

## Od redaktora

**W** załączniku do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. (DzU 2011, nr 179, poz. 1065) w rubryce *obszaru i dziedziny nauk społecznych*, w kolumnie *Dyscypliny naukowe/dyscypliny artystyczne* jako jedna z dziewięciu dyscyplin wymienione zostały między *naukami o obronności* a *naukami o polityce* **nauki o mediach** (zwracam uwagę na kolejność, bo nasza dyscyplina wyłamuje się z porządku alfabetycznego), co w dziejach polskiej nauki o komunikacji społecznej trzeba uznać za moment historyczny. Radości i satysfakcji chyba wszystkich, a zwłaszcza młodszych, prasoznawców, medioznawców i innych badaczy komunikacji społecznej nie jest w stanie ostudzić nawet świadomość niefortunności nazwy nowo uznanej dyscypliny. *Media* bowiem to wyraz wieloznaczny. Słowniki języka polskiego informują, że *media* to m.in. zarówno „prasa, telewizja i radio rozpatrywane razem ze względu na ich rolę w przekazywaniu informacji [...]”, jak i „elektryczność, gaz, woda i inne zasoby dostępne w sieci [...]”. A badacze komunikacji społecznej wiedzą ponadto, że *media* w swoim medioznawczym sensie to nie tylko masowe środki transmisji informacji (jak prasa drukowana, radio czy telewizja), ale także środki jej artykulacji (jak języki etniczne i wszelkie systemy znakowe), jej rejestracji (jak ołówek z kartką czy maszyna do pisania), jej magazynowania, przetwarzania i wyszukiwania (jak komputery), a także organizowania jej dyfuzji (jak różne instytucje medialne od redakcji po globalne koncerny). Przedmiotem zaś zainteresowania badawczego medioznawców są nie tyle same media, co ich używanie, a więc komunikacja.

Wszelkie obiekcje związane z nazwą błędną jednak wobec możliwości normalnego rozwoju naukowego absolwentów kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna w ramach tej samej dyscypliny, bez przebiegania się za politologów czy prawników i korzystania z gościnności innych dyscyplin.

Ministerstwu Nauki i Szkolnictwa Wyższego zawdzięczamy też postępującą parametryzację indywidualnej i instytucjonalnej działalności naukowej, z uprzywilejowaniem publikacji anglojęzycznych i anglojęzycznych baz bibliograficznych jako podstaw indeksacji. Problem ten jest żywo dyskutowany w środowiskach badaczy z kręgów nauk humanistycznych i społecznych. Za istotny przyczynek do dyskusji na ten temat trzeba uznać otwierający ten numer ZP artykuł **Władysława Marka Kolasy**, który na przykładzie historii mediów polskich dowodzi potrzeby stworzenia – przynajmniej dla niektórych dyscyplin – rodzimych baz dla celów parametryzacji.

Zapewne większość czytelników nie tylko naszej prasy nie zdaje sobie sprawy, jak duży wpływ na to, co znajdują na łamach gazet i czasopism ma współpraca dziennikarstwa i *public relations*. Względy ekonomiczne każą się z tym pogodzić. Oba sektory zabiegają o zainteresowanie tej samej publiczności i nietrudno obliczyć, „ile czasu zaoszczędzi dziennikarz, któremu dostarczono profesjonalnie opracowane materiały źródłowe” – pisze **Marek Chyliński**. Wypada dodać, że zaoszczędza na takiej współpracy i wydawca, czego pośrednio dowodzi dynamika zatrudnienia dziennikarzy i specjalistów PR na rynku amerykańskim, gdzie interakcja obu sektorów jest znacznie zaawansowana.

W staraniach o pozyskanie zainteresowania potencjalnej publiczności, w zaintrygowaniu jej, może – zdaniem **Jacka Dąbala** – dziennikarstwu pomóc zbliżenie do literatury. W literaturze bowiem znajdzie dziennikarstwo gotowe schematy i reguły dramaturgiczne, gotowe, by je zastosować w komunikowaniu masowym. Konkretnymi przykładami przekonuje autor do słuszności swojej opinii.

Odkąd przed 40 laty McCombs i Shaw wystąpili z hipotezą porządku dziennego, zdążyliśmy się przyzwyczaić do tego, że głównym przedmiotem badań nad rolą społeczną mediów są relacje między tym, czym się zajmują media, a tym, o czym myśli i mówi ich rzeczywista lub potencjalna publiczność. Artykuł **Ewy Nowak** przesuwa zastosowanie koncepcji porządku dziennego także na relacje między tym, czym się zajmują media, czyli agendą medialną, a tym, czym się zajmuje rząd, czyli agendą polityczną.

Aby wypowiedź medialna mogła wywrzeć jakikolwiek wpływ, musi na tyle wzbudzić zainteresowanie odbiorcy (tak, tak, chodzi o to samo zainteresowanie, o które się troszczą autorzy poprzednich trzech artykułów), żeby się z nią zapoznał. Mają jej w tym pomagać użyte w niej środki stylistyczne. I z tego względu, jak dowodzi **Katarzyna Jarosz**, autorka artykułu o popularyzacji nauki, nie są one są tylko zwykłym ozdobnikiem, ale przejawem przyjętej strategii komunikacyjnej.

A te mogą być różne. Jedną z nich jest używanie *młodomowy* w Internecie, o której sugestywnie pisze **Anna Wileczek**: „Opanowanie specyficznego języka, pozwalającego w atmosferze anonimowości i zmian tożsamości na rozpoznanie odbiorcy jako *swojego*, jest bardzo pożądane, daje szansę bezpiecznie *zakotwiczyć się* na chwilę wśród swoich, unikając dorosłego *sformatowania*. Szybko jednak okazuje się, że [...] bezkolizyjny powrót z językowych cyberświatów rzadko okazuje się do końca możliwy”.

W dziale Media na świecie panuje problematyka amerykańska, ale nie całkiem zegnamy się z krajem, bo jednym z dwóch tekstów tu zamieszczonych jest niezwykła pod względem teoretycznym, metodologicznym i merytorycznym rozprawa **Pawła Planety**, rekonstruuja wizerunek Polski w postpeerelowskim dwudziestolecu w codziennej prasie USA. Autorka drugiej pozycji w tym dziale, **Julita Ślusarczyk**, przekonująco dowodzi swą analizą działań sztabu wyborczego Baracka Obamy w wideoportalu YouTube i ich przejawów w sieci, że się ten kanał walnie przyczynił do jego zwycięstwa w wyborach.

Dział historyczny w tym numerze przeniesie czytelnika najpierw na Wołyń międzywojennego dwudziestolecia, a następnie do Izraela lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych. Prasoznawczą podróż na Wołyń zawdzięczamy **Agnieszce Cieślukowej**,

która przedstawiając tamtejsze ówczesne inicjatywy prasowwydawnicze, odkrywa, że stosunkowe ubóstwo miejscowej prasy codziennej było rekompensowane przez całkiem przyzwoite czytelnictwo dzienników z Warszawy, Krakowa, Lwowa, Łodzi i przede wszystkim... Niepokalanowa. Natomiast przeciekawą także ze względu na szczegóły biograficzne i faktograficzne, pełną smakowitych szczegółów opowieścią o polskojęzycznym tygodniku *Od Nowa*, wydawanym w Izraelu w latach 1958–1965, i o jego redaktorach z Ignacym Iserlesem na czele raczy swoich czytelników **Elżbieta Kossewska**.

Część Rozpraw i artykułów zamyka opracowanie **Wojciecha Kajtocha i Rafała Kusia** o językach mniejszościowych i obcych w szkołach i mediach współczesnej Polski. Autorzy zwracają uwagę na rosnący udział wśród nowych wydawnictw periodycznych czasopism drukowanych wyłącznie w języku angielskim. W wielu z nich wbrew apelom Rady Języka Polskiego nie ma nawet polskojęzycznych streszczeń.

Rozprawy i artykuły nie kończą tego numeru. Spośród drukowanych w nim recenzji przynajmniej kilka omawia nowe książki, których nie można nie znać.

*wp*