



KOMUNIKOWANIE LOKALNO-REGIONALNE W DOBIE SPOŁECZEŃSTWA MEDIALNEGO

**Tom 1
Problemy teoretyczno-praktyczne**

pod redakcją
Stanisława Michalczyka
i Katarzyny Brzozy



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu Śląskiego

Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego

Tom 1

Problemy teoretyczno-praktyczne

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3715

50 lat
Uniwersytetu
Śląskiego
w Katowicach

Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego

Tom 1

Problemy teoretyczno-praktyczne

pod redakcją

STANISŁAWA MICHALCZYKA i KATARZYNY BRZOZY

Redaktor serii: Nauki Polityczne
MARIUSZ KOLCZYŃSKI

Recenzent:
RYSZARD KOWALCZYK

Tom dedykowany jest
Profesorowi Jerzemu Mikułowskiemu Pomorskiemu

| Wstęp

W dniach 24–25 listopada 2016 roku odbyła się w Ustroniu konferencja naukowa *Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego*. Wygłoszono ponad 40 referatów poświęconych różnym aspektom komunikowania lokalnego i regionalnego w Polsce i za granicą. Konferencję zorganizował Zakład Komunikacji Społecznej Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego pracujący w następującym składzie: prof. dr hab. Stanisław Michalczyk – kierownik, dr hab. Marek Mazur, dr Katarzyna Brzoza, dr Monika Kornacka-Grzonka, dr Grażyna Pawlik – pracownicy Zakładu. Łącznie w spotkaniu wzięło udział ponad 70 medioznawców, politologów i dziennikarzy reprezentujących prawie wszystkie polskie ośrodki uniwersyteckie badające lokalny i regionalny obszar komunikowania masowego. Zagranicznym uczestnikiem konferencji był prof. Aleksander Koroczyński z Rosji. Dziennikarstwo lokalne jest niekiedy nazywane „zapomnianym sektorem”, co związane jest z dominacją problematyki ogólnokrajowej w mediach oraz procesami globalizacji. Referaty pokazały jednak, że tak wcale być nie musi, a lokalność i regionalność odgrywają w komunikowaniu masowym istotną rolę.

Pokłosiem Konferencji są dwa tomy zawierające zdecydowaną większość wygłoszonych referatów.

Tom 1 poświęcony teoretycznym i praktycznym problemom komunikowania lokalno-regionalnego zawiera 19 artykułów analizujących uwarunkowania polskie i zagraniczne. Składa się z dwóch zasadniczych części. W pierwszej autorzy skupiają się na ogólniejszych bądź bardziej szczegółowych aspektach komunikowania lokalnego lub regionalnego. Tom otwiera artykuł Stanisława Michalczyka mający charakter historyczno-teoretyczny. Autor przywołuje najważniejsze opracowania polskie i zagraniczne stanowiące kamienie milowe w drodze budowania teorii komunikowania i mediów lokalnych i/lub regionalnych. Definiuje podstawowe pojęcia i rysuje perspektywy rozwoju sektora. Teoretyczny charakter ma także artykuł Marka Jachimowskiego, który skupia się na regionie jako obszarze periodycznej komunikacji medialnej. Szkice Ryszarda Filasa i Jacka H. Kołodzieja dotyczą dzienników regionalnych, ich przemian oraz zawartości.

Dorota Piontek i Szymon Ossowski przeanalizowali audytorium mediów lokalnych (regionalnych), skupiając się głównie na uwarunkowaniach wielkopolskich. Lucyna Szot w swoim artykule analizuje przyczyny i skutki deprecjacji zawodowej dziennikarza. Zjawisko to dotyczy także, a może przede wszystkim, dziennikarstwa lokalno-regionalnego.

Kolejne opracowania mają charakter bardziej szczegółowy, stanowiąc cenny wkład w naszą wiedzę o omawianym obszarze komunikowania. Agnieszka Grzesiok-Horosz poszukuje odpowiedzi na pytanie o kwalifikację prawną rubryk w lokalnych witrynach internetowych, potocznie zwanych „zakładkami”. Marcin Piechocki i Jacek Wyszyński prezentują wyniki badań nad ekspozycją miejscowości polskich w programach informacyjnych emitowanych na antenie trzech ogólnopolskich stacji telewizyjnych: TVP1, Polsat oraz TVN. Magdalena Ślaska przeanalizowała pierwsze strony lokalnych dodatków „Dziennika Zachodniego” (31 tygodników powiatowych), dochodząc do wniosku, że są one zwizualizowane i niosą mało treści informacyjnych. Katarzyna Brzoza w swojej analizie jakościowej szuka odpowiedzi na pytanie o obraz kobiety, matki, mężczyzny i ojca wykreowany w wybranych numerach „Dziennika Zachodniego”. Artykuł mieści się w nurcie *gender media studies*. Paweł Sarna przybliży czytelnikowi kwartalnik „Śląsk Literacki” (1952–1956), dokonując jego analizy w perspektywie retorycznej. Czasopismo odegrało pozytywną rolę na Śląsku w okresie bezpośrednio poststalinowskim, m.in. dzięki prezentacji polskich tradycji w tym regionie. Ilona Biernacka-Ligięza i Bartosz Pietrzyk charakteryzują dwa radio akademickie (lubelskie radio „Centrum” z UMCS oraz radio „Sygnały” z Uniwersytetu Opolskiego) jako przykłady radiowego komunikowania lokalno-regionalnego, w tym przypadku środowiskowego. Programy radio akademickiego propagują wartości regionów i kultur, które mogłyby przejść niezauważone w gąszczu zunifikowanych, globalnych komunikatów.

Część poświęconą uwarunkowaniom zagranicznym otwiera artykuł Marianna Gieruli poświęcony prasie regionalnej Rosji. Autor omawia podstawowe problemy terminologiczne, dokonuje typologii prasy periodycznej w regionach oraz analizuje uwarunkowania jej rozwoju. Zbigniew Oniszczyk wskazuje na przyczyny popularności niemieckich gazet lokalnych i regionalnych stanowiących podstawę całego systemu prasowego tego kraju, w którym 67% mieszkańców w wieku ponad 14 lat regularnie sięga po papierowe wydania gazet i dzienników. Viktoriya Havrylyuk przedstawiła krajobraz mediów regionalnych niepodległej Ukrainy. Artykuł zawiera wiele danych szczegółowych przybliżających odbiorcy stan i perspektywy tego sektora. Autorka uważa, że pomimo niesprzyjających czynników rozwoju przed mediami regionalnymi otwierają się dobre perspektywy, korzystają bowiem z możliwości, jakie niesie ze sobą nowoczesna technologia, wzorują się także na najlepszych osiągnięciach czołowych mediów krajowych oraz uzyskują pomoc prawną i materialną państwa, mają w niedalekiej przyszłości szansę osiągnięcia odpowiedniego poziomu jakościowego. Dagmara

Głuszek-Szafraniec prezentuje politykę medialną dwóch regionów autonomicznych Hiszpanii, tj. Katalonii i Kraju Basków, wobec nowych mediów. Nowe technologie wpływają na zmianę definiowania wspólnoty, zasięg mediów znacznie się poszerzył, a ich obszar oddziaływania jest praktycznie nieograniczony.

Mirosława Wielopolska-Szymura podjęła ważny problem radia społecznego na przykładzie Australii. Media społeczne (media trzeciego sektora) stanowią odpowiedź na potrzebę partycypacji społecznej mniejszości etnicznych. W Australii 28% spośród słuchaczy wybiera radio społeczne. Agnieszka Roguska przedstawia wnioski z badań na temat kreowania mediów lokalnych przez młodzież w Polsce i na Łotwie. Badania dowiodły, że młodzi respondenci są pewni, że istnieje ogromna potrzeba funkcjonowania mediów lokalnych (na Łotwie nawet wyższe wskaźniki niż w Polsce). Badania objawiły brak edukacji lokalnej, środowiskowej, brak utożsamiania się z lokalną rzeczywistością. Kolejna autorka, Marta Ryniejska-Kiełdanowicz, wychodzi z założenia, że we współczesnym świecie miasta zaczynają odgrywać coraz większą rolę jako aktorzy stosunków międzynarodowych. Istotną rolę odgrywa w tym procesie promocja, która realizowana jest w dużej mierze przez media lokalne, które stanowią kapitał kultury i wizerunku.

W temacie Konferencji oraz w dwóch tomach publikacji składających się z artykułów naukowych inspirowanych konferencyjną debatą naukową przyjęte zostało założenie, że współcześnie nie da się ściśle rozdzielić masowego komunikowania lokalnego od masowego komunikowania regionalnego. Następuje swego rodzaju mieszanie problematyki i zawartości mediów wszystkich typów, czyli prasy, radia, telewizji i internetu. Najbardziej widoczne jest to w najstarszym medium, tj. prasie. Analizy zawartości pokazują, że gazeta o zasięgu przestrzennym regionalnym jest w dużym stopniu lokalna ze względu na zawartość, „obsługuje” region kolportażowo, ale „obsługuje” jednocześnie treściowo społeczności lokalne. Te ostatnie nie są już społecznościami zamkniętymi, jak było dawniej, są otwarte, ich „granice” są płynne i w dużej mierze subiektywne. Aktualne jest jednak twierdzenie Waltera Schütza, że region (komunikacyjny) to suma komunikacyjna obszarów lokalnych. Wynika stąd pewne zamieszanie pojęciowo-terminologiczne, nieobce także fachowej zagranicznej literaturze przedmiotu. Dla przykładu wydana w 2010 roku praca zbiorowa pod redakcją prof. Mike Friedrichsena nosi tytuł *Przyszłość mediów a gazety regionalne*. Ale podtytuł brzmi: *Przestrzeń lokalna w cyfrowym i mobilnym świecie medialnym*¹. Poszczególni autorzy omawiają zarówno pierwszy, jak i drugi obszar komunikacyjny, a dwa terminy często stosowane są wymiennie. Wspólną kategorią może tu być „bliskość” wyrażająca się nie tylko geograficznie, lecz przede wszystkim emocjonalnie, będąca jednocześnie efektem konwergencji lokalności i regionalności.

¹ M. FRIEDRICHSEN, Hrsg.: *Medienzukunft und regionale Zeitungen. Der lokale Raum in der digitalen und mobilen Medienwelt*. Baden-Baden 2010.

Interesujące, choć już dobrze znane polskiej literaturze uwagi i spostrzeżenia poczynił prof. Berndt-Peter Arnold w książce poświęconej informacji². W rozdziale pt. *Ludzie potrzebują bliskości – dwa znaczenia informacji lokalnej i regionalnej* stwierdza m.in.: „Gazeta regionalna jest ostatnim medium integracyjnym w społeczeństwie”; „90% wszystkich dziennikarzy uczyło się zawodu w redakcjach lokalnych”; „Gazeta lokalna jest rezultatem świata bliskości”; „Dziennikarstwo śledcze nie dotyczy tylko afery Watergate w »Washington Post« czy innych afer opisywanych w »Der Spiegel«, ale również zwykłych gazet lokalnych/regionalnych”³. Oprócz „bliskości” inną ważną kategorią jest tutaj „involvement”. Jest to w pewnym sensie kategoria magiczna i oznacza w nauce o mediach i komunikowaniu konstrukt polegający na silnym związku, relacji między jednostką a informacją medialną w określonej sytuacji. Innymi słowy, jest to powiązanie odbiorcy z sytuacją komunikacyjną, osobiste znaczenia, „dotyczenie”. Używa się także w tym kontekście terminu „ego-involvement”. Informacji „involvementowych” dostarczają – rzecz jasna – wszystkie media, jednak w mediach lokalnych/regionalnych jest ich szczególnie wiele. Stąd też wynikają ich siły i perspektywy na przyszłość.

² B.-P. ARNOLD: *Nachrichten. Schlüssel zu aller Information*. Baden-Baden 2016.

³ Ibidem, s. 167.

| Spis treści

Wstęp

STANISŁAW MICHALCZYK

Społeczności lokalne i regionalne jako zadania informacyjno-publicystyczne / 11

MAREK JACHIMOWSKI

Region periodycznej komunikacji medialnej jako przedmiot badań nauk o komunikacji i mediach / 31

RYSZARD FILAS

Dzienniki regionalne w Polsce po likwidacji duopolu. Krajobraz po wielkiej fuzji / 55

JACEK. H. KOŁODZIEJ

Konstrukcje lokalności w „Dzienniku Polskim” i „Gazecie Krakowskiej”. Analiza wybranych narracji / 70

DOROTA PIONTEK, SZYMON OSSOWSKI

Audytoryum mediów lokalnych (regionalnych) i podstawowe źródła informacji na jego temat. Pomiar zasięgu i satysfakcji publiczności w badaniach CATI / 86

LUCYNA SZOT

Deprecjacja zawodowa dziennikarza / 103

AGNIESZKA GRZESIOK-HOROSZ

Status prawny rubryki „Napisali o Nas” / 132

MARCIN PIECHOCKI, JACEK WYSZYŃSKI

Czy istnieje życie poza Warszawą? Miasta polskie w programach informacyjnych na antenie ogólnokrajowej / 148

MAGDALENA ŚLAWSKA

Przestrzeń pierwszej strony gazety na przykładzie lokalnych dodatków „Dziennika Zachodniego” / 160

KATARZYNA BRZOZA

Dzień Kobiet, Dzień Mężczyzny, Dzień Matki i Dzień Ojca w „Dzienniku Zachodnim” (2015–2016) / 179

PAWEŁ SARNA

„Śląsk Literacki” (1952–1956) – kwartalnik Katowic i Stalinogrodu. Historia pisma w perspektywie retorycznej / 195

ILONA BIERNACKA-LIGIĘZA, BARTOSZ PIETRZYK

Lokalnie zintegrowani – radio studenckie w przestrzeni komunikowania lokalnego / 210

MARIAN GIERULA

Prasa regionalna w Rosji – wybrane problemy / 225

ZBIGNIEW ONISZCZUK

Fenomen popularności niemieckich gazet lokalnych i regionalnych / 237

VIKTORIYA HAVRYLYUK

Media regionalne niepodległej Ukrainy / 246

DAGMARA GŁUSZEK-SZARFANIEC

Regiony autonomiczne Hiszpanii wobec nowych mediów. Przypadek Katalonii i Kraju Basków / 259

Mirosława Wielopolska-Szymura

Międzykulturowe komunikowanie lokalne: etniczne radio społeczne w Australii / 269

Agnieszka Roguska

Kreowanie mediów lokalnych przez młodzież w Polsce i na Łotwie – wnioski z badań / 282

Marta Ryniejska-Kieldanowicz

Koncepcja dyplomacji miast i jej znaczenie na przykładzie działań w zakresie kultury / 297

Redakcja: Katarzyna Wyrwas
Projekt okładki: Agata Augustynik
Redakcja techniczna: Małgorzata Pleśniar
Korekta: Magdalena Cwajna
Łamanie: Alicja Załęcka

Copyright © 2018 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-3364-9
(wersja drukowana)
ISBN 978-83-226-3365-6
(wersja elektroniczna)

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 19,75. Ark. wyd. 24,0. Papier
offset. kl. III, 90 g Cena 26 zł (+ VAT)

Druk i oprawa: „TOTEM.COM.PL Sp. z o.o.” Sp.K.
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław

ISSN 0208-6336
Cena 26 zł (+ VAT)

ISBN 978-83-226-3365-6



Więcej o książce

