

Sylvia Sojda

Uniwersytet Śląski w Katowicach
e-mail: sylvia.sojda@us.edu.pl
ORCID: 0000-0002-3114-9006

PRASA ELEKTRONICZNA A PRASA DRUKOWANA – PRZYPADEK SŁOWACKI

ABSTRAKT

Artykuł przedstawia porównanie prasy elektronicznej i drukowanej na przykładzie słowackich drukowanych, ogólnokrajowych dzienników opiniotwórczych i ich odpowiedników w sieci. Zestawiono paradygmaty nowych mediów (interaktywność, aktualność i strukturę przekazu) z pozostałymi cechami mediów elektronicznych: nielinearnością, szybkością aktualizacji, możliwością personalizacji treści, multimedialnością i responsywnością. Z tymi właściwościami kontrastują właściwości prasy drukowanej: trwałość, wizualność oraz elitarny charakter. Konfrontacji tych cech dokonano na podstawie studium przypadku, jakim było konklawe, podczas którego wybrano papieża Leona XIV. Efektem takiego porównania jest konstatacja, że obie formy prasy uzupełniają się, tworząc nową jakość w komunikacji medialnej.

Słowa kluczowe: prasa drukowana, prasa elektroniczna, media na Słowacji, konklawe

ABSTRACT

DIGITAL VS PRINTED PRESS – A CASE OF SLOVAK NEWSPAPERS

The article compares digital and print media using Slovak national opinion-forming daily newspapers and their online counterparts as examples. The paradigms of new media (interactivity, timeliness, and the structure of communication) were compared with other characteristics of electronic media: nonlinearity, speed of updates, the possibility of content personalization, multimedia, and responsiveness. These features contrast with those characterizing the print press: durability, visuality, and elitism. The comparison was based on a case study, namely the conclave during which Pope Leo XIV was elected. The result of this comparison is the conclusion that both forms of the press complement each other, creating a new quality in media communication.

Keywords: printed press, digital press, media in Slovakia, conclave

1. Rozważania wstępne

Współczesne dziennikarstwo podlega transformacji w zakresie konstruowania, prezentowania i odbioru treści, a po przeniesieniu do Internetu redefiniuje się, ukazując przekształcanie się ról nadawczo-odbiorczych. Internet zrewolucjonizował wcześniejsze pojęcie o funkcjonowaniu i znaczeniu mediów, czego następstwem jest ekspansja prasy cyfrowej¹ i – w jej efekcie – migracja konsumentów mediów tradycyjnych do rozwiązań elektronicznych². Współczesne dziennikarstwo stało się też multiplatformowe – te same treści publikowane są na różnych platformach i wymagają odpowiednich form prezentacji³. Internet umożliwia tworzenie treści i mediów o praktycznie dowolnych własnościach: integruje radio, telewizję i prasę oraz pozwala komunikować się z innymi osobami synchronicznie i asynchronicznie, zaś komunikacja ta może przybierać właściwie dowolną formę. Internet jest zatem swoistym metamedium⁴. Wszystko to pokazuje, że zmienia się nie tylko sposób, lecz także narzędzie, za pomocą którego prezentowane są informacje. Dlatego też coraz częściej prasa tradycyjna, drukowana funkcjonuje równolegle ze swoimi odpowiednikami w sieci. Zestawienie tych dwóch form i pokazanie ich z perspektywy innej przestrzeni medialnej stanowi cel niniejszych rozważań.

Postrzegając prasę jako medium najstarsze, z którego ewoluowały nowe formy komunikowania medialnego, a prasę drukowaną jako medium elitarne, prestiżowe⁵, przedmiotem uwagi uczyniono strukturę przekazu w słowackich gazetach codziennych w formie drukowanej i ich odpowiednikach w sieci. Mowa tu nie o prasie elektronicznej⁶ w postaci e-wydań, przeniesionych do sieci w wersji

¹ K. Kaszewski, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018, s. 169.

² A. Starewicz-Jaworska, *Prasa cyfrowa – replika wydania papierowego czy samodzielna platforma komunikacyjna?*, „*Studia Medioznawcze*” 2007, 1 (28), s. 81.

³ J. Višňovský, M. Ungerová, K. Kubíková, *How has Journalistic Content been Changing on the Internet? Differences in Presentation of Journalistic Outputs in the Press and on the Web*, [w:] *Movements. European Realities. New Developing Trends. 4 th International Science Conference „European Realities – Movements”, 12–13th December 2019, Osijek Conference Proceedings*, T. Ileš (red.), Osijek 2021, s. 198; J. Višňovský, J. Radošinská, *Online Journalism: Current Trends and Challenges*, [w:] *The evolution of media communication*, B. Peña Acuña (red.), Dubrovnik 2017, s. 16, [online], <http://dx.doi.org/10.5772/68086> [dostęp: 28.12.2025].

⁴ Por. np. A. Adamski, *Media w analogowym i CYFROWYM świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012.

⁵ *Prasa coraz bardziej docenianym medium w Polsce i na świecie*, [online], <https://www.iwp.pl/prasa-coraz-bardziej-docenianym-medium-w-polsce-i-na-swiecie> [dostęp: 2.01.2026]; por. również K. Kaszewski, *Media o sobie...*, s. 168.

⁶ Por. hasło *prasa elektroniczna*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, W. Pisarek (red.), Kraków 2006, s. 154.

drukowanej 1:1 (zazwyczaj w formacie PDF, EPUB, wREADER)⁷, lecz o serwisach internetowych marek prasowych jako części prasy cyfrowej.

Od kilkunastu już lat naukowcy przewidują kryzys prasy drukowanej. „W ciągu najbliższych dziesięciu lat cały świat mediów, komunikacji społecznej i reklamy stanie na głowie. Za dziesięć lat żadne z mediów nie będzie funkcjonowało inaczej jak tylko w Internecie. Żaden dziennik, żadne pismo nie będzie istniało w wersji papierowej. Wszystko będzie rozpowszechniane w wersji elektronicznej”⁸. Rzeczywiście, znaczenie prasy papierowej maleje obecnie na rzecz wersji udostępnianej w sieci, która jest szybciej i łatwiej dostępna, bardziej aktualna oraz sprawniej reaguje na dynamiczne zmiany rzeczywistości. Nie oznacza to jednak jej końca. Jak piszą Wojciech Podkański i Jacek Wojtaś: „Prasa [...] nie jest ginącym środkiem masowego przekazu. Cały sektor wydawniczy jednakże – tak jak i inne formy działalności gospodarczej – podlega zmianom i boryka się z wieloma problemami. Tradycyjna prasa drukowana w coraz większym stopniu jest wypierana przez szybsze i nowocześniejsze technologie, w szczególności przez multimedia”⁹. Jednocześnie „rozwój technologiczny, a w szczególności coraz powszechniejsze wykorzystywanie na dużą skalę technologii cyfrowej, stwarza także ogromne możliwości w odniesieniu do poszerzenia oferty usług świadczonych przez elektroniczne środki masowego przekazu (np. radio, telewizję, prasę internetową), bazujące na eksploatacji różnych dóbr intelektualnych”¹⁰. Współistnienie obu form prezentowania treści może zatem przynosić korzystne rezultaty.

2. Metodologia i korpus

Koniec lat 80. i początek 90. to czas głębokiej transformacji ustrojowej, która w znacznym stopniu wpłynęła na rozwój słowackich mediów. Przejście od prasy drukowanej do pierwszych portali informacyjnych było na Słowacji procesem rewolucyjnym, który zmienił sposób konsumpcji informacji, model biznesowy mediów oraz rolę dziennikarstwa.

⁷ Więcej o e-prasie por. A. Warzyńska, *Prasa w sieci – wybrane aspekty prawne*, [online], <https://infotezy.ujk.edu.pl/wp-content/uploads/2020/12/Warzyńska.html> [dostęp: 20.09.2025].

⁸ B. Poulet, *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, tłum. O. Hedemann, Wołowiec 2011.

⁹ W. Podkański, J. Wojtaś, *Prasa tradycyjna i cyfrowa. Wybrane zagadnienia*, [w:] *Konsument w zmieniającym się otoczeniu społecznym: między dyferencją a pragmatyzmem*, W. Patrzalek, J. Wardała (red.), Wrocław 2017, s. 202.

¹⁰ A. Matlak, *Prawo autorskie w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2004, s. 12, cyt. za: W. Podkański, J. Wojtaś, *Prasa tradycyjna i cyfrowa...* s. 202.

Rynek prasowy na Słowacji obejmuje kilka dzienników opiniotwórczych, ekonomicznych, gazety regionalne oraz branżowe. Najstarszym dziennikiem w kraju jest powstały w 1920 roku dziennik „Pravda”. Oprócz niego istnieją jeszcze trzy dzienniki ogólnokrajowe: „SME”, „Denník N” i „Hospodárske noviny”¹¹.

Pomimo opóźnionego na Słowacji, w porównaniu do państw Europy Zachodniej, dostępu do Internetu, widoczne jest szybkie nadrabianie zaległości w tym zakresie – dziennik „SME” jako pierwszy w Europie Środkowej otworzył swoją witrynę internetową. Dziś wiedzie prym, jeżeli chodzi o liczbę użytkowników: *sme.sk* jest miesięcznie odwiedzane przez ponad 680 tysięcy czytelników (dokładnie jest to 682 208 użytkowników). Drugą najczęściej odwiedzaną witryną gazety jest *pravda.sk* (488 591), kolejne pozycje zajmują *hnonline.sk* (360 725) oraz *dennikn.sk* (326 460)¹². Jeżeli chodzi o sprzedaż wersji drukowanej, również „SME” odnotowuje największą liczbę sprzedanych egzemplarzy – 11 705. Sprzedaż pozostałych słowackich dzienników wgląda następująco: „Pravda” – 10 968, „Hospodárske noviny” – 4703 egzemplarze¹³.

W artykule omówiono właściwości mediów elektronicznych i drukowanych na podstawie studium przypadku. Jest nim wybór amerykańskiego kardynała Roberta Prevosta na 267. papieża Kościoła katolickiego. Konklawe, które 8 maja 2025 roku wybrało papieża Leona XIV, było wydarzeniem obszernie relacjonowanym w mediach na całym świecie.

3. Cechy prasy elektronicznej

Portale internetowe gazet stanowią część prasy cyfrowej, dlatego charakteryzują się cechami przypisywanymi mediom elektronicznym. Magdaléna Švecová¹⁴ wymienia interaktywność, nielinearność oraz aktualność jako nowe paradygmaty mediów¹⁵

¹¹ Jest to pierwsza gazeta o profilu ekonomicznym, którą zaczęto wydawać w nowo powstałej w 1993 roku Republice Słowackiej. Dziennik „SME” powstał w 1993 roku i jest obecnie najpopularniejszą słowacką gazetą opiniotwórczą.

¹² Gemius Audience, [online:], <http://e-public.gemius.com/sk/rankings/14345> [dostęp: 5.01.2026].

¹³ Dane te są najbardziej aktualne, pochodzą z sierpnia 2025 roku i obejmują informacje o trzech tytułach: „SME”, „Pravda” oraz „Hospodárske noviny”, <http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/aktualne-vysledky> [dostęp: 19.12.2025]. Nieewidencjonowana jest sprzedaż niezależnego dziennika „Denník N”, który powstał w 2014 roku po odejściu części członków redakcji z dziennika „SME”. Pierwotnie było to medium wyłącznie internetowe, zaś od 2015 występuje również w formie drukowanej.

¹⁴ M. Švecová, *Webová žurnalistika. Žurnalistické žánre*, Trnava 2017, s. 13–23, 57–63.

¹⁵ J.L. Orihuela, *The 10 paradigms of media in the digital age*, [w:] *Towards New Media Paradigms Conference*, Pamplona 2003, [online], https://www.academia.edu/26081502/eCommunication_The_10_paradigms_of_media_in_the_digital_age [dostęp: 28.12.2025].

w czasach cyfrowych. Migrowanie instytucji do cyberprzestrzeni, będące naturalnym procesem rewolucji informacyjnej, sprzyja dynamicznemu rozpowszechnianiu informacji. Rezultatem tego jest wyodrębnianie się kolejnych cech mediów elektronicznych oraz powstanie dziennikarstwa internetowego (słow. *online žurnalistika*). Švecová zestawia spostrzeżenia José Louisa Orihuela, Vojtěcha Bednářa oraz Branislava Ondrášika¹⁶ i formułuje zestaw cech charakterystycznych dla mediów elektronicznych, które przedstawiono poniżej.

Interaktywność (słow. *interaktivita*) to zastępowanie pasywnego postrzegania mediów podejściem aktywnym, w którym użytkownik sam poszukuje interesujących go treści, a w wielu przypadkach jest ich twórcą. Przejawem interaktywności jest sytuacja, gdy użytkownik Internetu z konsumenta staje się również producentem treści: zajmując jednocześnie dwie pozycje, staje się prosumentem¹⁷ (ang. *prosumer*). Użytkownicy mediów elektronicznych mają kontrolę nad tym, czego szukają i co wybierają, a także nad tym, kogo obserwują oraz czyje wypowiedzi komentują. Na poniższym zrzucie ekranu niebieskim kolorem zaznaczone są ikony komentarzy internautów pod tekstem:

Rysunek 1.



Źródło: dennikn.sk [dostęp: 8.05.2025].

¹⁶ V. Bednář, *Internetová publicistika*, Praha 2011, s. 198; B. Ondrášik, *Internetová tvorba (online)*, [w:] *Praktikum mediálnej tvorby*, A. Tušer i in., Bratislava 2010, s. 309–316.

¹⁷ George Landow zaproponował pojęcie *wreader* (ang. *writer-reader: pisarz-czytelnik*) na określenie płynności ról komunikacyjnych. Zob. G.P. Landow, *Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology (Parallax: Re-visions of Culture and Society Series)*, Baltimore 1997.

Czytelnicy mają również kontrolę nad tym, jakie treści sami chcą pisać, popularyzować i w konsekwencji – publikować. Do charakterystyk interaktywności zaliczymy również informację zwrotną, dziennikarstwo społeczne i włączenie czytelników w tworzenie treści, np. poprzez publikowanie blogów czytelnicznych. Redakcje nie są jednak w stanie codziennie reagować na wszystkie działania użytkowników serwisów. Wyjątek stanowią treści, które naruszają dobra osobiste, zasady współżycia społecznego lub prawo. Są one blokowane albo usuwane przez administratorów.

Z interaktywnością blisko związana jest kolejna właściwość, a mianowicie nielinearność (słow. *nelineárnosť*). Oznacza wytwarzanie przez media elektroniczne stosunków bilateralnych oraz multilateralnych z odbiorcami. Te stosunki powstają np. dzięki hipertekstowi – całości tkanej liniami wewnętrznymi powiązań, korespondencji i odniesień¹⁸, opartej na nawigowaniu pomiędzy połączonymi ze sobą tematycznie fragmentami. Cecha ta nazywana jest również przeplataniem informacji za pomocą hipertekstu (słow. *prepojenie informácií prostredníctvom hypertextu*). Ilustruje ją poniższy przykład:

Rysunek 2.



Z komína stúpa čierny dym. Konkláve v prvom kole nového pápeža nezvolilo

Po hlasovaní strávili kardináli noc v jednej z dvoch vyhradených vatikánskych rezidencií, kde podľa Reuters mohli pokračovať v neformálnych rozhovoroch.

Na voľbe 267. pápeža v dejinách katolíckej cirkvi sa zúčastňuje 133 kardinálov voliteľov zo 70 krajín. Na zvolenie nového pápeža je potrebná dvojtretinová väčšina, teda 89 hlasov.

Kardináli sa vo štvrtok ráno zúčastnili na omši a následne sa vybrali na hlasovanie. Ak prvé tajné hlasovanie ráno opäť neprinesie jasného víťaza, uskutoční sa druhé hlasovanie. Ak ani to neprinesie konsenzus, popoludní sa uskutočnia ďalšie dve hlasovania, odhaľuje AFP.

#vatikán

#konkláve

#sixtínska kaplnka

#voľba pápeža





Viac o tejto téme

- Vo Vatikáne začalo konkláve, ktoré zvolí nového pápeža. Pravdepodobne potrvá viac dní
- Vo Vatikáne sa kardináli zúčastňujú na slávnostnej omši za zvolenie nového pápeža
- Cirkevný analytik Gazda si myslí, že pápež by mohol byť zvolený v piatok, najneskôr v sobotu
- Vo Vatikáne začína voľba nového pápeža, prvé hlasovanie bude zrejme ešte dnes
- Najmenej predviateľná voľba pápeža za posledné desaťky rokov. Ktorým smerom sa cirkev vydá?

Žródlo: *hnonline.sk* [dostęp: 7.05.2025].

¹⁸ Z. Suszczyński, *Hipertekst a „galaktyka Gutenberga”*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, M. Hopfinger (red.), Warszawa 2005, s. 532.

Prezentowany fragment strony internetowej przedstawia fotografię komina, z którego wydobywa się czarny dym, świadczący o negatywnym wyniku głosowania podczas konklawe. Materiał jest opatrzony interaktywnym tytułem, a po najechaniu kursorem i kliknięciu na fotografię jest możliwa kolejna interakcja: można materiał udostępnić w mediach społecznościowych, przesłać mailem, zapisać na dysku. Pod tekstem znajdują się następne odnośniki – tytuły innych artykułów związanych z tym wydarzeniem w formie hiperłączy. Należy jeszcze zauważyć, że funkcję hipertekstu pełnią na stronie internetowej hashtagi¹⁹. Są to słowa lub połączenia słów poprzedzone znakiem #, które pełnią funkcję słów kluczowych w tekście. Stosowane początkowo w serwisie X (dawniej *Twitter*), spopularyzowane przez inne media społecznościowe stały się popularną formą uzupełniania wypowiedzi, które ułatwiają wyszukiwanie podobnych treści. Charakterystykę tę można uzupełnić o rozpowszechnione zjawisko clickbaitów, czyli nagłówków konstruowanych w celu skłonienia odbiorcy do otwarcia materiału²⁰. Clickbaitom może towarzyszyć publikowanie informacji niesprawdzonych lub wprowadzających w błąd (*fake newsy*), nie należy jednak utożsamiać clickbaitów z fałszywymi informacjami.

Wyraźne są też na stronach internetowych współwystępujące obok siebie kolekcje paratekstów²¹ w postaci zapowiedzi. Zawierają one elementy wizualne połączone z tytułami i początkiem tekstu z wielokropkiem, co jest formą zaproszenia do przeczytania całego tekstu (rysunek 3).

W tak zbudowanej komunikacji interaktywnej, charakteryzowanej przez niesekwencyjność, epizodyczność, fragmentaryczność i nietrwałość, czytelnik – za pomocą odnośników (hiperlinków) lub embedowania – jest odsyłany do innych publikacji na ten sam lub podobny temat. Embedowanie (ang. *embedding*, słow. *embed*) to osadzenie na stronie internetowej treści pochodzących z innych stron – „źródłowych”, a treść embedowana nie jest częścią strony, na której została „osadzona”. Różnica pomiędzy embedowaniem a (zbliżonym do niego)

¹⁹ K. Adamska, *Hashtag, czyli komunikat? Rola i funkcja hashtagów na Twitterze*, „*Studia Medioznawcze*”, 3 (62), s. 63.

²⁰ Na temat clickbaitów por. np. A. Nowakowska-Głuszak, *Klikać czy czytać? Pragmatyczna funkcja clickbaitów*, „*Półrocznik Językoznawczy Tertium*” 2023, 7 (2), s. 170–183; M. Lisowska-Magdziarz, *Identyfikacja i analiza clickbaitów w informacyjnych tekstach dziennikarskich – rekonstrucja metodologiczna*, [w:] *Dynamika przemian w mediach*, A. Hess, M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głownia (red.), Kraków 2019, s. 15–36; D. Kępa-Figura, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, A. Belovodskaja, *Clickbaitism and Trust in Media Outlets*, [w:] *Trust, Media and the Economy. Mutual Relations*, J. Paliszkievicz, J. Gołuchowski, K. Zdanowicz-Cyganiak, K. Chen (red.), New York 2025, s. 1–17. Ujęcie clickbaityzmu jako jednej z perspektyw oglądu konfrontatywnego mediów polskich i słowackich jest przedmiotem odrębnego opracowania (w druku).

²¹ O kolekcyjności paratekstów pisała M. Ślawska, *Paratekstowość – wyznacznik medialnych dyskursów*, „*Zeszyty Prasoznawcze*” 2025, 68/3 (263), s. 11–28.

linkowaniem jest taka, że treść embedowana może być wyświetlona na stronie embedującej bez potrzeby „wchodzenia” na stronę źródłową, jak ma to miejsce przy linkowaniu²².

Rysunek 3.



Źródło: *hnonline.sk* [dostęp: 7.05.2025].

Aktualność przekazu i ryzyko nadmiaru i niesprawdzonych informacji (słów. *aktuálnosť a prebytok neoverených informácií*) stanowią kolejne właściwości podkreślające nieustanne i niezwłoczne aktualizowanie informacji oraz przekazywanie ich wieloma kanałami, co daje mediom elektronicznym przewagę nad innymi. Ilustruje to poniższa tabela:

Tabela 1.

Medium	Szybkość publikowania
Portal informacyjny	Do kilku minut
Telewizja/radio	W najbliższym bloku informacyjnym – w ciągu najbliższych kilku godzin
Prasa drukowana	Kolejny dzień lub później

Źródło: opracowanie własne na podstawie: M. Švecová, *Webová žurnalistika...*, s. 58.

²² Ł. Martyniak, *Odpowiedzialność za stosowanie hiperłączy (linków)*, „PME” 2021, 1, [online], https://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/124954/PDF/03_Odpowiedzialnosc_za_stosowanie_hiperlinkow.pdf [dostęp: 29.12.2025]; R. Cisek, *Linkowanie i embedowanie a prawo (linking i embedding – wyrok ETPC)*, [online], <https://di.com.pl/linkowanie-i-embedowanie-a-prawo-linking-i-embedding---wyrok-etpc-62134> [dostęp: 29.12.2025].

Możliwość tworzenia i publikowania treści przez każdego użytkownika sprzyja przechodzeniu od niedoboru do nadmiaru informacji. Brak ograniczeń przestrzennych (jak ma to miejsce w prasie tradycyjnej) powoduje, że można publikować praktycznie nieograniczoną liczbę treści, również tych o niecenzurowanym charakterze.

Media internetowe muszą publikować wiadomości w czasie rzeczywistym, co wskazuje na ich kolejne cechy: realność czasu (słow. *reálnosť času*) oraz dokładność i natychmiastowa reakcja redakcji przy korygowaniu błędów (słow. *presnosť a okamžitá oprava chýb*). Na pozycję medium wpływa szybkość publikowania informacji: przykładem są poniższe zrzuty ekranu, na których widoczna jest informacja opublikowana 18 minut wcześniej oraz aktualizowane co kilka minut rubryki *SME Minúta*, *Minúta po minúte*:

Rysunek 4.

SME
Štvrtok, 8. máj, 2025 | Meniny má Ingrida

SME.SK 14°C SME MINÚTA DOMOV REGIÓN Y INDEX SVET ŠPORT KOMENTÁRE KULTÚRA VIDEO AUTO TECH ŽENA ZDRAVIE BLOG MENU Q

Najnovšie články | MS v hokeji 2025 | Konkláve | Closer | Podcasty | Vojna Ukrajina Rusko | Ekonomika | Dobré ráno | Historická revue | Newsletter POST.sk

SVET PRED 18 MINÚTAMI

Svet spoznal nového pápeža, americký kardinál prijal meno Lev XIV.
Kardináli zvolili nástupcu zosnulého Františka.

DOMOV
Fabrika Vatikán ide na plný plyn. Suveníry s novým pápežom by mohli byť už v pondelok

HISTORICKÁ REVUE
Fascinujúci rituál s prísnyimi pravidlami. Ako prebiehala voľba pápeža

KOMENTÁRE
Odchádza pápež, ktorý nazval korupciu diabolovým trusom (komentár šéfredaktorky)

SME MINÚTA Najnovšie | Dôležité

KONKLÁVE VOJNA UKRAJINE FICOVI

19:45 | Svet Zdieľať
Nový pápež Lev XIV. dominovali slová pokoja a mier.

19:36 | Svet Zdieľať
Kardinál Robert Francis Prevost sa narodil 14. septembra 1955 v Chicagu. Je členom augustiniánskeho rádu.

19:25 | Svet Zdieľať
Nový pápež Lev XIV. vyšiel na balkón Baziliky sv. Petra. Papa Leone, kričal dav na námestí.

NAJČITANEJŠIE NA SME

4 hod 24 hod 7 dní

- Konkláve sa skončilo: Novým pápežom je Robert Prevost (minúta po minúte) 117 290
- SME Minúta: Premiér letí do Moskvy južnou trasou, opozícia zorganizovala protesty v desiatich mestách 26 904
- Herec nesmie snívať. Zomrel Jiří Bartoška, muž, ktorý zachránil festival v Karlových Varech 12 593
- Kardináli zvolili nového pápeža 12 229
- Fico a Pellegrini sa v tom zamotali. Predvedli estrádu pokrytectva (komentár) 10 824
- Vládny špeciál vzlietol z Bratislavy krátko po 15. hodine 10 469
- Kardináli zatiaľ nového pápeža nezvolili, nad sixtinskou kaplnkou sa opäť objavil čierny dym 9 457
- Fico už je vo vzduchu. Letieť musí juhom. V piestanoch svoju cestu do Moskvy obhajoval 8 757

SME Minúta: Novým pápežom je americký kardinál, prijal meno Lev XIV.
Nový pápež Lev XIV. z balkóna pozdravil stotisíc veriacich na námestí. Patrik Šopčí a 4 ďalší 99

DOMOV
Matovič: Vyšetrovatel Ďurka by mal ďakovať za slobodu, nie opľúvať ma
Prečo s ním nikto nechce spolupracovať?
Zuzana Kovačič Hamzelová a 2 ďalší 107

DOMOV Odokmitúť

Žródlo: sme.sk [dostep: 8.05.2025].

Rysunek 5.

The screenshot shows a news website interface. On the left, there is a large image of Pope Francis in papal vestments, with a smaller image of another man in clerical attire below it. The headline reads: "Novým pápežom sa stal prekvapivo americký kardinál Robert Prevost, prijal meno Lev XIV". Below this, there is a smaller headline: "Dost' bolo Fica, kričal dav v Bratislave. PS, SaS, KDH a Demokrati sa spojili a vyzvali na porážku Fica". At the bottom left, another headline mentions "Oslavy konca vojny: Pellegrini sa vyhýbal slovu Rusko, Fico obhajoval cestu do Moskvy, vojaci ukázali nemecké tanky". On the right side, there is a section titled "Minúta po minúte" (Minute by minute) with a sub-header "NAZIVÉ aktualizované o 20:07". Below this, there are several news items with timestamps: "20:07 Nová pápež bol ako kardinál celkom aktívny na sociálnych sieťach...", "19:59 Najbližšia diskusia Ako zachrániť demokraciu bude 22. mája v Prahe...", "19:56 Predseda KDH Milan Majerský verí, že kardinál Robert Francis Prevost bude rovnako odvážny ako pápež František...", and "19:50 Bývalý slovenský hokejový obranca Zdeno Chára sa dostal do Timu štvrtstoročia zámorskej NHL...".

Žródło: dennikn.sk [dostęp: 8.05.2025].

Dematerializacja (słow. *dematerializácia*) jako wynik digitalizacji to usunięcie materiałów fizycznych z procesu produkcji medium (np. muzyka w formacie mp4, e-booki). Z dematerializacją łączy się aktywowanie pamięci medialnej (słow. *aktivovanie mediálnej pamäte*) za pomocą archiwizacji danych: digitalizacja znacznie ułatwiła gromadzenie w jednym miejscu archiwalnych wydań prasy i nagrań radiowych, umożliwiła również reagowanie mediów na specjalne potrzeby odbiorców – odbywa się to za pomocą personalizacji (słow. *personalizácia*) treści. Czytelnik może określić swoje zainteresowania i na tej podstawie otrzymywać, z wybraną częstotliwością, zestawienia wiadomości pochodzących z różnych mediów. Z opisanej właściwości wypływa kolejna – indywidualizacja (słow. *individuálizácia*) – polegająca na dostosowywaniu treści do potrzeb indywidualnego odbiorcy (model *push-pull*²³).

Przenikanie się formatów (słow. *prelnianie formatov*) i oraz ściśle z nim związany atrakcyjny, dynamiczny, przejrzysty design (słow. *atraktívny, dynamický*

²³ M. Švecová, *Webová žurnalistika...*, s. 20.

a *prehľadný dizajn*) to kolejne właściwości blisko związane z multimedialnością i odnoszące się do przystosowania treści do publikacji w rozmaitych formatach (np. formaty tekstowe, graficzne, fotograficzne, filmowe, audio) na wielu platformach.

Rysunek 6.



Źródło: dennikn.sk [dostęp: 8.05.2025].

W dziennikarstwie internetowym coraz częściej wykorzystuje się narzędzia generatywnej sztucznej inteligencji. Redakcje zamieszczają w tekście odnośniki do wersji dźwiękowej artykułu wygenerowanej za pomocą sztucznej inteligencji. Pokazuje to rysunek 7.

Dodatkowo, na tę właściwość składa się też responsywność stron i dostosowanie ich do przeglądania na różnych urządzeniach (komputerach, laptopach, tabletach i smartfonach). Co ciekawe, mniejszy nacisk kładzie się na stronę tytułową portalu informacyjnego, która powinna zawierać najważniejsze, najaktualniejsze oraz najczęściej czytane teksty. Pewnego rodzaju rozwiązaniami są ustrukturyzowane w podstrony i projekty (słow. *špecializované podstránky a projekty*) zakładki tematyczne (w odróżnieniu od gazet drukowanych, które wydają dodatki tematyczne).

Kolejnymi wyodrębnionymi przez badaczy cechami mediów elektronicznych są deinstytucjonalizacja i deintermediacja (słow. *deinštitucionalizácia a deintermediácia*), które oznaczają możliwość bezpośredniego zwrócenia się do odbiorcy, najczęściej za pośrednictwem blogów. Trend ten widoczny jest szczególnie

w nowych mediach (mediach społecznościowych), gdzie możliwość udostępniania różnych form wypowiedzi wpływa na zwiększenie popularności blogerów i influencerów.

Rysunek 7.



Źródło: dennik.sk [dostęp: 8.05.2025].

Ostatnią przywoływaną właściwością mediów elektronicznych jest możliwość bezpośredniego porównywania z konkurencją (słow. *bezprostredné porovnávanie s konkurenciou*). Jest ono możliwe dzięki aplikacjom pozwalającym obserwować i badać odwiedzanie stron internetowych, ruch na stronie czy liczbę odsłon. Poza tym, instytucje monitorujące media publikują odpowiednie raporty²⁴. Ważną rolę w redakcjach internetowych odgrywa w tym zakresie SEO (ang. *search engine optimi-*

²⁴ Instytuty monitorujące media słowackie: IAB Slovakia ([online], <https://www.iabslovakia.sk/> [dostęp: 28.06.2026]), ABC SR (Audit Bureau of Circulations) ([online], <http://www.abcsr.sk/> aktualne-vysledky/ aktualne-vysledky/ [dostęp: 28.06.2026]).

zation) – proces, którego ostatecznym wynikiem ma być optymalizacja witryny internetowej w celu zwiększenia widoczności i ruchu z wyników wyszukiwania. Narzędzia te pomagają dostawcom treści cyfrowych wzmacniać swoją konkurencyjność.

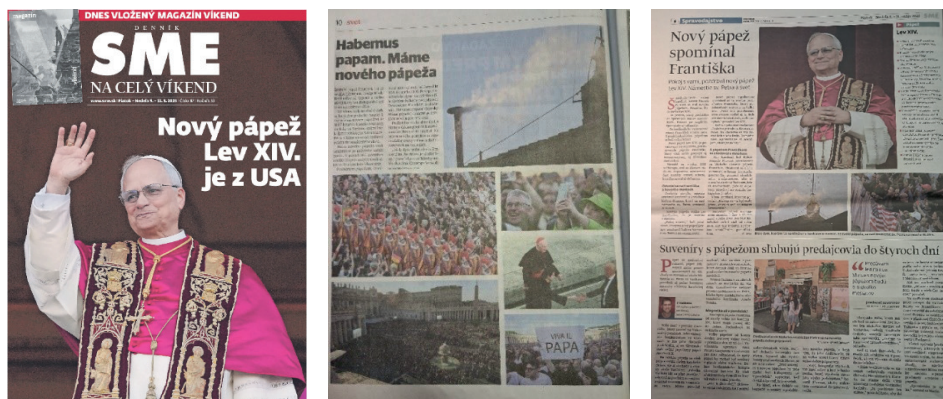
4. Cechy prasy drukowanej

Krzysztof Kaszewski²⁵ opisał cechy współczesnej prasy, które silnie kształtują treść i formę jej przekazów. Niniejsza część tekstu referuje za badaczem właściwości charakteryzujące prasę drukowaną.

Pierwszym, fundamentalnym wyróżnikiem prasy jest trwałość przekazu, oznaczająca materialny charakter nośnika, na którym treści są utrwalane. Pozwala to czytelnikowi wielokrotnie powracać do interesujących go treści. Nie ma tu presji szybkiego czytania ani ryzyka ulotności informacji. Dzięki materialnej postaci gazety czytelnik może również sporządzać notatki, zaznaczać ważne fragmenty i w każdym momencie – również w większym odstępzie czasu – do nich wracać. Z drugiej strony, towarzysząca trwałości statyczność treści wzmacnia u nadawcy konieczność podejmowania większych wysiłków, aby zachęcić czytelnika do lektury lub zapobiec jej porzuceniu.

Drugą cechą wymienioną przez Kaszewskiego jest wizualność prasy, polegająca na przewadze kodu wzrokowego. Obok pierwotnie dominującego kodu werbalnego wzrasta znaczenie kodu ikonicznego, który nie tylko uzupełnia, uatrakcylnia i wzbogaca tekst, lecz także coraz chętniej go też zastępuje:

Rysunek 8.



Źródło: „SME”, 9 maja 2025.

²⁵ K. Kaszewski, *Media o sobie...*, s. 163–170.

Kolejną cechą prasy jest asynchroniczność, czyli przedstawianie wydarzeń na łamach gazety z opóźnieniem. Wynika to z przebiegu prac redakcyjnych i technologii druku, przez co prasa pozostaje medium reagującym wolniej niż serwisy internetowe.

Rysunek 9.



Źródło: „Pravda”, 9 maja 2025.



Źródło: „Hospodárske noviny”, 9 maja 2025.

Prezentowane pierwsze strony gazet²⁶ pokazują informację o tym, że dokonano wyboru papieża, lecz nie podają szczegółów. Ze względu na godzinę zamknięcia numerów redakcje nie mogły zamieścić bardziej szczegółowych materiałów. Opublikowano je w kolejnym wydaniu (11 maja 2025 r.).

Z asynchroniczności wynika monologowość przekazów prasowych, która uwidacznia się w pełniejszym, bardziej uporządkowanym, przemyślanym wywodzie. Ten jednak jest mniej dynamiczny i może nie być dla czytelnika szczególnie atrakcyjny.

²⁶ O makrostrukturach pierwszej strony gazety: S. Sojda, M. Ślowska, *Makrostruktura pierwszej strony gazety w ujęciu konfrontatywnym polsko-czesko-słowackim*, „Prace Językoznawcze” 2025, 27/4, s. 83–106.

Rysunek 10.



Źródło: „Pravda”, 12 maja 2025.

Kolejną cechą prasy jest formalizacja kontaktu, przejawiająca się większym dystansem między nadawcą a odbiorcą. Interakcja z czytelnikiem jest ograniczona, choć redakcje starają się do niego zbliżyć, choćby przez publikowanie rubryki listów od czytelników do redakcji.

Za pragmatyczną cechą prasy drukowanej uznaje Kaszewski elitarność, na którą wpływa długa tradycja prasy jako medium dojrzałego i poważnego. Elitarności sprzyjała forma drukowana, w której istotne były takie cechy, jak jakość prezentowanych materiałów, piękno języka i dbałość o poprawność językową. Innym wyznacznikiem elitarności była umiejętność czytania, pierwotnie zarezerwowana dla ludzi najlepiej wykształconych. Z tej właściwości wyrosło pojęcie opinotwórczości, gdyż „to prasa w dużej mierze decyduje, o jakich tematach się mówi i pisze, choć cieszy się współcześnie mniejszym zainteresowaniem niż telewizja czy Internet”²⁷.

Jako ostatnią cechą prasy drukowanej przytacza badacz internetowość, mając na myśli to, że dzięki sieci neutralizuje się wiele słabości prasy. W odpowiednikach sieciowych tradycyjnych dzienników – w portalach informacyjnych – coraz częściej

²⁷ K. Kaszewski, *Media o sobie...*, s. 168.

uwidaczniają się właściwości mediów elektronicznych: aktualność informacji, szybkie reagowanie na zmiany, aktualizacje, duża liczba materiałów wizualnych i multimedialnych, wspomaganie interaktywności z czytelnikami. To pozytywnie wpływa na rozwój prasy sieciowej.

5. Wnioski i podsumowanie

Podsumowując charakterystykę słowackiej prasy codziennej oraz odpowiadających jej portali informacyjnych w Internecie, można dokonać zestawienia tych cech.

Po pierwsze, prasa internetowa jest medium interaktywnym, wykorzystuje hiperlinki, clickbaity, embedowanie oraz hashtagi, a poza tekstem na stronach internetowych publikowane są zdjęcia, podcasty, filmy i inne multimedia. Prasa drukowana ma natomiast uporządkowaną, schematyczną, lineraną i ograniczoną fizycznie strukturę. Tekst może być uzupełniany fotografiami i jest zazwyczaj odczytywany sekwencyjnie.

W kontekście aktualności przekazu warto zauważyć, że portale informacyjne zamieszczają w Internecie relacje na żywo, aktualizują treści w czasie rzeczywistym i poprawiają błędy. Ze względu na czas potrzebny na przygotowanie, druk i kolportaż gazety w chwili pojawienia się w sprzedaży mogą zawierać informacje mniej aktualne niż portale internetowe. Oferują one również ograniczone możliwości komunikacji wielokierunkowej między redakcją a czytelnikami.

Dynamiczny, responsywny układ prasy elektronicznej pozwala na odczytywanie treści na wielu nośnikach, co wpływa na jej szeroką dostępność i masowość. Kontrastuje z nim prasa drukowana, której dłuższy cykl wydawniczy może sprzyjać pogłębionej selekcji i weryfikacji informacji.

Cechy prasy elektronicznej i drukowanej zestawiono w tabeli 2.

Porównanie prasy elektronicznej i drukowanej pokazuje, że część ich właściwości nakłada się na siebie, choć widoczne są również istotne różnice. Zaobserwować można również zmiany w charakterze pracy dziennikarza, która – ze względu na kwestie ekonomiczne i postęp technologiczny – stała się multimedialna, tj. coraz częściej wymaga się od dziennikarzy mediów pisanych nie tylko umiejętności pisanie, lecz także pracy dla platformy cyfrowej. Spostrzeżenia te mogą stanowić punkt wyjścia do dalszych pogłębionych badań mediolingwistycznych²⁸ nad specyfiką mediów cyfrowych, również w aspekcie konfrontatywnym polsko-słowackim.

²⁸ Por. S. Sojda, *Badania mediolingwistyczne na Słowacji*, „Kultura Media Teologia” 2025, 4 (64), s. 135–150.

Tabela 2.

Cechy	Prasa elektroniczna	Prasa drukowana
Interaktywność	+	–
Nielinearność	+	–
Aktualność i nadmiar niesprawdzonych informacji	+	–
Realność czasu	+	–
Dokładność i natychmiastowa korekta błędów	+	–
Dematerializacja	+	–
Aktywowanie pamięci medialnej	+	–
Personalizacja	+	–
Indywidualizacja	+	–
Przeplatanie formatów	+	–
Atrakcyjny, dynamiczny, przejrzysty design	+	–
Responsywność stron	+	–
Wyspecjalizowane podstrony i projekty	+	–
Deinstytucjonalizacja i deintermediacja	+	–
Porównywanie z konkurencją	+	–
Trwałość przekazu	–	+
Wizualność	+	+
Asynchroniczność	–	+
Monologowość	–	+
Depersonalizacja	–	+
Elitarność	–	+

Źródło: opracowanie własne.

BIBLIOGRAFIA

- Adamska K., *Hashtag, czyli komunikat? Rola i funkcja hashtagów na Twitterze*, „Studia Medioznawcze”, 3 (62), s. 61–70.
- Adamski A., *Media w analogowym i CYFROWYM świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012.

- Bednář V., *Internetová publicistika*, Praha 2011.
- Cisek R., *Linkowanie i embedowanie a prawo (linking i embedding – wyrok ETPC)*, [online], <https://di.com.pl/linkowanie-i-embedowanie-a-prawo-linking-i-embedding---wyrok-etpc-62134> [dostęp: 29.12.2025].
- Gemius Audience, [online], <https://e-public.gemius.com/sk/rankings/14345> [dostęp: 5.01.2026].
- Kaszewski K., *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018.
- Kępa-Figura D., Szkudlarek-Śmiechowicz E., Belovodskaja A., *Clickbaitism and Trust in Media Outlets*, [w:] *Trust, Media and the Economy. Mutual Relations*, J. Paliszewicz, J. Gołuchowski, K. Zdanowicz-Cyganiak, K. Chen (red.), New York 2025, s. 1–17.
- Landow G.P., *Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology (Parallax: Re-visions of Culture and Society Series)*, Baltimore 1997.
- Lisowska-Magdziarz M., *Identyfikacja i analiza clickbaitów w informacyjnych tekstach dziennikarskich – rekonstrucja metodologiczna*, [w:] *Dynamika przemian w mediach*, A. Hess, M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głównia (red.), Kraków 2019, s. 15–36.
- Martyniak Ł., *Odpowiedzialność za stosowanie hiperłączy (linków)*, „PME” 2021, 1, [online], https://repozytorium.uni.wroc.pl/Content/124954/PDF/03_Odpowiedzialnosc_za_stosowanie_hiperlinkow.pdf [dostęp: 29.12.2025].
- Matlak A., *Prawo autorskie w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2004.
- Nowakowska-Głuszak A., *Klikać czy czytać? Pragmatyczna funkcja clickbaitów*, „Półrocznik Językoznawczy Tertium” 2023, 7 (2), s. 170–183.
- Ondrášik B., *Internetová tvorba (online)*, [w:] A. Tušer i in., *Praktikum mediálnej tvorby*, Bratislava 2010, s. 309–316.
- Orihuela J.L., *The 10 Paradigms of Media in Digital Age*, [w:] *Towards New Media Paradigms Conference*, Pamplona 2003, [online], https://www.academia.edu/26081502/eCommunication_The_10_paradigms_of_media_in_the_digital_age [dostęp: 28.12.2025].
- Prasa coraz bardziej docenianym medium w Polsce i na świecie*, [online], <https://www.iwp.pl/prasa-coraz-bardziej-docenianym-medium-w-polsce-i-na-swiecie> [dostęp: 2.01.2026].
- Podkański W., Wojtaś J., *Prasa tradycyjna i cyfrowa. Wybrane zagadnienia*, [w:] *Konsument w zmieniającym się otoczeniu społecznym: między dyferencjacją a pragmatyzmem*, W. Patrzalek, J. Wardzała (red.), Wrocław 2017, s. 200–213.
- Poulet B., *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, tłum. O. Hedemann, Wołowiec 2011.
- Słownik terminologii medialnej*, W. Pisarek (red.), Kraków 2006.
- Sojda S., *Badania mediolingwistyczne na Słowacji*, „Kultura Media Teologia” 2025, 4 (64), s. 135–150.
- Sojda S., Ślawska M., *Makrostruktura pierwszej strony gazety w ujęciu konfrontatywnym polsko-czesko-słowackim*, „Prace Językoznawcze” 2025, 27/4, s. 83–106.
- Starewicz-Jaworska A., *Prasa cyfrowa – replika wydania papierowego czy samodzielna platforma komunikacyjna?*, „Studia Medioznawcze” 2007, 1 (28), s. 81–91.

- Suszczyński Z., *Hipertekst a „galaktyka Gutenberga”*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, M. Hopfinger (red.), Warszawa 2005, s. 521–536.
- Švecová M., *Webová žurnalistika. Žurnalistické žánre*, Trnava 2017.
- Ślawska M., *Paratekstowość – wyznacznik medialnych dyskursów*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2025, 68/3 (263), s. 11–28.
- Višňovský J., Radošinská J., *Online Journalism: Current Trends and Challenges*, [w:] *The Evolution of Media Communication*, B. Peña Acuña (red.), Dubrovnik 2017, [online], <http://dx.doi.org/10.5772/68086> [dostęp: 28.12.2025].
- Višňovský J., Ungerová M., Kubíková K., *How has Journalistic Content been Changing on the Internet? Differences in Presentation of Journalistic Outputs in the Press and on the Web*, [w:] *MOVEMENTS EUROPEAN REALITIES New Developing Trends. 4th International Science Conference „European Realities – Movements”, 12–13th December 2019, Osijek Conference Proceedings*, T. Ileš (red.), Osijek 2021, s. 197–213.
- Warzyńska A., *Prasa w sieci – wybrane aspekty prawne*, [online], <https://infotezy.ujk.edu.pl/wp-content/uploads/2020/12/Warzynska.html> [dostęp: 20.09.2025].