

Adam „Zeszyty Prasoznawcze”
RUTA Rocznik 57 (2014), nr 1, 2, 3 i 4

Media Research Issues

Vol. 57, 2014 No. 1, 2, 3 and 4

W roku 2014 ukazały się drukiem cztery numery „Zeszytów Prasoznawczych” (nr 1, 3 i 4 w nakładzie 150 egz., zaś nr 2 w nakładzie 200 egz.), choć wersją prymarną czasopisma pozostaje wersja online publikowana kwartalnie na stronie: www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze. Trzy numery (1, 2 i 4) zachowały tradycyjny układ treści, natomiast numer 2 (218) kwartalnika, pod redakcją Agnieszki Hess i Agnieszki Szymańskiej, wydany we współpracy z Polskim Towarzystwem Komunikacji Społecznej, poświęcono mediatyzacji polityki. Całkowita objętość rocznika to 854 strony, na których zamieszczono 45 artykułów i materiałów autorskich w następujących działach: *Rozprawy i artykuły* (13 tekstów), *Z historii mediów* (5 tekstów), *Media na świecie* (2 teksty), *Materiały* (7 tekstów); w zeszycie specjalnym: *Aktorzy* (5 tekstów), *Plaszczyzny* (5 tekstów), *Konteksty* (5 tekstów) oraz 3 artykuły bez przyporządkowania do konkretnego działu. Ponadto w dziale *Recenzje, omówienia, noty* ukazało się 16 tekstów, zaś w dziale *Kronika naukowa, sprawozdania, noty, przeglądy* — sześć tego rodzaju materiałów.

Pierwszy (217) numer „Zeszytów Prasoznawczych” otwiera słowo *Od redaktora*, w dziale *Artykuły i rozprawy* zamieszczono cztery teksty, z których pierwszy, autorstwa **Małgorzaty Kołodziejczak** i **Agnieszki Stępińskiej** nosi tytuł *Teoretyczne podstawy badań nad wydarzeniami medialnymi*. Autorki przedstawiły w nim podwaliny koncepcji wydarzeń medialnych oraz opartych na tejże koncepcji najważniejszych nurtów badań podejmowanych od lat 80. XX stulecia. W wydanej w 1992 roku książce D. Dayana i E. Katza *Media Events: The Live Broadcasting of History* (która w Polsce ukazała się w 2008 roku pod tytułem *Wydarzenia medialne. Historia*

transmitowana na żywo) koncepcja ta została po raz pierwszy zaprezentowana, by znaleźć rozwinięcie w twórczości E. Durkheima i tzw. neodurkheimistów oraz innych badaczy. Wynikiem owych badań i analiz była propozycja rozbudowania typologii wydarzeń medialnych, zaś autorki przedstawiły w formie tabelarycznej i opisowej jeszcze większą liczbę wydarzeń medialnych oraz różne rodzaje relacji między ich uczestnikami. Zaprezentowana typologia zawiera sześć rodzajów wydarzeń medialnych — obok tradycyjnych również tzw. destrukcyjne wydarzenia medialne.

W kolejnym artykule zatytułowanym *Komunikowanie lokalne wobec nowych możliwości i oczekiwań. Prasa drukowana czy elektroniczna?* jego autorka **Jolanta Kępa-Mętrak** zajęła się fenomenem mediów lokalnych, zwłaszcza drukowanych, którym od dawna przepowiadano upadek, głównie z powodu ekspansji Internetu. Poprzez analizę wybranych tytułów prasy lokalnej starała się udowodnić tezę, że wielu wydawców usiłuje iść z duchem czasu oferując zarówno tradycyjne wydania papierowe, jak i prenumeratę i sprzedaż e-wydań. Z drugiej strony w niewielkich środowiskach lokalnych dostrzec można dominację edycji tradycyjnych nad wirtualnymi. Zauważalna jest prawidłowość, że im mniejsza społeczność, tym większe przywiązanie do mediów tradycyjnych, papierowych.

Bogusław Nierenberg przedstawił *prawno-etyczne uwarunkowania zarządzania mediami*. Autor postawił tezę, że skłonność do zachowań manipulacyjnych w mediach jest warunkowana przede wszystkim potrzebą, a ich przejawy są w zasadzie niezależne od ustroju społeczno-ekonomicznego. Aby ją potwierdzić, posłużył się casusem afery Watergate, której ujawnienie uważane jest powszechnie — aczkolwiek mylnie w świetle faktów przedstawionych przez B. Nierenberga — za potwierdzenie siły demokracji amerykańskiej. Tezę potwierdziła też analiza aktów prawnych dotyczących instytucji medialnych oraz dziennikarskich kodeksów deontologicznych.

Ewelina Kamińska w artykule *Przekaz mediów a populizm penalny i jego znaczenie społeczne (na przykładzie sprawy „polskiego Fritzla”)* próbuje odpowiedzieć na pytanie, w jakim zakresie uchwalona w listopadzie 2009 roku przez Sejm ustawa o tzw. chemicznej kastracji pedofilów powstała wskutek oddziaływania zjawiska populizmu penalnego oraz jaki udział w tym procesie miał przekaz medialny. Wspomniana nowelizacja kodeksu karnego spotkała się szeroką krytyką specjalistów, zarówno lekarzy, seksuologów, jak i kryminologów. Podnoszono w dyskusji, że tzw. chemiczna kastracja jest nieskuteczna, zaś jej obligatoryjny charakter godzi w podstawowe prawa jednostki. W artykule przedstawiono wyniki badań na temat zależności pomiędzy wysokim nasyceniem przekazu polskiej prasy tematyką pedofilii a zajęciem przez tę problematykę wysokiej pozycji wśród istotnych zagadnień społecznych i politycznych w Polsce (na przykładzie „Gazety Wyborczej”).

Historii mediów dotyczy artykuł **Piotra Swachy** *Cenzura wobec problematyki „odwilży” 1956 roku na łamach Gazety Poznańskiej*. Autor, w przeciwieństwie do wcześniejszych badań, które koncentrowały się na pismach uważanych za rewizjonistyczne, zajął się działaniami podejmowanymi przez Wojewódzki Urząd

Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk wobec „Gazety Poznańskiej”, organu Komitetu Wojewódzkiego PZPR. Dzięki analizie sprawozdań z ingerencji cenzorskich możliwe było wyodrębnienie kilku kategorii tematów, które konsekwentnie usuwano z druku: problematyka podwyżek płac, informacje o ruchach wojsk radzieckich w Polsce po 1956 roku, artykuły krytykujące rządy Partii przed przemianami oraz wskazujące na niezadowolenie ze stopnia dokonywanych zmian. Z czasem gazeta, nie wyróżniająca się szczególnie w okresie październikowej „odwilży”, zaczęła dostosowywać swoją treść do oczekiwań cenzury.

W dziale *Materiały Krzysztof Tlalka* w tekście *Afryka na lamach Newsweeka, Polityki i Wprost w latach 2001–2010* omawia, jak wybrane polskie tygodniki opinii przedstawiały problemy Czarnego Lądu, zwłaszcza najważniejsze postaci życia publicznego oraz obecną sytuację i perspektywy państw regionu. Autor, wykorzystując analizę zawartości oraz analizę dyskursywną, wykazał niewielkie zainteresowanie badanych tytułów problematyką afrykańską. Głównie zajmowano się polityką i bezpieczeństwem, w mniejszym stopniu gospodarką i problemami społeczno-religijnymi. Często pisano o Afryce w kontekście działalności tamtejszych dyktatorów — Muammara Kadhafiego i Roberta Mugabe. Zaznaczyło się też zróżnicowane podejście tygodników do możliwości rozwoju kontynentu — „Wprost” był tu najbardziej krytyczny, zaś „Newsweek” i „Polityka” wykazywały umiarkowany optymizm.

W dziale *Recenzje, omówienia, noty* znalazły się recenzje czterech publikacji zwartych: Agnieszki Hess *Spoleczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego. Mediatyzacja i strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych* (Wydawnictwo UJ, Kraków 2013, ss. 339); Olgi Białek-Szwed *Voyeurizm medialny w kontekście współczesnej prasy w Polsce* (Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, ss. 420); pracy zbiorowej pod red. Joanny Nalewajko-Kulikow *Studia z dziejów trójjęzycznej prasy żydowskiej na ziemiach polskich (XIX–XX w.)* (Wydawnictwo Neriton, Instytut Historii PAN, Warszawa 2012, ss. 573); Krzysztofa Lidermana *Bezpieczeństwo informacyjne* (Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, ss. 218) oraz numeru drugiego „Rocznika Historii Prasy Polskiej” z 2012 roku.

Zeszyt pierwszy zamykają: sprawozdanie **Igora Mostowicza** z jednodniowej konferencji naukowej na temat *cyberartywizmu*, omówienie III Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej „Mediatyzacja życia, kultury, polityki” pióra **Agnieszki Calek** oraz wspomnienie **Henryka Czubały** o profesorsze Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie dr hab. Zbigniewie Bauerze — literaturoznawcy, krytyku literackim, dziennikarzu i medioznawcy.

Zeszyt 2 (218) poświęcony został w całości zagadnieniom mediatyzacji polityki. Z artykułu wstępnego Agnieszki Hess i Agnieszki Szymańskiej dowiadujemy się, że omawiany zeszyt „Zeszytów Prasoznawczych” jest pierwszym z czterech, które redakcja we współpracy z Polskim Towarzystwem Komunikacji Społecznej zamierza poświęcić problemom mediatyzacji. Tom podzielono inaczej niż zwykle

na działy: *Aktorzy*, *Plaszczyzny* oraz *Konteksty*. W pierwszej części zeszytu opublikowano teksty, których autorzy definiują pojęcie mediatyzacji polityki, diagnozują osobliwości tego procesu, jego cechy charakterystyczne, elementy wewnętrznej dynamiki oraz osadzają je w dotychczas wypracowanym porządku teoretycznej i empirycznej analizy.

Andreas Hepp w artykule *Communicative Figurations: Researching Cultures of Mediatization* wskazuje na konieczność zastosowania perspektywy transmedialnej w badaniach nad mediatyzacją. Badania te rozumie jako rodzaj analizy wzajemnej relacji między zmianą dotyczącą mediów i komunikacji z jednej strony a kultury i społeczeństwa z drugiej. Komunikacyjne figuracje to wzory procesów połączeń komunikacyjnych, które istnieją poprzez rozmaite media i mają „ramy” ukierunkowujące działanie komunikacyjne.

Artykuł **Teresy Sasińskiej-Klas** pt. *Mediatyzacja a medializacja sfery publicznej* przynosi analizę procesu mediatyzacji i medializacji sfery publicznej we współczesnym świecie. Procesy te są bardzo dynamiczne i zmieniają znacząco relacje pomiędzy polityką a mediami, zwłaszcza instytucjami medialnymi. Proces mediatyzacji polityki jest przedmiotem nowych badań i analiz, pokazuje wzrost roli mediów w życiu publicznym. Publikowane analizy prezentują pozytywne i negatywne aspekty obu procesów i w opinii autorki powinny być kontynuowane w przyszłości.

Zbigniew Oniszcuk zajął się *teoretycznymi i praktycznymi aspektami mediatyzacji polityki w Niemczech*. Artykuł przynosi syntetyczne spojrzenie na niemieckie badania w zakresie mediatyzacji polityki. Tekst podzielono na cztery części: w pierwszej autor wyjaśnia kwestie pojęciowe i ich konsekwencje — częste zamienne używanie węższego terminu „mediatyzacja” oraz szerszego „medializacja”. W drugiej części porusza praktyczne aspekty mediatyzacji polityki w Niemczech, wyróżniając trzy główne warianty wzajemnych relacji między polityką a massmediami: demontaż sfery polityki dokonywany przez dziennikarzy i media, prowadzący do „mediokracji”, rozszerzenie obszarów wpływu mediów oraz symbiotyczna zależność między polityką a mediami. W trzeciej części artykułu omówiono powiązania między elitami sfery mediów i polityki u naszego zachodniego sąsiada, w czwartej zaś wpływ mediatyzacji polityki na rozwój demokracji.

W dziale *Aktorzy* zamieszczono pięć artykułów. W tekście *Mediatyzacja a rozwój kanałów komunikowania partii politycznych w Polsce* jego autor **Michał Jacuński** zajął się wpływem technologii informacyjno-komunikacyjnych na system polityczny i medialny, przedstawił rozwój partyjnych kanałów komunikowania, wykorzystanie różnych typów mediów przez partie w modelu POES, własne i współdzielone kanały komunikacji głównych partii politycznych w Polsce (spośród 10 kanałów tradycyjną formę mają tylko czasopisma, newslettery i biuletyny partyjne, pozostałe funkcjonują w sieci). M. Jacuński zbadał też aktywność obywateli w zakresie zdobywania informacji oraz zaprezentował najczęściej wykorzystywane kanały komunikacji w Internecie, z którymi zetknęli się badani respondenci.

Jarosław Flis w artykule zatytułowanym *Głos i rozgłos. Medialne i systemowe determinanty indywidualnego wyniku wyborczego liderów list* przeanalizował w jakim stopniu wyniki wyborcze kandydatów są osobistą zasługą poszczególnych kandydatów, a w jakim są związane z warunkami, w których przyszło im startować. Postawił też pytania: czy rzeczywiście liczba zdobytych głosów może być wskaźnikiem osobistych sukcesów w zabieganiu o poparcie społeczne? oraz w jakim stopniu wynik, ważny dla mediów, jest w rzeczywistości wynikiem działania samych mediów, które tworzą w ten sposób sprzężenie zwrotne? Analiza indywidualnych wyników pozwoliła stwierdzić, że rezultat w dużym stopniu zależy od czynników zewnętrznych — wielkości danego okręgu, jego struktury i frekwencji wyborczej. Ponadto w rankingach ogólnopolskich zawsze będą wygrywać kandydaci numer jeden z Warszawy, najbardziej medialni, liderzy partii, cytowani zdecydowanie częściej niż wszyscy pozostali kandydaci razem wzięci.

W artykule *Relacja, kreacja, deformacja. Dylematy mediów w debacie publicznej* **Marcin Zaborski** na przykładach publicystyki telewizyjnej i radiowej przeanalizował audycje emitowane przez jeden miesiąc 2013 roku pod kątem obecności w nich przedstawicieli formacji politycznych i głównych instytucji władzy, przedstawicieli ugrupowań koalicyjnych i reprezentantów opozycji parlamentarnej, a także konkretnych polityków występujących w tychże programach. W kontekście wyartykułowanego w tytule problemu można stwierdzić, że reprezentacja zapraszanych do audycji gości znacznie różni się w przypadku mediów publicznych i komercyjnych. Te pierwsze, zobligowane do prezentowania stanowisk partii politycznych w sposób rzetelny i pluralistyczny, dbają o równe proporcje między reprezentantami ekipy rządzącej i opozycji. Media komercyjne mają większą swobodę działania, stąd widoczna często nierównowaga w tym zakresie. Inny dylemat mediów wiąże się z kategorią oglądalności i słuchalności — co może wpływać na decyzje dotyczące zapraszania gości do programów publicystycznych. Wreszcie trzeci dylemat związany z propagowaniem dobrych wzorców, także językowych — czy zapraszać do audycji jedynie sprawnych retorów? Autor zwrócił też uwagę na zjawisko kreowania medialnych gwiazd ze środowiska polityki.

Celem artykułu **Szymona Ossowskiego i Doroty Piontek** *Co tam, Panie, w polityce? Politycy w programach publicystycznych* była analiza politologiczno-medioznawcza publicystyki politycznej, a konkretnie wywiadów z politykami emitowanych w polskich stacjach informacyjnych. Analiza dokonana została przez pryzmat aktorów i tematów występujących w programach, w kontekście upodobniania się tradycyjnych i tabloidowych standardów dziennikarskich w programach publicystycznych na antenie TVP Info, TVN24 oraz Superstacji. Wybór tych kanałów podyktowany był ich oglądalnością oraz specyfiką. Wyniki zostały zaprezentowane w sposób ogólny, gdyż dane szczegółowe będą opublikowane w przyszłości. Trzeba przyznać, że rezultaty analizy nie zaskakują. Najczęstszymi gośćmi programów publicystycznych byli politycy, wśród tematów dominowała polityka, zwłaszcza partyjna, co więcej — w audycjach pojawiali się ci sami politycy, którzy widoczni byli w innych mediach

(radio, prasa, Internet), głównie mężczyźni. Podobne zjawisko występowało wśród ekspertów, gdzie przewijały się wciąż te same osoby.

Prezentowane przez **Agnieszkę Hess** w artykule *Mediatyzacja organizacji pozarządowych w procesie komunikacji politycznej* wyniki badań pozwalają zidentyfikować kilka podstawowych cech teźże mediatyzacji. Po pierwsze: główne media informacyjne w naszym kraju sytuują organizacje pozarządowe w sferze polityki. Liderzy i członkowie tych organizacji występują w mediach w charakterze ekspertów nie tylko trzeciego sektora, ale także komentujących sytuację ekonomiczną, społeczną i polityczną. W drugiej kolejności można stwierdzić, że organizacje pozarządowe stanowią ważne źródło informacji dla mediów. Po trzecie, ważnym czynnikiem jest identyfikowanie się środowiska dziennikarskiego z działalnością trzeciosektorową. Wreszcie kluczowym czynnikiem sprzyjającym wzrostowi znaczenia organizacji pozarządowych jako uczestników dyskursu politycznego jest świadomość logiki działania mediów wśród elit pozarządowych i rozwijanie strategii komunikacyjnych, dzięki którym mogą wpływać na różne grupy odbiorców.

Kolejny dział zatytułowany *Płaszczyzny* przynosi również pięć tekstów. Pierwszy z nich, autorstwa **Agnieszki Szymańskiej** nosi tytuł: *Rola mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa — szkic teoretyczny*. W oddziaływaniu na odbiorców zagranicznych przekaz płynący z mediów jest jednym z najważniejszych narzędzi. Znaczenie przekazu mediów jest tym większe, im mniejszy jest zakres osobistego doświadczenia i wiedzy na temat danego kraju. Media poprzez swój przekaz wpływają na powstawanie i zmianę wizerunków narodowych, na kształtowanie opinii, postaw i zachowań różnych kategorii odbiorców. Dlatego tak istotny, obok potencjału ekonomicznego i militarnego danego kraju, jest jego medialny wizerunek. Jakość medialnego obrazu państwa w mediach zagranicznych jest ważnym wskaźnikiem skuteczności promocji państwa. Odpowiednią jakość przekazu można uzyskać poprzez dobór właściwych tematów i umiejętne inspirowanie pozytywnego przekazu na temat kraju.

Lucyna Słupek zajęła się *Imprezą sportową jako narzędziem kreacji wizerunku kraju-gospodarza*. Już w czasach starożytnych pojawiały się pierwsze próby instrumentalizacji sportu w celach politycznych i wizerunkowych, w czasach nowożytnych zaś najbardziej znanym przykładem były Letnie Igrzyska Olimpijskie w Berlinie, potem zaś okres zimnej wojny. Autorka w prezentowanych tekście zajęła się przede wszystkim zagadnieniem kreowania wizerunku Polski w kontekście Euro 2012. Organizacja tej imprezy niewątpliwie przyczyniła się do awansu naszego kraju w rankingach mierzących reputację państw, choć istotne były też płynące w świat informacje o odporności gospodarki Polski na globalny kryzys oraz dobrze oceniana w Europie prezydencja Polski w Unii Europejskiej. Organizacja dużej imprezy sportowej musi być elementem kompleksowych, wieloobszarowych działań promocyjnych i wizerunkowych. Choć nie wszystkie działania komunikacyjne podczas Euro 2012 były prowadzone należycie, to jednak efekt promocyjny był ogromny.

Komunikacja administracji samorządowej z otoczeniem w świetle mediatyzacji stała się przedmiotem zainteresowania **Weroniki Świerczyńskiej-Głowni**. Przyjmuje się, że relacje publiczne podmiotów administracji samorządowej zależą w znacznym stopniu od opinii o nich, czy szerzej — od ich reputacji. Państwo i samorząd pełnią wobec obywatela misję, która powinna być mu komunikowana. Skuteczność komunikowana jest uzależniona od wielu czynników zarówno zewnętrznych, jak i mających źródło w samej instytucji. Autorka wyróżnia za Z. Oniszcukiem trzy podstawowe źródła władzy mediów masowych w relacjach z systemem politycznym: organizację i prowadzenie dyskursu publicznego, wymieniając jako jedno ze skutecznych narzędzi telewizję internetową; kontrolę dostępu do informacji, poglądów i interesów obecnych w przekazach medialnych (obligatoryjnymi sposobami informacji publicznej są: Biuletyn Informacji Publicznej, udostępnianie na wniosek informacji nieogłoszonej w BIP, wstęp na posiedzenia organów władzy publicznej i dostęp do materiałów z tych posiedzeń), trzecim źródłem władzy mediów jest ich wpływ wywierany na rządy i państwa. Na szczeblu lokalnym można dostrzec sytuacje, gdy inicjatorem obecności w mediach jest samorząd. Zmiany na linii polityka-media w warunkach lokalnych widoczne są też w sferze finansowania działalności regionalnych i lokalnych nadawców radiowych i telewizyjnych.

Małgorzata Winiarska-Brodowska podjęła temat *Komunikowania politycznego w Unii Europejskiej — roli Internetu*. Demokratyczna Unia Europejska nie może się obyć bez komunikacji. Stosowane są techniki, które mają przyciągnąć uwagę odbiorcy i uatrakcyjnić przekaz, takie jak: symplifikacja, wizualizacja, personalizacja, polaryzacja i dramatyzacja. Uproszczenie przekazu jest jednak zaprzeczeniem pogłębionej debaty będącej elementem demokracji. Unijne komunikowanie w Internecie ma wiele zalet: dostęp do informacji, jawność, interaktywność, możliwość dotarcia do dużej liczby obywateli, tworzenia poczucia przynależności do danej grupy, wreszcie — jest szansą kontaktu z młodymi odbiorcami. Oczywiście są i ograniczenia: problem wykluczenia cyfrowego, bariery językowe, odmienności kulturowe, niski poziom wiedzy o instytucjach unijnych oraz słabnące zainteresowanie polityką, a także asymetryczność procesu komunikowania. Niezbędne jest odpowiednie wsparcie instytucjonalne, aby wykorzystać potencjał nowych mediów.

Losy swobodnego przepływu informacji w kontekście projektów ACTA oraz IRT to tytuł artykułu **Michała Olędzkiego**. Idea swobodnego przepływu informacji przez ponad pół wieku była przedmiotem międzynarodowych debat. Dziś, w dobie Internetu, wydaje się, że idea ta jest realizowana bez ograniczeń, jednak wciąż mamy do czynienia z barierami zarówno technologicznymi (brak dostępu do sieci), jak i politycznymi (kontrola dostępu do sieci bądź określonych serwisów w niektórych krajach niedemokratycznych). Autor zaprezentował przykłady ograniczania wolności w Internecie, ocenił dostęp do Internetu w świecie, przybliżył, czym jest Anti-Counterfeiting Trade Agreement, znany powszechnie jako ACTA, zrelacjonował akcje protestacyjne Polaków przeciwko ACTA, zajął się problemem zmian w traktacie

ITR dotyczącym prawa telekomunikacyjnego, odniósł się też do ujawnionego przez Edwarda Snowdena programu inwigilacji cyfrowej prowadzonego przez amerykańską agencję bezpieczeństwa NSA.

Ostatni dział — KONTEKSTY, podobnie jak poprzednie zawiera pięć artykułów. Pierwszy z nich, autorstwa **Pawła Ścigaja**, nosi tytuł *Polityka lęku? O możliwości badania polskiego dyskursu politycznego z perspektywy teorii opanowywania trwogi*. Artykuł ma na celu pokazanie możliwości wyjaśniających, jakie oferuje teoria opanowywania trwogi (TMT) w badaniach nad zjawiskami społecznymi. Jej wykorzystanie w analizie „polityki lęku” w USA po zamachu 11 września pokazało, że możliwe jest zastosowanie TMT w badaniach nad polską sferą polityczną. Nie bez znaczenia są także elementy polskiej debaty publicznej, skupiające uwagę polityków i publicystów od lat, jak np. przekonania o zagrożeniu bytu narodowego i tożsamości, wpływ obcych grup we władzach itp. Zmieniają one dyskurs polityczny, przesuwając akcent z zagrożeń realnych na wyobrażone. To one zmieniają politykę strachu w politykę lęku, wywołując radykalne postawy, cementując je, wzmagając wrogość i agresję.

Kłamstwo i polityczna paranoja w kontekście wizerunkowych strategii PR i marketingu politycznego stały się przedmiotem zainteresowania **Agnieszki Waleckiej-Rynduch**. Wiek XXI z pewnością zapisze się w annałach nauki o mediach i nauki o komunikowaniu jako stulecie fabrykowanych wizerunków i wiek kłamstwa. Kłamstwo i teorie spiskowe stały się motorem napędzającym naszą polityczną rzeczywistość. Autorka stara się połączyć w prezentowanym tekście dwie tezy dotyczące manipulowania wizerunkami oraz wskazać na polskie i zagraniczne przykłady politycznego kłamstwa, spisku i politycznej paranoi, które zostały poddane krytyce obywatelskiej.

Katarzyna Brzoza opisała *Entertainizację polityki*. Celem artykułu było ukazanie pewnych trendów panujących w komunikowaniu masowym, a polegających na dostarczaniu odbiorcy rozrywki, jak też nakreślenie następstw tego zjawiska dla sposobu prezentowania szeroko pojętej polityki w mediach masowych. Autorka „zajrzała” do tabloidów, przeanalizowała też pod tym kątem tygodniową ramówkę czterech głównych stacji telewizyjnych w Polsce: TVP1, TVP2, Polsatu i TVN. Na podstawie zebranych danych można stwierdzić, że w polskiej telewizji dominuje rozrywka. Największy wybór programów, w których goszczą politycy oferuje telewizja publiczna. Najwięcej przykładów entertainizacji polityki dostarcza jednak sieć internetowa, zarówno w wydaniu profesjonalnym, jak i amatorskim.

Głównym celem artykułu **Katarzyny Stelmach** *Mediatyzacja propagandy — propagandyzacja mediów: wczoraj i dziś* było ukazanie współlistnienia oraz wzajemnych uwarunkowań i oddziaływań mediów i propagandy w perspektywie historycznej i współcześnie, w szerszym kontekście zjawisk mediatyzacji polityki i propagandyzacji komunikowania politycznego. Za szczególnie ważny uznany został propagandowy potencjał Internetu i jego wykorzystanie polityczne. Autorka zaprezentowała na wstępie ustalenia terminologiczne w odniesieniu do propagandy, przedstawiła rys historyczny prasy masowej w służbie propagandy, przybliżyła znaczenie fotografii

prasowej dla rozwoju propagandy, film, radio i telewizję na usługach propagandy oraz rolę Internetu w tym względzie. Ostatni fragment artykułu poświęcony został propagandyzowaniu mediów.

Ostatni tekst, którego autorem jest **Györgyi Rétfalvi** nosi tytuł *Mediatization of the Youth: the Use of Social Media among the Hungarian Teenagers* (*Mediatyzacja młodości: użytkowanie mediów społecznościowych wśród węgierskich nastolatków*). W artykule omówiono rezultaty badań BKF Viadukt wśród węgierskich nastolatków. Badania fokusowe i ankieta pokazały, że młodzież węgierska otwarcie i chętnie rozmawia o swoich nawykach związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych, udostępnia swoje dane, profil oraz zdjęcia, strukturę sieci społecznych oraz aplikacje, z których korzysta. Badania wskazały, jakie kanały mediów społecznościowych były popularne wśród węgierskich nastolatków w 2013 roku, jakie były aktywnie wykorzystywane i w jakich celach.

Zeszyt 219 otwiera słowo *Od redaktora*. W dziale *Rozprawy i artykuły* zamieszczono cztery rozprawy. **Kamil Łuczaj** w artykule *Kapitał kulturowy odbiorców a graficzna forma reklamy prasowej* podjął próbę empirycznej weryfikacji teorii gustu estetycznego sformułowanej przez Pierre’a Bourdieu. Wyniki badań zaprezentowane w tekście stanowią część większego projektu dotyczącego estetyki polskiej reklamy prasowej. Zbadano 2140 reklam z pięciu ogólnopolskich czasopism skierowanych do rozmaitych grup odbiorców. Ilościowa analiza zawartości, wzbogacona o elementy analizy jakościowej przyniosła potwierdzenie hipotez Bourdieu. Okazało się, że reklamy kierowane do odbiorców z wyższym poziomem kapitału kulturowego są prostsze w formie i unikają lokalności, częściej nawiązując do kultury globalnej. Ponadto ich akcja z reguły dzieje się w mieście, a bohaterami są osoby wyposażone w atrybuty prestiżu społecznego — w przeciwieństwie do reklam skierowanych do odbiorców gorzej sytuowanych i mniej wykształconych.

W tekście *Struktury znaczeniowe w hasłach na transparentach obrońców Radia Maryja i Telewizji Trwam* **Ewa Bobrowska** postawiła pytanie: czy wśród odbiorców Radia Maryja wytworzyła się wspólnota dyskursywna, posługująca się tymi samymi regułami dyskursywnymi, które wpływają na generowaną w wypowiedziach wizję świata? Dotychczasowe badania sondażowe nie docierały do głębszych struktur znaczeniowych. Autorka podjęła próbę rekonstrukcji takich struktur poprzez analizę haseł na transparentach eksponowanych podczas demonstracji zorganizowanej przez zwolenników toruńskiej rozgłośni. Stwierdziła dużą zgodność schematów wykorzystywanych w hasłach oraz ich podobieństwo do tych, które eksponowane są w wypowiedziach publikowanych na łamach „Naszego Dziennika”. Tym samym uprawdopodobniona została hipoteza o powstaniu wspólnoty dyskursywnej wokół Radia Maryja.

Iwona Hofman zaprezentowała *Model redakcji i zarządzania na przykładzie Spółdzielni Pracy „Polityka”*. Autorka objęła swoją analizą funkcjonowanie tygodnika w latach 1990–2012, jego status formalnoprawny, organizację redakcji, kon-

kurencyjność na rynku. Omówiła zmiany zawartości i szaty graficznej oraz formy działalności wydawniczej, społecznej wzmacniające opiniotwórcze oddziaływanie „Polityki”. Artykuł ma charakter empiryczno-przeglądowy, oparty został na kronikach pisma napisanych przez M. Radgowskiego i W. Władykę oraz materiale źródłowym. Analiza wysokości nakładu, sprzedaży, ceny egzemplarza pozwoliła stwierdzić, że przyjęta forma spółdzielni pracy przyspieszyła decyzję o zmianie struktury i postaci pisma oraz rozwijaniu innej działalności budującej markę tytułu. Istotne znaczenie miało realizowanie długofalowych projektów przez jednego redaktora naczelnego o odpowiednich cechach osobowości.

Kultura strachu w polskiej prasie brukowej stała się przedmiotem rozważań **Magdaleny Hodalskiej**. Analiza zawartości dwu polskich tabloidów („Faktu” i „Super Expressu”) pozwoliła ustalić, jakich środków wizualnych i werbalnych używają autorzy publikacji w tych pismach, by wzbudzić w czytelnikach lęk. Kultura strachu w tabloidach przejawia się w warstwie językowej i pozajęzykowej, a służą temu: dobór odpowiedniej leksyki, konstrukcja tekstów sprzyjająca budowaniu napięcia, selekcja tematów, krzykliwe nagłówki oraz ilustrujące artykuły fotografie. Jak pisze autorka: „Na łamach tabloidów najstraszniejsze strachy to te prozaiczne i codzienne, związane ze zdrowiem i pieniędzmi. Lęk przed biedą, chorobą, samotną starością jest silniejszy niż strach przed nietolerancją czy kryzysem”.

W dziale *Media na świecie* zamieszczono dwa teksty. W pierwszym z nich **Lidia Pokrzycka** przedstawiła media w Islandii i ich ogólną charakterystykę. W artykule opisano kondycję islandzkiej prasy, radia, telewizji oraz zmiany prawne, które w założeniach miały stworzyć z Islandii enklawę wolności słowa. Islandia, przez lata zależna od Danii, dba o to, by nie stracić kontroli nad mediami, które są własnością wyłącznie krajowych koncernów. System medialny w tym kraju zmagają się wszelkimi problemami, z którymi zmagają się wolny rynek: monopolizacją własności, koncentracją grup wydawniczych, koncernów medialnych oraz pozorną depolityzacją treści prasy.

Agnieszka Mucha w artykule *Der Strategische Stil Von Bündnis 90/den Grünen In Der Bundestagswahl 2009 Analysiert am Beispiel Ihrer Wahlplakatierung* przedstawiła strategię wyborczą Związku Zielonych w kampanii plakatowej przed wyborami do Bundestagu w 2009 roku. Poddała analizie zastosowane techniki perswazyjne i ich oddziaływanie na odbiorców, wskazała mechanizmy ich działania, zinterpretowała konkretne slogany ugrupowania. Partia Zielonych starała się przedstawić siebie jako pewne siebie, silne ugrupowanie, gotowe pokonać zaistniały kryzys, jako partia „przyszłościowa” oraz siła polityczna raczej wyważona w swoich działaniach.

Dział *Z historii mediów* przynosi artykuł autorstwa **Doroty Skotarczak** zatytułowany *Czasopisma ormiańskie w Polsce*. Pierwszym ormiańskim periodykiem w Polsce był „Posłaniec św. Grzegorza” ukazujący się od 1927 roku. Odrodzenie czasopiśmiennictwa Ormian możliwe było dopiero po 1990 roku. Zaczęło wówczas wychodzić pierwsze periodyki, poczynając od „Biuletynu Ormiańskiego Towarzystwa

Kulturalnego”. Wśród ormiańskich czasopism w Polsce są zarówno efemerydy, jak i periodyki, które na stałe zadomowiły się na polskim rynku prasowym, jak np. „Awedis”. Szkoda, że autorka nie pokusiła się — oprócz opisu poszczególnych tytułów — o próbę zestawienia ilościowego ormiańskich periodyków.

W dziale *Materiały* odnajdujemy trzy teksty. **Marlena Jankowska-Bulla** w tekście *Telewizja śniadaniowa w Polsce i w Niemczech: format — struktura — zawartość* dokonała analizy porównawczej dwu programów telewizji śniadaniowej: polskiego „Kawa czy herbata” oraz niemieckiego „Morgenmagazin”. Obok rysu historycznego obu programów zdefiniowała tytułowy format telewizyjny, przede wszystkim zaś szczegółowo przyjrzała się strukturze magazynów i ich zawartości gatunkowej — bardzo różnorodnej: informacyjnej, rozrywkowej i poradniczej. W podsumowaniu autorka dokonała zestawienia podobieństw i różnic programów telewizji śniadaniowej.

Tylko *Rock 1991–2002* to tytuł artykułu **Artura Trudzika**. Autor podjął trud przybliżenia szerokiemu kręgowi odbiorców najważniejszego i najciekawszego miesięcznika rockowego w Polsce. Prezentowane w obszernym tekście ustalenia są wynikiem kilkuletnich badań prasoznawczych A. Trudzika; wysunął on przy tym nowe propozycje metodologiczne i ustalenia merytoryczne w zakresie dziennikarstwa muzycznego. Zdiagnozował dziesięć podstawowych kategorii opisujących periodyk od danych dotyczących nakładu, objętości, ceny itp. poczynając a na zawartości merytorycznej kończąc. Miesięcznik wydawany przez ponad dekadę zajął wyjątkową pozycję na rynku, a redakcja starała się utrzymać odpowiedni poziom merytoryczny i edytorski.

W ostatnim artykule zatytułowanym *Marsz „Obudź się, Polsko!” w relacjach polskich stacji telewizyjnych. Część I. Relacje ciągłe w stacjach informacyjnych* troje autorów — **Karolina Brylska**, **Tomasz Gackowski** i **Jacek Wasilewski** zaprezentowało wyniki badań poświęconych sposobowi relacjonowania tytułowego marszu w programach informacyjnych TVP Info, TVP1, TVP2, TVN24, Polsat News i Trwam — w głównych serwisach informacyjnych. Materiał analizowano w 6 założonych kategoriach: prawdziwości, staranności, moralności, przestrzegania racji stanu, obecności dyskryminacji oraz jakości. Analiza jakościowa serwisów informacyjnych poszczególnych nadawców obejmowała badanie ram interpretacyjnych, wykorzystywanych do interpretacji wydarzenia przez poszczególne grupy interesu.

W dziale *Recenzje, omówienia* zamieszczono pięć recenzji publikacji: Anne Schwan *Werbung Statt Waffen. Wie Strategische Aussenkommunikation die Aussenpolitik Verändert* (VS Verlag für Sozial Wissenschaften, Wiesbaden 2011, ss. 397); Jana Pleszczyńskiego *Epistemologia komunikacji medialnej. Perspektywa ewolucyjna* (Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2013, ss. 490); Krzysztofa Millera *13 wojen i jedna* (Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2013, ss. 349); Barbary Centek *Naukowe i popularnonaukowe czasopisma Lubelszczyzny 1944–1989* (Wydawnictwo Tetragon, Warszawa 2012, ss. 332); Eugeniusza Kurzawy *Andrzej K. Waśkiewicz — miejsca opuszczone* (Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, ss. 222).

Ponadto w zeszycie zamieszczono sprawozdanie z Konferencji Naukowej „Zarządzanie mediami. Teoria i praktyka” (Uniwersytet Jagielloński, Kraków, 7–8 marca 2013 r.) autorstwa **Anny Modzelewskiej** oraz omówienie pierwszego zeszytu *Rocznika Historii Prasy Polskiej* z 2013 roku pióra **Adama Bańdy**.

Ostatni, 220 zeszyt rozpoczyna tradycyjnie słowo wstępne *Od redaktora*.

Dział *Rozprawy i artykuły* zawiera pięć tekstów. Otwiera go artykuł **Grzegorza Rocha Bajorka** *Wolność słowa, a potem wymówienie. Orzecznictwo strasburskie dotyczące granic swobody wypowiedzi dziennikarzy pozostających w stosunku pracy*. Dotyczy on zagadnienia granic swobody wypowiedzi dziennikarzy. Artykuł ma charakter polemiczny, gdyż autor w sposób krytyczny odniósł się do ustaleń Europejskiego Trybunału Praw Człowieka zawartych w najnowszych wyrokach tego sądu. Dokonał on przeglądu orzecznictwa ETPCz w Strasburgu z lat 2000–2013 usiłując zrekonstruować standardy ochrony wolności słowa w sytuacji, gdy dziennikarz korzysta z tego przywileju krytykując swego pracodawcę. Jak się okazuje, wypowiedź krytyczna wobec pracodawcy zasługuje na ochronę, jednak pod pewnymi warunkami. Decydujące znaczenie ma tu kontekst, język inkryminowanej wypowiedzi oraz pozycja dziennikarza (w tym przynależność do związków zawodowych).

Anglojęzyczny tekst **Sebastiana D. Kotuli** *Bibliological Communication and the World Wide Web* dotyczy komunikacji bibliologicznej rozumianej jako proces wprowadzania do obiegu społecznego książek. Autor postawił na wstępie pytanie: jak zmienia się model komunikacji bibliologicznej i jej obiekt, gdy realizowany jest w środowisku cyfrowym z wykorzystaniem zdobyczy sieci i hipertekstu. W wyniku podjętych analiz zidentyfikowano nowe formy komunikacji bibliologicznej — pierwszą zwaną cyfrową komunikacją bibliologiczną, drugą — sieciową komunikacją bibliologiczną. Obie poddano analizie oraz zaproponowano ich autorskie modele.

W artykule **Magdaleny Hodalskiej** *Wydarzenia medialne i maratony katastrof — jak trauma i terror zmieniają teorię komunikacji* ukazano ewolucję koncepcji wydarzeń medialnych pod wpływem traumatycznych wydarzeń relacjonowanych przez dziennikarzy oraz przemian na rynku medialnym. Autorka omówiła najważniejsze założenia teorii E. Katza i D. Dayana oraz zmiany, jakie wniosły do tej teorii wydarzenia ostatnich 20 lat. Przytoczyła szereg przykładów z mediów polskich i zagranicznych. Przywołała też nowy gatunek telewizyjny opisany przez Tamar Liebes, a mianowicie maraton katastrof, który nieubłaganie wypiera transmitowaną na żywo historię.

Artykuł *Od pierwotnej oralności do wtórnej piśmienności w epoce dominacji internetowego biasu* autorstwa **Magdaleny Szpunar** zwraca uwagę na fakt przeceniania przez naukowców pisma jako podstawowej formy języka, w sytuacji gdy komunikacja oralna jest pierwotną i podstawową formą całej komunikacji. Obecnie mamy do czynienia z efektem postpiśmienności, przejawiającym się odejściem od form tradycyjnego pisma na rzecz form audiowizualnych i ideograficznych (widocz-

ne zwłaszcza w Internecie). Tak jak inne media w dziejach, pismo nie zniknie, ale dokona się jego remediacja, przestanie być kojarzone z linearną zamkniętą strukturą a tekst będzie mógł istnieć jako niesekwencyjny, nieliniowy i otwarty.

Edyta Żyrek w tekście *Inny czy Obcy? Dylematy wielokulturowości w reportażach afrykańskich Jeana Hatzfelda i Ryszarda Kapuścińskiego* starała się pokazać, jak obaj autorzy piszą o dylematach wielokulturowości w (po)nowoczesnym świecie na przykładzie problemów współczesnej Afryki. Autorka szczególnie zainteresowana była spojrzeniem Kapuścińskiego i Hatzfelda na Innego, tym w jaki sposób wartościowana jest opisywana przez nich rzeczywistość, jak definiują zadania reportażysty oraz obowiązki przypisywane ponowoczesnym środkom masowego przekazu.

W dziale *Z historii mediów* zamieszczono trzy teksty. **Kamila Kamińska** zatytułowała swój artykuł „*Felieton mocno jątrzący*”, czyli *cenzura wobec publicystyki Stefana Kisielewskiego (w latach 1957–1961)*. Materiałem źródłowym były 1373 sprawozdania z kontroli prewencyjnej Wojewódzkiego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk oraz warszawskiej centrali cenzury, spośród których wyłoniono odnoszące się bezpośrednio do publicystyki Kisielewskiego. Zaprezentowano zarówno ilościową, jak i jakościową analizę ingerencji cenzorskich w stosunku do tekstów opozycyjnego publicysty, określając 12 obszarów tematycznych podlegających nadzorowi cenzury.

Aneta Stawiszyńska w tekście *Praca dziennikarska i społeczna Bolesława Busiakiewicza w latach 1916–1918* przypomniała postać cenionego dziennikarza, którego pierwsze kroki w tym zawodzie stawiał w Łodzi, choć potem przez lata pracował w Poznaniu i Toruniu, by w roku 1939 powrócić do rodzinnego miasta. Tu po II wojnie światowej związał się z miejscową rozgłośnią Polskiego Radia, w którym prowadził cieszące się dużą popularnością audycje muzyczne.

W artykule **Anity Magowskiej** „*Musų Lietuva*” czy „*nasza Litwa*”? *Retoryka dwóch nacjonalizmów na łamach czasopism o Litwie wydawanych przed I wojną światową* przedstawiono nacjonalistyczną retorykę na łamach polskich i litewskich periodyków wydawanych w latach 1883–1914. Autorka przeanalizowała zawartość treściową, cechy formalne i warunki rozwoju polskojęzycznych czasopism nacjonalistycznych: „*Kwartalnika Litewskiego*” (1910–1911), „*Litwy*” (1908–1914) oraz „*Litwy i Rusi*” (1912–1913), a także omówienia artykułów pism litewskojęzycznych: „*Aušra*” (1883–1886), „*Šviesa*” (1887–1888, 1890) i „*Varpas*” (1889–1905) zamieszczane na łamach petersburskiego „*Kraju*”. Głoszony przez litewskie pisma skrajny nacjonalizm budził duże zainteresowanie litewskiej klasy średniej, w przeciwieństwie do periodyków polskiej mniejszości na Litwie, które miały charakter elitarny i nie budziły zainteresowania polskiego społeczeństwa.

Wśród *Materiałów* odnajdujemy tekst **Artura Lipińskiego** *Prasowy wizerunek polskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej*, w którym autor przeanalizował przekazy medialne dotyczące Polski i Unii Europejskiej w okresie sprawowania przez Polskę prezydencji w Radzie Unii Europejskiej prezentowane na łamach trzech

tygodników opinii: „Wprost”, „Polityki” i „Uważam Rze”, różniących się prezentowanymi poglądami politycznymi i linią redakcyjną. A. Lipiński wyróżnił dwie pozycje dyskursywne: prezydencja jako zadanie i prezydencja jako pozór. Perspektywa dyskursywna przyjęta w tekście prowadzi do analizy szczegółowych aspektów użycia języka w sposób, który na forsować partykularną, politycznie uwarunkowaną wizję rzeczywistości, co znalazło odzwierciedlenie na łamach analizowanych tygodników.

Magdalena Przybysz-Stawska zajęła się *Recenzją i reklamą książki w kobiecym Zwierciadle (w latach 2001–2003)*. Związki między książką a prasą znane są od końca XVII wieku. Początkowo były to ogłoszenia wydawnicze i recenzje, potem drukowano w prasie nowele, opowiadania i poezje. W prezentowanym artykule przedstawiono dwie podstawowe formy informacji o książce: recenzje i ogłoszenia wydawnicze.

Marsz „Obudź się, Polsko!” w relacjach polskich stacji telewizyjnych. Część II: Wieczorne serwisy informacyjne to dokończenie artykułu **Karoliny Brylskiej, Tomasza Gackowskiego i Jacka Wasilewskiego** z numeru 219 „Zeszytów Prasoznawczych”. Tym razem autorzy zajęli się analizą zawartości głównych serwisów informacyjnych sześciu stacji telewizyjnych nadawanych w dniu poprzedzającym wydarzenie, w dniu, w którym wydarzenie się odbyło oraz w dniu następnym. Zebrany materiał analizowano w kilku aspektach — wskazywano stosowane ramy interpretacyjne, rozpiętość proponowanych kontekstów, zakładane grupy odbiorców, obiektywizm i subiektywizm opinii, jak również normatywność i dydaktyzm w informacji.

W dziale *Recenzje, Omówienia* zamieszczono informacje na temat siedmiu publikacji: Ewy Migaczewskiej: *Imperatyw zysku? O komercyjnym modelu przekazu medialnego i jego twórcach* (Wydawnictwo LIBRON, Kraków 2013, ss. 264); Magdaleny Szpunar: *Nowe — stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego* (Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, s. 235); Marty Juzy: *Kultura Internetu w Polsce. Od akademickich początków do upowszechnienia zjawiska* (Wydawnictwo Antykwa, Kraków 2012, ss. 198); Jacka H. Kołodzieja: *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie* (Księgarnia Akademicka, Kraków 2011, ss. 514); Władysława Marka Kolasy i Grzegorza Niecia: *Bibliografia historii prasy polskiego ruchu ludowego* (Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego, Warszawa 2012, ss. 104); Tadeusza Kowalskiego: *Zarządzanie w mediach* (Wolters Kluwer, Warszawa 2013, ss. 310) oraz Mariny Sitrin i Daria Azzelliniego: *Occupying language (occupied media pamphlet series): The secret rendezvous with history and the present* (Zuccotti Park Press, Brooklyn 2012, ss. 116).

Kończący ostatni zeszyt dział *Kronika naukowa, Sprawozdania, Wspomnienia, Noty* przynosi wspomnienie **Eugeniusza Kurzawy** o Ogólnopolskich Konfrontacjach Dziennikarzy Pism Regionalnych, których początek datuje się na rok 1983.

Gorąco polecam lekturę jakże różnorodnego, bogatego w teksty rocznika 2014 „Zeszytów Prasoznawczych”. Sądzę, że każdy zainteresowany mediami, prasoznawstwem znajdzie w nim coś dla siebie.