

# **MEDIA W ERZE CYFROWEJ**

**Wyzwania i zagrożenia**

**redakcja naukowa**

**Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz**

**Monika Nowikowska, Krzysztof Wąsowski**

---

Otylia Bieniek, Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz

Maciej Ciesielski, Piotr Dela, Mirosław Karpiuk

Karol Kościński, Monika Nowikowska, Filip Radoniewicz

Jacek Sobczak, Izabela Stańczuk

---

---



Wolters Kluwer

**Polecamy w serii:**

Wpływ decyzji Urzędu Patentowego RP na postępowanie cywilne w sprawach z zakresu prawa własności przemysłowej

*Arkadiusz Sadza*

Ochrona wzorów użytkowych

*Marcin Balicki*

Tłumaczenie w prawie autorskim

*Jakub M. Doliński*

Test trójstopniowy w prawie autorskim. Paradygmaty prawa autorskiego

*Piotr Niezgódka*

Domeny internetowe. Teoria i praktyka

*redakcja naukowa Ireneusz Matusiak*

Ustalenie kwoty stosownego wynagrodzenia za naruszenie autorskich praw majątkowych

*Lukasz Maryniak*

Naukowe i krytyczne wydania tekstów jako przedmiot prawa autorskiego i praw pokrewnych

*Bohdan Widła*

Ograniczenie ochrony patentowej a naruszenie patentu

*Justyna Ożegalska-Trybalska*

Pośrednicy internetowi w prawie Unii Europejskiej. Rola i obowiązki wobec treści użytkowników

*Magdalena Piech*

Autorskie prawa osobiste w obrocie prawnym

*Michał Wyrwiński*

Swoboda wypowiedzi artystycznej. Standardy międzynarodowe i krajowe

*Marcin Górski*

Naruszenie prawa do znaku towarowego renomowanego. Studium prawnoporównawcze

*Joanna Sitko*

Zarząd wspólnym prawem autorskim

*Michał Markiewicz*



# **MEDIA W ERZE CYFROWEJ**

**Wyzwania i zagrożenia**

**redakcja naukowa**

**Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz**

**Monika Nowikowska, Krzysztof Wąsowski**

---

Otylia Bieniek, Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz

Maciej Ciesielski, Piotr Dela, Mirosław Karpiuk

Karol Kościński, Monika Nowikowska, Filip Radoniewicz

Jacek Sobczak, Izabela Stańczuk

---



SERIA **MONOGRAFIE**

Publikacja dofinansowana przez Akademię Sztuki Wojennej

Stan prawny na 1 lutego 2021 r.

Redakcja serii

Janusz Barta

Ryszard Markiewicz

Andrzej Matlak

Alicja Pollesch

Recenzent

Dr hab. Wojciech Machała

Wydawca

Monika Pawłowska

Redaktor prowadzący

Tomasz Pietrzak

Opracowanie redakcyjne

Agnieszka Witczak

Projekt okładek serii

Wojtek Kwiecień-Janikowski, Przemek Dębowski

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2021

ISBN 978-83-8223-762-7

ISSN 1897-4392

Dział Praw Autorskich

01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33

tel. 22 535 82 19

e-mail: [ksiazki@wolterskluwer.pl](mailto:ksiazki@wolterskluwer.pl)

księgarnia internetowa [www.profinfo.pl](http://www.profinfo.pl)

## SPIS TREŚCI

<b>Wykaz skrótów .....</b>	<b>7</b>
<b>Wstęp .....</b>	<b>11</b>
<i>Jacek Sobczak</i>	
<b>Zmiana paradygmatu wolności środków społecznego przekazu wobec nowych mediów w dobie konwergencji .....</b>	<b>15</b>
<i>Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz</i>	
<b>Redefinicja celów interesu publicznego w nowych mediach. Od deregulacji do ponownej regulacji? .....</b>	<b>57</b>
<i>Maciej Ciesielski</i>	
<b>Rola mediów przy definiowaniu kwestii bezpieczeństwa .....</b>	<b>71</b>
<i>Piotr Dela</i>	
<b>Cele i sposoby oddziaływania w konflikcie z wykorzystaniem cyberprzestrzeni .....</b>	<b>103</b>
<i>Karol Kościński</i>	
<b>Ewolucja europejskich regulacji służących ochronie małoletnich przed dostępem do treści audiowizualnych szkodliwych dla ich rozwoju.....</b>	<b>125</b>
<i>Filip Radoniewicz</i>	
<b>Zwalczanie nielegalnych treści w internecie – aspekty wybrane .....</b>	<b>155</b>

---

<i>Monika Nowikowska</i> <b>Zjawisko „trollingu” w internecie .....</b>	189
<i>Otylia Bieniek</i> <b>Współczesna reklama internetowa a poszanowanie prywatnej sfery życia człowieka.....</b>	205
<i>Izabela Stańczuk</i> <b>Dane osobowe jako „waluta” związana z uczestnictwem w mediach społecznościowych .....</b>	227
<i>Mirosław Karpiuk</i> <b>Rola Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w przeciwdziałaniu nieuprawnionemu ograniczaniu korzystania z wolności słowa w radiofonii i telewizji .....</b>	245
<i>Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz</i> <b>Droga do regulacji? Dezinformacja w przekazie medialnym</b>	257
<i>Monika Nowikowska</i> <b>Mowa nienawiści a wolność wypowiedzi .....</b>	279
<b>Autorzy.....</b>	301

## WYKAZ SKRÓTÓW

### Źródła prawa

- dyrektywa AVMS – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z 10.03.2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (Dz.Urz. UE L 95, s. 1)
- dyrektywa o handlu elektronicznym – dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 8.06.2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym) (Dz.Urz. WE L 178, s. 1)
- EKPC/Europejska Konwencja – Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, sporządzona w Rzymie z 4.11.1950 r. (Dz.U. z 1993 r. Nr 61, poz. 284 ze zm.)
- k.c. – ustawa z 23.04.1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2020 r. poz. 1740 ze zm.)
- k.k. – ustawa z 6.06.1997 r. – Kodeks karny (Dz.U. z 2020 r. poz. 1444 ze zm.)
- Konstytucja RP – Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2.04.1997 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483 ze zm.)
- k.p.k. – ustawa z 6.06.1997 r. – Kodeks postępowania karnego (Dz.U. z 2020 r. poz. 30 ze zm.)
- pr. pras. – ustawa z 26.01.1984 r. – Prawo prasowe (Dz.U. z 2018 r. poz. 1914)

RODO	- rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27.04.2016 r. 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.Urz. UE L 119, s. 1, ze zm.)
TUE	- Traktat o Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana: Dz.Urz. UE C 202 z 7.06.2016, s. 13)
u.r.t.	- ustawa z 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2020 r. poz. 805)

## Organy, instytucje i inne podmioty

ABW	- Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego
ETPC	- Europejski Trybunał Praw Człowieka
KE	- Komisja Europejska
KRRiT	- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
NSA	- Naczelny Sąd Administracyjny
SA	- Sąd Apelacyjny
SN	- Sąd Najwyższy
SO	- Sąd Okręgowy
TK	- Trybunał Konstytucyjny
TS/TSUE	- Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej
UE	- Unia Europejska
WE	- Wspólnoty Europejskie
WSA	- Wojewódzki Sąd Administracyjny

## Czasopisma, publikatory i zbiory orzecznictwa

CzPKiNP	- Czasopisma Prawa Karnego i Nauk Penalnych
Dz.U.	- Dziennik Ustaw
Dz.Urz. UE	- Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej
EPS	- Europejski Przegląd Sądowy
OSNC	- Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Cywilna
OSNKW	- Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Karna i Wojskowa
OSNwSK	- Orzecznictwo Sądu Najwyższego w Sprawach Karnych
OSP	- Orzecznictwo Sądów Polskich



---

OTK	- Orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego
OTK-A	- Orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego. Zbiór Urzędowy. Seria A
Pal.	- Palestra
PiP	- Państwo i Prawo
Prok. i Pr.	- Prokuratura i Prawo
R.Pr.	- Radca Prawny



## WSTĘP

Analiza zagrożeń i wyzwań związanych z funkcjonowaniem mediów w społeczeństwie informacyjnym stanowi aktualny i ważny temat badawczy. XXI wiek stawia przed ludzkością coraz to nowsze wyzwania. Rozwój nowych technologii powoduje powstawanie nowych zjawisk w mediach, a otoczenie technologiczne i prawne podlega ciągłym i dynamicznym zmianom. Należy podkreślić, że problematyka mediów jest bardzo szeroka, jako że działalność mediów jest bardzo różnorodna. Prawo mediów dotyczy takich dziedzin, jak prawo prasowe, prawo autorskie, prawo reklamy, prawo internetu czy funkcjonowanie nadawców radiowych i dostawców audiowizualnych usług medialnych. Zawarte w niniejszym opracowaniu teksty stanowią rezultat badań autorów nad budzącymi ich zainteresowanie naukowe problemami. Wybór zagadnień w publikacji związany jest z szeroko rozumianymi mediami. Celem autorów było przybliżenie Czytelnikom najistotniejszych zagadnień prawnych związanych z prasą drukowaną, radiem i telewizją, internetem oraz zagrożeń i wyzwań towarzyszących ich funkcjonowaniu.

Przekazywana w ręce Czytelników publikacja dotyczy problematyki bardzo żywo dyskutowanej zarówno w Polsce, jak i w wielu innych krajach. W artykule zatytułowanym „Zmiana paradygmatu wolności środków społecznego przekazu wobec nowych mediów w dobie konwergencji” prof. dr hab. Jacek Sobczak przybliżył pojęcie nowych mediów, które wiąże się z upowszechnieniem komputerów i telewizją satelitarną. Autor zauważa, że nowe media zmieniają dotychczasowy model komunikacji masowej, a użytkownik przestaje być biernym odbiorcą, pozbawionym możliwości reagowania na nadawany komunikat. Szczegółowej analizie poddane zostało także pojęcie konwergencji rozumianej jako wzajemna

remediacja różnych technologii: telefonu, telewizji i komputera, z których każda jest hybrydą technicznych, społecznych i ekonomicznych praktyk.

Dr hab. Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz w artykule „Redefinicja celów interesu publicznego w nowych mediach. Od deregulacji do ponownej regulacji?” wskazuje, że rozwój nowych technologii wymaga nowego podejścia regulacyjnego, a także redefinicji celów interesu publicznego oraz obowiązków państwa w procesie regulacji tych obszarów, które dotyczą kluczowych kwestii związanych z funkcjonowaniem rynku cyfrowego. Autorka omawia prawidłowość polegającą na odejściu od deregulacyjnego podejścia do nowych mediów na rzecz ponownej regulacji. Zmiana technologii komunikowania zasadniczo zmienia zasady funkcjonowania jednostek i całych społeczności. Wolność w środowisku internetowym wymaga zapewnienia bezpieczeństwa i ochrony podstawowych wartości, w tym aksjologii państwa. W drugim artykule, zatytułowanym „Droga do regulacji? Dezinformacja w przekazie medialnym” przybliżone zostało zjawisko dezinformacji. Autorka wskazuje, że rozwój ery cyfrowej, który miał sprawić, że świat będzie bardziej funkcjonalny, równocześnie utworzył pole dla wielu zagrożeń, które rosną w siłę w bardzo dynamicznym tempie. Chcąc uzyskać informacje o otaczającym świecie i aktualnych wydarzeniach, coraz trudniej odróżnić prawdę od fikcji.

Dr Maciej Ciesielski w artykule „Rola mediów przy definiowaniu kwestii bezpieczeństwa” podjął próbę zdefiniowania problemów bezpieczeństwa oraz wyboru metod i technik neutralizowania zidentyfikowanych zagrożeń. Omawiając wskazane zagadnienia, autor uznał, że na plan pierwszy wysuwają się media i ich udział w procesach społecznych wpływających na postrzeganie (poczucie) bezpieczeństwa, które następnie znajdują odzwierciedlenie w treści regulacji prawnych.

Płk dr hab. inż. Piotr Dela w artykule „Cele i sposoby oddziaływania w konflikcie z wykorzystaniem cyberprzestrzeni” przedstawił najważniejsze cele współczesnych konfliktów z wykorzystaniem cyberprzestrzeni oraz sposoby ich realizacji. W pierwszej kolejności uwagę skupił na istocie konfliktu w ujęciu prakseologicznym i cyberprzestrzeni jako

środowiska konfliktu, co umożliwiło zidentyfikowanie i sklasyfikowanie celów konfliktów w dobie cyberprzestrzeni. Zaprezentował także sposoby oddziaływania w konflikcie, zaliczając do nich dezinformację, propagandę, oddziaływanie informatyczne i oddziaływanie kinetyczne.

Problematykę ochrony małoletnich w sieci poruszył Karol Kościński w tekście zatytułowanym „Ewolucja europejskich regulacji służących ochronie małoletnich przed dostępem do treści audiowizualnych szkodliwych dla ich rozwoju”, natomiast dr Filip Radoniewicz omówił zagadnienie zwalczania nielegalnych treści w internecie. Autor wyszedł od założenia, że internet stanowi główne medium służące rozpowszechnianiu wszelkiego rodzaju nielegalnych treści, takich jak pornografia dziecięca czy tzw. materiały terrorystyczne. Wynika to z kilku zasadniczych czynników. Po pierwsze, z szerokiej dostępności internetu oraz z jego globalnego zasięgu. Po drugie, z przeświadczenia o możliwości zachowania anonimowości zarówno przez osoby korzystające z internetu, jak i przez potencjalnych sprawców przestępstw popełnianych za jego pośrednictwem.

Dr Monika Nowikowska w artykule „Mowa nienawiści a wolność wypowiedzi” wykazuje, że rozwój nowych technologii powoduje powstawanie nowych, niepożądanych form wypowiedzi, takich jak mowa nienawiści. Zjawisko to wiąże się w głównej mierze z rozwojem środowiska internetowego i szeroko pojętych mediów społecznościowych. Źródeł mowy nienawiści doszukuje się w uprzedzeniach o podłożu politycznym, religijnym, rasowym. W opinii autorki problematyka mowy nienawiści stanowi jedno z głównych wyzwań, przed jakimi stają współczesne media. Poruszona tematyka ilustruje poszukiwanie kompromisu pomiędzy wolnością wypowiedzi – z jednej strony – a poszanowaniem dóbr osobistych człowieka – z drugiej. W drugim artykule, zatytułowanym „Zjawisko «trollingu» w internecie” autorka omawia nowe antyspołeczne zachowania w internecie, takie jak: dezinformacja, walka informacyjna, trolling. Zauważa, że w interesie każdego państwa w obszarze bezpieczeństwa informacyjnego leży dysponowanie skutecznym narodowym potencjałem bezpieczeństwa zapewniającym gotowość i zdolność do zapobiegania zagrożeniom występującym w przestrzeni informacyjnej (infosferze).

Dr hab. Mirosław Karpiuk omówił rolę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w zakresie przeciwdziałania nieuprawnionemu ograniczaniu korzystania z wolności słowa w radiofonii i telewizji.

Otylia Bieniek w artykule „Współczesna reklama internetowa a poszanowanie prywatnej sfery życia człowieka” poruszyła zagadnienie reklamy jako kontraktu zawartego między użytkownikami internetu a reklamodawcami. Autorka wskazuje, że jednym z głównych zagrożeń płynących z funkcjonowania reklamy internetowej jest to, że stanowi ona podstawowy cel korporacyjnej inwigilacji internetowej. Natomiast Izabela Stańczuk w artykule „Dane osobowe jako «waluta» związana z uczestnictwem w mediach społecznościowych” przybliżyła zagadnienie danych osobowych jako „waluty” związanej z uczestnictwem w mediach społecznościowych.

Autorzy postawili sobie za cel przybliżenie Czytelnikom najistotniejszych zagadnień prawnych związanych z zagrożeniami, jakie wynikają z funkcjonowania szeroko rozumianych mediów, poszukując pewnych generalnych tendencji i wspólnych zapatorywań, co do wyzwań, jakie stoją przed nowymi mediami.

*Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz  
Monika Nowikowska  
Krzysztof Wąsowski*

*Warszawa, 9.02.2021 r.*

Jacek Sobczak

## ZMIANA PARADYGMATU WOLNOŚCI ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU WOBEC NOWYCH MEDIÓW W DOBIE KONWERCENCJI

Pojęcie nowych mediów pojawiło się w obiegu społecznym w latach 60. XX wieku. Wiąże się je z upowszechnieniem komputerów i telewizji satelitarnej. Praktycznie od początku pojawienia się tego terminu trwa spór z jednej strony o definicję tego pojęcia, z drugiej – o to, jakie środki przekazu należy zaliczać do nowych mediów. Spór ten pozostanie chyba nierozstrzygnięty, gdyż ciągle pojawiają się zupełnie nowe środki komunikowania lub odmiany już istniejących. Trudno w tym miejscu dokonywać przeglądu rozmaitych koncepcji nowych mediów<sup>1</sup>. Nie jest

---

<sup>1</sup> Kwestii ten poświęcono szereg rozpraw, wśród których wypada zwrócić uwagę na: M. Szpunar, *W stronę nowych mediów*, Toruń 2010, s. 11–76; K. Jakubowicz, *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwania nowych modeli*, Warszawa 2013, s. 149 i n.; J. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012; T. Goban-Klas, *Ontologia internetu [w:] Społeczeństwo informacyjne. Wizja czy rzeczywistość?*, red. L. Haber, Kraków 2004; U. Eco, *Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki [w:] Nowe media w komunikacji społecznej XX w. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002; P. Levy, *Drugi Potop [w:] Nowe media w komunikacji społecznej XX w. Antologia*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002; P. Ziarek, *Nowe media a polityka. Nowe formy komunikowania w obszarze polityki [w:] Nowe media i polityka. internet, demokracja, kampanie wyborcze*, red. M. Jeziński, Toruń 2009, s. 41–46; J. Jastrzębski, *Etyka nowych mediów [w:] Nowe media i polityka. internet, demokracja, kampanie wyborcze*, red. M. Jeziński, Toruń 2009, s. 74–78; M. Wnorowska, *Nowe media w okresie hibernacji politycznej [w:] Nowe media i polityka. internet, demokracja, kampanie wyborcze*, red. M. Jeziński, Toruń 2009,

to zresztą zadanie, które mieści się w podjętej problematyce. Piszący te słowa nie ma zamiaru wyręczać licznej rzeszy medioznawców, którzy w zbożnym trudzie starają się wyliczyć cechy nowych mediów, spierając się zajadłe o to, czy należy do nich telewizja, czy też jedynie internet i komputery, wywodząc, że znamieną dla nowych mediów jest reprezentacja numeryczna, modularność, automatyzacja, wariacyjność, transkodowanie<sup>2</sup> bądź interaktywność, obecność społeczna, bogactwo, autonomia, ludyczność, prywatność czy personalizacja<sup>3</sup>.

W literaturze zwracano uwagę także na to, że nowe media zmieniają dotychczasowy model komunikacji masowej, gdyż ich użytkownik przestaje być biernym odbiorcą, pozbawionym możliwości reagowania na nadawany komunikat.

Modny ostatnio termin „konwergencja” pochodzi od łacińskiego słowa *convergens* – „zbieżny”<sup>4</sup>, oznacza zbieżność, tworzenie się zbieżności, w etnografii i antropologii – podobieństwo wytworów kulturowych powstałych niezależnie od siebie u różnych ludów<sup>5</sup>. Pojemność terminu „konwergencja” powoduje, że obecny jest on w biologii, geologii, antropologii, matematyce, psychologii oraz socjologii<sup>6</sup>. W politologii termin „konwergencja” oznacza zbliżanie się do siebie, przy zachowaniu podstawowych cech charakterystycznych, określonych historycznie, roz-

---

s. 110–125; A. Grzesik-Robak, *Media tradycyjne wobec nowych rozwiązań technologicznych – szanse czy zagrożenie* [w:] *Nowe media a media tradycyjne. Prasa, reklama, internet*, red. M. Jeziński, Toruń 2009, s. 27–35; A. Borasińska, *Nowe media – (nowa) psychologia odbiorcy* [w:] *Nowe media a media tradycyjne. Prasa, reklama, internet*, red. M. Jeziński, Toruń 2009, s. 36–43.

<sup>2</sup> Zob. L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Warszawa 2006, s. 119–120.

<sup>3</sup> Zob. M. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 156.

<sup>4</sup> J. Sondel, *Słownik łacińsko-polski dla prawników i historyków*, Kraków 2006, s. 223.

<sup>5</sup> J. Tokarski, *Słownik wyrazów obcych* PWN, Warszawa 1978, s. 389.

<sup>6</sup> Na wieloznaczność terminu „konwergencja” zwraca uwagę K. Kopecka-Piech w artykule *Koncepcje konwergencji mediów*, „*Studia Medioznawcze*” 2011/3(46), s. 11–12. W kwestii pojmowania konwergencji w socjologii zob. E.G. Bormann, *Making Communication and Group Decision Making* [w:] *Communication and Group Decision Making*, ed. by R.Y. Hirokawa, M. Scott Poole, Thousand Oaks 1996, s. 81, 88. Zob. także K. Olechnicki, P. Załęcki, *Słownik socjologiczny*, Toruń 1997, s. 101.



bieżnych kierunków, takich jak: liberalizm, ewolucyjny konserwatyzm i demokratyczny socjalizm. Zjawisko to przewidywał już w 1859 r. John Stuart Mill<sup>7</sup>. O konwergencji mówi się także w aspekcie ekonomicznym, jako o zbliżaniu się państw pod względem produktywności dochodu na głowę mieszkańca<sup>8</sup>. Konwergencja rozpoznawana jest także w prawie, jako zjawisko polegające na przejmowaniu rozwiązań prawa anglosaskiego na kontynencie oraz wątków prawa kontynentalnego w Anglii. W ten sposób kształtować się ma prawo europejskie, stanowiące syntezę obu tradycji prawnych, ale z przewagą *common law*<sup>9</sup>.

W odniesieniu do środków przekazu istnieje spór w literaturze co do tego, kto pojęcie „konwergencji” odniósł do mediów. Według Stewarta Branda był to Nicholas Negroponte, który posłużył się tym określeniem w 1973 r.<sup>10</sup> Natomiast Alexander Halavis wskazuje, że kwestię tę zdefiniował Ithiel de Sola Pool w pracy *Technologies of Freedom*<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> J.S. Mill, *O wolności* [w:] J. S. Mill, *O wolności. O zasadzie użyteczności*, przeł. A. Kurlandzka, F. Mierzejewski, Warszawa 2003, s. 74. Zob. H. Izdebski, *Doktryny polityczno-prawne. Fundamenty współczesnych państw*, Warszawa 2010, s. 33–34. W literaturze wskazuje się, że doktrynalnym skutkiem konwergencji jest ugruntowanie się konstrukcji i modelu demokracji liberalnej.

<sup>8</sup> G. Bannok, R.E. Baxter, E. Davis, *Dictionary of Economics*, Princeton 2003, s. 75.

<sup>9</sup> H. Izdebski, *Elementy teorii filozofii prawa*, Warszawa 2008, s. 196 i 281; H. Izdebski, *Doktryny...*, s. 244–246; A. Peters, I. Pagotto, *Miękkie prawo jako nowa metoda zarządzania w Unii Europejskiej – perspektywa prawna* [w:] *Nowe metody zarządzania w państwach Unii Europejskiej*, red. L. Kolarska-Bobińska, Warszawa 2009. Zob. także Z. Brodecki, M. Konopacka, A. Brodecka-Chamera, *Komparatystyka kultur prawnych*, Warszawa 2010, s. 15–24 i 81–99; por. także: T. Stawecki, *Konwergencja i dywergencja porządków prawnych w sferze tworzenia prawa* [w:] *Konwergencja czy dywergencja kultur i systemów prawnych*, red. O. Nawrot, S. Sykuna, J. Zajadło, Warszawa 2012, s. 24–74; G. Maroń, *Zasady prawa jako składnik kultury prawnej* [w:] *Konwergencja...*, red. O. Nawrot, S. Sykuna, J. Zajadło, s. 223–232; M. Romanowicz, *Zasady interpretacji prawa traktatowego jako źródło konwergencji kultur prawnych* [w:] *Konwergencja...*, red. O. Nawrot, S. Sykuna, J. Zajadło, s. 291–293; M.E. Stefaniuk, T. Woś, *Zakres konwergencji w kształtowaniu pozycji ustrojowej oraz sposobu ochrony praw człowieka i obywatela przez ombudsmanów w państwach europejskich* [w:] *Konwergencja...*, red. O. Nawrot, S. Sykuna, J. Zajadło, s. 299–307.

<sup>10</sup> S. Brand. *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, New York 1988.

<sup>11</sup> A. Halavais, *Convergence* [w:] *Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology*, red. S. Jones, Thousand Oaks 2003. Por. I. de Sola Pool, *Technologies of Freedom*, Cambridge 1983. Za pierwszeństwem Ithiela de Sola Poola jako „proroka” konwergencji w odniesieniu do mediów opowiadał się Henry Jenkins, *Kultura*

Zdaniem Ithiela de Sola Poola konwergencja mediów, nazywana przez niego konwergencją trybów (*convergence of modes*), to zacieranie granic między środkami przekazu (mediami), tj. pocztą, telefonem i telegrafem, a komunikacją masową w postaci prasy drukowanej, radia i telewizji<sup>12</sup>. Podnosił on, że usługa przekazywana w przeszłości przez pojedynczy środek przekazu, tj. telewizję, radio, prasę drukowaną czy telefonię, może być obecnie realizowana na kilka różnych sposobów. Przewidywał on, że różne systemy medialne będą rywalizować między sobą bądź współpracować w poszukiwaniu stabilizacji<sup>13</sup>. Nicholas Negroponte nie posłużył się w prawdzie terminem „konwergencja”, ale w opublikowanej w 1979 r. pracy sformułował teorię nakładających się trzech obszarów, a mianowicie: przemysłu nadawców telewizyjnych i radiowych (*broadcast and motion picture industry*), przemysłu komputerowego (*computer industry*) i przemysłu wydawniczego (*print and publishing industry*)<sup>14</sup>.

Dość charakterystycznym zjawiskiem jest to, że posługując się terminem „konwergencja”, nie podejmowano dość długo próby sformułowania jej definicji. W 2000 r. Jay David Bolter i Richard Grusin wskazali, że „konwergencja to wzajemna remediacja przynajmniej trzech ważnych technologii: telefonu, telewizji i komputera, z których każda jest hybrydą technicznych, społecznych i ekonomicznych praktyk, oferując swoją własną ścieżkę natychmiastowości”<sup>15</sup>. Niestety w definicji tej posłużono się nieostrym terminem „remediacja”, akcentując jego związek z konwergencją. Określenie to polegać ma na zastosowaniu jednego środka przekazu, który stanowi w określonym czasie dominujący środek rozpowszechnienia literatury przez inne medium, nowsze. Procesy remediacji podlegać mają „podwójnej logice immediacji i hipermediacji,

---

konwergencji. *Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2006.

<sup>12</sup> I. de Sola Pool, *Technologies...*, s. 23.

<sup>13</sup> I. de Sola Pool, *Technologies...*, s. 53–54.

<sup>14</sup> N. Negroponte, *Cyfrowe życie. Jak odnaleźć się w świecie komputerów*, przeł. M. Łakomy, Warszawa 1997, s. 6. R. Gordon, *Convergence defined* [w:] *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, ed. by K. Kawamoto Lanham 2003, <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php> (dostęp: 21.02.2016 r.).

<sup>15</sup> J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge 2000, s. 224, przekład cyt. J.S.

czyli przeźroczyści i nieprzeźroczyści”. Dzieło w trybie immediacji ma za zadanie zniknąć przed odbiorcą, okazując mu możliwie najwierniej prezentowaną rzeczywistość. Natomiast w procesie hipermediacji przekaz wprzęga jak najwięcej różnych mediów, stając się ich konglomeratem. Przykładem immediacji może być kino, przykładem hipermediacji internet. Remediacja dokonuje się w tzw. polu pisma, czyli w przestrzeni, w której od wieków wyrażał się ludzki umysł, a na którym trudno odróżnić moment, gdzie zaczyna się to pole, a gdzie pojawia się umysł. Dla hipertekstu polem pisma będzie interaktywny ekran<sup>16</sup>.

Problemem okazała się także definicja konwergencji. Według Henry’ego Jenkinsa przez pojęcie to należy rozumieć technologiczne, przemysłowe, kulturowe, społeczne i globalne zmiany sposobów cyrkulacji mediów w obrębie kultury. Autor ten wskazuje, że pod pojęciem tym należy również rozumieć przepływ treści między różnymi platformami medialnymi, poszukiwanie nowych struktur finansowania mediów oraz zachowania migracyjne publiczności medialnej, przemieszczającej się dowolnie w poszukiwaniu rozrywki. Zauważał on, że w szerszym ujęciu konwergencja mediów odnosi się do sytuacji, w której współegzystują ze sobą różne systemy medialne, a treści medialne przepływają między tymi systemami bez przeszkód. Tak rozumiana konwergencja nie jest ustalonym porządkiem, lecz ciągłym procesem lub serią zdarzeń pomiędzy różnymi systemami medialnymi. Przepływ treści medialnych spowodowany względami komercyjnymi – konwergencję technologiczną sprowadzał H. Jenkins głównie do cyfryzacji treści medialnych; konwergencję ekonomiczną do integracji horyzontalnej, określanej także jako połączenia korporacyjne. Przez konwergencję społeczną chciał rozumieć wybierane przez konsumentów rozliczne strategie nawigacji w nowym, informacyjnym środowisku. Natomiast konwergencję kulturową definiował jako wykorzystywanie nowych form kreatywności na pograniczu różnych technologii medialnych, przemysłów i konsumentów mediów. Pod pojęciem konwergencji globalnej H. Jenkins chciał rozumieć hybrydyzację jako konsekwencję międzynarodowego krążenia zawartości

---

<sup>16</sup> J.D. Bolter, *Przestrzeń pisma. Komputery, hipertekst i remediacja druku*, Kraków–Bydgoszcz 2014, <http://www.ha.art.pl/wydawnictwo/nowe-ksiazki/3480-przestrzen-pisma> (dostęp: 21.02.2016 r.).

mediów<sup>17</sup>. Zbieżność interesów i integracji przedsiębiorstw należących do rynków medialnych, informatycznych, telekomunikacyjnych i rozrywkowych H. Jenkins określał jako konwergencję korporacyjną (*corporate convergence*). Natomiast przez konwergencją oddolną (*grassroots convergence*) rozumiał nieformalny, czasem także nieautoryzowany przepływ treści medialnych, który następuje w sytuacji, gdy konsumenci łatwo mogą archiwizować, komentować, przejmować i redystrybuować treści medialne. Pod pojęciem konwergencji technologicznej rozumiał łączenie różnych funkcji w obrębie jednego urządzenia<sup>18</sup>.

Nawiązując do koncepcji H. Jenkinsa, Michel Dupagne i Bruce Garrison wskazywali, że konwergencja mediów jest zjawiskiem złożonym i wyróżnić należy trzy jej formy: techniczną, ekonomiczną i regulacyjną. Pierwsza z nich – techniczna – polega na wspólnym występowaniu wszystkich form komunikacji medialnej w elektronicznej, cyfrowej formie, z zastosowaniem komputerów. Druga – ekonomiczna – sprowadza się do możliwości uzyskania dodatkowych przychodów, zwłaszcza z reklam, dzięki obecności informacji na różnych platformach. Ostatnia – regulacyjna – może przybierać charakter całkowity lub częściowy<sup>19</sup>.

Dość podobnie definiowali konwergencję Karol Jakubowicz, Tadeusz Kowalski i Bohdan Jung, wyróżniając konwergencję: przemysłową, rynków i – co szczególnie ważne – prawną. Przez konwergencję przemysłową autorzy ci chcieli rozumieć fuzję przedsiębiorstw działających dotąd na różnych polach, zmierzającą do tego, aby zakresem jednego podmiotu gospodarczego objąć produkcję sprzętu koniecznego dla stworzenia sieci, po wtóre odbioru ich zawartości, wreszcie samą zawartość, czyli informacje, dane i inne treści medialne. Jako konwergencję rynków widzieli oni powstawanie usług nowego typu i nowych powiązań między różnymi partnerami dostarczającymi te usługi konsumentom. Wreszcie

---

<sup>17</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 21–23.

<sup>18</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 256. Por. także M. Gołda-Sobczak, *Convergence of the Means of Social Communication and Press Law [w:] Konwergencja w prawie?*, red. J.J. Szczerbowski, Warszawa–Berlin 2016, s. 201–218.

<sup>19</sup> M. Dupagne, B. Garrison, *The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center*, „Journalism Studies” 2006/7/2, s. 239.

konwergencja prawna miała polegać na ujednoczeniu albo przynajmniej zbliżeniu przepisów regulujących różne dziedziny komunikowania, wyłączając z tego jednak ujednoczanie przepisów dotyczących z jednej strony telekomunikacji, radiofonii i telewizji, z drugiej – łączności<sup>20</sup>. Wywód ten w zakresie konwergencji prawnej nie wydaje się do końca jasny, jednak nie ulega wątpliwości, że proces takowy następuje i ma co najmniej dwa wymiary. Z jednej strony polskie przepisy prawne zbliżają się do rozwiązań europejskich, wypełniając postulaty zarówno prawa unijnego, jak i Rady Europy. Z drugiej strony można zaobserwować zbliżanie rozwiązań prawnych dotyczących prasy drukowanej oraz radiofonii i telewizji. Ten ostatni proces wydaje się jednak dość wolny.

W Polsce próbę zdefiniowania pojęcia konwergencji podjęła Katarzyna Kopecka-Piech, przyjmując, że jest ona „zasadą funkcjonowania środowiska medialnego, opierającą się na upodabnianiu się lub zbliżaniu się takich jednostek jak urządzenia, sieci, rynki i zawartość, a jej egzemplifikacje stanowią strategię komunikacyjne, projektowane przez nadawców i odbiorców”. Zwracała przy tym uwagę na to, że „konwergencja ma swój wymiar ekonomiczny, organizacyjny, technologiczny i społeczno-kulturowym, a w zakresie zawartości *stricte* medialny”<sup>21</sup>. Lucyna Słupek pod pojęciem konwergencji chce rozumieć upodabnianie się oferty nadawców komercyjnych i publicznych w warunkach narastającej konkurencji rynkowej, podkreślając, że nadawcy komercyjni dostarczają coraz więcej informacji i publicystyki, natomiast nadawcy publiczni zwiększają swoją ofertę w zakresie rozrywki. Tę ostatnią konstatację wypada jednak uznać za wysoce wątpliwą<sup>22</sup>. Autorka ta zauważa przy tym, że przejawem kon-

<sup>20</sup> K. Jakubowicz, B. Jung, T. Kowalski, *Założenia nowej ustawy o mediach elektronicznych oraz nowelizacji innych ustaw*, Studium w ramach PHARE PL 2001/IB/OT01, [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/pliki/publikacje/strategie/zielona\\_ksiega.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/strategie/zielona_ksiega.pdf), s. 16 (dostęp: 22.02.2016 r.).

<sup>21</sup> K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, s. 13–14.

<sup>22</sup> Zob. L. Słupek [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 105–106. W literaturze zauważa się, że w prawdzie od dawna w komunikowaniu masowym treści informacyjne i dostarczające rozrywki istniały obok siebie, jednak wraz z rozwojem mediów masowych zaczęły się wzajemnie przenikać. Rewolucja technologiczna końca XX w. i deregulacja rynku audiowizualnego, a także dynamiczny rozwój stacji komercyjnych i nasilająca się konkurencja sprawiły, że media zaczęły rywalizować o widza, słuchacza lub czytelnika poprzez ciągle uatrakcyjnianie swojej oferty, dostarczając

wergencji jest zjawisko *infotainment* (ang. *information + entertainment*). Niekiedy w literaturze wskazuje się, że konwergencja dotyczy z jednej strony mediów audiowizualnych i wykorzystujących pismo, z drugiej poszczególnych typów mediów audiowizualnych. Zauważa się, że nowe, cyfrowe media podlegają procesowi konwergencji znacznie łatwiej niż media analogowe, szczególnie w warstwie analogicznej. Jako przykład najbardziej zaawansowanego, jeśli chodzi o konwergencję narzędzia komunikacyjnego, podaje się telefon komórkowy<sup>23</sup>.

Według Michała Drożdża konwergencja to cały kompleks zjawisk wieloaspektowego upodabniania się urządzeń medialnych i komunikacyjnych, które zaczynają pełnić podobne funkcje, choć pierwotnie nie były ze sobą spokrewnione<sup>24</sup>. Zdaniem Krystyny Doktorowicz na problem konwergencji należy spojrzeć z punktu widzenia indywidualnego użytkownika, który z jednej strony może korzystać z wielu funkcji w jednym urządzeniu mobilnym, z drugiej jednak ma dostęp do tych samych produktów i usług komunikacyjnych na różnych platformach. Konwergencję ujmuje ona jako zjawisko technologiczne, podkreślając, że konwergencję technologiczną „w jej zaawansowanym wymiarze umożliwiają: pełna cyfryzacja wszystkich mediów oraz szerokopasmowa transmisja danych”, co tworzy nową skonwertowaną infrastrukturę komunikacyjną<sup>25</sup>. Koresponduje z tym stanowisko Tomasza Gobana-Klasa zauważającego, że „wprowadzenie kodu cyfrowego do tzw. nowych mediów sprawia, że następuje łącznie i konwergencja mediów,

---

coraz więcej rozrywki. Objawia się to w tym, że treści rozrywkowe wkraczają w obszar informacji i publicystyki nie tylko w prasie popularnej czy w ofercie stacji komercyjnych, ale także w prasie prestiżowej. Zob. R. Bartoszcze, J. Kołodziej [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 82.

<sup>23</sup> Zob. Z. Bauer, *Konwergencja* [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa–Bielsko-Biała 2007, s. 58–61.

<sup>24</sup> M. Drożdż, *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „*Studia Medioznawcze*” 2008/3(34), s. 85. Nieco wcześniej stanowisko to zaprezentował on w artykule *Różne wymiary konwergencji technologicznej*, „*Tarnowskie Studia Teologiczne*” 2007/36, s. 59.

<sup>25</sup> K. Doktorowicz, *Konwergencja technologiczna i strukturalna we współczesnych mediach. Skutki dla komunikacji, rynku i polityki* [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. Z. Oniszcuk, M. Wielopolska-Szymura, t. 1, Katowice 2012, s. 13.

operujących tym samym uniwersalnym systemem rejestracji i transmisji informacji<sup>26</sup>. W nieco późniejszej pracy wskazał on, że konwergencja jest połączeniem różnych platform: mediów drukowanych (dzienniki i czasopisma), mediów telekomunikacyjnych (telewizja, radio, nadawcy kablowi, telewizja satelitarna) oraz internetu<sup>27</sup>. Zauważał on przy tym, że idea łączenia różnych technologii i form mediów związana była z procesem ich ucyfrowienia. Godząc się z tym, Kazimierz Krzysztofek podkreślał, że masowe środki przekazu, telekomunikacja i komputery, które pojawiły się w epoce analogowej, stanowiły trzy odrębne media, które obecnie stopiły się w jedno<sup>28</sup>. W literaturze wskazywano, że proces cyfryzacji eliminuje granice między mediami, redukując zasady ich działania i sprowadzając je do wspólnego mianownika<sup>29</sup>. Podnoszono przy tym, że podstawowym założeniem konwergencji elektronicznej jest dostępność usługi niezależnie od kanału transmisyjnego<sup>30</sup>.

Termin „konwergencja” wykorzystywany był do opisu i wyjaśnienia wielu różnych zjawisk, co spowodowało, że sformułowano wiele typologii konwergencji, zauważając, że odnosi się ona zarówno do tego, co podlega konwergencji, a więc sieci urządzeń końcowych itd., jak i do tego, co się dzieje, gdy coś konwerguje<sup>31</sup>. Zdaniem Davida B. Yoffie konwergencja to unifikacja funkcji i łączenie uprzednio odrębnych produktów przy wykorzystaniu technologii cyfrowej<sup>32</sup>. Podobnie widzą

---

<sup>26</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 146.

<sup>27</sup> T. Goban-Klas, *Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów*, „*Studia Medioznawcze*” 2006/3(26), s. 18.

<sup>28</sup> K. Krzysztofek, *Status mediów cyfrowych: stare i nowe paradygmaty*, „*Global Media Journal – Polish Edition*” 2006/1, s. 14.

<sup>29</sup> D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, przeł. A. Hildebrandt, R. Glegoła, Warszawa 2001, s. 34.

<sup>30</sup> T. Kulisiewicz, *Konwergencja w komunikacji elektronicznej i jej wpływ na operatorów media i odbiorców* [w:] *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*, red. E. Bendyk, Warszawa 2007, s. 7, [http://kpsc.umk.pl/Content/45368/Raport\\_Kultura\\_2.0.pdf](http://kpsc.umk.pl/Content/45368/Raport_Kultura_2.0.pdf) (dostęp: 4.07.2019 r.).

<sup>31</sup> K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, s. 14; E. Appelgren, *Media Convergence and Digital News Services*, s. 42, <http://www.csc.kth.se/utbildning/forskar/avhandlingar/doktor/2007/AppelgrenEster.pdf> (dostęp: 4.07.2019 r.).

<sup>32</sup> D.B. Yoffie, *Introduction: CHES and Competing in the Age of Digital Convergence* [w:] *Competing in the Age of Digital Convergence*, ed. by D.B. Yoffie, Boston 1997, s. 2.

problem David J. Collis, P. William Bane i Stephen P. Bradley, zauważając, że konwergencja jest wynikiem powstania wspólnej sieci dystrybucyjnej zastępującej odrębne wcześniej sieci telefoniczne, telewizyjne i komputerów osobistych, co zmieniło dystrybucję wielu produktów i usług<sup>33</sup>.

Niektórzy postrzegają zjawisko konwergencji w środkach przekazu jako fragment teorii mediamorfozy, stworzonej przez Rogera Fidlera. W myśl jej założeń media znajdują się w chwili obecnej w przełomowym momencie w związku z przejściem na język cyfrowy. W efekcie ulegają przemianom nie tylko koncepcje i style komunikowania, ale także – w pierwszym rzędzie – narzędzia. Ich efektem jest pojawienie się zupełnie nowych form komunikowania<sup>34</sup>. Zwolennikiem koncepcji mediamorfozy jest Tadeusz Kowalski, wskazujący, że mediamorfoza to „złożony proces, który dokonuje się pomiędzy subiektywnymi potrzebami odbiorców, konsumentów i klientów (potrzeby kulturowe), stanem konkurencji na rynku mediów, istniejącą strukturą polityczną i jej zdolnościami do uwzględniania różnicujących się potrzeb i oczekiwań a innowacjami społecznymi i technologicznymi”<sup>35</sup>. W tym aspekcie konwergencja rozumiana jest jako przenikanie się dostępnych technologii, także cyfrowych, na pewnej wspólnej platformie. Zdaniem przywołanego autora funkcjonuje ona obok współewolucji i współistnienia, polegających na podleganiu procesowi komplementarności przez nowe formy komunikowania oraz kompleksowości. Pod tym ostatnim pojęciem chce on rozumieć proces samoregulacji mediów i dostosowania się ich do zmieniającego się otoczenia. T. Kowalski zwraca uwagę, że zmiany dokonujące się w dziedzinie komunikowania

---

<sup>33</sup> D.J. Collis, P.W. Bane, S.P. Bradley, *Winners and losers: Industry structure in the converging World of telecommunications, computing and entertainment* [w:] *Competing in the Age of Digital Convergence*, ed. by D.B. Yoffie, Boston 1997, s. 161. Korespondują z tym stanowiskiem poglądy Fredrika Hacklina, zob. F. Hacklin, *Management of Convergence in Innovation: Strategies and Capabilities for Value Creation Beyond Blurring Industry Boundaries*, Heidelberg 2007, s. 29, i Kennetha C. Killebrea widzącego w konwergencji połączenie dostarczania technologii informatycznych oraz możliwości interpretacji informacji poprzez wspólne nowe systemy jej rozpowszechniania, zob. K.C. Killebrew, *Managing media convergence: pathways to journalist cooperation*, Ames, Iowa 2005, s. 40.

<sup>34</sup> R. Fidler, *Medimorphosis Understanding New Media*, Thousand Oaks 1997, s. XXV.

<sup>35</sup> T. Kowalski, *Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów i mediach przyszłości w aspekcie konwergencji*, „Studia Medioznawcze” 2001/1(2), s. 25 i n.



pod wpływem w pierwszym rzędzie technologii cyfrowej mają znaczną szybkość, intensywność, kompleksowość i globalny charakter, a ponadto są w dużym stopniu następstwem trudnych do przewidzenia procesów rynkowych. Podkreśla przy tym, iż zmieniające się środki przekazu przejawiają rosnącą zdolność do globalizacji zasięgu przy zachowaniu lokalności w zakresie zawartości. Zauważa, że „motorem tych zmian i przeobrażeń jest przede wszystkim rynek i potrzeby konsumpcyjne”, w czym widzi odwrócenie tradycyjnego schematu epoki przemysłowej. Konstatuje, że zmiany w zakresie technologii konsumpcji wpływają na zmiany w procesie dystrybucji, te zaś domagają się technologicznych innowacji, umożliwiających zaspokojenie oczekiwań konsumentów. T. Kowalski wskazuje, że w warunkach „burzliwego pola” poszukiwanie stałych elementów i wizja przyszłości jest „niezwykle pożądanym składnikiem strategii postępowania i działania wszystkich podmiotów w sferze mediów”, poczynając od instytucji medialnych (prasowych, radiowych i telewizyjnych), po agencje informacyjne, organy regulacyjne czy instytucje edukacyjne w sferze dziennikarstwa i komunikowania<sup>36</sup>.

Zdaniem T. Kowalskiego rozwój technologii cyfrowej będzie sprzyjał personalizacji i interaktywności w sferze odbioru (użytkowania mediów). Odbiorcy, a może nawet bardziej użytkownicy, mediów będą mieli w tej sytuacji znacząco większe możliwości wyboru interesujących ich zawartości. Zauważa, że szybkość zmian zmniejsza pewność prognozowania, wywodząc, że przejście na cyfrowy system produkcji może w przyszłości zdecydowanie zwiększyć zainteresowanie prasą<sup>37</sup>.

<sup>36</sup> T. Kowalski, *Mediamorfoza...*, s. 22.

<sup>37</sup> Autor, jak się wydaje, nie zauważa jednak, że może się okazać (i w praktyce po piętnastu latach po ukazaniu się jego artykułu tak się okazało), iż będzie to zainteresowanie bardzo swoistą prasą, czyli głównie tabloidową, sensacyjną, niemającą specjalnych ambicji, skierowaną do ludzi niemających wygórowanych ambicji intelektualnych, schlebiającą gustom najszerzego i jednocześnie najmniej wyrobionego grona czytelników. D.R. Spencer, *The Yellow Journalism. The Press and America's Emergence as the World Power*, Evanston 2007; W. J. Campbell, *Yellow Journalism. Puncturing the Myths, Defining Legacies*, Westport 2001; *Politicainment. Television's Take on the Real*, ed. by K. Rieger, Bern 2007; K. Glynn, *Tabloid culture: Trash Taste, Popular Power, and the Transformation of American Television*, Durham 2000; A. Blackledge, *Discourse and Power in a Multilingual World*, Amsterdam 2005; L. Bennett, R. Entman, *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, New York 2001; R.L. Fox, R.W. Van Sickle, Th.L. Steiger, *Tabloid*

Zdaniem T. Kowalskiego rozwój technologii cyfrowej będzie sprzyjał personalizacji i interaktywności w sferze odbioru środków przekazu. Prognozuje on, że rozwój środków przekazu naruszy istniejące struktury interesów i powiązań, a w efekcie należy oczekiwać nie tylko postępu, ale także prób jego ograniczania, hamowania interesów społecznych, wreszcie korzystania z technologii w sposób najbardziej dogodny z punktu widzenia partykularnych interesów wpływowych grup medialnych. Tak więc cyfryzacja ujmowana jest jako czynnik wyzwalający konwergencję<sup>38</sup>. Inni badacze stoją jednak na stanowisku, że konwergencja jest reakcją na zmiany rynkowe w postaci spadku czytelnictwa i na zagrożenie spadkiem wpływów z reklam.

W literaturze ujmuje się dość szeroko czynniki sprawcze konwergencji, wskazując wśród nich: innowacje technologiczne łącznie z rosnącą rolą internetu i cyfrową rewolucją, globalizację, ale obok niej jednocześnie liberalizację, deregulację i prywatyzację rynku telekomunikacyjnego i medialnego, zmianę gustów konsumenckich oraz rosnącą zamożność społeczeństw, standaryzację technologiczną, poszukiwanie synergii, duże aspiracje aktorów na rynku medialnym oraz ograniczone możliwości dystrybucji materiałów przygotowywanych z przeznaczeniem dla tradycyjnych środków przekazu<sup>39</sup>. Poza ten obszar, nakreślony przez M.O. Wirtha, badacze w gruncie rzeczy nie wyszli, czasami jedynie odmiennie nazywając poszczególne zjawiska lub określając inną kolejność działających czynników.

---

*justice: criminal justice in an age of media frenzy*, Boulder 2007; R.L. Fox, R.W. Van Sickle, C. Sparks, J. Tulloch, *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*, Lanham 2000; J. Langer, *Tabloid Television, Popular Journalism and the „Other News”*, London–New York 1998; B. Franklin, *Newszak and News Media*, London 1998; F. Esser, *Tabloidization of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism*, „European Journal of Communication” 1999/14. Zob. w tym przedmiocie J. Sobczak, *Europejskie standardy swobody wypowiedzi a fenomen tabloidów – między obowiązkami a odpowiedzialnością*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013/1, s. 91–119.

<sup>38</sup> N. Negroponte, *Cyfrowe...*, s. 6.

<sup>39</sup> M.O. Wirth, *Issue in Media Convergence* [w:] *Handbook of media management and economics*, ed. by A.B. Albarran, S.M. Chan-Olmsted, M.O. Wirth, New Jersey 2006, s. 445, <http://naima.staff.ub.ac.id/files/2013/02/media-economic.pdf> (dostęp: 22.02.2016 r.).

Zgodzić się wypada ze stanowiskiem Jana Krefta, że zjawisko konwergencji powoduje wykształcenie się na medialnym rynku superkonkurentów, wykorzystujących ekonomię do walki o wyeliminowanie współzawodników gorzej przygotowanych, słabszych i mniej znaczących. Wpływa to na zmiany rynkowe, polegające na budowie nowych rynków, poprzez efektywne zwielokrotnienie dostarczanej oferty<sup>40</sup>. Autor ten wskazuje, że prezentacja informacji na różnych platformach oddziaływać może na zwiększenie ekonomicznych wpływów, co związane jest z docieraniem z treściami promocyjnymi do migrujących między platformami odbiorców<sup>41</sup>.

Pomysłów na typologię konwergencji jest w literaturze wiele. W tym miejscu wypada jeszcze zwrócić uwagę na koncepcję Davida Domingo, który wyróżnił cztery wymiary konwergencji, a mianowicie: integrację produkcji, wskazując, że może ona przybierać formy: współpracy, koordynacji i integracji. Jako drugi wymiar wskazał działanie wobec pracowników środków przekazu, którymi powinni być w jego ujęciu wielozadaniowscy profesjonalści, gotowi stworzyć materiał dla każdego medium i potrafiący zaadaptować materiał do każdego rodzaju mediów. Wyliczył przy tym D. Domingo trzy kategorie wielozadaniowości, a mianowicie: wielozadaniowość medialną, czyli tworzenie zawartości dla różnych mediów, wielozadaniowość tematyczną, polegającą na umiejętności przygotowania materiałów z różnych obszarów i wielozadaniowość techniczną, w ramach której pracownik jest w stanie wykonać większość zadań związanych z produkcją. Trzeci z wymiarów konwergencji związany jest z dostarczeniem mediów, a nazwany został przez D. Domingo wielokanałową dystrybucją. Ten wymiar konwergencji wydaje się być przy tym najbardziej widoczny dla przeciętnego odbiorcy. Ostatni z wymiarów konwergencji to aktywne audytorium. D. Domingo stwierdza, że zmiany w mediach powodują nie tylko zanikanie różnic między nimi, ale sprawiają także, że zanika dystans między nadawcami a odbiorcami, zmieniają się relacje między dziennikarzami a odbiorcami. Następuje redefinicja profesjonalnego dziennikarstwa, gdyż blogi, vlogi, filmy na

<sup>40</sup> J. Kreft, *Problemy z konwergencją*, „Studia Medioznawcze” 2011/3(46), s. 29.

<sup>41</sup> P.J. Shoemaker, S.D. Reese, *Mediating the Message: Theories of influences on mass media content*, New York 1996, s. 156–160, cyt. za: J. Kreft, *Problemy...*, s. 29.

YouTube i inne tego typu narzędzia umożliwiają samodzielną publikację materiałów w sieci, sprawiając, że każdy może zaprezentować własną treść medialną i zdobyć medialny zasięg<sup>42</sup>. Wypada zauważyć, że w tym ostatnim zakresie D. Domingo trafnie – jak się wydaje – rozpoznał istniejące tendencje, gdyż wzrasta zainteresowanie dziennikarstwem obywatelskim, wielką uwagę przyciągają wszelkie blogi, a coraz częściej prezentuje się w telewizji filmy i zdjęcia zrobione przez przypadkowych obserwatorów, i zachęca się przy tym wszystkich do przesyłania takich materiałów<sup>43</sup>. W efekcie w dość łatwy sposób poszczególne redakcje i wydawcy uzyskują dostęp do newsów, obniżając w ten sposób znacząco koszty. Z drugiej strony, odbiorcy wydają się być zainteresowani taką formą współpracy z prasą i czują się zaszczytzeni faktem, że ich materiały prezentowane są publicznie. Wadą takich działań jest anonimowość twórców, brak odpowiedzialności za materiał i standardów etycznych, zaangażowanie emocjonalne. W efekcie istnieje ryzyko poniesienia odpowiedzialności cywilnej, a niekiedy nawet karnej za przedstawiany materiał.

Jak podkreśla się w literaturze, zjawisko konwergencji ma charakter niezwykle złożony, zwłaszcza w perspektywie jego pomiaru. Dlatego też opracowano ramowy model kontinuum, składający się z pięciu poziomów: promocji krzyżowej, klonowania, kooptacji, dzielenia się treścią i wreszcie konwergencji<sup>44</sup>. Nie wdając się w opis działań pozwalających

---

<sup>42</sup> D. Domingo i in., *Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain*, referat wygłoszony podczas 8th International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas, 30–31.03.2007 r., s. 8–13, [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5114/1/Four\\_dimensions\\_of\\_journalistic\\_convergence.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5114/1/Four_dimensions_of_journalistic_convergence.pdf) (dostęp: 29.01.2021 r.).

<sup>43</sup> M. Deuze, *What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered*, „Journalism. Theory, Practice and Criticism” 2005/6/4, s. 442–464, <http://jou.sagepub.com/content/6/4/442> (dostęp: 22.02.2016 r.).

<sup>44</sup> Model ten zaproponowali L. Dailey, L. Demo, M. Spillman, *The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms*, „Atlantic Journal of Communication” 2007/13/3, s. 154–155. Jako przykład promocji krzyżowej, będącej pierwszym etapem na drodze do konwergencji, wskazuje się w literaturze prezentowanie logo stacji telewizyjnej w artykule prasowym lub odsyłanie w programie telewizyjnym do pogłębiionych analiz w gazecie. Zauważa się jednak, że w centralnym etapie śródki przekazu jednocześnie konkurują i współpracują ze sobą, promują i dzielą informacjami na tematy, nad którymi pracują.

na pomiar konwergencji i odsyłając w tym zakresie do szczegółowych badań<sup>45</sup>, wypada zgodzić się z poglądem, że konwergencja jest elementem strategii firm, a dziennikarze są jedynie wykonawcami tej strategii<sup>46</sup>. Dość wątpliwe wydają się stwierdzenia, że konwergencja winna wspierać standardy dobrego dziennikarstwa, umożliwiając „czerpanie korzyści z jednoczesnego dostarczania informacji online, poprzez druk i nadawanie tam, gdzie chcą odbiorcy”<sup>47</sup>.

Zauważa się, że środki przekazu, które uległy konwergencji, zdobyły nowe cechy, wśród których wymienia się zwykle interaktywność, odmasowienie czy asynchroniczność<sup>48</sup>. Marian Gierula zwraca uwagę na możliwość selekcji i dostosowanie komunikatu do własnych potrzeb, a także na fakt, że konwergencja pozwala sterować uwagą odbiorców, co łączy się pośrednio z kwestią tzw. pozycjonowania stron internetowych. Podkreśla on także, że programy telewizyjne można oglądać zarówno w telewizorze, jak i na komputerze i telefonie, zarówno w czasie rzeczywistym, jak i w dowolnie wybranym czasie dzięki VOD.

Wśród podziałów konwergencji szczególnie interesujące wydaje się wyróżnienie konwergencji technologicznej, ekonomicznej i konwergencji zawartości. Konwergencja technologiczna pojmowana jest jako rezultat rewolucji cyfrowej, wspomaganej rozwojem innowacyjnych rozwiązań medialnych i wiązana z procesem digitalizacji, miniaturyzacji i hybrydyzacji. Występuje ona jako konwergencja urządzeń, rozwiązań

---

<sup>45</sup> W badaniach przeprowadzonych w 2004 r. uczestniczyły 372 media, przede wszystkim wydawcy prasy. L. Dailey, L. Demo, M. Spillman, *Most TV/Newspaper Partners At Cross Promotion Stage*, „Newspapers Research Journal” 2005/26/4, s. 47; P.J. Shoemaker, S.D. Reese, *Mediating...*, s. 156–160; J. Gentry, *Toward a cross-platform curriculum*, St. Petersburg 2004; M. Deuze, *What is Multimedia Journalism?*, „Journalism Studies” 2004/5/2, s. 140.

<sup>46</sup> J. Kreft, *Problemy...*, s. 35.

<sup>47</sup> J. Kolodzy, *Convergence journalism: Writing and reporting across the news media*, Lanham 2006, s. 63.

<sup>48</sup> M. Gierula, *Odbiorca w perspektywie konwergujących się mediów masowych* [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura, t. 1, Katowice 2012, s. 35–39.

lub konwergencja cyfrowa<sup>49</sup>. Konwergencja ekonomiczna przekształca logikę działania systemów medialnych, przyczyniając się do narastania procesów globalizacyjnych i integracji środków przekazu<sup>50</sup>. Występuje jako konwergencja rynkowa i regulacyjna oraz jako konwergencja korporacyjna<sup>51</sup>. Konwergencja zawartości pojmowana jest jako proces mający na celu stworzenie wielomedialnego produktu medialnego.

Konwergencja środków przekazu ma oczywiście, oprócz wymiaru ściśle teoretycznego, pozwalającego na analizę tego zjawiska przez medioznawców, daleko ważniejszy wymiar praktyczny, sprowadzający się do wpływu skonwertowanych mediów na odbiorcę. Pociągać może za sobą też poważne skutki ekonomiczne dla właścicieli środków przekazu i pracujących w nich dziennikarzy. O tych ostatnich zwykło się przy tej okazji zapominać, jednak groźba utraty pracy przez część z nich wydaje się całkowicie realna.

Jak wskazuje Andrzej Adamski, skutkiem konwergencji na różnych płaszczyznach technologicznych, ekonomicznych oraz prawnych jest przenikanie jej zasad do najgłębszych warstw ludzkiego życia<sup>52</sup>. Zacierają się w ten sposób różnice między poszczególnymi rozwiązaniami technologicznymi, dziedzinami prawa, usługami medialnymi, a w efekcie wewnętrzne granice i podziały ludzkiego życia, w tym granice między domem a pracą, rzeczywistością realną i wirtualną, bytami realnymi i zmyślnymi. Wskutek procesów konwergencji nadawca, jak i odbiorca stają się współtwórcami, a w efekcie dochodzi do indywidualizacji oferty i personalizacji, pozwalającej odbiorcy konfigurować przekaz i odbierać tylko te treści, które sam wybierze. Jest to jednak w praktyce jedynie złudzenie, gdyż mając pozornie możliwość wyboru, odbiorca jest jednak tak profilowany, a następnie stymulowany, że wybierze to, czego życzy sobie nadawca. Zaciera się też podział na profesjonalne

---

<sup>49</sup> K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, s. 15–25. Zob. także A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012, s. 168 i n.

<sup>50</sup> M. Drożdż, *Konwergencja...*, s. 90.

<sup>51</sup> K. Kopecka-Piech, *Koncepcje...*, s. 18 i n.

<sup>52</sup> A. Adamski, *Media...*, s. 184.

i amatorskie środki przekazu oraz na profesjonalnych dziennikarzy i przypadkowych nadawców. Oferty nadawców homogenizują się.

Pozytywnym zjawiskiem, wciąż nieprzebadanym w literaturze, wydaje się konwersja prawa; jednak pobieżny przegląd tej sytuacji może budzić niepokój co do komunikatywności konwertowanych norm prawnych, przystosowujących się do norm europejskich. Niezwykle istotny wpływ na konwergencję prawa, zarówno w systemie Rady Europy, jak i Unii Europejskiej, ma judykatura – w systemie Rady Europy orzecznictwo Europejskiego Trybunału Praw Człowieka, a w systemie prawnym Unii Europejskiej – judykaty Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej.

Panuje dość powszechne przekonanie, że standardy wypracowane przez Europejski Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu, zarówno w zakresie wolności wypowiedzi, jak i w odniesieniu do innych wolności i praw chronionych europejską Konwencją o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, są niezmiennie, nie ulegają żadnym modyfikacjom, przy czym kolejne judykaty rozszerzają jedynie pole wolności. Przekonanie to jest z gruntu błędne<sup>53</sup>. Nie sposób w tym miejscu dokonać całościowej analizy rozwoju europejskich standardów wolności wypowiedzi w ujęciu Trybunału w Strasburgu, konieczne jest ograniczenie rozważań tylko do tych kwestii, które odnoszą się do zakresu wolności tabloidów.

W pierwszym rzędzie zwrócić należy uwagę, iż w orzeczeniach najpierw Europejskiej Komisji Praw Człowieka, a następnie Komitetu Praw Człowieka dominował wyraźnie aż do końca XX w. idealistyczny paradygmat wolności prasy<sup>54</sup>, wyraźnie zmierzający w kierunku absolutyzacji

---

<sup>53</sup> Dowiódł w swoim niezwykle ważnym i potrzebnym, ale trudnym w percepcji, dziele I.C. Kamiński, *Ograniczenia swobody wypowiedzi dopuszczalne w Europejskiej Konwencji Praw Człowieka. Analiza krytyczna*, Warszawa 2010, *passim*. Na ewolucję standardów w optyce Europejskiego Trybunału Praw Człowieka zwracała uwagę wcześniej E. Łętowska, *Zapewnienie skuteczności orzeczeniom sądów międzynarodowych*, EPS 2010/10, s. 14–26, a także J. Sobczak, *Swoboda wypowiedzi w orzecznictwie Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu*, cz. I, „Ius Novum” 2007/2–3, s. 5–38, cz. II, „Ius Novum” 2007/4, s. 5–43.

<sup>54</sup> Pierwszym, który zwrócił uwagę na tę kwestię, był F. Matscher, *Idéalisme et réalisme dans la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme* [w:] *Protection des droits de l'homme: le perspective européenne: mélanges à la mémoire de Rolv Ryssdal*