

**„MEDIA I SPOŁECZEŃSTWO” 2011,
NR 1. BIELSKO-BIAŁA:
AKADEMIA TECHNICZNO-HUMANISTYCZNA,
ISSN 2083 – 5701**

DOSTĘPNY NA WWW: [HTTP://WWW.MEDIAISPOLECZENSTWO.ATH.BIELSKO.PL/](http://www.mediaispojeczenstwo.ath.bielsko.pl/)

MALGORZATA GROMNIAK

W dobie rozwijającego się społeczeństwa informacyjnego (medialnego, sieciowego) badacze różnych specjalności coraz częściej zajmują się problematyką mediów. Wyniki ich pracy możemy poznać, między innymi, w wydanym w 2011 roku czasopiśmie „Media i Społeczeństwo: Medioznawstwo, Komunikologia, Semiologia, Socjologia Mediów – Społeczne i Semiologiczne Aspekty Komunikacji Medialnej?”. Czasopismo zainicjowała grupa naukowców z Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej zajmujących się tematyką medialną. Periodyk przedstawia się *jako forum do przedstawiania nowo zdobywanej wiedzy o różnych rodzajach mediów, kierunkach ich rozwoju i metodologiach badawczych, zarówno w skali mediów ogólnopolskich, jak i regionalnych i lokalnych, a także w perspektywie badań w innych krajach* (Wstęp, s. 9). Ponadto, redakcja rocznika zaznacza, że ma na celu zbudowanie przestrzeni dla badań nad rozwojem mediów oraz *nad tym jaka jest siła mediów, w jaki sposób wpływają one na zmiany w ludzkim myśleniu i odczuwaniu, w jakim stopniu kreują wizję rzeczywistości, wykorzystując nowe technologie, strategie perswazyjne i dyskursywne, jak gusta i upodobania odbiorców, a także funkcjonowanie świata mediów jako złożonego sektora gospodarki* (Wstęp, s. 9). Tematyka artykułów ma być głównie związana z szeroko rozumianymi mediami, komunikologią, semiologią, socjologią mediów, problematyką mediów w pedagogice, etyką mediów, mediami regionalnymi i lokalnymi.

We wstępie wyróżniono, jakiego rodzaju materiały będą publikowane na łamach pisma – opracowania problemowe i przeglądowe, ukazujące stań badań nad dyscypliną oraz jej podstawowymi dziedzinami i zagadnieniami, a także publikacja prac typu studium przypadku i prac porównawczych. Będą publikowane także recenzje, sprawozdania, noty i prezentacje projektów badawczych.

W skład Komitetu Redakcyjnego wchodzi: Zofia Kowalik-Kaleta (redaktor naczelna), Tomasz Bielak (zastępca red. naczelnej), Ewelina Gajewska oraz Jarosław Pacuła (sekretarz redakcji), Marek Bernacki (media regionalne i lokalne), Agnieszka Będkowska-Kopczyk, Lana Hudecek (porównawcze badania medioznawcze), Iwona Kłóska (socjologia mediów), Iwona Miczka-Pajestka, Mateusz Warchał (media a pedagogika), Robert Pysz, Tomasz Stępień (komunikologia), Jolanta Szarlej, Paweł Świątek (semiologia), ks. Sławomir Zawada (etyka mediów) oraz Zuzanna Cegielska.

W dziale Studia i Rozprawy artykuły zostały pogrupowane w następujące kategorie tematyczne: Funkcjonowanie mediów w społeczeństwie, Struktura i strategia semiologicznych przekazów medialnych, Wpływ gier komputerowych i sieciowych na odbiorców. Tom uzupełnia dział Sprawozdania, Recenzje, Noty.

W części poświęconej funkcjonowaniu mediów w społeczeństwie teksty koncentrują się wokół takich zagadnień, jak: telewizja, Internet, radio oraz prasa. Problematykę dotyczącą telewizji podejmują w swoich artykułach: Tomasz Mielczarek („Misja-rozrywka-pieniądze. Kierunki ewolucji programu TVP SA”) i Olga Dąbrowska-Cendrowska („Telewizja śniadaniowa. Celebryci, porady i audiotele-przynęty na kobiecą publiczność?”). T. Mielczarek porusza m.in. kwestię powstania i rozwoju telewizji publicznej TVP SA, która realizuje misję nadawcy publicznego. Bardzo szczegółowo opisuje, z jakich kanałów składa się TVP SA, jaka jest struktura gatunkowa poszczególnych programów, prezentuje ich tematykę oraz przedstawia zmiany zachodzące w telewizji publicznej. Stwierdza, że program TVP SA ulegał nieustannej ewolucji, pisząc m.in., że *telewizja, nawet w publicznym, misyjnym wydaniu, musiała ewoluować w stronę plebejskiego środowiska. Oferowała niekoherentny program, przy pomocy, którego zabiegano o masową publiczność, a co za tym idzie, poszukiwano znacznych zysków płynących z reklam. Jednocześnie program ten, zwłaszcza w warstwie informacyjnej i publicystycznej, prezentował jednowymiarowy obraz świata odpowiadający preferencjom ideowym prawej strony polskiej sceny politycznej, czyli znacznie ograniczał wielkość potencjalnego audytorium* (s. 27). Z kolei O. Dąbrowska-Cendrowska na przykładzie „Dzień Dobry TVN” i „Pytania na śniadanie” podejmuje rozważania na temat rodzinnych programów należących do coraz bardziej popularnej telewizji śniadaniowej (tzw. „early breakfast morning show”). Przedstawia historię gatunku, jego definicję oraz opisuje odbiorcę tego typu programów. Najistotniejszy trzon artykułu stanowi, według mnie, część, w której autorka prezentuje wyniki analizy zawartości porannych magazynów posługując się samodzielnie skonstruowanym kluczem kategoryzacyjnym. W ten sposób udziela odpowiedzi na pytanie, jakie kwestie były poruszane w omawianych programach oraz potwierdza ogromny wpływ telewizji śniadaniowej na funkcjonowanie całej telewizji.

Kolejne trzy artykuły poruszają tematykę związaną z Internetem. Tomasz Bielak („Pytanie do znaful?”- komentarz i recenzja on-line w świetle problemów współczesnej krytyki artystycznej”) podejmuje rozważania na temat funkcjonowania krytyki w Internecie, recenzji i wypowiedzi typu „z powodu dzieła”. Podkreśla wpływ krytyki na wizerunek współczesnej humanistyki. Wg autora, e-recenzje cechuje przede wszystkim informowanie oraz brak opinii o danym dziele. Ponadto, we współczesnej recenzji często widoczne są braki lekturowe autorów, niezdolność do rozumienia metafory, erozja sensu, problemy z pisownią, skłonność do nadużywania prefabrykatów językowych, fragmentaryczność czy kłopoty z wyciąganiem wniosków. Nad losami literatury w sieci zastanawia się także Robert Pysz („Publiczność literacka 2.0 – rekonesans”). Jego artykuł, jak zaznacza już we wstępie, jest zapowiedzią projektu badawczego. Dotyczy on form aktywizowania publiczności literackiej w sieci. Autor ma tu na myśli np. zjawisko folksonomii, czyli praktyki, obecnej coraz częściej w komunikacji internetowej, polegającej na społecznym indeksowaniu (tagowaniu) wybranych treści. Odbywa się ono za pomocą arbitralnie dobieranych słów lub fraz. Wymienia również inne formy promocji literatury w sieci – pozycjonowanie, konkursy, księgarnie internetowe, social shopping czy social reading.

W artykule „Polskie portale internetowe oraz tygodniki w wersji elektronicznej na Wyspach Brytyjskich i w Irlandii” Jolanta Chwastyk-Kowalczyk zwraca uwagę na ważną rolę portali internetowych oraz e-tygodników dla młodego pokolenia polskich emigrantów. Wymienia oraz dokładnie opisuje takie media, jak portale internetowe („Expatpol.com”, „Goniec.com”, „Dublinek.net”, „Gazeta.ie”) czy e-wydania polskich czasopism ukazujących się w Wielkiej Brytanii i w Irlandii. Autorka opisuje cztery najpopularniejsze polskie tygodniki ukazujące się w wersji tradycyjnej i elektronicznej, tj. wydawane w Anglii: „Cooltura”, „Polish Express” i „Naszą Anglię” oraz w Irlandii – „Polską Gazetę”. Wspomniane media mają informować na bieżąco o wydarzeniach w Polsce i na świecie, ale przede wszystkim, jak słusznie podkreśla J. Chwastyk-Kowalczyk, budować poczucie wspólnoty Polaków przebywających na emigracji.

Karolina Albińska („Kilka uwag o przeobrażeniach środowiska medialnego współczesnego radiosłuchacza. Szkic przeglądowy”) koncentruje się na zmianach, jakie dotknęły radio i przedstawia sytuację współczesnego radiosłuchacza w dobie konwergencji mediów.

Tatiana Szczygłowska („List do redakcji jako pograniczny gatunek literacki”) analizuje listy do redakcji, w których dopatruje się cech typowych dla gatunków informacyjnych. Na podstawie 100 listów pochodzących z polskiej i angielskiej wersji magazynu „Newsweek” autorka dokładnie definiuje, czym jest list do redakcji, jakie są cechy charakterystyczne tekstu epistolarnego, jaki jest jego schemat gatunkowy, odnosi go do innych typów korespondencji, zastanawia się nad ich autentycznością oraz analizuje ich tematykę.

Kolejny artykuł przedstawia projekt badawczy Tomasza Stępnia („Projekt badawczy: Góry i kultura – aspekt medialny”), który obejmuje szeroko rozumianą „literaturę górską”, książki, czasopisma oraz innego rodzaju druki zwarte (albumy, katalogi, foldery), a także jej przykłady w przestrzeni audiowizualnej oraz w Sieci.

Druga część czasopisma poświęcona jest strukturze i strategiom semiologicznym przekazów medialnych. Zofia Kowalik-Kaleta („Interdyskursywność w medialnych tekstach perswazyjnych – analiza w ramach KAD”) bada strategie dyskursywne zastosowane w trzech typach reklam: komercyjnych, politycznych oraz społecznościowych, które służą przede wszystkim celom perswazyjnym. Maciej Zaremba („Odpowiedni dać rzeczy... tag. Folksonomia jako uniwersalny model klasyfikacji treści w Internecie”) podejmuje tematykę folksonomii i jej zastosowania w porządkowaniu treści obecnych w Internecie.

Paweł Świątek („Zjawisko odwróconego product placement, jako rodzaj strategii intertekstualnej w grze Fallout 3”) zajął się tzw. product placement jako środkiem reklamy. Inny aspekt przekazów reklamowych badała Ewelina Gajewska („Językowe gry nadawcy z odbiorcą we współczesnym dyskursie reklamy”), która postawiła tezę że językowe gry nadawcy z odbiorcą stały się przykładem wzrastającej kreatywności i pomysłowości twórców reklam oraz formą aktywnego uczestnictwa odbiorcy w reklamowym akcie komunikacyjnym. Z kolei Jarosław Pacuła („Językowe i pozajęzykowe komponenty marki politycznej”) zaprezentował kwestie związane z nazwami ugrupowań politycznych, sloganami oraz wizualnej identyfikacji partii na podstawie logo. Wg autora, odpowiadają one triadzie kluczowych zagadnień związanych z identyfikacją ugrupowań politycznych i występujących niemal w każdym wymiarze promocji partii. Wszystko to, wg niego, stanowi podstawę do stworzenia wartościowej marki politycznej, z wykorzystaniem wszelkich dostępnych środków komunikacji.

Nieco odmienny charakter ma artykuł Agnieszki Staneckiej („Wizualne zamysły Zadie Smith – literacka wojna wypowiedziana lenistwu”), która przedstawiła fenomen najpopularniejszej współczesnej przedstawicielki literatury postkolonialnej Zadie Smith.

Na trzecią część pisma poświęconą wpływowi gier komputerowych i sieciowych na odbiorców składają się dwa artykuły. Tekst Mariusza Jędrzejko („Śmierć jako zabawa – człowiek w świecie gier komputerowych i sieciowych (spojrzenie socjopedagogiczne”), podejmuje tematykę wpływu gier komputerowych na człowieka. Autor już od 2004 roku prowadzi badania nad zjawiskiem uzależnienia od gier komputerowych. Przede wszystkim koncentruje się na obecnej we współczesnych grach agresji i płynących stąd niebezpieczeństwach dla odbiorcy. Zagrożenia tkwiące w grach przedstawia również Agnieszka E. Taper („Gry MMORPG - cechy, możliwości, zagrożenia”). Definiuje ona gry typu MMORPG, przybliża ich funkcjonowanie na przykładzie gry Lineage II, charakteryzuje cechy społeczności graczy oraz w konkluzji udowadnia, że MMORPG stanowi nowy obszar badawczy.

Ostatni dział pisma zawiera sprawozdania autorstwa Ryszarda Filasa, który zreferował wyniki dwóch konferencji poświęconych funkcjonowaniu mediów regionalnych i lokalnych (*Media regionalne i lokalne - tożsamość, podmiotowość*, 9 czerwca 2011 r., Collegium Primum Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. rtm. W. Pileckiego w Oświęcimiu; II Forum Prasy Sądeckiej - *Rola prasy lokalnej, bibliotek i muzeów w umacnianiu małych ojczyzn na Sądeczyźnie - jak usprawnić to partnerstwo?*, 1 lipca 2011 r., Nowy Sącz).

Opublikowane teksty dotyczą różnych rodzajów mediów. W publikacjach znalazły odbicie zagadnienia dotyczące prasy, radia, telewizji, jak i wpływu Internetu na funkcjonowanie dzisiejszego społeczeństwa. Za interesujące uważam również podjęcie tematyki oddziaływania gier komputerowych na ich odbiorców. Pismo, w dobie tak szybko postępującej ewolucji mediów, niewątpliwie będzie przydatnym forum dla badaczy problematyki medialnej i stanie się ważnym źródłem wiedzy na temat problemów współczesnych mediów oraz metod ich badania.