

Recenzje

Ryszard Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe Contact, Poznań 2009, ss. 278.

Ryszard Kowalczyk dziś jest pracownikiem naukowym na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Instytutu Politologii i Europeistyki Uniwersytetu Szczecińskiego. Współpracuje również m.in. z Wyższą Szkołą Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu. W niezbyt odległej przeszłości z sukcesami piastował znaczące funkcje w samorządzie terytorialnym. W swoim dorobku naukowym poszczycić się może licznymi publikacjami z zakresu medioznawstwa i polityki.

Najnowsza publikacja *Media lokalne w Polsce* – jak sam Autor podaje – poświęcona jest wybranym zagadnieniom dotyczącym funkcjonowania mediów lokalnych w Polsce po 1989 roku, a także przeobrażeniom, jakie media te przechodziły i nadal przechodzą. W tejsze pracy wcale nie marginalnie omówione zostały kwestie związane z lokalnym systemem komunikowania społecznego i politycznego. Jest to pewna prawidłowość w podejściu naukowym do zagadnienia mediów lokalnych, bowiem stanowią one konstytutywny element tegoż systemu¹.

Media lokalne w Polsce to pierwsza tego typu publikacja na rynku wydawniczym ujmująca systemowo, a jednocześnie w sposób niezwykle przystępny problematykę wybranych mediów lokalnych. W jej konstruowaniu Autor zastosował szerokie spektrum metod i technik badawczych wywodzących się z różnych gałęzi i dyscyplin naukowych. Dokonuje gruntownych analiz, spoglądając na badane obiekty z bardzo różnych perspektyw. Wykorzystuje i porównuje wyniki badań własnych z badaniami przeprowadzonymi przez inne placówki naukowe i instytucje badawcze. Rezultatem dociekań Ryszarda Kowalczyka jest powstanie studium badawczego i analizy empirycznej oraz synteza z Jego dociekań czysto teoretycznych, co w rezultacie dało bardzo spójny obraz przeobrażeń, jakie przechodziły w latach minionych media lokalne w Polsce.

Na zawartość publikacji składa się osiem rozdziałów. Rozdział pierwszy poświęcony jest systemowi mediów lokalnych. W rozdziale tym Autor uznaje media jako kategorię formalną, będącą efektem podziału mediów według charakterystycznych kryteriów typologicznych. Jednocześnie, bardzo słusznie, przyjmuje za

¹ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2009, s. 9.

podstawowe kryteria treść oraz zasięg ich rozpowszechniania². Podana definicja mediów lokalnych może być trudna dla przeciętnego czytelnika, albowiem media regionalne to takie, które obejmują pewne obszary historyczno-etnograficzne. Różnica zasięgu pomiędzy mediami lokalnymi a regionalnymi nie jest zbyt ostra. Granice zasięgu tych kategorii w domyśle są raczej umowne. W rozgraniczeniu tych dwóch kategorii mediów pomagają wskazane przez Autora kryteria zasięgu i treści. W dalszej części rozdziału Ryszard Kowalczyk dokonuje analizy systemu mediów lokalnych³. Wyróżnia w niej system nadrzędny i podrzędny. Można by z tą tezą polemizować, bowiem system mediów lokalnych funkcjonuje w oparciu o takie same normy, jak system globalny. Jest jego integralną częścią. Różnica dotyczy tylko zasięgu i treści. Trudno zatem wywieść wniosek o nadrzędności i podrzędności któregośkolwiek z nich. Jerzy Bralczyk w *Słowniku 100 tysięcy potrzebnych słów* podaje, że „podrzędny, to zajmujący w stosunku do innych mniej ważne miejsce, drugorzędną pozycję”⁴. Czy lokalny system medialny takie mniej ważne miejsce, czy drugorzędną pozycję zajmuje? Można tu mieć uzasadnione wątpliwości. W końcowej fazie rozdziału pierwszego Autor przybliży poszczególne elementy składowe tego systemu (prasa lokalna, radio lokalne, telewizja lokalna oraz lokalny system informacji elektronicznej) oraz wzajemne oddziaływania ich na lokalny system społeczny, polityczny, ekonomiczny i kulturalny. Rozdział ten kończy się bardzo interesującym wywodem dotyczącym funkcjonowania poszczególnych elementów systemu mediów lokalnych w oparciu o kryterium: zasięgu rozpowszechniania, sposobu działania na rynku, zawartości treści, typu własności, nastawienia wobec rynku i stosunku do władzy.

Rozdział drugi Autor poświęca typologii mediów lokalnych. Wychodząc od pojęcia typologii, za które uznaje naukę o typach i kategoriach, polegającą na porządkowaniu, podziale i grupowaniu zbioru elementów – przechodzi do prezentacji typów mediów lokalnych w oparciu o kryterium sposobu utrwalania informacji, zasięgu ich rozpowszechniania, częstotliwości przekazów, nastawienia wobec rynku, typów własności, tematyki poruszanej, a także ich statusu polityczno-ideologicznego oraz poziomu intelektualnego⁵. Spostrzeżenia Autora, a przede wszystkim Jego wnioski są bardzo interesujące. Na przykład kryterium stosunku mediów lokalnych do władzy publicznej uważa Ryszard Kowalczyk za fundament podziału mediów na: media władzy i media odbiorcy. Przy czym, media władzy są dla Autora wyrazem interesów władz publicznych, a media odbiorcy spełniają funkcje nadzoru i kontroli tej władzy. Jeżeli te relacje są zachowywane we właściwych proporcjach, to będziemy mieli do czynienia z wprost idealnym systemem mediów lokalnych. Autor jednak, wyciągając wnioski, stwierdza, że

² Ibidem, s. 11.

³ Ibidem, s. 13.

⁴ *Słownik 100 tys. potrzebnych słów*, pod red. J. Bralczyka, Warszawa 2005, s. 379.

⁵ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, op. cit., s. 28–38.

tak nie jest, że władza usiłuje wywierać wpływ na organizację, finansowanie mediów, jak również na obsadę znaczących w nich stanowisk. Same zaś media popierają działania polityków, schlebując im oraz wspierając działania mające na celu maksymalną izolację opozycji⁶.

Rozdział trzeci traktuje o formach własności i typach wydawców mediów lokalnych. Jako formy własności zaprezentowane w tej publikacji zostały media prywatne, publiczne, stanowiące własność organizacji pozarządowych i spółdzielcze. Nie wspomina natomiast Autor o możliwościach zaistnienia różnorodnych form mieszanych. W kolejnych częściach tego rozdziału Ryszard Kowalczyk bardzo precyzyjnie i wyczerpująco definiuje różne typy wydawnictw medialnych, począwszy od wydawcy będącego osobą fizyczną, poprzez samorząd terytorialny, związki wyznaniowe, partie polityczne, zakłady pracy, szkoły, a na państwie skończywszy. W każdym z przypadków przytacza Autor najnowsze uregulowania prawne dotyczące wydawców, nie omiszając przy tym przypominać, jaki był poprzedni stan prawny w tej materii. W każdym z omawianych typów własności wskazuje na formy funkcjonowania, zasięg, poruszane treści itp. – dopełniając tym samym obraz poszczególnych rodzajów mediów lokalnych leżących w sferze Jego zainteresowań badawczych. W analizie tej Autor nie abstrahuje od realizacji zadań misji publicznej, jaką zgodnie z Komunikatem Komisji Europejskiej oraz ustawą z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji – media te realizują⁷.

Rozdział czwarty poświęcony został funkcjom i zadaniom mediów lokalnych, jakie w społeczeństwie obywatelskim one sprawują. Podobnie, jak w poprzednich rozdziałach i tu Autor wychodzi od zdefiniowania podstawowych pojęć związanych z omawianymi zagadnieniami. W procesie wyprowadzania definicji powołuje się na najbardziej znane i uznane autorytety w tych kwestiach. Po wstępnych ustaleniach – Ryszard Kowalczyk przechodzi do szczegółowego omawiania poszczególnych funkcji mediów lokalnych. Omawiając wpływ mediów na proces poznawczy – dokonuje ciekawego i trafnego spostrzeżenia, a mianowicie „badając wpływ mediów na proces poznawczy oraz zachowania odbiorcy, w rzeczywistości myślimy o wpływie innych osób na nasze wyobrażenia, przekonania, wiedzę czy postawę”⁸. Jest to wniosek jak najprawdziwszy, bowiem w mediach pracują ludzie, którzy nie zachowują się jak automaty, ale przekazując różnorakie treści i jeśli nadarzy się ku temu sposobność (zwłaszcza dotyczy to komentarzy, opinii itp.) – transmitują także własne przemyślenia, poglądy, wnioski. W końcowej fazie rozdziału Autor dochodzi do wniosku, że dynamiczny rozwój mediów powoduje zmiany w świadomości społecznej. Wzrasta wśród odbiorców świadomość ogólna, polityczna, ekologiczna, prawna i ekonomiczna⁹. Tylko, że ten wzrost po-

⁶ Ibidem, s. 37.

⁷ Dz. U. 2004, Nr 253, poz. 2531 z późniejszymi zmianami.

⁸ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, op. cit., s. 75.

⁹ Ibidem, s. 95.

ziomu świadomości ogólnej w żadnym stopniu nie powoduje u elektoratu wzrostu frekwencji przy urnach wyborczych. Szkoda, że i tego wątku Autor nie podnosi.

Kolejne cztery rozdziały są nakierowane na poszczególne rodzaje wybranych mediów lokalnych. I tak, rozdział piąty traktuje o procesie odradzania się i tendencjach rozwojowych prasy lokalnej po inicjacji przeobrażeń systemowych w Polsce, które są skutkiem ustaleń „Okrągłego Stołu”. W tym przypadku Autor śledzi te przeobrażenia w ujęciu historycznym i w takim zakresie, na jaki pozwalają mu ramy niniejszej publikacji. Skwapliwie sięga do szerokiego spektrum wyników badań innych badaczy, znawców problematyki, wysnuwając przy tym własne wnioski poparte wykresami i zestawieniami w ujęciu tabelarycznym. Ekspozuje rosnącą funkcję lokalnej prasy w nadawaniu należynej rangi zjawiskom i wydarzeniom zachodzącym w życiu publicznym¹⁰ oraz kierunki, w jakich ten rodzaj prasy zmierza¹¹. Przeglądając współczesną prasę lokalną każdy czytelnik dostrzeże, że w niej coraz więcej pojawia się spraw związanych z życiem prywatnym osób publicznych, coraz więcej w niej rozrywki, a przede wszystkim – reklamy i ogłoszeń. Uzasadnione obawy Autora budzi nadmierna w niej obecność opisów wydarzeń o posmaku sensacyjnym, kryminalnym, losowym czy aferowym. Owszem jest to stymulator wzrostu poczytności, lecz wartość tego rodzaju „news’ów” nie wydaje się być najwyższa. Znaczącą część tego rozdziału zajmują analizy wskaźników czytelnictwa oraz jego zasięgu, w rozbiciu na płeć, wykształcenie, zwód i miejsce zamieszkania odbiorców¹².

W podobnej formule skonstruowany został rozdział szósty, a także pozostałe. W rozdziale szóstym Ryszard Kowalczyk dokonuje analizy radiofonii lokalnej w oparciu o różnorakie kryteria. Według statusu społecznego dzieli radio lokalne na publiczne i niepubliczne, a te z kolei na państwowe i samorządowe. Ze względu na organizację i sposób działania dzieli je na sieciowe i poza sieciowe¹³. Następnie w ujęciu tabelarycznym dokonuje prezentacji lokalnych stacji radiowych nadających w poszczególnych województwach – uwzględniając podziały oparte na powyższych kryteriach. Czyni to obraz radia lokalnego bardzo czytelnym, przejrzystym i jednocześnie – unaocznia jego aktualny stan, zarówno w poszczególnych województwach, jak i na terenie całego kraju. Sporo miejsca w tym rozdziale zajmują wyniki badań rodzajów audycji emitowanych przez ten typ radia. Wiele miejsca zajmują w tej publikacji rozgłoszenie radiowe należące do Kościoła rzymskokatolickiego¹⁴, innych związków wyznaniowych¹⁵ oraz mniejszości narodowych i etnicznych¹⁶.

¹⁰ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, op. cit., s. 106.

¹¹ Ibidem, s. 107.

¹² Ibidem, s. 113–117.

¹³ Ibidem, s. 118.

¹⁴ Ibidem, s. 155–161.

¹⁵ Ibidem, s. 165–166.

¹⁶ Ibidem, s. 167–169.

Wyniki badań świadczą, że na ogół radio lokalne nadaje informacje, audycje publicystyczne, muzykę, a także audycje o charakterze edukacyjnym i poradniczym. Niewiele w nich rozrywki, reportaży, audycji przeznaczonych dla dzieci i młodzieży czy audycji kierowanych do zamieszkujących na terenie poszczególnych województw – mniejszości narodowych i etnicznych. Ryszard Kowalczyk dokonuje wnikliwej analizy wyników tych badań, nie wskazując w nich związków przyczynowych badanych rodzajów audycji. Umieszczenie w pracy takich związków niewątpliwie pogłębiło by publikację, ale jednocześnie ogromnie by ją poszerzyło.

Utrzymany w podobnej konwencji rozdział siódmy poświęca Autor rozwojowi telewizji lokalnej w Polsce po roku 1989. W wielkim skrócie – ze zrozumiałych względów – przypomina historię przeobrażeń, jakie dokonywały się w polskiej telewizji w okresie transformacji systemowej. Szczególny akcent położony został na przeobrażenia dokonujące się w lokalnej telewizji naziemnej i kablowej. Zapewne, mając na względzie objętość tej pracy – nie dokonuje Autor szczegółowego opisu tworzenia się ośrodków telewizji regionalnych i lokalnych. Przywołuje natomiast podstawy prawne, w oparciu o które te telewizje funkcjonują. Zaglądając do cytowanych norm prawnych, uzyskuje czytelnik pełny obraz zasad funkcjonowania poszczególnych rodzajów telewizji.

Rozdział ten kończy się wynikami badań struktury gatunkowej programów z uwzględnieniem godzin emisji oraz procentowego udziału poszczególnych audycji w stosunku do całości emitowanych programów. Wyniki badań zostały rozbite na lata, w których emisja programów miała miejsce. Uwzględniono w nich także poszczególne stacje nadawcze¹⁷. Dopełnieniem rozdziału są wyniki badań oglądalności poszczególnych rodzajów telewizji w rozbięciu na miejsce zamieszkania odbiorców, ich wiek, wykształcenie i status społeczny, co wespół z pozostałymi wynikami badań czyni obraz telewizji lokalnych bardzo czytelnym.

Ostatni, ósmy rozdział poświęcony został rozwojowi jednego z najmłodszych medium, służącym upowszechnianiu informacji. Tym medium jest Internet. Zatrważająca jest podana na wstępie przez Autora informacja (poparta badaniami), że do czerwca 2000 roku aż 87% Polaków nie posiadało należytych umiejętności poruszania się w Internecie, a 67% nie potrafiło nawet obsługiwać komputera¹⁸. Natomiast od tej daty wszyscy jesteśmy świadkami ogromnego postępu na tym polu. Dziś już praktycznie nie ma gospodarstw domowych, gdzie nie byłoby zainstalowanego przynajmniej jednego komputera z dostępem do Internetu oraz telefonu komórkowego. W tym właśnie rozdziale Autor przytacza wyniki badań wyposażenia gospodarstw domowych w komputer z dostępem do Internetu. Wyniki badań obejmują wieś i miasto. Autor dokonuje również porównania korzystających

¹⁷ Ibidem, s. 200–216.

¹⁸ Ibidem, s. 225.

z Internetu i komputera w poszczególnych województwach¹⁹. Interesujące są również spostrzeżenia Ryszarda Kowalczyka dotyczące wykorzystywania tego medium przez różnorakie służby społeczne i osoby prywatne do najróżniejszych celów²⁰.

Celem tej publikacji, co założył Autor jest zaprezentowanie aktualnego stanu badań nad mediami lokalnymi w Polsce oraz dostarczenie najbardziej podstawowej wiedzy o przeobrażeniach, jakie w tych mediach dokonywały się po roku 1989 i dodać warto – nadal się dokonują. Cel ten został w pełni osiągnięty. Może o tym przekonać się każdy Czytelnik, oddając się lekturze tej publikacji. *Media lokalne w Polsce* dedykowane są wszystkim, których problemy z tym związane żywo interesują. Praca ta obnaża owe problemy, wyjaśnia przyczyny ich powstawania w takim stopniu, w jakim Autor uznał to za konieczne. Uczynił to w sposób skondensowany i w miarę pełny, oszczędzając Czytelnikowi poszukiwań w różnych publikacjach.

Ogromnym plusem tej pracy jest także to, że Ryszard Kowalczyk zwraca w niej uwagę nie tylko na pozytywne oddziaływań mediów na odbiorców (największym osiągnięciem jest złamanie monopolu wydawniczo-nadawczego państwa z okresu realnego socjalizmu), ale również sygnalizuje negatywy tych oddziaływań. Z troską dostrzega nadmierną obecność w mediach tematyki przestępczej i obyczajowej oraz informacji o negatywnym ładunku emocjonalnym²¹. Nie można nie zgodzić się z Autorem, że sprzyja to postępującej brutalizacji stosunków społecznych, jak również może stać się inspiracją do zachowań społecznych noszących znamiona agresji i innych zachowań patologicznych.

Z pewnością ta pozycja na rynku wydawniczym nie jest pozbawiona wad. Pewne trudności z recepcją jej treści mogą mieć laicy, gdyż napisana jest językiem naukowym, ale z całą pewnością wypełnia ona lukę, która w dziedzinie mediów lokalnych była do tej pory na krajowym rynku wydawniczym.

Andrzej LEBIOTKOWSKI

Poznań

Piotr Wdowiak, *Ikony Rosji*, Wrocław 2008, ss. 155.

„Rosji nie da się ogarnąć rozumem” – od tej znanej sentencji z wiersza Nikołaj Tiutczewa zaczyna swoje rozmyślenia nad Rosją Autor książki. Rosja od zawsze budziła zainteresowanie ludzi z całego świata. Konsola byłego Związku Radzieckiego, a jeszcze wcześniej Imperium Rosyjskiego dzisiaj występuje na arenie

¹⁹ Ibidem, s. 229.

²⁰ Ibidem, s. 234–235.

²¹ Ibidem, s. 250.