

Adam „Media i Medioznawstwo”
BAÑDO

Media and Media Studies

Pod koniec 2011 r. wśród fachowych czasopism naukowych pojawił się nowy tytuł „Media i Medioznawstwo”, kwartalnik wydawany przez Wydawnictwo Naukowe Scriptorium z Opola. Pismo ukazuje się pod redakcją Witolda Machury, który jest jednocześnie właścicielem wydawnictwa. Inicjatywie patronuje Polskie Towarzystwo Naukowe Prawa Prasowego (Poznań). Jak przystało na czasopismo tego typu, ma ono swoją Radę Naukową, w skład której wchodzi: Jacek Sobczak (przewodniczący), Michał Drózdź (Kraków), Jan Filip (Bratysława), Joanna Jonczek (Szczecin), Ryszard Kowalczyk (Poznań), Andrzej Koziół (Warszawa), Stefan Kubów (Wrocław), Ewa Nowińska (Kraków), Aldona Prašmantaitė (Wilno), Monika Karczmarek-Śliwińska (Koszalin), Ewa Ferenc-Szydełko (Opole), Leszek Wiśniewski (Poznań) i Krzysztof Woźniakowski (Kraków). Strukturę pisma tworzą stałe działy: *Studium*, *Zagraniczne systemy medialne*, *Media i okolice*, *Osobowości*, *Sport w Mediach* oraz *Sprawozdania i recenzje*. Przyznam się, że lekturę pierwszego numeru zacząłem od zapoznania się ze spisem treści i przeczytania informacji o autorach artykułów. Z satysfakcją odnotowuję, że wśród nich znaleźli się nie tylko przedstawiciele związanego z mediami środowiska naukowego, ale także praktycy — fachowcy, głównie dziennikarze, co poczytuję za dobry omen. Mam nadzieję, że redakcja i rada naukowa pozostanie w przyszłości wierna tej słusznej i atrakcyjnej, moim zdaniem, koncepcji i w tym względzie konsekwentnie zadba o zachowanie odpowiednich proporcji. Spojrzenie na media i związaną z nimi problematykę z punktu widzenia praktyków jest słusznym założeniem i z pewnością wzbogaci czasopismo o ciekawe i co ważne, aktualne treści. Może też stanowić

wartość samą w sobie dla nowego tytułu, wyróżniając go w grupie innych czasopism, zwłaszcza tych dość metodologicznie szablonowych i nazbyt historyczno-teoretycznych w swojej problematyce.

Od strony formalno-wydawniczej „Media i Medioznawstwo” wypadają korzystnie. Ciekawa szata graficzna, mały, poręczny format i raczej umiarkowana cena. Nie znane mi są dane o wielkości nakładu. Jedynym mankamentem, jaki zwrócił moją uwagę, jest nieujednolicony system odwołań, który w kilku przypadkach odbiega od przyjętych zasad, powszechnie stosowanych nie tylko w czasopismach naukowych. Brak również abstraktów, zarówno w polskim, jak i w angielskim języku. Myślę, że te drobne usterki, które i tak nie wpływają na wysoką ocenę zawartości, zostaną wkrótce poprawione. Mam nadzieję, że pomysł i koncepcja tej nowej inicjatywy wydawniczej pozwolą pozyskać wielu czytelników, czego redakcji szczerze życzę.

Jeśli już mowa o pomysle i koncepcji periodyku, nawiążę w tym miejscu do słów Jacka Sobczaka, przewodniczącego Rady Naukowej, autora *Wprowadzenia*, które można potraktować, wzorem nowo powstałych pism, jako swojego rodzaju „deklarację programową”. Już w pierwszym akapicie wskazano na zagadnienie funkcjonowania środków społecznego przekazu, będących przedmiotem wspólnych zainteresowań środowisk medioznawców, politologów i kulturoznawców, a także specjalistów w zakresie komunikowania masowego oraz dziennikarzy. W świetle powyższego na plan pierwszy wysuwa się kwestia zadań i celów, jakim powinny służyć media, a zwłaszcza prasa w demokratycznym państwie prawnym. W ich obrębie szczególnie ważnymi kwestiami są zakres i granice wolności prasy. Zdaniem autora większość dziennikarzy jest błędnie przekonana, że wolność środków społecznego przekazu jest nieograniczona, a więc pierwotna wobec prawa. Tym samym nadrzędna w stosunku do prawa gwarantującego wolność jednostce czyli powszechnie uznanego i przyjętego w cywilizowanym świecie prawa człowieka (prawo do prywatności, prawo do ochrony wizerunku czy prawo do ochrony dóbr osobistych). Następne zagadnienie dotyczy różnic między pojęciami dziennikarz i „media worker” oraz wynikających z tego tytułu problemów: odmienności zakresu praw, obowiązków i odpowiedzialności (prawnej i cywilnej). Z tym ostatnim zagadnieniem związane są kwestie aktualnego prawa prasowego, a ściślej mówiąc jego niedoskonałości, zwłaszcza w aspekcie ochrony tajemnicy dziennikarskiej, pojmowanej przez część środowiska dziennikarskiego jako niczym nieograniczony przywilej, wręcz „immunitet zawodowy”. W świetle powyższego istotną sprawą jest przestrzeganie zasad etyki dziennikarskiej. Ten problem nie został zamknięty, jakby się wydawało, wraz z uchwaleniem kodeksów etyki.

Autor słowa wstępnego proponuje także inne, równie ważne tematy, które powinny stać się przedmiotem dyskusji i wymiany poglądów na łamach „Mediów i Medioznawstwa”. Niewątpliwie są to problemy odnoszące się do aktualnej sytuacji środowiska dziennikarskiego, grupy głęboko podzielonej, przez co podatnej

na wiele niekorzystnych dla niej sytuacji i niebezpiecznych zjawisk. Wśród nich dostrzega pauperyzację zawodu, brak należytej ochrony socjalnej, uzależnienie od oczekiwań właścicieli tytułów i poleceń redaktorów naczelnych oraz wewnętrzną konkurencję, „która nie zawsze i nie wszędzie odbywa się według jasnych i dopuszczalnych reguł”¹.

W dziale *Studium*, najobszerniejszej części pierwszego numeru czasopisma, zajmującej ponad połowę jego objętości, zamieszczono 4 publikacje. Anna Sakalou-skaya dokonała ciekawej oceny wizerunku A. Łukaszenki, sporządzonej na podstawie analizy jego oficjalnego życiorysu, programów wyborczych oraz orędzi noworocznych, wygłoszonych w latach 1994–2010². Ta werbalna charakterystyka, jak ją sama nazwała autorka, ukazuje trzy zasadnicze fazy propagandowo-medialnych przeobrażeń białoruskiego przywódcy: prawdziwego, wręcz nacjonalistycznego Białorusina, odwołującego się do ludowej, narodowej symboliki i tradycji. Następnie, po zdobyciu prezydentury, „homo sovieticus”, posługującego się publicznie językiem rosyjskim, oraz fałszywego Europejczyka, wykonującego pozorne, prozachodnie gesty, obliczone na chwilowe poprawienie wizerunku, w obawie przed politycznymi i ekonomicznymi sankcjami Unii Europejskiej i USA. To niezwykle interesujące studium manipulacji społecznej ukazuje odrażający mechanizm totalitarnej władzy, oparty na kłamstwie, przemocy i propagandowych chwytach.

Na przysłowiowych „antypodach” poprzedniej problematyki pozostaje studium Pauliny Wiśniewskiej³. Jest to analiza wybranych tekstów o tematyce funeralnej, pochodzących z Internetu. Czym jest śmierć? i jak przedstawia ją współczesny świat elektronicznych mediów? — to główne zagadnienia poruszane przez autorkę.

Następny tekst, autorstwa Magdaleny Zdrowickiej-Wawrzyniak, dotyczy odbioru wiadomości serwowanych w elektronicznych mediach⁴. Jest to ciekawa analiza audytorium telewizyjnych magazynów informacyjnych w Polsce. Zawiera krótką charakterystykę współczesnego masowego odbiorcy, zarys informacji o prowadzonych badaniach i stosowanej metodologii oraz wnioski na temat samego procesu odbioru, z uwzględnieniem specyfiki uczestniczącego w nim widza, jego informacyjnych potrzeb, motywacji i zróżnicowanych oczekiwań. Wspomniane kwestie są jednak tylko częścią szerszego i bardziej skomplikowanego zagadnienia: udziału widza w komunikacji masowej — prawidłowej konstrukcji serwisów wiadomo-

¹ J. Sobczak, *Wprowadzenie*, „Media i Medioznawstwo. Kwartalnik naukowy” 2011, nr 1, s. 8.

² A. Sakalou-skaya, *Charakterystyka werbalna prezydenta Białorusi, A. Łukaszenki: ocena wizerunku poprzez analizę oficjalnego życiorysu, programów wyborczych oraz orędzi noworocznych (1994–2010)*, tamże, s. 9–29.

³ P. Wiśniewska, *O różnych spojrzeniach na śmierć. Analiza wybranych tekstów podejmujących tematykę funeralną w internetowych środkach komunikacji społecznej on line*, tamże, s. 31–53.

⁴ M. Zdrowicka-Wawrzyniak, *Audytorium telewizyjnych magazynów informacyjnych w Polsce*, tamże, s. 55–69.

ści, a dokładniej skutecznych reguł w stosowaniu powiązań elementów wizualno-werbalnych, co pozwoliłoby uczynić przekaz bardziej zrozumiałym dla przeciętne-go odbiorcy.

Ostatnie studium na łamach pierwszego numeru kwartalnika zawiera prasoznawcze perygrynacje Witolda Machury na temat rynku prasy lokalnej, a dokładniej trzech tytułów z terenu Opolszczyzny: „Tygodnika Prudnickiego”, „Wiadomości Uczelnianych” i „Rolanda”. Metodologię badania pism oparto na takich instrumentach analizy i oceny, jak: objętość pisma i charakterystyka jego zawartości, charakterystyka strony tytułowej, informacja zawarta w stopce redakcyjnej, szata graficzna oraz możliwości odnalezienia tytułu w wirtualnej sieci. Informacje o nakładzie pisma i jego genezie autor uznał w tym ujęciu za drugorzędne, ponieważ, jak sam to określił: „[...] nie każdy tytuł (dotyczy to także tytułów prasowych) zamieszcza tego rodzaju informacje. Brak takich danych i niechęć do ich ujawniania przez wydawcę i pismo może wynikać chociażby ze względu np. na tajemnicę handlową”⁵. Przy-puszczam, że przedstawiony przez autora tekst, niewątpliwie cenny i interesujący, jest tylko podsumowaniem prowadzonych badań nad tematem i stanowi jedynie fragment obszerniejszej pracy.

W dziale *Zagraniczne systemy medialne* zamieszczono dwa artykuły. W pierwszym omówiono przyczyny i skutki kryzysu we włoskim sektorze prasy drukowanej⁶. W drugim — *Francuskie dzienniki w wirtualnej sieci*⁷. Przyznam się, że miałem pewne problemy ze zrozumieniem koncepcji i konstrukcji ostatniego tekstu. Po pierwsze związek tytułu artykułu z jego treścią wydaje się co najmniej „swobodny”. Na wstępie autorka przedstawia krótką historię i charakterystykę najpopularniejszych francuskich gazet. Następnie dokonuje dość pobieżnego opisu ich stron internetowych. Charakteryzuje zawartość, a więc stałe działy, wymienia metody komunikacji z czytelnikami, próbuje nawet dokonać wstępnej oceny architektury informacji. Z tej całości wyodrębnia nagle internetowe wydanie „La Provence”, a właściwie serwis informacyjny redakcji tego pisma, co nie wydaje się jednoznaczne z elektronicznym wydaniem tego tytułu. Całość kończy się fragmentem o poprawnej komunikacji z internautą... Mam wrażenie, że autorka nie przemyślała dobrze koncepcji i konstrukcji artykułu, w wyniku czego powstał niezwykle chaotyczny „twór”. Należałoby również zachować więcej staranności w stosowaniu takich określeń, jak: strona internetowa dziennika, serwis informacyjny redakcji czy w końcu elektroniczna wersja dziennika.

⁵ W. Machura, *Perygrynacje prasoznawcy: pomiędzy Prudnikiem a Środą Śląską*, tamże, s. 73.

⁶ M. Krzysztożek, *Kryzys we włoskim sektorze prasy drukowanej. Przyczyny i skutki*, tamże, s. 89–101.

⁷ D. Paryła, *Francuskie dzienniki w wirtualnej sieci*, tamże, s. 103–108.

Dział *Media i okolice* otwiera artykuł Piotra Bielawskiego pt. *Komunikacja wewnętrzna*. Tekst poświęcony jest roli komunikacji wewnątrz organizacji, jako podstawowemu instrumentowi skutecznego zarządzania, w tym także wszelkich działań Public Relations. Autor zwraca uwagę, że ukształtowana w czasach PRL kultura organizacji wciąż „pokutuje” w ludzkiej mentalności, przenosi się na „szeregowych” pracowników, a nawet menedżment. Jest to szczególnie widoczne wszędzie tam, gdzie nie wprowadza się systemów komunikacji wewnętrznej zgodnych ze standardami Public Relations. Jego zdaniem w komunikowaniu wewnętrznym najważniejsze są treść i sposób przekazu. Dopiero do nich należy dobrać odpowiednie środki-narzędzia. Wśród tych ostatnich bardzo często przecenia się rolę Internetu.

Do równie aktualnych spraw, w tym także dotyczących funkcjonowania współczesnych mediów elektronicznych, należy zagadnienie dziennikarstwa obywatelskiego, jego statusu i praw w stosunku do zawodowej grupy dziennikarskiej. Wymienione kwestie stały się tematem artykułu Krzysztofa Flasińskiego *Legitymacja dziennikarza obywatelskiego — zagadnienia prawne i praktyczne*. W Polsce, w przeciwieństwie do innych krajów, ustawodawstwo prasowe nie zawiera precyzyjnych wytycznych, rozstrzygających o prawie do posiadania i posługiwania się legitymacją zawodowego dziennikarza. Umożliwia to wielu redakcjom wydawanie „dokumentów”, które asekuracyjnie zwalniają redakcję z odpowiedzialności za działania osób legitymujących się nimi. To oczywiście tylko jeden z wielu problemów przedstawionych w artykule.

Dział *Osobowości* poświęcono dwóm postaciom mediów: redemptoryście o. Tadeuszowi Rydzykowi, właścicielowi medialnego imperium oraz Tomaszowi Beksińskiemu, znanemu, wybitnemu dziennikarzowi „Trójki”. W tym jaskrawo kontrastującym zestawieniu dwóch jakże odmiennych „ludzi mediów”, negatywna postać o. T. Rydzyka zwraca szczególną uwagę. Zwłaszcza, że autorka szkicu o kontrowersyjnym zakonniku już w samym tytule zadaje prowokujące pytanie: o. Tadeusz Rydzyk — osoba „medialna”?⁸. Po czym w pierwszym akapicie częściowo sama sobie na nie odpowiada: „retoryka, jak również erystyka oraz działania zwykle dla sofistów”⁹.

W dziale *Sport w Mediach* zamieszczono artykuł Andrzeja Ostrowskiego *Siła mięśni, siła polityki*. Jak zaznaczył sam autor, konteksty układu polityka — sport są w Polsce rzadko podejmowane, toteż z zainteresowaniem zapoznałem się z treścią tej publikacji i muszę przyznać, że nie żałuję, bo warto było! Sport w XX i XXI wieku to wielka polityka i biznes,

⁸ K. Suś, *O. Tadeusz Rydzyk — osoba „medialna”?*, tamże, s. 137–140.

⁹ Tamże, s. 137.

to tysiące klubów i organizacji, które stały się fabrykami wyniku i fabrykami idoli. Fabryki te podlegają wszelkim prawom polityki, a także prawom ekonomicznym, kulturowym i cywilizacyjnym. Wszystkie te prawa każą im walczyć między sobą o dominację, sławę i pieniądze, bo sport, jak głosi orwellowskie motto, to wojna bez karabinu, zastąpionej dziś nie tylko przez siłę mięśni, ale i siłę polityki¹⁰.

Dla poparcia słuszności tej tezy autor przedstawił m.in. analizę najbardziej charakterystycznych przykładów wzajemnych relacji polityki i sportu.

Pierwszy numer kwartalnika „Media i Medioznawstwo” zamyka dział *Sprawozdania i recenzje*, który zawiera relacje z dwóch opolskich konferencji, poświęconych problematyce medialnej. Redakcja czasopisma zamieściła także noty o autorach tekstów.

Moja ocena pisma jest wysoka. Przemawia za nią przede wszystkim aktualność problematyki, która ukazywana jest nie tylko z punktu widzenia przedstawicieli świata nauki, ale również okiem praktyków, znających problemy z autopsji, także z własnego zawodowego „podwórka”. Wydaje się, że ta kombinacja nauki i dziennikarskiego rzemiosła może stanowić o wartości tego czasopisma i jego sukcesie wydawniczym.

¹⁰ A. Ostrowski, *Siła mięśni, siła polityki*, tamże, s. 157.