

Państwo i społeczeństwo

Pogranicza prawa

Informacja jako podstawa egzystencji i rozwoju

Początkowo informacja służyła człowiekowi tylko do przetrwania. Gromadziliśmy wiedzę na temat praw rządzących otaczającą nas naturą, aby nie zostać zdominowanym lub zabitym przez innych, zdobyć pożywienie. Uczyliśmy się wykorzystywać przyrodę do własnych potrzeb. Poznaliśmy, że życie w grupie jest bezpieczniejsze niż w pojedynkę. Opanowaliśmy materię w stopniu pozwalającym nam nie tylko przetrwać, ale także zdominować inne gatunki. Ta fundamentalna wiedza opierała się na zgromadzonej informacji w postaci obserwacji, spostrzeżeń oraz doświadczenia. Równolegle uczyliśmy się i odkrywaliśmy relacje społeczne. Wraz z upływem czasu, doskonaląc sztukę fizycznego przetrwania do perfekcji, zgłębialiśmy sukcesywnie naukę o relacjach społecznych, ponieważ zdobywanie wiedzy i doświadczenia w tej dziedzinie odgrywało coraz ważniejszą rolę. Ewolucja tych relacji jest doskonałym przykładem wagi informacji w życiu społecznym. Artykuł przybliży jej znaczenia w wielu dziedzinach i obszarach ludzkiej aktywności.

RAFAŁ BLICHAZ**Wprowadzenie**

Informacja była pierwsza i pozostaje najważniejsza w życiu każdej żywej istoty. Nie ma nic poza informacją¹. Cała wiedza i doświadczenie ludzkości opiera się na niej i jej przetwarzaniu². Ewangelia wg św. Jana mówi, że na początku było słowo, a słowo to informacja. Z tej perspektywy na początku była informacja. Informacja była pierwsza i pozostaje najważniejsza w życiu każdej żywej istoty. Cała wiedza i doświadczenie ludzkości opiera się na informacji i jej przetwarzaniu.

Współczesna fizyka operuje instrumentami pozwalającymi eksperymentalnie dowodzić, że rzeczywistość w której żyjemy stanowi pewnego rodzaju iluzję tworzona przez świat mikroskopowy³. Wszystko co nas otacza, to swoista projekcja zdarzeń

mających miejsce w mikroświecie, którego procesów wciąż w pełni nie rozumiemy. Jednak w coraz większym stopniu empirycznie potwierdzane są teoretyczne modele Wszechświata (a nawet koncepcje wieloświatów)⁴, którego struktura oparta jest nie na materialnych cząstkach obserwowanych przez nas co dzień, ale na funkcji falowej, która zapada się, „doznaje kolapsu”, jak mówią fizycy, w chwili obserwacji, a więc w momencie zebrania informacji o interesującym nas przedmiocie lub – posługując się znów językiem fizyków – w chwili „pomiaru”⁵. Zupełnie jak w platońskiej jaskini, obserwowana rzeczywistość do pewnego stopnia nie jest prawdziwa, jest jedynie wynikiem kolapsu funkcji falowej całego Wszechświata⁶. Istnienie każdego obiektu, jego położenie, pęd czy właściwości materii ożywionej i nieożywionej zależą od obserwatora, który zbiera informacje⁷. *Summa*

¹ Słynny amerykański fizyk teoretyczny John Wheeler analizując czas i przestrzeń postawił fundamentalne pytanie, jak coś może powstać z niczego? (*How does something arise from nothing?*) i udzielił równie spektakularnej odpowiedzi *It from bit*, wyrażając w ten maksymalnie krótki sposób doktrynę informacji, jako źródła wszystkiego. Zob. K. Ford: *Update on John Archibald Wheeler*, "Princeton Physics News" 2(1), s. 2; Por. C. Rovelli: *Rzeczywistość nie jest tym, czym się wydaje*, Łódź 2020, s. 255 i nast., 273; M. Kaku: *Wszechświaty równoległe. Powstanie Wszechświata, wyższe wymiary i przyszłość kosmosu*, Warszawa 2010, s. 214-216; Por. też M. Heller: *Ważniejsze niż Wszechświat*, Kraków 2018, s. 57 i nast.

² Por. Brian Greene: *Do końca czasu. Umysł, materia i nasze poszukiwanie sensu w zmieniającym się Wszechświecie*, Warszawa 2021, s. 93 i nast., 117 i nast.

³ S. Corrol: *Coś głęboko ukrytego. Światy kwantowe i emergencja czasoprzestrzeni*, Warszawa 2020, s. 54 i nast.

⁴ H. Everett III, B.S. De Witt, N. Graham: *The Many Worlds Interpretation of Quantum Mechanics*, Princeton University Press, 1973; zob. także P. Byrne: *The Many Worlds of Hugh Everett III: Multiple Universe, Mutual Assured Destruction, and the Meltdown of a Nuclear Family*, Oxford University Press, Oxford-New York 2010.

⁵ Zob. A. Hobson: *Kwanty dla każdego. Jak zrozumieć to, czego nikt nie rozumie*, Warszawa 2018 r., s. 35 i nast., s. 175, 347 i nast.; A. Hobson: *There Are Not Particles, There Are Only Fields*, "American Journal of Physics" No 81/2013, s. 211-223; S. Weiberg: *Facing Up: Science and Its Cultural Adversaries*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 2001, s. 221; R. Mills: *Space, Time, and Quanta: An Introduction to Modern Physics*, W.H. Freeman, New York 1994, s. 386; F. Wilczek: *Mass without Mass I: Most of Matter*, "Physics Today" nr 52/1999, s. 11-13; R. Brooks: *Fields of Color*, Prescott 2011; P. R. Wallace: *Paradox Lost*, Springer-Verlag, New York 2007, s. 16-18.

⁶ A. Ananthaswamy: *Through Two Doors at Once: The Elegant Experiment That Captures the Enigma of Our Quantum Reality*, Dutton, New York 2018; J. D. Barrow: *Nowe teorie wszystkiego. W poszukiwaniu ostatecznego wyjaśnienia*, Kraków 2018, s. 155 i nast., s. 345.

⁷ Zob. T. Maudlin: *What Bell Did*, "Journal of Physics" No A 42/2014, (424010); S. Corrol: *Coś głęboko ukrytego...*, op.cit. s. 59 i nast., 103 i nast.; C. Kiefer: *Kwantowy kosmos. Od wczesnego świata do rozszerzającego się uniwersum*, Kraków 2018, s. 87 i nast.

summarum, fizyka kwantowa otwiera przed nami magiczny, nieznan świat, w którym życie istnieje od ponad czterech miliardów lat, a my – jako gatunek – od ponad 200 tysięcy lat⁸. Fizycy nadal nie wiedzą jak definiować „pomiar”, który powoduje zapadnięcie się funkcji falowej i w konsekwencji postrzeganie świata, jakim go widzimy na co dzień (to tzw. klasyczna wizja)⁹. Bez wątplenia jednak ów „pomiar” oznacza pozyskanie informacji o danym układzie fizycznym. Ta informacja generuje obraz świata, jakim go widzimy, w każdym bez wyjątku wymiarze.

Istnienie wszystkich żywych organizmów bazuje na informacji. Bez niej życie nie może istnieć. Zbieranie informacji towarzyszy każdej indywidualnej żywej istocie od jej zaistnienia. Więcej, każdy gatunek żywych stworzeń opiera swoją egzystencję na zbieraniu, przetwarzaniu i przekazywaniu informacji¹⁰. Im więcej organizm zbierze danych o środowisku, w którym żyje, tym łatwiej jest mu się dostosować do rzeczywistości. Tym większe ma szanse na przetrwanie. Im więcej zebranych za życia danych przekaże swoim potomkom, tym większe szanse mają kolejne pokolenia na zdominowanie swojego habitatu. Stąd podstawa życia jest zlokalizowana w łańcuchach kwasu

dezoksyrybonukleinowego (DNA) i rybonukleinowego (RNA), zawierających zbiór informacji genetycznych niezbędnych do powstania i rozwoju organizmów żywych i wirusów. To znów informacja.

Życie, czy tego chcemy, czy nie, niezależnie od naszej świadomości, koncentruje się wokół niej. Początkowo informacja potrzebna była człowiekowi tylko do przetrwania. Gromadziliśmy wiedzę na temat praw rządzących otaczającą nas naturą po to, aby nie zostać zdominowanym lub zabitym przez innych, zdobyć pożywienie, którego właściwości też musieliśmy dopiero poznać, a więc zebrać o nim wiedzę. Uczyliśmy się wykorzystywać przyrodę do własnych potrzeb – odkryliśmy moc kija oraz siłę kamienia. Poznaliśmy, że życie w grupie jest bezpieczniejsze niż życie w pojedynkę. Na przestrzeni wieków opanowaliśmy materię w stopniu pozwalającym nie tylko przetrwać, ale także zdominować inne gatunki. Ta fundamentalna wiedza opierała się na zgromadzonej informacji w postaci obserwacji, spostrzeżeń oraz doświadczenia. Równoległe ze zdobywaniem utylitarnej wiedzy warunkującej naszą egzystencję, uczyliśmy się i odkrywaliśmy relacje społeczne. Wraz z upływem czasu, opanowując sztukę fizycznego przetrwania

⁸ Zob. E. A. Bell, P. Boehnke, T. M. Harrison, W. L. Mao: *Potentially biogenic carbon preserved in a 4.1 billion-year-old zircon*, "PNAS" No 112(47)/2015, (<https://doi.org/10.1073/pnas.1517557112>); Ohtomo, Yuko, Kakegawa, Takashi, Ishida, Azumi, Nagase, Toshiro: *Evidence for biogenic graphite in early Archaean Isua metasedimentary rocks*, "Nature Geosci" 7(1)/2014, s. 25-28, (<https://doi.org/10.1038/ngeo2025>); J. D. Barrow: *Nowe teorie wszystkiego...*, op.cit. s. 283; Carl Sagan: *Błękitna kropka. Człowiek i jego przyszłość w kosmosie*, Warszawa 2018, s. 150.

⁹ Zob.: A. Hobson: *Kwanty dla każdego...*, op.cit. s. 10-11 i nast.

¹⁰ Por. B. Greene: *Until the End of Time. Mind, Matter, and Our Search for Meaning in an Evolving Universe*, New York 2020, wyd. A. Knopf, s. 290 i nast.; T. Nagel: *Mortal Questions*, Cambridge, Cambridge Press 1979, s. 142-146

do perfekcji, pojmowaliśmy, że nauka o relacjach społecznych, zdobywanie wiedzy i doświadczenia w tym zakresie odgrywają coraz ważniejszą rolę. Ewolucja tych relacji jest doskonałym przykładem wagi informacji w życiu społecznym. Najpierw odkryliśmy, że siła fizyczna jednostki jest determinantą relacji w grupie. Z czasem okazało się, że nie musi być ona jedynym wyznacznikiem takiej pozycji. O sile jednostki zaczęły decydować inne walory. Ten, kto miał więcej informacji, czyli kto wiedział więcej, miał większe doświadczenie, umiał więcej, mógł zdominować nawet fizycznie silniejszych od siebie. Prawdopodobnie równoległe z tym odkryciem pojawiła się także manipulacja informacją. O sile jednostki może bowiem decydować także umiejętność sterowania informacją lub jej przepływem, nawet jeśli nie jest ona prawdziwa, jak również, nawet jeśli nie jest ona wykorzystywana do słusznych, godnych celów. Zdobywanie pozycji lidera gwarantowało określony status społeczny i związane z nim korzyści. Zapewne takie były początki kształtowania się struktury społecznej – była więc budowana również na bazie informacji i jej przetwarzania¹¹.

Niezależnie od transformacji relacji społecznych zachodzących wewnątrz poszczególnych społeczeństw, zdobywanie, przetwarzanie oraz wykorzystywanie informacji zaczęło mieć coraz większe znaczenie także w relacjach między

narodami. Dokonywane na przestrzeni kolejnych wieków odkrycia naukowe i wynalazki doprowadziły do dyferencjacji narodów i społeczeństw. Te, które wcześniej dokonały odkryć, czyli zdobyły nowe, określone informacje, uzyskały je lub wykorzystały chociażby do modyfikacji już posiadanej wiedzy, zyskiwały przewagę militarną, gospodarczą, społeczną. Bitwy i wojny wygrywali lepiej poinformowani. To wiedza leży u podstaw silnej pozycji np. Anglii, Hiszpanii, Portugalii w XV i XVI wieku. Przykłady można mnożyć. Odkrycia geograficzne tych państw były możliwe tylko dzięki rozwojowi nauki, eksperymentom, badaniom. Nie inaczej było w XIX i XX wieku, kiedy odkrycia naukowe przyczyniły się do rewolucji przemysłowej i rozwoju wybranych państw na niespotykaną dotąd skalę. Społeczeństwa słabiej poinformowane zawsze muszą – w tej czy innej formie – oddać wyższość tym, które dominują nad nimi informacyjnie. Nie bez przyczyny w XX w. szczególną rolę odegrał także wywiad i kontrwywiad. Dynamicznemu rozwojowi techniki zwykle towarzyszy intensywny wzrost świadomości społecznej, i co za tym idzie, rewolucje lub ewolucje stosunków społecznych. Zjawisko to w historii, ale i współcześnie, generuje ruchy pro-wolnościowe, dyskusje nad granicami równości oraz tolerancji. Takim ruchom towarzyszy silna polaryzacja społeczna dodatkowo zasilana

¹¹ Por. T. Górzyńska: *Kilka słów o prawie do informacji i zasadzie jawności* [w:] *Państwo prawa, administracja, sądownictwo. Prace dedykowane prof. dr. hab. Januszowi Łętowskiemu w 60. rocznicę urodzin*, A. Łopatka (red.), A. Wróbel, S. Kiewlicz, Warszawa 1999, s. 117; też: *Prawo do informacji – kategoria konstytucyjna* [w:] *Prawo w okresie przemian ustrojowych w Polsce*, Instytut Nauk Prawnych PAN, Warszawa 1995, s. 60.

różnicami w wykształceniu, poglądach i doświadczeniach jednostek i całych grup społecznych. Trudno tego nie dostrzec obecnie w Stanach Zjednoczonych, Hiszpanii, na Węgrzech, w Polsce, Niemczech czy w Wielkiej Brytanii.

Ogrom wiedzy, jaką dziś dysponuje człowiek przekracza możliwości jej poznania przez jednostkę. Jednocześnie prawie 8-miliardowa populacja ludzkości stale powiększa zasoby informacji i nadaje im nowe wymiary, znaczenia, interpretacje. Każde z nich to morze kolejnych informacji. Ich multiplikowanie powiększa się w sposób wykładniczy. Chcąc korzystać z tych ogromnych zasobów człowiek wymyślił technologię, która pozwala okiełznać niemal nieskończone ilości danych, jakimi jesteśmy zasypywani każdego dnia. Wszystko można metodologicznie posegregować, jest to tylko kwestia kryteriów, według których staramy się uporządkować chaos informacyjny. Dziś już nie jesteśmy w stanie zebrać wszystkich dostępnych informacji, ale możemy starać się skoncentrować te wybrane w określonym miejscu oraz je przetwarzać.

Uświadomienie sobie przez ludzkość wagi dostępu do informacji oraz jej przetwarzania to cecha charakterystyczna dla XX wieku. Stworzenie technologii umożliwiającej gromadzenie olbrzymiej ilości danych oraz ich sprawne przetwarzanie

stanowi krok milowy w rozwoju cywilizacji. Choć od początku ludzkości informacja nami rządzi, w pełni i dogłębnie przekonaliśmy się o tym dopiero w XX wieku. Zapewne w XXI wieku będziemy tę wiedzę skrzętnie wykorzystywać i rozwijać¹².

Wiarygodność informacji

Wzrostowi świadomości jak ważna jest informacja w naszym życiu towarzyszyło doświadczenie, zgodnie z którym jej użyteczność zależy od prawdziwości. Zaś niekompletna, nacechowana subiektywnym postrzeganiem rzeczywistości, nierzetelna, niedokładna – wypacza jej sens. Intencjonalne przekazywanie takich niepokrywających się z rzeczywistością informacji stanowi manipulację i bywa groźniejsze od ich braku¹³. Doświadczenie uczy, że niejednokrotnie ustalenie prawdziwości informacji jest trudniejsze od samego ich pozyskania. Jak była mowa wyżej, nauka rozwija się dzięki zdobywaniu informacji, ich przetwarzaniu oraz weryfikowaniu. Warto przy tym zauważyć, że równie cenna jest w niej wiedza sprawdzona, pozytywnie zweryfikowana, jak i taka, która nie przeszła testu weryfikacji praktycznej. Eksperymenty, które sfalsyfikowały teorie pozwalają wyciągać wnioski co do kierunków i metod dalszych lub innych badań. Tym samym skraca się droga dochodzenia do informacji bliższych

¹² Por. K. Doktorowicz: *Europejski model społeczeństwa informacyjnego. Polityczna strategia Unii Europejskiej w kontekście globalnych problemów wieku informacji*, Katowice 2005.

¹³ Zob. M. Sadouskaya-Komlach: *Stronniczość i dezinformacja – dlaczego europejski model mediów jest do wymiany*, „Green European Journal”, <<https://zielonewiadomosci.pl/tematy/kultura/stronniczosc-i-dezinformacja-dlaczego-europejski-model-mediow-jest-do-wymiany>>, (dostęp 16.2.2021); Z. Sareto: *Moralność kształtowania opinii publicznej* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobyłańska, R. D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996, s. 239.

rzeczywistości, jakkolwiek ją rozumiemy¹⁴. Ustalenie prawdziwości informacji do złudzenia przypomina poszukiwanie prawdy obiektywnej, absolutnej. Filozofowie zapełnili już setki, jeśli nie tysiące ksiąg teoriami służącymi do poznania prawdy, proponując różne metody jej odkrywania, ale nadal nie mamy pewności, czy posiadana przez nas wiedza jest prawdziwa, nawet jeśli jest weryfikowalna, sprawdzona oraz poprawna w określonych warunkach. W codziennym życiu człowiekowi wystarcza jednak, gdy uzyskiwane informacje są zgodne z jego wiedzą i doświadczeniem lub przynajmniej gdy ma on subiektywne odczucie, że prawdopodobieństwo ich pozytywnej weryfikowalności jest duże. Stąd nawet w czynnościach dnia codziennego kluczowa jest wiedza i doświadczenie, które pozwalają ocenić prawdziwość informacji. Pewną ilustracją tego zjawiska może być ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która posługując się pojęciem przeciętnego konsumenta przyjmuje, że jest to osoba dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna¹⁵. Na tej podstawie prawodawca określa granice ochrony przeciętnych konsumentów.

Zatem pierwszym kryterium oceny prawdziwości informacji jest wiedza i doświadczenie, czyli nic innego jak zbiór zebranych na przestrzeni czasu informacji prowadzący do osiągnięcia określonego

przez społeczeństwo poziomu świadomości jednostki. Porównanie nowo nabytych informacji z dotychczasowo zgromadzonymi pozwala wstępnie je zweryfikować. Świadomość, zwłaszcza ograniczeń swojej wiedzy i doświadczenia, pozwala ocenić wiarygodność dokonywanych przez siebie ocen prawdziwości nowych informacji. Niestety, konfrontacja indywidualnej wiedzy i doświadczenia człowieka z dynamicznym rozwojem nauki, który pociąga za sobą równie szybki rozwój techniki oraz wpływa na złożoność otaczających nas rzeczy i zjawisk, w tym społecznych, ekonomicznych i gospodarczych, stawia jednostkę w wielu wypadkach na z góry przegranej pozycji. Dziś już nawet ponadprzeciętnie wykształcony człowiek nie jest w stanie śledzić na bieżąco postępów wiedzy i nauki w każdej dziedzinie życia. Mając powyższe na uwadze, wprowadzamy wyspecjalizowane instytucje prawne, organy i mechanizmy kontrolne, których zadaniem jest czuwanie nad prawdziwością przekazywanych informacji. I tak, tylko dla przykładu, Najwyższa Izba Kontroli, Komisja Nadzoru Finansowego, Prezes Urzędu Konkurencji i Konsumentów, Prezes Urzędu Zamówień Publicznych, Prezes Urzędu Regulacji Energetyki, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, media, w tym zwłaszcza media publiczne, ale także sądy czuwają lub powinny czuwać nad wiarygodnością przekazywanych

¹⁴ Co nie zawsze oznacza prawdziwych.

¹⁵ Art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z 23.8.2007 (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070 t.j.). Innym przykładem może być regulacja granic wieku dla uzyskania zdolności do czynności prawnych. Kryterium wieku powiązane jest tu bowiem z wiedzą i doświadczeniem, jakie w powszechnym odczuciu przeciętny człowiek nabywa wraz ze swoim rozwojem psychofizycznym.

w obrocie informacji. Oczywiście czynią to na różnym poziomie funkcjonowania społeczeństwa i w różnych zakresach, jednak istotą ich działania jest *de facto* i *de iure* weryfikowanie podawanych przez uczestników danego rynku lub obrotu informacji. I to na ich podstawie podejmujemy codziennie niezliczoną ilość decyzji. Zatem wiarygodność takich instytucji powinna być bezdyskusyjna. Gwarantuje bowiem stabilność zarówno systemu prawnego, jak i relacji społecznych.

Dziś z problemem wiarygodności informacji ściśle związana jest kwestia przesytu informacyjnego. Nadmiar może wprowadzać chaos, zwłaszcza gdy między informacjami pojawiają się rozbieżności, wywołując niepewność co do ich prawdziwości¹⁶. Szczęśliwie monopol mediów publicznych na przekazywanie informacji został zniesiony, a prywatni nadawcy oraz Internet umożliwiają skuteczną dywersyfikację dostępu do informacji, opinii i komentarzy. Jednak jak uczy nas doświadczenie, zarówno monopol informacyjny, jak i silne zmultiplikowanie źródeł informacji stanowią potencjalne zagrożenie dla jednostki i całego społeczeństwa. Zachowanie równowagi w tym zakresie wydaje się być ważnym zadaniem państwa. Warto zauważyć, że technologia służąca do gromadzenia oraz przetwarzania

danych wykorzystywana jest zarówno przez państwa, przedsiębiorców, jak również przez osoby prywatne.

Informacja a państwo i jednostka

Państwa zbierają wszelkie dane pozwalające zapewnić ich bezpieczeństwo zarówno w stosunkach wewnętrznych, jak i zewnętrznych, międzynarodowych. Chodzi przy tym o bezpieczeństwo samych państw oraz ich obywateli. Kluczową rolę w tym zakresie odgrywają regulacje prawa publicznego. Co do zasady, przepływ informacji powinien być w tych stosunkach dwustronny. Z jednej strony państwo ma możliwość gromadzenia informacji o aktywności swoich (i nie tylko) obywateli, z drugiej obywatele powinni mieć zapewnione prawo dostępu do tych danych oraz do informacji o działalności państwa¹⁷. Oczywiście wiedza o obywatelach limitowana jest granicą ich prywatności, natomiast dostęp do informacji o działaniach państwa – klauzulami poufności, bezpieczeństwa publicznego, porządku itp. W Unii Europejskiej granice ochrony obywateli (w tym obywateli występujących w różnych rolach, także jako przedsiębiorców) wyznacza przede wszystkim rozporządzenie RODO¹⁸, ale również krajowe regulacje prawa cywilnego, czy określona prawem konkurencji (w Polsce ustawą

¹⁶ J. Jankowski nazywa ów przesyt smogiem informacyjnym – zob. J. Janowski: *Technologia informacyjna. Technologia informacyjna dla prawników i administratywistów*, Warszawa 2013, s. 65 i nast.

¹⁷ Zob. G. Szpor: *Prawo dostępu do informacji publicznej jako istotny czynnik rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, „Rocznik Geomatyki” 2009/VII, z. 6 (36), s. 89-90; T. R. Aleksandrowicz: *Komentarz do ustawy o dostępie do informacji publicznej*, Warszawa 2008, s. 7.

¹⁸ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.4.2016 w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, Dz.U. UE L 119/1, 4.5.2016).

o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji) tajemnica przedsiębiorstwa, podczas gdy granice bezpieczeństwa informacyjnego państwa zapewniają liczne przepisy szczególne, dotyczące szeroko rozumianego bezpieczeństwa państwa, w tym przede wszystkim ustawa o ochronie informacji niejawnych¹⁹.

Władze publiczne gromadzą wszelkie informacje w zasadzie na każdym możliwym poziomie. Niektóre z tych informacji są rozproszone (np. monitoring miejski), inne skumulowane w jednym, choćby wirtualnym miejscu (np. wielkość rejestrów publicznych). Każdy nasz wniosek złożony w dowolnej sprawie administracyjnej zawiera mnóstwo informacji o nas samych, a także o naszych zamierzeniach. Rejestracja pojazdu mechanicznego, spółki, stowarzyszenia, fundacji, zgłoszenie do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, chęci podjęcia działalności gospodarczej, wniosek o pozwolenie na budowę, odprowadzane podatki, uiszczane opłaty za poszczególne czynności prawne, zawarcie związku małżeńskiego, narodziny dziecka itd. pozwalają państwu na bieżąco śledzić nasze działania. Niezależnie od tych informacji, które sami udostępniamy administracji publicznej, stale dostarczamy władzy danych o sobie na podstawie uiszczanych opłat, odprowadzanych podatków, ale także wykonując inne obowiązki publicznoprawne (aktualizacja informacji dotyczących naszego miejsca zamieszkania, stanu cywilnego, obligatoryjny udział

w spisie powszechnym) czy korzystając z niektórych publicznych praw podmiotowych.

Nawet najbardziej trywialna czynność naszego codziennego życia zostawia ślad informacyjny. Spółki komunalne zbierają informacje o naszym zużyciu wody, przedsiębiorstwa kontrolowane przez władze publiczne gromadzą informacje o zużytej energii elektrycznej, ciepłej czy innych nośnikach energii. Wbrew pozorom na podstawie tych danych również można sporo dowiedzieć się o codziennym życiu społeczeństwa, a niejednokrotnie także o życiu i preferencjach, zwyczajach niejednego z nas. Operatorzy sieci telekomunikacyjnych, czy operatorzy usług internetowych gromadzą dane o naszych połączeniach telefonicznych, wiadomościach tekstowych, połączeniach internetowych. Są w stanie ustalić (i śledzić na bieżąco) naszą lokalizację, najczęściej pokonywane trasy, a na podstawie tych danych wręcz ustalić z dużym prawdopodobieństwem grafik naszych zajęć czy zachowania w dowolnym czasie. Analogicznie ogromne ilości informacji o nas gromadzą banki, zakłady ubezpieczeniowe i inne instytucje finansowe. Część z nich należy do Skarbu Państwa, inne do jednostek samorządu terytorialnego, jednak spora grupa do sektora prywatnego. Nawet jeśli dany podmiot nie jest podmiotem publicznym (państwowym czy samorządowym), zwykle podlega nadzorowi państwowemu i w określonych prawem przypadkach służby państwowe mogą uzyskać dostęp do zgromadzonych

¹⁹ Np. ustawa z 10.8.2010 o ochronie informacji niejawnych, (Dz.U. z 2019 r. poz. 742 t.j.).

przez nie informacji. Tak zebrane co do zasady są prawdziwe. Zużycie wody i innych mediów, nasze przemieszczanie się ustalone na podstawie geolokalizacji czy monitoringu miejskiego może być mistyfikowane, jednak w przeważającej większości przypadków odpowiada naszej życiowej aktywności. Wnioski i oświadczenia kierowane do władzy publicznej najczęściej składane są z zastrzeżeniem rygoru odpowiedzialności karnej za podawanie nieprawdziwych informacji. Mając na względzie przede wszystkim możliwości aparatu państwowego, w naszym interesie jest przekazywać państwu prawdziwe informacje o sobie.

Dążąc do zachowania równowagi informacyjnej, zgodnie z art. 61 Konstytucji RP, obywatele również mają prawo do informacji o działaniach państwa, władzy publicznej czy podmiotów realizujących zadania publiczne. Prawo to obejmuje także uzyskiwanie informacji o działalności organów samorządu gospodarczego i zawodowego, jak też innych osób

oraz jednostek organizacyjnych w zakresie, w jakim wykonują one zadania władzy publicznej i gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa. Prawo do uzyskiwania informacji obejmuje dostęp do dokumentów oraz wstęp na posiedzenia kolegialnych organów władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów, z możliwością rejestracji dźwięku lub obrazu. Ograniczenie tego prawa może nastąpić wyłącznie ze względu na określone w ustawach ochronę wolności i praw innych osób i podmiotów gospodarczych oraz ochronę porządku publicznego, bezpieczeństwa lub ważnego interesu gospodarczego państwa. Szczegółowe zasady dostępu do tego typu informacji reguluje ustawa o dostępie do informacji publicznej²⁰. Obok niej, obowiązują również inne akty prawne czyniące życie publiczne bardziej transparentnym²¹. W świetle tylko ogólnie zakreślonych wyżej regulacji osoby pełniące funkcje publiczne, w tym zwłaszcza politycy, mają obowiązek udzielania

²⁰ Ustawa z 6.9.2001, (Dz.U. z 2020 r. poz. 2176 t.j.). Zgodnie z art. 1 tej ustawy, informacją publiczną jest każda informacja o sprawach publicznych i podlega ona ujawnieniu na zasadach określonych w tej ustawie. Szerzej zobacz M. Kłaczyński, S. Szuster: *Dostęp do informacji publicznej. Komentarz*, Lex 2003; T.R. Aleksandrowicz: *Ustawa o dostępie do informacji publicznej. Komentarz*, wyd. IV, Warszawa 2008; I. Kamińska, M. Rozbicka-Ostowska: *Ustawa o dostępie do informacji publicznej. Komentarz*, Warszawa 2016; P.M. Sitniewski: *Odmowa dostępu do informacji publicznej. Przesłanki, granice, procedura*, Warszawa 2020; T. Górzyska: *Geneza i rozwój prawa do informacji*, „Miscellanea Iuridica”, t. 4; *Problemy samorządu terytorialnego. Dostęp do informacji publicznej*, A. Drogoń (red.), A. Lityński, G. Sibiga, Tychy 2004, s. 126-140; tenże: *Zasada jawności administracyjnej*, „PiP” nr 6/1998; tenże: *Prawo do informacji i zasada jawności administracyjnej*. *Orzecznictwo Sądu Najwyższego, Naczelnego Sądu Administracyjnego i Trybunału Konstytucyjnego*, Kraków 1999, s. 32.

²¹ Np. ustawa z 21.11.2008 o pracownikach samorządowych, (Dz.U. z 2019 r. poz. 1282 t.j.); ustawa z 29.6.1995 o statystyce publicznej, (Dz.U. z 2020 r. poz. 443 t.j.); ustawa z 8.3.1990 o samorządzie gminnym, (Dz.U. z 2020 r. poz. 713 t.j.); ustawa z 5.6.1998 o samorządzie powiatowym, (Dz.U. z 2020 r. poz. 920 t.j.); ustawa z 5.6.1998 o samorządzie województwa, (Dz.U. z 2020 r. poz. 1668 t.j.). Zobacz także zalecenie Rady Europy nr R(81) 19 z 25.11.1981 w sprawie dostępu do informacji pozostających w posiadaniu władz publicznych; zalecenie Komitetu Ministrów Rady Europy nr R(91) 10 z 9.9.1991 w sprawie udostępniania osobom trzecim danych osobowych pozostających w posiadaniu władz publicznych; zalecenie Komitetu Ministrów Rady Europy nr (96)10 z 11.9.1996 odnoszące się do gwarancji niezależności dla nadawców publicznych.

informacji o swoich działaniach. Przeprowadzenie wywiadu czy danie odpowiedzi na pytanie dziennikarza, choćby najbardziej niewygodne, nie może być zatem przejawem dobrej woli osoby pełniącej funkcje publiczne, lecz jest jej prawnym obowiązkiem. Jedną z zasad prawa publicznego jest bowiem zasada jawności, która ma czynić zadość płynnemu przepływowi informacji kluczowych dla harmonijnego życia społecznego. Jej stopień realizacji zależy od naszego zainteresowania sprawami publicznymi oraz wytrwałości w dążeniu do zdobywania interesujących nas danych.

Media

Biorąc pod uwagę organizację współczesnych społeczeństw, dostęp do informacji o działalności państwa, jego władz i instytucji, ale także wszelkich wydarzeń mających miejsce w kraju i na świecie opiera się przede wszystkim na działalności mediów (telewizja, radio, prasa, Internet). Przeciętny obywatel nie ma bezpośrednio dostępu do osób zarządzających państwem, regionem, czy nawet miastem, w którym żyje, a przynajmniej dostęp

ten jest istotnie ograniczony. To oczywiście jest w pełni uzasadnione i zrozumiałe. Nie uczestniczymy także we wszystkich wydarzeniach mających miejsce w regionie, w którym żyjemy, nie wspominając o wydarzeniach mających miejsce w całym państwie²². W konsekwencji informacje o osobach i zdarzeniach, tych lokalnych, regionalnych, krajowych czy światowych czerpiemy z mass mediów. Niejednokrotnie na ich podstawie wyrabiamy sobie zdanie o innych osobach i wydarzeniach. Wywierają więc one istotny wpływ na nasze postrzeganie rzeczywistości, a dla wielu osób są wręcz podstawą wyobrażenia o otaczającym ich świecie. Zjawisko to odgrywa fundamentalną rolę przy ocenie mediów i ich współczesnej roli. W kontekście funkcjonowania państwa, jego wewnętrznych struktur, w tym samorządów zawodowych, branżowych czy samorządu terytorialnego ich kardynalną rolę trudno pominąć²³. Rola mediów oczywiście wykracza daleko poza te ramy. Stąd bywają określane czwartą władzą²⁴. Ich znaczenie zauważone zostało i podkreślone wielokrotnie w licznych rezolucjach i zaleceniach Komitetu

²² Należy przy tym zauważyć, że mass media pozwalają do pewnego stopnia także uczestniczyć w wydarzeniach, chociażby w sposób bierny. Jednocześnie niejednokrotnie organizacja określonych wydarzeń opiera się na ich rozpowszechnieniu za pomocą mediów (np. coroczna zbiórka pieniędzy w ramach akcji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy).

²³ Por. J. Olszewski: *Spoleczna gospodarka rynkowa jako zróżnicowany system przepływu informacji* [w:] *Spoleczna gospodarka rynkowa*, A. Powalowski (red.), „Gdańskie Studia Prawnicze”, Tom XXXVII, 2017, s. 37-50.

²⁴ Zob. W. Nentwig: *Czwarta władza? Jak polskie media wpływają na opinię publiczną*, Oficyna Wydawnicza Głos Wielkopolski, Poznań 1995 r.; M. Aleksandrowicz, M. Andruszkiewicz, A. Brezczko: *Demokracja, Teoria Prawa, Sądownictwo Konstytucyjne. Księga Jubileuszowa dedykowana profesorowi zw. nauk prawnych Adamowi Jamrozowi z okazji pięćdziesięciolecia pracy zawodowej*, 2017 r., s. 512; A. Niżyńska: *Media. Czwarta władza*, Prezydent.pl; J. Schultz: *Reviving the Fourth Estate*, Cambridge University Press 1998; Ch. Lawson: *Building the Fourth Estate. Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, University of California Press 2002; M. A. Franklin, T. Barton Carter, Jay B. Wright: *The First Amendment and the First Estate. The Law of Mass Media*, wyd. 10, Foundation Press 1985.

Ministrów Rady Europy²⁵ czy regulacjach Unii Europejskiej²⁶. Waga dostępu do informacji za pośrednictwem mediów była także przedmiotem wielu orzeczeń Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (Trybunał Sprawiedliwości)²⁷. Również protokół w sprawie systemu publicznego nadawania w państwach członkowskich, dodany przez Traktat z Amsterdamu zmieniający Traktat o Unii Europejskiej, Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską i niektóre związane z nimi akty²⁸ podkreśla szczególną rolę mediów.

Zgodnie z art. 14 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej²⁹ jedną ze

szczególnych wspólnych wartości Unii Europejskiej oraz tworzących ją państw członkowskich jest zapewnienie możliwości realizacji usług świadczonych w ogólnym interesie gospodarczym. Dlatego podmioty realizujące takie usługi, a do nich bez wątpienia zaliczają się nadawcy publiczni³⁰, powinny mieć wszelkie środki, w tym finansowe i gospodarcze, umożliwiające ich świadczenia. Mając powyższe na uwadze, Komisja Europejska w komunikacie *Les services d'interet général en Europe* z 1996 r.³¹ wskazała, że „media nadawcze odgrywają główną rolę w funkcjonowaniu nowoczesnych, demokratycznych

²⁵ Zob. przykładowo *Recommendations Adopted by the Committee of Ministry of the Council of Europe in the Media Field*, Director of Human Rights, Strasburg 1988; *Resolution (74)26 on the Right to Reply – Position of the Individual in Relation to the Press Adopted by the Committee of Ministers on 2 July 1974 at the 233rd meeting of the Ministers Deputies* [w:] *Recommendations and Declarations Adopted by the Committee of Ministers of the Council of Europe in the Media Field*, Directorate General of Human Rights, Strasburg 2000; zalecenie (81)19 z 25.11.1981 wskazujące na konieczność zapewnienia dostępu do informacji publicznej; zobacz też B. Golka, *Integracja europejska a polityka medialna*, „Studia Medioznawcze” nr 1/2000.

²⁶ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z 10.3.2010 w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (tzw. dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych, 15.4.2010, Dz.Urz. L 95/1); dyrektywa Rady z 3.10.1989 w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej (89/552/EWG); dyrektywa 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 7.3.2002 w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej (dyrektywa ramowa); dyrektywa 2002/22/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 7.3.2002 w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników (dyrektywa o usłudze powszechnej). Zobacz także Komunikat Komisji Europejskiej 2020/C 223/03 z 7.7.2020 w sprawie wytycznych na podstawie art. 13 ust. 7 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych dotyczące obliczania udziału utworów europejskich w katalogach usług na żądanie oraz definicji małej liczby odbiorców i niskiego obrotu. Por. także Protokół w sprawie publicznej radiofonii i telewizji w krajach członkowskich (O.J. 1997, C 340), tzw. Protokół Amsterdamski, do Traktatu Amsterdamskiego z 1997 r., 97/C 340/01; Europejska Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności z 1950 r., (Dz.U. z 1993 r. poz. 61.284).

²⁷ Zobacz np. orzeczenie ETS w sprawach połączonych C-320/94, C-328/94, C-329/94, C-337/94, C-338/94 oraz C-339/94, *Reti Televisive Italiane SpA (RTI), Radio Torre, Rete A Srl, Vallau Italiana Promomarket Srl, Radio Italia Solo Musica Srl i in. v. GETE Srl przeciwko Ministero delle Poste e Telecomunicazioni*, EU:C:1996:486; wyrok Trybunału Sprawiedliwości (TS) z 2.6.2005 (C-89/04, *Mediakabel BV przeciwko Commissariaat voor de Media*, EU:C:2005:348).

²⁸ Dz.U. z 2004 r. nr 90 poz. 864/31, w związku z przystąpieniem Polski do UE.

²⁹ Dz.Urz. C 202/47 z 7.6.2016.

³⁰ Podobnie: J. Skrzypczak: *Spór o media publiczne w Polsce w świetle standardów europejskich*, DOI 10.14746/ssp.2015.4.6, s. 98.

³¹ Dz.Urz. C 281 z 26.09.1996, s. 3.

społeczeństw, w szczególności w zakresie rozwijania i przekazywania wartości społecznych. Dlatego też sektor nadawczy od czasu jego powstania podlega specyficznej regulacji w interesie ogólnym. Regulacja ta opiera się na powszechnie uznanych wartościach, takich jak wolność słowa i prawo do odpowiedzi, pluralizm, ochrona praw autorskich, promocja różnorodności kulturalnej i językowej, ochrona niepełnoletnich i godności człowieka, ochrona konsumentów”. Podobnie Komitet Ministrów w swoim zaleceniu z 2007 r. CM/Rec w sprawie misji mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym podkreślił, że „wprowadzając nowe systemy finansowania, państwa członkowskie powinny zwracać należną uwagę na zapewnienie, by program i zawartość służyły interesowi publicznemu i interesowi wspólnemu”³². W rekomendacji z 2018 r. Komitet Ministrów podkreślił także szczególne znaczenie wolności oraz pluralizmu w mediach, podnosząc, że „pojęcia te są także centralnym elementem

funkcjonowania demokratycznego społeczeństwa, ponieważ pomagają zapewnić dostępność różnych informacji i poglądów, na podstawie których poszczególne osoby mogą formułować i wyrażać swoje opinie oraz wymieniać się informacjami i ideami”³³.

Media publiczne i prywatne są przedmiotem wielu regulacji, w tym orzeczeń, zaleceń i rekomendacji w zasadzie każdego organu, sądu i instytucji europejskiej. Ich bezpośredni związek z zasadami demokracji, praworządności, przejrzystości życia publicznego, realizacji interesu publicznego, poszanowania godności człowieka podnoszony jest w każdym komentarzu, orzeczeniu czy regulacji, której są przedmiotem³⁴.

W świetle polskiego prawa podstawowym zadaniem mediów jest dostarczanie informacji. Stanowi o tym art. 1 ust. 1 pkt 1 ustawy o radiofonii i telewizji³⁵. Zgodnie z nim, obok dostarczania informacji, media mają za zadanie również udostępnianie dóbr kultury i sztuki, ułatwianie

³² Podobnie w odniesieniu do realizacji misji publicznej oraz służeniu interesowi publicznemu przez media publiczne: zalecenie Komitetu Ministrów z 11.9.1996 w sprawie gwarancji niezależności dla nadawców publicznych; zalecenie Komitetu Ministrów z 31.1.2007 dla państw członkowskich na temat zakresu misji mediów publicznych w społeczeństwie informacyjnym; zalecenie Komitetu Ministrów z 2012 r. w sprawie zarządzania w mediach publicznych.

³³ Rekomendacja CM/Rec(2018)1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i przejrzystości w zakresie własności mediów. Zob. także zalecenie CM/Rec (2011)7 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie nowego pojęcia mediów.

³⁴ Por. J. Skrzyżczak: *Spór o media publiczne w Polsce...*, op.cit., A. Węglińska: *Public Television In Poland (TVP) And Journalists – A Technological Challenge*, „Zarządzanie Mediami” nr 4/2019, s. 215-231; A. Niewęglowski (red.): *Ustawa o radiofonii...*, op.cit.; K. Doktorowicz [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, P. Bielawski, A. Ostrowski (red.), Wrocław 2010 r., s. 42 i nast. Deklaracja Komitetu Ministrów w sprawie ochrony dziennikarstwa i bezpieczeństwa dziennikarzy i innych podmiotów działających na rynku mediów, przyjęta 30.4.2014 na posiedzeniu Delegatów Ministrów. Por. wyrok Europejskiego Trybunału Praw Człowieka, przeciwko Wielkiej Brytanii (wyrok z 17.12.1976, skarga nr 5493/72); uchwała składu 7 sędziów Sądu Najwyższego z 18.2.2005, III CZP 53/04; wyroki Trybunału Konstytucyjnego z 12.5.2005, SK 43/05, OTK-A 2008, nr 4, poz. 57 oraz z 30.10.2006, P 10/06, OTK-A 2006, nr 9, poz. 128.

³⁵ Ustawa z 29.12.1992 o radiofonii i telewizji, (Dz.U. z 2020 r. poz. 805 t.j.).

korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki, upowszechnianie edukacji obywatelskiej, dostarczanie rozrywki a także popieranie krajowej twórczości audiowizualnej³⁶. Ponieważ z działalnością mediów immanentnie związana jest praca dziennikarza, nie bez znaczenia są regulacje przyjęte także w prawie prasowym. I tu znaczenie dostępu do obiektywnych, rzetelnych informacji w życiu społecznym jest zdecydowanie dostrzeżone i wyróżnione. Artykuł 1 ustawy – Prawo prasowe stanowi, że prasa korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej³⁷.

Media publiczne

Zgodnie z regulacjami europejskimi oraz krajowym porządkiem prawnym, kluczową rolę wśród mediów powszechnych odgrywają tzw. media publiczne. Ich szczególna pozycja wynika z fundamentalnego problemu, z jakim związany jest dostęp do każdej informacji, o którym była mowa wyżej. Jest nim kwestia wiarygodności. Sama informacja, bez pewności co do jej prawdziwości, w tym kompletności i obiektywizmu, byłaby bezużyteczna. Dysponując taką informacją, w zasadzie nie dysponujemy żadną informacją.

Stąd manipulacja informacją, niezależnie czy jest zjawiskiem intencyjnym, czy przypadkowym stanowi niezwykle niebezpieczne zjawisko³⁸. Informacja determinuje nasze zachowania, pozwala sterować całym społeczeństwem lub poszczególnymi jego grupami. Stąd z przekazywaniem informacji związana jest szczególna odpowiedzialność za ich treść i formę. Media publiczne, finansowane ze środków publicznych, mają służyć całemu społeczeństwu, a nie poszczególnym grupom interesów. Dlatego powinny być pod każdym względem niezależne, w tym w szczególności od rządzących. Odpowiedzialność za wiarygodność mediów publicznych spoczywa na państwie i pracujących w nich dziennikarzach. To państwo, za pośrednictwem właściwych w sprawach mediów organów administracji publicznej powinno zapewnić ich neutralność i obiektywizm. Nie można jednak w tym kontekście zapominać także o odpowiedzialności samych dziennikarzy za wykonywaną przez nich pracę³⁹. *Summa summarum*, niezależność mediów, w tym zwłaszcza publicznych, leży w interesie zarówno państwa, jak i jego obywateli. Ponieważ bezpośredni wpływ na ich niezależność ma władza publiczna, można rzec: jakie państwo, takie media, a w szczególności media publiczne.

³⁶ Szerzej J. Sobczak [w:] A. Niewęglowski (red.), K. Chałubińska-Jentkiewicz, M. Chrzanowski, T. Demendecki, T. Drab, E. Duda-Staworko, M. Konstankiewicz, G. Kozieł, W. Lis, G. Lubeńczuk, D. Ossowska-Salamonowicz, S. Patyra, M. Salamonowicz, G. Tylec, C. Zapała: *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, Warszawa 2021.

³⁷ Ustawa – Prawo prasowe z 26.1.1984, (Dz.U. z 2018 r. poz. 1914 t.j.).

³⁸ Zgodnie z postanowieniami Światowej Karty Etyki dla Dziennikarzy, ustanowionej przez Międzynarodową Federację Dziennikarzy (IFJ), zniekształcenie przekazywanych informacji stanowi poważne wykroczenie zawodowe dziennikarza (art. 10 Karty).

³⁹ Szerzej na temat wymagań stawianych profesjonalnym dziennikarzom zobacz D. McQualil: *Mass communication theory*, Londyn 2010.

Mając powyższe na uwadze, cechą mającą odróżnić media publiczne od pozostałych jest realizacja misji publicznej, którą ustawa o radiofonii i telewizji definiuje jako oferowanie określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, które cechują się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu (art. 21 ustawy). Realizacja misji publicznej ma służyć realizacji interesu publicznego. Choć jego pojmowanie jest różnie interpretowane⁴⁰, definicja misji publicznej jest w tym kontekście relatywnie jednoznaczna. Pomijając kwestie techniczne i programowe, niezależnie od tego, do kogo kierowane są usługi audiowizualne, te świadczone przez media publiczne muszą cechować się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem, niezależnością, a ponadto innowacyjnością oraz wysoką jakością

przekazu. Pluralizm w usługach audiowizualnych oznacza obowiązek zapewnienia wszechstronnego, pełnego i kompleksowego przedstawiania informacji dotyczących danej sprawy, przy możliwym udziale wszystkich zainteresowanych lub przynajmniej przedstawicieli zainteresowanych poruszanych w audycji tematem⁴¹. Ponadto należy wyraźnie podkreślić, że wbrew obecnie forsowanej opinii pluralizm, o którym mowa w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji nie odnosi się do mediów w ogóle, lecz do mediów publicznych. Oznacza to, że programy i inne usługi świadczone przez media publiczne w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu mają cechować się pluralizmem. Ustawa *expressis verbis* odnosi wymóg zachowania pluralizmu przez nadawców publicznych, media publiczne, a nie rynek medialny jako rynek mediów w ogóle (rynek właściwy). Pluralistyczne prezentowanie poglądów i informacji pozwala na uniknięcie postrzegania mediów publicznych jako państwowych, rządowych⁴². Stąd

⁴⁰ Por. R. Blicharz, M. Kania: *Klauzula interesu publicznego w publicznym prawie gospodarczym*, „PUG” nr 5/2010; M. Mincer: *Pojęcie niedookreślone w orzecznictwie NSA*, „NP” 7-8/1984; A. Żurawik: *Interes publiczny, interes społeczny i interes społecznie uzasadniony. Próba dookreślenia pojęć*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” z. 2/2013; A. Pakuła: *Interes publiczny jako wartość w administracji publicznej* [w:] *Wartości w prawie administracyjnym*, J. Zimmermann (red.), Warszawa 2015; M. Zdyb: *Interes publiczny w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego* [w:] *Pojęcie interesu w naukach prawnych, prawie stanowionym i orzecznictwie sądowym Polski i Ukrainy*, A. Korybski, M.W. Kostycki, L. Leszczyński (red.), Lublin 2006 r.

⁴¹ Zob. Z. Sareło: *Moralność kształtowania opinii publicznej* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobyłańska, R.D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996, s. 241; L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych...*, op.cit. s. 256.

⁴² Zob. T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm, koncentracja*, Warszawa 2007, s. 42; A. Szynol: *Przyszłość mediów publicznych w Polsce – najważniejsze wyzwania, problemy i ograniczenia* [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, Opole 2011, s. 204; L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych* [w:] *Media publiczne...*, op.cit. s. 248 i nast.

pluralizm mediów publicznych jest ściśle związany z kwestią ich odpolitycznienia⁴³. Służy dostępowi do różnych informacji, poglądów i ocen. Dzięki temu odbiorcy mogą na podstawie rzetelnych i obiektywnych informacji wyrobić własny pogląd⁴⁴. Warto przy tym podkreślić, że zasada pluralizmu nie obejmuje tylko spraw politycznych, ale wszelkie poruszane przez media publiczne, w tym w szczególności społeczne i kulturalne.

Zasada pluralizmu ściśle związana jest z zasadą bezstronności, która jednoznacznie zakazuje mediom publicznym jednostronnego przedstawiania poruszanych spraw⁴⁵. Jak dowodzi praktyka, bezstronność tych mediów nie dotyczy wyłącznie przekazywanych informacji, ale także samych redakcji. Te dwie zasady w realizacji misji publicznej są możliwe wyłącznie w przypadku zapewnienia odpowiedniego wyważenia poglądów w redakcjach, w przeciwnym wypadku skazane są one na emisję stronicznych materiałów informacyjnych. W literaturze słusznie

podkreśla się, że oprócz tego, redakcje wszelkich mediów, w tym zwłaszcza publicznych, powinny cechować się autonomią⁴⁶. Daje ona gwarancję niezależności od czynników zewnętrznych, w tym właściciela danego nadawcy. Dziennikarz powinien być wolny od nacisków właściciela rozgłośni radiowej czy telewizyjnej, tytułu prasowego, ale także niezależny od innych osób, w tym dziennikarzy tej samej redakcji⁴⁷. Ma to szczególne znaczenie w mediach publicznych. O ile bowiem media prywatne mogą reprezentować określony punkt widzenia, hierarchizować i oceniać według uznawanych przez siebie wartości przekazywane informacje, to w przypadku publicznych takie zachowanie jest niedopuszczalne⁴⁸. Należy przy tym podkreślić, że autonomia dziennikarska, niezależnie od tego czy dziennikarz pracuje w mediach publicznych, czy prywatnych nie zwalnia go z obowiązku rzetelnego, obiektywnego przedstawiania faktów. Ewentualne komentarze powinny być wyraźnie oddzielone od informacji fakto-

⁴³ Zob. K. Gierelo-Klimaszewska: *Przyszła rola mediów publicznych w kontekście tworzenia systemu medialnego* [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, P. Bielawski, A. Ostrowski (red.), Wrocław 2010, s. 65.

⁴⁴ Zob. rekomendacja CM/Rec 2018/1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i przejrzystości w zakresie własności mediów, przyjęta 18.3.2018.

⁴⁵ Zob. L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych...*, op.cit. s. 251; D. McQuaill: *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, London 1992.

⁴⁶ Tak też K. Gierelo-Klimaszewska: *Przyszła rola mediów...*, op.cit. s. 65

⁴⁷ Niektórzy autorzy podnoszą, że niezależność dziennikarza stanowi gwarancję wolności słowa. Tak. L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych...*, op.cit. s. 251. Zobacz także J. Sobczak: *Polskie prawo prasowe*, Poznań 1993 r., s. 65 i nast.

⁴⁸ W literaturze zwraca się uwagę, że wraz ze wzrostem konkurencji na rynku mediów rośnie rola mediów publicznych. W dobie coraz liczniejszych źródeł informacji, media publiczne – rzetelnie realizując misję publiczną – powinny nie dążyć, ale zachowywać obiektywizm w przekazie informacji. Por. K. Chałubińska-Jentkiewicz: *Misja publiczna w działalności audiowizualnej w dobie cyfryzacji – przedmiot finansowania publicznego i kierunki rozwojowe*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2/2009; stanowisko Komisji WE z 30.7.2004 w sprawie inter-operacyjności usług interaktywnej telewizji cyfrowej, COM (2004) 541.

Misja publiczna ma służyć całemu społeczeństwu, a nie tylko wybranym grupom⁴⁹. Definiując ją, ustawodawca nie przez przypadek użył spójnika „i” w sformułowaniu „całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom”. Tym samym media publiczne nie mogą dzielić społeczeństwa, podkreślać różnic, które go wewnętrznie antagonizują. Zgodnie z przywołaną definicją program może być poświęcony poszczególnym grupom społeczeństwa, chodzi tu jednak o wiek, płeć, wykonywany zawód, mniejszości językowe, kulturowe, etniczne wyznaniowe, seksualne itd., przedstawiciele określonych branż gospodarki czy reprezentantów poszczególnych sfer kultury czy sportu⁵⁰. Tak sformatowane audycje radiowe i telewizyjne lub programy (w wypadku stacji tematycznych) mają jednocześnie służyć społeczeństwu rozumianemu jako całość⁵¹.

Wskazane wyżej cechy misji publicznej doprecyzowuje art. 21 ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji, zgodnie z którym programy i inne usługi jednostek publicznej radiofonii i telewizji w ramach jej misji powinny między innymi kierować się odpowiedzialnością za słowo i dbać o dobre imię publicznej radiofonii i telewizji, rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą, sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów

obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej, umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym przez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej, sprzyjać integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu, respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki.

Warto także zwrócić uwagę, że zgodnie z art. 12 ustawy o prawie prasowym każdy dziennikarz, niezależnie od tego czy pracuje dla mediów publicznych, czy prywatnych jest zobowiązany zachować szczególną staranność⁵² i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzać zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło⁵³. Ponadto w ślad za Światową Kartą Etyki Dziennikarskiej, Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich stanowi, że zadaniem dziennikarzy jest przekazywanie rzetelnych i bezstronnych informacji oraz różnorodnych opinii, a także umożliwianie udziału w debacie publicznej, a dobro czytelników, słuchaczy i widzów oraz dobro publiczne powinny mieć pierwszeństwo wobec interesów autora, redaktora, wydawcy lub

⁴⁹ Zob. pkt 1 rekomendacji CM/Rec 2018/1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie pluralizmu mediów i przejrzystości w zakresie własności mediów, przyjętej 18.3.2018.

⁵⁰ Zob. pkt 9, tamże.

⁵¹ Por. W. Niewęglowski: *Dziennikarz – nosiciel integralnej wizji człowieka i świata* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobylińska, R. D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996 r.

⁵² Zob. M. Nowikowska, J. Sieńczyło-Chlabicz: *Obowiązek szczególnej staranności w świetle ustawy prawo prasowe*, „PUG” nr 3/2009.

⁵³ Zob. szeroko i słusznie na ten temat: L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych...*, op.cit. s. 253 i nast.

nadawcy. Informacje powinny być wyraźnie oddzielane od interpretacji i opinii, a przy tym być zrównoważone i dokładne, tak by odbiorca mógł odróżnić fakty od przypuszczeń i plotek, oraz muszą być przedstawiane we właściwym kontekście i opierać się na wiarygodnych oraz możliwie wielostronnych źródłach⁵⁴. Nierzetelnie, stroniczo lub jednostronnie przygotowany materiał dziennikarski może stanowić podstawę odpowiedzialności dziennikarza, redaktora oraz wydawcy (art. 38 prawa prasowego)⁵⁵.

Nierzetelność jest oczywiście pojęciem niedookreślonym i podlega interpretacji w okolicznościach każdego indywidualnego przypadku⁵⁶. Prawo dopuszcza publikowanie rzetelnych, zgodnych z zasadami współżycia społecznego ujemnych ocen dzieł naukowych lub artystycznych albo innej działalności twórczej, zawodowej lub publicznej. Taka krytyka służy realizacji zasady wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawa obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli społecznej⁵⁷. Z pewnością nie spełnia jednak kryterium rzetelności iluzorycznie obiektywne przedstawianie faktów, tendencyjne wybieranie informacji, które choć pojedynczo nie dają się zakwalifikować

jako subiektywne, to w zestawieniu z innymi informacjami budują w całości nieprawdziwy obraz⁵⁸. Zjawisko to jest dużo szersze i nie obejmuje wyłącznie samych informacji, ale także ramę programową, w której przedstawiane są specyficznie dobrane informacje, komentarze czy opinie. Praktyk takich zakazuje także wspomniany wyżej Kodeks etyki dziennikarskiej, w świetle którego opinie mogą być stronicze, ale nie mogą zniekształcać faktów i być wynikiem zewnętrznych nacisków. Tak przedstawione – żeby nie powiedzieć spreparowane – informacje, podane w atrakcyjnej technicznie formie, niejednokrotnie okraszone bardziej lub mniej inteligentną pointą, silnie oddziałują na odbiorców, wytworząc lub utwierdzając w nich przekonanie co do słuszności prezentowanych materiałów dziennikarskich. Biorąc pod uwagę społeczne oddziaływanie mediów, a zwłaszcza jego skalę oraz siłę, skutki nierzetelnej pracy dziennikarskiej sięgają zdecydowanie głębiej w tkankę społeczną, niż przeciętne zachowanie niezgodne z prawem. W tym właśnie przejawia się szczególna siła informacji, podawanej masowo oraz przez darzone zaufaniem społecznym media. Nie bez racji media postrzegane są jako czwarta władza,

⁵⁴ Zob. pkt 1-3 Kodeksu etyki dziennikarskiej SDP. Regulacja tego Kodeksu wprost odwołuje się do rozwiązań przyjętych przez Światową Konfederację Dziennikarzy.

⁵⁵ W tym zakresie ich odpowiedzialność jest solidarna.

⁵⁶ Por. uwagi na temat rzetelności w dziennikarstwie L. Szot: *Obiektywizm w mediach publicznych...*, op.cit. s. 254.

⁵⁷ Regulacja ta dotyczy także satyry i karykatury (art. 41 ustawy prawo prasowe).

⁵⁸ Por. M. Joachimowski: *Dziennikarstwo a komunikowanie społeczne, wybrane aspekty problemu* [w:] *Media i dziennikarstwo na przełomie wieków*, J. Adamowski (red.), Warszawa 1998 r., s. 80. Por. też *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 Rady Języka Polskiego* dostępne <https://rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1775:sprawozdanie-o-stanie-ochrony-jezyka-polskiego-za-lata-2016-2017&catid=32>.

choć w tym kontekście, ich miejsce w hierarchii władzy wydaje się stanowczo niedocenione.

Choć to już temat na odrębny artykuł, oprócz obowiązku zachowania niezależności i obiektywizmu⁵⁹ każdy dziennikarz (i nie tylko dziennikarz) powinien okazywać szacunek osobom, z którymi rozmawia, bez względu na ich odmienność ideową, kulturową czy obyczajową⁶⁰. Brzmi jak truizm, ale praktyka codziennego obcowania z mediami pokazuje, że te banalne prawdy coraz bardziej rozmijają się z rzeczywistością, niebezpiecznie zbliżając się do utopii. Oczywiście nie oznacza to obowiązku zgadzania się z poglądami interlokutorów⁶¹. Rzetelność i szacunek oraz jego okazywanie są pojęciami relevantnymi, jednak w kanonach naszej kultury nie mieści się przerywanie wypowiedzi, ironiczny ton czy lekceważące odnośnienie się do zaproszonych gości, nawet gdy temperatura sporu sięga zenitu. Taki sposób prowadzenia rozmowy nie sprzyja wysłuchaniu racji drugiej strony, a raczej prowadzi do niepotrzebnej eskalacji

napięcia i werbalnej konfrontacji. Należy przy tym podkreślić, że wynikający z Kodeksu etyki dziennikarskiej obowiązek zachowania szacunku względem rozmówców ciąży na dziennikarzu. Zachowanie szacunku przez i wobec pozostałych uczestników rozmowy zwykle świadczy o ich kulturze osobistej. Niezależnie od regulacji Kodeksu etyki dziennikarskiej, naturalnie dotyczy to także dziennikarza. Zaangażowanie po jednej ze stron sporu nie ułatwia zachowania obiektywizmu ani nie pomaga w budowie konstruktywnej atmosfery rozmowy. Przypomnieć przy tym wypada, że jego zadaniem nie jest manifestacja własnych poglądów, ale umożliwienie przedstawienia stanowiska zaproszonym gościom⁶². Warto podkreślić, że Światowa Karta Etyki Dziennikarskiej obliguje ich do pilnowania, aby rozpowszechnianie informacji lub opinii, także w trakcie programów publicystycznych, nie prowadziło do nienawiści lub uprzedzeń, nie szerzyło dyskryminacji ze względu na pochodzenie geograficzne, społeczne lub etniczne, rasę, płeć, orientację

⁵⁹ Na marginesie warto zauważyć, że pod tym względem pozycja dziennikarza zbliżona jest do pozycji sędziego. Opublikowany materiał dziennikarski wywiera wpływ na odbiorców w podobnym zakresie, jak wyrok wydany przez sędziego wobec podsądnego i jemu bliskich. Gdy materiał dziennikarski dotyczy indywidualnie oznaczonej osoby, podobieństwa wydają się jeszcze bliższe. Por. też uwagi na temat obiektywizmu: M. Weber: *Obiektywność poznania w naukach społecznych* [w:] A. Chmielewski, S. Czerniak, J. Niżnik, S. Rainko: *Problemy socjologii wiedzy*, PWN 1985, s. 45-100.

⁶⁰ Niestety, coraz częściej można odnieść wrażenie, że regulacje te mają charakter utopijny.

⁶¹ Tak też pkt 10 Kodeksu etyki dziennikarskiej SDP.

⁶² Na tle możliwości wyrażania w mediach swojego poglądu w danej sprawie przez dziennikarza zarysowały się dwa modele: amerykański oraz europejski. Pierwszy nakazuje rozdzielenie informacji od komentarzy dziennikarskich, drugi pozwala na łączenie informacji z komentarzem. Obecnie różnice między modelami zacierają się na rzecz standardu europejskiego. Szerzej na ten temat zobacz K. Doktorowicz: *Obiektywizm w amerykańskiej doktrynie prasowej*, Katowice 1989; S. Michalczyk: *Spółeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 134; M. Mrozowski: *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 133; D. C. Hallin, P. Mancini: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.

seksualną, język, wyznanie, niepełnosprawność, ale także poglądy polityczne⁶³. W wypadku audycji radiowych, telewizyjnych czy internetowych to dziennikarz, jako gospodarz audycji, powinien czuwać nad zachowaniem określonych standardów przez wszystkich uczestników dyskusji, niezależnie od jego osobistych poglądów i przekonań.

Informacja w stosunkach gospodarczych

Informacje gromadzą i przetwarzają wszyscy przedsiębiorcy, nie tylko ci działający na rynku mediów. Chcą rozpowszechnić określone informacje o sobie lub swojej ofercie (produktach lub usługach). Tu sprawdzają się reklama i marketing. Każdy przedsiębiorca chce również pozyskać informacje o swoich kontrahentach, konkurentach, rynku, na którym działa, niejednokrotnie także o konsumentach, do których kieruje swoją ofertę lub osób, które mogą lub powinny być zainteresowane jego ofertą. Tu potrzebne są badania rynku. Jednocześnie przedsiębiorcy pragną zachować poufność niektórych informacji – z uwagi na potrzebę ochrony swoich patentów, wynalazków, pomysłów czy przyjętych, skutecznych rozwiązań. Nikt nie chce ujawniać informacji o słabościach czy niepowodzeniach. To osłabia wizerunek przedsiębiorcy, przez co zwykle negatywnie wpływa na jego pozycję rynkową. Pozyskiwanie informacji, zarządzanie nimi oraz przekazywanie ich odpowiednio

dobrych osobom trzecim stanowi naturalne zjawisko w obrocie gospodarczym. Informacja przepływa tu zatem w dwóch kierunkach: z jednej strony przedsiębiorca chce przekazać rynkowi określoną wiedzę o sobie i zachować w poufności tę, której ujawnienie może być dla niego niekorzystne (np. tajemnica przedsiębiorstwa) lub niekorzystnie wpłynąć na jego wizerunek. Z drugiej strony dąży do pozyskania maksimum możliwych informacji o rynku (w tym zwłaszcza jego uczestnikach), na którym działa, lub na który zamierza wejść.

Jeszcze przed rozpoczęciem działalności każdy przyszły przedsiębiorca powinien przygotować biznesplan. Jego opracowanie wymaga zebrania oraz przemyślenia całego spektrum aspektów prawnych, ekonomicznych, finansowych, socjologicznych, rynkowych, logistycznych i innych, związanych z planowanym przedsięwzięciem⁶⁴. Wszystkie przykładowe elementy biznesplanu jak: badanie rynku, ocena potrzeb rynkowych, wyszukiwanie odpowiedniej niszy rynkowej, ocena swojej pozycji w stosunku do konkurencji oraz oczekiwań konsumentów bazują na zebraniu i przetworzeniu informacji, czasami zaskakująco licznych. Dalej, w ramach już prowadzonej działalności, ich przetwarzanie odbywa się przede wszystkim w dwóch płaszczyznach. Pierwszą wyznaczają relacje z innymi przedsiębiorcami, w tym konkurentami, drugą – relacje z konsumentami.

⁶³ Pkt 9 Karty.

⁶⁴ Zob. A. Tokarski, J. Wójcik, M. Tokarski: *Jak solidnie przygotować profesjonalny biznesplan*, wyd. IV, Warszawa 2017.

Informacja o przedsiębiorcy

Waga informacji w pierwszej płaszczyźnie dostrzegalna jest zarówno w relacjach indywidualnych, jak i rynkowych. Każdy przedsiębiorca dążąc do realizacji celów wchodzi w rozmaite relacje prawne, które *de facto* stanowią instrument pozwalający im je osiągnąć. Dokonanie czynności prawnej zwykle poprzedza analiza informacji o kontrahencie, jego wiarygodności, rodzaju czynności, której chce się dokonać, jej efektywności z punktu widzenia założonych celów i innych czynników, które mają zoptimalizować działalność przedsiębiorcy⁶⁵. Jak każda, i ta analiza opiera się na zebranych informacjach. O ile wybór czynności prawnej i przewidzenie jej skutków prawnych i faktycznych jest kwestią relatywnie zobiektywizowaną, to ocena kontrahenta i jego zachowania w wykonaniu zobowiązania w przyszłości jest zdecydowanie trudniejsza do przewidzenia. Prawo przewiduje instrumenty pozwalające zweryfikować status prawny i do pewnego stopnia finansowy przedsiębiorcy (Krajowy Rejestr Sądowy, Krajowy Rejestr Karny, Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej, Krajowy Rejestr Dłużników BIG)⁶⁶, jednak zwykle nie dają one pełnego obrazu potencjalnego kontrahenta, zwłaszcza jego możliwości czasowych, ekonomicznych, finansowych i gospodarczych,

zasobów ludzkich i materialnych w danym okresie, w którym miałyby być wspólnie realizowane przedsięwzięcie. Nie ma instrumentów prawnych pozwalających sprawdzić wiarygodność kontrahentów ze stuprocentową pewnością. Najlepsze zabezpieczenia prawne, instytucjonalne czy umowne nie gwarantują powodzenia inwestycji, jeśli kontrahenci okażą się nierzetelni. W tym zakresie do pewnego stopnia z pomocą przychodzą „miękkie formy” kontroli wiarygodności, czyli informacja rynkowa. W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na wywiad gospodarczy, który pozwala sięgnąć także do mniej oficjalnej wiedzy. Niezwykle pomocne są także informacje środowiskowe. To, co się mówi o danym przedsiębiorcy, jak jest on postrzegany przez otoczenie, w którym funkcjonuje, niejednokrotnie determinuje zachowania rynkowe jego potencjalnych kooperantów gospodarczych. Na podstawie komentarzy i opinii zebranych od byłych lub obecnych współpracowników, konsumentów i kontrahentów powstaje obraz danego przedsiębiorcy, który silniej przemawia niż informacje zawarte w oficjalnych rejestrach. Niezwykłą rolę w tym zakresie oczywiście odgrywa Internet, który pozwala na umieszczanie niezliczonych uwag, spostrzeżeń, komentarzy i opinii. I tu powraca sygnalizowana

⁶⁵ Por. H. Mruk: *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 2003, s. 34 i nast.; U. Kłosiewicz-Górecka: *Źródła informacji i rodzaje potrzeb informacyjnych przedsiębiorstwa oraz przydatność informacji w zarządzaniu firmą*, „Marketing i rynek” nr 4/2015, s. 9-15.

⁶⁶ Zob. J. Olszewski: *Ewolucja Rejestrów Przedsiębiorców i wskazania, co do dalszych reform* [w:] *Tendencje reformatorskie w prawie handlowym – między teorią a praktyką*, publikacja wydana w ramach X Jubileuszowego Ogólnopolskiego Zjazdu Katedr Prawa Handlowego – Rzeszów 2015, J. Olszewski (red.), 2015, s. 325-336; J. Olszewski: *Prawo rejestrowe* [w:] *Przedsiębiorca. Zagadnienia wybrane*, R. Blicharz (red.), Wydawnictwo UŚ, Katowice 2017, s. 35-86; J. Olszewski: *Rozdział II § 10 Krajowy Rejestr Sądowy*, [w:] *Prawo gospodarcze. Kompendium*, Wyd. VIII, C.H. Beck, Warszawa 2019, s. 65-81.

wyżej kwestia wiarygodności pozyskanych informacji. Podobnie jak ma to miejsce w wypadku mediów, tak i w relacjach biznesowych fałszywe informacje mogą wywołać daleko idące negatywne skutki. Nieprawdziwa informacja może doprowadzić do niezawiązania pożądanego stosunku prawnego, a przez wejście w relacje prawne doprowadzić do trudności przedsiębiorcy, włącznie z jego upadłością. Znakomitym przykładem wagi informacji o danym przedsiębiorcy dla kontrahentów i konsumentów jest rynek kapitałowy⁶⁷. Właśnie tu szczególnym czynnikiem decydującym o zachowaniu uczestników jest informacja. Bez niej emitenci nie dotarliby do inwestorów, natomiast inwestorzy nie byłiby w stanie podejmować racjonalnych decyzji inwestycyjnych, ocenić sytuacji emitenta, jego oferty oraz prawdopodobieństwa zmian kursów instrumentów finansowych. Bez niej również organy kontrolujące i nadzorujące rynek nie mogłyby efektywnie wykonywać swoich obowiązków. Specyfika rynku kapitałowego polega w szczególności na wymogu zachowania daleko posuniętej transparentności informacyjnej wszystkich jego uczestników. W niewielu miejscach zasada jawności jest tak szeroko i dogłębnie stosowana, a wiarygodność dostarczanych informacji tak szybko i rzetelnie sprawdzana. Dzięki temu zarówno indywidualni inwestorzy, jak i kontrahenci mogą podejmować decyzje inwestycyjne w relatywnie bezpiecznych warunkach.

Informacja o konsumencie

Równie duże znaczenie w działalności przedsiębiorców odgrywa druga z wymienionych płaszczyzn, czyli relacje z konsumentami. Przedsiębiorcy są zainteresowani przekazaniem im wybranych informacji o swoich produktach czy usługach, ale także pozyskaniem wiedzy o konsumentach, ich zachowaniu i potrzebach. Pomiedzy tymi dwoma przekazami – tj. o przedsiębiorcy do konsumentów oraz o konsumentach do przedsiębiorcy zachodzi ścisły związek. Znając klientów, przedsiębiorcy potrafią dostosować swoją działalność do ich potrzeb, a niejednokrotnie, za pomocą wymyślnych mechanizmów psychologicznych i socjologicznych, potrafią również wytworzyć presję rynkową, kreując potrzebę (niejednokrotnie rzekomą) posiadania określonych produktów lub skorzystania z oferowanych przez nich usług. Przekonanie kogoś do nabycia określonych dóbr lub usług, zwłaszcza tych dla niego zbędnych, zwykle wymaga poznania docelowego konsumenta oraz przekazania mu ściśle określonych i podanych w równie precyzyjnej formie i czasie informacji. Zbudowanie odpowiedniej atmosfery, czy to w miejscu obrotu, czy w rzeczywistości medialnej, niejednokrotnie wymaga gruntownych badań i analiz zachowania osób, których zainteresowanie chce wzbudzić przedsiębiorca⁶⁸. W konsekwencji przedsiębiorcy biorą pod uwagę

⁶⁷ Szerzej zob. R. Blicharz: *Instytucje prawa rynku kapitałowego*, TNOiK, Toruń 2013; R. Blicharz: *Nadzór Komisji Nadzoru Finansowego nad rynkiem kapitałowym w Polsce*, Bydgoszcz 2009.

⁶⁸ Por. A. Wiewiórowska-Domagalska, A. Kunkiel-Kryńska [w:] *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, 2019, red. K. Osajda, art. 2, Legalis. Zobacz także postanowienie Izby Pracy,

wiele czynników, w tym między innymi wiek, płeć, orientację seksualną, miejsce zamieszkania, przekonania religijne, wykonywany zawód, poglądy polityczne, otwartość na nowe technologie i inne czynniki (granice tolerancji behawioralnej), wykształcenie grupy docelowej, czas spędzany w Internecie, w tym w mediach społecznościowych, a nawet porę roku, w której będzie upubliczniona informacja. Następnie, na podstawie tych danych kształtowana jest treść, forma oraz czas (pora dnia, częstotliwość i długość) przekazu informacji, a następnie wybierane medium, za pośrednictwem którego zostanie przekazana.

Wbrew pozorom wybór medium ma równie kluczowe znaczenie, jak i pozostałe czynniki. Inaczej buduje się przekaz w środkach tradycyjnych, inaczej w elektronicznych, których działalność opiera się na sieci internetowej. W pierwszym przypadku przekaz zwykle ma charakter scentralizowany (kształtuje go tylko nadawca) i bierny (adresaci nie korespondują

z nadawcą), podczas gdy w sieci może on być rozproszony oraz aktywny (interaktywny). Inna jest także charakterystyka odbiorcy internetowego, a inna odbiorcy mediów tradycyjnych. W budowaniu wizerunku przedsiębiorcy, rozpoznawalności jego firmy oraz oferty pomocne są wyspecjalizowane agencje reklamowe, a niejednokrotnie także instytuty badania opinii publicznej. Choć w świetle europejskich regulacji oraz orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości przeciętny konsument to osoba dostatecznie dobrze poinformowana, ostrożna i uważna⁶⁹, to w konfrontacji z tak przygotowanym przedsiębiorcą jest on zdecydowanie słabszą stroną⁷⁰. Mając to na uwadze, prawodawca krajowy w ślad za dyrektywami Unii Europejskiej wprowadził rozwiązania mające na celu zachowanie równowagi informacyjnej między przedsiębiorcą a konsumentem⁷¹. Wprowadzają one wymóg udzielenia określonych informacji konsumentowi na jego żądanie (a także i bez tego) jeszcze przed zawarciem umowy (np. art. 5, art. 6

Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych SN z 15.5.2014, sygn. akt: III SK 75/13, Legalis; decyzja Prezesa UOKiK z 30.12.2015, nr DDK 30/2015; decyzja Prezesa UOKiK z 13.11.2013, nr RPZ 37/2013.

⁶⁹ Przy ocenie czy dana osoba spełnia przesłanki uznania jej za przeciętnego konsumenta uwzględnia się także czynniki społeczne, kulturowe i językowe, specyficzne dla każdego państwa członkowskiego UE. Por. wyrok SN z 29.11.2013, sygn. akt: I CSK 87/13, LEX; wyrok SN z 17.4.2015, sygn. akt: I CSK 216/14, LEX.

⁷⁰ Szerzej na temat pojęcia przeciętnego konsumenta zobacz wyrok Sądu Najwyższego z 17.4.2015, sygn. akt: I CSK 216/14, LEX; decyzja Prezesa UOKiK z 30.12.2015, nr DDK 30/2015, s. 27; wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z 10.12.2018, I ACa 514/18, LEX nr 2669420; zob. też M. Sieradzka: *Wzorzec przeciętnego konsumenta jako punkt odniesienia przy dokonywaniu oceny nieuczciwości praktyki rynkowej. Glosa do wyroku SN z dnia 4 marca 2014 r.* III SK 34/13, IKAR 2014, nr 6, Legalis, Nt 7; wyrok Sądu Najwyższego z 4.3.2014, III SK 34/13, LEX nr 1463897; wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z 7.11.2019, I AGa 497/18, LEX nr 2977723; K. Osajda: *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, 2019, Art. 2, Legalis, Nt 90; A. Kin: *Przeciętny konsument. Pojęcie i znaczenie dla ochrony konsumenta*, „Rynek – Społeczeństwo – Kultura” nr 3/2012; A. Tischner: *Pojęcie przeciętnego konsumenta w u.p.n.p.r. na tle prawa i orzecznictwa UE* [w:] D. Kasprzycki, E. Nowińska (red.), *Nieuczciwe praktyki rynkowe. Ocena regulacji*, Kraków 2012, s. 102; A. Tischner: *Model przeciętnego konsumenta w prawie europejskim*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” nr 1/2012.

⁷¹ Por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 28.4.2015, VI ACa 775/14, LEX nr 1712704.

dyrektywy 2011/83/UE⁷², w odniesieniu do usługobiorców np. art. 21, art. 22 dyrektywy 2006/123/WE⁷³)⁷⁴. Niezależnie od nałożonych na przedsiębiorców obowiązków informacyjnych, konsumentom przyspina się także relatywnie szerokie spektrum praw względem przedsiębiorcy, włącznie z możliwością odstąpienia od umowy w określonym czasie i to bez podania przyczyny (obróć w handlu elektronicznym). Europejska ochrona konsumenta w tym zakresie jest silniejsza, niż ma to miejsce w USA czy Chinach.

W ostatnim czasie przedsiębiorcy oraz wprawni informatycy zyskali możliwość zarówno pozyskiwania informacji o konsumentach, jak i w zaskakująco dużym stopniu wpływania na ich zachowanie, i to nie tylko rynkowe. To dzięki zakrojonej na szerszą skalę i głębszej infiltracji niż ta, która miała dotąd miejsce przy wykorzystaniu tradycyjnych metod. Podstawowym narzędziem okazały się być aplikacje zainstalowane w naszych

komputerach, telewizorach i telefonach, platformy internetowe oraz nasza aktywność w Sieci⁷⁵. Epidemia koronawirusa przyspieszyła i tak szybki proces przyzwyczajania nas do korzystania z udogodnień, jakie dostarczają tego typu narzędzia. Programy do przesyłania plików, wiadomości, łączenia się z wybranymi osobami lub społecznościami lokalnymi czy wręcz globalnymi od wielu już lat nie są nowością. Jednocześnie szybko nauczyliśmy się sięgać po informacje w Sieci. Czytamy wiadomości lokalne, krajowe i zagraniczne, szukamy ciekawostek, zgłębiaamy nasze zainteresowania, odkrywamy świat. Kolejne pokolenia odchodzą od tradycyjnych mediów, koncentrując się na przekazie serwowanym w Internecie. Temu też celowi służą jeszcze inne aplikacje. Pandemiczne ograniczenia przeniosły na niespotykaną dotąd skalę handel do Sieci⁷⁶. Liczne aplikacje rejestrują olbrzymie ilości rozmaitych informacji o nas, naszych zainteresowaniach i aktywności⁷⁷. Umieszczane

⁷² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.10.2011 w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, Dz.Urz. UE L 304/64 z 22.11.2011.

⁷³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z 12.12.2006 dotycząca usług na rynku wewnętrznym, Dz.Urz. UE L 376/36 z 27.12.2006.

⁷⁴ Zob. T. Czech [w:] *Prawa konsumenta. Komentarz*, Warszawa 2020, art. 12, LEX

⁷⁵ W mniejszym, choć nie małym stopniu przekazujemy przedsiębiorcom informacje o swojej aktywności np. zakupowej przez system kart rabatowych, członkowskich, klubowych itp.

⁷⁶ Wzrost obrotów w sieci (tzw. e-com) w Polsce w 2021 r. szacowany jest na ok. 8% w skali roku (szerzej <<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/poland>>). W 2018 r. zakupy internetowe w Polsce stanowiły 56% udziału w ogólnej sprzedaży, w 2019 r. – 62%, a w 2020 r. – 73%. Trend ma charakter wzrostowy, stały i ogólnosiwiatowy – por. dane: *Global Cross Border B2C e-Commerce Market 2020: Report highlights & methodology sparing*, AliResearch 2016. Zob. także *Raport Gemius Polska 2020: E-commerce w Polsce*, Gemius dla e-Commerce Polska.

⁷⁷ Aplikacje mierzą naszą aktywność sportową, kiedy i jak szybko się przemieszczamy, w tym z jakich środków transportu najczęściej korzystamy. Znają nasz stan zdrowia, samopoczucie, jak długo przebywamy w Internecie, jakie strony przeglądamy, co kupujemy, czy się interesujemy, jakie informacje zbieramy. Zapamiętują nasze preferencje, zwyczaje, znają nasz kalendarz, wiedzą, kiedy, gdzie i z kim się spotykamy, kiedy mamy umówioną wizytę u lekarza, jakiej specjalizacji, jakie filmy oglądamy na jakich platformach, zapamiętują nasz

przez nas w Sieci i aplikacjach wszelkie materiały⁷⁸ nigdy nie znikną. Jeszcze więcej informacji o sobie, w tym informacji sensytywnych, zostawiają w sieci osoby korzystające z portali randkowych i innych aplikacji społecznościowych. Wiele aplikacji uzależnia możliwość ich zainstalowania od dostępu do danych zawartych w urządzeniach (wszystkich zsynchronizowanych w ramach danego konta)⁷⁹, jak np. bazy kontaktów⁸⁰, galerii ze zdjęciami i filmami, często także dostępu do mikrofonu lub aparatu fotograficznego czy zarządzania połączeniami telefonicznymi. Wszystko to jest oczywiście dobrowolne. Aż dziw z jak wielką łatwością, bez zastanowienia, pozwalamy na dostęp do tych informacji, podczas gdy w innych okolicznościach nie godzimy się na udostępnienie

lub ujawnienie naszych mniej istotnych danych osobowych⁸¹. Przez aplikacje zainstalowane w naszych urządzeniach przedsiębiorcy uzyskują za naszą zgodą dostęp do danych, ale także zbierają o nas informacje na bieżąco, w tym dane statystyczne dotyczące aktywności. Oczywiście wszystko dla naszego dobra i wygody, abyśmy następnym razem logując się do konta e-mail, konta w bankowości elektronicznej nie musieli pamiętać hasła, loginu, aby aplikacja pogody automatycznie podawała nam prognozę dla miejsca naszej lokalizacji, aby szybciej otwierały się wcześniej oglądane strony internetowe, abyśmy mogli porównywać nasze wyniki i osiągnięcia sportowe, z łatwością wrócili do momentu, w którym przerwaliśmy oglądanie danego filmu, itd. Informacje o wczasach,

adres domowy i korespondencyjny, znają nasz numer telefonu, pamiętają nasz login a niejednokrotnie także hasło do naszych elektronicznych kont pocztowych, bankowych i innych, wiedzą, czy pozostajemy w związku małżeńskim czy innym nieformalnym, z kim zamieszkujemy, czy mamy rodzeństwo, dzieci, jaki jest nasz status materialny, z kim pozostajemy w stałych, a z kim w sporadycznych kontaktach, mają dostęp do danych naszych znajomych i członków rodzin, które zachowaliśmy w urządzeniach elektronicznych itd., itp. Dzięki m.in. wbudowanym urządzeniom geolokacyjnym, liczne aplikacje potrafią ustalić nasze położenie, prędkość i kierunek ruchu, a na podstawie ciągle zbieranych danych historycznych ustalić mapę rutynowych i spontanicznych aktywności ruchowych (swego czasu głośno było o ujawnieniu lokalizacji baz wojskowych na Bliskim Wschodzie przez żołnierzy tych baz, którzy uprawiając sport korzystali z aplikacji śledzących ich położenie i aktywność. Warto podkreślić, że dane te były gromadzone przez dostawców aplikacji także wówczas, gdy żołnierze mieli wyłączony system rejestracji ich lokalizacji GPS).

⁷⁸ Zdjęcia, filmy, opisy, komentarze, wrażenia, spostrzeżenia, pamiętniki itd.

⁷⁹ W wypadku, gdy z jednym kontem elektronicznym zsynchronizowane są różne urządzenia, aplikacja może mieć dostęp do odpowiednich danych we wszystkich tych urządzeniach.

⁸⁰ W tym znajdują się zwykle nie tylko dane dotyczące imienia i nazwiska naszych znajomych, ale także numery ich telefonu, adresu e-mail, kont i ich adresów w Sieci, dat urodzenia lub imienin, niejednokrotnie adresy ich zamieszkania.

⁸¹ Badania nad tym, jak często czytamy warunki umów w aplikacjach (w tym, jak długo czytamy postanowienia umowne) prowadzone były m.in. w USA. Zob. V. Anant, L. Donchak, J. Kaplan, H. Soller: *The consumer-data opportunity and the privacy imperative*, McKinsey & Company, 2020, <<https://www.mckinsey.com/business-functions/risk-and-resilience/our-insights/the-consumer-data-opportunity-and-the-privacy-imperative>>, (dostęp 20.8.2021); L. Strahilevitz, M. B. Kugler: *Is Privacy Policy Language Irrelevant to Consumers? University of Chicago Law School Chicago Unbound Coase-Sandor Working Paper Series in Law and Economics Coase-Sandor Institute for Law and Economics*, Chicago 2016, 2020. W Unii Europejskiej przeprowadzono podobne badania – zob. raport przygotowany przez M. Elshout, M. Elsen, J. Leenheer, M. Loos, J. Luzak, R. van Giesen, N. Kieruj, K. Weistra, M. Debusscher, T. Meeusen, L. Lloyd: *Study on consumers' attitudes towards Terms and Conditions (T&Cs)*, European Commission 2016.

zainteresowaniach, preferencjach religijnych, politycznych, seksualnych, kulinarnych i wiele, wiele innych danych są skrupulatnie zbierane przez operatorów sieci, administratorów danych i inne podmioty, którym na to pozwoliliśmy, instalując oprogramowanie lub korzystając z ich usług. Suma tych i innych informacji pozwala stworzyć obraz przeciętnego mieszkańca dowolnie wybranego regionu na świecie. Co więcej, informacje te są w minimalnym stopniu zniekształcone, pochodzą bowiem bezpośrednio od użytkowników, którzy w większości przypadków nie są świadomi monitorowania ich aktywności, a nawet jeśli są, zwykle nie podejmują żadnych działań maskujących ich zachowania. Czasami jest to celowo utrudnione, wymaga posiadania specjalistycznej wiedzy, co czyni kamuflaż wręcz niemożliwym⁸². Bez wątpienia współczesna technika pozwala przedsiębiorcom i osobom prywatnie tworzącym rozmaite programy (aplikacje) internetowe zbierać o nas zaskakująco dużo informacji, w tym informacji sensytywnych.

Zwykle tylko do pewnego stopnia oraz tylko w odniesieniu do określonych osób anonimowe informacje o użytkownikach

aplikacji lub statystykach korzystania z urządzeń elektronicznych mogą być wykorzystane do manipulowania informacją, a przez to wpływania na zachowania społeczne poszczególnych grup lub całych społeczeństw. Operatorzy usług internetowych mogą – za pośrednictwem algorytmów sterujących, na przykład wyszukiwarkami internetowymi – podawać określonym ze względu na położenie użytkownikom wybrane informacje, których poszukują lub wyświetlać informacje (lub ich skróty) w zainstalowanych w ich urządzeniach aplikacjach. Mając dostęp do najczęściej sprawdzanych w danym miejscu informacji czy preferencji mieszkańców jakiegoś regionu lub kraju można łatwo wpłynąć na ich zachowania przez wyświetlanie odpowiednio dobranych informacji. Ostatnim głośnym przykładem tego typu sytuacji była sprawa Cambridge Analytica⁸³.

W tym kontekście jest zaskakujące jak słabą świadomość na temat wagi informacji ma przeciętny człowiek, a nawet instytucje. Z przyjemnością i coraz większą łatwością uczymy się obsługiwać nowe programy, aplikacje i urządzenia. Wszystkie one są oczywiście „niezbędne” w naszym życiu.

⁸² W tym zakresie warto zwrócić uwagę na stosunkowo nowe zjawisko tzw. *dark patterns*, M. Chromik, M. Eiband, S.T. Völkel, D. Buschek: *Dark Patterns of Explainability, Transparency, and User Control for Intelligent Systems*. In *Joint Proceedings of the ACM IUI 2019 Workshops*, Los Angeles 2019.

⁸³ Szerzej A. Peruzzi, F. Zollo, W. Quattrociocchi, A. Scala: *How News May Affect Markets' Complex Structure: The Case of Cambridge Analytica*, "MDPI: Entropy", issue 10, (DOI: 10.3390/e20100765); R. Wilson: *Cambridge Analytica, Facebook, and Influence Operations: A Case Study and Anticipatory Ethical Analysis*. *European Conference on Cyber Warfare and Security*; Reading, ProQuest 2021; I. Manokha: *Surveillance: The DNA of Platform Capital – The Case of Cambridge Analytica Put into Perspective, Theory & Event*, Johns Hopkins University Press, Number 4, October 2018, pp. 891-913; J. Hinds, Emma J. Williams, Adam N. Joinson: *It wouldn't happen to me: Privacy concerns and perspectives following the Cambridge Analytica scandal*, *International Journal of Human – Computer Studies*, 13 June 2020 1071-5819/2020 Elsevier Ltd. (<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102498>).

Instalujemy w swoich telefonach użyteczne programy, korzystamy z nowych źródeł rozrywki (VOD), serwisów informacyjnych. W zamian za komfort uzyskiwania spersonalizowanych informacji z serwisów informacyjnych, mediów społecznościowych, godzimy się na przekazywanie informacji o sobie samych, takich, których niejednokrotnie nie udostępnilibyśmy nawet osobom zaufanym.

Podsumowanie

Wskazane wyżej sfery interakcji informacji i ludzi powinny dać nam do myślenia. Mogą także stanowić przyczynek do szerszej dyskusji nad jej wagą we współczesnym społeczeństwie: o oddziaływaniu informacji na nasze indywidualne zachowania jako konsumentów, konkurentów, przedsiębiorców, rodziców, dzieci, ale także jej wpływaniu na zachowania całych grup i społeczeństw. Taka dyskusja toczy się już na Zachodzie, gdzie niektórzy wprost mówią o tzw. dataizmie⁸⁴, nowym nurcie filozoficznym, zgodnie z którym wszechświat to jedynie przepływ danych, a wartość każdego zjawiska lub bytu zależna jest od jego wkładu w ich przetwarzanie⁸⁵. Rozwój technologii nie musi stać w sprzeczności z naszymi interesami, rozumianymi indywidualnie

oraz potrzebami społeczeństwa. Yuval Noah Harari w książce „*Homo deus. Krótka historia jutra*”⁸⁶ wielokrotnie podkreśla wagę informacji w rozwoju cywilizacji i społeczeństw, w tym nowe sposoby ich pozyskiwania i szybkość przepływu, wskazując na kluczową rolę ludzkiej świadomości w pozyskiwaniu i przetwarzaniu informacji dotyczących zarówno samych siebie, jak i osób trzecich⁸⁷.

Bez wątpienia informacja steruje naszym zachowaniem w skali mikro i makro, wpływając na wychowanie, relacje rodzinne, stosunki z sąsiadami oraz innymi osobami, steruje rynkami, stosunkami międzynarodowymi (w tym kulturowymi, ekonomicznymi i politycznymi) oraz wszelkimi innymi społecznymi. Bezpośrednio wpływa na nasze postrzeganie świata i nas samych. Determinuje przekonania, wiarę, etykę, dostrzeganie piękna oraz definiowanie wartości, interpretację otaczającej nas rzeczywistości, wpływa na oceny, w tym właśnie przeczytanego opracowania. Informacja jest najważniejsza.

prof. dr hab. RAFAŁ Blicharz
Uniwersytet Śląski w Katowicach
ORCID: 0000-0002-3826-519X

⁸⁴ Nazwa dataizm wywodzi się z angielskiego słowa *data* – dane.

⁸⁵ Por. K. Kelly: *What Technology Wants*, New York 2010; H. Bloom: *Global Brain. The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the 21st Century*, Hoboken 2001; C. Hidalgo: *Why Information Grows. Order from Atoms to Economies*, New York 2015.

⁸⁶ Yuval Noah Harari: *Homo deus. Krótka historia jutra*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2018, s. 424, 467 i nast.

⁸⁷ Zob. także K. G. Nishimura: *Imperfect Competition Differential Information and the Macro-foundations of Macro-economy*, Oxford 1992 r.; L. H. Ederington, Jae Ha Lee: *How Markets Process Information. News releases and Volatility*, "Journal of Finance" 48:4/1993, s. 1161-1191.

Słowa kluczowe: informacja, znaczenie informacji, wiarygodność informacji, ochrona danych osobowych, dostęp do informacji publicznej, kontrola, kontrola prywatności, kontrola informacji, *big data*, media

Bibliografia:

1. Aleksandrowicz M., Andruszkiewicz M., Brezcko A.: *Demokracja, Teoria Prawa, Sądownictwo Konstytucyjne. Księga Jubileuszowa dedykowana profesorowi zw. nauk prawnych Adamowi Jamrozowi z okazji pięćdziesięciolecia pracy zawodowej*, 2017.
2. Aleksandrowicz T.: *Komentarz do ustawy o dostępie do informacji publicznej*, Warszawa 2008.
3. Aleksandrowicz T.: *Ustawa o dostępie do informacji publicznej. Komentarz*, wyd. IV, Warszawa 2008.
4. Anant V., Donchak L., Kaplan J., Soller H.: *The consumer-data opportunity and the privacy imperative*, McKinsey & Company 2020.
5. Ananthaswamy A.: *Through Two Doors at Once: The Elegant Experiment That Captures the Enigma of Our Quantum Reality*, Dutton, New York 2018.
6. Barrow J. D.: *Nowe teorie wszystkiego. W poszukiwaniu ostatecznego wyjaśnienia*, Kraków 2018.
7. Bell E. A., Boehnke P., Mark Harrison T., Mao Wendy L.: *Potentially biogenic carbon preserved in a 4.1 billion-year-old zircon*, "PNAS" No 24/2015.
8. Bernaczyk M.: *Wolności i prawa jednostki w Konstytucji RP. Idee i zasady przewodnie konstytucyjnej regulacji wolności i praw jednostki w RP*, M. Jabłoński (red.), Warszawa 2010.
9. Blicharz R., Kania M.: *Klauzula interesu publicznego w publicznym prawie gospodarczym*, „PUG” nr 5/2010.
10. Blicharz R.: *Instytucje prawa rynku kapitałowego*, TNOiK, Toruń 2013.
11. Blicharz R.: *Nadzór Komisji Nadzoru Finansowego nad rynkiem kapitałowym w Polsce*, Bydgoszcz 2009.
12. Bloom H.: *Global Brain. The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the 21st Century*, Hoboken 2001.
13. Błachut M.: *Pojęcie prawa podmiotowego w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego [w:] Gdańskie studia prawnicze. Problemy bezpieczeństwa prawnego z perspektywy teorii i filozofii prawa*, T. 9., J. Jabłońska-Bonca, J. Guś (red.), Gdańsk 2002.
14. Boć J., Błaś A.: *Publiczne prawo podmiotowe [w:] Prawo administracyjne*, J. Boć (red.), Wrocław 2000.
15. Byrne P.: *The Many Words of Hugh Everett III: Multiple Universe, Mutual Assured Destruction, and the Meltdown of a Nuclear Family*, Oxford University Press, Oksford-New York 2010.
16. Chałubińska-Jentkiewicz K.: *Misja publiczna w działalności audiowizualnej w dobie cyfryzacji - przedmiot finansowania publicznego i kierunki rozwojowe*, „Przegląd Prawa Handlowego” nr 1/2009.
17. Chromik M., Eiband M., Völkel S.T., Buschek D.: *Dark Patterns of Explainability, Transparency, and User Control for Intelligent Systems. In Joint Proceedings of the ACM IUI 2019 Workshops*, Los Angeles 2019.
18. Corrol S.: *Coś głęboko ukrytego. Światy kwantowe i emergencja czasoprzestrzeni*, Warszawa 2020.

19. Czech T.: *Prawa konsumenta. Komentarz*, LEX, Warszawa 2020
20. Doktorowicz K.: *Europejski model społeczeństwa informacyjnego. Polityczna strategia Unii Europejskiej w kontekście globalnych problemów wieku informacji*, Katowice 2005.
21. Doktorowicz K.: *System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty* [w:] *Media publiczne*. P. Bielawski, A. Ostrowski (red.), Wrocław 2010.
22. Doktorowicz K.: *Obiektywizm w amerykańskiej doktrynie prasowej*, Katowice 1989.
23. Ederington L. H., Lee Jae Ha: *How Markets Process Information. News releases and Volatility*, "Journal of Finance" 4/1993.
24. Elshout M., Elsen M., Leenheer J., Loos M., Luzak J., van Giesen, Kieruj N., Weistra K., Debusscher M., Meeusen T., Lloyd L.: *Study on consumers' attitudes towards Terms and Conditions (T&Cs)*, European Commission 2016.
25. Everett H. III, De Witt B.S., Graham N.: *The Many Worlds Interpretation of Quantum Mechanics*, Princeton University Press, 1973.
26. Franklin M. A., Barton Carter T., Wright Jay B.: *The First Amendment and the First Estate. The Law of Mass Media*, Foundation Press 1985.
27. Giereło-Klimaszewska K.: *Przyszła rola mediów publicznych w kontekście tworzenia systemu medialnego* [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, P. Bielawski, A. Ostrowski (red.), Wrocław 2010.
28. Golka B.: *Integracja europejska a polityka medialna*, „Studia Medioznawcze” nr 1/2000.
29. Górzyńska T.: *Kilka słów o prawie do informacji i zasadzie jawności* [w:] *Państwo prawa, administracja, sądownictwo. Prace dedykowane prof. dr. hab. Januszowi Łętowskiemu w 60. rocznicę urodzin* (red. A. Łopatka, A. Wróbel, S. Kiewlicz), Warszawa 1999.
30. Górzyńska T.: *Prawo do informacji – kategoria konstytucyjna*, [w:] *Prawo w okresie przemian ustrojowych w Polsce. Z badań Instytutu Nauk Prawnych PAN*, Warszawa 1995.
31. Górzyńska T.: *Geneza i rozwój prawa do informacji*, „Miscellanea Iuridica”, t. 4/2004.
32. Górzyńska T.: *Problemy samorządu terytorialnego. Dostęp do informacji publicznej*, (red. A. Drogoń, A. Lityński, G. Sibiga), Tychy 2004.
33. Górzyńska T.: *Zasada jawności administracyjnej*, „PiP” nr 6/1998.
34. Górzyńska T.: *Prawo do informacji i zasada jawności administracyjnej. Orzecznictwo Sądu Najwyższego, Naczelnego Sądu Administracyjnego i Trybunału Konstytucyjnego*, Kraków 1999.
35. Greene B.: *Do końca czasu. Umysł, materia i nasze poszukiwanie sensu w zmieniającym się wszechświecie*, Warszawa 2021.
36. Hallin D. C., Mamcini P.: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.
37. Harari Y. N.: *Homo deus. Krótka historia jutra*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2018.
38. Heller M.: *Ważniejsze niż Wszechświat*, Kraków 2018.
39. Hidalgo C.: *Why Information Grows. Order from Atoms to Economies*, New York 2015.
40. Hinds J., Williams Emma J., Joinson Adam N.: *It wouldn't happen to me: Privacy concerns and perspectives following the Cambridge Analytica scandal*, "International Journal of Human-Computer Studies", 2020.
41. Hobson A.: *Kwanty dla każdego. Jak zrozumieć to, czego nikt nie rozumie*, Warszawa 2018.

42. Hobson A.: *There Are Not Particles, There Are Only Fields*, "American Journal of Physics" No 81/2013.
43. Jakimowicz W.: *Publiczne prawa podmiotowe*, „Zakamycze” 2002.
44. Janowski J.: *Technologia informacyjna. Technologia informacyjna dla prawników i administratywistów*, Warszawa 2013.
45. Joachimowski M.: *Dziennikarstwo a komunikowanie społeczne, wybrane aspekty problemu* [w:] *Media i dziennikarstwo na przełomie wieków*, J. Adamowski (red.), Warszawa 1998.
46. Kaku M.: *Wszczęświaty równoległe. Powstanie wszechświata, wyższe wymiary i przyszłość kosmosu*, Warszawa 2010.
47. Kania M.: *Publiczne prawa podmiotowe w kontekście realizacji przez administrację publiczną norm zadaniowych* [w:] *O czym mówią prawnicy mówiąc o podmiotowości*, A. Bielska-Brodziak (red.), Katowice 2015.
48. Kelly K.: *What Technology Wants*, New York 2010.
49. Kenneth F.: *Update on John Archibald Wheeler*, "Princeton Physics News" No 2 (1).
50. Kiefer C.: *Kwantowy kosmos. Od wczesnego świata do rozszerzającego się uniwersum*, Kraków 2018.
51. Kin A.: *Przeciętny konsument. Pojęcie i znaczenie dla ochrony konsumenta*, „Rynek – Społeczeństwo – Kultura” nr 3/2012.
52. Kłaczyński M., Szuster S.: *Dostęp do informacji publicznej Komentarz*, „Lex” 2003.
53. Kłosiewicz-Górecka U.: *Źródła informacji i rodzaje potrzeb informacyjnych przedsiębiorstwa oraz przydatność informacji w zarządzaniu firmą*, „Marketing i rynek” nr 4/2015.
54. Lang W.: *Prawa podmiotowe i prawa człowieka* [w:] *Księga jubileuszowa Profesora Jasudowicza*, J. Białoćerkiewicz (red.), Toruń 2004.
55. Lawson Ch.: *Building the Fourth Estate. Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, University of California Press 2002.
56. Lichosik A.: *Informacje poufne w spółce publicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.
57. Lichosik A.: *Klauzula generalna istotnego wpływu informacji poufnej na cenę lub wartość instrumentu finansowego* [w:] *Klauzule generalne w prawie krajowym i obcym*, L. Zacharko (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.
58. Lichosik A.: *Insider trading w branży lotniczej* [w:] *Wybrane problemy prawne związane z funkcjonowaniem portu lotniczego*, K. Łuczak (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Katowice 2015.
59. Lichosik A.: *Regulacja informacji poufnych jako przykład europeizacji prawa rynku kapitałowego* [w:] *Dziesięć lat polskich doświadczeń w Unii Europejskiej. Problemy prawno administracyjne*, Tom 1, PRESSCOM, Wrocław 2014.
60. Manokha I.: *Surveillance: The DNA of Platform Capital – The Case of Cambridge Analytica Put into Perspective*, "Theory & Event", No 4/2018.
61. Maudin T.: *What Bell Did*, "Journal of Physics" No A 42/2014.
62. McQualil, D.: *Mass communication theory*, London 2010.
63. McQuaill D.: *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, London 1992

64. Michalczyk S.: *Spółeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008.
65. Mielczarek T.: *Monopol, pluralizm, koncentracja*, Warszawa 2007.
66. Mills. R.: *Space, Time, and Quanta: An Introduction to Modern Physics*, W.H. Freeman, New York 1994.
67. Mincer M.: *Pojęcie niedookreślone w orzecznictwie NSA*, „NP” nr 7-8/1984.
68. Mrozowski M.: *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.
69. Mruk H.: *Analiza rynku*, PWE, Warszawa 2003.
70. Nagle T.: *Mortal Questions*, Cambridge, “Cambridge Press” 1979.
71. Nentwig W.: *Czwarta władza? Jak polskie media wpływają na opinię publiczną*, Oficyna Wydawnicza Głos Wielkopolski, Poznań 1995.
72. Niewęglowski W.: *Dziennikarz – nosiciel integralnej wizji człowieka i świata* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobylińska, D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996.
73. Nishimura K. G.: *Imperfect Competition Differential Information and the Macro-foundations of Macro-economy*, Oxford 1992.
74. Ohtomo, Yuko, Kakegawa, Takashi, Ishida, Azumi, Nagase, Toshiro: *Evidence for biogenic graphite in early Archaean Isua metasedimentary rocks*, „Nature Geosci” 7 (1)/2014.
75. Olszewski J.: *Spółeczna gospodarka rynkowa jako różnicowany system przepływu informacji* [w:] *Spółeczna gospodarka rynkowa*, A. Powalowski (red.), „Gdańskie Studia Prawnicze” Tom XXXVII, Gdańsk 2017.
76. Olszewski J.: *Ewolucja Rejestrów Przedsiębiorców i wskazania, co do dalszych reform* [w:] *Tendencje reformatorskie w prawie handlowym – między teorią a praktyką*, Publikacja wydana w ramach X Jubileuszowego Ogólnopolskiego Zjazdu Katedr Prawa Handlowego – Rzeszów 2015, J. Olszewski (red.), Rzeszów 2015.
77. Olszewski J.: *Prawo rejestrowe* [w:] *Przedsiębiorca. Zagadnienia wybrane*, R. Blicharz (red.), Wydawnictwo UŚ, Katowice 2017.
78. Olszewski J.: *Rozdział II § 10 Krajowy Rejestr Sądowy* [w:] *Prawo gospodarcze. Kompendium*, wyd. VIII, C.H. Beck, Warszawa 2019.
79. Osajda K.: *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Legalis 2019.
80. Pakuła A.: *Interes publiczny jako wartość w administracji publicznej* [w:] *Wartości w prawie administracyjnym*, J. Zimmermann (red.), Warszawa 2015.
81. Parandowski J.: *Mitologia. Wierzenia i podania Greków i Rzymian*, Warszawa 2006.
82. Peruzzi A., Zollo F., Quattrociochi W., Scala A.: *How News May Affect Markets' Complex Structure: The Case of Cambridge Analytica*, MDPI, vol. 20, issue 10.
83. Rovelli C.: *Rzeczywistość nie jest tym, czym się wydaje*, Łódź 2020.
84. Sagan C.: *Błękitna kropka. Człowiek i jego przyszłość w kosmosie*, Warszawa 2018.
85. Sareło Z.: *Moralność kształtowania opinii publicznej* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobylińska, D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996.
86. Sareło Z.: *Moralność kształtowania opinii publicznej* [w:] *Dziennikarski etos. Z wybranych zagadnień deontologii dziennikarskiej*, Z. Kobylińska, D. Grabowski (red.), Olsztyn 1996.

87. Schultz J.: *Reviving the Fourth Estate*, Cambridge University Press 1998.
88. Sitniewski P. M.: *Odmowa dostępu do informacji publicznej. Przesłanki, granice, procedura*, Warszawa 2020.
89. Sobczak J. [w:] A. Niewęglowski (red.), K. Chałubińska-Jentkiewicz, M. Chrzanowski, T. Demendecki, T. Drab, E. Duda-Staworko, M. Konstankiewicz, G. Kozieł, W. Lis, G. Lubieżczuk, D. Ossowska-Salamonowicz, S. Patyra, M. Salamonowicz, G. Tylec, C. Zapała: *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, Warszawa 2021.
90. Sobczak J.: *Polskie prawo prasowe*, Poznań 1993.
91. Strahilevitz L., Kugler M. B.: *Is Privacy Policy Language Irrelevant to Consumers? University of Chicago Law School Chicago Unbound Coase-Sandor Working Paper Series in Law and Economics Coase-Sandor Institute for Law and Economics*, Chicago 2016.
92. Szot L.: *Obiektywizm w mediach publicznych* [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, Wrocław 2010.
93. Szpor G.: *Prawo dostępu do informacji publicznej jako istotny czynnik rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, „Rocznik Geomatyki” 2009/VII, z. 6 (36).
94. Szynol A.: *Przyszłość mediów publicznych w Polsce – najważniejsze wyzwania, problemy i ograniczenia* [w:] *Media publiczne. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty*, Opole 2011.
95. Tischner A.: *Pojęcie przeciętnego konsumenta w u.p.n.p.r. na tle prawa i orzecznictwa UE* [w:] *Nieuczciwe praktyki rynkowe. Ocena regulacji*, D. Kasprzycki, E. Nowińska (red.), Kraków 2012.
96. Tischner A.: *Model przeciętnego konsumenta w prawie europejskim*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego”, nr 1/2012.
97. Tokarski A., Wójcik J., Tokarski M., *Jak solidnie przygotować profesjonalny biznesplan*, wyd. IV, Warszawa 2017.
98. Wallace P.: *Paradox Lost*, Springer-Verlag, New York 2007.
99. Weber M.: *Obiektywność poznania w naukach społecznych* [w:] *Problemy socjologii wiedzy*, A. Chmielewski, S. Czerniak, J. Niżnik, S. Rainko, „PWN” 1985.
100. Weiberg S.: *Facing Up; Science and Its Cultural Adversaries*, Harvard University Press, Cambridge 2001.
101. Węglińska A.: *Public Television In Poland (TVP) And Journalists – A Technological Challenge*, „Zarządzanie Mediami” nr 4/2019.
102. Wiewiórowska-Domagalska A., Kunkiel-Kryńska A.: *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Legalis 2019.
103. Wilczek F.: *Mass without Mass I: Most of Matter*, “Physics Today” No 52/1999.
104. Wilson. R: *Cambridge Analytica, Facebook, and Influence Operations: A Case Study and Anticipatory Ethical Analysis. European Conference on Cyber Warfare and Security; Reading, “ProQuest” 2021.*
105. Zdyb M.: *Interes publiczny w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego* [w:] *Pojęcie interesu w naukach prawnych, prawie stanowionym i orzecznictwie sądowym Polski i Ukrainy*, A. Korybski, M. W. Kostycki, L. Leszczyński (red.), Lublin 2006.
106. Żurawik A.: *Interes publiczny, interes społeczny i interes społecznie uzasadniony. Próba określenia pojęć*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” z. 2/2013.

ABSTRACT

Information as the Basis for Existence and Development – Borderlines of Law

Information was first, and it has been the most important thing in a human life. Nothing else exists but information. All the knowledge and experience of humans is based on information and its processing. Although Gospel reads that “In the beginning was the word”, humans as a species found it out much later, similarly as it was the case of the origins of the Universe. From this perspective, in the beginning there was information about creation. At first, information was used to survive. We collected the knowledge of the laws that governed the surrounding nature in order not to be dominated or killed by others, and to obtain food. We learnt to use nature to satisfy our own needs. We learnt that living in a group is safer than living alone. We took control of the matter to the extent that allowed us not only to survive, but to dominate other species as well. This fundamental knowledge was based on information gathered as observations, insights and experience. Simultaneously, we learnt and discovered social relations. With time, and when we mastered the ability to survive, studies on social relations, knowledge and experience gathering started to play yet bigger and bigger role. Evolution of these relations is a perfect example of the significance of information in social life. The article presents its significance in many areas of human activity.

Prof. **Rafał Blicharz**, PhD, Silesian University in Katowice

Key words: information, importance of information, reliability of information, personal data protection, access to public information, control, control of privacy, control of information, big data, the media