Anna Młynarska-Sobaczewska

Współczesne zagrożenia wolności informacji w prasie[1]

Cywilizacja to w gruncie rzeczy kwestia informacji. Zdobywanie informacji to próba zsynchronizowania umysłu, tożsamości z otaczającym światem[2]. Informacja jako forma wypowiedzi jest rozumiana jako „utrwalony komunikat o fakcie"[3], bezstronny rzeczowy opis, sprawozdanie z faktu uwzględniające ciąg przyczynowo-skutkowy[4]. Wolność informacji, stanowiąca element wolności wypowiedzi, spełnia zatem funkcję uzyskania dającej się zweryfikować wiedzy na temat rzeczywistości. Buduje wiedzę, a przez nią – tożsamość człowieka, a wolność wyrażania poglądów pozwala kształtować postawy i je manifestować. Tak rozumiana wolność informacji realizowana jest współcześnie w dużej mierze dzięki pośrednictwu środków przekazu, co pozwala wyodrębnić kategorię wolności informacji w prasie jako kategorię pochodną wolności wypowiedzi prasowej.

Te uwagi terminologiczne prowadzą do istotnego, jak się wydaje, pytania: czy wolność informacji, rozumiana jako swoboda poszukiwania, domagania się, otrzymywania i rozpowszechniania informacji, współcześnie praktykowana w mediach służy, i jak służy tej synchronizacji człowieka ze światem. Innymi słowy, jak i w oparciu o jakie przesłanki budujemy swoją wiedzę o rzeczywistości dzięki współcześnie realizowanej wolności informacji. Szczególna funkcja w poznaniu świata, jaką pełnią dziś media o zupełnie nowych cechach, uzasadniają postawienie pytania, czy realizacja wolności informowania w nowych warunkach nie powoduje konieczności redefiniowania wolności informacji, a w szczególności jej ograniczeń i zagrożeń. Tezą tego opracowania jest, że zmiana systemu i sposobu działania mediów spowodowała nie

[1] Artykuł jest zmodyfikowaną wersją referatu wygłoszonego na I Seminarium Młodych Badaczy Prawa Konstytucyjnego, które odbyło się w Mąchocicach Kapitulnych w dniach 11–12 marca 2010 r.

[2] A. Bard, J. Soderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Warszawa 2006, s. 28–29.

[3] M. Maciejewski, *Prawo do informacji – zagadnienia podstawowe*, [w:] *Prawo informacji. Prawo do informacji*, pod red. W. Góralczyka, Warszawa 2006, s. 31.

[4] L. Zakrzewska, *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, pod red. A. Niczyperowicz, Poznań 2001, s. 8, [za:] J. Taczkowska, *Kategorie wypowiedzi i ich ochrona,* Warszawa-Poznań 2008, s. 139.

tylko zmianę form i kanałów przekazu, ale także zmianę komunikowanych treści, a to z kolei prowadzi do zmiany postrzegania realizacji wolności informacji i pełnionych przez nią funkcji.

Uzasadnienie tego stwierdzenia poprzedzić jednak należy refleksją, co oznacza dzisiaj „prasa", czyli czym są współczesne media. Marshall McLuhan pisał: „film, radio i telewizja (...) oznaczają rewolucję równie radykalną jak sam druk". Są „czarodziejskimi okienkami otwartymi na pianę niebezpiecznych mórz, którymi niewielu z nas dotychczas żeglowało, czy w myśli, czy w życiu, czy w sztuce"[5]. Przełom, jaki odnotował McLuhan, wydaje się jednak dziś nieznaczny wobec rewolucji, którą przyniósł Internet i jego niezwykłe cechy, które dotąd w ogóle z mediami nie mogły mieć nic wspólnego. Technicznie Internet to nic więcej niż sieć komputerów i utworzenie połączenia między nimi[6], a dokładnie – to protokół pozwalający komputerom na łączność, z użyciem specyficznych kanałów przepływu – stron www, udostępnianych za pomocą Hyper Text Transfer Protocol, który umożliwia przechodzenie między tekstami za pomocą wyróżnionych słów[7]. Nie jest to żadna odrębna przestrzeń, nowa rzeczywistość, choć znajduje się wielu skłonnych tak uważać[8]. Choć wszyscy ulegamy pewnemu złudzeniu co do odrębności przestrzeni wirtualnej – technicznie Internet jest zatem tylko przekaźnikiem pewnych treści, jednak przeniesienie za jego pomocą informacji nadaje im niezwykłe cechy. Internet jako medium rozpoczął swój byt bez żadnej regulacji państwowej, a tym bardziej bez rządowej pomocy czy wsparcia technicznego. Jego byt (czyli byt sieci) nie wiąże się z żadnymi ograniczeniami w pasmach nadawczych[9]. Wypowiedzi zawarte na stronach www stają

[5] M. McLuhan, *Oko, dźwięk i furia*, [w:] *Kultura masowa*, wybór, przekład i przedmowa C. Miłosz, Kraków 2002, s. 58.

[6] J. Macdonald, C. Jones, *The Law of Freedom of Information*, Oxford New York 2003, s. 575, 576.

[7] M. Czajkowski, *Leksykon Internetu*, Warszawa 1999, s. 145.

[8] Separatyści, skłonni uznać Internet za odrębną przestrzeń wolną od państwowych praw i władz to m.in. John Barlow, autor Deklaracji Niepodległości Cyberprzestrzeni ogłoszonej w Davos w 1996 roku. Odmawia ona uznania jakiegokolwiek porządku prawnego i władzy. Inni to David Johnson i David Post (D. Johnson, D. Post, *Law and Borders – The Rise of Law In Cyberspace*, „Stanford Law Review", vol. 48, nr 5, 1996, s. 1367 i n.); por. szerzej A. Dombska, *Wolność wypowiedzi w internecie,* na prawach rękopisu.

[9] M. Lemley, *Place and Cyberspace*, "California Law Review", vol. 91, nr 2, 2003. Nie oznacza to jednak, że nikt siecią nie zarządza. Owszem – istnieje grupa podmiotów, która nadaje numery, nazwy domen pierwszego poziomu (org., gov., net., edu.) i geograficznych. Jest to Internet Corporation for Assigned names and Numbers. ICANN, na mocy porozumienia z USA zarządza technologicznie (Affirmation of commitments by the US Department of Commerce

się eksterytorialne, a także ekstemporalne, istnieją bowiem w sposób trwały, nie wyczerpują się po jednorazowym lub kilkakrotnym odbiorze. Kolejną niezmiernie ważną cechą przekazu internetowego jest to, że uzyskiwanie informacji za pośrednictwem sieci oparte jest każdorazowo na komunikowaniu dwustronnym – odwiedzając stronę, wysyłamy sygnał, że chcemy z niej skorzystać. Przekaz internetowy ma zatem różne formy, ale nie można go zakwalifikować już tylko jako alokucję – „wypchnięcie" komunikatu do odbiorców, ale też jest kształtowany przez użytkownika nawet w tym pierwotnym, technicznym sensie[10]. Najważniejszymi zatem z punktu widzenia wypowiedzi internetowej cechami przekazu za pomocą sieci są: multimedialność, asynchroniczność, interaktywność, personalizacja[11]. Innymi słowy – każdy korzystający z internetu może oglądać/słuchać/ /czytać w dowolnie przez siebie wybranym czasie dowolną treść umieszczoną przez kogokolwiek w sieci, reagować na tę treść nie tylko faktem odbioru, ale też komentując ją, przy czym nie ma żadnego znaczenia, czy jest jedynym w tym czasie, czy jednym z wielu odbiorców tej treści (wypowiedzi). Te fantastyczne, jak dotąd nieznane cechy odbioru przekazywanych za pośrednictwem treści muszą wpływać na formę, ale także treść wypowiedzi.

Zmiana form przekazu dotyczy jednak nie tylko tego kanału. Obserwujemy także „internetyzację" świata pozostałych mediów, przez którą rozumiemy zarówno archiwizację dotychczas publikowanych tradycyjnie wypowiedzi prasowych i wydania internetowe prasy drukowanej, jak i programów radiowych i telewizyjnych. Z kolei internet ulega „mediatyzacji", to jest dochodzi do wzbogacania witryn o treści i formy dziennikarskie[12]. Mamy zatem do czynienia ze zjawiskiem konwergencji, czyli wprowadzania do wszelkich form mediów technologii informatycznych, digitalizacji, przez co różne media uzyskują możliwość przenoszenia treści i świadczenia usług na różne sposoby.

Procesy wzajemnego przenikania przynoszą poważny kryzys mediów tradycyjnych. Internet z uwagi na swoje cechy, przede wszystkim personalizację asynchroniczność i multimedialność, jest bardziej atrakcyjny jako medium. OMG Digital zrealizował badanie, w którym zapytał internautów o główne przewagi Internetu wobec

and the ICANN). Jest po prostu spółka prawa prywatnego w Kalifornii, choć musi składać raporty międzynarodowemu zespołowi i ma radę zarządzającą.

[10] Karol Jakubowicz wyróżnia trzy typy tego ukształtowania – rejestracja (ustalenie preferencji użytkownika), konsultacja (użytkownik decyduje co i jak odbiera) rozmowa, K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 76.

[11] K. Jakubowicz, op.cit., s. 75.

[12] Ibidem, s. 78–79.

tradycyjnych mediów. Celem badania było określenie, w jakich obszarach Internet zastępuje użytkownikom telewizję i prasę. Okazało się, że w każdym z obszarów objętych badaniem jako sektory informacyjne respondenci chętniej szukali informacji w Internecie niż w innych mediach. Z badań wynika m.in., że: dla 52% badanych Internet jest najczęściej wybieranym źródłem bieżących informacji z kraju i ze świata (na telewizję wskazało 37% badanych, na prasę zaś 6%), 51% internautów wskazuje na Internet jako na najpopularniejsze źródło informacji gospodarczych (a 27% sięga po informacje gospodarcze w telewizji, 10% zaś w prasie)[13]. Internet wyraźnie wypiera zatem nie tylko telewizję, ale również prasę. Nawet tak opiniotwórcza gazeta jak „The New York Times" – choć nadal prowadzi, to z miesiąca na miesiąc relatywnie traci wobec gazet internetowych. O ile strona NYT odnotowała w marcu 2009 r. około 20 mln odwiedzin, wyprzedzając stronę najbardziej popularnej gazety internetowej The Huffington Post, to w ciągu roku wzrost liczby odwiedzin NYT kształtował się na poziomie 60%, podczas gdy w analogicznym okresie liczba odwiedzin the Huffington Post wzrosła aż o 200%[14]. Reklamodawcy, wiedząc o tym, wydają coraz więcej pieniędzy na reklamę w Internecie. Jeszcze bardziej zatrważające wieści przynosi lektura raportu Money.pl, zgodnie z którym zaledwie 2% młodzieży poszukuje informacji w prasie, reszta woli newsy online[15]. Jak piszą autorzy raportu, media tradycyjne i sieć zaczynają się przenikać, jednak wkrótce te pierwsze zostaną wchłonięte przez sieć. Oznaki kapitulacji są już widoczne: sprzedaż prasy drukowanej w Europie wynosi obecnie 90 mln egzemplarzy. W USA – już tylko 54 mln. Najbardziej wyraźny jest regres w Europie i Ameryce Północnej, wzrost sprzedaży nastąpił tylko w pozostałych częściach globu[16].

W świetle dotychczasowych uwag truizmem będzie stwierdzenie, że upowszechnienie Internetu stanowi wielki przełom w dotychczasowej praktyce wolności wypowiedzi i przynosi przewartościowania dotychczasowych kanonów w tej dziedzinie. Internet otworzył przed wszystkimi użytkownikami sieci możliwość czynienia swoich wypowiedzi publicznymi i wyrażania swoich poglądów i ocen

[13] Badanie wykonano metodą CAWI na próbie 644 internautów – grupie reprezentatywnej dla populacji polskich internautów ze względu na płeć, wiek oraz częstość korzystania z Internetu. [za:] *Internet, jako źródło informacji, wygrywa z telewizją i prasą*, www.internetstats.pl (27.02.2010).

[14] S. Trzeciak, *Internetowa demokracja,* www.trzeciak.pl (26. 02.2010).

[15] www.money.pl (tekst *Internet miażdży prasę* z 09.06.2007).

[16] P. Andrzejewski, *Własność mediów a public relations na rynku prasowym*, Poznań 2009, s. 22; por. też T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006, s. 101–102.

bez konieczności korzystania z jakichkolwiek instrumentów, poza nietrudnymi do spełnienia warunkami dotyczącymi dostępu autora wypowiedzi do sprzętu i oprogramowania. Internet stworzył zatem zupełnie inne perspektywy komunikacji społecznej.

W tej sytuacji jest już zupełnie oczywiste, że dotychczasowa definicja mediów, a zatem sposób określania wolności wypowiedzi medialnej, straciła aktualność. Nowa definicja zawarta w Zaleceniu Komitetu Ministrów Rady Europy w sprawie działalności mediów w okresie kampanii wyborczych z 2007 r. określa media jako „odpowiedzialne za periodyczne tworzenie i upowszechnianie informacji oraz zawartości, za które ponosi się odpowiedzialność redakcyjną, niezależnie od techniki jej przenoszenia, które są przeznaczone do odbioru przez znaczną część społeczeństwa i mogłyby mieć na nią wyraźny wpływ. Media takie mogą obejmować prasę drukowaną, media upowszechniane za pomocą sieci komunikacji elektronicznej takiej jak media radiodyfuzyjne, internetowe serwisy informacyjne oraz nielinearne audiowizualne usługi medialne”[17].

Początków nowej regulacji medialnego świata można szukać w tzw. pakiecie regulacyjnym UE (m.in. dyrektywy 2002/20/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 7 marca 2002 w sprawie zezwoleń na udostępnienie sieci i usług łączności elektronicznej; dyrektywa 2002/19/WE Parlamentu i Rady z 7 marca 2002 r. w sprawie zezwoleń na udostępnienie sieci i usług łączności elektronicznej; dyrektywa 2002/19/ /WE Parlamentu i Rady z 7 marca 2002 r. w sprawie dostępu do sieci łączności elektronicznej i urządzeń towarzyszących oraz połączeń międzysieciowych; dyrektywa 2002/22/WE w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej użytkowników; dyrektywa z 2007 r. (2007/65/WE) Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 grudnia 2007 r.zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/ /EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania działalności telewizyjnej (Audiovisual Media Services Directive – w skrócie AVMSD), która rozszerzyła zakres stosowania poprzedniej na nielinearne przekazy (usługi medialne na żądanie)[18].

Od czasu Konwencji Rady Europy o Telewizji Ponadgranicznej w regulacjach europejskich zasadą była swoboda informacji w obiegu międzynarodowym. Nowe dokumenty, które potwierdzają tę zasadę wobec rozwoju wypowiedzi internetowej, to m.in.: Deklaracja Komitetu Ministrów RE z 2005 r. o sprawie swobody wypowiedzi

[17] K. Jakubowicz, op.cit., s. 85.
[18] [Za:] K. Jakubowicz, op.cit., ss. 88, 139.

i informacji w mediach w kontekście walki z terroryzmem i Wytyczne na ten temat z 2007 r., a także Deklaracja z 2007 r. o ochronie i wspieraniu dziennikarstwa śledczego; Zalecenie (Rec/2007/2) w sprawie pluralizmu mediów i różnorodności ich zawartości z 2007; Deklaracja na temat ochrony mediów w demokracji warunkach koncentracji mediów oraz inne dokumenty – m.in. Zalecenie Rec/2004/16 dotyczące prawa do dopowiedzi w nowym środowisku medialnym; Zalecenie R/2002/2 dotyczące dostępu do informacji publicznej; Zalecenie dot. Prawa dziennikarzy do nieujawniania źródeł informacji (R/2000/7); Zalecenie Rec/2007/3 dotyczące zadań mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym i dróg modernizacji tych mediów[19]. Inne, które warto wskazać to: Zalecenie z 23 lutego 1999 r. dotyczące ochrony prywatności w Internecie; Deklaracja z 7 maja 1999 r. w sprawie europejskiej polityki w dziedzinie nowych technologii informacyjnych, ze wskazaniem zagrożeń rozszerzenia granic wolności słowa oraz Zalecenie z 21 lutego 2002 r. dotyczące samoregulacji zawartości sieci[20]. Cały ten porządek nazwany został „ładem komunikacyjnym"[21], choć wielość, różnorodność źródeł, form, treści i celów tych regulacji pozwala żywić wątpliwość, czy jest to termin właściwy.

Pominąwszy kwestię regulacji, nie ma wątpliwości, że sprawa zaliczenia form przekazu internetowego do prasy nie budzi już sporów w orzecznictwie – przytoczyć można choćby orzeczenie, w którym belgijski Cour d'Arbitrage uznał interaktywne usługi na żądanie (pay-per-view i video-on-demand) za przekaz telewizyjny[22]. Polskie orzecznictwo w pełni tę linię przyjmuje, wymienić trzeba tu co najmniej dwa orzeczenia, w których sądy dokonały wykładni art. 7 ust. 2 pkt 1 prawa prasowego i uznały, że pojęcie tam zawarte pozwalające uznać za prasę „wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania (...), upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku, wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania" oznaczać musi szerokie rozumienie terminu „prasa". Tak uczynił Sąd Najwyższy w najbardziej znanym w tej materii postanowieniu z dnia 26 lipca 2007 r., sygn. akt IV KK 174/07, a potem także Wojewódzki Sąd Administracyjny (postanowienie z 30 października 2008 r. (II SA/WA 1885/07)[23].

---

[19] Ibidem, s. 131–132,

[20] J. Sobczak, *Europejski ład komunikacyjny w procesie globalizacji,* [w:] *Europejska myśl polityczna wobec globalizacji. Tradycja i wyzwania współczesności,* pod red. J. Sobczaka, R. Bäcker, Łódź 2005, s. 55.

[21] Ibidem, ss. 46, 65.

[22] K. Jakubowicz, op.cit., s. 89.

[23] Dodać też trzeba, wobec powstałych po ogłoszeniu orzeczenia wątpliwości, że Sąd Naj-

Jednakże nowa komunikacja medialna ma pewne cechy wpływające silnie na dotychczasowe pojęcie wolności informacji w prasie. Jak już zostało wspomniane, przekaz zdigitalizowany jest spersonalizowany, sprzężony z odbiorcą, błyskawiczny i dystrybuowany w sposób rozproszony[24]. Indywidualizacja przekazu i nieustanna komunikacja powoduje, że nie tylko każdy czyta/ogląda to co chce, ale też administrator każdej ze stron oraz operatorzy wyszukiwarek wiedzą, kto czego chce. Internet staje się bowiem czytelnym „rynkiem wiadomości". Rynkiem, w którym decydują prawa popytu, a podaż jest ogromna. Badanie z 2005 r. przeprowadzone przez Kaiser Family Foundation wykazało, że dzieci w wieku 8–18 lat są wystawione w USA na treści nadawane przez media przez osiem i pół godziny dziennie[25]. Bardziej znamienny jest raport Google o najczęściej poszukiwanych hasłach. W latach 2001–2005, według *Google Zeitgeist Archive*, najczęściej poszukiwanymi hasłami w Internecie były:

2001	mężczyźni	Nostradamus	Osama bin Laden	Eminem	Michael Jackson	Howard Stern
	kobiety	Britney Spears	Pamela Anderson	Jennifer Lopez	Madonna	Aaliyah
2002	mężczyźni	Eminem	Brad Pitt	Nelly	2Pac	Vin Diesel
	kobiety	Jennifer Lopez	Britney Spears	Shakira	Halle Berry	Jennifer Love Hewitt
2003	ogółem	Britney Spears	Harry Potter	Matrix	Shakira	David Beckham
2004	mężczyźni	Orlando Bloom	Eminem	Usher	Johnny Depp	Brad Pitt
	kobiety	Britney Spears	Paris Hilton	Christina Aguilera	Pamela Anderson	Carmen Electra
2005	ogółem	Janet Jackson	Huragan Katrina	tsunami	Xbox 360	Brad Pitt

[za:] B. Barber, *Skonsumowani...*, s. 36; cytowane źródło – *Google Zeitgeist Archive* (obecnie inna konfiguracja danych w archiwum *Zeitegist*).

wyższy w postanowieniu z 26 lipca 2007 r., które wyznaczyło ramy prawniczego dyskursu o randze i cechach przekazu internetowego jako odmiany przekazu prasowego, zawarta jest wyraźnie konkluzja, że Internet jest środkiem przekazu („jak ryza papieru"), za pośrednictwem którego może dojść do rozpowszechniania przekazu prasowego – a jeśli tak się dzieje, to przekaz ten podlega regulacji prawa prasowego, sam Internet natomiast żadnej rejestracji ani wymogom – jako jedynie nośnik przekazu – nie podlega.

[24] D. Piontek, *Nowe media a rozumienie komunikowania masowego*, [w:] *Media i polityka*, pod red. J. Sobczaka, Poznań 2001, s. 130.

[25] B.R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2008, s. 354.

Jak dotąd tak skonstruowanego obrazu zainteresowań odbiorców mediów jeszcze nie było. Indywidualizacja i komunikacja przy każdorazowym pobraniu treści sieci dają niebywale jaskrawy i – co tu kryć – nieco zatrważający obraz świata konsumentów mediów. Poraża swą aktualnością diagnoza postawiona przez Ernesta van den Haaga w 1957 r., który napisał, że środki masowego przekazu kierowane są do publiczności rozproszonej, niejednolitej, słuchającej często przypadkowo, dorywczo, gotowej przerwać w każdej chwili najmniejszego znudzenia. To uwarunkowanie „wymaga obłędnej mieszaniny rzeczy ważnych i drobiazgów, bomb atomowych, przebojów, symfonii, łatwych opowieści, girlasów, dyskusji przy okrągłym stole i dowcipów. Razem jest to rozrywka". Środki masowego przekazu nie mogą tykać rzeczywistych problemów i rzeczywistych rozwiązań – bo te są trudne, mgliste, obnażają wątłość remedium, a przede wszystkim – niosą ryzyko znużenia odbiorcy. Jak pisze dalej Haag: „Udając powagę, masowe środki przekazu muszą stawiać pseudoproblemy i rozwiązywać je przy pomocy banałów"[26].

Konwergencja mediów i zmiana dominującej formy rozpowszechniania informacji w internetowy, indywidualizowany przekaz selektywnych treści wybranych przez odbiorcę oznacza zatem „szycie na miarę" przekazu mass mediów w znacznie większym niż dotychczas stopniu. Wyniki tego procesu przedstawione w tabeli uzasadniają konkluzję, że informacje płynące zewsząd i dotyczące wszystkiego w swej przeważającej masie nie mają wartości[27], a także nie niosą istotnej treści informacyjnej w dotychczasowym rozumieniu – bowiem wiedza o postaciach i przedmiotach wskazanych w tabeli nie poszerza horyzontów człowieka zanurzonego w życiu społecznym, rodzinnym, politycznym w najmniejszym nawet stopniu. Zgodnie z powszechnie już prezentowaną diagnozą sfera informowania uległa przemianie w *infotainment* – media starają się zaciekawić, schlebiają gustom, a nie informują[28]. Sprawy publiczne sprowadzone są do „anegdot i skandali", utopione w paplaninie *talk shows*, a standardy zawodowe przegrały z prawami rynku[29]. „The Economist" w artykule wstępnym z 1998 roku zawarł wartą zacytowania konstatację: „W erze globalizacji wiadomości są bardziej prowincjonalne niż w czasach

[26] E. van den Haag, *Szczęścia i nieszczęścia nie umiemy mierzyć*, [w:] *Kultura masowa*, wybór, przekład i przedmowa C. Miłosz, Kraków 2002, s. 85.

[27] J. Sobczak, *Europejski...*, s. 40.

[28] S. Allan, *Kultura newsów*, Kraków 2006, s. 204–205. Diagnostą wyjątkowo krytycznym jest Pierre Bourdieu , socjolog francuski, który wygłosił w telewizji dwa wykłady temu zjawisku poświęcone, a także napisał szeroko komentowaną książkę *On Television and Journalism*, London (1998).

[29] S. Allan, op.cit, s. 205–206.

telegrafu, który powoli wystukiwał i odbierał informacje z całego świata. I kolejny paradoks: w obecnej erze wiadomości i gazety, niegdyś pełne polityki i ekonomii, roją się od gwiazd i sportu"[30]. Inny autor gorzko stwierdza wprost: „wolność prasy staje się eufemizmem, za którym kryje się przywilej reporterów do wytwarzania sztucznego towaru"[31].

Wspomniana wcześniej konwergencja mediów, łączenie różnych dotąd sektorów – prasy drukowanej, radia i telewizji, sieci dystrybucyjnych (łączności, Internetu, przemysłu elektronicznego[32], czynią efekt „spłaszczenia" świata informacji jeszcze poważniejszym i brzemiennym w skutki. Według cytowanego raportu Pew: sieci telewizyjne mają o 1/3 mniej korespondentów niż w 1985 r., w gazetach pracuje o 2200 osób mniej niż w 1990 r., w redakcjach radiowych liczba zatrudnionych spadła w latach 1994–2001 o 44%[33]. Większość mediów tradycyjnych zarabia coraz mniej, upodabniają się do siebie coraz bardziej, a zatrudniają coraz mniejsze zespoły redakcyjne[34].

Wiąże się z tym kolejny problem dostrzeżony już także w polskiej literaturze, to jest zagadnienie kształtowania przekazu poza redakcjami prasowymi. Zjawisko to, nazwane komunikacją strategiczną, staje się normą. W amerykańskiej literaturze, jak przytacza P. Andrzejewski, sformułowano pogląd, że niemal 60% materiału redakcyjnego w takich tytułach jak „New York Times" i „Washington Post" powstało w agencjach prasowych lub działach public relations[35]. Podobne rezultaty przyniosły badania niemieckie: „public relations sprawuje kontrolę nad tematami i timingiem informacji prezentowanych przez media, stanowiąc podstawowe źródło wpływające na dobór tematów w mediach, w wymiarze 64% w prasie drukowanej i 63% w telewizji"[36]. Powstaje więc pytanie, czy prasa jest jeszcze gwarantem wolności informacji, czy tylko przekaźnikiem wypowiedzi ukształtowanej już gdzie indziej.

---

[30] „The Economist" z 4 lipca 1998, [za:] S. Allan, op.cit., s. 206.

[31] D. J. Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-Events In America,* New York 1961, s. 254, [za:] S. Allan, op.cit, s. 214.

[32] K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 74.

[33] S. Allan, op.cit, s. 220.

[34] B.R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2008, s. 148–149.

[35] L.V. Sigalm *Sources, Make the News,* [w:] R.K. Manoff, M. Schudson, *Reading the News*, New York 1986, s. 9–37 [za:] P. Andrzejewski, op.cit, s. 115.

[36] B. Baerns, *Offentlichkeitsarbeit oder Journalismus, Zum Einfluss im Mediensystem,* Koln 1991, s. 137 [za:] P. Andrzejewski, op.cit., s. 115.

Kolejnym efektem zmiany rynku mediów jest wspomniane odwrócenie procesu dekoncentracji. Co prawda, na pierwszy rzut oka Internet przynosi rozproszenie sieci nadawczej, coś w rodzaju wolności religii uwolnionej od kościołów, czyli aparatu potrzebnego do rozpowszechniania, cudowną możliwość nadawania wszystkiego przez wszystkich, jednym słowem – „odmasowienie" mass mediów prorokowane przez Alvina Tofflera i uznawane za remedium na przygnębiający obraz technokratycznego świata. Praktyka nie skłania już jednak do takiego entuzjazmu. Tak naprawdę internauci korzystają bowiem w pierwszej kolejności z serwisów najpopularniejszych, rzadko sięgając do źródeł pierwotnych informacji i nie siląc się na weryfikację treści w innych miejscach. Jak przedstawia się kwestia konwergencji na rynku polskich portali internetowych? Te informacyjne to: Onet, wp.pl, także Interia i gazeta.pl. Portal Onet – czwarty pod względem popularności portal w ogóle, a najpopularniejszy portal informacyjny, należy do ITI Group, portal zaś WP (szósty wg klasyfikacji Alexa) – do grupy TP (spółka Virgo z o.o. jest w 100% właścicielem i należy do grupy TP). Gazeta.pl jest jedenastym pod względem popularności portalem, Interia zaś (należąca do tego samego właściciela co radio RMF FM) jest w tym rankingu dziesiąta. Diagnoza wydaje się oczywista: pluralizm, „brak kościołów" w głównym nurcie przekazu medialnego za pośrednictwem Internetu jest pozorem. W istocie konwergencja mediów oznacza przejmowanie środków przekazu wszelkiego rodzaju przez konglomeraty, które pozornie same ze sobą konkurują, niosąc wszędzie te same treści[37].

Przejrzystość mediów, czyli oddzielenie procesu informowania od zarządzania mediami, z pewnością na tym procesie nie zyskuje. Przeciwnie – wpływ reklamodawców i wydawców (szerzej – właścicieli) na treści prezentowane w mediach rośnie. Podsycany zaś walką o nakład w warunkach zaostrzającej się konkurencji, a zatem walką o treści lekkie i przyjemne, obniżeniem jakości informacji wobec ich podaży i popytu, a zatem zdefiniowanie informacji jako towaru, o czym już była mowa, powoduje, że coraz więcej jest wyłomów w „chińskim murze"[38] – który raczej jest już tylko małym murkiem. „Prawdą jest to, na co można sobie pozwolić", jak skonstatował gorzko jeden z komentatorów obecnej sytuacji mediów[39].

Ten filtr tworzy zatem pewien obraz rzeczywistości medialnej, kreowanej za pomocą kilku prostych redakcyjnych strategii, których opisu dokonał P. Andrzejew-

[37] Por. raport Pew Internet & American Life Project 2004, s. 4, [za:] S. Allan, op.cit., s. 218.

[38] Ibidem, s. 152.

[39] S. Hoggart, *Filleted Fish*, „New Statesman and Society", 24.03.1995, s. 20, [za:] S. Allan, op.cit, s. 216.

ski. Najważniejsze z nich to: *agenda setting*[40], czyli tworzenie w mediach codziennej listy najważniejszych wydarzeń, co od razu pozwala dokonać oceny ich ważności, aktualności i zainteresowania, jakie mogą wzbudzić; *gatekeeping*, czyli selekcja informacji „wartych przekazania" od tych „nieinteresujących". To kluczowe zadanie wykonywanie jest przez redaktora o szczególnej pozycji w redakcji (gatekeeper w istocie decyduje, czego się dowiemy) oraz *mainstreaming*, co oznacza kultywowanie przez media głównego nurtu kultury, konwencjonalnych przekonań, zachowań i hierarchii[41]. Nad tym ostatnim mechanizmem warto się na chwilę zatrzymać. W praktyce działa on w ten sposób, że przekonanie redakcji/osoby odpowiedzialnej za ton przekazu co do głównego nurtu zainteresowań i przekonań preferencji odbiorców zostaje uwzględnione w przekazie, a ten z kolei pozwala utrwalić owo pierwotnie domniemane przekonanie. Informacja ma status pierwszoplanowej, ponieważ redaktorzy serwisów sądzą, że informacje na ten temat zainteresują odbiorców, a ci z kolei czytają te informacje, bo są dobrze pozycjonowane. W gruncie rzeczy zatem mechanizm ten utrwala wszelkie stereotypy i działa znacznie mocniej niż mogłoby się wydawać. Media stają się więc już nie tyle informatorem czy też środkiem przekazu informacji i opinii, ale coraz wyraźniej pełnią rolę kuratora opinii publicznej, pośrednicząc w życiu politycznym, ekonomicznym i kulturalnym[42].

Wszystkie uwagi i spostrzeżenia dotyczące współczesnej praktyki komunikowania masowego muszą skłaniać do postawienia pytania – czy prawo w jakiś sposób może odpowiedzieć na zagrożenia niesione przez dzisiejszy tryb i formę przekazu informacji? Czy taka odpowiedź prawodawcy w ogóle jest możliwa? I w szczególności – czy ta ponura diagnoza, w dużej mierze dotycząca specyfiki przekazu sieciowego, może uzasadniać pogląd, że Internet wymaga specjalnej regulacji? Czy zatem naszkicowane zmiany w systemie masowego komunikowania nie wymagają odpowiedzi także na poziomie normatywnym?

Odpowiedź na postawione pytania zacząć można od kwestii uregulowania normatywnego Internetu. Prawo odpowiada na internet w wielu aspektach – w 2001 r. powstała konwencja o cyberprzestępstwach, istnieją także regulacje dotyczące odrębnych pól eksploatacji praw autorskich, usług świadczonych drogą elektroniczną – to aspekty życia wirtualnego, które doczekały się mniej lub bardziej pełnej regu-

[40] Pojęcie utworzone przez W. Lippmanna w: *Public Opinion* 1921, [za:] P. Andrzejewski, op.cit. s, 134.

[41] P. Andrzejewski, op.cit., s. 139–143.

[42] A. Bard, J. Soderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Warszawa 2006, s. 80–81.

lacji. Dziedziną taką nie jest natomiast wolność informacji ani prawo do informacji – realizowane wszak dzięki internetowi jak nigdy dotąd[43].

Podstawowym zagadnieniem, nadal rozważanym w literaturze światowej, jest także kwestia jurysdykcji nad Internetem, czyli możliwości stosowania ingerencji władzy państwa wobec wypowiedzi publikowanych w tej „pozapaństwowej", jak chcą separatyści, przestrzeni wirtualnej. W dwóch precedensowych sprawach rozstrzygniętych we Francji i USA sądy przyjęły zgodnie możliwość takiej ingerencji: w pierwszej z nich („The Yahoo", sprawa toczyła się bowiem we Francji przeciwko serwisowi Yahoo) sąd francuski przyznał sobie prawo ingerowania w treści publikowane w Internecie, a polegające na aukcyjnej sprzedaży pamiątek nazistowskich. Francuski sąd orzekł, że niemożność uznania krajowej jurysdykcji uczyniłaby 100% spraw związanych z Internetem za niemożliwe do przeprowadzenia[44]. W drugiej ze spraw („Chuckleberry") amerykański sąd uznał włoską stronę pornograficzną Playmen za naruszającą zakaz naruszania marki Playboy (choć włoski sąd nie dopatrzył się naruszenia)[45]. Orzecznictwo zatem, jak i prawodawcy dostrzegają możliwość ingerowania w wypowiedzi internetowe – trudno było zresztą spodziewać się innych rozwiązań.

Jednak na pytanie, czy Internet jako zupełnie oryginalna i specyficzna forma przekazu, zmieniająca przy tym nie tylko sposób, ale i pośrednio wpływająca na treść wypowiedzi, wymaga odmiennych regulacji prawnych niż dotychczas znane środki przekazu, odpowiedzieć należy przecząco. Nie ma przekonujących argu-

[43] W zakresie komunikowania w celu uzyskania informacji problemem w literaturze, zwłaszcza literaturze anglosaskiej, często dostrzeganym i analizowanym jest natomiast kwestia zagrożenia prywatności w kontekście wszechobecnej cyberprzestrzeni i powszechnie zbieranych, gromadzonych i przetwarzanych danych, zwłaszcza przez biurokrację (zarówno publiczną, jak i urzędników wszystkich podmiotów nienależących do administracji publicznej. Por. np. A.R. Miller, *Personal Privacy in the Computer Age: The Challenge of a New Technology in an Information-Oriented Society*, „Michigan Law Review" 1089 (1968–1969), E. Volokh, *Freedom of Speech and Information: The Troubling Implications of a Wright to Stop People From Speak About You*, „Stanford Law Review" 1049 (1999–2000).

[44] Argumentem posiłkowym było to, że serwis Yahoo był frankofoński, a zatem przeznaczony dla odbiorców francuskich. Yahoo wycofało się ze sprzedaży takich pamiątek. *UEFJ and Licra vs Yahoo! Inc. And Yahoo France* (Tribunal de Grande Instancje de Paris, 22.05.2000) [za:] *J*. Macdonald, C. Jones, *The Law of Freedom of Information,* New York 2003, s. 581.

[45] *Playboy Enterprises vs Chuckleberry Publishing*, 939 F Supp 1032 (SDNY 1996) [za:] (ibidem, s. 582). Podobnie w sprawie Cybersell Inc, w której sąd wskazał trzystopniowy test umożliwiający zastosowania jurysdykcji krajowej – test dotyczy popełnienia czynu, z którym wiąże się odpowiedzialność w sieci przez obywatela innego państwa, podstaw odpowiedzialności w prawie krajowym, racjonalności zastosowania jurysdykcji krajowej (*ibidem*, s. 582).

mentów uzasadniających pogląd, że Internet jako nowy środek przekazu stwarza na tyle nowe kategorie w zakresie wolności informacji, że wymaga to nowej regulacji kompleksowo normującej treść, granice i środki ochrony wolności informacji czy szerzej – wypowiedzi.

Powtórzyć można za klasykiem w tej dziedzinie – sędzią Frankiem H. Easterbrook, autorem pracy *Cyberspace and the Law of the Horse* – że nic więcej nie kryje się w sformułowaniu „prawo internetu" niż w sformułowaniu „prawo konia", bo żaden nowy przedmiot nie wymaga nowej regulacji, najlepszą zaś metodą zrozumienia prawa, które należy stosować wobec nowych wyzwań jest analiza dotychczas znanych ogólnych rozwiązań[46]. Wszelkie inne regulacje są ryzykowne i mogą sprowadzić nas na manowce, choćby z tego powodu, że Internet zmienia się w tempie, za którym nie nadąży żaden prawodawca, a tym bardziej prawodawca pretendujący do roli opisującego i normującego cały system wolności wypowiedzi.

Summary

Contemporary emergencies of freedom of information

Modern civilization depends on information. Freedom of information implied freedom of seeking, asking, demanding, getting and spreading informations (knowledge about reality) is exercised by mass media and has new challenges and emergency.

Internet has changed the media environment – convergence of media and new features of communication by net (personalized, timeless, transfrontier, interactive) has changed also the sense and function of freedom of information exercised by media.

Process of communication is very fast, depended on market of information and its rules, in consequence informations must be broadcasted fast, cheap and in easy way. Journalists are replaced by PR agencies, agenda setting, gatekeeping and mainstreaming – as means to make informations easier and well selled replaced traditional way of broadcasting. This process causes the transformation in quality of information and its function in understanding of the contemporary world. The law of media hasn't any effective remedy to stop this process.

[46] [Za:] S.J. McDonald, *Beyond Social Networking Rules & Roles for the New Digital Community Educause*, Cornell Institute for Computer Policy and Law, Rhode Island 2007, s. 6 (www.net.educause.edu – 4.03.2010).