

Od redaktorów

Ten numer *Zeszytów* ma charakter odświętny. Chcemy w nim uczcić okrągłą, dwudziestą rocznicę powstania Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, którego częścią stanowi Ośrodek Badań Prasoznawczych. O tym jubileuszu IDMiKS bezpośrednio traktują dwa teksty otwierające numer: okolicznościowy adres obecnej dyrektor IDMiKS dr hab. Agnieszki Hess oraz obszerniejszy artykuł matki-założycielki Instytutu – prof. dr hab. Teresy Sasińskiej-Klas, w którym Autorka przedstawia ważne momenty w dziejach jednostki, jej dorobek naukowy i dydaktyczny, strukturę organizacyjną i skład osobowy.

Formą świętowania jubileuszu jest także znacznie większa niż zwykle w naszym kwartalniku reprezentacja prac autorów będących pracownikami naukowymi Instytutu. Zaznaczyli swą obecność zarówno w części artykułowej, jak i wówczas, gdy recenzowane są ich książki albo też sami oceniają prace przedstawicieli innych ośrodków naukowych. Oczywiście nie mogło zabraknąć też autorów spoza naszego Instytutu.

W dziale „Z problemów aktualnych” drukujemy artykuł Moniki Wawer na modny temat tzw. *robot journalism*. Autorka, osobiście od lat związana z produkowaniem newsów dla telewizji, stawia prowokujące pytanie: czy w newsroomach przyszłości będą pracować automaty? I, co za tym idzie, ile miejsca zostało dla dziennikarzy – ludzi?

W dziale „Rozprawy i artykuły” znajdujemy dwa główne i bez wątpienia żywo obecnie dyskutowane wątki. Pierwszy dotyczy, ogólnie rzecz biorąc, nowych mediów, w nim zaś splatają się dwa teksty kreślące nieco odmienne obrazy zachowań ich użytkowników zamkniętych/zamykających się w „bańkach informacyjnych”. Magdalena Szpunar łączy koncepcję bańki filtrującej ze zjawiskiem wzrostu zachowań narcystycznych („cyfrowy narcyzm”), Wojciech Furman natomiast, dokonując przeglądu „strachów medialnych”, uspokaja, że wszystko już było, a potoczne przekonanie o silnym wpływie mediów społecznościowych jest raczej efektem ich nowości i nieoswojenia. Ten pierwszy wątek dopełnia rozprawa Magdaleny Hodalskiej analizująca graficzne przekształcenia (wizualne metafory budujące nowe narracje) słynnej fotografii prasowej (*#Człowieczeństwo wyrzucone na brzeg*) wzbudzającej silne emocje internautów (współczucie 2.0) w epoce cyfrowej.

Dwa dalsze artykuły poszerzają naszą wiedzę empiryczną w budzącej również wiele emocji kwestii mediatyzacji polityki. Tak więc, z jednej strony, Bogusława

Dobek-Ostrowska dostarcza dowodów na szerokie zróżnicowanie sympatii politycznych w polskich tygodnikach opinii, co, zdaniem autorki, dowodzi pluralizmu zewnętrznego. Z drugiej zaś strony, troje badaczy z Torunia (Andrzej Meler, Radosław Sojak i Anna Piechocka), skrupulatnie analizując w blisko dwuletnim okresie (2016–2017) skład gości najważniejszych programów radiowych i telewizyjnych, wykazuje zmiany w medialnej reprezentacji środowisk politycznych w tych mediach i upolitycznienie dyskursu.

W dziale „Media za granicą” znajdujemy obszerny artykuł Agnieszki Wszolek i Pawła Płanety na temat obrazu Polski na łamach argentyńskiego wpływowego dziennika *La Nation* w ostatnich dwunastu latach (2004–2016).

Dział „Z historii mediów” zawiera tym razem dwie prace. Edyta Żyrek-Horodyska w studium na temat reformy prasy podjętej przez Émile’a Girardine’a wydobywa jej polskie reperkusje. Z kolei Agnieszka Cieślikowa przypomina dorobek nieco już zapoznanego pisarza Władysława Umińskiego w roli autora tekstów popularnonaukowych w prasie – jako popularyzatora przyrody i techniki.

Wreszcie w dziale „Materiały” znajdujemy wyniki badań Krzysztofa Stępnia-ka poświęconych swoistemu rodzajowi reklamy – reklamie religijnej.

Jak zawsze, numer zamyka kilka recenzji.

Ryszard Filas, Agnieszka J. Cieślikowa