji ostatniego etapu – do pozycji centralnej.

Oczywiście, systemy produkcji sieciowej mogą powstać w nowych strukturach organizacyjnych, w warunkach nowego toku produkcji, nowych postaw i umiejętności załogi. Spełnienia tych warunków wymagał wprowadzony w Polskim Radiu w 2005 r. system produkcyjny¹⁵. Intencją jego wprowadzenia, oprócz stworzenia możliwości precyzyjnego liczenia

¹⁴ Tamże, s. 75.

¹⁵ Zob. *Polskie Radio SA u progu ery multimedialnej. Strategia rozwoju w latach 2003–2006 i kolejnych*, Warszawa 2003.

kosztów produkcji zgodnie z dwoma założeniami: „pieniądz idzie za audycją” i „*value for money*”, było przekształcenie tradycyjnie zorganizowanej organizacji radiowej w strukturę skierowaną na funkcjonalność i multimedia. Projekt, już wdrażany, został zarzucony przez nowe kierownictwo radia w 2006 r.

Tradycyjną strukturę, której początki sięgają jeszcze początków radiowych organizacji publicznych, można określić jako „skierowaną na medium”. Polega ona na tym, że organizacja ma własny personel produkcyjno-realizacyjny, studia i zaplecze techniczne oraz kadre zarządzającą. Korzyść z takiej struktury jest mniejsza w środowisku multimedialnym, gdzie technologie, prawa do audycji i sposoby pracy łączą się, przekreślając tradycyjne podziały organizacyjne. W tej sytuacji wprowadza się „strukturę skierowaną na funkcjonalność lub multimedia”. Organizacja o takiej strukturze (niezależnie do tego, czy jest to organizacja monomedialna jak Polskie Radio, czy bimedialna – radiowo-telewizyjna jak np. BBC) zawiera stosunkowo autonomiczne części (w naszym przypadku radio, multimedia) do działania w głównych obszarach: anten, produkcji treści, służb technicznych oraz usług wewnętrznych. Samej produkcji programu/ treści nie dzieli się jednak na anteny, lecz zgodnie z gatunkami programowymi. Taka struktura umożliwi synergiczne wykorzystanie zasobów ludzkich, programowych; pomysłów pochodzących z różnych działów, a także – co może najistotniejsze – treści programowych zawartych w różnych kanałach lub usługach, a przez zwielokrotnione platformy dystrybucyjne dostępnych w różnych urządzeniach odbiorczych.

Oczywiście taka organizacja produkcji narzuca inny sposób dystrybucji zasobów finansowych. Tradycyjnie podział tych zasobów był dokonywany w dorocznym procesie, według

odgórnie ustalonych budżetów między wszystkie jednostki, i na tych samych zasadach, co w roku poprzednim. To, oczywiście, dawało programom, szefom programów i innych jednostek, wreszcie – twórcom audycji wysoki poziom bezpieczeństwa i pewności. Niestety, w konsekwencji powodowało to nie tylko „zamrażanie” zasobów lecz również bierność, brak świeżych pomysłów. W takiej sytuacji trudno było znaleźć środki na finansowanie nowych przedsięwzięć i dokonywać zmiany priorytetów w trakcie roku.

System producencki, jako rynkowy sposób wewnętrznego podziału zasobów finansowych, miał zmienić powyższą sytuację. W tym modelu budżet znajduje się w gestii dyrektorów anten, a właściwie – w rękach redaktorów zamawiających. W takim modelu łatwiej zmieniać priorytety, przesuwać zasoby, wywołać konkurencję wewnętrzną i pomysłowość, zwiększyć efektywność wydawanych środków. To oznacza m.in. że dla każdej platformy dystrybucyjnej treści programowe powinny być optymalizowane lub też dostosowywane w celu osiągnięcia jak najlepszego efektu programowego.

Zakończenie

Pomimo różnych problemów finansowych i organizacyjno-prawnych publiczni nadawcy radiowi i telewizyjni w Europie są coraz bardziej obecni w środowisku nowych technologii cyfrowych. Analizując w tym kontekście stanowiska Rady Europy i Unii Europejskiej można zauważyć, że o ile Rada Europy wspiera wykorzystywanie nowych technologii przez media publiczne, to Komisja Europejska zajmuje w tej sprawie stanowisko niejednoznaczne. W skrajnej postaci, jak określają tę postawę niektórzy badacze, jest to niechęć wobec mediów publicznych, u źródła której tkwią przekonania o charakterze ideologicznym¹⁶.

¹⁶ K. Jakubowicz, *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką*, Warszawa 2010.

Dla wielu nadawców publicznych obecne radykalne zmiany technologiczne stanowią w większym stopniu zagrożenie dla ich istnienia, aniżeli szanse na rozwój. Tymczasem właśnie nowe technologie umożliwiają lepszą jakościowo obsługę odbiorców, budując wiarygodność nadawców publicznych w świecie pełnym

chaosu i niepewności. Tworzą szanse, by medialne organizacje publiczne stały się głównym motorem przemysłu kreatywnego i czynnikiem rozwoju kultury, a także dostawcą takich treści i gatunków programowych, które w najwyższym stopniu uzasadniają ich istnienie.

Media publiczne w świecie konwergencji – regulacje europejskie a praktyka komunikacyjna

Public service media in the era of convergence – European regulation and practice of communication

Stanisław Jędrzejewski

SŁOWA KLUCZOWE

radio, telewizja, nowe media, regulacje w mediach, digitalizacja

STRESZCZENIE

Mediamorfoza, której jesteśmy dzisiaj świadkami, składa się z jednocześnie następujących dwóch fal: przejścia z nadawania analogowego na cyfrowe oraz wejścia do technologii informacyjnych (IT). Dotyczy to operacji gromadzenia i przechowywania, przetwarzania i dystrybucji przekazów. Wszystkie odbywają się w technologii cyfrowej, w warunkach konwergencji klasycznego radia i telewizji, telekomunikacji i IT. Innymi słowy – dzięki połączeniu atrybutów radia i telewizji, telefonu i komputera. Rewolucja technologiczna jest tak głęboka, że mówimy dziś o zmierzchu starych mediów drukowanych i elektronicznych oraz pojawieniu się nowych. Punkt krytyczny w rozwoju nowych mediów sytuuje się w latach 90. XX wieku, ponieważ właśnie wtedy pojawił się internet – medium, a zarazem potężne źródło informacji i nowa płaszczyzna komunikacji społecznej. Dzisiaj jest esencją nowych realiów technologicznych rozwoju mediów. Artykuł jest próbą odpowiedzi na pytania, jak w tych okolicznościach postępują nadawcy publiczni?; jak wykorzystują nowe technologie?; jak na nową sytuację, w jakiej się znajdują, wpływają regulacje europejskie?

KEY WORDS

radio, television, new media, media regulation, digitalization

ABSTRACT

Mediamorphosis, which we are witnessing today is made up of both of: the transition from analogue to digital broadcasting and the entrance to the information technology (IT). This applies to collection and storage, processing and distribution in digital technology, in terms of convergence of broadcasting, telecommunications and IT. In other words – by combining the attributes of radio and television, phone and computer. The critical point in the development of new media and internet was in the 1990s. In that time internet was introduced and became yet another powerful source of information and social communication.

The paper is an attempt to answer the questions of how public service broadcasters adopt new technologies and to what extent the new situation is influenced by European regulation?

Unia Europejska i Rada Europy a kwestie ochrony praw człowieka w internecie. Europejskie standardy zarządzania internetem

Alicja Jaskiernia, Michał Głowacki

Kwestie ochrony praw człowieka w środowisku cyfrowym, w tym zwłaszcza ochrony danych osobowych, reguł demokratycznego zarządzania internetem oraz ustanowienia *habeas corpus* w europejskiej przestrzeni cyfrowej w sprawie ochrony praw podstawowych, stanowiły główny obszar działań Unii Europejskiej oraz Rady Europy w 2014 r. Obie organizacje zajęły zdecydowane stanowisko w globalnej debacie na temat modelu polityki medialnej w obszarze internetu, opowiadając się za modelem wielostronnego i wielopodmiotowego zarządzania niepodzielną „siecią sieci”. Jest w niej stale obecny wątek działalności w Europie wielkich korporacji z Doliny Krzemowej oraz konieczności przygotowania jednolitych i przejrzystych standardów polityki medialnej w epoce internetu. Obie organizacje wypracowały istotne projekty dokumentów dotyczących m.in. standardów ochrony danych osobowych i prywatności w Europie oraz promowania uczestnictwa obywateli w procesach demokratycznego zarządzania w mediach w epoce cyfrowej.

Rada Europy

Prawa człowieka w kontekście użytkowników internetu

W dniu 16 kwietnia 2014 roku Komitet Ministrów Rady Europy przyjął Zalecenie CM/

Rec(2014)6 w sprawie przewodnika po prawach człowieka w kontekście użytkowników internetu. Powołując się na standardy Rady Europy – w szczególności dokumenty promujące wolność słowa, dostęp do informacji, prawo do wolności zgromadzeń i do ochrony danych osobowych – Komitet Ministrów przypomniał, że „państwa członkowskie mają obowiązek zabezpieczenia wszystkim obywatelom w ramach ich jurysdykcji praw człowieka i podstawowych wolności, które zapisane są w Europejskiej Konwencji Praw Człowieka”. W dokumencie podkreślono, że ten obowiązek ma znaczenie także w kontekście korzystania z internetu, co może przyczyniać się do zwiększania poziomu przejrzystości i odpowiedzialności w działalności władz publicznych oraz promowania uczestnictwa obywateli w procesach demokratycznych. Prawa człowieka w przypadku użytkowników internetu zostały zdefiniowane w przewodniku, który stanowi załącznik do Zalecenia CM/Rec(2014)6. Podstawowym celem dokumentu jest uświadomienie użytkownikom internetu ich praw, możliwych ograniczeń, a także środków, które mogą te ograniczenia minimalizować. Katalog opiera się na podstawowych prawach człowieka oraz mechanizmach ich egzekwowania w kontekście dostępu do informacji, zakazu dyskryminacji, promowania

wolności słowa, wolności zgromadzeń i partycypacji, prawa do prywatności, ochrony danych osobowych, prawa do edukacji oraz praw dzieci i ludzi młodych. W odniesieniu do każdego z przypadków przewodnik określa jego znaczenie w kontekście korzystania z internetu, przywołując wielokrotnie praktyczne przykłady korzystania z poszczególnych praw i wolności. W przypadku wolności zgromadzenia się i stowarzyszania, dokument zwraca na przykład uwagę na prawo do swobody wyboru dowolnej witryny, aplikacji lub innych usług w celu wytworzenia, przyłączenia, mobilizacji i uczestnictwa w grupach społecznych i zespołów, bez względu na to, czy są one oficjalnie uznane przez władze publiczne. Przypomina też o prawie do pokojowego protestu w internecie oraz możliwości wykorzystania narzędzi online do udziału w lokalnych, krajowych i globalnych debatach publicznych, inicjatywach legislacyjnych i publicznej kontroli procesów decyzyjnych oraz udziału w kształtowaniu polityki zarządzania internetem. W kontekście zakazu dyskryminacji podkreśla się z kolei, że użytkownicy mediów online, którzy komunikują się z władzami publicznymi, dostawcami usług internetowych oraz treści i usług online, lub też z innymi internautami, nie mogą być dyskryminowani ze względu na płeć, rasę, kolor skóry, język, religię, przekonania, poglądy polityczne. A także ze względu na pochodzenie narodowe lub społeczne, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie lub – z jakichkolwiek innych przyczyn, takich jak pochodzenie etniczne – orientację seksualną lub wiek¹. Dokument został przygotowany przy udziale 13-osobowej międzynarodowej Grupy Ekspertów ds. Praw Użytkowników Internetu

(Committee of Experts on Rights of Internet Users – MSI-DUI), która była usytuowana przy Radzie Europy. Działania podejmowane przez członków MSI-DUI w okresie 6.06.2012–31.12.2013 miały przyczynić się do wdrażania Strategii Zarządzania Internetem Rady Europy (2012–2015). MSI-DUI badała istniejące standardy Rady Europy w sprawie praw człowieka i podstawowych wolności w zakresie internetu oraz pełniła funkcję ciała doradczego dla Steering Committee on Media and Information Society (CDMSI) we wszystkich kwestiach związanych z prawami i obowiązkami użytkowników zarówno internetu, jak i innych podmiotów online².

Ochrona dziennikarstwa oraz bezpieczeństwo dziennikarzy i innych aktorów medialnych

W pierwszej połowie 2014 roku Rada Europy przywiązywała szczególną uwagę do problemu ochrony i bezpieczeństwa dziennikarzy. Wraz tej realizowanej konsekwentnie strategii stanowi Deklaracja Komitetu Ministrów, która została przyjęta w dniu 30 kwietnia 2014 roku. Dokument zwraca uwagę na współczesne zagrożenia polegające na nękanii, zastraszaniu, pozbawianiu wolności, a nawet atakowaniu dziennikarzy z powodu wykonywanej przez nich pracy oraz ich poglądów. Rada Europy podkreśliła, że nadużycia tego typu często spotykały się w Europie z niewystarczającymi wysiłkami odpowiednich władz państwowych, które powinny doprowadzić do postawienia sprawców przed wymiarem sprawiedliwości, co w rezultacie prowadziło do ich bezkarności. W Deklaracji podkreślono, że współczesne zagrożenia nie ograniczają się wyłącznie do profesjonalnych dziennikarzy lub innych tradycyjnych

¹ Recommendation CM/Rec(2014)6 of the Committee of Ministers to member States on a Guide to human rights for internet users, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=2184807&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383> [dostęp: 26.07.2014].

² Committee of Experts on Rights of Internet Users, [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/msi-dui/MSI-DUI_ToR%20EN%20\(final\).asp#P1_58](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/msi-dui/MSI-DUI_ToR%20EN%20(final).asp#P1_58) [dostęp: 21.07.2014].

podmiotów medialnych. Alarmujące sytuacje dotyczą coraz częściej także innych podmiotów medialnych, które za sprawą rozwoju technologii cyfrowych biorą aktywny udział w debacie publicznej i kontrolują działalność władz publicznych. Dokument podkreśla, że ataki na dziennikarzy i inne podmioty medialne stanowią szczególnie poważne naruszenie praw człowieka, ponieważ „uderzają nie tylko w prawa osób fizycznych, ale pozbawiają także innych ich prawa do otrzymania informacji, ograniczając w ten sposób debatę publiczną, która jest w samym sercu pluralistycznej demokracji”. Przypomina także, że państwa członkowskie są zobowiązane zwalczać źródła ograniczania wolności wypowiedzi i debaty publicznej, które mogą polegać na naruszaniu prawa do dostępu do informacji lub braku ochrony źródeł dziennikarskich. W nawiązaniu do wszystkich omawianych w dokumencie problemów Rada Europy zwraca szczególną uwagę na rosnącą liczbę doniesień o atakach na dziennikarzy i inne podmioty medialne w wielu częściach Europy, a także na szczególne niebezpieczeństwa, z jakimi mogą się spotykać kobiety. Rada Europy zobowiązuje się do zintensyfikowania działań w zakresie ochrony dziennikarstwa i bezpieczeństwa dziennikarzy oraz innych podmiotów medialnych. Deklaruje także szerzenie wiedzy w tym zakresie, współpracując z innymi organizacjami międzynarodowymi³.

W maju 2014 r. w Strasburgu odbyło się spotkanie pt. „Round Table on Safety of Journalists – From Commitment to Action”, którego

cel stanowiła promocja dialogu między organizacjami wspierającymi wolność mediów i identyfikacja sposobów lepszego reagowania na poważne naruszenia praw człowieka wobec dziennikarzy⁴. Od 1 stycznia 2014 r. przy Radzie Europy działa 13-osobowy Komitet Ekspertów w sprawie ochrony dziennikarstwa i bezpieczeństwa dziennikarzy (Committee of Experts on Protection of Journalism and Safety of Journalists – MSI-JO), który zajmuje się przygotowaniem Zalecenia Rady Europy w oparciu o problemy poruszane wcześniej w Deklaracji. Zastrzeżenie do Deklaracji Komitetu Ministrów z 30 kwietnia 2014 r. zgłosiła Rosja, kwestionując stosowanie dokumentu w odniesieniu do „innych podmiotów medialnych” i uznając określenie za „niespecyficzne i nieposiadające jakiegokolwiek podstawy w wiążących międzynarodowych dokumentach prawnych”⁵.

Unia Europejska

Stanowisko Unii wobec globalnego procesu governance w obszarze internetu

W lutym 2014 r. Komisja Europejska (dalej: KE) przedstawiła komunikat pt. *Polityka wobec internetu i zarządzanie internetem. Rola Europy w kształtowaniu przyszłości zarządzania internetem*⁶. Unijna wizja zaprezentowana w komunikacie została oparta na trzech głównych zasadach: jednolitości i niepodzielności internetu jako „sieci sieci”; przestrzeganiu w internetowej przestrzeni wirtualnej tych samych norm i przepisów, jakie obowiązują w świecie rzeczywistym; wielostronnym systemie zarządzania⁷.

³ Declaration of the Committee of Ministers on the protection of journalism and safety of journalists and other media actors, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=2188999&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383-%20FR> [dostęp: 21.07.2014].

⁴ *Round Table on Safety of Journalists*, <http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/roundtable-en.asp> [dostęp: 23.07.2014].

⁵ Declaration of the Committee of Ministers on the protection of journalism..., dz. cyt.

⁶ Komunikat KE, *Polityka wobec internetu i zarządzanie internetem. Rola Europy w kształtowaniu przyszłości zarządzania internetem*, COM(2014)72, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2014:0072:FIN:EN:PDF> [dostęp: 17.07.2014].

⁷ Tamże, s. 3.

W komunikacie stwierdza się, że „Unia Europejska była zawsze przywiązana do koncepcji internetu jako jednej niepodzielnej przestrzeni, w której wszystkie zasoby powinny być dostępne w taki sam sposób, niezależnie od lokalizacji użytkownika i dostawcy”⁸. Cenzurowanie sieci przez blokowanie, spowalnianie lub dyskryminację treści, usług lub aplikacji oraz inne „czysto krajowe podejścia” może prowadzić do fragmentacji internetu, a w konsekwencji – zagrożić wolnemu przepływowi informacji.

W kwestii modelu zarządzania internetem w komunikacie zostało zaprezentowane stanowisko popierane na różnych forach globalnych przez Unię Europejską i Stany Zjednoczone, które stanowi, że najbardziej optymalny jest model wielopłaszczyznowego i wielopodmiotowego zarządzania (*governance*), w którym pozycji dominującej nie ma żaden z podmiotów dopuszczonych do decydowania o kształcie funkcjonowania sieci. KE uważa również, że procesowi *governance* powinny podlegać także kwestie techniczne dotyczące zarówno protokołów internetowych, jak i innych technologii informacyjnych, ponieważ mogą one „wywoływać znaczące skutki w zakresie polityki publicznej, oddziaływać na prawa człowieka (...) oraz wolność słowa w internecie”⁹. KE postuluje więc jak najszybsze ustalenie sposobów zglobalizowania funkcji Internetowej Korporacji ds. Nadanych Nazw i Numerów (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers – ICANN), przy jednoczesnym wzmocnieniu innych uczestników wielostronnego zarządzania, zwłaszcza Forum Zarządzania Internetem

(Internet Governance Forum – IGF). Komisja Europejska zdecydowanie opowiada się za faktycznym i równoprawnym udziałem wielu zainteresowanych stron w tym procesie. Przy czym nie powinien ona wykluczać ani rządów ani innych organów publicznych, których uprawnienia i legitymacja wywodzą się z procesów demokratycznych, do wypełniania ich obowiązków w dziedzinie polityki publicznej, jeżeli są one zgodne z powszechnymi prawami człowieka. W tym celu KE utworzyła Globalne Obserwatorium Polityki w obszarze internetu (Global Internet Policy Observatory – GIPO), będące platformą internetową do obserwowania rozwoju internetu¹⁰.

Wobec konieczności wypracowania jasnego stanowiska w kwestii zarządzania siecią Parlament Europejski (dalej: PE) w Rezolucji z 12 marca 2014 r. wezwał Komisję „do przedstawienia, najpóźniej w styczniu 2015 r., strategii UE dotyczącej demokratycznego zarządzania internetem”; ustanowienia „*habeas corpus* w europejskiej przestrzeni cyfrowej” w sprawie ochrony praw podstawowych; „uczynienie z UE referencyjnego gracza w obszarze demokratycznego i neutralnego zarządzania internetem”¹¹. PE wezwał Komisję „do podjęcia działań na szczeblu międzynarodowym (zwłaszcza wraz z ONZ) w dziedzinie współpracy z zainteresowanymi partnerami w celu realizacji unijnej strategii na rzecz demokratycznego zarządzania internetem”. W tym przypadku chodzi bowiem o to, by zapobiec niepożądanemu wpływowi poszczególnych podmiotów, przedsiębiorstw lub państw na działania

⁸ Tamże, s. 4.

⁹ Tamże, s. 9–10.

¹⁰ Na temat GIPO zob.: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/global-internet-policy-observatory-call-expressions-interest-feasibility-study> [dostęp: 3.07.2014].

¹¹ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie realizowanych przez NSA amerykańskich programów nadzoru, organów nadzoru w różnych państwach członkowskich i ich wpływu na prawa podstawowe obywateli UE oraz na współpracę transatlantycką w dziedzinie wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=EN&reference=P7-TA-2014-0230> [dostęp: 2.07.2014].

ICANN i Internet Assigned Numbers Authority (IANA)¹² przez zapewnienie odpowiedniej reprezentacji wszystkich zainteresowanych stron w tych organach, przy jednoczesnym unikaniu kontroli państwa, i cenzury oraz „balkanizacji” i fragmentaryzacji internetu”. PE wezwał też Unię Europejską – do objęcia przewodniej roli w „przebudowie struktury internetu i zarządzania nim” w celu zapobiegania.¹³

Modernizacja regulacji dotyczących bezpieczeństwa danych osobowych i prywatności w Unii Europejskiej

Parlament Europejski 12 marca 2014 r. przyjął pakiet projektów składający się z trzech kluczowych dokumentów w sprawie ochrony danych i prywatności: Rezolucję PE w sprawie inwigilacji obywateli Unii przez służby specjalne ze Stanów Zjednoczonych, projekt dyrektywy oraz rozporządzenia istotne dla ochrony danych osobowych.

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie realizowanych przez NSA amerykańskich programów nadzoru, organów nadzoru w różnych państwach członkowskich oraz ich wpływu na prawa podstawowe obywateli UE oraz na współpracę transatlantycką w dziedzinie wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych¹⁴ nawołuje do zaprzestania „prowadzenia nieograniczonego nadzoru na masową skalę” (pkt 20); „wzywa Stany Zjednoczone do bezzwłocznej zmiany przepisów w celu dostosowania ich do prawa międzynarodowego w taki sposób, aby uznać prywatność i inne prawa obywateli UE; by zapewnić

obywatelom UE możliwości sądowego dochodzenia roszczeń tak, aby prawa obywateli UE były traktowane na równi z prawami obywateli Stanów Zjednoczonych” (pkt 31) oraz „głęboko ubolewa, że taki dostęp jest zazwyczaj osiągnięty za pomocą bezpośredniego egzekwowania przez organy państw trzecich, z wykorzystaniem ich własnych przepisów, bez uciekania się do instrumentów międzynarodowych służących współpracy prawnej” (pkt 67). W odniesieniu do prac nad handlowym partnerstwem północnoatlantyckim (TTIP) „podkreśla, że biorąc pod uwagę znaczenie gospodarki cyfrowej w tej relacji i w odbudowie zaufania między UE a Stanami Zjednoczonymi, nie można być pewnym zgody Parlamentu Europejskiego na ostateczną umowę w sprawie TTIP” (pkt 73). W kontekście reformy danych PE „wzywa Komisję do przedstawienia wniosku ustawodawczego dotyczącego standardowych warunków ogólnych dla usług internetowych i telekomunikacyjnych oraz nadania organowi nadzoru uprawnień do monitorowania przestrzegania warunków ogólnych” (pkt 63); „wraża poważne zaniepokojenie w odniesieniu do obowiązku bezpośredniego ujawniania władzom państw trzecich danych i informacji osobowych obywateli UE, które są przetwarzane w ramach umów o świadczenie usług w chmurze obliczeniowej,” (pkt 66). PE wezwał Komisję „do przedstawienia, najpóźniej w styczniu 2015 r., strategii UE dotyczącej demokratycznego zarządzania internetem”; ustanowienia „*habeas corpus* w europejskiej przestrzeni cyfrowej” w sprawie ochrony praw podstawowych oraz „uczynienie z UE

¹² Zob. więcej: <http://www.internetgovernance.org/2014/07/20/the-first-meeting-of-the-iana-stewardship-transition-coordination-group/> [dostęp: 3.07.2014].

¹³ Komunikat KE, *Polityka wobec internetu...*, dz. cyt.

¹⁴ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie realizowanych przez NSA amerykańskich programów nadzoru, organów nadzoru w różnych państwach członkowskich oraz ich wpływu na prawa podstawowe obywateli UE oraz na współpracę transatlantycką w dziedzinie wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych (2013/2188(INI)) <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=EN&reference=P7-TA-2014-0230> [dostęp: 20.07.2014].

referencyjnego gracza w obszarze demokratycznego i neutralnego zarządzania internetem”¹⁵.

Rezolucja w sprawie wniosku dotyczącego ogólnego rozporządzenia o ochronie danych¹⁶ oraz Rezolucja w sprawie wniosku dotyczącego dyrektywy w sprawie ochrony osób fizycznych w zakresie przetwarzania danych osobowych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępstwom oraz swobodnego przepływu tych danych¹⁷, zostały przyjęte przygniatającą większością głosów (projekt rozporządzenia – 621 głosami za, przy 10 głosach przeciw i 22 wstrzymujących się, a projekt dyrektywy – 371 głosami za, przy 276 głosach przeciw i 30 wstrzymujących się). Po zakończeniu prac w nowym Parlamencie Europejskim rozporządzenie prawdopodobnie wejdzie w życie w 2016 r., bezpośrednio we wszystkich państwach Unii.

W obu Rezolucjach PE i KE proponują daleko idącą harmonizację, pozbycie się różnic i czasem – wręcz sprzeczności w przepisach na terenie całej Unii. Jednolite przepisy dotyczące ochrony danych będą obowiązywały nie tylko firmy unijne, ale także przedsiębiorstwa spoza UE, które oferują towary lub usługi jej obywatelom (np. za pośrednictwem internetu, jak Facebook, Google czy Amazon). Dostęp do informacji o tym, jak są przetwarzane nasze dane osobowe ma być łatwiejszy, a odpowiedzialność podmiotów przetwarzających dane – bardziej

oczywista i łatwiejsza do wyegzekwowania. Ponadto każdy obywatel będzie mógł wnieść skargę dotyczącą naruszenia przepisów rozporządzenia w swoim kraju, niezależnie od tego, w jakim kraju członkowskim jego dane osobowe są przetwarzane.

Projekty zasadniczo wzmacniają ochronę danych osobowych przesyłanych do krajów trzecich, wprowadzając poprawki nakładające na firmy (operatorów wyszukiwarek internetowych, sieci społecznościowych, czy przechowujących dane w „chmurze”) obowiązek uzyskania pozwolenia od krajowych organów odpowiedzialnych za ochronę danych na ujawnienie krajom trzecim jakichkolwiek informacji dotyczących obywatela UE. Za łamanie przepisów na firmy mogą być nakładane wysokie grzywny, sięgające albo 5 proc. rocznych obrotów, albo 100 milionów euro (w zależności od tego, która kwota będzie bardziej dotkliwa). Parlament okazał się pod tym względem bardziej surowy od Komisji Europejskiej, która proponowała kary w wysokości maksymalnie 2 proc. rocznych obrotów lub miliona euro.

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie ogólnego rozporządzenia o ochronie danych¹⁸ wprowadziła aż 207 poprawek do tekstu proponowanego przez Komisję. W poprawce 99 do art. 5, dotyczącej zasad przetwarzania danych osobowych, zostały określone warunki takiego przetwarzania.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Rezolucja ustawodawcza Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i swobodnym przepływem takich danych (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (COM(2012)0011, www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2014-0212+0+DOC+XML+V0//PL [dostęp: 20.07.2014].

¹⁷ Rezolucja ustawodawcza Parlamentu Europejskiego z dnia 12 marca 2014 r. w sprawie wniosku dotyczącego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony osób fizycznych w zakresie przetwarzania danych osobowych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępstwom, prowadzenia dochodzeń w ich sprawie, wykrywania ich i ścigania albo wykonywania kar kryminalnych oraz swobodnego przepływu tych danych (COM(2012)0010, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2014-0219+0+DOC+XML+V0//PL> [dostęp: 20.07.2014].

¹⁸ www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2014-0212+0+DOC+XML+V0//PL [dostęp: 20.07.2014].

Zgodnie z zapisem dane muszą być: a) przetwarzane zgodnie z prawem, rzetelnie i w sposób przejrzysty; b) zbierane w konkretnych, bezpośrednich i zgodnych z prawem celach i nieprzetwarzane dalej w sposób niezgodny z tymi celami; c) prawidłowe, właściwe i ograniczone do minimum niezbędnego; d) ściśle i, w razie konieczności, aktualizowane; f) przetwarzane pod nadzorem i na odpowiedzialność administratora, który zapewnia i jest w stanie wykazać zgodność z przepisami niniejszego rozporządzenia (odpowiedzialność). Wprawdzie nie zakazuje się tzw. profilowania, ale – zgodnie z poprawką 115 do art. 20 – każdy podmiot danych musi być „bardzo wyraźnie informowany o prawie do wyrażenia sprzeciwu wobec profilowania”. W art. 9 określono ściśle warunki przetwarzania wrażliwych kategorii danych osobowych. Poprawka 103 do art. 9 przewiduje zakaz przetwarzania danych osobowych „ujawniających rasę lub pochodzenie etniczne, poglądy polityczne, religię lub światopogląd, orientację seksualną lub tożsamość płciową, przynależność do związków zawodowych i działalność w nich oraz przetwarzania danych genetycznych lub biometrycznych lub danych dotyczących zdrowia lub seksualności, sankcji administracyjnych, orzeczeń sądowych, popełnionych lub domniemych przestępstw, wyroków skazujących lub powiązanych środków zabezpieczających”.

W szczególnie kontrowersyjnej kwestii tzw. prawa do bycia zapomnianym, parlamentarna poprawka 112 do art. 17 pozostawia jedynie „prawo do usunięcia danych”. Podmiot danych ma prawo zażądać usunięcia przez administratora danych osobowych „odnoszących się do niego oraz zaprzestania dalszego rozpowszechniania

tych danych, zwłaszcza w odniesieniu do danych osobowych, które zostały udostępnione przez podmiot danych, kiedy był on dzieckiem” w kilku wymienionych enumeratywnie sytuacjach (np. odwołania zgody na ich przetwarzanie lub kiedy minął okres przechowywania, na który wyrażono zgodę, podmiot danych sprzeciwia się przetwarzaniu danych osobowych, itp.). W przypadku podania danych osobowych do wiadomości publicznej nakazuje się administratorowi podjęcie wszelkich uzasadnionych kroków, w tym także „środków technicznych”, aby „poinformować osoby trzecie przetwarzające takie dane, iż podmiot danych wnioskuje o usunięcie linków do danych, kopii lub replikacji tych danych osobowych” (ust. 2).

Współpraca narodowych regulatorów sektora audiowizualnego – powołanie stałej Grupy Roboczej (ERGA)

W lutym br. Komisja Europejska powołała w charakterze ciała doradczego formalną Grupę Roboczą Regulatorów Audiowizualnych Usług Medialnych (European Regulators Group for Audiovisual Media Services – ERGA)¹⁹. Celem działalności Grupy będzie przede wszystkim odpowiednia i spójna implementacja przepisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz wszelkie kwestie z obszaru mediów elektronicznych. ERGA ma także zapewniać ściślejszą współpracę pomiędzy krajowymi organami regulacyjnymi państw członkowskich, ułatwiając wymianę doświadczeń i dobrych praktyk. Neelie Kroes, Komisarz do spraw Agendy Cyfrowej podkreśliła, że powołanie Grupy stanowi rezultat postulatów raportu w sprawie wolności i pluralizmu mediów z 2013 r.²⁰. Grupa ma do spełnienia także ważną

¹⁹ IP/14/101, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-101_en.htm [dostęp: 20.07.2014].

²⁰ *A free and pluralistic media to sustain European democracy*, High Level Group on Media Freedom and Pluralism, January 2013, <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf> [dostęp: 20.07.2014].

rolę w związku z przeglądem regulacji sektora usług audiowizualnych w 2015 r.

W składzie ERGA znajdują się reprezentanci regulatorów mediów elektronicznych z wszystkich państw członkowskich, którzy na pierwszym spotkaniu, 4 marca br. w Brukseli, powołali przewodniczącego (Olivier Schrameck z francuskiej Najwyższej Rady Audiowizualnej – CSA) oraz dwóch wiceprzewodniczących (Madeleine de Cock Buning, przewodnicząca holenderskiego regulatora DCM i Jan Dworak z KRRiT)²¹.

Będą oni pełnić swoje funkcje do końca 2015 r. Obserwatorami biorącymi udział w spotkaniach ERGA są także przedstawiciele Norwegii i Lichtensteinu oraz stowarzyszenia regulatorów europejskich EPRA (European Platform of Regulatory Authorities). Udział w spotkaniach biorą także przedstawiciele Komisji Europejskiej. W pierwszym spotkaniu ERGA uczestniczyła wiceprzewodnicząca KE do spraw Agendy Cyfrowej Neelie Kroes oraz Dyrektor Generalny DG Connect Roberto Viola²².

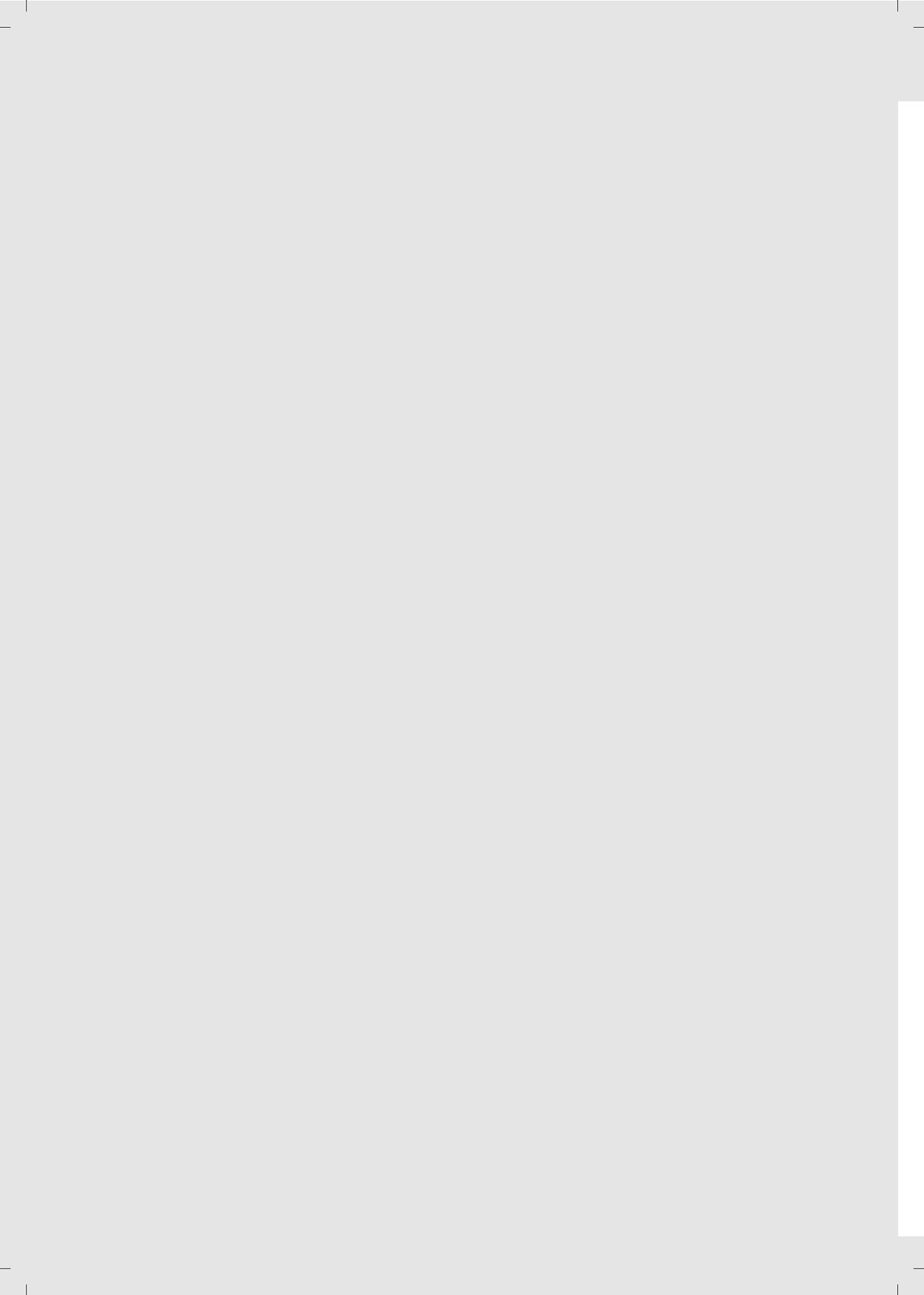
²¹ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/inaugural-meeting-european-regulators-group-audiovisual-media-services-erga> [dostęp: 20.07.2014].

²² Tamże.

Sprawozdania z konferencji



Conference reports



Sprawozdanie z 64. Konferencji International Communication Association (ICA) – „Communication and ‘The Good Life’”, Seattle (WA), 22–26 maja 2014

Michał Głowacki

W dniach 22–26 maja 2014 r. w Seattle (Washington) odbyła się 64. doroczna konferencja International Communication Association – światowego stowarzyszenia badaczy komunikowania i mediów. Tematem tego rocznego spotkania, zatytułowanego „Communication and ‘The Good Life’”, była refleksja nad rolą mediów i komunikowania oraz analiza wyzwań wynikających z rozwoju nowych technologii, społeczeństwa sieciowego oraz ekosystemów cyfrowych. Wszystkie te problemy zostały poruszone w dyskusji otwierającej spotkanie, do której zostali zaproszeni Hua Wang, Miriam Meckel, Rich Ling oraz Mary Beth Oliver. Na rolę nowych mediów i technologii zwrócił także uwagę prof. Francois Heinderyckx, który pełnił funkcję przewodniczącego International Communication Association.

W trakcie kilku dni obrad 25 sekcji badawczych działających w ramach ICA odbyło się ponad 550 sesji tematycznych, które koncentrowały się na wybranych zmianach, jakie dokonują się we współczesnym komunikowaniu i mediach. Najwięcej wystąpień wygłoszono w trakcie obrad sekcji „Komunikacja i technologia”, „Komunikowanie globalne i zmiana społeczna”, „Komunikowanie masowe” oraz „Komunikowanie polityczne”. Dużym zainteresowaniem uczestników cieszyły się także sesje tematyczne zorganizowane przez badaczy zajmujących się studiami

nad dziennikarstwem. Poruszane problemy dotyczyły w szczególności zmieniających się teorii dziennikarstwa w epoce cyfrowej, zmian w sposobie pracy współczesnych dziennikarzy, sposobów współtworzenia newsów z udziałem publiczności oraz wpływu mediów społecznościowych na ewolucję tradycyjnego pojęcia dziennikarstwa. Obrady tematyczne poświęcone zmianom w polityce medialnej koncentrowały się z kolei na nowych modelach regulacji oraz kwestii dostępności do internetu, a także na problemach ochrony danych osobowych i prywatności w mediach online. Szczególną uwagę poświęcono również badaniom sektora gier online. Prezentowane wystąpienia skupiały się przede wszystkim na sposobach interakcji i możliwościach wykorzystania tego typu mediów do mobilizacji i zmiany społecznej. Obrady w sekcjach ICA sprzyjały przyjrzeniu się rozwijającym się obszarom zainteresowań badaczy mediów na świecie oraz podjęciu dyskusji nad klasycznymi koncepcjami. W tym kontekście na uwagę zasługiwało wystąpienie pt. *Hallin and Mancini revisited: Four models of media systems* Michaela Brueggemanna, Svena Engessera, Edda Humprechta oraz Florina Buechela z Uniwersytetu w Zurychu, w trakcie którego autorzy na podstawie badań empirycznych dokonali zmian w klasycznym podejściu do modeli systemów medialnych.

Po raz szósty podczas konferencji International Communication Association sesję tematyczną zorganizowało Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej (PTKS), które jest członkiem zbiorowym ICA. W tym roku została ona poświęcona zmianom w systemach medialnych w Europie Środkowej i Wschodniej. Mając na uwadze 25. rocznicę upadku komunizmu w wielu krajach regionu oraz 10. rocznicę przystąpienia pierwszych krajów Europy Środkowo-Wschodniej do struktur Unii Europejskiej, podjęto próbę podsumowania najważniejszych debat o wolności mediów i kondycji sfery publicznej w Bułgarii, Chorwacji, Estonii, Polsce, Rumunii i na Węgrzech. Celem spotkania była analiza transformacji mediów i dziennikarstwa w odniesieniu do wczesnych etapów przemian społecznych i politycznych oraz zmian, które dokonują się współcześnie za sprawą rozwoju nowych mediów i technologii. Szczególną uwagę poświęcono kwestiom związanym z odpowiedzialnością i pluralizmem mediów oraz z wpływem nowych mediów na komunikację polityczną.

Sesję Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej poprowadziła Prezes PTKS prof. dr hab. Iwona Hofman (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie), która prezentując założenia i temat spotkania, zwróciła szczególną uwagę na rolę mediów i dziennikarzy w procesach transformacji.

Obrady w sekcji PTKS rozpoczęło wystąpienie dr. Michała Głowackiego (Uniwersytet Warszawski) pt. *Journalism culture and media accountability: Central and Eastern European perspective*. W nawiązaniu do wyników badań empirycznych międzynarodowego projektu „Media Accountability and Transparency in Europe (MediaAcT)”, autor podjął próbę analizy zmian w kulturze dziennikarskiej w Estonii, Rumunii i Polsce w perspektywie porównawczej. Wystąpienie miało na celu określenie ram dla analizy kultury dziennikarskiej i zidentyfikowanie głównych różnic w oparciu o wybrane czynniki kontekstowe: wpływ polityczny, wpływ

ekonomiczny, rolę publiczności oraz rozwój nowych technologii. Studia zostały przeprowadzone w odniesieniu do wybranych wyników badań empirycznych, które zwróciły uwagę na poziom paralelizmu politycznego, odpowiedzialność dziennikarzy wobec partii politycznych oraz stosunek dziennikarzy do skarg i krytyki ze strony użytkowników mediów online.

W sesji PTKS wzięła udział także dr Alina Dobрева z European University Institute we Florencji (Włochy), której wystąpienie dotyczyło sposobów pomiaru wolności słowa i pluralizmu w mediach. Autorka skupiła się przede wszystkim na współczesnych debatach mających na celu zdefiniowanie pluralizmu w mediach. Prezentując wybrane koncepcje, podkreśliła złożoność zjawiska i konieczność analizowania pluralizmu, z uwzględnieniem aspektów prawnych, gospodarczych, politycznych i kulturowych. Celem wystąpienia była prezentacja pomiaru pluralizmu badania pilotażowego „Media Pluralism Monitor” w dziewięciu krajach Europy – w tym w Bułgarii, Estonii i na Węgrzech.

Analiza porównawcza systemów medialnych w krajach byłej Jugosławii była tematem wystąpienia prof. Zrinjki Peruško z Wydziału Nauk Politycznych na Uniwersytecie w Zagrzebiu (Chorwacja). Badanie miało na celu dekonstrukcję błędnego uogólnienia, które zakłada, że kraje należące do grupy młodych demokracji mogą być analizowane w ramach jednego modelu analitycznego. Podejmując dyskusję z koncepcjami systemów medialnych, autorka zaprezentowała koncepcję zwracającą uwagę na trzy okresy historyczne wpływające na rozwój mediów w krajach Europy Południowej i Wschodniej. Były to: a) rewolucje w XIX wieku, b) okres socjalizmu oraz c) wprowadzanie instytucji demokratycznych na początku lat 90. XX stulecia. Klasyczna koncepcja trzech modeli mediów i polityki autorstwa Hallina i Manciniego została poszerzona o dodatkowe kryteria: wskaźnik wolności słowa, wielkość rynku medialnego, poziom PKB i bezrobocia

oraz wpływ rozwoju szkolnictwa zawodowego na jakość dziennikarstwa w regionie.

W trakcie sesji Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej promowano tegoroczny, wiosenny numer oficjalnego czasopisma PTKS "Central European Journal of Communication". Refleksje na temat opublikowanych w nim tekstów zaprezentował prof. Gianpietro Mazzoleni z Uniwersytetu w Mediolanie, który w przygotowaniu artykułów do publikacji pełnił rolę redaktora gościnnego.

Sesja zamykająca konferencję International Communication Association w Seattle została poświęcona wyzwaniom stawianym badaczom mediów i komunikowania w nowym środowisku medialnym. Przyszłoroczna, 65. konferencja ICA, odbędzie się w dniach 21–25 maja w San Juan (Puerto Rico). Już teraz ogłoszono, że tematem przewodnim spotkania będzie wpływ komunikacji na życie współczesnego człowieka.

Sprawozdanie z realizacji Projektu „Progres – Program Rozwoju: Gospodarka–Edukacja–Sukces”, Kielce, wrzesień 2010–czerwiec 2014

Olga Dąbrowska-Cendrowska

Wzmocnienie i rozwój potencjału dydaktycznego uczelni oraz zwiększenie liczby studentów kierunków o kluczowym znaczeniu dla gospodarki to nadrzędny cel Projektu „Progres – Program Rozwoju: Gospodarka–Edukacja–Sukces” współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Był on realizowany przez kilka lat na Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach. Dzięki pozyskanym funduszom, na świętokrzyskiej uczelni powstało kilka nowych kierunków studiów: biotechnologia w języku angielskim, wzornictwo, fizyka techniczna, filologia angielska, zdrowie publiczne oraz dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Drugoplanowe założenia programu to zwiększenie poziomu kwalifikacji kadry dydaktycznej w obszarze nowoczesnych metod kształcenia, wzrost poziomu kompetencji dydaktycznych, kreatywności i innowacyjności nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia na nowo powstałych kierunkach. Autorzy projektu postawili sobie także za cel zwiększenie możliwości uzyskania wykształcenia atrakcyjnego na rynku pracy przez studentów podejmujących naukę w regionie zamieszkania oraz zaspokojenie potrzeb lokalnego rynku na specjalistów w zakresie biotechnologii, fizyki technicznej, dziennikarstwa, filologii angielskiej, wzornictwa i zdrowia publicznego.

W ramach realizacji projektu wszyscy studenci nowo utworzonych kierunków otrzymali

książki, skrypty i materiały biurowe. Studiujący dziennikarstwo dostali komplet publikacji ważnych w procesie kształcenia na wybranym kierunku. Tę listę tworzyły: *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego; *Media audiowizualne*, pod red. W. Godzica; *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki masowego komunikowania w Polsce w latach 1989-2006* autorstwa T. Mielczarka; *Czas celebrytów. Mediatyzacja przestrzeni publicznej*, napisana przez M. Molędę-Zdziech; *Wstęp do nauki o komunikowaniu* W. Pisarka; *Słownik wiedzy o mediach*, pod red. E. Chudzińskiego, oraz *Wybrane zagraniczne systemy medialne na świecie*, pod red. J.W. Adamowskiego. Beneficjenci projektu zostali także zobowiązani do aktywnego uczestnictwa w ćwiczeniach praktycznych umożliwiających zdobycie sprawności komunikacyjnej i wiedzy z zakresu kultury popularnej, prawnych aspektów funkcjonowania mediów, gromadzenia, przetwarzania i funkcjonowania informacji. Wzmocnieniem praktycznej nauki zawodu były zajęcia warsztatowe prowadzone przez praktyków pracujących w lokalnej telewizji, radiu i prasie. Dziesięcioosobowe zespoły pod kierunkiem prowadzącego przygotowywały materiały dziennikarskie. Najlepsze z nich zostały wyemitowane w lokalnych mediach. Przewidziane zostały liczne obozy językowe i naukowe.

W celu podniesienia jakości kształcenia pracowników naukowych uczelni zaplanowano

zagraniczne i krajowe staże i wizyty studyjne, specjalistyczny kurs języka angielskiego, szkolenia z zastosowania i wykorzystania nowych technologii w procesie dydaktycznym. Zwiększenie poziomu jakości kształcenia na kierunku *Dziennikarstwo i komunikacja społeczna* stało się możliwe dzięki stażom naukowo-dydaktycznym w dwóch wiodących ośrodkach: Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego i w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Łącznie w stażach wzięło udział siedmiu pracowników Instytutu Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa UJK z trzech zakładów (Zakładu Dziennikarstwa, Zakładu Medioznawstwa oraz Zakładu Historii Prasy i Książki). W Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego miesięczne staże naukowo-dydaktyczne odbyły: dr Judyta Ewa Perczak, dr Jolanta Kępa-Mętrak, dr hab. prof. UJK Jolanta Chwastyk-Kowalczyk, dr Olga Dąbrowska-Cendrowska oraz dr Tomasz Chrzęstek. Opiekunami stażów byli: dr Katarzyna Gajlewicz-Korab i dr hab. prof. UW Andrzej Koziół. Natomiast na stażu naukowo-dydaktycznym w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego przebywały: dr Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek i dr Aleksandra Lubczyńska. Stażystkami opiekowali się dr Lucyna Słupke i prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński.

Uczestnicy staży zapoznawali się ze strukturą Instytutów, organizacją studiów, wymogami stawianymi kandydatom, warunkom ukończenia studiów na etapie licencjackim i magisterskim, planami zajęć dydaktycznych i praktyk studenckich. Brali udział w wybranych zajęciach dydaktycznych (dotyczących m.in. podstaw warsztatu dziennikarskiego, dostępu do informacji i źródła informacji w sieci, agendy *setting*, polskiego systemu medialnego, specjalizacji prasowej, metodologii badań medioznawczych, historii mediów w zarysie, zagranicznych systemów medialnych, języka wypowiedzi dziennikarskiej, teorii PR, *media policy and public service media in Europe*, współczesnego świata po

1945 roku, teorii komunikacji społecznej, języka jako narzędzia komunikacji społecznej, treningu twórczości i autoprezentacji). W związku z tym, że zajęcia, prowadziły różne osoby, miały one charakter zarówno warsztatowy, jak ćwiczeniowy i wykładowy. Udział w nich był dla stażystów niezwykle owocny – pozwolił wykorzystać doświadczenia z pracy własnej oraz innych pracowników macierzystego instytutu. Stażyści brali także udział w organizowanych w tym czasie konferencjach naukowych, tj. w II oraz IV Ogólnopolskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców, jak również czynnie uczestniczyli w warsztatach metodologicznych, które poprzedzały obrady.

W ramach projektu „Progres” do Instytutu Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa UJK przybyli z wykładami gościnnymi wybitni medioznawcy oraz ludzie mediów, by podzielić się ze studentami swoją rozległą wiedzą i bogatymi doświadczeniami. W tych wykładach chętnie uczestniczyli również studenci kierunku *Informacja naukowa i bibliotekoznawstwo*, co niewątpliwie świadczy o ich szerokich zainteresowaniach. Cykl zajęć rozpoczął w styczniu 2011 r. prof. dr hab. Janusz W. Adamowski – Dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego z wykładem *Brytyjski system medialny – model prawie doskonały*. W lutym 2011 r. Instytut gościł prof. dr hab. Wiesława Godzica z Wyższej Szkoły Psychologii Społecznej, który wygłosił wykład *Kultura popularna dzisiaj: media-celebryci-retoryka*. Wykład pt. *Odpowiedzialność prasy*, w kwietniu 2011 r., zaprezentowała prof. dr hab. Ewa Nowińska z Instytutu Prawa Własności Intelektualnej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Natomiast w maju 2011 r. studenci mogli wysłuchać wykładu *Radio a nowe technologie w zmieniającym się społeczeństwie*, który wygłosił dr hab. prof. KUL Stanisław Jędrzejewski z Instytutu Socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II. Dziennikarz i publicysta Jacek Żakowski gościł w murach naszego Uniwersytetu w czerwcu 2011 r.

Prelegent starał się przybliżyć studentom praktyczną stronę zawodu w wykładzie zatytułowanym *Dziennikarstwo zawod czy wyzwanie?* Po wakacyjnej przerwie, w listopadzie 2011 r., gościła w Kielcach ówczesna Prezes Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, a zarazem pracownik naukowy Instytutu Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego, prof. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska, która zaprezentowała wykład *Polski system medialny na rozdwoju. Media w polityce. Polityka w mediach.* W końcówce roku 2011 Leszek Kraskowski, dziennikarz śledczy związany z „Super Expressem”, „Dziennikiem”, „Rzeczpospolitą” oraz tygodnikiem „Wprost”, zaprezentował rozważania dotyczące warsztatu pracy dziennikarza. Swoją wykład zatytułował *Mówić, pytać czy rozmawiać – warsztat pracy dziennikarza?* Rok 2012 rozpoczął dziennikarz i publicysta Piotr Najsztab. Jego wykład nosił tytuł *Wywiad telewizyjny, radiowy i prasowy – warsztat pracy dziennikarza.* Natomiast w marcu 2012 r. odbył się wykład zatytułowany *Rosyjskie środki przekazu a polityka*, który wygłosił prof. dr hab. Janusz W. Adamowski. Z kolei w maju 2012 roku w Instytucie odbył się wykład *Jak być pięknym, bogatym i dobrze wyglądać nago* – jego autorką była dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji

Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Ten sam Instytut reprezentował prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, który przez swoje wystąpienie starał się udzielić odpowiedzi na pytanie *Czy znajomość gatunków dziennikarskich jest obecnie dziennikarzowi potrzebna?* Kolejne cztery wykłady zaprezentowali dziennikarze – praktycy. Marek Mikos, dziennikarz i publicysta, Dyrektor TVP Kielce, był gościem Instytutu w lutym 2013 r., a jego wykład nosił tytuł *Wszystko jest publicystyką, każdy jest publicystą?* W ramach projektu „Progres” Instytut odwiedził także Wojciech Jagielski – wieloletni publicysta „Gazety Wyborczej”, korespondent i dziennikarz. Jego marcowy wykład nosił tytuł *Specyfika pracy korespondenta wojennego.* W kwietniu w Instytucie gościł dziennikarz muzyczny związany z Programem III Polskiego Radia – Marek Niedźwiecki. Jego wykład nosił tytuł *Nie wierzę w życie pozaradiowe.* Cykl ubiegłorocznych wykładów zakończyło wystąpienie dziennikarki i prezenterki telewizyjnej Bożeny Targosz, która w czerwcu wygłosiła wykład *Warsztat prezentera programu informacyjnego.*

Projekt „Progres” dostarczył zarówno studentom, jak i pracownikom dydaktycznym UJK nowych doświadczeń, które z całą pewnością przyczynią się do podniesienia jakości pracy w naszej uczelni.

Sprawozdanie z konferencji CEECOM „Changing Media and Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East Europe”, Wrocław, 12–14 czerwca 2014

Anna Paluch

Konferencje konsorcjum CEECOM (Central and East European Communication and Media Conferences) odbywają się corocznie w jednym z krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Zyskały dużą wagę, stając się miejscem spotkań badaczy mediów z tej części Europy. Przyciągają również uwagę naukowców z Europy Zachodniej oraz z innych ważnych ośrodków badawczych świata.

Tegoroczna 7. konferencja CEECOM odbyła się w dniach 12–14 czerwca we Wrocławiu. Swoje referaty przedstawili na niej medioznawcy ze wszystkich krajów Europy Środkowej i Wschodniej oraz z Europy Zachodniej, obu Ameryk, Afryki i Azji.

Organizatorami konferencji były: Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Wrocławski, ICA (Międzynarodowe Towarzystwo Komunikologiczne) oraz ECREA (Europejskie Towarzystwo Badań nad Komunikowaniem). Konferencję przewodniczyła prof. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska z Instytutu Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego.

Większość sesji plenarnych i paneli dyskusyjnych odbyła się w budynku Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, *vis-à-vis* Gmachu Głównego. Część obrad toczyła się również w jednej z najbardziej reprezentacyjnych sal Gmachu Głównego

Uniwersytetu Wrocławskiego – w barokowym Oratorium Marianum.

W ciągu trzech dni konferencji referaty przedstawiło prawie 160 prelegentów. Obrady podzielono na trzy sesje plenarne i 30 paneli tematycznych, które dotyczyły perspektyw teoretycznych, kwestii normatywnych, zagadnień metodologicznych oraz badań empirycznych. W ten sposób stworzono miejsce dyskusji dla naukowców zajmujących się różnymi aspektami badań nad mediami oraz umożliwiono im wymianę doświadczeń i dobrych praktyk stosowanych w różnych krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Tegoroczna konferencja była szczególnie ze względu na przypadającą w 2014 roku 25. rocznicę początku przemian demokratycznych w Europie Środkowej i Wschodniej. Odwołano się do nich w jej tytule: „Changing Media and Democracy: 25 Years of Media Freedom and Public Sphere in Central and East Europe” („Zmiana w mediach i demokracja: 25 lat wolnych mediów i sfery publicznej w Europie Środkowej i Wschodniej”). Dlatego dużą część obrad poświęcono doświadczeniom związanym z transformacją systemową, roli wolnych mediów w tym procesie, jakości demokracji oraz sfery publicznej, relacjom mediów i polityki, stosując często, ze względu na charakter konferencji, perspektywę porównawczą.

Sporo uwagi poświęcono również takim zjawiskom jak: konwergencja mediów, dziennikarstwo obywatelskie, mediatyzacja, redefiniowanie dziennikarstwa, nowe modele biznesowe i innowacje w obszarze dziennikarstwa, e-demokracja, nowe i społecznościowe media. Omawiano także m.in. znaczenie mediów publicznych, edukacji medialnej i kształcenia dziennikarzy.

Konferencję otworzyła prof. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska, która powitała jej uczestników oraz gości specjalnych. W imieniu władz Uniwersytetu Wrocławskiego zrobił to prorektor prof. dr hab. Adam Jezierski, w imieniu władz miasta – Maciej Litwin, Dyrektor Biura ds. Współpracy z Uczelniami Wyższymi, a także prof. dr Francois Heinderyckx, prezes Międzynarodowego Towarzystwa Komunikologicznego oraz prof. dr hab. Robert Wiszniewski, Prodziekan Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego. Dodatkowym wydarzeniem sesji otwierającej było przyznanie prof. Jane Leftwich Curry z Uniwersytetu Santa Clara (USA) honorowego członkostwa Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej – to wyróżnienie wręczyła Prezes Towarzystwa, prof. dr hab. Iwona Hofman.

Następnie prof. dr. Leftwich Curry wygłosiła wykład pt. „Central and Eastern Media and their makers: Leading the transition and being transformed by it”. Wspominała swoje pobyty w Polsce, którą po raz pierwszy odwiedziła w latach 60. XX wieku, i gdzie w kolejnej dekadzie prowadziła swoje badania naukowe. W swoim wystąpieniu podkreśliła ogromną rolę mediów i dziennikarzy w przejściu od komunizmu do demokracji. Przypomniała, że zarówno ostatni premier PRL, Mieczysław Rakowski, jak i pierwszy premier wolnej Polski, Tadeusz Mazowiecki, pracowali jako dziennikarze i redaktorzy. Zauważyła również, że w Europie Środkowej i Wschodniej zmiany w mediach związane z tranzycją demokratyczną spotkały się w czasie z rewolucją internetową, co w efekcie dało wyjątkową sytuację. Z tego też powodu

zachęcała do prowadzenia większej liczby badań nad nowym dziennikarstwem i jego wpływem.

Omawiając najważniejsze wystąpienia konferencji, trzeba wspomnieć o trzech sesjach plenarnych, na których zabrali głos znani i cenieni na świecie medioznawcy – goście specjalni konferencji CEECOM.

Pierwszej z nich, pt. „From Authoritarianism and Communism to Democracy” przewodniczył prof. Francois Heinderyckx, prezes ICA, profesor na Université Libre de Bruxelles (Belgia). Wzięli w niej udział: prof. dr hab. Andrzej Antoszewski z Uniwersytetu Wrocławskiego, prof. Elena Vartanova z Uniwersytetu Moskiewskiego im. M. Łomonosowa (Rosja) oraz prof. Peter Gross z Uniwersytetu Tennessee (USA).

Referat prof. Andrzeja Antoszewskiego pt. *Where we are after twenty five years? Different effects of communism's collapse* prezentował perspektywę teoretyczną i politologiczną. Dotyczył zróżnicowanych skutków zmian systemowych w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Prof. Antoszewski zauważył, że rozwój polityczny w tych krajach może zmierzać nie tylko ku demokracji, ale i ku systemowi autorytarnemu.

Z kolei prof. Elena Vartanova w swoim wystąpieniu pt. *Russian media system: The legacy of the national* skupiła się na analizie przypadku Rosji, patrząc na nią z perspektywy medioznawczej. Opowiadała o mediach państwowych i roli państwa, która w Rosji jest znacznie większa niż w krajach zachodnich. Mówiła, że wybory odbiorców dotyczące mediów odzwierciedlają stratyfikację społeczną. Podkreśliła również, że demokratyczne przemiany w obszarze mediów zbiegły się w czasie z globalną rewolucją cyfrową, zatem jednocześnie zachodzą zmiany technologiczne na poziomie globalnym, narodowym i regionalnym.

Prof. Peter Gross w referacie *The devolution of media evolutions in Eastern Europe: The Romanian case* skupił się na przypadku Rumunii

i zjawisku korupcji, która powoduje, że media nie mogą wypełniać swoich zobowiązań wobec społeczeństwa. Zwrócił uwagę na zjawiska paralelizmu politycznego, klientelizmu i instrumentalizacji mediów. Podkreślił także wpływ wzorców kulturowych podzielanych przez elity polityczne i elity mediów, które wynikają z doświadczeń z przeszłości, a w dużej mierze określają sytuację obecną.

Co ciekawe, wbrew tytułowi tej sesji plenarnej, wszyscy mówcy podkreślali, że zmiany w krajach Europy Środkowej i Wschodniej nie są jednokierunkowe i nie zawsze przebiegają ku demokracji. Zgodzono się również, że kultura panująca w społeczeństwie jest co najmniej tak ważna, jak relacje łączące media i polityków.

Drugiej sesji plenarnej „Central and Eastern Europe in a Comparative Perspective” przewodniczyła prof. Epp Lauk z Uniwersytetu Jyväskylä (Finlandia). Udział wzięli: prof. David Weaver z Indiana University (USA), z wystąpieniem pt. *Central and Eastern European journalists in comparative perspective: Demographics, working conditions and professional values*, oraz prof. Susanne Fengler z Uniwersytetu w Dortmundzie (Niemcy), z wystąpieniem pt. *Media accountability in Europe – Results from the comparative research project „MediaAcT”*.

Prof. David Weaver, odwołując się do książki pod jego redakcją pt. *The Global Journalist in the 21st Century* zawierającej wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród dziennikarzy z różnych części świata, porównywał środowisko dziennikarskie kilku krajów Europy Środkowej i Wschodniej oraz nowych demokracji Ameryki Południowej i Azji. Podkreślił znaczenie badań, których przedmiotem są dziennikarze, a nie tylko przekaz czy odbiorcy mediów.

Prof. Susanne Fengler przedstawiła wyniki projektu „Media Accountability and Transparency in Europe (MediaAcT)” dotyczącego odpowiedzialności mediów, w którym wzięło udział 14 krajów. Skupiła się na trzech krajach Europy Środkowej i Wschodniej, czyli Polsce,

Rumunii i Estonii. Ponieważ dziennikarze często obawiają się odgórných regulacji, postulowała przyjęcie zamiast nich systemu zachęt dla organizacji medialnych, które miałyby motywować je do przywiązywania większej wagi do odpowiedzialności.

Drugiego dnia konferencji, w Oratorium Marianum, odbyła się trzecia sesja plenarna pt. „Public Sphere and Public Opinion”. Przewodniczył jej prof. Tomas Trampota z Uniwersytetu Karola w Pradze (Czechy). Wzięło w niej udział dwoje gości specjalnych: prof. Aukse Balcytiene z Uniwersytetu Witolda Wielkiego w Kownie (Litwa), z wystąpieniem *Media roles, civic duties, and political responsiveness in CEE: What democracy is and what it isn't. Tensions between ideal and the actual*, oraz prof. Wolfgang Donsbach z Uniwersytetu Technicznego w Dreźnie, który mówił na temat: *Public opinion research – Boon or bain for democracy*. Odczytano również referat pt. *Public Sphere in Eclipse* prof. Slavka Splichala z Uniwersytetu w Lublanie (Słowenia), który nie mógł być obecny na konferencji. Prof. Aukse Balcytiene, skupiając się na zmianach w obszarze mediów, zastanawiała się, dlaczego niektóre z krajów Europy Środkowej i Wschodniej osiągnęły lepsze efekty procesu przemian demokratycznych niż inne oraz które decyzje i momenty krytyczne miały kluczowy wpływ na te różnice. Z kolei prof. Wolfgang Donsbach poruszył temat efektów wpływu badań opinii publicznej na demokrację.

Gościem specjalnym konferencji był również prof. Andrei Richter, Dyrektor Biura Przedstawiciela OBWE ds. Wolności Mediów. Podczas sesji zatytułowanej „Media Freedom in Central and Eastern Europe” dr Michał Głowacki z Uniwersytetu Warszawskiego przeprowadził z nim wywiad, zadając pytania m.in. o rozumienie przez niego wolności mediów, o warunki dla niej niezbędne, o sposoby jej mierzenia i monitorowania itd.

Według prof. Andrei Richtera, społeczeństwa Europy Środkowej i Wschodniej już od

jakiegoś czasu budują własne rozumienie istoty wolności mediów i blisko z nią związanego dziennikarskiego profesjonalizmu, co jest pozytywnym zjawiskiem. Podczas tej sesji poruszono również temat sytuacji mediów na Węgrzech oraz na Ukrainie, wskazując, w jaki sposób konflikt w tym kraju wpływa na ich wolność oraz sytuację dziennikarzy.

Całość obrad konferencji, z wyjątkiem sesji dyskusyjnej „Media i demokracja: 25 lat wolnych mediów i sfery publicznej w Polsce”, toczyła się w języku angielskim. We wspomnianej polskojęzycznej sesji dyskusyjnej wzięli natomiast udział praktycy polskich mediów zasiadający w ciałach regulacyjnych, zarządzający nimi i je współtworzący: Jan Dworak, Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Stanisław Jędrzejewski, Przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia SA, Kamil Dąbrowa, Dyrektor PR SA Program 1 oraz Hanna Wieczorek z „Gazety Wrocławskiej”.

Ta sesja cieszyła się ogromnym zainteresowaniem zapewne z kilku powodów. Po pierwsze, zawsze niezwykle ciekawe wydaje się łączenie spojrzenia na media z zewnątrz oraz od wewnątrz, czyli zestawienie perspektywy ich badaczy i praktyków. Dzięki temu ci pierwsi mogą z bliska dostrzec problemy, których wcześniej nie zauważali, natomiast drudzy – spojrzeć na media z pewnego dystansu. Kąt widzenia jednych i drugich ulega zmianie, dzięki czemu obie grupy dostrzegają więcej. Po drugie, atutem tej sesji był dobór jej uczestników. Uczestniczyli w niej ludzie związani z mediami od wielu lat, którzy obserwowali – nierzadko przez całe ostatnie ćwierćwiecze – zachodzące w nich zmiany, często też sami je inicjowali i wprowadzali. Po takich sesjach dyskusyjnych zawsze pozostaje wrażenie, że trwały zbyt krótko...

Konferencja przyciągnęła uwagę nie tylko naukowców, ale także różnych instytucji związanych z mediami oraz samych mediów. Patronatem medialnym objęły ją: oddział wrocławski Telewizji Polskiej, Program Pierwszy Polskiego Radia, Radio Wrocław, Magazyn

„Media & Marketing Polska” i inne. Partnerami konferencji były m.in.: Europejskie Obserwatorium Dziennikarskie, wydawnictwo naukowe Peter Lang, portal Wroclaw.pl czy Helsińska Fundacja Praw Człowieka.

Trwająca trzy dni konferencja była również miejscem kilku ważnych wydarzeń okołonaukowych. W piątek 13 czerwca w Oratorium Marianum odbył się benefis prof. Walerego Pi-sarka. Z kolei w sobotę, 14 czerwca, była sesja poświęcona pamięci zmarłego w zeszłym roku dr. Karola Jakubowicza. Wzięli w niej udział: prof. Peter Gross (USA), prof. Stanisław Jędrzejewski, Milan Šmíd (Czechy) oraz dr Bissera Zankova (Bułgaria). Sesji przewodniczył prof. Jerzy Olędzki z Uniwersytetu Warszawskiego.

Konferencji towarzyszyły targi książki o mediach i komunikowaniu oraz wystawa poświęcona działalności Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Odbyły się również sesje poświęcone utworzeniu bazy czasopism naukowych Europy Środkowej i Wschodniej, zapoczątkowaniu nowej serii wydawniczej w wydawnictwie Peter Lang „Studies in Communication and Politics” oraz wydaniu nowego numeru „Central European Journal of Communication”.

Nie zabrakło również części pozanaukowej. Pierwszego dnia konferencji Prezydent Wrocławia, Rafał Dutkiewicz, wydał na cześć jej uczestników uroczyste wieczorne przyjęcie w budynku Starej Giełdy na Placu Solnym, a drugiego dnia zaproszono ich na specjalny pokaz Wrocławskiej Fontanny Multimedialnej.

Konferencja we Wrocławiu była siódmą konferencją skupiającą naukowców z krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Wcześniej odbywały się m.in. w Pradze i Kownie. Kolejna, ósma konferencja konsorcjum CEECOM, odbędzie się w dniach 12–14 czerwca 2015 roku na Uniwersytecie w Zagrzebiu. Jej obrady będą dotyczyły przede wszystkim zagadnień związanych z mediami cyfrowymi.

Wrocławska konferencja CEECOM była ważnym forum dla medioznawców z tej

części Europy. Ćwierćwiecze początku przemian demokratycznych w Europie Środkowej i Wschodniej dało też okazję do porównania zmian w krajobrazie medialnym tych krajów, wymiany doświadczeń związanych z demokratyzacją oraz podsumowań efektów przemian systemów politycznych, medialnych i społecznych. Konferencje CEECOM kreują też wartość dodaną w postaci nowo nawiązanych kontaktów naukowych, wspólnych pomysłów oraz

powstających na ich podstawie międzynarodowych projektów badawczych.

Wszyscy zainteresowani konferencją, dzięki transmisji na żywo, mieli możliwość śledzenia jej obrad w internecie. Niektóre z nich wciąż można oglądać na kanale konferencji na YouTube, natomiast program jest dostępny w całości na stronie: http://ceecom2014wroclaw.pl/wp-content/uploads/FINAL_PROGRAM_CEECOM_2014.pdf.

Sprawozdanie z III Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej z cyklu „Tożsamość nauk o mediach” – „Rola mediów w edukacji społecznej”, Warszawa, 17–18 czerwca 2014

Dorota Lewandowska-Jaros

Zorganizowana przez Instytut Dziennikarstwa¹ Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego III Ogólnopolska Konferencja Naukowa z cyklu „Tożsamość nauk o mediach” dotyczyła w tym roku zagadnień związanych z szeroko rozumianą funkcją edukacyjną mediów i ich oddziaływaniem na społeczeństwo – jak pokazuje program konferencji – w różnych wymiarach i na wielu płaszczyznach.

Wprowadzeniem do tej niezwykle wieloaspektowej problematyki stały się już tradycyjnie wystąpienia Dziekana Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, prof. dra hab. Janusza Adamowskiego i Dyrektora Instytutu Dziennikarstwa, prof. dra hab. Marka Jabłonowskiego, którzy otworzyli konferencję i powitali przybyłych prelegentów i gości, wśród których znaleźli się nie tylko przedstawiciele świata nauki, ale także zainteresowani pracownicy mediów.

W słowie wstępnym, prof. dr hab. Jerzy Bralczyk, odnosząc się do owej wielowymiarowości oddziaływania środków masowego przekazu, mówił o miejscu badań nauko-

wych dotyczących mediów w świecie nauki i w samych mediach oraz wskazywał na ich funkcję deskryptywną i preskryptywną – normotwórczą.

Kolejnym punktem w pierwszym dniu konferencji było uhonorowanie zwycięzców VII edycji konkursu „Studiów Medioznawczych” na najlepszą pracę doktorską z zakresu nauk o mediach. W tym roku dyplomy wręczono dr Karolinie Brylskiej i dr. Tomaszowi Fraszczykowi.

Obrady plenarne rozpoczęło wystąpienie ks. prof. UPJPII dr. hab. Michała Drożdża z Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie zatytułowane *Edukacja obywatelska mediów jako powinność etyczna – między ideałem, manipulacją a iluzją*, w którym prelegent przyjrzał się krytycznie realizacji misji publicznej mediów z perspektywy zadań edukacji obywatelskiej. Zwracając uwagę, że media publiczne i społeczne funkcjonują w przestrzeni wolnego rynku, próbując się w niej odnajdywać i budować harmonię pomiędzy komercyjnością a tzw. zadaniami misji publicznej, wskazał, że funkcja edukacyjna mediów wynika z natury środ-

¹ W tym roku zaszczyt goszczenia prelegentów z całej Polski przypadł Zakładowi Języka Mediów ID, znacząco wspartemu w pracach organizacyjnych przez Zakład Retoryki Mediów.

ków społecznego przekazu. Dlatego realizacja tej misji wydaje się być powinnością etyczną mediów i dziennikarzy. Dyskusje pojawiają się natomiast na poziomie rozumienia tej powinności i stopnia jej etycznego zobowiązania. Wystąpienie było próbą krytycznego spojrzenia na tę dyskusję i prezentacją niektórych problemów w niej obecnych w kontekście mediów publicznych i społecznych w Polsce. A także próbą badawczej diagnozy jakości realizacji misji edukacji obywatelskiej przez wybrane media, z perspektywy powinności etycznej.

Kwestie etyczności pewnych działań i zachowań, choć nie w sposób bezpośredni, były także obecne w kolejnym z wystąpień – prof. dr. hab. Włodzimierza Gogołka z Instytutu Dziennikarstwa WDiNP UW, zatytułowanym *Niebezpieczny wymiar IT w edukacji medialnej*. Poruszono w nim niezwykle istotne zagadnienie zagrożeń – szczególnie dla dzieci i młodzieży – płynących z niepodlegającego kontroli korzystania z internetu i jego zasobów. Profesor zwrócił m.in. uwagę na zjawiska takie, jak *cyberbullying* i agresywne postawy hejterów oraz na bezbronność potencjalnych ofiar. W tym kontekście mówił także o kształceniu czy ukierunkowanym doksztalcaniu studentów w zakresie krytycznego odbioru przekazów medialnych.

Swoistą przeciwwagą dla powyższego problemu stało się w pewnym stopniu wystąpienie prof. dr. hab. Radosława Pawelca (ID WDiNP UW) pt. *Językowe uwarunkowania percepcji przekazów medialnych*, w którym autor podjął próbę odpowiedzi na pytanie, jak wiedza odbiorców o języku wpływa na ich percepcję przekazów medialnych. Wskazał, że źródłami wiedzy o języku mediów są szkoła i same media. Zakres wiedzy przekazywanej w szkole oraz wiedzy przekazywanej w mediach nie są tożsame – w pierwszym przypadku jest to głównie wiedza o poprawności ortograficznej oraz wiedza o gramatyce. Szkoła w znikomym stopniu uczy poprawności w innych dziedzinach niż gramatyka, to samo dotyczy wiedzy o historii języka, językach pokrewnych, wreszcie – jakże istotnej

wiedzy o pragmatyce językowej, prawach rządzących percepcją, problemach manipulacji itd. W niewielkim stopniu te ostatnie elementy są obecne także w audycjach radiowych, artykułach i programach telewizyjnych poświęconych językowi, – które zazwyczaj dotyczą kwestii związanych z poprawnością. W dalszej części referatu prof. Pawelec przedstawił analizę programów radiowych poświęconych wiedzy o języku, zajął się też tym, na jakie problemy językowe występujące w mediach zwracają uwagę odbiorcy. W końcu swego wystąpienia przedstawił propozycje zagadnień z zakresu pragmatyki lingwistycznej, którymi warto byłoby się zająć w edukacji medialnej społeczeństwa i dziennikarzy.

W dyskusji, która wywiązała się po wysłuchaniu przez uczestników zebranych w sali im. Stefana Czarnowskiego powyższych referatów, rozwijano wątki dotyczące roli rodziny w kształceniu nie tylko językowym, ale i medialnym w ogóle; postulowano konieczność wychowania do uczciwości – także w kontekście odpowiedzialności dziennikarskiej; wskazywano na rozdźwięk między potrzebą zapewnienia bezpieczeństwa użytkownikom mediów a wskazywaniem możliwości tworzenia zagrożeń. Pojawiły się również sugestie odnośnie do samego procesu nauczania o mediach. Akcentowano niewystarczającą obecność tych zagadnień w programach szkolnych, próbowano poszukiwać recepty na zapobieganie wykluczeniu cyfrowemu oraz wskazywano na konieczność wypracowania spójnej metody dydaktycznej

Po przerwie zainteresowanie zgromadzonych skierowano na zagadnienia związane z zasadami i realizacją edukacyjnej funkcji mediów w wybranych krajach europejskich oraz w USA. Doskonałym wprowadzeniem do przedstawianych analiz szczegółowych było wystąpienie *Edukacja medialna w polityce medialnej oraz Europejskiej Agencji Cyfrowej Unii Europejskiej w epoce konwergencji* dr hab. Alicji Jaskierni (ID WDiNP UW), która poświęciła uwagę nowym elementom aktualnych strategii

i programów unijnych dotyczących edukacji medialnej będącej w epoce konwergencji i nowego ekosystemu mediów ważnym elementem strategii spójności społecznej. Edukacja medialna obejmuje przy tym zarówno aspekty budowania kultury korzystania z mediów oraz podnoszenia bezpieczeństwa w środowisku mediów sieciowych, jak i osiągania efektów tolerancji i otwartości na różnorodność zawartości mediów. Strategia budowy wspólnego rynku audiowizualnego, realizowana już trzecią dekadę przez Unię, jak również społeczeństwa cyfrowego, wymagały stworzenia narzędzi dla państw członkowskich. W obszarze edukacji medialnej powstały regulacje, wytyczne oraz programy, które są sukcesywnie wdrażane przez kraje członkowskie, monitorowane przez KE oraz jej wyspecjalizowane agendy.

W kontekście przedstawionych założeń wysłuchano referatu *Edukacyjna rola szwedzkich mediów publicznych – przykład do naśladowania w edukacji społecznej*, w którym dr Maja Chacińska (Uniwersytet Gdański) zaprezentowała model edukacji poprzez media realizowany w Szwecji, ze wskazaniem tych rozwiązań, które autorce wydały się uniwersalne i warte przeniesienia na grunt polski. Dr Chacińska szczegółowo zanalizowała strukturę oferty programowej telewizji publicznej – tematykę i formę audycji oraz dokładne dane dotyczące poświęcanego na nie czasu antenowego.

Analityczny charakter miała także prezentacja mgr Anny Latos (Uniwersytet Śląski w Katowicach), która w swym wystąpieniu Sposób użytkowania nowych mediów oraz poziom kompetencji medialnych i informacyjnych młodzieży w Polsce i Niemczech porównała trendy oraz umiejętności i zachowania osób w wieku 14–18 lat jako użytkowników nowych technologii informatycznych. Prezentowane wyniki uzyskano w efekcie realizacji pierwszego etapu projektu badawczego prowadzonego przez Wydział Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego i Fachhochschule Erfurt w Niemczech. Omawiane badania ilościowe i jakościowe oparto na analizie

literatury oraz na wynikach podobnych badań przeprowadzonych w Polsce i w Niemczech, np. *Diagnozy Społecznej*, *Bilansu Kapitału Ludzkiego w Polsce*, *EU Kids Online* czy *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*.

Niezwykle ciekawe okazało się również przeniesienie rozważań na temat oddziaływania edukacyjnego mediów na społeczeństwo w sferę analizy obecności i znaczenia konkretnych elementów przestrzeni symbolicznej w rzeczywistości medialnej. W centrum zainteresowania dr. Piotra Druży (Uniwersytet Jagielloński) znalazła się symbolika amerykańska, która ma stałe miejsce w mediach. W swym referacie *Edukacja społeczna przez symbole narodowe. Case study media amerykańskie* wskazywał – na konkretnych przykładach (symbole obecne m.in. na środkach płatniczych USA) – jaką pełni ona rolę i w jaki sposób wpływa na kształtowanie tożsamości narodowej wielokulturowego społeczeństwa.

Obrady popołudniowe zostały podzielone na dwie części – w tym samym czasie prezentowano wystąpienia w panelu I: „Młode pokolenie a przekaz medialny” i w panelu II: „Obywatele, państwo, społeczność lokalne”. W obu znalazły się referaty podejmujące zagadnienia funkcjonowania mediów w szeroko pojętej sferze edukacyjnej – zarówno współcześnie, jak i w historii kształtowania się polskiego społeczeństwa. Do grupy pierwszej należały wystąpienia: dr Magdalena Trysińskiej (UW) *Wzorcotwórcza funkcja mediów a edukacja medialna społeczeństwa na przykładzie filmów animowanych dla dzieci*; dr Doroty Lewandowskiej-Jaros (UW) *Kształtowanie wizerunku mediów i ich funkcji społecznej w świadomości dzieci – na podstawie obrazu pracy i sylwetki dziennikarza w filmach animowanych dla dzieci z serii „Monster High” i „My Little Pony”*; mgr Michała Alagierskiego (UŁ) *Polityka bliskowschodnia w środkach masowego przekazu*; mgr Katarzyny Rodek (UW) *Rozgłoszenie społeczne w Polsce. Ich miejsce i rola w systemie medialnym*; mgr Krzysztofa Drozdowicza (UAM) *Sprawozdawczość sądo-*

wa w postępowaniu cywilnym. Z kolei w przeszłość funkcjonowania mediów w Polsce przyniosły nas wystąpienia: ks. dr. hab. Andrzej Adamskiego (UKSW) *Edukacyjny charakter czasopism dla dzieci w Polsce w dwudziestoleciu międzywojennym (1918–1939)*; prof. UKSW dr. hab. (UKSW) Grzegorza Łęcickiego *Edukacyjno-wychowawcze aspekty polskich seriali telewizyjnych dla młodzieży z epoki PRL-u*; dr. Jacka Wojsława (UG) *Tygodnik »Polityka« w 1980 roku: narzędzie edukacji społecznej czy politycznej indoktrynacji?*; dr Katarzyny Drąg (UPJPII) *Dziennikarstwo jako „zespolenie ludzkich sił”. J.I. Kraszewski o społecznej misji prasy*; dr. Andrzeja Kansego (TNP) *Media społecznego ruchu naukowego w służbie upowszechniania nauki – na przykładzie Towarzystwa Naukowego Płockiego*.

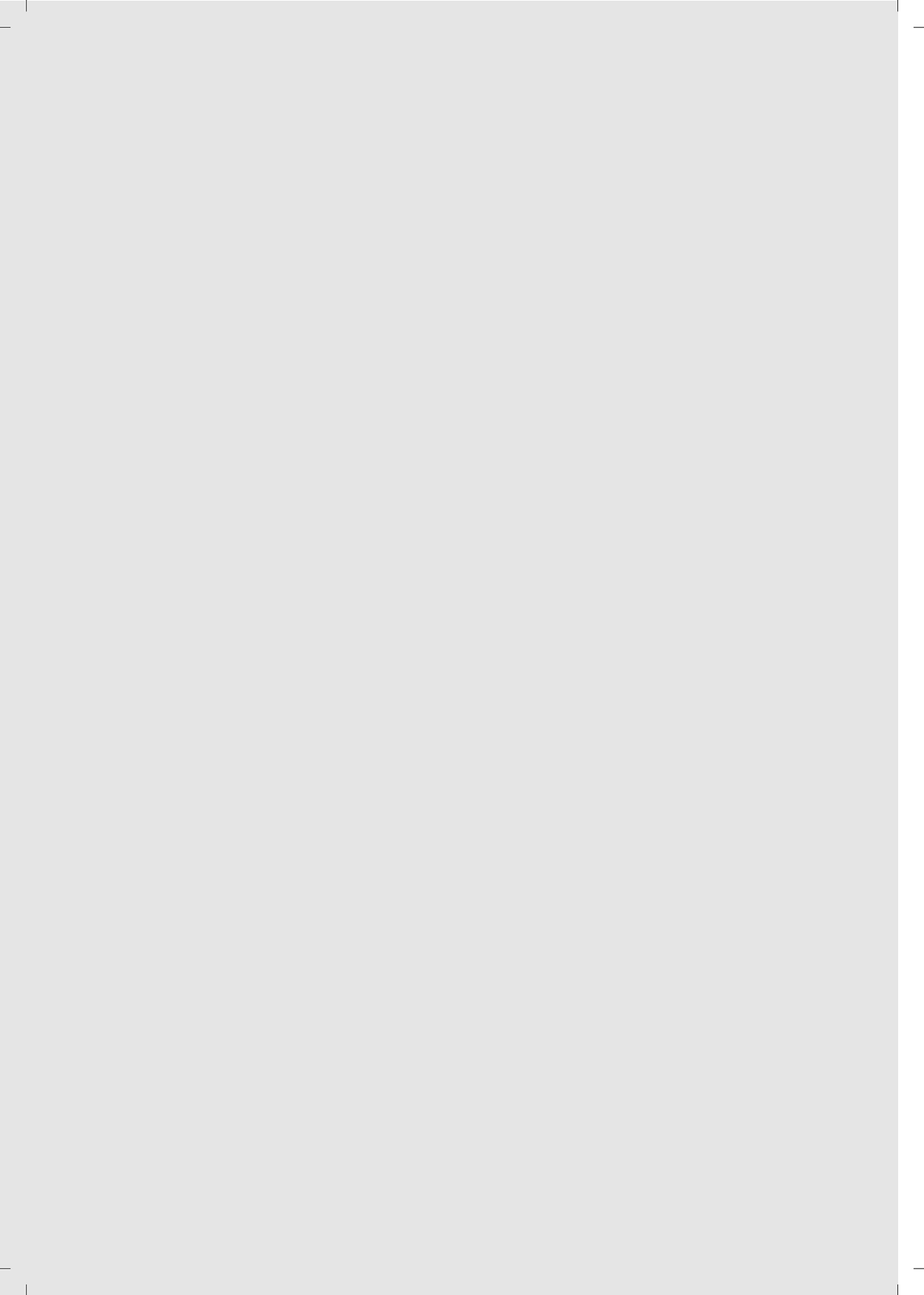
Rozmowy uczestników (również kulturalowe), jakie wywiązały się w efekcie przedstawionych w referatach wyników badań i płynących z nich wniosków, toczyły się głównie wokół kwestii stopnia i formy uczestnictwa dzieci i młodzieży oraz ich opiekunów w świecie zdominowanym przez media.

Pierwszy dzień wymiany myśli i doświadczeń badawczych zakończyła uroczysta kolacja, podczas której kontynuowano gorące dyskusje rozpoczęte w trakcie obrad, jak również dzieleno się spostrzeżeniami na temat szans i zagrożeń edukacji poprzez media.

W kolejnym dniu (18 czerwca) naukowe dociekania prelegentów koncentrowały się wokół dwóch zagadnień – „Telewizji i prasy w edukacji” oraz „Internetu i społeczności w edukacji”. Panel I obejmował referaty: dr. hab. Jacka Wasilewskiego (UW) *Czego i jak uczymy się z telewizji?*; dr. Karoliny Brylskiej (UW) *Programy publicystyczne podczas kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego*; dr. Mirosława Matoska (WSBiA w Łukowie) *Edukacyjna funkcja mediów firmowych*; dr. Bartłomieja Seclera (UAM) *Rola czasopism historycznych w edukacji społecznej*. W panelu II wysłuchaliśmy referatów: dr. Anny Janowskiej (SGH) *Szaleństwo*

MOOC – jakie implikacje dla sektora edukacji?; dr. Krzysztofa Kowalika (UW) *Dzieci internetu na „cyfrowym gigancie”. Wstępne badania korzystania z serwisów społecznościowych i mobilności przez uczniów szkoły podstawowej*; mgr Anny Kani (SGH) *Kompetencje medialne użytkowników Internetu w produkcji społecznej w sieci na przykładzie USG (ang. User Generated Content)*; dr. Andrzeja Postawy (Politechnika Wrocławska) *Rola mediów społecznościowych w edukacji uniwersyteckiej*; mgr Marty Brzezińskiej-Waleszczyk (UKSW) *Rola social media w edukacji i promocji wiedzy*; dr. Krzysztofa Kaszewskiego (UW) *Wiedza o mediach jako składnik kompetencji medialnej młodego pokolenia Polaków – rekoniesans*. Ukierunkowanie na medium zaowocowało wystąpieniami o charakterze analitycznym i pragmatycznym, obrazującymi w szczegółowy sposób zależności między specyfiką środków przekazu i technologią a kierunkami i siłą oddziaływania mediów na społeczeństwo. Wartościowym elementem tej części prezentacji było także wskazywanie przez ich autorów na możliwości wykorzystania różnych typów mediów w zakresie upowszechniania i promowania wiedzy, w tym również – na poziomie uniwersyteckim.

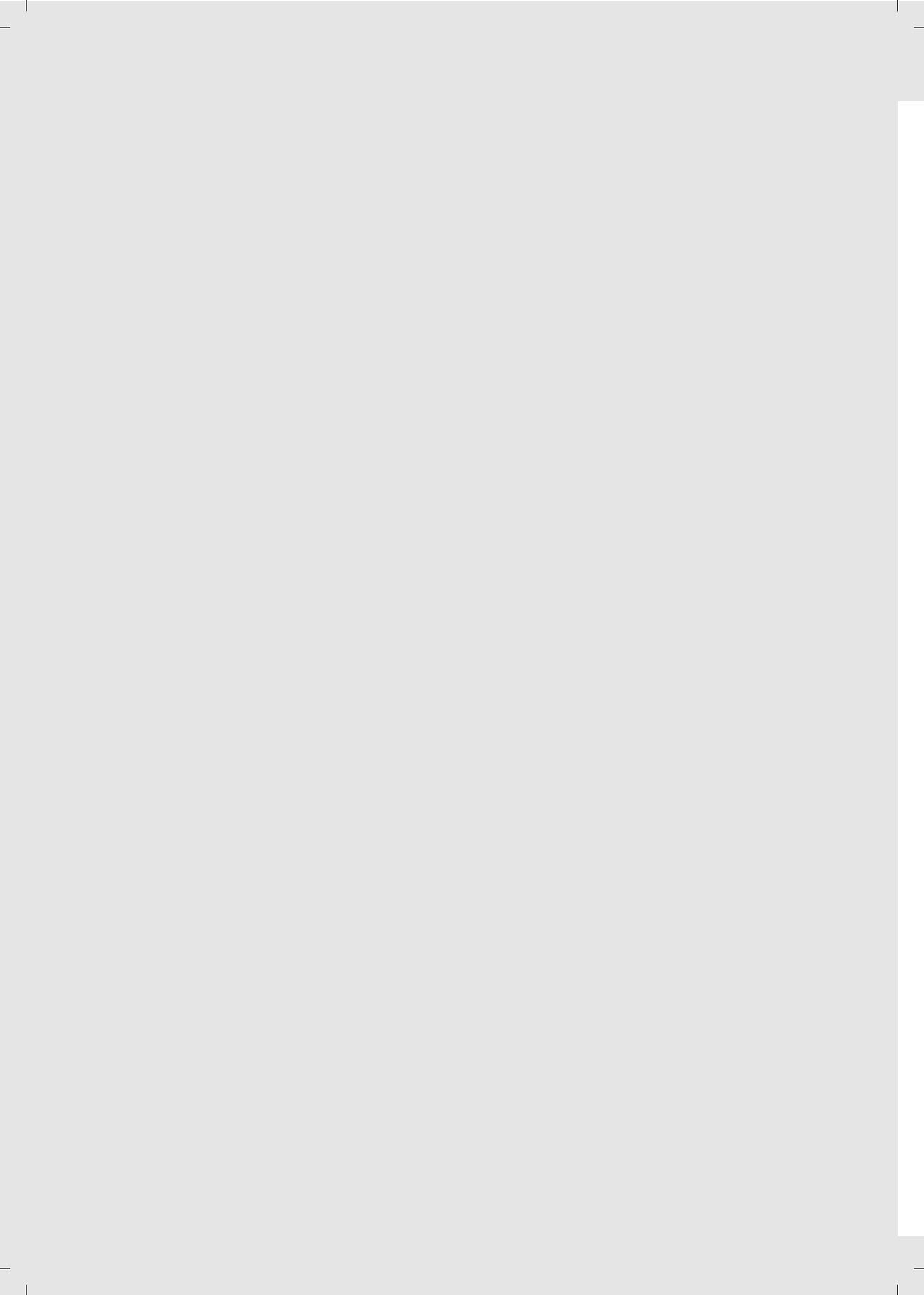
Niezwykle cenne, oprócz poszerzenia perspektyw i otwarcia drogi ku rozstrzygnięciom kolejnych problemów badawczych, było wytworzenie się podczas konferencji atmosfery pogłębionej współpracy i zrozumienia dla prezentowanych ujęć i koncepcji, a prowadzone dyskusje – niekiedy wręcz w tonie sporu – wynikały z życzliwego i pełnego dociekliwości zainteresowania zebranych tematyką poruszaną w wystąpieniach. Uczestnicy spotkania wyrazili jednogłośnie potrzebę wydania publikacji obejmującej wszystkie referaty z konferencji i gromadzącej tę niezwykle różnorodną i popartą wieloma unikatowymi badaniami wiedzę na temat wzajemnych wielopłaszczyznowych i wieloaspektowych oddziaływań mediów i społeczeństwa w zakresie szeroko pojętej edukacji.



Recenzje



Book reviews



Tomasz Gackowski

SB wokół dziennikarzy. Stefan Kisielewski i Jerzy Suszko – przyjaźń w czasach PRL

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2013, 281 s., ISBN 978-83-7545-456-7

Publikacja Tomasza Gackowskiego jest dla medioznawcy studium nieklasycznym: dotyczy bowiem mediów opisywanych pośrednio, przez pryzmat trudnej historii i ludzi w nią uwikłanych. Książka *SB wokół dziennikarzy* jest poświęcona kontaktom Jerzego Suszki, dziennikarza „Kurieria Polskiego”, ze Służbą Bezpieczeństwa PRL w latach 60. XX wieku. Kontaktów związanych z inwigilowaniem Stefana Kisielewskiego, kompozytora, znakomitego publicysty i prozaika.

Książka dopełnia triadę pozycji, które opowiadają z różnych perspektyw, i w różnym zakresie, tę samą historię – inwigilację Stefana Kisielewskiego przez służby specjalne PRL. Gackowski skonfrontował zapiski z *Dzienników* Stefana Kisielewskiego¹ oraz notatki Jerzego Suszki *Donosy na Kisiela*² z zachowanymi dokumentami Służby Bezpieczeństwa i wspomnieniami Jerzego Kisielewskiego, syna Kisiela, które zebrał podczas wywiadów. Trzynastomiesięczne badania, analiza blisko 60 teczek służb bezpieczeństwa PRL (trzeba zaznaczyć, że Gackowski jako pierwszy zainteresował się teczką Suszki), godziny rozmów z Jerzym Kisielewskim i drobniagowa lektura obu wspomnieniowych książek zaowocowały publikacją, która rozstrzyga istotny dylemat historyczny i jednocześnie – przez jeden rzetelnie rozpisany przypadek – wiele mówi o rzeczywistości PRL, w jakiej byli zmuszeni funkcjonować artyści, dziennikarze, twórcy kultury.

Konstrukcja książki jest – z punktu widzenia czytelnika – dość interesująca. Cytaty ze

źródeł historycznych są przeplatane cytatami z dwóch dzienników (Kisielewskiego i Suszki), natomiast całość kończy interpretacja sprawy prowadzona tonem nieco polemicznym, a z pewnością – publicystycznym. W dokumentacyjnej części książki jej pierwsza część – źródłowa – jest poświęcona początkom kontaktów Jerzego Suszki z SB, podejmowanych w latach 1960–1962. Tutaj autor opisuje zawartość teczek Suszki, a więc dokumenty wstępne, notatki informacyjne, pierwsze spotkania i pierwsze dokumenty obrazujące te kontakty. Tę część kończy obszernie podsumowanie, które wprowadza nowe informacje i punkty odniesienia: Gackowski podsumowuje ten rozdział, opisując osoby z zeznań Suszki (a właściwie dokumenty ich dotyczące, złożone w archiwach IPN) oraz postać oficera, który prowadził Suszkę w tym okresie. W podsumowaniu znajdziemy bardzo ciekawy przypadek Alicji Hohn (kochanki, a potem żony włoskiego dyplomaty Paolo Tarony), która, zachęcana przez bezpiekę do współpracy, ostatecznie wyszła zwycięsko z konfrontacji z SB. Co prawda, zgodziła się na nią po 2 latach, jednak nie realizowała jej w sposób dla SB zadowalający. Gackowski zestawia postawy Hohn i Suszki, pokazując, że istniał więcej niż jeden możliwy model relacji z SB. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na podrozdział podsumowania poświęcony oficerowi prowadzącemu Suszkę, kpt. Tadeuszowi Gajewskiemu. Autor książki, kreśląc psychologiczny portret oficera, chciał zwrócić uwagę na jego osobowość

¹ S. Kisielewski, *Dzienniki*, Warszawa 2001.

² J. Suszko, *Donosy na Kisiela. Zeznania kandydata na donosiciela*, Warszawa 2006.

i obrany taki model współpracy, który dawałby mu najbardziej pożądane efekty. W tym celu analizuje zawartość akt osobowych oficera i cytuje komentarze jego przełożonych dotyczące jakości pracy Gajewskiego, ale także jego problemów w życiu osobistym. Gackowski komentuje te opinie następująco: „W oparciu o informacje zawarte w teczce personalnej Tadeusza Gajewskiego widzimy, że Suszko był „opracowywany” oraz pozyskiwany przez oficera borykającego się z ogromnymi problemami rodzinnymi, znajdującego się w bardzo złej kondycji psychicznej, prawdopodobnie chorego na depresję. Pomimo tego wspomnianemu funkcjonariuszowi udało się związać dziennikarza z aparatem bezpieczeństwa. A może raczej trzeba napisać, że to Jerzy Suszko dał się wciągnąć w spotkania, rozmowy i ostatecznie we współpracę z niedysponowanym oficerem SB?” (s. 130). Tym komentarzem badacz chce zwrócić uwagę – z jednej strony – na istotne *per se* uwarunkowania jakości pracy oficera SB, z drugiej natomiast sugeruje, że te okoliczności mogą wpływać na ocenę zachowania Jerzego Suszki w kontaktach z SB. Innymi słowy wskazuje, że słabość funkcjonariusza mogła być siłą werbowanego, która mogłaby pozwolić oprzeć się naciskom aparatu bezpieczeństwa. Zabieg analityczny, polegający na szczegółowym opisie postaci oficera prowadzącego, jest zresztą powtórzony w drugiej części książki, kiedy Gackowski przedstawia czytelnikom kpt. (a następnie płk.) Romana Knapka, prowadzącego Suszkę w II poł. lat 60. Okazuje się, że ten oficer jest dla odmiany wzorowym funkcjonariuszem osiągającym bardzo dobre rezultaty w pracy operacyjnej i wielokrotnie nagradzanym przez przełożonych. Gackowski zwraca uwagę, że ranga i profesjonalizm oficera w tym przypadku świadczą o znaczeniu, jakie operacjom prowadzonym przez tego funkcjonariusza przypisywało kierownictwo SB: „Patrząc na życiorys Knapka i przebieg jego służby w SB, dostrzegamy że do SOR kryp. »Cezar«, poświęconej Stefanowi Kisielewskiemu, oddelegowano

najlepszych ludzi z płk. Knapkiem na czele. Ta sprawa – inwigilacji Kisielewskiego – musiała być dla SB priorytetowa” (s. 253).

W drugiej, dokumentacyjnej, części książki Gackowski opisuje kolejny etap kontaktów Jerzego Suszki z SB, realizowanych w ramach akcji „Cezar”, która była poświęcona rozpracowaniu Stefana Kisielewskiego, jako prowadzącego działalność opozycyjną, i tym samym – antypaństwową. Te kontakty są utrzymywane, jak wynika z dokumentów i wspomnień samego Suszki, od końca 1966 r. do połowy 1969 r. (a być może nawet do roku 1972, ale co do tego nie ma pewności). Tutaj autor bardzo dokładnie analizuje notatki ze spotkań Suszki z kpt. Knapkiem, zawarte w teczce Suszki (*notabene* mocno niekompletnej). Rozpatruje także akta akcji „Cezar”, niezwykle ważne w tym kontekście, i również dokumentujące kontakty Suszki z SB. Ta część jest uzupełniona wyimkami ze wspomnieniowej książki Jerzego Suszki *Donosy na Kisielela*, gdzie Gackowski oddaje głos bohaterowi swoich analiz i zestawia notatki bezpieki ze wspomnieniami autora *Donosów*. W tej części, nie po raz pierwszy zresztą, autor pokazuje relatywizację w ocenie wydarzeń i zachowań opisywanych przez Suszkę, który konsekwentnie twierdził, że rozmawiając z oficerami SB nie donosił, a jedynie prowadził z nimi wyrefinowaną grę intelektualną i słowną. Grę, o której zresztą podobno informował samego Kisielela.

Książkę Gackowskiego kończą dwa rozdziały, można powiedzieć, publicystyczne. W pierwszym przytacza opinie Suszki na temat konfidenctwa w PRL, który sięga po cytaty z Czesława Miłosza i ks. Józefa Tischnera, by legitymizować fakt współpracy z tajnymi służbami. Zdaniem Gackowskiego, „Suszko chce powiedzieć (...) cytatami z Miłosza, że zjawisko donosicielstwa w historii Polski, a w szczególności w okresie PRL było normą, która nie powinna aż tak bulwersować, gdyż po prostu »takie były czasy«” (s. 261). Natomiast w podsumowaniu autor zbiera wnioski wynikające z wszystkich przeprowadzonych

przez niego analiz i wydaje jednoznaczny sąd dotyczący rozważanego dylematu. „Niestety należy wyraźnie stwierdzić, że narracja książki Suszki nie wytrzymała porównania ze źródłami SB, które podważyły ją w wielu kluczowych dla jej tematu miejscach” (s. 264). Gackowski docenia podjęty przez Suszkę trud spisania swoich wspomnień i ostatecznego przyznania się Kisielowi do współpracy z SB, natomiast jego ocena historyczna i etyczna pozostają tutaj jednoznaczne.

W jakiej zatem dziedzinie należy umiejscowić tę pozycję, i komu ją polecić? Przede wszystkim trzeba powiedzieć, że jest to praca na wskroś historyczna. Tak zresztą określił ją sam autor (w liście do Edwarda Rybaka, dysponenta praw autorskich do książki zmarłego Jerzego Suszki, s. 20). Na ten trop kierują też cele, jakie autor postawił przed sobą: „porównać relacje dwóch niezależnych od siebie źródeł. (...) spojrzeć na stosunki Suszki z SB z dwóch perspektyw – przez pryzmat wydanych drukiem notatek przyjaciela Kisielea i materiałów wytworzonych przez bezpiekę” (s. 15) oraz „zbadać sposób patrzenia przez SB na konkretne działania operacyjne/spotkania/informacje, które podaje osoba przepytывana (...) dzięki temu ujrzeć mechanizmy pisania o spotkaniach z SB oraz sposoby ich relacjonowania przez samego przesłuchiwanego” (s. 19). Publikacja ma więc niewątpliwą wartość historyczną, i to nie tylko dla znawców tematu, ale także – a może nawet przede wszystkim – dla amatorów historii mediów, którzy dopiero zaczynają kwerendę literatury poświęconą tajnym służbom PRL i metodom ich działania w środowisku artystycznym i medialnym. Zainteresowany czytelnik znajdzie tu np. opisany dość dokładnie model prowadzenia kontaktów SB z potencjalnymi współpracownikami – nie tylko procedurę i konkrety, ale też atmosferę spotkań i rozmów, elementy pozawerbalne, które tę atmosferę konstytuowały. Gackowski wymienia też, i częściowo opisuje, metody pozyskiwania od nich zeznań, co także może przynieść czytelnikowi

nową wiedzę zaprezentowaną na marginesie podstawowych rozważań, ale również interesującą i wartościową.

Jest to również książka medioznawcza, przede wszystkim ze względu na przedmiot badań: odniesienie do Stefana Kisielewskiego, postaci jednej z najistotniejszych dla polskiego dziennikarstwa XX wieku i polskiej humanistyki w ogóle. Trzeba tutaj wspomnieć, że po ukazaniu się książki w dyskusjach środowiska politologicznego i medioznawczego pojawiały się głosy, że praca wyznacza nowy kierunek w medioznawstwie. Wydaje się jednak, że ta opinia nie może być w pełni uzasadniona. Publikacja z pewnością sytuuje się w obszarze historii mediów, winna być obowiązkową pozycją dla badaczy i wielbicieli publicystyki Kisielea, tekstów historycznych opisujących realia kulturowe i społeczne PRL, i w ogóle kultury polskiej okresu PRL, trudno natomiast założyć, że takie ujęcie tworzy nowy kierunek w badaniu mediów. Jest on bowiem, jak się wydaje, co do istoty klasyczny, choć dość rzadko przez medioznawców podejmowany...

Książkę Gackowskiego można zatem rekomendować nie tylko amatorom biografii Kisielea czy historii dziennikarstwa polskiego w XX wieku. Warto, żeby zajrzał do niej każdy badacz humanista, ponieważ publikacja prezentuje lapidarne i pouczające studium warsztatu historyka. O jego sile stanowią w równym stopniu precyzja opisu, odpowiedzialność za każde słowo, wnioskowanie na podstawie po trzykroć zweryfikowanych przesłanek i wreszcie – logika prowadzonego wywodu. Kryteria z pozoru oczywiste, ale, niestety, nie zawsze respektowane.

Na koniec jeszcze jedno spostrzeżenie. W toku narracji książki i w jej podsumowaniu autor podejmuje próbę oceny postępowania w PRL i rozliczenia z PRL, jakich dokonał dziennikarz Suszka. Przyznając, to cel odważny, zwłaszcza w kontekście młodego wieku autora (nie można i tu pominąć tego, niestety, stałego argumentu w dyskusji o ocenie okresu PRL).

Na szczęście, Gackowskiego na tym niebezpiecznym obszarze bronią nie tylko wykształcenie historyczne, które daje legitymizację do tego typu opisu, ale także pełen rygor metodologiczny oraz ograniczone do minimum i zawsze osadzone w faktografii stwierdzenia ocenne. To zresztą miła odmiana po awanturnictwie politycznym,

grze teczkami, listami i lustracją, które tak często towarzyszą dyskusjom o czasach PRL. Studium Gackowskiego pokazuje, jak spokojnie, rzeczowo, sprawiedliwie można opisywać i analizować bardzo trudną historię Polski II połowy XX wieku.

Karolina Brylska



Patrycja Szostok

Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych?

Komu służą periodyki finansowane z lokalnych budżetów?

Wydawnictwo Gnome, Katowice 2013, 154 s., ISBN 978-83-63268-27-5

Może się mylę, ale sądzę, że naukowe zainteresowanie prasą lokalną w naszym kraju – po prawie ćwierćwieczu jej istnienia – zaczyna wyraźnie słabnąć, czego dowodem może być m.in. zmniejszająca się liczba książek i artykułów na ten temat, badań empirycznych itd. Do tej pory nie udało się też opracować centralnego katalogu pism lokalnych, ani nawet nie wiadomo, ile ich ukazuje się w skali całego kraju. Na szczęście, od czasu do czasu pojawiają się wartościowe publikacje z tego zakresu, a do takich z pewnością można zaliczyć książkę dr Patrycji Szostok.

Autorka jest pracownikiem Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, adiunktem w Zakładzie Dziennikarstwa Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa. Z noty biograficznej umieszczonej na okładce omawianej książki – będącej wydawniczą wersją jej rozprawy doktorskiej obronionej z wyróżnieniem w 2009 r. – wynika, że jedną z ważniejszych dziedzin jej zainteresowań naukowo-badawczych jest proces komunikowania lokalnego, ze szczególnym uwzględnieniem jego wymiaru samorządowego. Warto to podkreślić, ponieważ wśród badaczy mediów lokalnych niewielu jest takich,

którzy zajmują się właśnie prasą samorządową.

Pierwsza część tytułu omawianej książki może budzić zdziwienie, choćby dlatego, że zawarty w niej dylemat jest pozorny, a pytanie – retoryczne. Wprawdzie rozumiem intencje autorki, ale pojęcie „prasa samorządowa” jest przecież jednoznaczne, ponieważ są to pisma, których wydawcą i właścicielem są różne jednostki samorządu terytorialnego, pojmowanego jako forma władzy publicznej, traktowanej jako uzupełnienie scentralizowanej administracji rządowej. W tym znaczeniu jest to więc prasa władz samorządowych, z założenia adresowana do lokalnych społeczności i spełniająca rozmaite funkcje społeczne. Wydaje się zresztą, że autorka podziela taką opinię, stwierdzając już we wstępie, że „prasa samorządowa jest dość szczególnym rodzajem prasy lokalnej. Pozwala ona bowiem na realizację prawa obywateli do zdobywania informacji na temat działalności władz lokalnych, jednak daje też władzom tym możliwość wpływania na lokalną opinię publiczną, co powoduje, że często wykorzystuje się jej łamy do prowadzenia walki politycznej”. Tyle tylko, że – nie miejmy złudzeń – to samo dotyczy prasy, a szerzej – mediów w ogóle,

zarówno publicznych, jak i komercyjnych. Natomiast ich polityczne zaangażowanie i – będąca jego efektem – stronniczość są z pewnością mniej widoczne, a także trudniejsze do udowodnienia.

Szczególnie cenne są te fragmenty omawianej publikacji, w których znajdują się szczegółowe dane ilościowe dotyczące stanu prasy samorządowej w woj. śląskim. Warto to podkreślić choćby dlatego, że w wielu innych publikacjach mówi się przeważnie o prasie lokalnej (w tym samorządowej) w ogóle, a autorzy – operując w najlepszym razie pojedynczymi przykładami pism – czują się zwolnieni choćby z próby ustalenia liczby tytułów wydawanych w danym regionie (województwie, powiecie itp.). Tymczasem autorka omawianej książki – pewnie z niemałym trudem – zdołała ustalić, że w województwie śląskim, liczącym 36 powiatów (19 – grodzkich, 17 – ziemskich), ukazują się 131 periodyków samorządowych (wg stanu na czerwiec 2013 r.). Najwięcej z nich (74, czyli 57 proc.) stanowią tytuły będące organami urzędów miast/gmin, prawie dwukrotnie mniej jest pism wydawanych przez ośrodki kultury i/ lub biura promocji miast, czyli jednostki związane z organami lokalnej władzy samorządowej – 38 (29 proc.). W tym kontekście jako mało aktywne medialnie można ocenić starostwa powiatowe, które wydają zaledwie 4 pisma (3 proc.) oraz wydawców mających wprawdzie osobny status formalno-prawny, ale zależnych od władz samorządowych, np. stowarzyszenia bądź spółki, w których mają udziały gminy – 6 (5 proc.), rady miast/gmin – 4 (3 proc.), zarząd gminy – 1 pismo, wójt – 2 pisma.

Oczywiście, nie sposób ocenić czy powyższe dane można traktować jako reprezentatywne także dla innych regionów, ponieważ Śląsk (ściślej: woj. śląskie w obecnych granicach administracyjnych) to region silnie zurbanizowany i uprzemysłowiony, mający również – co w tym przypadku ma ogromne znaczenie – bogate tradycje wydawnicze (wiadomo, że także w okresie PRL na Śląsku ukazywało

się – w porównaniu z innymi regionami – wiele pism lokalnych). Należy jednak podkreślić wysiłek i trud autorki, dzięki czemu sporo wiadomo o aktywności medialnej śląskich władz samorządowych.

Ciekawych wyników dostarcza też analiza badanych pism pod względem częstotliwości ukazywania się. Okazuje się, że zaledwie 18 ukazuje się częściej niż raz w miesiącu – 8 tygodników (6 proc.) i 10 dwutygodników (7 proc.), natomiast najwięcej jest miesięczników – 68 (52 proc.) i pism ukazujących się rzadziej, czyli dwumiesięczników – 25 (19 proc.) i kwartalników – 10 (8 proc.) oraz tzw. nieregularników – 10 (8 proc.). W związku z tym można uznać, z dużym prawdopodobieństwem trafności tej oceny, że zdecydowana większość periodyków samorządowych nie jest w stanie efektywnie realizować funkcji informacyjnej, jeśli pod tym pojęciem rozumieć dostarczanie czytelnikom aktualnych, bieżących informacji. Inaczej mówiąc, publikowane na ich łamach informacje (w najszerszym znaczeniu) mają – w momencie dotarcia pisma do odbiorców – już tylko wartość historyczną (kronikarską). Nie chcę przez to bynajmniej traktować ich jako przekazy zbędne czy nieinteresujące czytelników.

Trzeba przyznać, że autorka publikacji wzięła na siebie ambitne i trudne zadanie naukowo-badawcze, zapowiadając najpierw we wstępie, że „celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie prasy samorządowej jako istotnego elementu systemu prasowego komunikowania lokalnego”. Jednocześnie dodała, że chodzi zwłaszcza o „próbę odpowiedzi na pytanie, na ile prasa samorządowa jest istotnym elementem lokalnych systemów komunikacyjnych, na ile zaś spełnia jedynie funkcję tuby propagandowej władz lokalnych”. Precyzując wyznaczony cel swoich badań, stwierdza, że chodzi jej o „określenie, na ile omawiana kategoria prasy jest upolityczniona w swej treści, a na ile spełnia potrzeby komunikacyjne społeczności lokalnych”. Ale podkreśla jednocześnie, że poprzez upolitycznienie – pojmowane

wieloaspektowo – rozumie zarówno „poświęcanie tematyce działalności władz szczególnej uwagi” i „przedstawianie pozostałej tematyki przez pryzmat działalności tych władz”, a także „przychylnie nastawienie osób piszących w prasie do lokalnych władz, przejawiające się w aprobatywnym, bądź przynajmniej neutralnym wydźwięku publikacji im poświęconych”. Nieco zaskakujące wydaje się jednak, że przejawem (formą) upolitycznienia pism samorządowych – w opinii autorki – jest także „przekonanie odbiorców tychże pism o tym, że sprzyjają one w szczególny sposób osobom sprawującym władzę”. Takie założenie badawcze jest co najmniej ryzykowne, ponieważ opinie czytelników często bywają formułowane pod wpływem emocji, na podstawie oceny pojedynczych tekstów czy zdjęć itp.

Na strukturę omawianej książki składa się pięć rozdziałów merytorycznych, uzupełnionych wprowadzeniem, aneksem, bibliografią oraz spisami wykresów i tabel. Szczerze mówiąc, dziwić może brak osobnego zakończenia (podsumowania) zawierającego choćby najważniejsze wnioski wynikające z pracy i badań oraz zaskakująca kolejność końcowych części książki, zwłaszcza aneksu poprzedzającego bibliografię. W dwóch pierwszych rozdziałach, stanowiących prawie połowę merytorycznej części tej publikacji (nie licząc obszernego aneksu), znalazły się rozważania dotyczące prasy lokalnej. W rozdz. I, pt. „Czym jest prasa lokalna” – uwagi na temat historycznego i współczesnego rozumienia pojęcia „prasa lokalna”, jej powojenne dzieje w Polsce i propozycja ich periodyzacji, czynniki sprawcze jej rozwoju; w rozdz. II, pt. „Funkcje i ograniczenia prasy lokalnej” – teoretyczne rozważania (konceptje) na temat funkcji prasy lokalnej, warunków ich realizacji i rozmaitych uzależnień od władzy i reklamodawców. W skromnym objętościowo rozdz. III (pt. „Prasa samorządowa”) zostały przedstawione właściwie te same czynniki (kryteria), wedle których wcześniej opisano prasę lokalną. Jediną nowością są rozważania na temat prawnych

podstaw polityki informacyjnej gminy oraz ograniczenia w tym względzie, a także – wspomniana wcześniej – charakterystyka i klasyfikacja śląskiej prasy samorządowej.

Warto dodać, że w rozdz. III autorka stara się udowodnić, że prasa samorządowa to całkowicie odrębny typ prasy, inny (tzn. mający własną specyfikę) niż prasa lokalna. Jest to zresztą główna teza omawianej książki, widoczna również w jej tytule. Trudno się z takim twierdzeniem zgodzić, bo przecież – i o tym jest mowa w tym rozdziale – najważniejsze wyznaczniki tych czasopism, a więc zarówno zasięg terytorialny jak i krąg potencjalnych odbiorców są w obu przypadkach identyczne. Różny jest jedynie właściciel (wydawca) i wynikające z tego tytułu ograniczenia, w tym najczęściej – na co autorka zwraca szczególną uwagę – „brak krytyki skierowanej na władzę”, wynikający zazwyczaj „z usytuowania zespołów redakcyjnych w strukturach lokalnej władzy, co prowadzi do tego, że dziennikarze wolą się nie narażać, bojąc się o utratę pracy”.

Natomiast co najmniej dyskusyjny jest zarzut, że „niektóre pisma na swoich łamach zbyt dużą uwagę przywiązują do tematyki historycznej, poświęcając jej znaczną część powierzchni. Nie jest to zjawisko pozytywne, ponieważ prasa lokalna, w tym samorządowa, nie jest właściwym miejscem dla dyskusji paranaukowej”. Znam wiele periodyków lokalnych, które na swoich łamach podejmują rozmaite tematy z przeszłości danego powiatu, gminy, miasta czy parafii i – moim zdaniem – dobrze, że tak czynią, ponieważ w ten sposób ich czytelnicy, a jednocześnie współcześni mieszkańcy danego miasta czy gminy – zwłaszcza dzieci i młodzież – dowiadują się o historii swojej „małej ojczyzny”. Dobrym przykładem może być choćby kwartalnik „Informator Kowalski” – pismo samorządu niewielkiego, kujawskiego miasta Kowal (miejsce urodzenia króla Kazimierza Wielkiego), w którym prawie w każdym numerze są publikowane materiały historyczne przygotowywane przez miłośników historii miasta

i regionu oraz burmistrza i nauczyciela miejscowej szkoły. Czytając te teksty, nie mam najmniejszych wątpliwości, że celem autorów nie jest inspirowanie „dyskusji paranaukowej”, ale popularyzacja ciekawej historii miasta i gminy, a także budzenie szacunku wobec przeszłości i tradycji. Wiem, że podobna sytuacja występuje w wielu innych pismach lokalnych.

W dwóch ostatnich rozdziałach zostały przedstawione wyniki badań zawartości 5 śląskich periodyków samorządowych (rozdz. IV – „Zawartość wybranych periodyków samorządowych województwa śląskiego”) oraz ich czytelnictwo i opinie odbiorców (rozdz. V – „Społeczny odbiór prasy samorządowej województwa śląskiego”). Mówiąc najogólniej, potwierdzają one lokalny charakter każdego z badanych tytułów, widoczny zwłaszcza w doborze tematów materiałów dziennikarskich (od 59 proc. do 80 proc. ich ogólnej liczby), niewielkim udziale publikacji o tematyce pozalokalnej (od 0,61 proc. do 10 proc.) i także nie-dużej – ale najbardziej zróżnicowanej ilościowo – obecności materiałów niedziennikarskich (od 18,5 proc. do 36 proc.).

Do wielu ciekawych wniosków skłaniają również wyniki badania opinii czytelników. Dla przykładu: przedstawiając powody, dla których ludzie sięgają po pisma samorządowe, Szostok podaje m.in., że najczęściej jest to potrzeba posiadania informacji lokalnej (48,6 proc. badanych), podczas gdy inne powody wskazują tylko nieliczni, np. ciekawość – 5,6 proc., poszukiwanie rozrywki – 3,8 proc. Natomiast

spośród tematów preferowanych przez czytelników prasy samorządowej wymienia kolejno: działalność władz lokalnych (41,2 proc.), kulturę lokalną (36,8 proc.), lokalne wydarzenia sportowe (31,8 proc.), lokalne sprawy społeczne (29 proc.) i historię lokalną (27,8 proc.); dla porównania: najmniejsze zainteresowanie budzi lokalna tematyka religijna (13 proc.) i tematyka pozalokalna (7,8 proc.).

Powyższe dane, a także wiele innych, zawartych w licznych tabelach i na wykresach, uzasadniają końcowe wnioski sformułowane przez autorkę. Choćby ten, że „pisma samorządowe są postrzegane jako bardziej upolitycznione niż ma to miejsce w rzeczywistości. Nie zmienia to faktu, że prasa samorządowa jest postrzegana jako potrzebna społecznościom lokalnym jako istotny element systemu komunikacji lokalnej i ważne źródło informacji lokalnej i informacji o działalności władz lokalnych. Mimo przekonania o jej upolitycznieniu, ponad 90 proc. respondentów jest skłonna ufać informacjom zamieszczanym na jej łamach, co potwierdza tezę o potrzebie wydawania takiego rodzaju prasy”.

Nie ulega wątpliwości, że książka Szostok dostarcza wielu ciekawych informacji i opinii na temat funkcjonowania prasy samorządowej w woj. śląskim, zebranych w sposób naukowy i metodologicznie poprawny. Może też stanowić godny naśladowania wzór postępowania naukowego w odniesieniu do prasy samorządowej w innych regionach.

Wiesław Sonczyk



Donald Matheson, Stuart Allan
Dziennikarstwo wojenne online

Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, 247 s., ISBN 978-83-01-16949-7

O mawiana pozycja jest kolejną, która ukazała się w ramach serii wydawniczej na temat wpływu mediów cyfrowych na społeczeństwo. Autorzy, dwóch cenionych medioznawców, zastanawiają się, jak rozwój najnowszych technologii, takich jak internet, telefony komórkowe itp., wpłynął na kształtowanie sposobu relacjonowania konfliktów zbrojnych. Matheson i Allan podkreślają, że w dobie smartfonów i maili każda blokada informacyjna jest nieskuteczna. Czy więc potrzebujemy jeszcze profesjonalnie przeszkolonych korespondentów wojennych, którzy – choć wyposażeni w wiedzę i warsztat dziennikarski – często relacjonują wydarzenia w sposób tendencyjny i stronniczy, czego egzemplifikacją są relacje amerykańskich mediów z wojny w Afganistanie i Iraku po 2011 roku? Autorzy, jak przystało na znawców tematu, unikają jasnych odpowiedzi – w zamian przytaczają opinie specjalistów, które często zdają się być przeciwstawne, co sprawia, że czytelnik czuje się poważnie traktowany i zachęcony do samodzielnych poszukiwań i refleksji.

Pierwszy rozdział zaczyna się od swego rodzaju studium przypadku, kiedy to autorzy przytaczają przykład niezależnego korespondenta NBC News Kevina Sitesa, który relacjonował zamordowanie przez amerykańskich żołnierzy irańskiego mężczyzny w meczecie w Faludży jesienią 2004 roku. Jak przyznaje sam dziennikarz, decyzją o tym, czy upowszechnić to nagranie była „najbardziej rozdzierającym duszę dylematem moralnym, z jakim kiedykolwiek spotkał się w życiu” (s. 18). Przytoczone wydarzenie stało się inspiracją do dalszych rozważań na temat tego, jak korespondenci wojenni wykorzystują niezależność, którą dają im najnowsze środki przekazu.

Drugi rozdział książki jest poświęcony „pierwszej wojnie internetowej”, jak przez dziennikarzy został nazwany konflikt w Koso-

wie z 1999 roku. Autorzy podkreślają znaczenie wkładu zwykłych ludzi w przepływ informacji. Jako przykład może tu posłużyć Aldona, nastolatka z Kosowa, która w swoich mailach do amerykańskiego kolegi tak opisuje codzienne życie w strefie zagrożenia: „mamy tu bardzo krytyczne momenty, wioska jest wciąż otoczona, właśnie słyszę przelatujące samoloty, naprawdę nie chcę, żeby mnie zgwałcili albo zabili i porąbali moje ciało” (s. 63). Ich korespondencja nie tylko poruszyła serca wielu czytelników, ale także wpłynęła na wytworzenie się poczucia wspólnoty. Nie wszyscy jednak byli tak entuzjastyczni wobec przejawów amatorskiego dziennikarstwa. „Zamiast prawdziwego dziennikarstwa dostawaliśmy potok nieprofesjonalnych depesz pisanych przez osoby nie będące dziennikarzami [...] to nie są informacje, to pogłoski” (s. 74) – taką opinię wygłosiła amerykańska redaktorka Brook Shellby Biggs. Na szczęście, Matheson i Allan dalecy są od wartościowania, skłaniając się raczej ku faktom i danym, jak choćby tym, że pod koniec marca 1999 roku znacznie – bo o blisko 963 proc. – wzrosła liczba wejść użytkowników z Jugosławii na stronę internetową stacji CNN.

Kolejny rozdział dotyczy zagadnienia wpływu nowych technologii na jakość i wiarygodność przekazu korespondentów wojennych ze stref walki. Kanwą do tych rozważań staje się wojna w Iraku i Afganistanie. Zmniejszenie rozmiarów sprzętu komunikacyjnego, niespotykana do tej pory liczba korespondentów wojennych (przeszło 4 tysiące) czy wreszcie wart ponad pół miliona pojazd inżynieryjny przystosowany do szybkiego przesyłania danych – to tylko kilka przejawów rewolucji cyfrowej, która spowodowała eksplozję informacji i upowszechnienie relacji na żywo przedstawiających wojenny spektakl.

Sporo miejsca w czwartym rozdziale, zatytułowanym „Obywatel dziennikarz na wojnie”, poświęcono zagadnieniu amatorskich relacji z pola bitwy. Ciekawe zdaje się być spostrzeżenie autorów, że media obywatelskie zyskują na znaczeniu dzięki uwadze instytucji, dla których są one konkurencją. Pojawia się więc tu pole do refleksji, czy nowy sposób relacjonowania przez nieprofesjonalistów doprowadzi do osłabienia wpływu władz państwowych na zawartość przekazu i czy będzie to oznaczało koniec propagandy?

W piątym rozdziale autorzy zastanawiają się nad rolą „zapośredniczonej przez aparat fotograficzny wiedzy o wojnie”. Padają tu pytania o celowość prezentowania drastycznych fotografii, jak choćby egzekucji Saddama Husajna, tortur w więzieniu Abu Ghraib czy ciał amerykańskich żołnierzy poległych na froncie. Analizowany jest także przykład złamania etyki dziennikarskiej, kiedy to Brian Waleski, fotograf „Los Angeles Times”, relacjonując wydarzenia wojenne w Iraku w 2003 roku, zdecydował się na ulepszenie i podrasowanie zdjęcia. Ten rodzaj manipulacji zaowocował spadkiem zaufania do mediów, ale również zakończył karierę obiecującego fotoreportera.

Ostatni z rozdziałów pełni rolę podsumowania, w którym autorzy pokusili się o refleksję na

metapoziomie, podkreślając, że pokazywanie śmierci i tragizmu walk zbrojnych zdaje się być nie tylko dylematem etycznym, ale także politycznym, gdyż konfrontuje opinię publiczną z wypieraną często ideą wojny i okrucieństwa. Swoistą klamrą zamykającą książkę jest odniesienie do wspomnianego na początku publikacji wydarzenia egzekucji rannych bojowników przez żołnierzy *marines* w meczecie w Faludży.

Atutem tej publikacji jest to, że autorzy często odwołują się do wypowiedzi blogerów oraz korespondentów wojennych, oddając im należne miejsce na łamach tej książki. Narracja staje się więc żywa i dynamiczna, a czytelnik – obok refleksji nad dylematami etycznymi – otrzymuje solidną dawkę materiału źródłowego. Dla osób zainteresowanych tą tematyką, chcących pogłębić swoją wiedzę na temat dziennikarstwa wojennego, nieocenioną pomocą będzie obszerna bibliografia zamieszczona w książce, która dotyczy głównie kręgu anglojęzycznego. Obok artykułów prasowych, wiele jest tam publikacji zwartych, stanowiących dla autorów punkt odniesienia w ich rozważaniach i analizach.

Katarzyna Iwanicka



Natalia Hatałska

Cząstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe

Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014, 200 s., ISBN 978-83-246-6248-7

Książka Natalii Hatałskiej stanowi pozycję Kobowiązkową dla marketingowców oraz osób związanych ze światem reklamy. Traktuje o niestandardowych kampaniach reklamowych i marketingowych, które w ciągu ostatnich lat zyskały w znacznym stopniu na popularności i powoli zdają się wypierać klasyczne metody

popularyzowania produktów czy usług. Niezbędne jest tutaj zdefiniowanie samych pojęć, czyli form klasycznych i niestandardowych. Jak podaje autorka, do tych pierwszych zaliczyć należałoby typowe reklamy umieszczane w telewizji, radiu, prasie lub na dotychczas wykorzystywanych nośnikach outdoorowych. Z kolei

pod pojęciem form niestandardowych należy rozumieć wszelkie działania realizowane poza tradycyjnymi mediami (reklamy umieszczane głównie w przestrzeni miejskiej, ale na innych nośnikach niż zwykle billboardy) lub w tradycyjnych mediach (telewizja, radio, prasa), ale w inny niż powszechnie przyjęty sposób. Zatem chodzi tutaj o formę lub miejsce dotychczas niewykorzystywane. Każda przestrzeń może zostać potraktowana jako nośnik. Systematyzacja tego pojęcia odbywa się na bieżąco – to, co dziś jest niestandardowe, jutro należy już do tzw. *mainstreamu*. Ciągłe rozszerzanie się tego rynku jest napędzane chęcią i koniecznością wyróżnienia się.

Dr Hatałska jest ekspertką w dziedzinie alternatywnych form komunikacji i *trendwatcherem*, a w branży mediowo-reklamowej funkcjonuje już od 13 lat. Popularność zyskała dzięki prowadzeniu bloga na temat reklamy i marketingu *hatałska.com*, który w 2010 roku otrzymał tytuł Bloga Roku w konkursie organizowanym przez Onet.pl. Autorka zasiada w jury konkursu Klubu Twórców Reklamy w kategorii Active Advertising. Wykłada w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, na Uniwersytecie Gdańskim oraz w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie.

Książka *Cząstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe* jest pierwszą pozycją w dorobku autorki. Inspiracją przy jej tworzeniu była chęć pokazania dobrych praktyk przy budowaniu polskich niestandardowych kampanii reklamowych, promowania ich, a także zachęcenia osób z branży marketingowej i reklamowej do podejmowania ryzyka tworzenia nowych, niekonwencjonalnych sposobów na wypromowanie danej treści, produktu czy usługi. Przede wszystkim jednak autorka podejmuje się niesłychanie trudnego zadania: usiłuje odpowiedzieć na pytanie – co musi zawierać w sobie kampania, aby konsument ją zauważył, zapamiętał i co najistotniejsze – chciał o niej opowiedzieć swojemu otoczeniu.

Podstawowe teza założona przez autorkę jest następująca: niestandardowe działania reklamowe silnie oddziałują na konsumentów

niż klasyczne. Hatałska argumentuje swoje stanowisko w bardzo prosty sposób: w ciągu ostatnich kilkadziesiąt lat zdolność do zapamiętywania reklam klasycznych (np. telewizyjnych) spadła o 70 proc. Odpowiadają za to dwa zjawiska: nadmierne nagromadzenie treści reklamowych w otoczeniu człowieka oraz predyspozycje jego mózgu, który absorbuje jedynie wyróżniające się treści. W związku z tym wyłącznie te kampanie, które prezentują zaskakujące dla widza treści są w stanie zwrócić jego uwagę. Siłą form niestandardowych jest zrozumienie, jakie elementy treści docierających do konsumenta zostaną przefiltrowane przez jego świadomość, i odebrane jako istotne.

Książka została podzielona na trzy części: pierwsza stanowi wprowadzenie o charakterze teoretycznym do tematyki reklam niestandardowych; druga traktuje o konkretnych elementach reklam, które według autorki decydują o ich sukcesie; trzecia ma postać słownika pojęć z dziedziny marketingu i reklamy.

W pierwszej części Hatałska przekazuje czytelnikowi wiedzę dotyczącą reklam niestandardowych w pigułce. Stawia bardzo interesującą tezę, która przewija się w wielu częściach książki, jakoby reklama była rodzajem wirusa. Tak jak wirusy biologiczne mogą atakować organizm ludzki, tak samo istnieją wirusy, które atakują w zróżnicowanym stopniu umysł ludzki i powodują epidemie społeczne, a są to: plotki, idee, informacje czy mody, które zawiera dobra reklama. W pierwszym rozdziale można znaleźć liczne cytaty z książki, która zainspirowała autorkę do stworzenia tego trafnego porównania – *Strefy skażenia* Richarda Prestona.

Autorka nie boi się kontrowersji. Twierdzi, że w przygotowywaniu kampanii marketingowych i reklamowych sam produkt wcale nie stanowi istoty. Wypromować można wszystko, i w każdych warunkach, nawet jeśli nie spełnia najwyższych kryteriów jakości, o ile tylko promowanie zostanie przeprowadzone w skuteczny sposób. Przykładem mogą tutaj być buty marki Crocs znane z mało wdzięcznego wyglądu, czy

produkty marki Apple, które w dalszym ciągu są najbardziej pożądanymi urządzeniami elektronicznymi na świecie, choć technologiczne wyprzedzają je produkty innych marek. Człowiek stanowi tutaj najważniejszy element kampanii, to dzięki niemu mogą przenosić się wirusy, które zarażają kolejne osoby entuzjazmem do danego produktu, co w efekcie może doprowadzić do epidemii społecznej, czyli stanu najbardziej pożądanego. Tak więc najważniejsze dla twórców kampanii jest to, aby była ona na tyle wyrazista, że konsument nie tylko zwróci na nią uwagę i ją zapamięta, ale również zechce przekazać jakieś informacje na jej temat innym osobom, tworząc efekt kuli śniegowej. Autorka zwraca uwagę również na to, jak bliskie marketingowi są takie obszary jak: dziennikarstwo (szybkość rozprzestrzeniania się informacji), komunikacja masowa czy memetyka (dziedzina zajmująca się badaniem replikatorów, czyli pojedynczych jednostek informacji, które rozpowszechniają w społeczeństwach: mody, poglądy, religie etc.).

Na końcu pierwszej części książki Hatałska wyróżnia siedem głównych schematów, które jej zdaniem są w stanie przynieść reklamie sukces. Są to: zaangażowanie, bliskość, użyteczność, emocje, kontekst, czas i zaskoczenie. Każdy z wymienionych elementów jest omówiony w osobnych rozdziałach w drugiej części książki oraz opatrzony licznymi opisami i zdjęciami przykładowych kampanii reklamowych wyselekcjonowanych przez autorkę. Druga część stanowi album najciekawszych polskich reklam niestandardowych ostatnich lat. Rzecz jasna, dobór jest tutaj podyktowany subiektywnymi preferencjami autorki, jednak można zauważyć, że znaczna większość prezentowanych w albumie reklam została doceniona w wielu konkursach. Ponadto sam autorytet Hatałskiej pozwala uwierzyć, że dobór nie jest tutaj przypadkowy. Minusem albumu jest to, że wiele z podawanych przykładów kampanii jest niedostatecznie wyczerpująco opisanych, przez co czytelnik niewtajemniczony, który nie miał

z nimi do czynienia, nie jest w stanie w pełni zrozumieć, na czym polegały.

Nie będzie nadużyciem stwierdzenie, że książka *Cząstki przyciągania. Jak budować niestandardowe kampanie reklamowe* jest pozycją prekursorską, prezentującą niespotykane dotychczas podejście do reklamy. Nietypowe jest chociażby sam zakres tematyczny – autorka traktuje wyłącznie o wąskiej dziedzinie jaką są formy niestandardowe, a co więcej – właśnie w nich dostrzega o wiele większy potencjał niż w klasycznych reklamach. Czytelnik może odnieść wrażenie, że autorka chce go przygotować do nadejścia nowej ery „niestandardów” (skrót, jakim posługuje się autorka na łamach pracy), w której znacznie bardziej cenione będzie zrealizowanie nietypowej kampanii w celu wypromowania danego produktu niż na przykład umieszczenie spotu reklamującego go w telewizji. Powody tego stanu rzeczy są dwa: akcje niestandardowe są o wiele tańsze, a więc promują oszczędność, a ponadto docierają do świadomości większej liczby osób i wywołują u nich silniejsze reakcje (kupna, rzecz jasna), co zostało potwierdzone przez licznych badaczy. Jak już zostało powiedziane, reklamy niestandardowe wykorzystują na swoje nośniki miejsca dotychczas niewykorzystane. Można odnieść błędne wrażenie, jakoby po prostu liczba reklam miała się drastycznie powiększyć, na niekorzyść otaczającej konsumentów przestrzeni. Nic bardziej mylnego. Jedną z głównych cech „niestandardów” jest to, że ich treść, forma, czy właśnie miejsce, w którym się znajdują, są tak nietuzinkowe, że odbiorca nie domyśla się, że ma do czynienia właśnie z reklamą. Paradoksalnie chodzi zatem o to, aby reklama udawała, że reklamą nie jest i jednocześnie, aby konsumenci nie czuli się przez nią osaczeni (z czym mają do czynienia na przykład w telewizyjnych blokach reklamowych).

Trudno porównać książkę Hatałskiej do jakiegokolwiek pozycji polskiej, bez niebezpieczeństwa krzywdzącego uproszczenia. Podobnych publikacji można szukać jedynie w literaturze

zagranicznej bądź artykułach w specjalistycznych czasopismach branżowych, co w dużej mierze jest podyktowane tym, że zjawisko „niestandardów” jest stosunkowo młode. Z pewnością można tę pozycję polecić zarówno osobom początkującym, próbującym dopiero swoich sił w dziedzinie reklamy i marketingu, jak i specjalistom w celu poszukiwania twórczej inspiracji lub przynajmniej przeglądu działalności konkurencji. Należy mieć nadzieję, że książka nie jest ostatnią w dorobku dr Natalii Hatałskiej, ponieważ niewątpliwie posiada ona ogromną wiedzę z zakresu nowych technik marketingowych i reklamowych oraz potrafi przekazać ją czytelnikowi w obrazowy sposób. Liczne porównania,

takie jak wirus, epidemia, dodają atrakcyjności oraz sprawiają, że niejednokrotnie skomplikowane procesy z opisywanej branży zdają się być banalnie proste. Atutem jest również sposób opisu omawianych zjawisk: Hatałska bez ogródek określa rynek reklamy jako miejsce, gdzie każdy, nawet najgorszy produkt może zostać wypromowany tak, że stanie się przedmiotem pożądania rzeszy konsumentów. Wystarczy tylko dobry pomysł. Zatem nasuwa się tutaj dość smutna refleksja: człowiek jest za ledwie marionetką w rękach marketingowców. Ale z drugiej strony, czy konsumentom w dzisiejszych czasach to w ogóle przeszkadza?...

Natalia Rakowska



Włodzimierz Gogołek, Wiesław Cetera *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*

Wydawnictwo Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, Warszawa 2014, 246 s., ISBN 978-83-63183-58-5

Nauki o mediach, uznane w 2011 r. za dyscyplinę naukową¹, rozwijają się w ostatnich latach niezwykle dynamicznie, o czym świadczą liczne konferencje² i publikacje z zakresu medioznawstwa. „Niezbędne dla badaczy mediów wydaje się ustalenie rudymentów – tożsamości nowej »starej« dyscypliny – nauk o mediach: wskazanie zadań, jakie przed nią stoją, terminologii, fundamentów teoretycznych czy metodologii badań”³. Nauki o mediach znajdują się w obszarze nauk społecznych, ale oddziałują na nie dyscypliny z obszaru nauk społecznych,

nauk humanistycznych oraz nauk technicznych. Współcześnie dokonuje się niezwykle szybki rozwój technologii informacyjnych i intensywne zmiany w gospodarce rynkowej. Dynamiczny rozwój mobilnych narzędzi komunikacyjnych, i związana z tym intensywność odbioru informacji cyfrowych, wpływają na wzrost ważności technicznych aspektów rozwoju nauk o mediach.

Wynikiem postępującej ekspansji technologii informacyjnych w mediach stało się uruchomienie w 2012 r. przez Wydział Dziennikarstwa

¹ Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych.

² Konferencja „Tożsamość nauk o mediach”, zorganizowana w dniach 21–22 czerwca 2012 r. w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

³ M. Mrozowski, *Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji*. „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2 (49)

i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, wraz z wydziałami fizyki, matematyki, informatyki i mechaniki tej uczelni, nowego, pierwszego w Polsce, interdyscyplinarnego kierunku studiów – logistyki mediów (LM). Ten fakt determinuje potrzebę określenia tożsamości logistyki mediów, a szczególnie – zdefiniowania zakresu prac badawczych i edukacji w ramach tej dyscypliny⁴.

W procesie kształcenia administrowaniem instytucją mediową niezbędna jest wiedza o planowaniu, zarządzaniu oraz wiedza związana z problematyką stosowania technologii informacyjnych. A także znajomość narzędzi do gromadzenia informacji, rejestrowania, przechowywania, jej transportu i udostępniania. Istotne jest zdobycie praktycznych umiejętności niezbędnych do obsługi urządzeń wykorzystywanych w pracy (w mediach tradycyjnych i nowych) dziennikarza radiowego, prasowego, telewizyjnego.

Ważny krok w procesie usystematyzowania podstawowych pojęć niezbędnych studentom nowego kierunku stanowi *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*, który jest zbiorem terminów przydatnych menedżerowi przedsiębiorstwa mediowego z zakresu technologii informacyjnych oraz administrowania. Jego autorami są prof. Włodzimierz Gogołek i dr inż. Wiesław Cetera, pracownicy naukowi Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Pierwszy z autorów *Leksykonu tematycznego...* to specjalista z zakresu nauk o mediach, autor wielu prac naukowych w tak ważnej specjalności, jaką są technologie informacyjne mediów. Drugi to inżynier cybernetyk, doktor nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania.

Autorzy w krótkim wstępie określili cel publikacji, jako „krok w stronę zakreślenia obsza-

ru praktycznych zastosowań zdobytej w czasie studiów wiedzy”⁵ z zakresu logistyki mediów. Logistyka, jak podają autorzy słownika, jest nauką zajmującą się metodami efektywnego zabezpieczenia realizowania procesów. Podkreślają, że stale wzrasta zapotrzebowanie na usługi logistyczne w mediach.

Historycznie logistyka wiązała się z ogólnie rozumianym transportem rzeczy. Logistyka mediów dotyczy transportu informacji i narzędzi, które temu służą. Narzędzi do odbioru, gromadzenia informacji multimedialnych, zapisywania, obróbki, transmisji informacji w postaci cyfrowej. Wiedza związana z problematyką stosowania technologii łączy się tu z wiedzą o zarządzaniu instytucją mediową (projektowaniem, budową i funkcjonowaniem wydawnictw gazet i periodyków, stacji radiowych i telewizyjnych oraz nowych mediów.

Leksykon ukazuje się zaledwie po dwóch latach doświadczeń w nauczaniu nowej specjalności na Uniwersytecie Warszawskim. Jego autorzy postulują zmianę nazwy kierunku na logistyka i zarządzanie w mediach. Uważają bowiem, że w większym stopniu odpowiada ona treści i celom kształcenia. Instytucje mediowe działają bowiem w warunkach gospodarki rynkowej i walczą o uzyskanie przewagi rynkowej, podobnie jak inne przedsiębiorstwa. Dlatego istotnym elementem kształcenia przyszłych menedżerów usług informacyjnych jest posługiwanie się nowoczesnymi technologiami informacyjnymi, przygotowanie do sprawnego zarządzania nie tylko informacją, ale także przedsiębiorstwem mediowym oraz znajomość problemów decyzyjnych i logistycznych w administrowaniu. Na polskim rynku wydawniczym nie było dotąd publikacji z obszaru łączącego wiedzę o administrowaniu instytucją mediową

⁴ Na październik 2014 r. Instytut zaplanował konferencję naukową „Logistyka i administrowanie mediami”, <http://www.id.uw.edu.pl/dzialy/badania/strona/logistyka-i-adm-mediami> [dostęp: 5.05.2014].

⁵ W. Gogołek, W. Cetera, *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT*, Warszawa, 2014, s. 15.

z wiedzą na temat stosowania technologii informacyjnych w mediach (dotycząca gromadzenia, przetwarzania informacji multimedialnych), transportu informacji oraz ważnego zagadnienia, jakim jest bezpieczeństwo teleinformatyczne⁶. *Leksykon tematyczny. Zarządzanie, IT* wypełnia tę lukę. Łączy terminologię z zakresu technologii informacyjnych mediów i zarządzania tak specyficznym przedsiębiorstwem, jakim jest instytucja mediowa. Publikacja ma duże znaczenie w rozwoju praktycznej działalności menedżera sektora usług informacyjnych. Szczególnie chodzi o absolwentów tego kierunku, którzy – podejmując pracę w instytucjach mediowych – powinni operować jednolitą terminologią (bo to ułatwia kontakt).

Leksykon tematyczny... nie jest tradycyjnym podręcznikiem akademickim, ale stanowi próbę ogarnięcia w porządku właściwym dla leksykonu subdyscypliny nauk o mediach, problemowo kontrowersyjnej ze względu na jej inżynierskie zabarwienie, i nie do końca zakresowo sprecyzowanej ze względu na jej rozległość i stały dynamiczny rozwój technologii informacyjnych mediów. Stąd zapewne subiektywny dobór haseł. Jak czytamy we wstępie, wynika on z doświadczenia dydaktycznego oraz praktyki menedżerskiej autorów, którzy zdefiniowali podstawowe pojęcia niezbędne w przyszłej pracy absolwentów tego kierunku – terminy ekonomiczne, techniczne, prawnicze – postulując jednocześnie konieczność dalszych studiów i poszukiwań w celu lepszego zrozumienia i ugruntowania wiedzy z tej nowej specjalizacji.

Leksykon zawiera ponad 500 terminów z dziedziny nauk humanistycznych, społecznych, prawnych, ekonomicznych, matematycznych, technicznych i dyscyplin pokrewnych, jak marketing, PR, finanse, prawo. Terminy zostały zdefiniowane sposób w jasny i zrozumiały. Wiele z nich uzupełniono jest konkretnymi przykładami i zilustrowano tabelami, wykresami, rysunkami lub wzorami do obliczeń, które wzmacniają poznawcze walory publikacji. Dotyczy to zwłaszcza haseł z zakresu ekonomii. Autorzy napisali we wstępie, że jest to pierwsza część słownika. Ich zamiarem jest jego doskonalenie i poszerzenie o nowe hasła. Taka potrzeba wynika ze stałego rozwoju technologii, rozległości i wciąż powiększającego się obszaru wykorzystania kompetencji absolwentów tego kierunku.

Recenzowana publikacja, poza krótkim wstępem i zbiorem obszernie omówionych haseł, została wzbogacona o bibliografię przedmiotu związaną z problematyką objętą słownikiem i szeroko pojętym zarządzaniem przedsiębiorstwem. Obszerny spis nie tylko polskich, ale i obcojęzycznych książek i czasopism oraz odwołań do materiałów elektronicznych to kolejny atut tej ważnej pozycji wydawniczej.

Leksykon tematyczny... nie pełni roli podręcznika, ale zebrane w nim definicje systematyzują pojęcia i ułatwiają poruszanie się w terminologii. Stanowi kompendium wiedzy przydatnej studentom nauk o mediach i przyszłym menedżerom sektora usług informacyjnych.

Patryk Makulski



⁶ Na rynku są prace związane bezpośrednio z zarządzaniem, logistyką dóbr fizycznych, np. B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Kraków, 2011.

Media mniejszości. Mniejszości w mediach

red. Małgorzata Adamik-Szysiak, Ewa Godlewska

Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2014, 324 s., ISBN 978-83-7784-484-7

Środowisko lubelskich medioznawców związanych z UMCS należy do jednego z najbardziej aktywnych w kraju. Do tej pory w serii „Współczesne Media”, pod redakcją Iwony Hofman i Danuty Kępy-Figury, ukazało się aż dziesięć pozycji¹, a cały dorobek uczelnianego wydawnictwa liczy kilkadziesiąt pozycji z zakresu szeroko rozumianych nauk o mediach. *Media mniejszości. Mniejszości w mediach* są najnowszą pozycją w tym bogatym zbiorze. W zamierzeniu jej redaktorek omawiana książka stanowi „wszechstronną analizę tematu mediów mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce na tle europejskim”². Ma ponadto „skłonić do refleksji nad obecnością problematyki mniejszościowej w mediach »większościowych« oraz obrazem mniejszości w tych mediach”³. Tym zapewnieniem wtóruje recenzja prof. Janusza Mieczkowskiego, w której ten doświadczony badacz tematu stwierdza, że „takie wielostronne spojrzenie badawcze pomaga przybliżyć i zrozumieć mechanizmy związane z funkcjonowaniem mediów mniejszościowych oraz zachęca do dalszych eksploracji z tym związanych”⁴.

Struktura książki jest przejrzysta i odpowiada powyższym założeniom. Całość została podzielona na trzy mniej więcej równe części. Są to odpowiednio: „Media mniejszości narodowych

i etnicznych w Polsce”, „Obraz mniejszości narodowych i etnicznych w polskich mediach” oraz „Media mniejszości w Europie”. Łącznie na treść książki składa się osiemnaście artykułów autorstwa przedstawicieli różnych ośrodków naukowych w kraju, których wyczerpujące biogramy zamieszczono na końcu książki.

Rozmieszczenie artykułów w poszczególnych częściach również nie budzi zastrzeżeń. Rozpoczynający część pierwszą, a zarazem stanowiący wprowadzenie w tematykę całego tomu, tekst dr Marzeny Giedroyć z Uniwersytetu Szczecińskiego omawia problem dostępu mniejszości narodowych i etnicznych do środków masowego przekazu w pracach Komisji Mniejszości Narodowych i Etnicznych Sejmu RP. Kolejne dwa artykuły, pióra doktorów: Tomasza Browarka (UMCS) oraz Pawła Popiełńskiego (ISP PAN) przedstawiają działalność wydawniczą mniejszości niemieckiej w Polsce. Pierwszy przybliży najważniejsze tytuły prasowe tego środowiska po II wojnie światowej z perspektywy polskich władz. Drugi natomiast koncentruje się na współczesnych środkach masowego przekazu mniejszości niemieckiej na Warmii i Mazurach. Kolejny tekst, autorstwa dr Renaty Król-Mazur (UJ), szczegółowo analizuje dzieje i funkcje czasopisma „Awedis”, czyli najważniejszego tytułu wydawanego

¹ *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1–2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009; *Współczesne media. Wolne media?*, t. 1–3, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2010; *Współczesne media. Kryzys w mediach*, t. 1–2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2012; *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013; *Współczesne media. Wartości w mediach, wartości mediów*, t. 1–2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2014.

² *Media mniejszości. Mniejszości w mediach*, red. M. Adamik-Szysiak, E. Godlewska, Lublin 2014, s. 7.

³ Tamże.

⁴ Tamże.

przez środowisko Ormian w Polsce. Dwa artykuły zamykające pierwszą część zostały poświęcone obecności mniejszości narodowych i etnicznych w internecie. Dr hab. Magdalena Ratajczak (UWr) zastanawia się nad etnicznością w sieci. Z kolei dr Łucja Kapralska (AGH) omawia rolę internetu w procesach integracji i dezintegracji grup etnicznych.

Część druga, najobszerniejsza, składa się z tekstów analizujących obraz mniejszości narodowych i etnicznych w krajowych mediach. Rozpoczyna ją artykuł prof. Zbigniewa Oniszczyka (UŚ), w którym została omówiona aktywność medialna mniejszości niemieckiej oraz jej znaczenie. Z tego względu można mieć wątpliwości, czy ten temat nie powinien raczej znaleźć się w części pierwszej recenzowanej pozycji. Drugi w kolejności artykuł, autorstwa Joanny Wańkowskiej-Sobiesiak, dziennikarki i Pełnomocnika Wojewody Warmińsko-Mazurskiego ds. Mniejszości Narodowych i Etnicznych, przybliży zagadnienie występowania mniejszości narodowych i etnicznych Warmii i Mazur w mediach polskojęzycznych. Trzeba przy tym zaznaczyć, że autorka koncentruje się na mniejszości niemieckiej, traktując o pozostałych jedynie marginalnie.

Obraz medialny społeczności romskiej w województwie wielkopolskim prezentuje Patryk Pawelczak (UAM). Posługując się analizą zawartości, wskazuje cztery typy obrazów Romów: jako grupy przestępczej, jako działaczy społecznych i kulturalnych, jako wspólnoty trwale dyskryminowanej oraz jako ludzi żyjących w skrajnym ubóstwie. Podobnej problematyki, jednakże w szerszym kontekście, dotyczy artykuł dr. Piotra Burgońskiego (UKSW), w którym autor pisze o dyskryminacji mniejszości etnicznych i narodowych w polskiej prasie. Perspektywa lokalna powraca w pracy

dr Katarzyny Maciejewskiej-Mieszkowskiej (UWM), która analizuje obecność mniejszości ukraińskiej na falach Radia Olsztyn. Ten artykuł można traktować jako uzupełnienie tekstu dr Małgorzaty Adamik-Szysiak (UMCS), która przedstawia całościowy obraz udziału mniejszości narodowych i etnicznych w polskich mediach elektronicznych. Część drugą wieńczy interesujący artykuł dr Nicole Dołowy-Rybińskiej (IS PAN) na temat wykorzystania mediów społecznościowych w podtrzymywaniu języków mniejszości, w tym przypadku – języków łżyckiego i kaszubskiego.

Ostatnia część omawianej książki analizuje sytuację mediów mniejszości narodowych i etnicznych w Europie. Rozpoczyna ją artykuł dr Dagmary Głuszek-Szafraniec (Wyższa Szkoła Administracji w Bielsku-Białej) opisujący powstanie i rozwój mediów katalońskich i baskijskich po 1975 r., a więc po upadku reżimu gen. Francisco Franco. Równie interesująco prezentuje się drugi tekst, w którym dr Ewa Godlewska (UMCS) przybliży sytuację mediów mniejszości narodowych w Austrii i Republice Federalnej Niemiec. Dzięki przytoczonym przez autorkę badaniom, czytelnik może porównać rozwiązania powyższych państw z polskimi. Z kolei prof. Marian Gierula (UŚ) omawia prasę mniejszości narodowych w Rosji. Jak sam podkreśla, „obecnie w Rosji zarejestrowanych jest 989 autonomicznych struktur narodowo-kulturalnych”, co wskazuje na skalę opisywanego zjawiska. Załedwie w Nadwołżańskim Federalnym Okręgu jest wydawanych ok. 400 różnych periodyków w językach narodów Rosji⁵. Ostatnie dwa artykuły stanowią opis aktywności medialnej konkretnych mniejszości narodowych w Skandynawii. Dr Grzegorz Bonusiak (UR) przybliży media Samarów, niewielkiej społeczności zamieszkującej północne tereny Norwegii, Szwecji i Finlandii.

⁵ Tamże, s. 272.

Natomiast dr Elżbieta Muciek (UMCS) wykorzystuje przykład mediów Polaków mieszkających w Szwecji, aby bliżej przyjrzeć się aktywności medialnej grup mniejszościowych w społeczeństwie wielokulturowym.

Artykuły zamieszczone w omawianym tomie podejmują temat aktywności medialnej mniejszości narodowych i etnicznych z wielu perspektyw. Ich autorzy mogą poszczycić się bogatym doświadczeniem w opisywanej problematyce, co gwarantuje wysoki poziom tekstów. Trudno więc wskazać na konkretne mankamenty książki. Można jedynie żałować, że zabrakło miejsca na przedstawienie działalności medialnej mieszkających w Polsce Litwinów, Tatarów czy Białorusinów. Warto byłoby również bliżej zająć się obrazem medialnym Romów, którzy wzbudzają chyba największe społeczne kontrowersje spośród wszystkich mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących Polskę. Brakuje także naukowej analizy debaty na temat narodowości śląskiej, prowadzonej zarówno z perspektywy mediów

polskich, jak i tych tworzonych przez samych Ślązaków. Co prawda ten problem przewijają się w tekście prof. Oniszczuka, jednak pełni on tam jedynie rolę drugorzędną. Dominacja opracowań dotyczących mniejszości niemieckiej wskazuje na znaczne zainteresowanie badaczy tym środowiskiem, zarazem jednak naświetla braki w opisie pozostałych mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących granice państwa polskiego.

Media mniejszości narodowych i etnicznych, jak również sama obecność tych środowisk w polskiej prasie, radiu i telewizji zyskują coraz większe zainteresowanie badaczy⁶. Rośnie liczba wydawnictw i artykułów poświęconych tej tematyce, których autorzy reprezentują różne dyscypliny i podejścia badawcze. Książkę *Media mniejszości. Mniejszości w mediach* można traktować jako podsumowanie dotychczasowego dorobku, a jednocześnie zachętę do podejmowania dalszych badań w tym kierunku.

Krzysztof Wasilewski

⁶ Wybrane pozycje: J. Mieczkowski, *Prasa mniejszości narodowych i etnicznych w polityce państwa polskiego od 1989 roku*, Szczecin 2007; tenże, *Idea i praktyka dostępu mniejszości narodowych i etnicznych do mediów drukowanych w Polsce* [w:] *Polityczne wymiary etniczności*, red. M. Mieczkowska, D. Scholze, Kraków 2009, s. 232–237; tenże, *Prasa mniejszości narodowych w systemie komunikowania społecznego, doświadczenia z polsko-niemieckiego pogranicza* [w:] *Polityka i mniejszości narodowe na pograniczach*, red. M. Giedroń, M. Mieczkowska, J. Mieczkowski, Szczecin 2005, s. 257–268; J. Sobczak, *Czasopisma wyznawców islamu (1918–2004)* [w:] *Między historią a politologią*, red. T. Wallas, Poznań 2010, s. 137–171; A. Oźga, *Współczesna prasa mniejszości ukraińskiej w Polsce* [w:] *Współczesne media. Wolne media?*, t. 3, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2010, s. 28–40; A. Kaźmierak, *Rozwój prasy Tatarów krymskich w latach 1990–2007* [w:] *Współczesne media*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 52–63; K. Wasilewski, *Współczesna prasa mniejszości etnicznych wydawana w języku polskim na przykładzie wybranych tytułów* [w:] *Mniejszości regionu pogranicza polsko-niemieckiego*, red. B.A. Orłowska, K. Wasilewski, Gorzów Wlkp. 2012, s. 215–226; tenże, *Funkcje i rola mediów mniejszości narodowych i etnicznych na przykładzie mediów romskich* [w:] *Romowie w Europie. Tożsamość i współczesne wyzwania*, red. J. Faryś, P.J. Krzyżanowski, B.A. Orłowska, Gorzów Wlkp. 2013, s. 283–298.

Wiesław Łuka

Fakt jest święty. Rozmowy o reportażu, wywiadzie i mediach

Fundacja Centrum Badań i Edukacji im. Ryszarda Kapuścińskiego we współpracy z Instytutem Dziennikarstwa UW, Warszawa 2014, 238 s., ISBN 978-83-939986-0-9

Jest to książka, jak można przeczytać na stronie redakcyjnej, polecana jako „lektura dla adeptów dziennikarstwa”, a jej autor ma rzeczywiście solidną dziennikarską legitymację zawodową, by wprowadzać adeptów w arkan sztuki.

W zbiorze rozmów o reportażach Wiesław Łuka zamieścił też dwa wywiady, zresztą interesujące, z prof. prof. Januszem Adamowskim i Markiem Jabłonowskim, czyli z dziekanem WDiNP UW oraz z dyrektorem Instytutu Dziennikarstwa tamże. Zapewne po to, by adepci mieli ogólną orientację, o co chodzi z tymi mediami tak w ogóle, i czego mogą się nauczyć na studiach fachowych.

Reszta rozmówców to już praktykujący dziennikarze i redaktorzy, nie ma co ukrywać, różnej rangi i jakościowo nierównego dorobku. Niemniej przegląd jakiś jest, na szczęście w tym zestawie znaleźli się – za co warto wydawcę pochwalić – także dziennikarze, którzy w tej konkurencji są z góry skazani na gorszą pozycję, bo ich akurat dorobek nie żyje w ogólnie dostępnych bibliotekach, czyli żurnaliści radiowi i telewizyjni. A polski reportaż radiowy był kiedyś świetny, szkoda że dzisiaj tak po macoszemu jest traktowany przez nadawców, już chyba lepiej to wygląda w telewizjach.

Dla lepszej prezentacji wybranych rozmówców, każdy wywiad jest poprzedzony krótką wizytówką i fotką, choć przyznam, że chętniej czytałbym dłuższe i bardziej starannie przygotowane wprowadzenia, a przynajmniej bardziej autorskie, takie wprost od Wiesława Łuki. Pozostają pod wrażeniem tych, które Mariusz Szczygieł wprowadził do ostatnio wydanej antologii polskiego reportażu, pełne dygresji,

wrażeń czytelniczych, skojarzeń. Często są to małe arcydzieła same w sobie.

Było to możliwe i w wypadku tej książki, jako że z wieloma rozmówcami Wiesław Łuka zna się osobiście, rozmawia z nimi po imieniu, zapewne dysponuje więc dużym zasobem tzw. wiedzy pozaźródłowej, którą mógłby podzielić się z czytelnikiem. Zresztą mógłby także pokusić się o napisanie wstępu do tej książki, pogłębionego i odpowiednio sproblematyzowanego, a nie wysługiwać się Markiem Palczewskim, który całość poprzedził zdawkową i dość formalistyczną zapowiedzią. A zdaje się, że właśnie jakieś porządne wprowadzenie do tej książki bardzo by jej wartość podniosło, a też ułatwiło spełnienie zapowiedzi, że ma to być uniwersytecki bez mała wykład (w formie oryginalnej) o zasadach i regułach uprawiania jednego z gatunków dziennikarskich.

W wielu wywiadach przeprowadzonych przez Wiesława Łukę znalazły się wątki i uwagi, które miały właśnie taki porządkujący charakter, czy też poruszały tematy warte bezsprzecznie jakiejś systematyzacji i zdyscyplinowania. Jest tego jednak za mało, jak też nie widać jakiegoś planu przekazywania przez starszych i doświadczonego tym młodszym wiedzy i doświadczeń.

Inkryminowany „adept zawodu” mógłby dostać choćby zarys historii polskiego reportażu, ale też mapę współczesnego reportażu w Polsce. Kilku rozmówców mogłoby z powodzeniem takie opowieści prowadzić, o przeszłości choćby wspomniani Szczygieł, ale też Małgorzata Szejnert, Jacek Snopkiewicz. Ten ostatni byłby świetnym świadkiem i bohaterem opowieści o fascynującej szkole reportażu warszawskiej „Kultury” w latach 70.

ub. wieku (od Barbary N. Łopieńskiej i Teresy Torañskiej po Andrzeja Kantowicza, Stefana Kozickiego i kilku jeszcze wspaniałych dziennikarzy), którą współtworzył i którą przez kilka lat prowadził.

O dzisiejszym reportażu rozmawiają Szczygieł i Szejnert, oczywiście Hanna Krall, czyli dziennikarze i redaktorzy, którzy stworzyli szkołę reportażu „Gazety Wyborczej”, a ona nadal trzyma się dobrze – zresztą nie bez przyczyny w zbiorze autorów znalazło się tak wielu właśnie z tego gniazda.

Widzę tu jednak pewną istotną lukę, tak dużą, że aż zwyczajnie dziwi. Jeśli spojrzeć się na prasę pisaną, to tylko dwie redakcje uprawiają dzisiaj konsekwentnie i systematycznie reportaż, w każdym właściwie numerze, a w zespole na stałe są zatrudnieni dziennikarze o tej specjalności. To, naturalnie, „Gazeta Wyborcza” i „Polityka”, nikt więcej. Czasami coś ukaże się jeszcze w „Tygodniku Powszechnym”. Wiesław Łuka rozmawia co prawda z Barbarą Pietkiewicz z „Polityki” wedle klucza „rozmowa z nestorką”, ale nie widzi wielu ważnych autorów z tego pisma o dużym i znaczącym dorobku: Gietka, Kołodziejczyk, Podgórska, Markiewicz, Pytlakowski, Bunda. I przede wszystkim Ewa Wilk, która stworzyła tę szkołę reporterską o specyficznym i własnym stylu, przez wiele lat kierowała działem społecznym „Polityki”, za co została uhonorowana nagrodą imienia Andrzeja Woyciechowskiego w 2013 r. Komisja konkursowa zwróciła uwagę na to, że reportaż „Polityki” wyróżnia się celowo ułożoną kompozycją kanonicznych sztuk reportażowych z elementami publicystyki.

Zdaje mi się, że wchodzącym w życie zawodowe młodym ludziom, a jeszcze bardziej tym, którzy jak na razie tylko o tym marzą, trzeba opowiadać o tej pracy, jej tajemnicach, regułach porządnie, tak po bożemu, a nie w wolnościowym chaosie, na zasadzie „co się nawinie”. Do tego rodzaju obowiązków zaliczałbym także wyróżnienie trudnych i kontrowersyjnych

tematów, pokazanie warsztatu, technik pracy, również błędów. Niektóre z tych wątków jakoś przez książkę przemykają, tyle tylko, że można żywić obawę, czy mało przygotowany czytelnik jest w stanie dobrze pojąć, o co chodzi. Ja, stary, zawodowy czytacz, wiele lat pracujący jako dziennikarz i redaktor mniej więcej akurat wiem, o co chodzi w rzucanych zdaniach i jakichś zdawkowych opiniach, ale mniej doświadczony ma małe szanse, by w ogóle zorientować się, o czym tak naprawdę jest mowa.

Przykład? Najbardziej spektakularny to książka Artura Domosławskiego o Kapuścińskim, a więc rozpoczęta i niezakończona (nigdy nie będzie można jej zakończyć) dyskusja, polemika, kłótnia (?) o tekst życia i tekst reporterski wielkiego polskiego dziennikarza i pisarza, o tym, ile w reportażu literackim jest faktu, a ile literatury; o tym, co to jest tzw. syntetyczna prawda itd. Niezwykle ważna sprawa, do tego jeszcze wywołująca namietności – można powiedzieć, że znajduje się ona w epicentrum tej książki. To znaczy, powinna się znaleźć, a tu, bryndza, jakaś wzmianka, hermetyczna, niejasna, w wypowiedzi Wojciecha Jagielskiego. *Notabene* publikacja tego świetnego autora w maratonie dyskusyjnym, który trwał przez wiele miesięcy po ukazaniu się „Kapuściński non fiction”, była znakomita, bardzo własna i osobista, tu jest nijaka.

Sądzę, że taka książka powinna też pokazać bardziej kompletnie i systematycznie styl pracy reporterów, ich kłopoty z autoryzacją, sposób pisania i zbierania materiałów, lektury poprzedzające i uzupełniające. A tu są tylko jakieś szkicowe notatki, nonszalanckie zdania, rozczarowujące.

Na liście moich pretensji znajduje się jeszcze jedna. Wiesław Łuka jest nadzwyczaj łaskawy dla niektórych autorów, nie wypomina niektórym z nich tekstów, które były kiedyś ostro krytykowane i nie obroniły się do dzisiaj. Wspomnę na przykład wywiad-rzekę Janusza Rolickiego z Edwardem Gierkiem (*Przerwana dekada*), która była i jest do dzisiaj jednym z największych

sukcesów wydawniczych w historii polskiego dziennikarstwa. A była książką hagiograficzną, bezkrytyczną, fundującą opowieści bałamutne. Kolega Łuka ani słowem na temat...

Przecież to się czyta, nawet jakoś żal, że lektura tak szybko mija. Może część moich

pretensji wynika właśnie z tego, że jest to książka za krótka, że chciałoby się, żeby Wiesław Łuka dał więcej szans swoim rozmówcom, a także – czytelnikom.

Wiesław Władyka

Nasi autorzy

KAROLINA BRYLSKA – dr, współpracownik Instytutu Dziennikarstwa UW, medioznawca i politolog, autorka bloga popularnonaukowego „Słowem o mediach” w wortalu medioznawczym medioznawca.com; zajmuje się badaniem zawartości i retoryki przekazów medialnych oraz analizą dyskursu publicznego; karolina.brylska@id.uw.edu.pl

MAREK CHYLIŃSKI – dr, Instytut Politologii, Uniwersytet Opolski; zainteresowania badawcze: *research* dziennikarski, normatywne problemy mediów, prawo prasowe, zarządzanie mediami, nowe media społecznościowe, związki pomiędzy dziennikarstwem i PR; chylinski.marek@gmail.com

KATARZYNA CZAJKOWSKA – mgr, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, lektorka języka hiszpańskiego na Wydziale Neofilologii UW oraz Artes Liberales UW; zainteresowania badawcze: Hiszpania, zagraniczne systemy medialne, system medialny Hiszpanii, kultura; [kjczejko@gmail.com](mailto:kjczajko@gmail.com)

OLGA DĄBROWSKA-CENDROWSKA – dr, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach; zainteresowania badawcze: polski system medialny, telewizja śniadaniowa, prasa kobieca, poradnictwo masowe, kultura popularna; olgadc@o2.pl

TOMASZ FRASZCZYK – dr, medioznawca i filolog nowogrecki związany z Wydziałem Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW; zainteresowania badawcze: współczesne media i polityka w Grecji i na Cyprze oraz w państwach bałtyckich i zakaukaskich; fraszczyk@gmail.com

MICHAŁ GŁOWACKI – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Polskiego Systemu Medialnego; zainteresowania badawcze: polityka medialna, media publiczne, zarządzanie mediami, system odpowiedzialności mediów, kreatywność i innowacje w mediach; michal.glowacki@id.uw.edu.pl

KATARZYNA IWANICKA – psycholog i dziennikarka, doktorantka na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UW; zainteresowania badawcze: psychologia mediów, wizerunek wybranych grup społecznych w mediach, ze szczególnym uwzględnieniem lekarzy i psychoterapeutów; iwanicka.kasia@gmail.com

ALICJA JASKIERNIA – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Zagranicznych Systemów Medialnych; zainteresowania badawcze: systemy medialne, polityka medialna, komunikowanie międzynarodowe, europejskie standardy w zakresie mediów (ze szczególnym uwzględnieniem aktywności Unii Europejskiej i Rady Europy), komunikowanie polityczne w mediach; a.jaskier@gmail.com

STANISŁAW JĘDRZEJEWSKI – dr hab., prof. ALK (Akademia Leona Koźmińskiego, Warszawa); zainteresowania badawcze: socjologia mediów, radio, media publiczne, globalizacja mediów; sjedrzejewski@kozminski.edu.pl

KAMILA KAMIŃSKA – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Historii Mediów; zainteresowania badawcze: historia polskiej prasy po 1945 r., cenzura w PRL; kamila.kaminska@id.uw.edu.pl

DOROTA LEWANDOWSKA-JAROS – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego oraz na Wydziale Humanistycznym MWSHP w Łowiczu; zainteresowania badawcze: język w mediach, pragmatyka języka, lingwistyka kwantytatywna i korpusowa, percepcja przekazów audiowizualnych w systemach OOH; lewdorota@gmail.com

PATRYK MAKULSKI – doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, absolwent Wydziału Historycznego UW oraz Podyplomowego Studium Public Relations UW i PAN; zainteresowania badawcze: medioznawstwo, wykorzystanie technologii informacyjnych w komunikacji społecznej i marketingowej polskich miast; patryk.makulski@op.pl

ANNA PALUCH – doktorantka na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego, redaktorka Europejskiego Obserwatorium Dziennikarskiego, tłumaczka; zainteresowania badawcze: nowe media i nowe dziennikarstwo, e-demokracja, komunikowanie polityczne; anna.paluch@uni.wroc.pl

RENATA PIASECKA-STRZELEC – dr hab., Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach (Zakład Medioznawstwa); zainteresowania badawcze: historia najnowsza Polski, historia mediów; renata.piasecka@ujk.edu.pl

MAGDALENA RATAJCZAK – dr hab., Zakład Komunikowania Międzynarodowego w Instytucie Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego; zainteresowania badawcze: komunikowanie międzykulturowe, studia nad pluralizmem kulturowym w mediach, media mniejszości narodowych i etnicznych, system medialny i polityka wielokulturowości w Szwajcarii; magdalena.ratajczak@uni.wroc.pl

WIESŁAW SONCZYK – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, kierownik Zakładu Fotografii Prasowej, Reklamowej i Wydawniczej; zainteresowania badawcze: współczesny polski system medialny, socjologia zawodu dziennikarskiego; w.sonczyk@wp.pl

JOANNA TACZKOWSKA-OLSZEWSKA – dr n. humanistycznych, dr n. prawnych, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy oraz Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie; zainteresowania badawcze: prawo mediów, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki statusu zawodowego dziennikarza i innych zawodów twórczych, dostępu do informacji i jej ochrony, prawa autorskiego oraz ochrony własności intelektualnej; j.taczkowska@wp.pl

KRZYSZTOF WASILEWSKI – dr n. humanistycznych, pracownik Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej im. Z. Herberta w Gorzowie Wlkp.; zainteresowania badawcze: polska prasa po 1989 r., media mniejszości narodowych, media lokalne; wasilewski@wimbp.gorzow.pl

WIESŁAW WŁADYKA – prof. dr hab., Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW; publicysta i członek redakcji „Polityki” od 1985 r., autor kilkunastu książek, setek artykułów naukowych, ponad tysiąc tekstów publicystycznych; zainteresowania badawcze: historia najnowsza, historia mediów, historia idei i polityki; w.wladyka@polityka.pl

MICHAŁ ZAREMBA – dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, adiunkt w Zakładzie Prawa Prasowego Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego; zainteresowania badawcze: prawo prasowe i ochrona dóbr osobistych, prawo autorskie, dostęp do informacji publicznych; mzaremba@id.uw.edu.pl

Instytut Dziennikarstwa UW – największa w Polsce placówka kształcąca blisko 1600 słuchaczy w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej:

Studia licencjackie:

- Stacjonarne Studia Licencjackie
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie wieczorowym
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie zaocznym

Studia magisterskie:

- Studia stacjonarne II stopnia
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie wieczorowym
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie zaocznym

Studia podyplomowe:

- Podyplomowe Studia Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
- Pomagisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa
- Podyplomowe Studia Laboratorium Reportażu.

W Instytucie Dziennikarstwa są prowadzone 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; 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 m.in. w ramach specjalności: dziennikarskiej (prasowej, radiowej, telewizyjnej, reportażu multimedialnego, dziennikarstwa online), PR i marketingu medialnego, fotografii prasowej, reklamowej i wydawniczej (studia I i II stopnia), dokumentalistyki (studia II stopnia) oraz logistyki mediów (studia I stopnia w ramach specjalności logistyka i marketing w mediach oraz technologie informacyjne mediów).

Nasz adres:

ul. Nowy Świat 69, 00-927 Warszawa

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 1600 students
in journalism and social communication studies:**

Undergraduate studies:

- 3-year Undergraduate Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Evening Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Extra-mural Bachelor's Studies

Master studies:

- 2-year Graduate Master's Studies
- 2-year Graduate Evening Master's Studies
- 2-year Graduate Extra-mural Master's Studies

Postgraduate studies:

- Postgraduate Evening Studies in Journalism
- Postgraduate Extra-mural Studies in Journalism
- Postgraduate Studies in Reportage Laboratory.

Research activities cover various aspects of the media and the systems of mass communication. The main research areas are the press and copyright law in Poland and other countries, the evolution of the Polish media system, advertising and public relations, foreign media systems, the theory of communication in Poland and elsewhere, the history and evolution of media, language of communication and the media.

The Institute supports the development of practical skills within the following areas: journalism (press, radio, television, multimedia reportage, online journalism), PR and media marketing, advertising and editorial photography (first and second-cycle studies), documentary studies (second-cycle studies) and media logistics (first-cycle studies in the logistics and marketing in media, and media information technology specializations).

Our address:
00-927 Warszawa
Nowy Świat 69
tel./fax: (48-22) 826-93-66
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl





Uniwersytet Warszawski

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA

Przewodniczący Rady Redakcyjnej i redaktor naczelny kwartalnika „Studia Medioznawcze” mają zaszczyt zaprosić do wzięcia udziału
w

VIII edycji konkursu na pracę doktorską dotyczącą zagadnień nauk o mediach i komunikacji społecznej

Ideą konkursu jest promowanie młodych badaczy zajmujących się problematyką nauk o mediach oraz upowszechnianie wartościowych pod względem merytorycznym prac podejmujących tematy wynikające z naukowej refleksji nad różnymi ich aspektami.

Szanowni Państwo

Koncepcja zorganizowania konkursu zrodziła się w najbliższym nam środowisku pracowników Instytutu Dziennikarstwa UW. Uznaliśmy, że patronat nad nim obejmie redakcja „Studiów Medioznawczych” – kwartalnika skierowanego do wszystkich środowisk polskich badaczy mediów. Chodziło o stworzenie instytucji, której celem byłoby wyłonienie z grona młodych pracowników nauki tych, których osiągnięcia są godne upowszechnienia i w znacznym stopniu przyczyniają się do kreowania podstaw dyscypliny.

Warunkiem przystąpienia do konkursu, którego ósma edycja będzie obejmować niepublikowane prace doktorskie obronione w roku akademickim 2013/2014, jest zgłoszenie uczestnictwa do 31 października 2014 r. i nadesłanie tekstu pracy (w postaci wydruku oraz w formie elektronicznej, na nośniku CD-ROM), wraz z dwiema recenzjami samodzielnych pracowników nauki, na adres redakcji podany na następczej stronie.

**„Studia Medioznawcze”
Instytut Dziennikarstwa WDiNP UW
ul. Nowy Świat 69
00-927 Warszawa**

Zgłoszone prace zostaną poddane ocenie recenzentów powołanych przez organizatorów konkursu, a następnie – Komisji złożonej z członków Rady Naukowej „Studiów Medioznawczych”. Komisja podejmie ostateczną decyzję w sprawie wyłonienia laureata, który o przyznaniu nagrody zostanie poinformowany do 31 grudnia 2014 r. Dodatkowe informacje można uzyskać za pośrednictwem poczty elektronicznej (sm@id.uw.edu.pl) lub telefonicznie (22) 55 20 240.

Uroczystość wręczenia przyznanego wyróżnienia odbędzie się podczas dorocznej konferencji Instytutu Dziennikarstwa UW. Nagrodzona praca ukaze się w wydaniu książkowym.

Przewodniczący



Prof. dr hab. Janusz Adamowski

Redaktor naczelny



Prof. dr hab. Marek Jabłonowski



CIEMNE ZWIERCIADŁO

SEMANTYKA ANTYWARTOŚCI

Radosław Pawelec

Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego

