

Adam „Media i Medioznawstwo”
BAÑDO 2011–2012

Media and Media Studies
2011–2012

W niniejszym zeszycie „Rocznika Historii Prasy Polskiej” zamieszczono przegląd sześciu numerów kwartalnika „Media i Medioznawstwo” za lata 2011–2012. Pierwsze dwa zeszyty tego czasopisma (vol. 1–2 z 2011 r.) zostały omówione w poprzednich tomach „RHPP”.

W numerze 3 (2) z 2011 r. Izabela Żukowska omówiła znane większości medioznawców, ale również adeptom dziennikarstwa i nauki o komunikowaniu podstawowe zależności komunikowania masowego, którymi od lat posługują się nowoczesne media. Wśród nich mowa jest o modelu aktu perswazyjnego H. Laswella, modelu przekazu sygnałów C. Shannona, modelu selekcji Westleya i MacLeana, a także modelu dwustopniowego przepływu informacji i opinii E. Katza i P. Lazarsfelda oraz modelu sprzężenia zwrotnego M.G. DeFleura. W tym fragmencie artykuł nie ma charakteru ani odkrywczego, ani badawczego. Jego druga część, poświęcona komunikacji w nowych mediach, również nie wychodzi poza ogólnie znane z innych publikacji charakterystyki cech i właściwości współczesnych mediów elektronicznych. Są to więc prawdy dawno już odkryte i opisane w podstawowej literaturze przedmiotu. Z pewnością bardziej „refleksyjny” jest następny tekst pt. *Sztuka. Emocja. Konsumpcja*, napisany przez Mateusza M. Bieczyńskiego, który opisał w nim wpływ reklamy na procesy zachodzące we współczesnym świecie artystycznym. Sugerują one, zdaniem autora, że dalszy rozwój sztuki wyznaczać będzie konieczność poszukiwania własnej odmienności od znajdujących się w natarciu form reklamowych. Autor zwraca uwagę, że coraz częściej pojawiają się przypadki reklamy, która wychodzi poza tradycyjną jej funkcję prezentowania pro-

duktu na rzecz podkreślenia doniosłości udziału producenta w finansowaniu sztuki, czy udostępniania produktów do jej produkcji, np. wydarzeń artystycznych, filmów, koncertów czy przedstawień teatralnych. Jako jeden z przykładów takiej ingerencji przytacza m.in. znane nam z telewizji tzw. „lokowanie produktu”. Opisuje również jak współcześni artyści radzą sobie z pułapkami, które zastawia na suwerenność sztuki ekspansywna komercja.

Pieczętką „artykuł dyskusyjny” redakcja „Mediów i Medioznawstwa” opieczętowała kolejny tekst, tym samym jakby z góry poddając w wątpliwość tezy artykułu Anny Gębalskiej o rodzinie w dobie przemian. Jak sama autorka zaznaczyła, podjęła się w nim próby ukazania przemian zachodzących w sposobie pojmowania pojęcia „rodzina”, pod kątem zjawiska socjologicznego oraz sposobu prezentacji relacji między mężczyzną a kobietą w mediach. Mniej więcej 70% rozważań autorki poświęcone zostało małżeństwu i kohabitacji w różnych ujęciach — definicjach, okresach, typologiach, do pomiaru ich jakości we wzajemnym do siebie stosunku włącznie. Pozostała część dotyczy wpływu mediów na sposób wartościowania związków nieformalnych i sposobów postrzegania rzeczywistości. W zakończeniu czytamy: „Promocja kultury opartej na braku odpowiedzialności i autentycznej relacji rodzinnej oddziałuje na człowieka. Erotyką, nietrwałymi relacjami chce się zastąpić rozumienie prawdziwej miłości”¹. Zdaniem autorki, we współczesnym, rozhermetyzowanym moralnie świecie nietrwałych erotycznych relacji, tylko rodzina może zapewnić człowiekowi stabilizację, bezpieczeństwo i równowagę. Media zaś powinny propagować zgodny z prawdą obraz rodziny. Wśród wielu pytań i wątpliwości nasuwających się recenzentowi są m.in. te dotyczące tego, komu i dlaczego zależy na rozbiciu jedności rodziny, na jej nieprawdziwym przedstawianiu w mediach, na promocji erotyzmu i demoralizacji, komu i po co? Domyślam się, że to jakiś diabelski spisek, albo zmowa międzynarodowych korporacji kierowanych przez siły nieczyste. I to wszystko dzieje się wokół mnie? Zgroza!

W tym ciemnym i złym świecie dzieją się jednak jakieś dobre rzeczy, a nawet jak twierdzi Paulina Maria Wiśniewska „sytuacje przerastają codzienność”². Tak przynajmniej twierdzi autorka swojego rodzaju „studium” szczęśliwych i twórczych przypadków, których opisy przytoczyła z internetowych publikacji.

Następny artykuł (nie w spisie treści, bo według niego porządek jest odmienny, niż wewnątrz kwartalnika) dotyczy polskiego szkolnictwa muzycznego I i II stopnia i jest rezultatem badań prasy muzycznej z lat 1944–1955, które przeprowadziła Ewa Rzanna-Szczepaniak.

¹ A. Gębalska, *Rodzina w dobie przemian. Zjawisko kohabitacji z perspektywy społecznej i medialnej*, „Media i Medioznawstwo” 2011, nr 3 (2), s. 58.

² P.M. Wiśniewska, *Sytuacje przerastają codzienność czyli o twórczej mocy przypadku — według dziennikarzy prasy on line*, tamże, s. 59–79.

W dziale *Studium* ukazały się 4 teksty o bardzo zróżnicowanej problematyce. Katarzyna Żyszkiewicz zamieściła obszerną charakterystykę wizerunków mężczyzn w filmie polskim po 1989 roku. Przedstawiła w niej różne typy mężczyzn kreowanych nie tyle przez samych reżyserów filmowych czy obowiązującą modę, lecz przez niezależne oczekiwania obu płci. Mamy więc charakterystyczne wizerunki agresywnych, brutalnych macho w filmach Władysława Pasikowskiego i Jarosława Żamojdy, oraz zupełnie odmiennych postaci mężczyzn w filmach Juliusza Machulskiego, Macieja Ślesickiego czy Macieja Dudkiewicza. Im z kolei przeciwstawia barwne postaci z kina polskiego początku XXI wieku, bohaterów komedii romantycznych Ryszarda Zamorskiego i Macieja Żaka. Charakterystyce tego gatunku autorka poświęciła najwięcej miejsca. Jakby dla równowagi po artykule na temat mężczyzn, następny tekst dotyczył zagadnień płci przeciwnej, ale z zupełnie odmiennego kręgu kulturowego — kobiet w społeczeństwie muzułmańskim. Ewa Witkowska-Babat przedstawiła bardzo interesującą analizę realiów i mitów na ten temat dostępnych w mediach.

O obecności tematyki równouprawnienia w mediach elektronicznych, pozycji w nich spraw kobiet i mężczyzn wypowiedziała się w kwartalniku Paulina Maria Wiśniewska. W artykule opisała jak są przedstawiane w mediach takie problemy, jak: sprawy walki kobiet ze stereotypami w sferze zawodowej, dyskryminacji na rynku pracy, kwestie przyzwolenia na nierówne i niekonstytucyjne traktowania obu płci oraz przemocy wobec kobiet. Numer trzeci „M i M” zamyka publikacja Darii Paryły na temat aktu komunikacji międzykulturowej, w którym pierwszoplanową rolę odgrywają: dialog, wyzbycie się stereotypów i uprzedzeń oraz wola zrozumienia odmienności kulturowych.

Czwarty numer kwartalnika „Media i Medioznawstwo” z 2011 r. otwiera publikacja Piotra Bielawskiego i Katarzyny Giereło-Klimaszewskiej na temat *Ustawy o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych*. Tekst zawiera ocenę i charakterystykę rozwoju sytuacji na rynku medialnym po 1989 r. oraz analizę i komentarz do ww. ustawy. Poruszono w nim m.in. problemy finansowania mediów publicznych, przekształceń w TVP S.A., licencji programowych, KRRiT oraz kwestię społecznych i publicznych nadawców. Tekst jest rzeczową i konkretną analizą stanu obecnego, zawiera także trafne konkluzje (w tym zagrożenia) na przyszłość.

W dziale *Zagraniczne systemy medialne* zamieszczono artykuł Małgorzaty K. Citko pt. „Kraj Kwitnącej Wiśni” czy „kraina kosmitów”? *Wizerunek Japonii w polskich mediach*. Jest to gruntownie i starannie przygotowany tekst absolwentki japonistyki na Uniwersytecie Warszawskim, doktorantki na Uniwersytecie Hawajskim w Manoa. Autorka podjęła się trudnego zadania, jakim jest próba obalenia stereotypu, tym trudniejsza, że dotyczy państwa bardzo odległego, nawet w dobie mediów elektronicznych, ale również, a właściwie przede wszystkim odmiennego kulturowo oraz niedoścignionego cywilizacyjnie. Zdaniem M.K. Citko niepraw-

dziwy obraz Japonii utrwalają nad Wisłą zachodnie media, w tym również portale internetowe oraz popularny Facebook. W Polskich mediach, podobnie jak na Zachodzie, zainteresowanie Japonią ograniczą się głównie do sfery popkultury: filmy anime czy komiksy manga. Wizerunek tego kraju jest wynikiem orientalizmu i zupełnie nie odzwierciedla rzeczywistości.

Joanna Tyka w art. *Spacerkiem po bazarze — lekcja nowoczesnej konsumpcji w polskiej prasie w pierwszym okresie transformacji ustrojowej (1989–1995)* prezentuje różne punkty widzenia występujące w strukturze znaczeniowej słów i wypowiedzi wybranej grupy tekstów o tematyce bazarowej — cyklicznego „Spacerku po bazarze”. Celem autorki było „wyjaśnienie intencji strategicznych nadawcy-dziennikarza, leżących u źródeł powstania cyklu”³. W tym samym dziale *Prasa* zamieszczono artykuł Witolda Machury pt. *Peregrynacje prasoznawcy: wokół 50. (jubileuszowego) numeru „Sądeczanina”*. Jak sugeruje tytuł wypowiedź poświęcona jest ww. miesięcznikowi. Zawiera charakterystykę jego cech formalno-wydawniczych oraz próbkę analizy merytorycznej zawartości, tj. analizę-porównanie dwóch wydań (z tego samego miesiąca z lat 2011 i 2012), a także dwóch numerów tego czasopisma.

W dziale *Radio* opublikowano wspomnienie Joanny Wilk o Tadeuszu Nowakowskim, literacie i dziennikarzu Radia Wolna Europa oraz artykuł Andrzeja Sroki pt. *Publiczne radio regionalne a budowa regionalnej tożsamości*. Jak wynika z tytułu, przedmiotem rozważań autora jest rola regionalnych rozgłośni radiowych w życiu społeczeństw lokalnych, w propagowaniu wiedzy i informacji o kulturze regionu.

Numer kończy dział *Na marginesie* zawierający tekst Anny Gębalskiej dotyczący problematyki tytułu utworu w prawie własności intelektualnej i unormowaniach dotyczących zwalczania nieuczciwej konkurencji.

Pierwszy numer „Mediów i Medioznawstwa” z 2012 r. otwiera artykuł Wojciecha Dąbrówki zatytułowany *Wolność mediów w nauce Kościoła katolickiego w ujęciu normatywnym*. Obszerna publikacja autora, doktoranta na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, młodego badacza, którego dokonania zostały już docenione i nagrodzone w kilku konkursach i przeglądach o tematyce medioznawczej, składa się z dwóch części. Pierwsza (wstępna) jest historycznym ujęciem ewolucji postawy Kościoła wobec mediów. Obejmuje zdefiniowane już w literaturze przedmiotu okresy: moralizatorsko-obronny, otwarcia na nowe środki przekazu oraz zaangażowania się po stronie mediów jako narzędzi ewangelizacji i włączenia ich do odnowionej nauki Kościoła⁴. Druga część i zarazem zrab główny dotyczy czasów bardziej współczesnych — posoborowych,

³ J. Tyka, *Spacerkiem po bazarze — lekcja nowoczesnej konsumpcji...* „Media i Medioznawstwo” 2011, nr 4, s. 55.

⁴ Autor odwołuje się m.in. do publikacji J. Chrapka i A. Leweka.

charakteryzujących się nowym podejściem Kościoła do mediów i ich wolności. Ten etap wyznacza pontyfikat Jana XXIII i Sobór Watykański II.

W dziale *Polski system medialny* ukazały się dwa artykuły: Beaty Zarzyckiej o przemianach jakie nastąpiły w zawodzie fotoreportera po 1989 r. oraz Witolda Machury: *Newsletter Kongresu Mediów Niezależnych jako świadectwo zniewolenia (wolności?) mediów*. Artykuł W. Machury jest próbą analizy jednej z popularniejszych form komunikowania się, jaką wraz z rozwojem mediów elektronicznych stał się elektroniczny biuletyn — Newsletter, rozsyłany do prenumeratorów za pomocą poczty elektronicznej. Dla ukazania samego zjawiska i — co ważniejsze — roli w środowisku odbiorców (prenumeratorów) tej formy komunikowania, autor posłużył się przykładem newsletterów sygnowanych przez Kongres Mediów Niezależnych (Warszawa 12.05.2012). Są to głównie przykłady wiadomości wychodzących z Biura Prasowego Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, jednego z organizatorów wspomnianego kongresu. Treść cytowanych wiadomości stała się również powodem refleksji i konstatacji autora na temat wolności słowa i odpowiedzialności za nie.

Dział *Prasa* zawiera tekst Pauliny M. Wiśniewskiej o zjawisku brutalizacji życia szkolnego na przykładzie wybranych doniesień prasowych. Z obszernej analizy wyłania się bardzo ponury obraz rzeczywistości polskiej szkoły. Zdaniem autorki uczelnie pedagogiczne nie przygotowują nauczycieli do zmierzenia się z masową i narastającą agresją uczniów.

W części kwartalnika poświęconej warsztatowi dziennikarskiemu Witold Machura, posługując się przykładem z lokalnej prasy, zabrał głos w sprawie poziomu profesjonalizmu statystycznego dziennikarza. Z kolei Daria Paryła przedstawiła swoje doświadczenia ze szkolenia z zakresu tzw. neurolingwistycznego programowania (NLP), czyli zbioru technik mających na celu kreowanie schematów działania i odbierania rzeczywistości. Zdaniem autorki metody i zasady NLP znajdują pozytywne zastosowanie również w pracy dziennikarza, która wymaga m.in. zdolności empatii, chęci niesienia pomocy innym oraz rozsądnego podejmowania decyzji. Numer kwartalnika zamyka artykuł Dominiki Trębacz na temat ruchu Open Access, idei otwartego dostępu do publikacji. Autorka przybliżyła historię tej inicjatywy oraz jej instytucjonalne i lingwistyczne zaplecze. Według danych z 2009 r. na świecie istnieje ponad 5000 czasopism Open Access. 10–15% recenzowanych rocznie artykułów ukazuje się w formie wolnego dostępu, a ponad 80% naukowców wyraża chęć wykorzystywania modelu Open Access.

Numer drugi „Mediów i Medioznawstwa” z 2012 r. inauguruje artykuł Joanny Taczkowskiej-Olszewskiej pt. *Derogacja prawdy jako dobra prawnie chronionego na przykładzie regulacji prawa prasowego*. Jest to gruntowna analiza regulacji polskiego prawa prasowego i orzecznictwa pod kątem zachowania sumienności i ochrony opinii publicznej przed wprowadzaniem do obiegu informacji nieprawdziwych. Zdaniem J. Taczkowskiej-Olszewskiej

Analiza orzecznictwa a także regulacji zawartych w Prawie prasowym a zwłaszcza zachodzących w tych regulacjach zmian wskazuje na ambiwalentny, niejednoznaczny stosunek doktryny i orzecznictwa do prawdy, jako wartości zasługującej na ochronę prawną. O ile stosunek ten nie zmienił się na gruncie ustawowym, o tyle dokonywana wykładnia prowadzi do tworzenia nowej rzeczywistości prawnej. Coraz mniej pozostaje w niej miejsca na ochronę wartości jaką jest prawda. Potrzeba prawdy została uznana za potrzebę względną a jej ochrona wydaje się niekonieczna dla istnienia wolności wypowiedzi i wolności prasy, których znaczenia w systemie prawa się nie kwestionuje⁵.

W dziale *Polski system medialny* wydrukowano dwa teksty: Magdaleny Boruckiej *Zaangażowani? Przywiązani? Etyczni? Postawy wobec pracy wśród dziennikarzy — raport z badań* oraz Olgi Kopacz *Etyka dziennikarska a wybrane przykłady nieetycznych działań w polskich mediach na przestrzeni lat 2004–2012*. Raport M. Boruckiej zawiera ogólną charakterystykę rozwoju mediów w XXI w. i ich wpływ na pracę dziennikarzy. Następnie autorka prezentuje wyniki swoich badań przeprowadzonych na początku 2012 r. na przedstawicielach grupy zawodowej dziennikarzy. Wyniki badań pozwalają nakreślić sylwetkę polskiego dziennikarza XXI w., z uwzględnieniem cech demograficznych i psycho-społecznych. Interesujące są również wyniki analizy postaw wobec pracy badanych grup zawodowych, w tym środowiska dziennikarskiego. Z kolei przedmiotem pracy badawczej O. Kopacz było wskazanie, w jaki sposób łamane były zasady etyki dziennikarskiej w polskiej prasie, telewizji, radio i Internecie w latach 2004–2012. Autorka przeanalizowała 14 takich przykładów. Analiza poprzedzona została obszernym opracowaniem takich zagadnień, jak: pojęcie etyki, etyka na przestrzeni dziejów, etyka lat 80. XX w., etyka współczesna, pojęcie etyki zawodowej, dokumenty określające zasady etyki w mediach, konsekwencje prawne dla dziennikarzy za łamanie prawa.

W części kwartalnika poświęconej warsztatowi dziennikarskiemu zamieszczono artykuł Izabeli Żukowskiej poświęcony specyfice edukacji dziennikarza radiowego. Jego autorka uważa, że młodzi adepci dziennikarstwa nie są przygotowani do pracy w radio. Potwierdzają to również opinie fachowców-praktyków. Zdecydowanie lepszym przygotowaniem wykazują się osoby, które miały okazję pracować w rozgłośni studenckiej czy odbywały w radio praktykę w trakcie studiów.

W dalszej części kwartalnika Paulina Wiśniewska analizuje zagadnienia pozycji płci w środkach masowego przekazu. Artykuł wpisuje się (nie pierwszy już raz na łamach „M i M”) w dyskusję na temat równouprawnienia. Tym razem autorka z godnym podziwu uporem analizuje wizerunek medialny maltretowanej kobiety, kwestię dyskryminacji kobiet na rynku pracy, tzw. handlu żywym towarem i wiele innych ważnych zagadnień, które wciąż powtarzane tracą jednak na swoim znaczeniu a współbrzmiąc z feministycznym zacierzeniem, którym my potwory-

⁵ J. Taczowska-Olszewska, *Derogacja prawdy jako dobra prawnie chronionego na przykładzie regulacji prawa prasowego*, „Media i Medioznawstwo” 2012, nr 2, s. 25.

-mężczyźni jesteśmy nieustannie bombardowani, powodują przesyt i znużenie. To oczywiście zdanie recenzenta, który czując się osaczony „walkowaniem tematu” ma tego serdecznie dość, a szkoda, bo idee równouprawnienia są mu bliskie.

Czytając tytuł ostatniego artykułu: *Polaku lecz się sam...*, pomyślałam, że przyjdzie mi wątpliwa przyjemność recenzować tekst wpisujący się w popularny ostatnio nurt narzekania na wszystko i wszystkich, a szczególnie na ochronę zdrowia i lekarzy. Nie zamierzam rozstrzygać w tym miejscu czy słusznie, czy nie, bo jak mówi znane powiedzenie „koń jaki jest, każdy widzi”. Moje obawy zostały jednak szybko rozwiane, gdy okazało się, że artykuł Anny Gębalskiej dotyczy medycznych serwisów internetowych, a dokładniej istoty, znaczenia i roli, jaką spełniają współczesne internetowe porady medyczne. Ponadto autorka próbuje odpowiedzieć na pytanie: jak należy traktować owe elektroniczne poradniki. Czy jako formy działań prewencyjnych, źródło edukacji zdrowotnej, a może jako sposób leczenia? A. Gębalska swoje obserwacje rozszerza również do bardzo ważnych kwestii, które w tym konkretnym zagadnieniu należy wziąć pod uwagę: sposób prezentacji treści w serwisach „medycznych”, także respektowanie zasad etyki i prawa. Na odrębną uwagę zasługuje w tym przypadku bodaj najważniejsza kwestia — rola Internetu w popularyzacji informacji medycznych oraz zdrowia.

Numer trzeci (7/II) „Mediów i Medioznawstwa” z 2012 r. rozpoczyna się związłym opracowaniem nt. usytuowania prawnego rzecznika prasowego w urzędach administracji państwowej. Analiza i zbiór uwag Małgorzaty Gierwazik zawiera charakterystykę funkcji rzecznika prasowego, wyszczególnienie i omówienie regulacji prawnych i rozwiązań praktycznych. Analizą jest również następny tekst w „M i M”. Jego autor — Dariusz Baran przedstawia w nim aktualny stan (z 2012 r.) rynku medialnego w Norwegii. Jest to bardzo interesujące zagadnienie, biorąc pod uwagę specyfikę zjawiska. Dotyczy bowiem społeczeństwa konserwatywnego i zamożnego o wysokim stopniu wykorzystania tradycyjnych i najnowocześniejszych technologii medialnych, przy tym zaliczanych do krajów, którego mieszkańcy są w czołówce wskaźników penetracji Internetu. Mimo to Norwegowie nadal pozostają na czele krajów o największym codziennym czytelnictwie prasy. W gruntownej analizie autor scharakteryzował tamtejszy rynek prasy codziennej, prasę niedzielną, radio, telewizję, Internet, omówił również kwestię własności w norweskich mediach.

W dziale *Muzyka a media...* Ewa Rzanna-Szczepaniak przybliżyła czytelnikom kwartalnika twórczość znanego kompozytora Andrzeja Koszewskiego. Jednak głównym tematem jej wypowiedzi był problem recepcji utworów tego muzyka prezentowanych podczas dwóch festiwali muzycznych: Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Współczesnej *Warszawska Jesień* oraz *Poznańskiej Wiosny Muzycznej*. W tym samym dziale „M i M” ukazał się artykuł Rafała Jakóbowskiego pt. *Obraz rzeczywistości w tekstach niektórych twórców hip-hopu na Górnym Śląsku (1998–2011)*. Pod lupą autora znalazły się teksty znanych środowisku tego gatunku muzycznego przedstawicieli, m.in. zespołów *Paktofonika* i *Płonący Squat* oraz

takich autorów, jak: HTS (wł. Dawid Kaczorek) czy Grubson (wł. Tomasz Iwańca). Ponadto artykuł zawiera biogramy poszczególnych członków zespołów, a także historię i opis różnorodności i specyfiki górnośląskiego rapu oraz jego znaczenie dla alternatywnej kultury tego regionu.

W części kwartalnika poświęconej prasie Wanda Szlagor przedstawiła historię i charakterystykę czasopisma „Wena design” — periodyku specjalistycznego dla kobiet, popularyzującego robótki ręczne oraz nowe trendy w rękodziele. Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej autorka przedstawiła historię, a właściwie zarys dziejów kilku wybranych polskich pism kobiecych ukazujących się w latach 1790–2011. Druga część zawiera historię i charakterystykę czasopisma „Wena design”. Trzecia natomiast dotyczy zawartości treściowej tego dwumiesięcznika, czyli sześciu numerów z roku 2011. Niestety tak dobrana próba badawcza nie mogła oddać w pełni bogactwa zawartości tego periodyku. Dodam tylko, że moi studenci uczestniczący w licencjackich seminariach prasoznawczych prezentują prace powstałe w oparciu o próby badawcze obejmujące minimum pięcioletni okres ukazywania się czasopisma.

Ostatnia publikacja w trzecim numerze „M i M” tematycznie wpisuje się w krąg problematyki prezentującej specyfikę kultury regionalnej Górnego Śląska. Jej autorka, Alicja Badetko, przedstawiła wybranych przedstawicieli (performerów) górnośląskich kabaretów z lat 1945–1981. Jak zaznaczyła — „omówione szerzej postaci wybrane zostały nieprzypadkowo. Tworzyły one śląską kulturę i sztukę, i — co ważne — działają na tej niwie do dziś”⁶. W artykule scharakteryzowano również czynniki wpływające na powstanie oraz upadek kabaretów na Górnym Śląsku.

W czwartym numerze kwartalnika „Media i Medioznawstwo” (nr 4 [8/II] z 2012 r.) ukazał się artykuł Adama Górskiego pt. *Wiedza — atrybut społeczeństwa informacyjnego*. Wybitny profesor, znawca problematyki informacji naukowej odnosi się do kilku podstawowych kwestii warunkujących ukształtowanie się nowego społeczeństwa opartego na rozwoju cywilizacji wiedzy i informacji. W drodze (transformacji) społeczeństwa post-przemysłowego do społeczeństwa informacyjnego wiedza i jej rozwój wspierany jest coraz doskonalszymi narzędziami, które ułatwiają jej utrwalanie, dostęp i przekaz. Niemniej, zdaniem autora, „o całkowitej korelacji między nimi mówić nie można. Tworzenie i wykorzystywanie wiedzy w dużo większym zakresie zależy od umiejętności dobrej komunikacji niż od środków technicznych”⁷. W dalszej części autor charakteryzuje czynniki wpływające na rozwój społeczeństwa informacyjnego — stymulatory postępu i rozwoju, procesy tworzenia wiedzy i zarządzanie nią. Swoje rozważania kończy analizą etapów

⁶ A. Badetko, *Wybrani przedstawiciele kabaretowi-performery na Górnym Śląsku (1945–1981)*, „Media i Medioznawstwo” 2012, nr 3 (7/II), s. 157.

⁷ A. Górski, *Wiedza — atrybut społeczeństwa informacyjnego*, „Media i Medioznawstwo” 2012, nr 4 (8/II), s. 8.

tworzenia społeczeństwa informacyjnego, uwzględniającą możliwość wystąpienia czynników hamujących (barier rozwoju). W tekście mowa jest jeszcze o optymistycznych założeniach *Strategii Lizbońskiej* przyjętej przez UE w 2000 r. Dzisiaj wiemy już, że te szczytne i imponujące zadania były nieco przesadzone a ich realizacja została zahamowana przez światowy kryzys ekonomiczny. Tym samym perspektywa powstania w UE społeczeństwa informacyjnego znacznie się wydłuży.

Wioletta Stefaniak zaprezentowała techniki perswazyjnego oddziaływania występujące w komunikatach reklamowych oraz ich wpływ na odbiorców. W tym celu posłużyła się przykładami z prasy, radia, telewizji i Internetu. W artykule omówiono również mechanizmy stosowane dla zwiększenia skuteczności przekazu reklamowego. Tekst autorki jest interesujący, przykłady analizowanych reklam powszechnie znane, przez co jej uwagi i wywody wydają się przekonywające, tym bardziej, że całość została powiązana i podbudowana literaturą przedmiotu.

W dziale *Prasa* opublikowano analizę recenzji prasowych dwóch filmów Kazimierza Kutza *Śmierć jak kromka chleba* i *Zawrócony*. Autorka tej analizy, Renata Szydłowska, podjęła ten temat, ponieważ — jak sama napisała — „interesuje ją charakter i konstrukcja prasowej recenzji filmowej, wartość zawartych w niej myśli i uwag, a szczególnie siła wpływu tych opinii na ich odbiorcę”⁸. W artykule przedstawiono ponadto życie i twórczość reżysera w latach 1955–1997 z krótkim omówieniem jego 20 filmów. W drugiej części autorka przedstawiła definicję recenzji prasowej oraz pojęcie recenzenta. Z całej jej pracy najcenniejszy jest fragment dotyczący recenzji wspomnianych dwóch filmów K. Kutza. Zawiera on analizę 16 artykułów (recenzji) pochodzących z prasy ogólnopolskiej i regionalnej. Wydaje się, że głównym celem badaczki nie była jednak, jak zasugerowano to w tytule artykułu, analiza recenzji prasowych. Faktycznie jest tak, że zajmuje ona tylko fragment całego tekstu, około 1/3 część jego objętości.

Następne dwa artykuły w kwartalniku „M i M” poświęcone zostały zagadnieniu kreacji wizerunku w mediach. W pierwszym z nich Patrycja Szcześniak scharakteryzowała medialny wizerunek pracownika socjalnego, realizującego zadania pracy socjalnej w środowisku lokalnym. W artykule wykorzystano prace naukowe, akty prawne oraz przykłady z wybranych programów telewizyjnych. Dodatkowo posłużono się wpisami z forum internetowego serialu „Głęboka woda”. Zdaniem autorki

negatywny wizerunek medialny pracowników socjalnych oraz instytucji pomocy społecznej wynika z braku zrozumienia społeczeństwa dla funkcjonowania pomocy społecznej jako instytucji polityki społecznej oraz z podejścia mediów, które traktują pomoc społeczną jako wdzięczny temat do ukazania niekompetencji urzędników. Same w tej sytuacji przedstawiają się jako obrońcy uciśnionych obywateli przed państwowymi instytucjami.

⁸ R. Szydłowska, *Recenzje prasowe wybranych filmów Kazimierza Kutza*, „Media i Medioznawstwo” 2012, nr 4 (8/II), s. 44.

W tym samym dziale ukazał się artykuł Pauliny Wiśniewskiej pt. *Bezpieczeństwo — obraz problemu kreowany w środkach komunikacji społecznej*. W obrębie głównej tematyki autorka omawia kilka zagadnień, wśród nich: zagrożenia związane z potencjalną destabilizacją bezpieczeństwa państwa, m.in. korupcję, cyberprzestępczość, cyberterroryzm i wynikające z nich kwestie bezpieczeństwa medialnego. Do realnych zagrożeń zalicza również manipulację informacją i nierzetelność dziennikarską. Zdaniem autorki

media coraz częściej stają po stronie określonych opcji politycznych, co powoduje, że określenia „tuba partyjna” nie są pozbawione podstaw. Wojna polsko-polska z udziałem mediów trwa, a skoro wojna to wniosek może być jeden: stan równowagi związanej z bezpieczeństwem narodowym w obszarze pozamilitarnym został naruszony. Dowodem na to są realne sytuacje zagrożeń, takie jak próba podłożenia ładunków pod polskim parlamentem, czy ostrzelanie pracowników biura partii Prawo i Sprawiedliwość⁹.

Moim zdaniem autorka wpisuje się w ten nurt dziennikarstwa, który w charakterystyczny dla siebie sposób wszędzie dostrzega zagrożenie dla demokracji i porządku społecznego. Tymczasem akty przemocy a nawet terroru zdarzają się nawet w najbardziej ugruntowanych demokracjach świata. Oczywiście nie można ich bagatelizować, ale straszenie i mówienie o zagrożeniu, czy destabilizacji z powodu dwóch incydentów to duża przesada, zwłaszcza, że nie wiemy czy ich inspiratorzy-wykonawcy byli ludźmi poczytalnymi. Poza ww. uwagami artykuł P. Wiśniewskiej uznaję za interesujący, poruszający istotne kwestie dotyczące bezpieczeństwa w mediach elektronicznych oraz roli mediów w służbie bezpieczeństwa.

⁹ P. Wiśniewska, *Bezpieczeństwo — obraz problemu kreowany w środkach komunikacji społecznej*, „Media i Medioznawstwo” 2012, nr 4 (8/II), s. 102.