

Wiesław Sonczyk

Wątpliwości związane z definicją normatywną pojęcia "prasa"

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (3), 45-54

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WIESŁAW SONCZYK

Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

Uniwersytet Warszawski

w.sonczyk@wp.pl

WĄTPLIWOŚCI ZWIĄZANE Z DEFINICJĄ NORMATYWNĄ POJĘCIA „PRASA”

Medioznawstwo jest dyscypliną naukową, której dynamicznemu rozwojowi towarzyszy gorąca i wielowątkowa dyskusja nie tylko na temat zakresu i metod badawczych, ale także siatki pojęciowej. Warto przypomnieć, że wątpliwości dotyczą nawet nazwy dyscypliny, a spór na ten temat trwa już kilkadziesiąt lat. Co więcej, siatkę pojęciową medioznawstwa tworzą w większości terminy nieostre, wieloznaczne, których znaczenie i zakres bywają rozmaicie rozumiane. Symbolicznym tego potwierdzeniem są m.in. tytuły dwóch czasopism naukowych: „Zeszyty Prasoznawcze” (od 1960 roku) i „Studia Medioznawcze” (od 2000 roku) (por. Załubski 2005). Wydaje się, że spośród przyczyn tej sytuacji dwie są najważniejsze. Pierwsza, nazwijmy ją wewnętrzną, wynika ze specyfiki samej rzeczywistości medialnej, która jest wewnętrznie złożona i nieustannie zmienia się, przy czym dynamika zmian sprawia, że niełatwo ją analizować wedle sprawdzonych i powszechnie akceptowanych kryteriów. Drugą przyczyną, nazwijmy ją zewnętrzną, jest to, że badaniem rzeczywistości medialnej, właściwie – jej rozmaitych elementów składowych, od dawna zajmują się przedstawiciele innych dyscyplin naukowych, m.in. politolodzy, literaturoznawcy, historycy, socjologowie, kulturoznawcy, prawnicy, językoznawcy itd. Interdyscyplinarność, a zwłaszcza różne kryteria analizy i oceny nie ułatwiają badaczom porozumienia w odniesieniu do zagadnień podstawowych (np. zakresu medioznawstwa), w tym również terminologii.

Jednym z podstawowych pojęć medioznawczych, które pilnie wymaga zdefiniowania (właściwie: redefiniowania) jest „prasa”. Wbrew pozorom jest to bowiem pojęcie wieloznaczne, w literaturze przedmiotu różnie rozumiane, mające też rozmaite definicje, których twórcy – w zależności od potrzeb – kładą nacisk na różne jego elementy składowe. W *Encyklopedii wiedzy o prasie* pojęcie to rozumiane jest dwojako: albo

w znaczeniu potocznym, albo w znaczeniu prawnym. W pierwszym przypadku przez prasę rozumie się

[...] ogół wydawnictw drukowanych periodycznie i rozpowszechnianych publicznie (tj. gazet i czasopism), odzwierciedlających wszechstronnie rzeczywistość, zwłaszcza aktualne procesy i zdarzenia polityczne, społeczne, gospodarcze, naukowe, kulturalne i inne,

w drugim zaś

[...] drukowane pisma periodyczne, wychodzące w określonych, nie dłuższych niż rok, interwałach czasowych, wydawane w nieograniczonym czasowo zamiarze wydawania, nie tworzące zamkniętej całości, publikowane w celu informowania lub oddziaływania na odbiorców, dostępne dla z góry nieograniczonej liczby osób, ukazujące się pod tym samym tytułem, z bieżącą numeracją i datą, oznaczonym miejscem wydania, redaktorem(-ami) i ceną, stanowiące z reguły dzieła zbiorowe (Maślanka 1976).

Z kolei w *Słowniku pojęć i tekstów kultury* przez prasę rozumie się

[...] ogół wydawnictw periodycznych, ukazujących się na obszarze danego kraju, choć nierzadko adresowanych do szerszego kręgu odbiorców (znane są przykłady wydawania – zwłaszcza przez duże koncerny prasowe – kilku różnojęzycznych wersji określonych pism, najczęściej z dziedziny mody, informatyki, muzyki popularnej) (Szczęsna 2002: 229).

Porównanie tych encyklopedycznych opisów uprawnia do wniosku, że termin „prasa” obejmuje tylko wytwory drukowe (dzienniki i czasopisma), zachowujące określoną formułę wydawniczą i częstotliwość ukazywania się. W takim znaczeniu, jako prasa sensu stricto, pojęcie to jest stosowane w języku potocznym i tak rozumie je tzw. przeciętny konsument mediów.

Ale pojęcie „prasa” ma też inne znaczenie, szersze i najbardziej istotne dla rozważań medioznawczych. W tym rozumieniu, jako prasa sensu largo, oznacza – mówiąc najogólniej – wszelkie media, także radio i telewizję. Warto podkreślić, że właśnie w tym znaczeniu pojęcie to zostało użyte w definicji normatywnej, zapisanej w art. 7, ust. 1 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24), która weszła w życie z dniem 1 lipca 1984 r. i obowiązuje do dziś. Brzmi ona następująco:

[...] prasa oznacza publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności: dzienniki i czasopisma, serwisy agencyjne, stałe przekazy teleksowe, biuletyny, programy radiowe i telewizyjne oraz kroniki filmowe; prasą są także wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania, w tym także rozgłośnie oraz tele- i radiowęzły zakładowe, upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku, wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania; prasa obejmuje również zespoły ludzi i poszczególne osoby zajmujące się działalnością dziennikarską.

Nie ulega wątpliwości, że definicja ta wymaga zmian nawet w warstwie językowo-stylistycznej. Jest bowiem niezbyt poprawna, zbyt długa i mało precyzyjna. Wymaga też daleko idących zmian merytorycznych, dzięki którym byłaby bardziej adekwatna wobec aktualnej rzeczywistości medialnej. W swej dotychczasowej formie odzwierciedla bowiem sytuację, która istniała w polskim systemie medialnym na przełomie lat 70. i 80., gdy zupełnie inna była struktura i organizacja tego systemu, a przede

wszystkim – inne były podstawy prawne i realia funkcjonowania poszczególnych podmiotów sceny medialnej.

Pierwsza wątpliwość wiąże się z określeniem „stałe przekazy teleksowe”. I chodzi w tym przypadku nie tyle o urządzenie zwane teleksem, którego wtedy używano powszechnie w działalności dziennikarskiej w celu przekazania tekstu (i tylko tekstu) na odległość, a które już dawno wycofano z eksploatacji (zastępując je faxem)¹. Znacznie ważniejsze jest to, że właściwie nie wiadomo, co ustawodawca miał na myśli pod pojęciem „stałe przekazy”. Czy chodziło mu o „stałe” w znaczeniu: mające określoną formułę treściową (identyczny lub podobny sposób redagowania, strukturę i organizację wewnętrzną), czy w znaczeniu: mające tę samą częstotliwość (przygotowywane z jednakową, a priori ustaloną amplitudą periodyczności). Inaczej mówiąc: co było ważniejsze – treść czy częstotliwość transmisji owego przekazu?

Co ciekawe, sposób rozumienia tego zapisu w definicji normatywnej pojęcia „prasa” nie został określony ani w podręcznikach, ani w komentarzach do prawa prasowego. Tak jakby to było sformułowanie oczywiste i jednoznaczne (por. Dobosz 2006; Orzewski 2004). Skoro więc nie wiadomo, jak ten zapis obecnie rozumieć i jak go rozumiał ustawodawca, to jedyny wniosek, który można w tym przypadku sformułować brzmi: należy usunąć ten zapis z definicji. Jest to tym bardziej zasadne, że teleksów nikt już nie używa w działalności dziennikarskiej. Dziś ten zapis świadczy tylko, że definicja pochodzi sprzed wielu lat, gdy redakcje korzystały z innego sprzętu niż obecnie.

Bardzo podobne wątpliwości dotyczą zapisu o „kronikach filmowych”. Przypomnijmy więc najpierw, że ustawodawcy chodziło o – bardzo popularny przed laty – magazyn filmowy, emitowany pod nazwą „Polska Kronika Filmowa”, istniejący w latach 1944–1995, nawiązujący do przedwojennej „Kroniki Filmowej PAT”. Był to cotygodniowy przegląd bieżących wydarzeń krajowych (czasem także zagranicznych), trwający przeważnie 10–15 minut, wyświetlany w kinach tuż przed projekcją filmu. Poszczególne wydania PKF były przygotowywane w Wytwórni Filmów Dokumentalnych w Warszawie. Niektóre wydania PKF emitowane były w telewizji. Twórcą jej charakterystycznego sygnału dźwiękowego był Władysław Szpilman. Warto dodać, że z PKF byli związani znani twórcy i artyści, m.in. Andrzej Munk, Andrzej Łapicki, Jerzy Rosołowski, Jerzy Bossak i Bogusław Lambach. W roku 1995 PKF przestała być rozpowszechniana, nie wytrzymując – w odczuciu społecznym – konkurencji z coraz szybciej rozwijającą się telewizją. Również w odniesieniu do tego fragmentu definicji normatywnej wniosek wydaje się oczywisty: skoro PKF nie istnieje, nie ma żadnych racjonalnych podstaw, by utrzymywać w niej ten historyczny zapis.

Identyczne zastrzeżenia i wątpliwości dotyczą zapisu o rozgłośniach oraz tele- i radiowęzłach zakładowych. Jedno tylko jest pewne: ustawodawca – zapewne nie z własnej inicjatywy, ale na polecenie dysponenta politycznego – chciał „dowartość-

¹ Warto może przypomnieć, że był to nadawczo-odbiorczy aparat telegraficzny, sprzężony z maszyną do pisania, drukujący odbierany i nadawany tekst na taśmie papieru, stosowany powszechnie w redakcjach i agencjach prasowych.

ciować” ten typ instytucji medialnych, stanowiących wtedy rozbudowany i w znacznym stopniu autonomiczny segment systemu medialnego. Przypomnijmy więc, że prasa zakładowa w okresie PRL to, wedle stosownego hasła w *Encyklopedii wiedzy o prasie* –

[...] czasopisma wydawane i finansowane przez zakłady pracy, kolportowane po obniżonej cenie lub bezpłatnie, głównie wśród zamkniętego kręgu odbiorców (członków załogi) (*Maślanka* 1976: 191).

Ten typ prasy był przysłowiowym „oczkiem w głowie” partii rządzącej, a dokładniej – instrumentem wykorzystywanym przez partię w oddziaływaniu propagandowym na załogi zakładów pracy. Dość powiedzieć, że działalność mediów zakładowych była regulowana wieloma szczegółowymi aktami prawnymi, m.in. uchwałą nr 171 Rady Ministrów z 13 lipca 1973 roku w sprawie zasad zatrudniania i wynagradzania dziennikarzy w redakcjach gazet i rozgłośni zakładowych oraz uchwałą Prezydium Centralnej Rady Związków Zawodowych z 15 stycznia 1974 roku o zasadach organizacji i działalności gazet oraz radiowęzłów zakładowych.

Oficjalne cele istnienia prasy zakładowej określano następująco: 1) integrowanie załogi, 2) uwydatnienie roli załogi jako współgospodarza zakładu, 3) systematyczne informowanie o problemach produkcji, ekonomiki, spraw socjalno-bytowych, organizacji i warunków pracy². I rzeczywiście, w zdecydowanej większości pism drukowano informacje oraz rozmaite materiały publicystyczne na powyższe tematy (por. Krawczyk 1972; Masłyk 1974; Grotowski 1976). Wiadomo jednak, że zarówno dobór tych materiałów, jak i sposób pisania (redagowania) były podporządkowane głównie funkcji propagandowej, mającej na celu umacnianie załóg w pozytywnym nastawieniu do kierowniczej roli partii i jej programu gospodarczego, słuszności zasad gospodarki centralnie sterowanej itd.³ Wiadomo też, że funkcja ta nie była realizowana skutecznie, o czym najlepiej świadczą liczne protesty robotnicze z lat 70. i 80., z powstaniem NSZZ „Solidarność” włącznie. Niezależnie od ówczesnej oceny społecznych funkcji pism zakładowych oraz miejsca i roli prasy zakładowej w systemie medialnym PRL, trzeba stwierdzić, że obecnie prasy zakładowej w dawnej formule wydawniczej już nie ma (nie ma też zresztą wielu zakładów pracy, w których te pisma istniały).

Integralnym elementem prasy zakładowej (w szerszym rozumieniu) były radiowęzły zakładowe, powstające zwłaszcza w latach 60. i 70. Istniały one właściwie w każdym większym zakładzie pracy, gdyż taka była wtedy strategia działania partii rządzącej wobec robotników. Radiowęzły zakładowe były finansowane przez zakłady pracy, a ich ofertę programową stanowiły zwykle audycje informacyjne i słowno-muzyczne związane z działalnością dyrekcji danego zakładu i dotyczących wydarzeń bieżących

² Takie funkcje prasy zakładowej wskazuje Sylwester Dziki, autor hasła „prasa zakładowa” w *Encyklopedii wiedzy o prasie* (s. 191).

³ Dał temu wyraz m.in. J. Krawczyk, formułując w wymienionym artykule znamieny wniosek, że prasa zakładowa jest dla załogi ważnym „instrumentem kształtowania postaw współgospodarza zakładu pracy”, dodając w następnym zdaniu, że „ten obowiązek ciąży na całym funkcjonującym w zakładzie pracy systemie informacji i propagandy” (Krawczyk 1972).

z życia załogi. Po roku 1990, w rezultacie zmian politycznych i społeczno-gospodarczych radiowęzły zostały również zlikwidowane.

W tej sytuacji wniosek wydaje się oczywisty: znajdujący się w tekście omawianej definicji fragment dotyczący prasy i radiowęzłów zakładowych powinien zostać usunięty.

Przy okazji warto nadmienić, że obecnie w wielu dużych zakładach pracy, instytucjach i organizacjach gospodarczych istnieje tzw. prasa korporacyjna (zwana też prasą firmową). Są to najczęściej miesięczniki lub czasopisma ukazujące się rzadziej, przy czym większość z nich redagowana jest przez wyspecjalizowane wydawnictwa, na zamówienie stosownych firm czy korporacji (polskie i zagraniczne koncerny, duże banki, operatorzy sieci komórkowych itp.). Pisma te – zazwyczaj bezpłatne, finansowane z dochodów reklamowych – są rozpowszechniane i kierowane bądź do załóg poszczególnych firm, bądź także do ich zewnętrznych klientów. Ich główne funkcje to m.in. usprawnienie procesu komunikacji wewnętrznej, integracja załogi danej firmy, kreowanie i/lub wzmacnianie pozytywnego wizerunku firmy w opinii publicznej⁴. Można powiedzieć, że pisma firmowe (korporacyjne) w pewnym sensie nawiązują swoją ogólną formułą to dawnej prasy zakładowej, ale ich usytuowanie w systemie medialnym oraz funkcje społeczne są zupełnie inne, podobnie jak profil, zawartość, sposób redagowania itp. Ale nawet jeśli potraktować pisma korporacyjne jako osobną kategorię prasy, to i tak nie ma żadnych racjonalnych przesłanek, by wymieniać ją w definicji.

Nie ulega jednak wątpliwości, że największe zastrzeżenia wzbudza ten fragment definicji, w którym stwierdza się, że prasą są również

wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania [...] upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku, wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania.

Gdyby pojmować dosłownie powyższe określenie, to pod pojęciem prasy wypadłoby rozumieć m.in. telefonię komórkową, pocztę internetową i wszystkie już istniejące oraz możliwe w przyszłości komunikatory internetowe, wszelkie serwisy informacyjne, wysyłane periodycznie użytkownikom telefonów komórkowych, poczty internetowej itd. Takie sformułowanie trzeba więc uznać za błędne, a przede wszystkim powierzchowne i ogólnikowe. Nie jest bowiem jasne czy tego typu „prasa” miałaby też spełniać pozostałe wymagania formalne, wymienione na początku definicji: określoną amplitudę periodyczności, konieczność posiadania stałego tytułu, numeru bieżącego, daty itd. Ustawodawca prawdopodobnie nie przewidział, że postęp techniczny i rozwój technologii telekomunikacyjnych będą tak szybkie i zróżnicowane.

Ale największe obiekty wiążą się z kwalifikacją i oceną internetu. Można je zawrzeć w pytaniu: czy internet jest środkiem masowego przekazu, a dokładniej: czy jest prasą (w znaczeniu szerszym, a więc prasą sensu largo)? Wbrew pozorom odpowiedź na

⁴ Jedną z najbardziej znanych firm specjalizujących się w wydawaniu biuletynów firmowych oraz zajmujących się doradztwem w tym zakresie jest agencja doradczo-wydawnicza Agape, kierowana przez Tomasz Kościelnego (www.agape.com.pl).

tak sformułowane pytanie nie jest łatwa ani prosta. Autorzy dotychczasowych opracowań i rozmaitych analiz internetu kładą główny nacisk na aspekt techniczny i podstawowe cechy tego nowego, wynikającego z postępu techniczno-technologicznego „konstrukt technospołecznego”. Podkreśla się więc powszechnie, że jest to ogólnoświatowa sieć komputerowa, umożliwiająca interaktywne komunikowanie się ludzi w skali globalnej oraz dostęp do praktycznie nieograniczonej ilości danych, zarówno w postaci tekstów, jak i ilustracji, nagrań dźwiękowych itd. (Pisarek 2006: 84). Wskazuje się także na praktyczną użyteczność internetu, wymieniając rezultaty gospodarcze, społeczne i kulturalne wszelkich przedsięwzięć podejmowanych z jego wykorzystaniem. W opinii M. Hetmańskiego internet jest

[...] najdoskonalszą z dotychczasowych infrastruktur komunikacyjnych, która zwielokrotnia efekty wszystkich innych środków łączności i komunikacji (Hetmański 2001: 67).

Byłbym za kwalifikowaniem internetu jako nowego, w pełni autonomicznego środka (narzędzia) komunikowania, aczkolwiek mającego niektóre cechy charakterystyczne dla mediów tradycyjnych (prasy, radia i telewizji). Miejmy zresztą świadomość, że cywilizacja ludzka w toku swojego rozwoju wypracowała wiele rozmaitych sposobów komunikowania i wymiany myśli, m.in. literaturę, malarstwo, teatr, prasę, radio, telewizję, film itd. (por. Goban-Klas 2001). Internet jest jednym z nich, prawdopodobnie najdoskonalszym, bo łączącym cechy wcześniejszych (słowo, obraz, dźwięk). Ale na pewno nie ostatnim.

Internet posiada też jednak przynajmniej kilka cech, których nie mają media tradycyjne. Jedną z nich jest aterytorialność. Pamiętajmy, że tradycyjne media zawsze były i są związane m.in. z systemem prawnym obowiązującym w danym kraju, dostępne są zazwyczaj w granicach danego państwa, a ich zawartość determinowana jest m.in. systemem wartości aprobowanym przez przeważającą część społeczeństwa. Tymczasem internet jest tworem globalnym, bardzo trudno poddającym się kontroli prawnej państwa, którego obywatele z niego korzystają (por. Wikariak 2007). Inną, immanentną cechą charakterystyczną internetu jest również interaktywność, praktycznie niemożliwa w odniesieniu do działalności tradycyjnych mediów. W przypadku prasy, radia czy telewizji komunikat (przekaz) zawsze jest jednokierunkowy (od nadawcy do odbiorcy), a jego odbiorca nie może brać natychmiastowego, aktywnego udziału w trakcie jego publikacji (emisji). Nie bez znaczenia jest i to, że tradycyjne media są zazwyczaj organizacjami zcentralizowanymi, tzn. zarządzanymi centralnie i mającymi określoną strukturę, podczas gdy internet jest

[...] zjawiskiem całkowicie zdecentralizowanym i rozwijającym się całkowicie spontanicznie (Olszański 2006: 9).

Z całą pewnością internet przestał już być postrzegany i oceniany w kategoriach modnej nowinki techniczno-technologicznej. Wręcz odwrotnie, jego szybki rozwój i starania o coraz powszechniejszy dostęp są rezultatem jego użyteczności i możliwości praktycznego wykorzystania w różnych dziedzinach ludzkiej aktywności, nie mającej jednak nic wspólnego z działalnością medialną, realizowaną przez prasę,

radio czy telewizję. Weźmy dla przykładu handel: szacuje się, że w Polsce istnieje już około 3 tys. e-sklepów, w których można kupić nie tylko kosmetyki, książki czy walory filatelistyczne, ale również meble, odzież, sprzęt komputerowy, RTV i AGD, artykuły spożywcze, artykuły dla dzieci, sprzęt turystyczny itd. Niektóre e-sklepy to obecnie uznane marki, będące internetowymi centrami handlowymi (Zwierzchowski 2007).

Albo inny przykład zastosowania internetu: od maja 2008 roku urzędy gminne będą miały obowiązek przyjmowania od obywateli dokumentów przesyłanych drogą elektroniczną, co zrewolucjonizuje (a przede wszystkim usprawni) działalność organów władzy samorządowej. W takim e-urzędzie

[...] przedsiębiorcy i obywatele, nie wychodząc z domu, będą mogli załatwić kilkanaście różnego rodzaju spraw urzędowych. Chodzi m.in. o meldunek, formalności związane z zakładaniem firmy, a także koncesje i zezwolenia. Co więcej, zainteresowani będą mogli kontrolować on-line przebieg załatwiania ich spraw przez urząd (Pietryga 2007).

Jeszcze innym przykładem coraz powszechniejszego wykorzystania internetu są elektroniczne szkolenia (*e-learning*), organizowane przez duże firmy, a także instytucje i urzędy państwowe. Z dużym prawdopodobieństwem można zakładać, że w przyszłości ta forma doksztalania i doskonalenia zawodowego będzie się dynamicznie rozwijać, głównie za sprawą zmian demograficznych i malej atrakcyjności tradycyjnych szkoleń, na które zresztą już dziś mało kto ma czas. Bywa, że tylko dzięki transmisji internetowej można takie szkolenia prowadzić na dużą odległość i nawet dla rozproszonych uczestników szkolenia (np. transmitowanie dla celów szkoleniowych nowatorskich operacji prowadzonych w renomowanych ośrodkach medycznych).

Nieograniczone możliwości i zastosowania internetu sprawiają, że niektóre sposoby wykorzystywania sieci są wątpliwe, a na pewno dyskusyjne, ponieważ przekraczają pewne normy i kryteria akceptowane przez społeczeństwo, a przynajmniej przez przedstawicieli pokolenia, które weszło w dorosłe życie przed pojawieniem się internetu. Przykładem jest m.in. wirtualny cmentarz, który

[...] daje możliwość wizualizacji pamięci w formie grobów i epitafiów, jak i możliwość zapalenia świeczki czy złożenia kwiatów, co jest dowodem pamięci o bliskich, którzy umarli [...] możemy stworzyć wirtualny cmentarz, gdzie znajdują się wszyscy nasi bliscy, rodzina i przyjaciele w jednym miejscu, bez względu na to, gdzie i kiedy żyli oraz gdzie i kiedy zmarli (www.wirtualnycmentarz.pl).

Ale internet służy też do podejmowania działań nieodpowiedzialnych, a nawet przestępczych, m.in. do publicznego znieważania ludzi z powodu ich przynależności narodowościowej, rasowej czy religijnej. Jest też wykorzystywany przez rozmaite grupy i organizacje terrorystyczne, dla których jest narzędziem propagandowym i służy werbowaniu nowych członków, zwolenników itd. (Zychowicz 2007).

Podobnych przykładów ilustrujących możliwości zastosowania internetu można by podać znacznie więcej. Wypada więc postawić pytanie: co to ma wspólnego z tradycyjnymi mediami? Przykłady wskazują natomiast, że internet jest po prostu nowym tworem (produktem) cywilizacyjnym, wynikającym z postępu technicznego i odpo-

wiadającym aktualnym potrzebom społeczeństwa informacyjnego, jest narzędziem mającym swoje własne cechy charakterystyczne i znajdującym wszechstronne zastosowanie. Za słuszne i bardziej uzasadnione uważam więc propozycje wyłączenia tego „konstruktu technospołecznego” spod przepisów prawa medialnego, niż postulat takiej nowelizacji tego prawa, by objąć nim internet „jako taki”, traktowany w ten sam sposób co „tradycyjne” media. Podstawowa różnica między internetem a „tradycyjnymi” mediami, jeśli pominąć względy techniczno-technologiczne, sprowadza się przecież do zupełnie innej roli autorów (twórców) rozpowszechnianych materiałów. Zwracają na to uwagę niektórzy prawnicy, stwierdzając m.in., że

[...] zaprezentowanie jakiegoś materiału w internecie odbywa się na zupełnie innej zasadzie niż ukazanie się materiału w „tradycyjnej prasie”. W pierwszym przypadku, jeśli pominiemy ewentualne niewielkie funkcje kontrolne i prewencyjne, jakie czasem mogą być udziałem administratora (*provider*) – „wpuszczenie” materiału do sieci jest rezultatem indywidualnej decyzji osoby tego dokonującej, której status zawodowy i przygotowanie jest obojętne. W drugim przypadku zasadą jest pewien nadzór redakcyjny, ocena i sprawdzenie materiału przez odpowiednich członków redakcji przed jego rozpowszechnieniem. Materiał pochodzi przy tym z reguły od dziennikarza, od osoby o określonym przygotowaniu i kwalifikacjach, której działalność podlega ocenie nie tylko z perspektywy norm prawa, ale i deontologii zawodowej. Wreszcie, w Internecie znacznie częściej niż w „tradycyjnej prasie” występują materiały anonimowe, a nadto o bliżej nieokreślonym pochodzeniu (Barta, Markiewicz 1998: 35).

Powyższe opinie nie są bynajmniej sprzeczne z częstą praktyką wykorzystywania internetu przez „tradycyjne” media, polegającą m.in. na oferowaniu całości lub części drukowanego wydania dziennika czy czasopisma w systemie on-line, tzn. na stronach (witrynach) tych pism, albo wydawaniu pisma tylko w wersji elektronicznej (bez wersji drukowanej). Podobnie jest z obecnością i dostępnością w internecie programów radiowych i telewizyjnych. Dlatego zasadne jest twierdzenie o tworzeniu się nowej specjalności w zawodzie dziennikarskim – dziennikarstwa internetowego. Co więcej, należy liczyć się z jego dalszym, dynamicznym rozwojem, a to dlatego, że „tradycyjne” media będą obecne w internecie w coraz bardziej zróżnicowanej formie. Media zawsze przecież korzystają ze wszystkich nowości technicznych, które albo usprawniają warsztat dziennikarski, albo podnoszą jakość przekazywanych materiałów, pozwalają przyspieszyć ich druk (emisję), zwiększają atrakcyjność samego przekazu itp.

Analizując obowiązującą po dziś dzień definicję normatywną pojęcia „prasa”, warto też zwrócić uwagę, że są w niej określone tylko wymagania formalne (zewnętrzne), konieczne do uznania jakiegoś wytworu drukowego za prasę (prasa *sensu stricto*): częstotliwość, stały tytuł, numer bieżący itd. Zupełnie pominięto natomiast treść (zawartość) danego wytworu, co w praktyce prowadzi do wielu istotnych wątpliwości i nieporozumień.

Dla przykładu: na rynku prasowym jest wiele takich tytułów (zazwyczaj czasopism), które wprawdzie spełniają formalne wyznaczniki „prasowości”, ale treścią swoją znacząco odbiegają od zawartości typowego periodyku. Na zawartość typowego pisma składają się przecież – pomijając ilustracje, infografikę i przekazy reklamowe – teksty autorskie, występujące w rozmaitych formach gatunkowych wypowiedzi dziennikarskiej (informacje, artykuły publicystyczne, felietony, komentarze, wywiady itd.),

dotyczące zazwyczaj spraw aktualnych (krajowych i zagranicznych), a pisma te spełniają tradycyjne funkcje przypisywane prasie: informacyjną, opiniotwórczą, edukacyjną, rozrywkową itd. I właśnie struktura treści oraz ranga funkcji poszczególnych pism pozwalają wydzielać rozmaite ich kategorie: opiniotwórcze, hobbystyczne, popularno-naukowe, kobiece, dziecięce i młodzieżowe, naukowe, rozrywkowe itd. Ale są też czasopisma, na treść których składają się – od pierwszej do ostatniej strony – przepisy kulinarne, ogłoszenia i reklamy, krzyżówki, dowcipy, porady dla majsterkowiczów itp. Pisma te – bo w sensie formalno-prawnym są to przecież pisma – nie pełnią właściwie żadnej spośród funkcji tradycyjnie przypisywanych prasie.

Warto dodać, że po roku 1990, w warunkach wolnego, konkurencyjnego rynku prasowego, tego typu wydawnictw „prasopodobnych” powstało i powstaje nadal bardzo wiele. Powtórzę więc: w sensie formalno-prawnym nie ma żadnej różnicy między miesięcznikiem „Twój Styl”, „Press” czy „Znak” a miesięcznikiem „Świeże Dowcipy” (bo formalnym kryterium „prasowości” jest częstotliwość). Ale taka sytuacja jest nie do utrzymania; więcej – z punktu widzenia medioznawstwa jest to sytuacja niebezpieczna, wręcz szkodliwa i wymaga zmiany (poprzez włączenie do listy kryteriów „prasowości” wymagań w odniesieniu do treści wytworu drukowego).

Reasumując, obowiązująca obecnie definicja normatywna pojęcia „prasa” wymaga nowelizacji. Utrzymywanie jej w kształcie określonym ustawą o prawie prasowym z roku 1984 sprawia, że definicja jest zupełnie nieadekwatna do aktualnej sytuacji w systemie i na rynku medialnym i – co gorsza – sprzyja pogłębianiu się terminologicznego chaosu. Nie służy to dobrze medioznawstwu jako nauce, wręcz odwrotnie: obniża jej społeczny autorytet i wartość poznawczą. Nowa definicja pojęcia „prasa” powinna być „odchudzona”, poprzez usunięcie wskazanych wyżej fragmentów, które są dziś tylko potwierdzeniem, że definicja pochodzi sprzed wielu lat, dotyczy innej rzeczywistości medialnej i że sformułowano ją z uwzględnieniem celów ideologicznych. Ale nowa definicja powinna też być podwójnie dookreślona, poprzez uszczegółowienie nie tylko formalnych wyznaczników, ale i zakresu merytorycznego (treści) wytworu drukowego, co warunkowałoby włączenie go do kategorii „prasa”. Jako bardziej racjonalną oceniam też propozycję, by nowa definicja pojęcia „prasa” odnosiła się do prasy sensu stricto, a nie prasy sensu largo. Jest to o tyle uzasadnione, że zasady funkcjonowania „tradycyjnych” mediów elektronicznych (radio i telewizja) określone są w osobnych aktach prawnych, przede wszystkim – w ustawie o radiofonii i telewizji.

BIBLIOGRAFIA

- Barta J., Markiewicz R. (1998), *Internet a prawo*, Universitas, Kraków.
- Dobosz I. (2006), *Prawo prasowe. Podręcznik*, Wolters Kluwer, Kraków.
- Goban-Klas T. (2001), *Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków.

- Grotowski J. (1976), *Radio zakładowe*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3.
- Hetmański M. (2001), *Internet jako środek tworzenia i komunikowania wiedzy*, [w:] T. Zasępa (red), *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*, Wydawnictwo Edycja Świętego Pawła, Częstochowa.
- Krawczyk J. (1972), *Informacja ekonomiczna w prasie zakładowej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1.
- Masłyk E. (1974), *Rola prasy zakładowej w zaspokajaniu potrzeb informacyjnych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3.
- Maślanka J. (red.), (1976), *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Ossolineum, Wrocław.
- Nowa encyklopedia powszechna* (1996), PWN, Warszawa.
- Olsański L. (2006), *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Orzewski W. (2004), *Prawo w mediach. Prawne aspekty działalności wydawniczej, reklamowej i poligraficznej. Wiadomości podręczne*, Wydawnictwo Inicjał, Warszawa.
- Pietryga T. (2007), *Gminy tworzą e-urzędy*, „Rzeczpospolita”, 23.10.
- Pisarek W. (2006) (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków.
- Szczęśna E. (2002), *Słownik pojęć i tekstów kultury. Terytoria słowa*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Wikariak S. (2007), *Internet umyka prawu*, „Rzeczpospolita”, 19.12.
- www.wirtualnycmentarz.pl, (data dostępu: 19.12.2007).
- Załubski J. (2005), *Komu jest potrzebne prasoznawstwo?*, „Studia Medioznawcze”, nr 4, s. 27–39.
- Zwierzchowski Z. (2007), *Do e-sklepu po umywalkę i lampę*, „Rzeczpospolita”, 3–4.11.
- Zychowicz P. (2007), *Zbrodniarze z YouTube*, „Rzeczpospolita”, 9.11.