

Zofia Kowalik-Kaleta

Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała

## Badania nad mediami w Polsce Anno Domini 2014

Do tegorocznego, czwartego numeru pisma „Media i Społeczne Ństwo” nadesłano artykuły, w których mo na wyró ni trzy dominuj ce trendy badawcze. Pierwszy to, mówi c najogólniej, 'media wobec odbiorcy', sformułowany w niniejszym numerze, w cz ci *Studia i Rozprawy*, jako dział 'Media w aspekcie odbiorcy'. Zawarto w nim pi artykułów w j zyku polskim<sup>1</sup>. Poruszono w nich kilka tematów, jeden z nich to sposób korzystania z tzw. nowych mediów, w których dokonał si wielki skok technologiczny w ostatnim czasie. Stwarza on zupełnie nowe mo liwo ci gromadzenia i przesyłania danych oraz dost pu do nich zawsze i wsz dzie, dzi ki urz dzeniom mobilnym. Staj si one nieodł cznym elementem codziennego ycia człowieka XXI wieku (Łukasz Łysik, Piotr Machura, *Rola i znaczenie technologii mobilnych w codziennym yciu człowieka XXI wieku*). Autorzy, oprócz rozwa a ogólnych, prezentuj dwa studia przypadków, wskazuj na korzy ci, ale i zagro enia, które wi si z mediami mobilnymi. Innym problemem poruszonym w ramach tematu 'media wobec odbiorcy' jest uwzgl dnianie przez stacje telewizyjne zainteresowa , gustów i potrzeb odbiorcy, co spowodowało powstanie telewizji tematycznej. Kanaly tematyczne tworzone s w oparciu o badania nad grupami docelowymi odbiorców, którzy mog sami kształtowa program, jaki chc ogl da . Współczesny widz telewizyjny jest postrzegany jako spersonalizowany, co opisuje Joanna Sosnowska w tek cie pt. *Widz spersonalizowany – z problematyki odbioru telewizji tematycznej w Polsce*. Skłonno współczesnego pokolenia do ujawniania własnej prywatno ci w mediach to kolejny temat z omawianego cyklu. Bada empirycznie i analizuje to zagadnienie Patrycja Bałdys w artykule zatytułowanym *ycie na widoku – nowe media a kultura transparencji*. Powstaniu wymienionej w tytule kultury transparencji sprzyjaj media, zwłaszcza Internet, rozwój portali społeczno ciowych, plotkarskich czy forów internetowych, które daj mo liwo natychmiastowego dzielenia si z innymi osobami, cz sto nieznanymi, do wiadzczeniami z naszego ycia. Odbiorcy tego rodzaju informacji zawsze si znajd i dopisz swoje wra enia, gdy obserwuje si współcze - nie zanik potrzeby intymno ci. O tym, w jaki sposób media tradycyjne, czyli prasa,

<sup>1</sup> Ka dy artykuł posiada abstrakt w j z. polskim poni ej tytułu oraz streszczenie w j z. angielskim na ko cu tekstu. Podano również słowa kluczowe.

radio i telewizja, wykorzystuj nowe media, głównie społeczno ciowe, jak Facebook, Twitter i YouTube, do nawi zywania interakcji z odbiorc oraz do tworzenia tre ci multimedialnych, pisze Przemysław Szews w artykule pt. *Facebook, Twitter i YouTube w mediach tradycyjnych. Jak prasa, radio i telewizja wykorzystuj serwisy społeczno ciowe?* Omawia on szczegółowo w.w problematyk w poszczególnych podrozdziałach, uwzgl dniaj c pras , radio oraz telewizj . Artykuł opiera si na badaniach empirycznych. Ten dział zamyka artykuł Olgi D browskiej-Cendrowskiej pt. *Burda Media Polska, Bauer Media, Ringier Axel Springer, G+J Polska – kondycja 'wielkiej niemieckiej czwórki' na polskim rynku medialnym*. Dodajmy: po 25 latach działalno ci w Polsce. Tekst, oparty na szczegółowych badaniach materiałowych, pozwala zaznamy si ze sprawami rynku medialnego w Polsce od strony kapitałowo – organizacyjnej i udziału kapitału niemieckiego w działalno ci wydawniczej polskich tytułów prasowych. Mówi te o rozszerzaniu działalno ci wydawniczej firm niemieckich na radio i Internet oraz o dostosowywaniu oferty wydawniczej prasy do gustów odbiorców.

Drugi dział prezentuje badania nad dyskursem medialnym. Ten trend badawczy jest stale ywy. Tytuł działu 'Dyskursy medialne' ma charakter ogólny, bez precyzowania terminu. Znajduje si tu sze artykułów, w tym trzy w j zyku angielskim. Pierwszy z nich, autorstwa Ljiljany Šari , nosi tytuł *Discursive presentations of Slovenia's EU Council presidency in Serbian, Croatian, and Macedonian media*. Autorka analizuje, mi dzy innymi, sposób, w jaki ró ne narodowe dyskursy przedstawiaj realizacj prezydencji Słowenii w Radzie UE w latach 2007/2008: jak przedstawiaj j media słowe skie, a jak 'dawniejsi bracia' w prasie byłej Jugosławii, serbskiej, chorwackiej i macedo skiej. Ró nice w tym zakresie uwidoczniły si w nagłówkach prasowych, artykułach wst pnych i w tzw. lidach. Larysa D. Klymanska, autorka artykułu pt. *Communication technology 'discourse of the language problem' in Ukraine as a factor in the political process*, rozwa a problem przekształcenia zagadnienia j zyka ukrai skiego w element polityki społecznej, u ywaj c konstruktywistycznego paradygmatu badawczego. Olga Gerus w artykule pt. *Value aspects of modern Ukrainian advertising discourses* przedstawia problem powstawania nowych warto ci społecznych na Ukrainie, a tak e nowych relacji społecznych i nowej wiadomo ci na skutek wpływu współczesnego dyskursu reklamowego. Autorka stworzyła swój metod badawcz w oparciu o koncepcje Krytycznej Analizy Dyskursu (KAD). Artykuł Olgi Białek-Szwed pt. *Sensacja, inwigilacja, voyeueryzm – ponadczasowym elementem dyskursu prasowego* omawia dyskurs prasowy pod k tem udziału w nim elementów takich, jak sensacja, inwigilacja i voyeueryzm, obecnych w prasie od XIX w. Artykuł opiera si na badaniach egzemplarzy archiwalnych prasy polskiej. Kolejny artykuł w tym dziale, autorstwa Gra yny Pietruszewskiej-Kobieli, zatytułowany jest *Dyskurs medialny w przestrzeni miasta (performance vs. oficjalno )* i przenosi nas w rejestry sztuki. Analizowane s projekty performatywne oparte na literaturze, które zostały zrealizowane w przestrzeni miast, niekiedy w niezbyt atrakcyjnych aglomeracjach.

Projekty te zespoliły się z zabudowami miast, tworząc specyficzne dyskursy dostarczające przede wszystkim magicznych. Ostatni artykuł to tekst Macieja Kawki: *O badaniu języka dyskursu medialnego*, który ma charakter teoretyczny. Autor stara się uchwycić istotę języka dyskursu medialnego i języka dyskursu w mediach oraz metod jego badania.

Dział trzeci w tej książce ma tytuł 'Media a edukacja' i odzwierciedla badania, które powstają na styku mediów i szeroko pojętej problematyki związanej z edukacją. Zawiera on w tym numerze jeden artykuł w języku angielskim. Jakub Sokół omawia w artykule pt. *Sorbian press towards the liquidation of the secondary schools in Chroszczica and Panice-Kukow* dyskurs w prasie serbołużyckiej w związku z zamknięciem dwóch serbołużyckich szkół średnich, położonych na obszarze, gdzie język serbołużycki jest używany na co dzień.

W książce *Sprawozdania. Recenzje. Noty* zamieszczono recenzję książki Marcina Sanakiewicza pt. *Poetyka telewizyjnych programów porannych – między informacją, tabloidem i autopromocją*, Warszawa 2013, ss. 134 – autorstwa Olgi Dąbrowskiej-Cendrowskiej.