



*Zeszyty*

**PRASOZNAWCZE**

## RADA NAUKOWA

Ireneusz Bobrowski, Marian Gierula, Jacek Dąbała, Sylwester Dziki, Tomasz Goban-Klas,  
Jacek Kołodziej, Aleksander Kiklewicz, Małgorzata Lisowska-Magdziarz,  
Teresa Sasińska-Klas, Wiesław Sonczyk, Krzysztof Woźniakowski, Grażyna Wrona

## ZAGRANICZNI CZŁONKOWIE RADY NAUKOWEJ I WSPÓŁPRACOWNICY

Mihai Coman – Universitatea București; Shelton A. Gunaratne – Moorhead State University (Minnesota); Rétfalvi Györgyi – Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola (Budapest College of Communication and Business); Lutz M. Hagen – Institut für Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Dresden; Lija P. Jewsiejewa – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa; Urszula Kolberová – Ostravská univerzita v Ostravě; Aleksandr Koroczenskij – Biełgorodskij Nacionalnyj Issledowatielskij Uniwersitet; Walentina Kulpina – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa; William H. Melody – University of Technology, Delft; Oliver Quiring – Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz; Winfried Schulz – Universität Erlangen-Nürnberg; Benno Signitzer – Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg; Slavko Splichal – Univerza v Ljubljani; Marek Sroka – University of Illinois at Urbana-Champaign; Irina Uchwanowa-Szmygowa – Biełoruskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet, Mińsk; Tapio Varis – Tampereen yliopisto (University of Tampere); Alexandra Viatteau – Université Marne-la-Vallée; Raimar Zeh – Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH  
UNIwersytet Jagielloński



*Zeszyty*  
**PRASOZNAWCZE**

Nr 1 (213)

tom 56, Kraków 2013

Nr indeksu 38364

PL ISSN 0555-0025

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

## KOLEGIUM REDAKCYJNE

Wojciech Kajtoch (redaktor naczelny, wkajt@poczta.onet.pl), Agnieszka Cieślik (zastępca redaktora naczelnego, acieslik@uj.edu.pl), Ryszard Filas (sekretarz redakcji, rfilas@poczta.onet.pl), Władysław Marek Kolasa, Paweł Płaneta

## ZESPÓŁ REDAKCYJNY

redaktorzy językowi: Magdalena Hodalska, Rafał Kuś, Teresa Sławińska; redaktorzy tematyczni – Zbigniew Bajka, Michał Bukowski, Olga Dąbrowska-Cendrowska, Agnieszka Hess, Beata Klimkiewicz, Lidia Pokrzycka, Agnieszka Szymańska; redaktor statystyczny – Henryk Siwek

## PROJEKT OKŁADKI

Zygmunt Strychalski

© Zeszyty Prasoznawcze 2013

Publikacja dofinansowana przez Uniwersytet Jagielloński ze środków Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Pierwotną wersją czasopisma jest wersja online zamieszczona w internecie na stronie: [www.wuj.pl](http://www.wuj.pl) w dziale Czasopisma

Niniejszy utwór ani żaden jego fragment nie może być reprodukowany, przetwarzany i rozpowszechniany w jakikolwiek sposób za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych oraz nie może być przechowywany w żadnym systemie informatycznym bez uprzedniej pisemnej zgody Wydawcy.

### **Adres redakcji:**

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego  
ul. Stanisława Łojasiewicza 4, p. 1.373  
30-348 Kraków

ISSN 0555-0025

Nakład 150 egz.



[www.wuj.pl](http://www.wuj.pl)

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków

tel. 12-631-18-80, tel./fax 12-631-18-83

Dystrybucja: tel. 12-631-01-97, tel./fax 12-631-01-98

tel. kom. 506-006-674, e-mail: [sprzedaz@wuj.pl](mailto:sprzedaz@wuj.pl)

Konto: PEKAO SA, nr 80 1240 4722 1111 0000 4856 3325



\*\*\*

Raz Profesor, co osiadł w Konarach,  
Z terroryzmu wyżyć się starał.  
I każdy bombowy news  
Na wykład ze sobą niósł,  
By studentom sprzedać go zaraz.

*Jarosław Flis*



# Spis treści

Od redaktora.....	9
-------------------	---

## ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Tomasz Goban-Klas: Nauki o mediach. Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy .....	11
Bogusław Nierenberg: Stojąc na ramionach gigantów, czyli o zasługach prof. Tomasza Gobana-Klasa dla badania mediów i komunikowania masowego.....	26
Ignacy S. Fiut: Między wolnością i odpowiedzialnością. Poglądy Tomasza Gobana-Klasa na etykę komunikowania .....	40
Magdalena Szpunar: Status ontologiczny internetu w poglądach Tomasza Gobana-Klasa i rola Profesora w kształtowaniu nauki o mediach w Polsce .....	51
Jerzy Olędzki: Czy PR-owcy zagrażają dziennikarstwu? Związki <i>public relations</i> z <i>media agenda setting</i> .....	59

## MEDIA NA ŚWIECIE

Paul Klimsa: Die Elemente <i>Content, Technik</i> und <i>Organisation</i> in der Kommunikationswissenschaft .....	72
Antoine de Tarlé: Journaux et Internet: enjeu économique, enjeu démocratique .....	82
Thomas Bach, Mathias Weber, Oliver Quiring: News Frames, Inter-Media Frame Transfer and The Financial Crisis .....	90
Lutz M. Hagen, Reimar Zeh, Maïke Müller-Klier: Soccer in the Media, Public Mood and Government Popularity.....	111

## MATERIAŁY

Władysław Marek Kolasa, Michał Rogoż: Selekcyjna bibliografia publikacji Tomasza Gobana-Klasa za lata 1968–2012 .....	130
Agnieszka Całek: Nie tylko Internet. Nowe media w tekstach Profesora Tomasza Gobana-Klasa – okiem młodego badacza.....	170

## RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Jolanta Kępa-Mętrak: Ustawicznie czujni... O dziennikarzach regionu kielecko-radomskiego (i nie tylko) ( <i>Wiesław Sonczyk</i> ) s. 180; Katarzyna Pokorna-Ignatowicz (red.): Medialny obraz rodziny i płci ( <i>Joanna P. Bierówka</i> ) s. 183; Krzysztof Stępnik: Setna rocznica urodzin Józefa Ignacego Kraszewskiego w prasie warszawskiej ( <i>ajc</i> ) s. 186	
--	--



## KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA, PRZEGLĄDY

III Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Niewygodne dla władzy: ograniczanie wolności słowa na ziemiach polskich od wieku XIX do czasów współczesnych” ( <i>Agnieszka J. Cieślíkowa</i> ).....	187
Seminarium „Media władzy czy media obywateli? Komunikacja i media w animacji lokalnych polityk publicznych” ( <i>Lidia Pokrzycka</i> ).....	189



## Od redaktora

Ten numer *Zeszytów Prasoznawczych* dedykujemy profesorowi Tomaszowi Gobanowi-Klasowi z okazji siedemdziesiątej rocznicy urodzin. Życiorys zawodowy i naukowy (w numerze opisuje go Bogusław Nierenberg) oraz bibliografia Profesora (publikujemy ją także – oczywiście w wyborze) są tak bogate, że bez trudu można by nimi było obdzielić kilku uczonych.

Z licznych wydarzeń i publikacji chciałbym zwrócić uwagę na te bezpośrednio związane z *Zeszytami* i ich instytucjonalnym zapleczem: Tomasz Goban-Klas pracował w krakowskim Ośrodku Badań Prasoznawczych od 1972 do 1987 roku, przez długie lata piastując stanowisko zastępcy dyrektora ds. badań (sekretarza naukowego), a od 1996 roku kieruje Katedrą Komunikowania i Mediów Społecznych na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Ponadto warto zaznaczyć, że autorska bibliografia prac Profesora zamieszczona na Jego stronie WWW (<http://usgoban.w.interia.pl/info.html>) wylicza 51 prac zamieszczonych w *Zeszytach*, zaś baczniejsze przejrzanie bibliografii opracowanej przez Władysława Marka Kolasę i Michała Rogoża (na stronach 130–169 tego zeszytu) wskazuje, że od 1970 roku opublikowaliśmy ponad 90 prac, których Goban-Klas był autorem lub bohaterem.

Numer dedykowany jest naturalną konsekwencją tych faktów. A jego zawartość – następstwem wysokiej naukowej pozycji Profesora.

Przede wszystkim obok wspomnianego syntetycznego szkicu B. Nieremberga i selekcyjnej bibliografii drukujemy trzy teksty poświęcone dorobkowi Gobana-Klasa. Ignacy Fiut, filozof, długoletni pracownik OBP, obecnie reprezentujący krakowską Akademię Górniczo-Hutniczą (tu godzi się wspomnieć, że uczelnia ta posiada Wydział Humanistyczny, gdzie od lat prowadzi się ożywione badania Internetu), właściwymi dla filozofii narzędziami rekonstruuje wkład Jubilata w rozwój etyki dziennikarskiej. Magdalena Szpunar z tejże uczelni zajmuje się statusem ontologicznym sieci i tym, jak go Tomasz Goban-Klas rozumie, oraz rolę uczonego zarówno w rzeczywistym rozwoju w Polsce dyscypliny zwanej nauką o mediach, jak i w jej niedawnym instytucjonalnym zaistnieniu w naszym kraju. Wreszcie reprezentantka naukowej młodzieży, Agnieszka Całek, próbuje syntezy poglądów Gobana-Klasa na kwestie tzw. nowych mediów oraz wyszukuje ciekawe źródła inspiracji w stosowanej przez Niego metodologii i Jego narracyjnych nawykach.

Drukujemy w tym numerze *Zeszytów* także prace uczonych spoza Krakowa i Polski, zadedykowane Jubilatowi: artykuł Jerzego Olędzkiego, z zaprzyjaźnionego, dziennikarskiego kierunku Uniwersytetu Warszawskiego, który zajął się skomplikowanymi związkami dziennikarstwa i PR-u, oraz artykuły w sumie ośmiu uczonych zagranicznych, których obecność w tym numerze jest wymownym wskazaniem na międzynarodową pozycję Tomasza Gobana-Klasa. Ich prace obejmują szerokie spektrum zagadnień – od sytuacji mediów w czasach obecnego kryzysu, poprzez rolę Internetu w zmianach systemów medialnych, teorię tych systemów i ich badań, aż po polityczne aspekty rozgrywek piłki nożnej i ich medialnej oprawy. Mają one jednak punkty wspólne, z których najważniejszym jest spojrzenie przez pryzmat aktualnych zmian i dążność do zarysowania całokształtu systemowych problemów występujących na obecnym etapie rozwoju mediów. Korespondują tym samym z twórczością Jubilata, której istotną, moim zdaniem, cechą jest ambicja dotrzymania kroku aktualnym przemianom komunikowania, ambicja teoretycznego zinterpretowania tego, co się w światowych mediach dzieje – i to dosłownie „tu i teraz”. A jeśli popatrzeć z innego punktu widzenia, to prace te zapowiadają nowy zwyczaj *Zeszytów*, a mianowicie publikowanie – od czasu do czasu – zagranicznych prac w oryginale (lub w językach kongresowych).

A na koniec polecam to, co najważniejsze – pierwszy od ponad dwudziestu lat (tzn. od 1990 roku) artykuł Tomasza Gobana-Klasa opublikowany na naszych łamach. Przynosi ogólny zarys historii terminu *media* oraz kształtowania się poszczególnych medioznawczych paradygmatów. Mam również nadzieję, że jest pierwszą z całego szeregu prac Profesora, które będziemy mieli jeszcze możliwość publikować w *Zeszytach*.

*Wojciech Kajtoch*

## NAUKI O MEDIACH

### Prekursorzy – ojcowie założyciele – medioznawcy i mediolodzy

TOMASZ GOBAN-KLAS

#### ABSTRACT

#### **Media and Communication Studies. Precursors – The Founding Fathers – Media Experts and Mediologists**

The decision of the Ministry of Science and Higher Education of August 8, 2011 on including the media studies in the register of scientific disciplines in Poland, seems to be an opportunity to recall the precursors, the names of founding fathers of communication research, and current schools of developing theory and empirical investigations in this field.

**Key words:** communication research, media studies, Poland, scientific discipline

**Słowa kluczowe:** badania komunikowania, nauki o mediach, medioznawstwo, dyscyplina naukowa

Uznanie akademickości – a więc i prawa do nadawania stopni i tytułów naukowych – nowej dyscypliny „nauki o mediach” skłania do poszukiwania prapoczątków, w tym etymologii terminów „media” i „medium”, przypomnienia jej początków w ramach nauk społecznych, wskazania współczesnych typów i stylów badań<sup>1</sup>.

#### *Prekursorzy*

Jak każda „porządna” dyscyplina społeczna, nauki o mediach szukają swych początków w greckiej myśli filozoficznej. W tym wypadku będą to pisma Arystotelesa i Platona.

---

<sup>1</sup> Po wielu latach zabiegów naukoznawczo-biurokratycznych Rozporządzenie z 8 sierpnia 2011 roku Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych, na mocy art. 3 zmienionej Ustawy o stopniach naukowych i tytułach naukowych, w dziedzinie nauk społecznych wyodrębniło dziewięć dyscyplin, w tym nową: nauki o mediach. Tym samym studia medialne oficjalnie nabrały charakteru akademickiego.

✉ Adres do korespondencji: Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, e-mail tomasz goban klas@gmail.com.

Pierwszy jest dobrze znany jako teoretyk i kodyfikator starożytnej retoryki, sztuki przemawiania publicznego, a więc praktyki politycznej. I jego najchętniej wskazuje się jako patrona dyscypliny komunikowania publicznego. Już w 1978 roku tak właśnie rozumiałem znaczenie Arystotelesa w nauce o komunikowaniu, choć jeszcze nie o mediach, bowiem zgodnie z duchem swego czasu skupił się on na sztuce perswazji słownej. Był pragmatykiem – jak ponad dwa tysiąclecia później Harold Lasswell w kwestii komunikowania masowego – analizował proces i warunki skutecznego przekonywania za pomocą słowa.

Platon z kolei, zdecydowany przeciwnik i krytyk retoryki (choć jego pisma, przede wszystkim dialogi, są mistrzowskie w swej perswazyjnej formie), jako pierwszy filozof zwrócił uwagę na samą formę pisma, czyli po prostu zapis tekstowy.

W sławnym fragmencie dialogu *Fajdros* rozważa pismo *per se* oraz porównuje uczenie się z pomocą pisma i z pomocą bezpośredniego kontaktu z nauczycielem. Tworzy przypowieść:

Oto król Tamuz gościł boga Teuta, wynalazcę pisma, liczb, rachunków. Gdy Teut prezentował swe wynalazki Tamuzowi, twierdząc, że wszyscy powinni się nauczyć ich używać, powiedział: [...] ta nauka uczyni Egipcjan mądrzejszymi i sprawniejszymi w pamiętaniu; wynalazek ten jest lekarstwem na pamięć i mądrość. A król mu na to: „Teucie, mistrzu najdoskonalszy, [...] jesteś ojcem liter, zatem przez dobre serce dla nich przypisałeś im wartość wprost przeciwną tej, którą one posiadają naprawdę. Ten wynalazek niepamięć w duszach ludzkich posieje, bo człowiek, który się tego wyuczy, przestanie ćwiczyć pamięć; zaufa pismu i będzie sobie przypominał wszystko z zewnątrz, a nie z własnego wnętrza, z siebie samego. Więc to nie jest lekarstwo na pamięć, tylko środek na przypomnianie sobie. Uczniom swoim dasz tylko pozór mądrości, a nie mądrość prawdziwą”<sup>2</sup>.

Jesteśmy tu blisko pojęcia medium jako słowa poddanego technologii. I rozumowanie nie wypada korzystnie dla pisma, sygnalizując tysiące lat późniejszą debatę nad zaletami i wadami każdej technologii medialnej: książki, prasy, fotografii, fonografii, radia, telewizji, Internetu, wirtualnej rzeczywistości itd, itp. Platon jednakże nie odrzucał pisma – sam przecież tworzył „Dialogi” – ale traktował je jako *pharmakon*, lekarstwo, które w zależności od dawki jest lecznicze lub szkodliwe.

Zasadniczym powodem do uznania obu myślicieli za prekursorów refleksji – jeszcze nie nauki – o mediach jest wszakże używanie przez nich terminu (oczywiście greckiego!) *metaxu* (μεταξύ)<sup>3</sup>. Ten dziwny termin oznaczał coś, co ‘istnieje pomiędzy’, dotyczył „przestrzeni leżącej «pomiędzy», tworzącej instancje przekazywania, rozpowszechniania, wymiany i powtórzenia”<sup>4</sup>.

Arystoteles, rozważając postrzeganie przedmiotów, wskazywał, iż warunkiem widzenia jest istnienie „trzeciego rodzaju”, tj. elementu pomiędzy przedmiotem a okiem, który sam pozostając przejrzysty (*diaphanēs* – διαφανής), umożliwia

<sup>2</sup> Platona *Fajdros*, przeł. W. Witwicki, Warszawa 1958.

<sup>3</sup> E. Voegelin: *Plato oraz Arystoteles*, przeł. A. Legutko-Dybowska, Warszawa 2009.

<sup>4</sup> D. Mersch: *Teorie mediów*, Warszawa 2010, s. 7.

przekazywanie czegoś od rzeczy postrzeganej do osoby postrzegającej. W łacińskich średniowiecznych komentarzach do Arystotelesa zaczęto tu używać określenia *medium*<sup>5</sup>.

A zatem widzenie wymaga – zdaniem średniowiecznych łacinników – narządu, czyli oka, obiektu postrzeganego, oraz medium (w tym wypadku oświetlenia i fal świetlnych). Postrzeganie ludzkie opiera się na zmysłach i na mediach percepcji. Między zmysłami człowieka a światem zewnętrznym pośrednikami są fizyczne, materialne media, zależne od ludzkich zmysłów. Pojęcie ‘medium’ wywodzi się zatem z łacińskiego *medius* – środkowy, ‘będący pomiędzy’.

To dawne rozumienie można porównać do starego pojęcia fluidu lub eteru, w filozofii pojmowanego jako substancja wypełniająca kosmos, a następnie rozumianego w fizyce jako hipotetyczny ośrodek, w którym miałyby się rozchodzić fale elektromagnetyczne. Choć tę hipotezę odrzucono w połowie XIX wieku, to *medium*, tak jak i *eter*, jest pojmowane jako ‘element pomiędzy (obiektami)’, ‘ośrodek przenoszenia’, mówiąc współczesnym językiem Manuela Castellsa – ‘przestrzeń przepływów’.

Dieter Mersch zwraca uwagę na szczególny charakter owego „elementu pomiędzy” – jest łącznikiem, ale zarazem ma być niewidoczny i „ujawniać się w swym pojawianiu się”<sup>6</sup>. Tak interpretują fizyczny wymiar słowa (mówionego i pisanego) semiotycy, gdy wskazują na „przezroczystość” słowa wobec znaczenia.

### *Ojcowie założyciele*

Rzeczywista nauka o mediach ma znacznie bliższą nam historię. Pojawia się jako nauka o słowie drukowanym, jako bibliologia – nauka o książce, czyli piśmie zwielokrotnionym, oraz jako prasoznawstwo – nauka o prasie, a w istocie o druku periodycznym. Nie ma tu potrzeby przypominać ich długiej i bogatej historii, jednak warto przywołać arcyciekawe obszerne refleksje Wiktora Hugo z powieści „Notre Dame de Paris” (1831), odnoszące się do mocy książki drukowanej wobec „kamiennej księgi”, jaką była tytułowa średniowieczna paryska katedra.

Archidiakon<sup>7</sup> wpatrywał się przez pewien czas w gigantyczną budowlę [katedry Notre Dame w Paryżu], po czym, z westchnieniem wyciągając prawą dłoń w kierunku drukowanej księgi, co leżała otwarta na stole, a lewą w kierunku katedry, rzekł, przenosząc smutne spojrzenie z kościoła na książkę: – Biada! To zabije tamto<sup>8</sup>.

Powieściopisarz docieka, jakie to myśli kryły się pod zagadkowymi słowami archidiakona:

<sup>5</sup> S. Hoffmann: *Geschichte des Medienbegriffs*, Hamburg 2002, s. 29.

<sup>6</sup> D. Mersch: *iw.*, s. 18.

<sup>7</sup> Akcja powieści toczy się w 1476 roku w Paryżu.

<sup>8</sup> W. Hugo: *Katedra Marii Panny w Paryżu* (1831), przeł. H. Szumańska-Grossowa, Kraków 2010, s. 157.

Było to przecucie, że myśl ludzka, zmieniając swą formę, zmieni również środek wyrazu, że idea główna każdego pokolenia nie będzie już odtąd zapisywana w tym samym co dotychczas materiale ani w ten sam sposób, że księga kamienna, tak mocna i tak trwała, ustąpi miejsca księdze papierowej, jeszcze mocniejszej i jeszcze trwalszej<sup>9</sup>.

Następnie wyjaśnia: „Przez pierwsze sześć tysięcy lat historii świata [...] architektura była wielkim pismem ludzkości”<sup>10</sup> i dalej: „Do piętnastego wieku każda idea nieco bardziej złożona [...] wyrażała się w budowlu”<sup>11</sup>. Ale po nim wszystko się zmienia: „Miejsce kamiennych liter Orfeusza zajmą ołowiane litery Gutenberga. Księga zabije gmach”<sup>12</sup>. I to ona wznosi nową kolosalną budowlę, którą

jest [...] mrowisko umysłów [...]. Prasa drukarska, ta olbrzymia maszyna, która bez przerwy wypompuje ze społeczeństwa wszystkie żywe soki umysłu, wyrzuca z siebie nowy budulec dla swojego dzieła. Cała ludzkość stoi na rusztowaniach. Każdy mózg jest murarzem. [...] Co dzień narasta nowa warstwa. Niezależnie od własnego, indywidualnego wkładu każdego pisarza mamy tu także wkłady zbiorowe. Wiek osiemnasty daje „Encyklopedię”, rewolucja daje *Monitora*. [...] Jest to druga Wieża Babel ludzkości<sup>13</sup>.

Istotnie, „druga zabiła pierwszą”, medium drukowane wyparło medium architektoniczne. Dzisiaj powiedzielibyśmy: budowla było to realne 3D, istniejące jako trwałe i masowy środek przekazu treści. Zaiste, Hugo ponad sto lat przed Marshalllem McLuhanem pięknie wyraził myśl, że „medium jest przekazem”. A gdy czytamy jego końcowe refleksje na temat druku, nieodparcie nasuwa się nam myśl, że dzisiaj to „Internet zabija Księgę”. Wchłania ją, przekształca, tworzy sieć WWW w charakterze Wszechnicy Wiedzy Wszelakiej, nowej cyfrowej Biblioteki Aleksandryjskiej, ale i Wielkiego Wszechświatowego Wysypiska.

Refleksja Hugo jest rozwijana współcześnie przez francuski nurt mediologii (*médiologie*), zapoczątkowany przez Régisa Debraya<sup>14</sup>; odróżnia się komunikowanie (w przestrzeni), którego globalnym narzędziem jest dzisiaj Internet, od transmisji w czasie, czyli dziedziczenia, którego medium jest nadal księga, ale i sztuki plastyczne, w tym architektura, muzyka.

Nie ma tu miejsca na bardziej szczegółowe omówienie historii studiów medialnych, nie można jednak pominąć ich instytucjonalnych narodzin. Z początkiem XX wieku studia nad prasą zaczynają być uprawiane w ramach specjalnych placówek naukowo-badawczych. Pierwszą tego typu placówką był Institut für Zeitungswissenschaft, założony przez Karla Büchera w Lipsku w 1916 roku. Niemiecki styl badań prasoznawczych miał ogromny wpływ na całą Europę, w tym i Polskę, a po części i na Stany Zjednoczone.

<sup>9</sup> Tamże, s. 159.

<sup>10</sup> Tamże, s. 161.

<sup>11</sup> Tamże, s. 165.

<sup>12</sup> Tamże, s. 165.

<sup>13</sup> Tamże, s. 170–171.

<sup>14</sup> Zob. R. Debray: Wprowadzenie do mediologii, przeł. A. Kapciak, Warszawa 2010.

Kolejne technologie medialne – film, a nade wszystko radio i telewizja – rozszerzyły zakres pojęcia ‘medium’, rozumianego w duchu języka angielskiego z XVIII wieku w odniesieniu do gazet: *through the medium of your curious publication*<sup>15</sup> („poprzez medium pańskich ciekawych publikacji”) (1795). Opis gazety jako medium reklamowego stał się powszechny na początku XX wieku. XX-wieczny rozwój słowa *media* (słowo to powszechnie jest używane w liczbie mnogiej od połowy XIX wieku) dotyczył głównie tego kontekstu.

Słowo *media* zaczęło być szeroko stosowane, kiedy radio i prasa stały się ważnymi środkami komunikowania, wówczas stało się ono niezbędnym określeniem, po którym pojawiły się inne, takie jak: *media masowe*, *ludzie mediów*, *agencje medialne*, *badania mediów*<sup>16</sup>. Właśnie termin *mass media* jako abstrakcyjne ujęcie prasy, radia i telewizji, a w pewnym stopniu i filmu oraz książki kieszonkowej czy płyt z muzyką popularną, jak również instytucji, technologii i przekazów masowych, stał się podstawą rozumienia pojęcia ‘media’.

Tradycyjnie – za Wilburem Schrammem<sup>17</sup> – do ojców założycieli amerykańskich (od lat trzydziestych XIX wieku dominujących w świecie) empirycznych studiów nad mediami masowymi, nazwanymi po prostu *mass media research*, zalicza się: Harolda Lasswella, Kurta Lewina, Carla Hovlanda i Paula Lazarsfelda. Stworzyli oni cztery podstawowe podejścia: polityczne – reprezentowane przez Lasswella; sondażowe – reprezentowane przez Lazarsfelda; eksperymentalne – przez Hovlanda, badania małych grup – przez Lewina.

Oprócz tego Bernard Berelson<sup>18</sup> wymienia sześć pomniejszych podejść badawczych: reformistyczne – reprezentowane przez studia Commission on the Freedom of the Press; dziennikarskie – reprezentowane przez szkolnictwo dziennikarskie; historyczne – przez Davida Riesmana i Harolda Innisa; matematyczne – przez Claude’a E. Shannona i Warrena Weavera; psycholingwistyczne – przez Charlesa Osgooda i Jonathana Millera; psychiatryczne przez Jürgena Ruescha i Gregory’ego Batesona.

W ich stylu uprawiania badań można dostrzec jakby kontynuację arystotelesowskiego paradygmatu komunikowania społecznego, gdzie miejsce mowy publicznej zajmuje prasa, potem także radio i telewizja jako nowa agora. A więc schemat „mówca–mowa–słuchacze” staje się rdzeniem formuły Lasswella „kto? – co? – do kogo?” z dodatkiem wszakże „za pomocą jakiego medium?” i „z jakim skutkiem?” (to ostatnie pytanie też się kryło w arystotelesowskim rozumieniu retoryki jako sztuki przemawiania skutecznego).

<sup>15</sup> T.R.: Mr Urban – July 4: \*\*\*Your correspondent Agricola...; *The Gentleman's Magazine*: For July 1795. Being The First Number of Vol. LXV, Part II, s. 544 [books.google.pl/books?id=HUgDAAAAMAAJ].

<sup>16</sup> R. Williams: *Keywords*, London 1976, s. 169–170.

<sup>17</sup> W. Schramm: *Communication Research in the United States*, [w:] W. Schramm (red.): *The Science of Human Communication*, New York 1963, s. 1–16.

<sup>18</sup> B. Berelson: *The State of Communication Research*, *Public Opinion Quarterly* 1959, nr 1(23), s. 1–5.



## *Medioznawcy i mediolodzy*

W większości badań i teorii komunikowania masowego stosuje się typowe techniki badawcze nauk społecznych, jak sondaże opinii, eksperymenty i analizy statystyczne. Ich podstawą jest akceptacja pewnego wzoru postępowania badawczego mieszcząca się w ramach specyficznego paradygmatu (wzorca) teoretycznego, który jest wynikiem wcześniejszych studiów empirycznych, a także drogowskazem dla dalszych studów. Teoretycznej podstawy dominującego paradygmatu nie wymyślono specjalnie dla badań mass mediów, ale została ona zaczerpnięta z nauk społecznych oraz informatyki. Socjologia stworzyła funkcjonalistyczne ramy dla analizy mediów jako instytucji społecznych, informatyka wpłynęła na pojmowanie komunikowania jako transmisji informacji.

Znaczna część wysiłków badawczych jest skierowana na rozpoznanie technologii, instytucji, praktyk, przekazów medialnych. Odwołując się do dawnych praktyk nazewniczych, można by tu mówić o mediografii – analogicznie jak o etnografii – jako o nauce głównie opisowej. Takie odwołanie ma wiele racji, najpierw trzeba rozpoznać media, które stale się pojawiają, zmieniają, etc. Ale *per analogiam* do prasoznawstwa – polskiego odpowiednika *zeitungswissenschaft* – mówimy o medioznawstwie.

Liczba nazwisk i medioznawczych instytucji badawczych jest imponująca. Przed laty pisałem o przełamaniu amerykańskiego monopolu na *mass media research*<sup>19</sup>, dzisiaj – mimo ewidentnej dominacji amerykańskiej nauki o komunikowaniu i mediach, widoczna jest duża aktywność teoretyczna i empiryczna na polu nowych mediów. Podać tu można bardzo wiele nazwisk, dominuje ujęcie empiryczne, choć istotne są też takie wątki, jak ekonomia polityczna nowych mediów, badania kogniwiistyczne nad ich odbiorem (a nawet zmianami w mózгах użytkowników). Potrzebna jest nowa encyklopedia badań medioznawczych, zarówno tych o nachyleniu empirycznym, opisowym, jak i tych na poziomie teorii średniego zasięgu (wedle dawnego określenia Roberta Mertona<sup>20</sup>).

Ale media są także przedmiotem refleksji niezwykle ogólnej, spekulatywnej. Można wtedy mówić o *grand theory* (wedle określenia Charlesa Wrighta Millsa<sup>21</sup>). Tu ojcem założycielem może być – a właściwie na pewno jest – Kanadyjczyk Marshall McLuhan – i jego słynne dzieło „Understanding Media. The Extension of Man”<sup>22</sup>.

Ten guru i prorok ery mediów zyskał rozgłos w latach 60. XX wieku stwierdzeniem, że elektroniczne media, zwłaszcza telewizja, tworzą „globalną wioskę”. Pojawienie się telewizji satelitarnej umożliwiło natychmiastowe transmisje z odległych zakątków globu, a to z kolei tworzy wspólnotę informacyjną ludzkości,

<sup>19</sup> Zob. T. Goban-Klas: Komunikowanie masowe. Zarys analizy socjologicznej, Kraków 1978.

<sup>20</sup> R. Merton: Social Theory and Social Structure, New York 1968.

<sup>21</sup> Ch. W. Mills: The Sociological Imagination, Oxford 1959.

<sup>22</sup> M. McLuhan: Zrozumieć media, przeł. N. Szczucka-Kubisz, Warszawa 2004.

odtworzącą jakby dawną wspólnotę plemiennie-wioskową. Ta dawna wspólnota była oparta na mowie (oralnym środku komunikowania), a jej utrata wiązała się z rozwojem pisma i druku – narodzinami typu „człowieka typograficznego” i „galaktyki Gutenberga”, które McLuhan opisał w książce „The Gutenberg Galaxy. The Making Typographic Man” (1962). Myślenie takiego człowieka – tak jak pismo – ma charakter linearny, krokowy, analityczny, racjonalny.

Jednak chociaż drukowane książki i prasa przyniosły zmiany w skali i sposobie ludzkiego porozumiewania się, to jednak nie mogły pokonać przestrzeni, przestrzeni tak wielkiej jak kontynenty poprzedzielane morzami. Dopiero elektryczne, a później elektroniczne środki przekazu – telefon i telegraf, następnie radio i telewizja – umożliwiają pokonywanie przestrzeni bez istotnej straty czasu. Jednak i one przekazywały informacje na sposób ulotny – mogliśmy coś usłyszeć czy zobaczyć, by zaraz o tym zapomnieć.

Internet potrafił połączyć stałą obecność danej informacji z szybkością jej przekazywania, natychmiastowością odbioru i multimedialnością. Dlatego Internet od końca lat dziewięćdziesiątych staje się spełnieniem McLuhanowskiej idei globalnej wioski, zaczyna odgrywać ogromną rolę nie tylko jako sposób szybkiego komunikowania się, ale i w radykalnych przemianach kulturowych, społecznych i działalności. Jest urzeczywistnieniem prococtwa McLuhana – na dobre i na złe.

Najbardziej znanym powiedzeniem McLuhana jest stwierdzenie, iż samo „medium jest przekazem” (*Medium is the Message*) użyte jako tytuł pierwszego rozdziału jego najważniejszej książki „Zrozumieć media” (1964), w której środki komunikowania się ludzi są traktowane jako przedłużenia ludzkich zmysłów. Stwierdzenie to głosi, że środki komunikacji jako takie mają istotne znaczenie dla przekazywanych treści, a ich wpływ bywa większy niż podawanej wiadomości. Treść każdego medium jest innym medium. Treścią pisma jest mowa, słowo pisane jest treścią druku, druk jest treścią telegrafu, a treścią mowy jest proces myślenia. Treścią filmu jest jakaś powieść, sztuka lub opera. Efekt danego środka wzmacnia się właśnie przez to, że jako treść jest mu przydawany inny środek.

McLuhan wskazywał na światło elektryczne jako ilustrację tej zasady. Samo światło żarówki nie ma treści – w takim sensie, w jakim gazeta ma artykuły lub telewizja ma programy – mimo to jest ona medium o skutkach społecznych; to znaczy: żarówka umożliwia ludziom tworzenie przestrzeni życia w ciągu nocy. McLuhan stwierdza, że „światło żarówki tworzy środowisko przez swą obecność”.

Słynny, choć niejasny i kontrowersyjny, jest również podział mediów na „gorące” i „zimne”. Media „zimne” zawierają niewiele jednoznacznych elementów, pozostawiając odbiorcy zadanie dopełnienia znaczeń. Media „gorące” – odwrotnie, są w dużej mierze jednoznaczne, narzucają odbiorcy swe znaczenia i sensory. Portret jest „gorący”, karykatura – „zimna”. Film jest „gorący” ze względu na dokładność obrazu, telewizja – „zimna” (stąd „Medium Cool” – tytuł filmu z 1969 roku w reżyserii Haskella Wexlera).

Najważniejszymi uczniami McLuhana na gruncie amerykańskim i kanadyjskim są – nieźle znani w Polsce dzięki przekładom – Derrick de Kerckhove<sup>23</sup> oraz Paul Levinson<sup>24</sup>. Do interesujących i mniej znanych w Polsce badaczy, nawiązujących do idei McLuhana, należy Joshua Meyrowitz, autor często cytowanej pracy „No sense of place”, a także mniej znanych rozważań o „teorii medium”<sup>25</sup>. W prosty sposób trzy perspektywy analizy mediów – jako mediów właśnie – przedstawił Meyrowitz w swych rozważaniach o różnych kompetencjach medialnych (*multiple media literacies*). Proponuje on odróżnienie tradycyjnej analizy medium jako nośnika treści (badanie przekazów) od analizy kodów medialnych (badanie gramatyki mediów) i ich wykorzystania (badanie środowiska medialnego).

Interesującą próbę taksonomii, klasyfikacji mediów przedstawił Jim Banister<sup>26</sup>. Wedle niego królestwo mediów możemy podzielić, sklasyfikować, na dwa ich typy: naturalne (pierwotne) i sztuczne (wtórne, wytworzone). Już to różni świat mediów i świat przyrody. Nie są one elementem ewolucji naturalnej, ale twórczej, ludzkiej. Należy ponadto zastrzec, że – jak zauważył M. McLuhan – często jedno medium jest składnikiem innego (np. mowa jest składnikiem pisma, o czym pisałem wyżej), co się nie zdarza w świecie zwierzęcym (choć różne gatunki wykazują pod pewnymi względami zewnętrzne podobieństwa).

Media naturalne to te, które istnieją niezależnie od bezpośredniego działania ludzi, jednak mogą być postrzegane przez ludzkie zmysły albo przez urządzenia skonstruowane dla rozszerzenia ludzkich zmysłów. Media tego typu (pierwotne, prymarne) można podzielić na dwie gromady – nieorganiczne i organiczne – które tworzą podstawowe formy wszechświata, niezależnie od tego, czy są one ożywione czy nie. Nie są zależne od istnienia człowieka czy innych istot żywych.

Gromadę mediów nieorganicznych (substancji fizycznych i chemicznych) można podzielić na rzędy: ciał stałych, ciekłych, gazowych i elektromagnetycznych („eterycznych”). Ich wyróżnienie odnosi się do fizycznej skali mezo, usytuowanej poniżej skali makro, a powyżej mikro. Skala makro to skala przekraczająca zmysły człowieka, przysłowiowe wielkości astronomiczne, skala mikroskopowa – także poniżej ludzkiej percepcji, skala mezo sytuje się między nimi. To skala, w której – parafrazując Protagorasa z Abdery – człowiek jest miarą, to w niej mieszczą się ludzkie doznania „rzeczywistości”. Ziemia stanowi dla niego środowisko naturalne, tak jak dla ryby woda, a dla ptaka – powietrze.

Z kolei taksonomia odnosi się do rzędów w gromadzie mediów organicznych – te są podzielone wedle naszych pięciu zmysłów (wzrok, słuch, zapach, smak, dotyk) oraz odczuć chemiczno-elektromagnetycznych (w tym DNA jako chemiczna komunikacja międzykomórkowa). Są to w najszerszym sensie media komunikacyjne, przekazujące w specyficznej materialnej formie informacyjne bodźce.

<sup>23</sup> D. de Kerckhove: *Powłoka kultury*, przeł. W. Sikorski i P. Nowakowski, Warszawa 1995.

<sup>24</sup> P. Levinson: *Miękkie ostrze*, przeł. H. Jankowska, Warszawa 1999.

<sup>25</sup> J. Meyrowitz: *Multiple Media Literacies*, *Journal of Communication*, Winter 1998, s. 96–107.

<sup>26</sup> J. Banister: *World of Mouse*, Chicago 2004.

W toku ewolucji media organiczne przybrały różne formy oparte na wykształconym aparacie percepcji, odmiennym dla różnych zmysłów (i u różnych zwierząt), w zakresie światła, dźwięku, zapachu etc. Tworzą *sensorium* – termin w języku polskim wprowadzony przez Stanisława Lema – jako „całość wszystkich zmysłów oraz wszystkich dróg (zazwyczaj nerwowych), jakimi informacje, powiadamiające nas o ‘istnieniu czegokolwiek’, mkną do ośrodkowego układu nerwowego”<sup>27</sup>.

Media naturalne to podstawa życia – nie tylko ludzkiego. Człowiek wykształcił nie tylko najbardziej subtelne układy tych mediów, ale nadał im specyficzną wartość przekazu czegoś więcej – społecznych, kulturowych i psychicznych znaczeń. Wykształcił zatem aparat mowy i kod oraz słownik artykułowanych dźwięków, czyli język. Mowa jako medium wykracza zatem poza tę klasyfikację, jest oparta na mediach naturalnych i biologicznym wyposażeniu człowieka, zatem i ona – w nieco innym rodzaju klasyfikacji – jest medium naturalnym.

Człowiek nie może w ogóle bezpośrednio postrzegać procesów psychicznych innych ludzi. Poznaje je zatem pośrednio, na podstawie ich zachowania i wyglądu, ale nade wszystko w procesie świadomego porozumiewania się za pomocą mowy. Ona jest prymarnym i centralnym środkiem społecznego i interpersonalnego komunikowania – jest medium w najwłaściwszym sensie tego słowa. Jednak nie jest ani pierwotnym, ani jedynym medium; nie jest także dla jednostki absolutnie koniecznym medium w każdej sytuacji, a nawet – u niepełnosprawnych – w całym ich życiu.

Medium transmisyjne to materialna substancja (stała, płynna lub gazowa), która może propagować fale energii. Przykładowo, transmisyjnym medium dla dźwięku słyszanego przez ludzkie ucho jest zwykle powietrze, ale także ciała stałe (np. sznurek w dziecięcym „telefonie”), a nawet płyny (woda) mogą służyć dla propagacji dźwięku. Fale świetlne i radiowe nie wymagają materialnej substancji. Wiele mediów transmisyjnych jest wykorzystywanych jako kanały komunikacyjne. Kanały takie odnoszą się do medium używanego do przekazywania informacji od nadawcy (albo nadajnika) do odbiorcy (albo odbiornika).

Dźwięk z definicji, jest wibracją materii, więc wymaga do transmisji fizycznego medium, jak powietrze (także woda), natomiast fale radiowe tego nie wymagają, rozchodzą się również w próżni. Zatem wedle rodzaju wyróżniamy media transmisyjne oraz nietransmisyjne, a wedle gatunku – media materialne i radiowe.

Drugim typem mediów są media wytworzone, sztuczne. Gromada mediów transportowych obejmuje technologie przenoszenia (transportu) obiektów materialnych z miejsca na miejsce, są do tego używane media nieorganiczne, jak woda, ziemia, powietrze i stosowne aparaty (łódzie, statki – przy medium wody, samoloty – przy medium powietrza, formy żywe, jak konie – w wypadku medium drogi).

<sup>27</sup> S. Lem: *Mój pogląd na świat*, [w:] tenże: *Bomba megabitowa*, Kraków 1999, s. 17–23, tu s. 17.

Właściwym przedmiotem zainteresowania teorii mediów jest gromada środków komunikowania. To samo jądro ludzkich mediów. Obejmuje ono dwa rzędy – statyczne (trwałe) i dynamiczne (zmienne). Te pierwsze to przede wszystkim dzieła sztuki, czyli literatura, malarstwo, rzeźba – dzieła trwałe, które jedynie zmiana w fizycznym materiale może przekształcać czy degradować. Opowieści jak „Iliada”, traktaty filozoficzne, zapisane pisma święte różnych religii, obrazy Leonarda da Vinci etc. trwają przez wieki jako treści ustalone, niezmiennie, choć niekiedy parafrazowane przez innych twórców.

Media dynamiczne trwają tylko w pewnym momencie, są ulotne, jak ludzki gest czy – od niego późniejsza – mowa. Rytuały, widowiska, teatr to formy kulturowe mediów dynamicznych. Można je podzielić na media przestrzenne, jak wszelkie ubiory, zabawki, sygnały, oraz media linearne (spektakle o narracyjnej strukturze) i media interaktywne.

Media interaktywne – zdaniem Banistera – mają odmienne cechy:

- są nieliniarne, a zatem ich użytkownicy mogą wybierać swe sposoby korzystania, jak np. w grach planszowych czy karcianych (są to gry analogowe). Za interaktywne uważa się – w minimalnym stopniu – płyty muzyczne (jest możliwość wyboru utworu), ale przede wszystkim media cyfrowe, jak CD, DVD, gry komputerowe etc.;
- są dwukierunkowe, użytkownicy mogą przysyłać dane i podejmować działania;
- dopuszczają zmianę treści oraz kodów, np. poziomów gry;
- posiadają bardzo ograniczoną możliwość łączenia jednego użytkownika z drugim.

Interaktywne media dają użytkownikowi pewien stopień wyboru systemu informacji, zarówno w sensie wyboru dostępu do źródeł informacji, jak i kontroli nad rezultatami używania systemu i swych wyborów. WWW jest przykładem takiej interaktywności, gdzie użytkownik sam wybiera ścieżki i tworzy hipertekst, czyli tekst złożony z innych tekstów.

Ale różne media mają różny stopień interaktywności, a niektóre media cyfrowe w ogóle nie są interaktywne. Np. telewizja satelitarna niewyobraźalnie zwiększa liczbę kanałów, lecz nie zmienia linearnego charakteru odbioru. Podobnie filmowe DVD, choć są do nich dołączane dodatki interaktywne. Nie jest więc interaktywność cechą wszystkich nowych mediów, tak jak jest nią cyfrowość czy konwergencja.

Współcześnie żegnamy erę Gutenberga, a wchodzimy w erę Turinga, Gatesa, a generalniej rzecz ujmując – McLuhana. Słowami kluczowymi nowej epoki są: *komputer*, *CD-ROM*, *Internet* (sieć sieci), *globalna wioska*. Zmiana jest widoczna w wielu wymiarach i aspektach.

Dlatego nie tylko Amerykanie są zafascynowani nowymi mediami. W Europie pojawiła się cała gama myślicieli, których nazwę mediologami (teoretykami

mediów w szerokim, niedebrayowskim<sup>28</sup>, sensie). Nie sposób tu choćby w kilku zdaniach omawiać ich wkład w kształtowanie teorii medium. Używają oni bowiem pojęcia ‘media’ w wielorakich, zwykle bardzo szerokich znaczeniach. Wieloznaczna jest sama lista tego, co nazywają mediami. Wskazują oni na klasyczne środki komunikacji, takie jak ciało, głos i pismo; na technologie, jak druk książek, drzeworyt, fotografię lub płytę gramofonową; na środki komunikacji masowej – radio, film, telewizję, na najogólniej rozumiane instrumenty, jak narzędzia, aparaty, Paul Virilio dodaje tu „wehikuły”, w tym samochody, Niklas Luhmann obok mediów masowych widzi takie instytucje społeczne, jak sztuka, a Jean Baudrillard – systemy znaczeń podporządkowane kodowi, w tym ulice, dobra konsumpcyjne.

Za najbardziej interesującego uznają niemieckiego filozofa Friedricha Kittlera (zm. 2011 r.), który przez niektórych teoretyków mediów uważany jest za najważniejszego analityka od czasów McLuhana. Nazywany bywa „cyfrowym Derridą”<sup>29</sup>. W swych pracach nawiązuje do francuskiego strukturalizmu i poststrukturalizmu, w tym zwłaszcza Jacques’a Lacana i Paula Michela Foucaulta, filozoficznej teorii mediów Viléma Flussera, tzw. dromologii (nauki o szybkości) Paula Virilio.

W „Grammophone, Film, Typewriter”<sup>30</sup> przedstawia przełomową rolę XIX-wiecznych technologii zapisu dźwięku i obrazu w procesie komunikowania – tak jak maszyna do pisania pozbawiła zapis słowa jego indywidualnego, zależnego od ręki pisarza, charakteru. Wynalazki te otworzyły drogę do mechanicznej standaryzacji. Dlatego dla Kittlera ostatnim znaczącym dokonaniem ludzkości była budowa procesora. Komputer stał się instrumentem tak potężnym, że bardziej niż człowiek wpływa na efekty społecznych działań.

Z kolei rozważając wpływ mediów na kulturę, Kittler odwołuje się do pojęcia sieci dyskursywnych – „sieci technologii i instytucji umożliwiających danej kulturze selekcję, przechowywanie i wytwarzanie istotnych danych”<sup>31</sup>. Przedmioty, technologie, procesy społeczne i dyskurs łączą się w jeden proces. Składające się na niego narzędzia, za pomocą których „piszemy” i „przepisujemy” kulturę, do tego stopnia ją kształtują, że stają się ważniejsze od samych treści. Media to aparaty techniczne, takie jak: przekładniki, tranzystory, systemy komputerowe i ich operatorzy.

Jako szeroka podstawa interpretacji danych empirycznych wykorzystywana – zwłaszcza w nauce niemieckiej, np. przez Hansa M. Kepplingera – jest teoria podsystemu medialnego autorstwa Niklasa Luhmanna.

<sup>28</sup> Nawiązuję tu do wspomnianej powyżej koncepcji Régisa Debraya (R. Debray: jw.).

<sup>29</sup> W roku 1967 Jacques Derrida opublikował swe pierwsze trzy książki: *Pismo i różnica*, *Głos i fenomen*, *O gramatologii* – które przyniosły mu międzynarodową sławę.

<sup>30</sup> F. Kittler: *Grammophone, Film, Typewriter*, Berlin 1986, Stanford 1998.

<sup>31</sup> Słowa Friedricha Kittlera, cyt. za: M. Filiciał, A. Tarkowski: *Archeologia przyszłości: Błędne teorie*, <http://www.dwutygodnik.com/artykul/2188> (10.11.2012).

Oczywiście na czele odwołań znajduje się Jean Baudrillard i jego koncepcja symulaków, chociaż jest ona jakby pochodną bardziej krytyczno-politycznej koncepcji „społeczeństwa spektaklu” Guy Deborda.

Gdy spróbujemy sprowadzić różnorodne najnowsze propozycje teoretyczno-filozoficzne do wspólnego mianownika, to dostrzeżemy w nich rozumienie komputera jako metamedium naszych czasów, a Internetu jako nowego środowiska symbolicznego ludzkości. Oczywiście jest tu różnica wobec czasów „starych mediów” (masowych, prasy, radia, telewizji), gdyż wówczas media stanowiły ważny, ale wyraźnie odrębny element życia społecznego, gdy tymczasem dzisiaj są one z nim zintegrowane, tworząc nową formację – informacjonalizm i społeczeństwo sieciowe Castellsa. To w nim kluczową kategorią staje się „mediatyżacja” i „medializacja” niemal wszystkich przejawów ludzkiej aktywności.

Nowym, robiącym obecnie karierę w środowisku medioznawczym terminem jest właśnie „mediatyżacja”. Jak pisze Stig Hjarvard:

Mediatyżację należy traktować jako dwukierunkowy proces rozwiniętej nowoczesności, w którym media z jednej strony wylaniają się jako niezależna instytucja z własną logiką, do której pozostałe instytucje społeczne muszą się przystosowywać. Z drugiej strony, media jednocześnie stają się integralną częścią innych instytucji, jak polityka, praca, rodzina, religia, w miarę jak coraz więcej z ich działań instytucjonalnych jest wykonywanych przez media, zarówno interaktywne, jak i masowe. Logika mediów odnosi się do ich instytucjonalnego i technologicznego modus operandi, do tego, w jaki sposób media dystrybuują materialne i symboliczne zasoby oraz korzystają z formalnych i nieformalnych reguł<sup>32</sup>.

Tradycyjnie media były oddzielnym segmentem społeczeństwa, głównym problemem badawczym było ich oddziaływanie na jednostki i instytucje. Obecnie media są splecione z działaniem wszelkich innych instytucji, a zarazem ich logika w znacznej mierze określa działanie tychże instytucji, a w mniejszym stopniu pozostaje określona przez ich logikę (może poza logiką komercyjną późnego kapitalizmu). Friedrich Krotz przedstawia mediatyżację jako historyczny, długotrwały proces, w którym pojawia się coraz więcej nowych form mediów i są one włączane w praktyki i instytucje społeczne<sup>33</sup>. Termin ten opisuje zatem proces, w którym komunikowanie odnosi się do mediów i wykorzystuje media, i z którego to powodu media stają się coraz bardziej istotne dla społecznej konstrukcji codziennego życia, społeczeństwa i kultury jako całości. Mediatyżacja – jak uważa Krotz – jest metaprocesem społecznym, paralelnym do globalizacji, indywidualizacji i komercjalizacji, pozostającym pod ich wpływem, ale i będącym ich podłożem i warunkiem.

O mediatyżacji nie mogą więc już zapominać ani praktycy, ani badacze różnych sfer życia, w tym oczywiście i edukacji na wszelkich poziomach. Tworzy

<sup>32</sup> S. Hjarvard: *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*, *Nordicom Review* 29 (2008) 2, s. 105.

<sup>33</sup> F. Krotz: *Mediatization: A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change*, [w:] K. Lundby (red.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences*, New York 2008, s. 24.

to jednocześnie paradoks dla tradycyjnych badań medioznawczych – na pole medialne, szczególnie mediów cyfrowych, coraz chętniej i częściej wkraczają inne dyscypliny społeczne, w tym pedagogika.

Nic w tym zdrożnego, tyle tylko, iż winna korzystać z aparatury pojęciowej, teorii, metod itd., wypracowanych przez nauki o mediach i komunikacji społecznej. Nie zawsze a nawet niezbyt często tak się dzieje. Inne dyscypliny przyjmują raczej zdroworozsądkową perspektywę: media „jakie są, każdy widzi”, z wyjaśnieniem, że każdy przecież ich używa.

Jednak wiedza użytkownika nie jest wiedzą pewną ani wystarczającą dla analizy pola *medialnego habitusu*, by zaadaptować pojęcie Pierre’a Bourdieu<sup>34</sup>. *Habitus* jest zbiorem społecznie wyuczonych dyspozycji, umiejętności i sposobów działania, które są zwykle uważane za oczywiste, a które zostały nabyte poprzez działania i doświadczenia codziennego życia. Na rolę mediów jako istotnego składnika habitusu wskazał Niklas Luhmann, niemiecki filozof i socjolog, gdy pisał, iż: „To, co wiemy o naszym społeczeństwie, czy w ogóle o świecie, wiemy z mass mediów”, dodawał jednocześnie, że „z drugiej strony, o mass mediach wiemy tak dużo, że nie możemy tym źródłem ufać”<sup>35</sup>. Dlatego tak ważne jest akademickie (czytaj krytyczne), naukowe przedstawianie wiedzy o mediach, także na użytek pedagogów, nauczycieli, edukatorów, którzy mają często wnikliwe, ale jednak potoczne rozeznanie w mediatyzacji życia, w tym w mediatyzacji sfery edukacji.

Wymieniłem powyżej – jedynie przykładowo, a nie wyczerpująco – niektórych badaczy rozwijających nurt „mediologiczny”, to znaczy przedstawiających *grand theory* medium i mediów, w różnoraki sposób konceptualizujących te pojęcia jako podstawę nie tylko nauk o mediach i komunikacji społecznej, ale jako swoisty punkt wyjścia dla współczesnych teorii człowieka i społeczeństwa.

W niemieckim podręczniku „Kursbuch Medienkultur” autorzy przyznają, iż

pierwszym aksjomatem teorii mediów [...] powinno stać się twierdzenie, że media nie istnieją, a w każdym razie media nie istnieją w jakimś substancjonalnie i historycznie stabilnym sensie. Mediów nie da się zredukować do ich form reprezentacji takich jak teatr czy film, technik takich jak druk książek czy telewizja, lub do rodzajów symbolizacji takich jak pismo, obraz lub liczba<sup>36</sup>.

To jest niewątpliwie słuszne stwierdzenie. Ale owo nieustannie umykające kategoriom ontologicznym i epistemologicznym pojęcie ‘medium’, tak zmienne w swym historycznym rozwoju<sup>37</sup>, jest fascynującym przedmiotem analiz – i tych z najwyższej teoretycznej półki, i tych przyziemnych, empirycznych, konkretnych, stanowiących jednak sól rzetelnej nauki. Nie boję się zatem – jak niegdyś

<sup>34</sup> Habitus – według Pierre’a Bourdieu – to system schematów myśli, percepcji, oceniania i działania. Tak prosto definiuje go polska Wikipedia. W istocie jest to pojęcie bardziej złożone.

<sup>35</sup> N. L u h m a n n : Realität der Massen medien, Wiesbaden 1995, s. 1.

<sup>36</sup> C. P i a s i in. (red.): Kursbuch Medienkultur, Stuttgart 2002, s. 10. Podają za: D. Mersch: Theorie mediów, przeł. E. Krauss, Warszawa 2010, s. 8.

<sup>37</sup> Pisałem o tym m.in. w „Wartkim nurcie mediów”, Kraków 2012.



Bernard Berelson – że nastąpi jakikolwiek uwiąd w tej dziedzinie. Przeciwnie, będzie ona kwitła, choć nie tylko pod sztandarem medioznawstwa, ale i innych nauk społecznych oraz humanistycznych.

Popieram przeto apel – wysunięty przez znaną uczoną angielską, Sonię Livingston<sup>38</sup> – aby nie utrzymywać szczelnych granic między dyscyplinami, a raczej często współpracować przy analizach konkretnych problemów i nowych sytuacji społecznych.

### *Bibliografia*

- D. Barney: Społeczeństwo sieci, przeł. M. Fronia, Warszawa 2008.
- J. Baudrillard: Porządek symulaków, przeł. B. Kita, [w:] A. Gwóźdź (red.): Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów, Kraków 2001, s. 63–78.
- P. Bourdieu: O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, przeł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziłkowska, Warszawa 2009.
- M. Castells: Społeczeństwo sieci, przeł. K. Pawluś i in., Warszawa 2007.
- D. de Kerckhove: Powłoka kultury, przeł. W. Sikorski, Warszawa 1996.
- D. de Kerckhove: Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego, przeł. A. Hildebrandt, Warszawa 2001.
- G. Debord: Społeczeństwo spektaklu, przeł. A. Paszkowska, Gdańsk 1998.
- J. Derrida: Pismo i różnica, przeł. K. Kłosiński, Warszawa 2004.
- J. Fiske: Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, przeł. A. Gierczak, Wrocław 1999.
- M. Foucault: Filozofia, historia, polityka. Wybór pism, przeł. D. Leszczyński, Warszawa–Wrocław 2000.
- V. Flusser: Ku uniwersum obrazów technicznych, przeł. A. Gwóźdź, [w:] A. Gwóźdź (red.): Po kinie?, Kraków 1994, s. 53–68.
- T. Goban-Klas: W stronę społeczeństwa medialnego, [w:] J. Morbitzer (red.): Komputer w edukacji, Kraków 2005, s. 81–88.
- T. Goban-Klas: Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych, *Studia Medioznawcze* 2008, nr 2, s. 11–19.
- J. Habermas: Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej, przeł. W. Lipnik, M. Łukasiewicz, Warszawa 2007.
- M. Jabłonowski, T. Gackowski: Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulatory, *Studia Medioznawcze* 2012, nr 2, s. 15–23.
- J. Lacan: Funkcja i pole mówienia i mowy w psychoanalizie, przeł. B. Gorczyca i W. Grajewski, Warszawa 1995.
- H.M. Kepplinger: W kierunku systemowej teorii komunikowania politycznego, [w:] B. Ociepka (red.): Systemy polityczne, Wrocław 2003, s. 131–152.
- N. Luhmann: Realność mass mediów, przeł. J. Barbacka, M. Fleischer, Wrocław 2008.
- M. McLuhan: Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004.
- M. McLuhan: Wybór pism, wybór J. Fuksiewicz, przeł. K. Jakubowicz, Warszawa 1975.
- D. Mersch: Teorie mediów, przeł. E. Krauss, Warszawa 2010.

<sup>38</sup> S. Livingstone, If Everything Is Mediated, What Is Distinctive, *International Journal of Communication* 2011, nr 5, s. 1474–1475.

- J. Meyrowitz: *Medium Theory*, [w:] D. Crowley i D. Mitchell (red.): *Communication Theory Today*, Cambridge 1996, s. 50–77.
- S. Michalczyk: *Społeczeństwo medialne*, Katowice 2008.
- M. Mrozowski: Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji, *Studia Medioznawcze* 2012, nr 2, s. 25–34.
- A. Ogonowska: *Telewizja w edukacji medialnej*, Kraków 2012.
- J. van Dijk: *Społeczne aspekty nowych mediów*, przeł. J. Konieczny, Warszawa 2010.
- P. Virilio: *Maszyna widzenia*, przeł. B. Kita, [w:] A. Gwóźdź (red.): *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów*, Kraków 2001, s. 39–62.



# STOJĄC NA RAMIONACH GIGANTÓW, czyli o zasługach prof. Tomasza Gobana-Klasa dla badania mediów i komunikowania masowego

BOGUSŁAW NIERENBERG

## ABSTRACT

### **Standing on the Shoulders of Giants ie. on the merits of Prof. T. Goban-Klas for the media research and mass communication**

The article is devoted to work and scientific accomplishments of an outstanding media expert – Professor Tomasz Goban-Klas. It covers particular elements of his curriculum vitae as well as scientific achievements, both on Polish and international grounds. It also indicates a variety of scientific accomplishments in the very year of Scholar’s jubilee – his 70<sup>th</sup> birthday.

**Key words:** Tomasz Goban-Klas, media expert, mass communication, the new media

**Słowa kluczowe:** Tomasz Goban-Klas, medjoznawstwo, komunikowanie masowe, nowe media

## *I. Wstęp*

Winien jestem P.T. Czytelnikom wyjaśnienie, skąd taki barokowy tytuł. Moi Mi-strzowie, w tym i Ten, którego nazwisko przywołuję w tytule niniejszego artykułu, zwykli mawiać: tytuł pracy winien oddawać jej treść. Ten oddaje ponad wszelką wątpliwość. Skąd jednak w tytule owi giganci? Otóż jedno z ulubionych powiedzeń Profesora Tomasza Gobana-Klasa przywołuje myśl Świętego Bernarda z Clairvaux: „widzimy dalej, bo stoimy na ramionach gigantów”. W ślad za mądrym biskupem, Profesor wie doskonale, że niczego nie tworzy się w próżni. Roztropni uczeni odwołują się do dorobku poprzedników. Przede wszystkim do tych, którzy wyznaczali nowe drogi i nowe kierunki naukowego marszu. T. Goban-Klas wcześniej sięgał w badaniach naukowych do dorobku tych, któ-

✉ Adres do korespondencji: Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, e-mail boguslaw.nierenberg@uj.edu.pl.

rych uznawał za swoich Mistrzów. Dziś sam stał się Mistrzem. W Polsce trudno byłoby znaleźć jakąkolwiek pracę naukową dotyczącą mediów bądź procesów komunikacyjnych, w której nie powoływano by się na dorobek Profesora. Tak się dzieje od wielu lat.

Warto zatem zadać pytanie: dlaczego tak się dzieje? Dlaczego dorobek innych badaczy nie ma takiej siły oddziaływania, a Jego ma. Otóż inne ulubione powiedzenie prof. Tomasza Gobana-Klasa to parafraza słynnej myśli Terencjusza/Seneki: „Nic co medialne, nie jest mi obce” – ujmując ona sens i istotę Jego badań naukowych. Profesor zajmuje się i procesami komunikacyjnymi, i nowymi mediami, i problemem terroryzmu a mediów, i czarnym PR-em... Przy czym jest to Uczony, który nie należy do grona „papierowych” profesorów, co to media znają jedynie z książek i oglądu naukowego. Prof. T. Goban-Klasa to także zawołany praktyk medialny. Uznanie dla Jego medialnych kompetencji było powołanie Go do wielu ciał decydujących o kształcie polskich mediów, z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji włącznie. Ale myliłby się ten, kto sądziłby, że było to zwieńczenie Jego kariery naukowej. Profesor jest naukowym globtroterem, dla którego motorem naukowych odkryć jest ciekawość świata, a tej nie da się zaspokoić w ministerialnych gabinetach.

## II. *Wehikuł medialny Naukowego Globtrotera*<sup>1</sup>

Jego, to jest późniejszego profesora Tomasza Gobana-Klasa, wędrówka w stronę nauki zaczęła się w 1942 roku w Warszawie. Tam, przy ul. Marszałkowskiej 81a w trudnym okupacyjnym czasie, przychodzi na świat przyszły Uczony. O tamtym dziecięcym i młodzieńczym okresie Jego życia, jak też późniejszych latach niewiele można się dowiedzieć z oficjalnych źródeł, bowiem nie ma Jego biogramów ani w polskim wydaniu „Who Is Who”, ani w leksykonach czy słownikach biograficznych, choć jest w międzynarodowym „Who Is Who in Communication”. Możemy się jedynie domyślać, że Jego dzieciństwo należało do wyjątkowo trudnych, jak wszystkich dzieci urodzonych w wojennym czasie. Zatem czego udało się autorowi niniejszych słów dowiedzieć o prof. T. Gobanie-Klasie i jego naukowych peregrinacjach naukowych w sposób niebudzący wątpliwości<sup>2</sup>.

Otóż urodził się 27 września 1942 roku w Warszawie w rodzinie inteligencji. Jego ojciec, żołnierz AK (ps. Kłós), zginął 17 sierpnia 1944 roku w Powstaniu Warszawskim. Po wojnie matka przeniosła się do Krakowa i tu młody Tomasz ukończył szkołę podstawową św. Floriana (dlatego Pierwszą Komunię Świętą otrzymał w znanej parafii św. Floriana, gdzie wikarym był Karol Wojtyła). Chodził do III Liceum Ogólnokształcącego (uczył się wspólnie z dzisiejszą sławą

<sup>1</sup> Określenie to zaczerpnął autor niniejszego tekstu z artykułu: T. Goban-Klas: Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globtrotera, *Global Media Journal*, [www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Goban-Klas-od%20prasoznawstwa.pdf](http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Goban-Klas-od%20prasoznawstwa.pdf).

<sup>2</sup> Na przykład w rozmaitych źródłach internetowych można znaleźć różną datę urodzin Profesora.

muzyczną Tomkiem Stańko, który zaraził go miłością do jazzu), planując studia chemiczne lub elektroniczne. Jednak w 1962 roku rozpoczął studia na Uniwersytecie Jagiellońskim na Wydziale Filozoficzno-Historycznym – kierunku socjologia. W 1964 roku, pracując jako wolontariusz przy obchodach jubileuszu 600-lecia Uniwersytetu Jagiellońskiego, został jako jeden z nielicznych studentów wyróżniony medalem 600-lecia UJ. Był także wówczas przewodniczącym Naukowych Kół Studentów Socjologii, których opiekunem naukowym był prof. Zygmunt Bauman. W 1967 roku otrzymał dyplom z wyróżnieniem magistra socjologii, z zakresu socjologii kultury i został asystentem stażystą w Katedrze Etnografii Ogólnej i Socjologii UJ.

Wkrótce jednak podejmuje pracę w Polskiej Akademii Nauk, notabene razem z Piotrem Sztompką, najpierw w oddziale krakowskim, potem w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN. Jako pracownik PAN w 1970 roku wyruszył do Akademgorodka koło Nowosybirsk, by tam, podczas szkoły letniej „Socjologia i matematyka”, poznać czołowych rosyjskich socjologów kultury, którzy korzystając z chwilowego rozluźnienia kontroli nauk społecznych w czasach wczesnego Breżniewa, starają się tworzyć naukowe podstawy badania procesów komunikacyjnych w ujęciu socjologicznym. Byli to między innymi: Władimir Szlapientoch i Borys Firsow<sup>3</sup>. Trzeba pamiętać, że z perspektywy władz komunistycznych, socjologia była „podejrzana”, burżuazyjną nauką.

W latach 70. XX w. odbywa kolejne podróże naukowe. Tym razem na Zachód. Najpierw jest stypendystą paryskiej Sorbony, pracując pod kierunkiem słynnego socjologa kultury miejskiej Paula-Henry’ego Chombarta de Lauwe. W 1971 roku, przez 6 miesięcy poznaje stolicę Francji. Zbiera dokumentację socjologiczną, czego rezultatem jest wydana w 1974 roku książka „Paryż i paryżanie”.

Już jako studenta żywo interesowały Go procesy komunikacji społecznej, a zwłaszcza dominującego medium, jakim była w owym czasie prasa. W punktu widzenia Jego zainteresowań naukowych Kraków jest wymarzonym miejscem, bowiem właśnie tu, po odwilży październikowej, powstaje Ośrodek Badań Prasoznawczych (OBP), który rozpoczyna w 1956 roku prowadzenie systematycznych badań w tym zakresie. Goban-Klas rozpoczyna współpracę z Ośrodkiem, kierowanym wówczas przez Irenę Tetelowską, jeszcze jako student. Potem, jako młody socjolog, na 15 lat zwiąże swoje losy z tą instytucją. Wkrótce, mimo młodego wieku, obejmuje stanowisko zastępcy dyrektora i sekretarza naukowego Ośrodka Badań Prasoznawczych – placówki ogólnopolskiej o znaczeniu międzynarodowym. Predestynuje Go do sprawowania tych stanowisk ważki już w owym czasie dorobek naukowy, który z czasem będzie się znacząco pomnażał.

W 1976 roku rozpoczyna dziesięciomiesięczny staż w ramach stypendium Fulbrighta na Uniwersytecie Stanforda oraz w Szkole Komunikowania Annenberga w Filadelfii (USA), w tej drugiej placówce pracuje pod kierunkiem prof.

<sup>3</sup> Władimir Szlapientoch jest aktualnie profesorem Michigan State University, a Boris Firsow został pierwszym rektorem Europejskiego Uniwersytetu Petersburskiego (1995–2003).

George'a Gerbnera (podobnie jak inny europejski socjolog Denis McQuail). Jest to wielce owocna naukowo podróż, bowiem tam, za oceanem kończy monografię „Komunikowanie masowe”, która będzie podstawą odbytego z sukcesem w 1978 roku kolokwium habilitacyjnego. Rok później T. Goban-Klas otrzymuje stanowisko docenta.

Pod koniec lat 70. ubiegłego wieku dojeżdża z Krakowa do nieodległych Katowic, by rozpocząć współpracę z Wydziałem Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego. Będąc nadal sekretarzem naukowym OBP, w latach 1983–1985 pełni funkcję dyrektora Instytutu Teorii i Praktyki Komunikowania Masowego na tym Wydziale. W tamtym czasie na Wydziale pracowali wybitni naukowcy i twórcy, którzy wykształcili plejadę znanych polskich reżyserów.

W połowie lat 80. wyrusza w kolejną naukową podróż do USA. W ramach dziesięciomiesięcznego stypendium badawczego American Council of Learned Societies zbiera materiał badawczy do kolejnej monografii. Jest to wydana w 1989 roku książka „Prasa lokalna i środowiskowa w USA”, podstawa uzyskania tytułu profesora w 1992 roku.

Badania i publikacje naukowe z lat 70. i 80. przynoszą Mu uznanie środowiska naukowego nie tylko w Polsce. Płyną zaproszenia do prowadzenia gościnnych wykładów w rozmaitych ośrodkach akademickich, między innymi z Instytutu Studiów Europejskich w Wiedniu, w którym Goban-Klas w latach 1990–1994 wykłada przez jeden semestr w roku. Z kolei zagraniczni studenci przyjeżdżają do Krakowa, by słuchać wykładów Profesora, w tym w ramach programów akademickich uniwersytetów Stanforda, Guelph w Kanadzie oraz w Stephens Point.

Celem jego kolejnej naukowej podróży jest Daleki Wschód. W 1993 roku otrzymuje stypendium Korea Foundation w Seulu, które pozwala Mu naukowo poznać ten kraj i przygotować kolejną monografię „Koreańska droga rozwoju i modernizacji”.

Kolejny rok i kolejna podróż. Ponownie do USA, do Buffalo. Przez 5 miesięcy przygotowuje na tamtejszym the New York State University monografię zatytułowaną „The Orchestration of the Media. The Politics of Mass Communication in Communist Poland and the Aftermath”, która jeszcze tego samego 1994 roku ukaże się w wielce prestiżowym wydawnictwie Westview (Boulder–Oxford).

W 1997 roku Tomasz Goban-Klas zostaje profesorem zwyczajnym. W sensie formalnego awansu naukowego szczyt możliwości. Wydawałoby się, że ktoś tak utytułowany mógłby spocząć na laurach. Nic bardziej mylnego. Jak przystało na Naukowego Globtrotera podróżuje po całym świecie i wygłasza dziesiątki referatów (przeciętnie 2–3 rocznie) w niemal wszystkich krajach europejskich, a także w Stanach Zjednoczonych, Korei, Japonii oraz Kolumbii.

Rok 2012, jak nietrudno obliczyć, to rok jubileuszu Profesora. Ale myliłby się ten, kto widziałby w nim statecznego seniora. Niejeden młodzik mógłby Mu pozazdrościć sprawności umysłu i ciała. Na wakacje najchętniej wybiera tramping. Tuła się po Chinach czy Indiach autobusem, wędruje po górskich przełęczach po wiele kilometrów i ani myśli o emeryturze. Uczy studentów w Krakowie

(Uniwersytet Jagielloński, Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości, Akademia Krakowska, Uniwersytet Papieski), w Łodzi (Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna), Katowicach (Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa) – i zapewne nie jest to Jego ostatnie słowo.

W *postscriptum* do artykułu „Od prasoznawstwa do medioznawstwa. Perspektywa naukowego globtrotera” Profesor napisał, co tak naprawdę pcha Go do odbywania tych wszystkich podróży:

Odbываяc w 2011 roku dwie dłuższe podróże – na Kubę i do Chin – poznałem naocznie (oglądając tamtejszą telewizję), jak systemy komunikowania są w tych krajach różne od siebie, jak są różne od polskiego. McLuhanowska „globalna wioska” tętni życiem bardziej w swoich chatach, niż na publicznym zebraniu. Jest to oczywistą oczywistością, ale nie jest banalne stwierdzenie, że łączy je jedno – koncentracja na własnym kraju i społeczeństwie, niejako na własnym podwórku, natomiast brakuje spojrzenia globalnego, pozwalającego zrozumieć, bez wydziwiania czy potępienia, inne kraje i społeczeństwa. To ważny i nowatorski również kierunek badań kulturoznawczo-medioznawczych – studia nad rozwojem mediów i komunikacji społecznej w różnych kręgach cywilizacyjnych<sup>4</sup>.

### *III. Robota naukowa Profesora, czyli o cywilizacji medialnej i innych wirtualnych bytach*

Bibliografia naukowa prof. T. Gobana-Klasa jest imponująca, obejmuje ponad 350 pozycji. Trudno byłoby tu przywoływać cały dorobek, zwłaszcza że uczynili to już w tym numerze *Zeszytów* W.M. Kolasa oraz M. Rogoż. Zatem jako autor niniejszego tekstu ograniczę się jedynie do wymienienia (bagatela) kilkunastu książek autorstwa Profesora:

1. Komunikowanie masowe w nowoczesnym społeczeństwie (1973)
2. Paryż i paryżanie (1974)
3. Komunikowanie masowe. Zarys analizy socjologicznej (1978)
4. Aktywność, preferencje i świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego (współautor) (1981)
5. Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego (1985)
6. Prasa lokalna i środowiskowa w Stanach Zjednoczonych w cieniu gigantów (1989)
7. Mass media w Polsce 1989–1992. Rekonstrukcja sfery publicznej. Raport bardzo osobisty (1992)
8. Komputer narzędziem humanisty (1993)
9. Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu (1996)
10. Dalekowschodni feniks: koreańska droga rozwoju i modernizacji (1999)

<sup>4</sup> T. Goban-Klas: *Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globtrotera...* [w:] tenże: *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000–2011*, Kraków 2011, ss. 15–24, tu s. 24.

11. Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania (1999)
12. Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku (2004)
13. Historia i współczesność Korei. Od pustelniczego królestwa do azjatyckiego tygrysa (2004)
14. Media a integracja europejska (red.) (2004)
15. Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja (2005)
16. Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć? (2009)
17. Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji (2011).

Zaiste, już same książki stanowią tak bogaty dorobek, że można by nim obdzielić kilku badaczy. Na polskim gruncie naukowym jest to dorobek niemający sobie równych. Nie jestem kronikarzem, więc nie muszę omawiać dorobku Miistrza *step by step*. Daję sobie prawo opowiedzenia o tym, co mnie zafascynowało i urzekło w dziele naukowym Profesora. Wydaje się ono „skrojone” wedle mądrej myśli Marka Twaina, który zapytany, jak należy pisać książki dla dzieci, odrzekł: „Tak samo jak dla dorosłych, tylko trochę lepiej”.

Przez długie lata w Polsce wprawdzie doceniano robotę naukową Profesora, ale jakby nie do końca, bowiem zajmował się On czymś, czego ani dotknąć, ani zważyć się nie dało. Przypominało to trochę sytuację opisaną przez Herberta Marshalla McLuhana, który obserwując relacje w środowisku medialnym, porównał nas do ryb, które „...nie wiedzą, że woda istnieje, póki nie zostaną wyrzucone na brzeg”<sup>5</sup>. Prawdziwość tego twierdzenia każdy z nas może bez trudu potwierdzić, wykonując prosty eksperyment. Wystarczy zamknąć oczy i spróbować wyobrazić sobie świat, w którym nie ma gazet, radia, telewizji, ba, nie ma laptopów, telefonów komórkowych, nie ma Internetu... Brrr! Cóż za okropny świat! Otóż takim właśnie „niedostrzegalnym” (w rezultacie niedocenianym) światem zajmował się (i wciąż zajmuje) Profesor.

We wprowadzeniu („Od tam-tamu do Internetu?”) do bodaj najbardziej znanej swojej monografii „Media i komunikowania masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu” Goban-Klas napisał:

Techniczna zdolność błyskawicznego przesyłania znaków i symboli w skali całego globu, a tym samym dostarczania tych samych treści i emocji milionom czy miliardom ludzi, stała się powszechna i codzienna. Każdy z nas korzysta z wielu urządzeń telekomunikacyjnych i informacyjnych, i tak już do nich przywykliśmy, że przestajemy się im dziwić i podziwiać je. Nie zmienia to jednak faktu, że wszechobecność środowiska komunikacyjnego i powszechna dostępność rozmaitych mediów komunikowania, pokonujących czas i przestrzeń, jest świeżej daty i bezspornie ma rewolucyjną doniosłość w historii ludzkości<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> H.M. McLuhan: Wybór tekstów, Poznań 2001, s. 57.

<sup>6</sup> T. Goban-Klas: Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa-Kraków 1999, s. 13.



Każdy badacz wysokiej próby nieuchronnie staje się filozofem. Odkrywa zależności, które nie wszystkim dane jest dostrzec, by pozoru nie brać za rzeczywistość. Jedną z takich pozornych prawd jest *nihil novi sub sole*. W końcowych fragmentach przywołanej wyżej książki „Media i komunikowania masowe...” Profesor, zastanawiając się, czy społeczeństwo informacyjne jest iluzją, czy rzeczywistością (pisał to w roku 1999), przywołał o rok wcześniejszą myśl M. Castellsa:

Moim głównym twierdzeniem jest to, że to nie ma większego znaczenia, czy sądzimy, że współczesny świat jest nowy, czy nie. Analiza zmian jest ważna niezależnie od zajętego stanowiska. To jest nasz świat, świat ery informacji. I to analiza tego świata, który musi być zrozumiany, wykorzystany, osadzony sam w sobie, wedle jego możliwości, albo niedostatków, ma wskazać i wyjaśnić zjawiska, które obserwujemy i doświadczamy, niezależnie od nowości. Mimo wszystko, jeśli nic nowego nie ma pod słońcem, to po co trudzić się badaniem, pisaniem oraz czytaniem?

No właśnie, po co byłoby się trudzić? Profesor uważa, że warto się trudzić, bowiem

medialność jest znamieniem współczesności. Rzeczywistość ulega takiemu przetworzeniu przez media, że można mówić o kulturze medialnej rzeczywistości oraz rzeczywistej medialności. Ostrożniej mówiąc, o powstaniu cywilizacji medialnej. Cywilizacja jest na ogół pojmowana jako kompleks tzw. kultury materialnej, artefaktów; nie ulega wątpliwości, że współczesne życie jest różne od wcześniejszego właśnie pod względem ogromnego nasycenia urządzeniami medialnymi<sup>7</sup>.

Profesorowi, podobnie jak piszącemu te słowa, spory kawał życia przyszło spędzić w kraju zniewolonym, w którym media były raczej rodzajem tuby propagandowej niż publicznej debaty. Rozliczeniem z tamtym okresem jest „Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku”. Książka ta została napisana pierwotnie po angielsku (tytuł oryginału: „The Orchestration of Media. The Politics of Mass Communications in Communist Poland and the Aftermath”) i wydana w 1994 roku w Stanach Zjednoczonych. Profesor napisał ją dla swoich amerykańskich studentów, ale też kolegów medioznawców z całego świata, by zrozumieli istotę polskiej walki o wolność i rolę, jaką w tej walce (ale też zniewoleniu) odegrały polskie media. Jej polski przekład ukazał się 10 lat później, w 2004 roku. Teoretycznie książka winna się zakończyć na 1989 roku, na obradach Okrągłego Stołu, w których zresztą Profesor uczestniczył. Oto mamy długo oczekiwaną wolność, możemy mówić, co chcemy. Czy aby na pewno? Książkę kończy rozdział pod wielce znamienym tytułem „Cisi i gęgacze: czy historia musi się powtarzać?”, w którym T. Goban-Klas pisze:

Paradoksalnie upadek komunizmu nie przyniósł prawdziwej niezależności dziennikarom, a przynajmniej większości z nich [...]. Prasa w Polsce jest wolna, lecz dziennikarze zależni. Zależni od naczelnego, zależni od wydawcy, zależni od ryn-

<sup>7</sup> T. Goban-Klas: Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globtrotera, *Global Media Journal*, jw.

ku, a w publicznym radiu i telewizji od dominujących sił politycznych. A wolni są jedynie od zinstytucjonalizowanej cenzury [...].

Dziennikarze są wolni, ale dla wielu nie ma pracy [...]. Tradycja dziennikarskiej autonomii zanika [...]. Konkurencja popycha do ujednoczenia i formy i treści, co widać wyraźnie na przykładzie dzienników telewizyjnych [...] tę samą widownie zdobywa się najbezpieczniej w ten sam sposób i tymi samymi treściami<sup>8</sup>.

Zwłaszcza surowo ocenił Profesor „dokonania” polskich dziennikarzy po 1989 roku. Trudno jego analizie odmówić rzetelności czy też zarzucić, że opisuje jakąś wymaginowaną, niepolską rzeczywistość. Jego zarzuty względem polskiego dziennikarstwa są nad wyraz celne i mimo upływu lat nic nie straciły ze swej aktualności:

Poważną przeszkodą w niezależności dziennikarskiej jest brak zawodowstwa w polskich mediach i wśród dziennikarzy. Dziennikarze, szczególnie ci, którzy długo pracowali w prasie komunistycznej, na ogół nie mają odwagi, aby zaatakować społeczne dogmaty. Obawiają się myśleć samodzielnie, badać, drażyć. Natomiast niektórzy nowicjusze reprezentują drugą skrajność. Zamiast polegać na informacjach ze źródeł eksperckich, starają się szukać wszędzie dziury w całym, zwłaszcza atakując niecne działania władzy. Nastawiają się na to, aby kogoś „rozrobić” i w ten sposób wyrobić sobie nazwisko [...]. Wartości takie jak „obiektywizm” i etyka nabrały innego znaczenia niż w tradycyjnym liberalnym dziennikarstwie<sup>9</sup>.

Po 11 września 2001 roku Goban-Klas zaczął gruntownie badać rolę, jaką pełnią media i procesy komunikacyjne w aktach terroru. Zwieńczeniem tych prac była wydana w 2009 roku monografia zatytułowana „Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć?”<sup>10</sup>, do której glosy dodali Krzysztof Mroziewicz i generał Mieczysław Bieniek, a zakończył refleksyjny wiersz Wisławy Szymborskiej. Tę książkę zadedykował swoim wnukom, „Dominikowi i Natalii – oby żyli w bezpieczniejszym świecie”. Jest to niezwykle wnikliwe studium związków pomiędzy terroryzmem a mediami. Dostaje się po raz kolejny dziennikarzom, politykom, ale z punktu widzenia niżej podpisanego jedną z najistotniejszych kwestii podniesionych w przywoływanej monografii jest zwrócenie uwagi na związek pomiędzy finansowaniem mediów a terroryzmem. Uchowaj Bóg, ani Profesor, ani tym bardziej piszący te słowa nie sugerują, że terroryści finansują media. Idzie o to, że zmienia się struktura przychodów organizacji medialnych, co ma daleko idące konsekwencje. T. Goban-Klas pisze tak:

Coraz mniejszy udział mają wpływy z bezpośredniej sprzedaży (także prenumeraty czy abonamentu), zaś większy z publikowania reklam (aż do 100%), jak w przypadku tak zwanych mediów darmowych (telewizja komercyjna czy bezpłatne gazety). Ekonomia współczesnych mediów pozwala oferować swe produkty odbiorcom po niskiej cenie (znacznie zaniżonej w stosunku do kosztów i wartości),

<sup>8</sup> T. Goban-Klas: *Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 r.*, przeł. z ang. A. Minczewska-Przeczek, Warszawa 2004, s. 309–310.

<sup>9</sup> Tamże, s. 310–311.

<sup>10</sup> Por. T. Goban-Klas: *Media i terroryści. Czy zastrasza nas na śmierć?*, Kraków 2009.

niekiedy nawet bezpłatnie (telewizja komercyjna czy bezpłatne gazety). Oczywiście nie jest to działanie charytatywne, media otrzymują bowiem sowitą zapłatę od reklamodawców, którzy via media „kupują” uwagę odbiorców dla swych przekazów. To, że reklama stanowi główny motor finansowy mediów, ma wielorakie konsekwencje. Jedną z nich jest przekształcenie audytorium medialnego (publiczności) w grupę docelową reklam; w uproszczeniu można powiedzieć, że media nie tylko produkują informację dla odbiorców, ale także widownię (audytorium), którą „sprzedają” ogłoszeniodawcom w zależności od jej wielkości i potencjalnej siły nabywczej oraz orientacji konsumenckiej. [...] Informacja stała się towarem, a ponieważ dobry towar jest dostosowany nie do producenta, lecz do klienta, to on – przeciętny odbiorca – określa jego (zazwyczaj niskie) standardy [...]. Dlatego właśnie serwisy informacyjne [...] chętnie nagłaśniają i eksponują elementy grozy i strachu („When it bleeds, it leeds”, mówią angielscy wydawcy prasy popularnej, co w wolnym przekładzie znaczy „Dajcie krew na pierwszą stronę”)<sup>11</sup>.

I na koniec tego subiektywnego przeglądu dorobku T. Gobana-Klasa wspomnę o innej „chorobie” medialnej, którą się zajmuje – o bezkarnym opluwaniu i obrzucaniu błotem, co czasami nazywa się czarnym PR-em. Dziełem Profesora jest niezwykle celny i skondensowany opis tego zjawiska. Uczony mniej utalentowany przywoływałby pewnie dziesiątki przykładów, tzw. *case study*, które obrazowałyby zagadnienie. Tymczasem Profesor, opisując to haniebne zjawisko rozwijające się z udziałem mediów, przywołał dzieła dwóch wielkich pisarzy: Marka Twaina i Franza Kafki. Jak przystało na znamienitego erudyte, odwołał się do zapomnianego opowiadania M. Twaina z 1870 roku „Jak kandydowałem na gubernatora”<sup>12</sup>. Profesor przytacza najcelniejszy fragment humoreski, w którym *alter ego* autora, po ogłoszeniu woli kandydowania, znajduje w nowojorskiej gazecie artykuł zatytułowany „Krzywoprzysięstwo”:

Może by pan Mark Twain wytłumaczył nam dzisiaj [...] jak to się stało, że w 1863 roku w miejscowości Wakawak, w Kochinchinie 44 świadków udowodniło mu krzywoprzysięstwo, które popełnił, aby wyrzucić szmat pola bananowego z rąk nieszczęśliwej wdowy malajskiej i jej bezbronnej rodziny [...]. Nie wątpimy, że p. Twain w interesie zarówno swoim, jak i ludu, o którego głos zabiega, zechce tę sprawę wyjaśnić jak najrychlej. Czy jednak to uczyni?

– Myślałem, że pęknę ze zdumienia – dodaje Twain. [...] Nie widziałem nigdy na oczy Kochinchiny! Nie słyszałem o żadnym Wakawaku! [...] Byłem oszołomiony i bezradny. [...] Nazajutrz ta sama gazeta zamieściła króciutką notatkę: CHARAKTERYSTYCZNE! Godzi się zauważyć, że pan Twain zachowuje znamienne milczenie w sprawie krzywoprzysięstwa w Kochinchinie. Dziennik ten nie nazywał mnie inaczej, jak Twain, ohydny krzywoprzysięzca.

I w kolejnych dziennikarskich doniesieniach (to dobre słowo, wywodzące się od „donosu”) Twain dowiadywał się, że współlokatorom w Montanie ukradł jakieś drobiazgi (stąd epitet „Twain, złodziej z Montany”), choć nigdy w życiu nie był w Montanie, iż widziano jakiegoś pijanego osobnika, jak szedł w kierunku domu

<sup>11</sup> T. Goban-Klas: *Media i terroryści...*, jw., s. 71–74.

<sup>12</sup> M. Twain: *Jak kandydowałem na gubernatora*, przekład anonimowy, Warszawa 1996, s. 27–33, [za:] T. Goban-Klas: *Czarny PR*, [w:] H. Przybylski (red.): *Public relations. Sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce*, Katowice 2004, s. 68–73.

pana Twaina (stąd dziennikarskie określenie, „Pan Delirium Tremens Twain”). Do tego doszedł zarzut korupcji (więc „Twain, brudny łapownik”), a potem szantaż („Twain, podły szantażysta”)<sup>13</sup>.

Humoreska kończy się rezygnacją Marka Twaina z wyimaginowanego kandydowania na wyimaginowane stanowisko. Kandydowanie pisarza na stanowisko gubernatora było wyimaginowane, ale opisany mechanizm niszczenia ludzi jak najbardziej prawdziwy. Goban-Klas, puentując ten przypadek, pisze: „Dawniej wystarczyło mieć własną gazetę, aby w niej pisać, co dusza zapragnie. Dzisiaj metody oczerniania stały się bardziej subtelne” – i jako przykład takiego działania podaje oskarżenia wysuwane przez Karla Rove, wieloletniego doradcę George’a W. Busha, pod adresem jego kontrkandydata z Partii Republikańskiej Johna McCaina, któremu przypisano nieślubne dziecko z Murzynką, gdy tymczasem było to jego dziecko adoptowane z sierocińca<sup>14</sup>.

Profesor Tomasz Goban-Klas to uczony wysokiej próby, o znakomitym warsztacie naukowym i dorobku zaiste imponującym. Wszystkim, którzy zajmują się tymi problemami zawodowo, albo których to zwyczajnie ciekawi, gorąco polecam Jego ostatnią monografię zatytułowaną „Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji”<sup>15</sup>. Profesor zebrał w niej rozmaite artykuły wybrane z jego bogatego dorobku naukowego. Ponieważ pochodzą one z różnych okresów, czasami sprzed kilku lat, zatem Autor dodał do każdego *postscriptum*, w którym przedstawia aktualny aspekt prezentowanego w artykule zagadnienia. Jest to prawdziwa kopalnia wiedzy i lektura obowiązkowa dla każdego, kto pretenduje do miana znawcy mediów.

#### *IV. Mistrzowie, przyjaciele, znajomi*

Byłem kiedyś świadkiem takiej sceny. Czekam wspólnie z Profesorem na Jego żonę prof. Teresę Sasińską-Klas. Stoimy na rogu ulicy Jagiellońskiej i św. Anny. W pewnej chwili widzę, że zbliża się ku nam dyrektor Muzeum UJ, które mieści się w pobliskim Collegium Maius, prof. Stanisław Waltoś. Obaj Profesorowie przywitani się serdecznie, po czym rozmowa zeszała na sprawy uniwersyteckie, a ściślej konserwacji budynku Collegium Maius. Profesor Waltoś się ożywił i szczegółowo opowiadał o swoich planach. W pewnej chwili Profesor Goban-Klas powiedział: „Stasiu, życia Ci na to wszystko braknie”. Na co usłyszał w odpowiedzi: „Nie szkodzi. Następni dokończą”. Taka postawa charakteryzuje umysły wybitne, pozbawione małostkowości, którym obce jest hołubienie rozdětego w nadmiarze, własnego *ego*. Taki też jest Profesor Goban-Klas.

<sup>13</sup> Tamże.

<sup>14</sup> Tamże.

<sup>15</sup> Por. T. Goban-Klas: *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Kraków 2011.

John Locke twierdził, że rodzimy się jako czysta karta, którą dopiero zapisze nasze doświadczenie. Istotne zapiski na kartach naszego życia to napotkani ludzi. Są wśród nich mędrcy, ludzie zwyczajni, niewyróżniający się żadnymi talentami, i po prostu głupcy. Są ludzie dobrzy, życzliwi, serdeczni oraz zwyczajne suże, ludzie podli i fałszywi. Najczęściej są i tacy, i tacy. Jak poznać, z którym przedstawiać, a których omijać szerokim łukiem? Wspomniany J. Locke powiadał, że w świecie nauki mamy do dyspozycji dowodzenie i intuicję. Przy doborze przyjaciół i znajomych ważne są i rozum, i serce, ale też odrobina szczęścia. Profesor T. Goban-Klas na ogół w tym doborze się nie mylił. Zanim stał się Mistrzem, miał swoich Mistrzów (przyjaciół, kolegów, znajomych) naukowych, którzy wpłynęli na dzisiejszy format Uczzonego<sup>16</sup>.

Od kogóż tu zacząć? Zazwyczaj w takich sytuacjach zaczyna się od: *już starożytni Grecy...* I właściwie gdyby tak zacząć, to nie byłoby to wcale od rzeczy, bowiem pierwszym medioznawcą w historii świata był w istocie Arystoteles (jego słynna triada: nadawca, środek komunikacyjny, odbiorca), którego idee (po pierwotnej fascynacji) porzucił T. Goban-Klas na rzecz Herberta Marshalla McLuhana (nim zdaje się obecnie zafascynowany i trudno się temu dziwić).

Z polskich uczonych wydaje się, że pierwszeństwo pod tym względem należy się dwojgu profesorom, pionierom badań prasoznawczych w Polsce: Irenie Tetełowskiej i Waleremu Pisarkowi. Za sprawą tej pierwszej rozpoczęła się współpraca T. Gobana-Klasa z Ośrodkiem Badań Prasoznawczych. Ten drugi z kolei zaproponował młodemu uczonemu w 1972 roku, po Jego powrocie ze stypendium na paryskiej Sorbonie, by został zastępcą dyrektora do spraw naukowych w OBP. Wielce szczęśliwa to była propozycja dla polskiej nauki.

Kolejne wielkie nazwisko na drodze T. Gobana-Klasa to wybitny socjolog, prof. Jan Szczepański – uczony, który o „sprawach ludzkich” wiedział bardzo wiele, a pod którego kierownictwem pracował w warszawskim Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.

Podczas kolejnych podróży do USA poznaje elitę światowych uczonych, uczniów W. Schramma, H. Lasswella, P. Lazarsfelda czy K. Lewina, takich jak: Elihu Katz, Nathan Maccoby, Everette Rogers. Nawiązuje z nimi kontakty, prowadzi wspólne działania, jednak najbardziej owocna i najdłuższa okazała się wspomniana już współpraca z prof. George'em Gerbnerem, który wywarł znaczący wpływ na rozwój naukowy Gobana-Klasa.

Na rozwój młodego uczonego, zwłaszcza na jego rozumienie współzależności socjologii kultury i mediów, niewątpliwie wpływ wywarły badania prof. Antoniny Kłóskowskiej. Uzmysłowiły Mu one także odrębność tychże zagadnień od problemów systemów medialnych.

<sup>16</sup> H.M. McLuhan twierdził, że „stajemy się tym, na co patrzymy”; wprawdzie odnosiło się to do „narzędzi”, ale dlaczego ludzie nie mieliby być „narzędziami”, które nas kształtują – por. H.M. McLuhan: *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004, s. 26.

Warto też odnotować, że w 1981 roku poznał Madeleine Albright (pierwszą kobietę w historii USA na stanowisku sekretarza stanu, która jako doktorantka Zbigniewa Brzezińskiego zbierała materiały o prasie polskiej w Krakowie), co najpierw odnotowała w swej doktorskiej monografii, a potem przygotowała rekomendacje dla wspomnianej już książki Profesora „The Orchestration of the Media”.

Czy na drodze Gobana-Klasa były inne ważne osobowości, które wywarły na Niego wpływ? Zapewne były, ale piszącemu te słowa nie udało się ich zidentyfikować. Być może gruntowniejsza kwerenda dzieła naukowego Profesora pozwoliłaby dostrzec kolejne zależności i kolejne osobowości, które miały na to dzieło wpływ, ale to zadanie zostawmy pokoleniom młodszych badaczy, by mogli *stawać się tym, na co patrzą*.

### *V. Godności i honory, czyli coś, czego Jubilat nie znosi*

Z głębokiej wiedzy naukowej prof. Gobana-Klasa korzystały i korzystają rozmaite instytucje rządowe i naukowe, zapraszając Go do udziału w pracach tychże gremiów. W 1989 roku został ekspertem tzw. stolika medialnego Okrągłego Stołu. Trzy lata później z Jego wiedzy eksperckiej skorzystała Państwowa Komisja Wyborcza. W tym samym 1992 roku w ramach stypendium NATO zrealizował program badawczy pod nazwą „Samoregulacja mediów w społeczeństwach demokratycznych”. Był następnie członkiem Rady Etyki Mediów. W 2011 roku opracował ekspertyzę dotyczącą mediów w ramach Strategicznego Przeglądu Bezpieczeństwa Narodowego przygotowywanego przez BBN.

W 2002 roku powierzono Mu funkcję Sekretarza Stanu w Ministerstwie Edukacji Narodowej i Sportu. Odpowiadał za integrację europejską i szkolnictwo wyższe. Przygotował Strategię Rozwoju Szkolnictwa Wyższego w latach 2002–2010, włączoną do prac zespołu opracowującego nową ustawę o szkolnictwie wyższym. Ponadto przeprowadził legislację w zakresie ustawy o stopniach i tytułach naukowych oraz nowelizację kilku innych ustaw dostosowujących prawo polskie do dyrektyw UE.

W 2003 roku Senat RP wybrał Go na członka Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. W tym samym roku objął stanowisko profesora zwyczajnego w Katedrze Europeistyki Akademii Obrony Narodowej, na którym pozostawał do 2007 roku, kiedy to przeszedł w stan spoczynku.

Jednak w roku akademickim 2004/2005 Profesor powrócił na Uniwersytet Jagielloński do swej Katedry Komunikowania i Mediów Społecznych (powstała w 1995 roku jako jedna z pierwszych jednostek nowego wówczas Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej). Za swoją działalność publiczną, ale przede wszystkim naukową i ekspercką został odznaczony Krzyżem Oficerskim (2000) oraz Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski, Złotym Krzyżem Zasługi, Odznaką Zasłużony Działacz Kultury. Otrzymał także Nagrodę Ministra

III stopnia za książkę „Prasa środowiskowa” w USA, a w 1995 roku Nagrodę Rektora Uniwersytetu Jagiellońskiego. W 2001 roku otrzymał Nagrodę I stopnia Ministra Edukacji Narodowej oraz nagrodę im. Franciszka Ryszki Uniwersytetu Jagiellońskiego. W 2012 Rektor UJ przyznał Mu nagrodę za tom „Wartki nurt mediów”.

Goban-Klas nie stroni także od popularyzowania wiedzy. Napisał wiele artykułów publicystycznych poświęconych sprawom mediów, w tym także komputeryzacji humanistyki. Przygotował również pionierski w Polsce podręcznik „Public Relations, czyli Promocja Reputacji” (1996). Przetłumaczył z języka angielskiego i opracował książkę Davida Boltera „Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w wieku komputera”.

T. Kotarbiński w „Traktacie o dobrej robocie” pisał o działaniu sprawnym. Jego prakseologia to nic innego jak nauka o sprawnym działaniu, której istota sprowadza się do tego, by rzeczy robić we właściwy sposób. Niewielu jest w Polsce uczonych, którzy ową robotę naukową uprawiają tak jak Tomasz Goban-Klas – „we właściwy sposób” – z talentem i urokiem, które przetrwają nie tylko w uczonych rozprawach, ale i we wdzięcznej pamięci Jego uczniów, do których i niżej podpisany się zalicza.

## VI. Podsumowanie

Dla tych, którzy znają Profesora, nie jest tajemnicą, że Jego pozycję w świecie nauki wyznacza nie tylko Jego dorobek naukowy, ale i osobowość. Jest nad wyraz życzliwy ludziom, poświęca swój czas na pomaganie innym, a przy tym czyni to z elegancją i poczuciem humoru, których nie złamały nawet „złe języki”. Niestety, w kwestii prawdy świat jest skonstruowany dość osobliwie. Już Mark Twain zauważył, że „Dobre kłamstwo może przewędrować pół świata, zanim prawda wstanie z łóżka”<sup>17</sup>.

Nietuzinkowa osobowość i ogromny dorobek naukowy dają Profesorowi T. Gobanowi-Klasowi osobne miejsce w nauce. Z pewnością należy on także do ojców założycieli polskiego medjoznawstwa. Był jednym z głównych „akuszerów” powołania nauk o mediach – 8 sierpnia 2011 roku uznanych oficjalnie przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego za nową dyscyplinę akademicką w Polsce.

Starałem się i ja, jako autor niniejszego tekstu, tę „osobność” oddać, przyjmując przy tym bardziej formę esejową, czasami może nawet felietonową, niż napuszono-jubileuszową. Jeżeli w czym znacnemu Jubilatowi czy P.T. Czytelnikom uchybił bądź rozczarował, to wybaczcie. Widocznie talentu na miarę mojego Mistrza mi nie stało. Nie każdy może być Profesorem Tomaszem Gobanem-Klasem.

<sup>17</sup> H.M. McLuhan: Wybór tekstów..., jw., s. 66.

Trudno oddać na kilkunastu stronach życiorys i dzieło pojedynczego człowieka, a co dopiero takiego Człowieka i takiego Uczzonego. Ma też niżej podpisany wobec Niego swój naukowy dług. Jego uwagi były często jak iluminacja wydobywająca z mroku mojej niewiedzy rozmaite sprawy i zależności. Jestem Mu za to wdzięczny, pewnie jak wielu innych polskich naukowców. Poczytuję sobie za wielki honor i zaszczyt, że Profesor obdarza mnie swoim koleżeństwem, może nawet jakimś rodzajem przyjaźni. Szanuję i podziwiam nie tylko Jego dokonania naukowe i erudycję, ale też głęboki humanizm i zyczliwość dla świata i bliźnich. Jeżeli nauka ma we współczesnym świecie jakikolwiek sens, to także dzięki takim uczonym jak prof. Tomasz Goban-Klas.





# MIĘDZY WOLNOŚCIĄ I ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

## Poglądy Tomasza Gobana-Klasa na etykę komunikowania

IGNACY S. FIUT

### ABSTRACT

#### **Between freedom and responsibility. Views on Tomasz Goban-Klas' ethics of communication**

The paper contains an attempt to reconstruct Tomasz Goban-Klas' views on the ethics of journalism and media. What was first discussed was the central element of the theoretical construction of the ethical field of the media – the triangle: freedom, responsibility and professionalism. Then the evolution of this idea in the context of evolution and social-communication metamorphosis of the media was traced. It has been found that subjectivity of the human being and media institutions has currently changed to such an extent that the most appropriate description and assessment of media ethics will be to show it in the logic of non-zero-sum games as referred to the collective entity creating the media communication system.

**Key words:** media ethics, journalistic ethics, the field of media ethics, freedom, responsibility and communication professionalism

**Słowa kluczowe:** etyka mediów, etyka dziennikarska, pole etyczne mediów, wolność, odpowiedzialność i profesjonalizm komunikacyjny

### *Uwagi wstępne*

Procesy zmian rewolucyjnych i ewolucyjnych w komunikowaniu – zarówno społecznym, jak i medialnym – spowodowały szereg metamorfoz: mediamorfozę, journalomorfozę czy wreszcie publikomorfozę<sup>1</sup>. Zmiany te wpłynęły również na

<sup>1</sup> Por. R. Fidler: *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Thousand Oaks 1997.

✉ Adres do korespondencji: Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica, Wydział Humanistyczny, Katedra Kulturoznawstwa i Filozofii, ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków, e-mail [isf1949@o2.pl](mailto:isf1949@o2.pl)

analizy antropologicznego usytuowania współczesnego człowieka w społeczeństwie informacyjnym, które *de facto* stało się sieciowe, a w rezultacie prawie w całości medialnie zapośredniczone. Większość bowiem interakcji sieciowych odbywa się obecnie przez media, z czego nie zdają sobie do końca sprawy współcześni użytkownicy szeroko pojmowanych mediów.

Wszystkie te transformacje medialne dokonały się przede wszystkim w ramach procesu szeroko pojętej socjomorfozy, która w konsekwencji zmian w działaniach i zachowaniach podmiotów komunikacyjnych oraz instytucji medialnych wywarła również kluczowy wpływ na aksjosferę ludzi w globalizującym się i zmediatyzowanym świecie. Postrzeganie wartości, ich poznawanie i rozumienie nabrało bardziej kolektywnego, a więc probabilistycznego charakteru, co wyraźnie osłabiło wśród jednostek poczucie pełnej odpowiedzialności za skutki swoich działań oraz podejmowanych wyborów i decyzji.

Oslabiona została bowiem tradycyjna logika, oparta na linearnej piśmienności, i związany z nią model logiki jednoznacznie dwuwartościowej. Uległa wzmocnieniu piśmienność podporządkowana wizualizacji oraz obrazowaniu, osłabiająca dwuwartościowy dyskurs logiczny na rzecz myślenia sieciowego oraz wnioskowania probabilistycznego.

Problem ten pojawiał się już w starych mediach masowych, stwarzając im szerokie możliwości manipulowania przekazem, najczęściej dla typowych celów ideologicznych, zarówno w wymiarze politycznym jak i ekonomicznym. Celem takich manipulacji było niewątpliwie zwiększanie siły oddziaływania mediów oraz głębszy ich wpływ na publiczność oraz na całość społeczeństwa. Aplikacje kolejnych nowych technologii informacyjnych zwiększały siłę wpływu i dawały równocześnie coraz większe możliwości manipulacji publicznością oraz kontrolowania jej – a wszystko to w aurze medialnych przekazów nacechowanych ludycznością oraz złudzeniem, że odbiorcy mają interaktywny współudział w ich tworzeniu. To ostatnie powiązane jest z szybkim rozwojem od początku lat dziewięćdziesiątych kolejnych generacji nowych mediów, w których formalnie zostaje zrównana pozycja nadawcy z odbiorcą w szeroko rozumianym komunikowaniu medialnym oraz społecznym.

Dzięki tym zabiegom w komunikowaniu medialnym wzmocniały się ich pozycje – typowych przedsiębiorstw kapitalistycznych, nieubłagalnie podporządkowujących się logice rynku, prowadzącej do akumulacji kapitału i osiągania coraz większych zysków, kosztem funkcji informacyjnej i misyjnej mediów.

### *Rozwój poglądów Tomasza Gobana-Klasa na temat etyki mediów*

Stanowisko Gobana-Klasa w kwestiach aksjologii i etyki mediów, choć ulegało zmianom w związku z nieustającą ewolucją mediasfery (a więc mediamorfozą, journalomorfozą i publikomorfozą przyspieszającymi w ciągu kilkudziesięciu ostatnich lat, i skutkującymi szeroko rozumianą socjomorfozą społeczeństwa

ludzkiego, nawet w wymiarze globalnym), to zawsze eksponowało trzy fundamentalne dla tej przestrzeni etycznej wartości: wolność, odpowiedzialność i profesjonalizm. Jednakże w roku 1999 w pracy pt. „Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu” Goban-Klas zauważył także nowe dylematy etyczne, które pojawiły się wówczas, gdy najnowsze technologie informacyjne dostały się w ręce dziennikarzy i instytucji medialnych, stwarzając im możliwości nieograniczonej manipulacji przekazem, szczególnie tworzenia tzw. faktów medialnych, oraz działań niepozwalających na odróżnienie w przekazie świata rzeczywistego od jego wersji wirtualnej<sup>2</sup>.

Po przełomie ustrojowym w roku 1989 rozgorzało wiele sporów związanych z właściwym stosowaniem zasad etyki dziennikarskiej i szeroko pojmowanej etyki mediów przez dziennikarzy i innych ludzi mediów. Spory te koncentrowały się głównie na tym, czego dziennikarze, redaktorzy, wydawcy oraz właściciele mediów nie powinni robić, jeśli chcą unikać sytuacji konfliktowych oraz towarzyszących im zjawisk nagannych moralnie. Goban-Klas wyliczył wtedy „siedem grzechów głównych dziennikarzy”<sup>3</sup>, najbardziej typowych wynaturzeń etycznych w zawodzie dziennikarza, z których trzy zasadnicze wynaturzenia pracy dziennikarza na wolnym od instytucjonalnej cenzury rynku medialnym to dyletantyzm, raperstwo oraz insynuacjonizm.

Tymi grzechami głównymi są także niewątpliwie: besserwisyeryzm, pycha, arogancja, chęć posiadania „ostatniego słowa”, niechęć do dialogu, brak taktu, stronniczość oraz partyjność. Można je wszystkie pomieścić w braku szeroko pojętej i pozytywnie rozumianej autocenzury, której brakuje dziennikarzom oraz ludziom mediów, zwłaszcza tym przedkładającym własne powodzenie zawodowe oraz pomyślność swoich instytucji medialnych nad dobro i godność drugiego człowieka.

Według Gobana-Klasa tym wynaturzeniom może zapobiec przestrzeganie trzech zasad: profesjonalizmu, lojalności wobec środowiska zawodowego oraz szacunku dla publiczności. Te trzy pożądane dyspozycje moralne dziennikarzy łączy tzw. **trójkąt**, który sprzęga z sobą zwrrotnie trzy wartości etyczne: **wolność, odpowiedzialność i profesjonalizm**, wyznaczające ludziom wszelkich mediów konkretne pozytywne pole etyczne<sup>4</sup> w ramach ludzkiej aksjofery. W trójkącie tym odpowiedzialność i profesjonalizm stanowią bazę etyki zawodowej, zaś wolność jest wartością naczelną, która zabezpiecza dziennikarzy oraz innych pracowników mediów przed konfliktami moralnymi i wynikającymi z nich negatywnymi konsekwencjami zawodowymi, ale i karnymi. Autor podkreśla również, że ludzie pracujący w mediach ze swej natury skazani są na wchodzenie w konflikty, i nie

<sup>2</sup> T. Goban-Klas: Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa–Kraków 1999, s. 303–304.

<sup>3</sup> T. Goban-Klas: Siedem grzechów głównych – o etyce dziennikarskiej, *Aktualności Telewizyjne* 1996, nr 9, s. 5–10.

<sup>4</sup> Tamże, s. 9–10.

należy ich unikać, skoro przekazywanie informacji ma być jak najbardziej rzetelne i mieć pozytywne skutki w obszarze sprawiedliwości społecznej.

W ostatnim podrozdziale książki pt. „Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku” – „Etyka zamiast cenzury”, Goban-Klas pisze:

Gdy odrzuci się cenzurę, pozostaje problem odpowiedzialności za słowo. Żadne społeczeństwo nie dozwala, bo po prostu nie może, na bezkarne publikowanie wszystkiego, co komu przyjdzie na myśl. [...] Jest więc, a raczej być powinno – dodaje – miejsce w dziennikarstwie dla maniaków, ekstremistów wszelkiej myśli, innowatorów, fanatyków. Nie powinno jednak dla nich być miejsca w prasie masowej, w radio czy telewizji o powszechnym zasięgu. Po prostu dlatego, że to, co uchodzi w małym pisemku, kupowanym przez ludzi o szczególnej orientacji, jest co najmniej denerwujące w piśmie masowym, skierowanym do zróżnicowanej publiczności, oczekującej rzetelnej informacji i uczciwego komentarza<sup>5</sup>.

W związku z faktem, że organizacje dziennikarskie tworzą swoje profesjonalne deontologie etyczne, autor sądzi, że dana im wolność mediów nakłada na nich szczególną odpowiedzialność za treści, formy i konsekwencje przekazów. Uważa także, że nie mogą to być czcze deklaracje, ale wskazane zasady i normy etyczne powinny być stosowane w praktyce życia codziennego. Muszą one mieć charakter taki, by prowadzić do samoregulacji zachowań wspólnoty dziennikarzy oraz ludzi bezpośrednio związanych z pracą w mediach.

Widać więc, że Goban-Klas dopuszcza pewien nowy model ujmowania etyki mediów – już nie o układzie typowo logicznie dwuwartościowym, ale bardziej probabilistyczny, sytuujący obowiązywanie wartości oraz norm moralnych w działaniu, ocenie i rozwiązywaniu powstających konfliktów moralnych. Mógłby ten model być bliższy i bardziej powiązany z życiem ludzi, czyli z logiką gier o sumie niezerowej, w których zarówno negatywne, jak i pozytywne skutki rozsywania informacji i przekazów we wszelkich formach komunikowania, w tym medialnego, prowadziłyby do pozytywnych, niezerowych skutków społecznych. Nie oznaczałoby to zwolnienia uczestników komunikowania medialnego z odpowiedzialności za własne czyny – w granicach przysługującej im wolności wyboru w zbiorowych podmiotach, w których rozgrywa się proces komunikowania.

W roku 2005 w książce „Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja”, Goban-Klas – przy okazji historycznej analizy rozwoju mediów – przypomina powstanie cenzury oraz idee nowożytne, które doprowadziły w demokracjach zachodnich do jej zniesienia. Wskazuje, że jej powstanie było wynikiem sojuszu władzy Kościoła oraz władzy monarchicznej, a jej stopniowe znoszenie odzwierciedla przejście od władzy absolutnej do władzy liberalnej, od autorytaryzmu średniowiecza ku oświeceni, ery wiedzy, rozumu i wiary w postęp. Myśliciele nowożytni – przypomina badacz – traktowali cenzurę jak główną przeszkodę dla wolności i postępu. Argumentem na rzecz swobody wypowiedzi było

<sup>5</sup> T. Goban-Klas: *Niepokorna orkiestra medialna. Dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2004, s. 320–321.

jej znaczenie dla poszukiwania prawdy, rozwoju osobowości, samorealizacji oraz samorządności – które to idee głosili m.in. John Milton oraz John Stuart Mill, podkreślający negatywny wpływ cenzury na poszukiwanie prawdy i rozwój praworządności.

W tym kontekście autor przypomina tezę Karola Marksa, oddającą ducha ówczesnej demokracji zachodniej, który stwierdził, że „Jeśli cenzura miałaby być praworządna, musiałaby się sama znieść”<sup>6</sup>. Uwolnienie polityczne mediów spowodowało, że stały się one poniekąd czwartą władzą, podlegającą w państwie liberalnym jedynie kodeksom prawa karnego i cywilnego. To jednak musiało zwiększyć odpowiedzialność oraz profesjonalizm ludzi mediów, by nie wchodzili oni w kolizję z prawem oraz zasadami dobrych obyczajów.

Ujmując dzieje rozwoju współczesnej cywilizacji medialnej, Goban-Klas wyróżnia (w duchu ewolucyjnej teorii mediamorfozy Rogera Fidlera) następujące jej etapy: „pismo”, „druk jako obieg wiedzy”, „propaganda i informacja dla mas”, „ikonosfera dla mas”, „muzyka i słowo dla mas”, „ucyfrowienie mediów”, „sieciowanie mediów” i „mobilność mediów”.

Człowiek dzisiejszy – pisze Goban-Klas – musi znaleźć sposoby adaptacji do układu środowiska informacyjnego. Inaczej zamiast imersji, zostanie zatopiony w medialnej rzeczywistości. Adaptacje najlepiej badać na przykładzie młodego i najmłodszego pokolenia, którego zalety i wady są w dużej mierze pochodną zmieniającego się otoczenia, nowych możliwości i wymagań społecznych<sup>7</sup>.

Ta uwaga, związana z oceną miejsca współczesnego człowieka w społeczeństwie informacyjnym i medialnym, musi zmuszać do refleksji nad aktualną jego kondycją moralną oraz zachodzącymi w nim zmianami aksjologicznymi, rzutuującymi na kształt jego interakcji społecznych.

W rozprawie z 2009 roku pt. „Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?” autor zastanawia się również nad stroną etyczną wykorzystywania przez światowe organizacje terrorystyczne mediów do realizacji swych przestępczych celów, w wyniku czego giną setki niewinnych ludzi i szerzy się strach w szerokich gremiach publiczności.

Mimo że dziennikarstwo szczyci się ujawnianiem całej „prawdy”, tj. rzetelnym odzwierciedlaniem zdarzeń i faktów, można do niego odnieść teorie semiotyczne wskazujące na ukryty w nim dyskurs ideologiczny i „strukturalne opozycje”. Obraz społeczeństwa – podkreśla Goban-Klas – zawarty w informacjach dziennikarskich – nie odzwierciedla „rzeczywistości” społecznej jako takiej, lecz w istocie jest konstruowany za pomocą systemu symboli tworzonego przez informacje, które po umieszczeniu w odpowiednich ramach interpretacji nabierają znaczenia i wskazują, co jest dobre, dopuszczalne, naganne, co złe, zwalczane i karalne<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> T. Goban-Klas: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 63–64.

<sup>7</sup> Tamże, s. 245.

<sup>8</sup> T. Goban-Klas: *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?*, Kraków 2009, s. 106–107.

Pokazuje w ten sposób, że również struktura ideologiczna i mitologiczna świadomości społecznej ogranicza wolność dziennikarską i komunikacji medialnej, narzucając ramy interpretacyjne przekazom oraz informacjom, na co winni zwrócić uwagę ludzie mediów, by – w ramach przysługującej im wolności – ich działania i publikacje miały charakter bardziej odpowiedzialny. Autor proponuje więc (szczególnie w momentach kryzysowych, związanych z bezpieczeństwem ogółu społeczeństwa) działania mające na celu osłabianie narastającej „spirali strachu”, twierdząc, że strachem strachu nie da się przezwyciężyć. Poprawne moralnie działania powinny mieć wówczas za zadanie obnażanie istoty terroryzmu oraz ukazywanie jego negatywnych i zbrodniczych źródeł, ale także jego słabości. Chodzi o to, by nie zastraszać publiczności „na przysłowiową śmierć”, nie opisywać oblicza zła moralnego bez wskazywania na jego rzeczywiste przyczyny i powody<sup>9</sup>.

Już w roku 2000 na łamach pisma *Media i My* Goban-Klas opublikował pracę pt. „Etyka i media”, która prawie dziesięć lat później stała się rozdziałem książki „Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji” (2011). Jak łatwo zauważyć, jego rozważania koncentrują się dalej na trójce: **wolność, odpowiedzialność i profesjonalizm**, który także wcześniej określał zakres jego rozważań dotyczących etyki mediów i deontologii dziennikarskiej. Badacz nie rezygnuje zatem z tego rdzenia aksjologicznego określającego specyfikę zjawisk moralnych pojawiających się w komunikacji społecznej oraz medialnej, choć jednocześnie wzbogaca ujęcie o doświadczenia najnowszej ewolucji zarówno starych, jak i nowych mediów, uwzględniając wiedzę na temat ostatnio zaistniałych transformacji oraz mediamorfoz, narzucających pewną optykę oglądu przyszłości tego fragmentu aksjosphery człowieka<sup>10</sup>.

Goban-Klas uważa, że w obecnej sytuacji komunikacyjnej kwestie etyki mediów stają się ważne, obserwuje się wielokierunkowy rozwój tzw. kodeksów etyki dziennikarskiej oraz praktyki mediów. Odpowiedzialność w tego typu zawodach jest określana przez wybrane wartości oraz zasady, które należy kultywować. Do ich wdrożenia trzeba usilnie dążyć, bo stan zaufania do mediów często wystawiany jest na próbę – podważany jest autorytet społeczności dziennikarskiej oraz kondycja moralna mediów.

Rozwijając własne, stosunkowo tradycyjne stanowisko w kwestii komunikowania medialnego, mającego zdecydowany wpływ na komunikowanie społeczne w Polsce, Goban-Klas analizuje podstawowy dokument, tj. Kartę Etyczną Mediów, którą podpisały w roku 1995 najważniejsze organizacje i instytucje medialne – jak: Telewizja Polska, Polskie Radio, Polsat, stowarzyszenia nadawców, wydawców i dziennikarzy. Sygnatariusze zadeklarowali, że będą się kierować w swej pracy zasadami: prawdy, obiektywizmu, oddzielania informacji od ko-

<sup>9</sup> Tamże, s. 264–267.

<sup>10</sup> Por. T. Goban-Klas: *Etyka a media, Media i My* 2000, nr 1, s. 2–38; tenże: *Etyka i media: między wolnością, odpowiedzialnością i profesjonalizmem*, [w:] tenże: *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Kraków 2011, s. 457–465.

mentarza, uczciwości, szacunku i tolerancji, pierwszeństwa dobra odbiorcy nad dobrem nadawcy oraz wolności i odpowiedzialności.

Rychło jednak praktyka pokazała, że te piękne deklaracje często są pustymi obietnicami. „Stare przysłowie mówi – pisze Goban-Klas, mając na uwadze znane praktyki medialne i towarzyszące im skandale – że piekło jest wybrukowane dobrymi intencjami”. Więc może lepiej zabawić się w *advocatus diaboli* i przeciwstawić się argumentom, iż te karty i zasady są mało warte (w wersji skrajnej „kodeksy etyczne są bezużyteczne i są listkiem figowym dla codziennej etycznej praktyki”), a może nawet szkodliwe („kodeksy etyczne stanowią zaprzeczenie wolności prasy”)<sup>11</sup>. Autor jasno eksponuje sprzeczności obecne w tych aktach regulacji etycznej: jeśli media muszą głosić prawdę, nie mogą być wolne, a jeśli muszą być również obiektywne, to tym bardziej nie mogą być wolne.

Generalnie Goban-Klas uważa, że zasady etyczne zawarte w Karcie są dla mediów szkodliwe, bo nakładają na nie nadmiar odpowiedzialności, w praktyce niemożliwej do urzeczywistnienia. Odwołując się do opinii znanego dziennikarza brytyjskiego Davida Randa i do jego negatywnego stosunku do kodeksów etycznych w mediach, zauważa:

W praktyce dziennikarskiej obowiązuje zasada podwładności, co znaczy, że dziennikarz pisze, jak szef każe. Co gorsze, funkcyjni dziennikarze-moralizatorzy z reguły co innego polecają, a co innego publicznie pochwalają. Zupełnie jak pewien ksiądz, który wiedząc, iż jego parafianie znają słabości jego charakteru, kończył swe kazania apelem: „Czyńcie jako nauczam, a nie jak czynię”<sup>12</sup>.

Odwołując się do praktyki wielu dziennikarzy i ludzi mediów, autor konstatuje, że omawiane zasady są zbyt obligujące, by je literalnie stosować, ale z drugiej strony ich odrzucenie jest również niemożliwe, bo doprowadziłoby do pełnego rozregulowania w obszarze etyki komunikowania medialnego. Mając na uwadze dziennikarską i medialną praktykę w PRL-u, kiedy to kwestie etyczne w komunikowaniu zostały zepchnięte na drugi plan i poddane instrumentacji ideologicznej, Goban-Klas eksponuje nowe stanowisko w sprawie praktyki dziennikarskiej oraz szeroko pojętej komunikacji medialnej. Przypomina, że zasady cenzury w okresie PRL-u pod wieloma względami zalecały etyczność dziennikarzom, instytucjom komunikacyjnych, choć wolność słowa była wtedy zasadniczo nieobecna.

Jednak po odzyskaniu tej wolności, o którą walczyło środowisko dziennikarskie oraz instytucje i organizacje medialne, przyszedł etap starań o odpowiedzialność w mediach. Niczym nieograniczona wolność dziennikarzy oraz mediów jest również – podkreśla krakowski teoretyk mediów – niebezpieczna dla nich, bo naraża na procesy i kary sądowe oraz utratę autorytetu, co ogranicza skuteczne pełnienie misji oraz podstawowe funkcje informacyjne. Na pierwszy rzut oka wydaje się, sędzi badacz, że między wolnością i odpowiedzialnością zachodzi radykalna sprzeczność, lecz skrajne rozwiązania nie są tu właściwe. Przy braku odpo-

<sup>11</sup> Tamże, s. 458.

<sup>12</sup> Tamże, s. 459.

wiedzialności, wolność przeradza się mimowolnie w skrajną samowolę, prowadzi do chaosu komunikacyjnego i społecznego, staje się źródłem zła powszechnego, w którym wszyscy mimowolnie uczestniczą. Według Gobana-Klasa

W relacji „wolność – odpowiedzialność” zachodzą trzy możliwe proporcje. W jednej dominuje całkowicie wolność, w drugiej zbalansowanie wolności i odpowiedzialności, w trzeciej – przeważa odpowiedzialność. Tylko środkową pozycję godzi się uznać za korzystną i zawodowo, i społecznie. Optymalne zatem jest **zbalansowanie** [podkreślenie moje – I.S.F.] tych dwóch wartości: nie ma wolności bez odpowiedzialności, nie ma odpowiedzialności bez wolności<sup>13</sup>.

W praktycznej działalności dziennikarzy oraz mediów utrzymanie „sytuacji zbalansowanej” jest jednak bardzo trudne, bo środowisko komunikacyjne jest z natury niestabilne i często zmierza ku skrajnościom, czyli nadmiarowi wolności lub odpowiedzialności. Potrzebna jest zatem dodatkowa wartość stabilizująca ten dynamiczny i ewoluujący układ. Tą dodatkową wartością, na którą Goban-Klas wskazywał już wcześniej, jest niewątpliwie **profesjonalność**, która ma trzy swoje oblicza, tzn. typowo zawodowe, doktrynalne oraz teoretyczne. Chodzi o to, by w praktyce między tymi trzema stronami opinii o profesjonalizmie dziennikarzy oraz mediów nastąpiła **spójność**, by rozważania doktrynalne i teoretyczne oraz realizowane standardy komunikacyjne związane z etycznym wymiarem pracy dziennikarzy i działania mediów miały swoje reprezentatywne potwierdzenia w empirycznych pracach badawczych<sup>14</sup>. Autorowi chodzi głównie o to, by w badaniach empirycznych nad etyką dziennikarzy oraz instytucji medialnych obowiązywały spójne semantycznie kategorie tych zjawisk na poziomie teoretycznym, doktrynalnym oraz praktycznym.

Do podjęcia takich badań zmuszają radykalne zmiany w komunikowaniu, które obecnie szybko przenosi się do środowiska sieciowego, gdzie odbiorca (użytkownik) ma w praktyce prawa zrównane z nadawcą – a czasem nawet większe – podczas gdy jego wolność komunikacyjna najczęściej wymyka się spod jakiegokolwiek kontroli. Trudno tu więc mówić o jakiejś odpowiedzialności, która balansowałaby tę wolność, która *de facto* ociera się o samowolę.

Goban-Klas ma pełną świadomość nieustającej mediamorfozy współczesnych systemów medialnych, zarówno tych publicznych i komercyjnych, jak i prywatnych jednostek oraz grup tworzących wirtualne społeczności, produkujących na swoich portalach i wortalach konkurencyjne przekazy informacyjne, które walczą o obecność w agendach wiodących mediów. To często prowadzi do powstawania tzw. „agend negocjowanych”, tzn. umiejscowionych pomiędzy tymi systemami medialnymi. W takim wypadku wolność i odpowiedzialność stron komunikowania muszą **być zbalansowane**, jeśli przekaz ma być w miarę poważny i zadowalać pofragmentowaną publiczność współczesnych, starych i nowych mediów,

<sup>13</sup> Tamże, s. 461–462.

<sup>14</sup> Tamże, s. 463.



ulegających wielostronnym procesom zarówno konwergencji, jak i dywergencji w ramach szeroko rozumianego komunikowania medialnego i społecznego.

Pole semantyczne mediów, które wskazał badacz, jest obecnie szczególnie ważne, a świadomość konieczności określania możliwości i ograniczeń staje się we współczesnym „społeczeństwie ryzyka” kluczową dla dalszej ewolucji mediasfery i poprawnego wypełniania przez nią obowiązków właściwego rozsiewania informacji i dysponowania nią.

Idąc za myślą angielskiego eksperta z dziedziny wychowania moralnego, Nicka Tate’a, Goban-Klas przytacza dziesięć takich zasad, które powinny odnosić się nie tylko do praktycznej działalności dziennikarzy i instytucji medialnych, ale także obejmować publiczność mediów, mającą pełną swobodę interaktywnych zachowań wobec emitowanych przekazów. Owe zasady to: uczciwość, szacunek dla innych, grzeczność, umiejętność wybaczenia, *fair play*, punktualność, unikanie przemocy, cierpliwość, lojalność i dyscyplina<sup>15</sup>. Jasno z tego wynika, że zakres trójkąta **wolności, odpowiedzialności i profesjonalizmu** powinien być rozszerzony na całą publiczność mediów, do czego konieczna jest nie tylko alfabetyzacja, ale również etyczna edukacja medialna<sup>16</sup>.

### *Zamiast zakończenia: transformacja współczesnego człowieka a kwestia odpowiedzialności i wolności w mediach*

Współczesny człowiek, członek społeczeństwa informacyjnego, żyje w „globalnej wiosce” i staje się również „człowiekiem uczestniczącym” w „zbiorowym podmiocie komunikacyjnym”, co powoduje, że jego władze poznawcze oraz ośrodki decyzyjne wymykają się tradycyjnie rozumianej, podmiotowej kontroli. Jego psychika, ciało i racjonalność weszły bowiem w skład większych wspólnot cielesnych, psychicznych i racjonalnych, w które został przedłużony i podłączony, a które scala świadomość zbiorowa uczestników, już nie tylko narodowościowa, narodowa, ale o szerszym charakterze, nawet globalnym. W praktyce komunikacyjnej człowiek współczesny nie funkcjonuje już jako typowa osoba, ale jako twór mimowolnie „osobowo przedłużany” w sferę tej „powłoki kultury”, opisanej przez Derricka de Kreckohove’a. Wymogi związane z „byciem odpowiedzialnym”, które zwykło się nakładać na osobę – jednostkowy i wyodrębniony podmiot ludzki o określonej świadomości – obecnie odnoszą się do diametralnie odmiennej struktury bytowej, do owego konglomeratu „człowieczo-bio-techno-komunikacyjnego”, niekiedy przypominającego nawet cyborga, więc nie trafiają na odpowiedni grunt podmiotowy.

<sup>15</sup> Tamże, s. 469–474.

<sup>16</sup> Kwestie te podjąłem w artykule Etyka publiczności i mediów. Zarys problematyki, [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.): Współczesne media. Status – aksjologia – funkcjonowanie, Lublin 2009, s. 94–104.

Człowiek – jako tak przekształcona struktura osobowa – nie jest w stanie w tej nowej wirtualnej przestrzeni komunikowania do końca kontrolować swego przedłużonego ciała, psychiki i racjonalności. Mimowolnie podlega bowiem determinacjom mechanizmów biotechnologicznych i psychospołecznych, umożliwiających komunikowanie, oraz mechanizmów związanym z rozwojem i konstytuowaniem się zbiorowości ludzi powstającej wskutek oddziaływania na nich komunikacji. Chodzi o zjawiska opisywane np. jako „spirala milczenia” lub „spirala ujadania i jazgotu” – masowe formy zachowań publiczności starych, ale i nowych mediów<sup>17</sup>.

Nowe technologie i związane z nimi zmiany w interakcjach społecznych ludzi mają zatem kluczowy wpływ na jednostkowe postawy i wybory użytkowników zarówno starych, jak i nowych mediów. Człowiek użytkujący je, pozostający w takich układach oraz kontekstach technologicznych i społecznych, nigdy nie może być w pełni odpowiedzialny za swoje działania i czyny, bo często zachodzą one niezależnie od jego, zresztą bardzo ograniczonej i wielorako zdeterminowanej woli. Nie jest więc zdolny do korzystania w pełni z wolności. Nawet przy najlepszych chęciach nie może udźwignąć ciężaru tak „przedłużonej podmiotowo odpowiedzialności”, którą nakładają na niego McLuhanowskie ekstensje, dodatkowo nieustannie symulowane. Staje się więc kolektywną częścią rozbudowanego medialnie podmiotu komunikacyjnego, niemogącą mieć większego i jednoznacznego wpływu na kierunki działania takiego konglomeratu oraz zachodzące w nim wydarzenia, a więc i „przemieszczające się” przez niego procesy komunikacyjne.

Paradoksalnie, przedstawione transformacje osobowości człowieka uzasadniają pytanie o odpowiedzialność mediów oraz o odpowiedzialność użytkowników komunikujących się w mediach, bo człowiek przenika media, a media człowieka, stając się jego przedłużeniem. Mając świadomość tego stanu rzeczy, winien on w sposób szczególny zwracać uwagę na odpowiedzialne medialne komunikowanie i związane z nim powinności. Winien za pomocą mediów (bo jego odpowiedzialna postawa za formy i treści przekazu będzie się w nie przedłużać wraz z odpowiedzialnymi zachowaniami innych użytkowników) pomnażać skalę odpowiedzialności oraz wolności komunikacyjnej w ich przestrzeniach.

Dlatego warto zwrócić uwagę na odmienne od tradycyjnego podejście do pola etycznego mediów, reprezentowane przez Gobana-Klasa, który widzi konieczność zbalansowanego a nie rygorystycznego podchodzenia do wartości wolności – tzn. w ścisłym jej powiązaniu z wartością odpowiedzialności. Stosunek pomiędzy tymi wartościami powinna określać zawsze konkretna sytuacja społeczno-komunikacyjna. Zjawiska etyczne w ten sposób postrzegane i opisywane przez krakowskiego teoretyka mediów wydają się bardziej zgodne z ujęciami współdziałania poszczególnych elementów podmiotów kolektywnych powstających

<sup>17</sup> E. Noelle-Neumann: Spirala milczenia. Opinia publiczna – nasza skóra społeczna, Poznań 2005, s. 26–27 i 78–79; I.S. Fiut: Od spirali milczenia do spirali ujadania i jazgotu, [w:] tenże: Media @ Internet. Szkice filozoficzno-medioznawcze z lat 2000–2006, Kraków 2006, s. 164–174.

w komunikowaniu w kategoriach teorii gier, szczególnie tych o sumie niezerowej<sup>18</sup>. Takie ujęcie ma tę zaletę, że umożliwia również dostrzeganie rzeczywistego kierunku balansowania ludzi mediów i instytucji medialnych pomiędzy wartościami wolności i odpowiedzialności, przy jednoczesnym wskazywaniu na potrzebę wysokiego prestiżu profesjonalizmu dziennikarskiego oraz medialnego w polu etycznym infosfery, które trafnie wydzielił z niej Goban-Klas<sup>19</sup>.



---

<sup>18</sup> R. Wright: *Nonzero. Logika ludzkiego przeznaczenia*, Warszawa 2008, s. 361–365.

<sup>19</sup> Piszę o tym szerzej w innym miejscu – por. I.S. Fiut: *Odpowiedzialność a medialna transformacja podmiotu ludzkiego. Propozycja etyki growej*, [w:] tenże: *Duchowości: człowiek i wartości*, Kraków 2012.

# STATUS ONTOLOGICZNY INTERNETU W POGLĄDACH TOMASZA GOBANA-KLASA I ROLA PROFESORA W KSZTAŁTOWANIU NAUKI O MEDIACH W POLSCE<sup>1</sup>

MAGDALENA SZPUNAR

## ABSTRACT

### **Ontological status of the Internet in the views of Tomasz Goban-Klas and his role in shaping the media sciences in Poland**

The article addresses the challenges with the views of Professor Tomasz Goban-Klas on the Internet and his role in the development of communication sciences in Poland. The article includes Goban-Klas' views associated with the ontological status of the Internet, its specificity as compared to other media and the different models of use – thoughtless surfing and active sailing. The author argues that Professor entered the canon of the Polish media studies and certainly should be considered as one of the first initiators of the Polish communication science.

**Key words:** Tomasz Goban-Klas, ontological status of the Internet, the development of the media science in Poland

**Słowa kluczowe:** Tomasz Goban-Klas, status ontologiczny internetu, kształtowanie nauki o mediach w Polsce

Przywykliśmy do sytuacji, w której o nowych mediach, na czele z internetem, najczęściej i najchętniej piszą młodzi pracownicy nauki. Oni to bowiem jako re-

---

<sup>1</sup> Rada Języka Polskiego uznaje, iż słowo internet można pisać zarówno małą, jak i wielką literą. Wielką literą, gdy termin ten oznacza konkretną sieć globalną, gdy sieć jest traktowana jako medium, a nie jako system. Takie rozróżnienie pojawia się na przykład w Wielkim słowniku ortograficznym języka polskiego (Markowski 1999), gdzie Internet pisany wielką literą jest traktowany jako nazwa własna, internet pisany małą literą jako każdy system łączności komputerowej.

✉ Adres do korespondencji: Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica, Wydział Humanistyczny, ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków, e-mail magdalena\_sz@wp.pl

prezentanci cyfrowych tubylców, zanurzeni w cyfrowej rzeczywistości, najtrafniej potrafią tę rzeczywistość opisywać. Czy rzeczywiście? Może właśnie jest tak, jak pisał Marshall McLuhan: „Ryby nie wiedzą, że woda istnieje, póki nie zostaną wyrzucone na brzeg”. Może właśnie to głębokie, immersyjne zanurzenie w wirtualnym środowisku ów ogląd wirtualnej rzeczywistości raczej utrudnia, zaciemnia, przysłaniając najistotniejsze jego elementy?

Tak oczywiście być nie musi, ale nierzadko tak właśnie jest. Będąc jak ryba, nierzadko nie zdajemy sobie sprawy z tego, jak ważna jest w naszym życiu woda, która nie tylko determinuje naszą codzienność, ale w ogóle umożliwia naszą egzystencję. Z drugiej strony perspektywa ryby może powodować przecenianie roli wody w naszym życiu. Tak samo jest z internetem. Kłopoty z wejściem w rolę zewnętrznego obserwatora mogą implikować trudności z obiektywnym oglądem rzeczywistości. Wzmacnia je także fakt, iż poddawana jest ocenie rzeczywistość, która jest *in statu nascendi*.

### *Internet – pomiędzy mysterium tremendum a mysterium fascinans*

Spojrzenie Profesora Tomasza Gobana-Klasa na internet łączy w sobie świeżość z wyważoną diagnozą. I na tym właśnie zasadza się trafność czynionych przez niego obserwacji. Co paradoksalne – sprzęga ze sobą zarówno spojrzenie technoentuzjasty, jak i technosceptyka, ale właśnie paradoksalność stanowi – jego zdaniem – immanentną cechę tego medium<sup>2</sup>.

W roku 2011 zrodziła się w mojej głowie idea publikacji, której celem byłoby ukazanie złożoności internetu i jego różnych wymiarów. Zdawałam sobie sprawę, iż mimo upowszechnienia tego medium, ciągle trudno o rzetelną i interesującą refleksję nad nim. Internet znajduje się w sferze pomiędzy *mysterium tremendum* (wywołuje lęk i grozę u cyfrowych imigrantów, dla których stanowi *terra incognita*), a *mysterium fascinans*<sup>3</sup> (cyfrowych tubylców fascynuje i urzeka). By uży-

<sup>2</sup> Zob. T. Goban-Klas: Internet jako paradoks, [w:] M. Szpunar (red.): Paradoxy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe, Toruń 2011, s. 9–20.

<sup>3</sup> Odwołuję się tutaj do koncepcji cyfrowych tubylców i cyfrowych imigrantów autorstwa Marca Prensky'ego. Cyfrowi tubylcy to osoby, które dorastały w środowisku nowych technologii (dojrzwienie w środowisku wysoce technologiczowanym sprawia, że przestrzeń wirtualna staje się dla nich prymarnym, naturalnym środowiskiem). Osoby te szybko się nudzą, mają problemy ze zrozumieniem długiego i skomplikowanego tekstu, preferują obraz i dźwięk. Urządzenia mobilne to dla nich przedmioty osobiste, z którymi wiążą swoją codzienną egzystencję, język internetu to ich *lingua franca*. Cyfrowi imigranci dopiero w pewnym momencie swojego życia, najczęściej już jako dorośli, po raz pierwszy socjalizują się do nowej technologii, jaką jest internet. W procesie nauczania preferują systematyczność i cierpliwość. Wykazują problemy ze zrozumieniem tego, co dzieje się w wirtualnej rzeczywistości, i wobec nowych mediów są nieufni. Cyfrowi imigranci, próbując przyswoić język nowych mediów, zdekodować znaczenia przypisywane nowym technologiom przez młodych, jednakże analogicznie jak imigranci, z reguły pozostają outsiderami, nie asymilując się ze środowiskiem cyberprzestrzeni. Chociaż z reguły opanowują umiejętność obsługi internetu i komputera, to posługiwanie się tymi narzędziami, nie stanowi naturalnego elementu ich codziennej egzystencji – zob. M. Prensky: Digital Natives, Digital Immigrants, <http://www.marcprensky.com/>

skąć możliwie kompleksowy opis owego internetowego biasu<sup>4</sup>, zaprosiłam do współpracy przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych.

Szybko okazało się, iż to, co w założeniu miało być siłą przygotowawanego pod moją redakcją tomu, zaczęło stawać się jego słabością. Trudno mi było znaleźć jakiś uniwersalny klucz, który spinałby tak różne ujęcia internetu. W momencie niemal całkowitego zwątpienia, na moją skrzynkę mailową przyszedł tekst Profesora Gobana-Klasa. Nie chciałam popadać w zbyt ni patos, ale to była eureka. W nim bowiem znalazłam lejtymotyw, który pozwalał połączyć ze sobą tak zróżnicowane teksty. Owym motywem stał się paradoks, który doskonale oddawał antynomie, sprzeczności, a nawet antagonizmy wpisane w naturę tego niezwykle zróżnicowanego medium.

Goban-Klas zwraca uwagę, że to właśnie paradoksy: „mają istotne znaczenie dla wykrywania nieściśłości definiowania. Skłaniają do odejścia od rutynowego spojrzenia, zmiany punktu widzenia. Paradoks łączy sprzeczności, formułując tym samym nowe prawdy (antyteza i/lub inkluzja)”<sup>5</sup>. Jego zdaniem internet w wielu wymiarach ujawnia kontradiktoryjną naturę – jest bowiem zarówno umiejscowiony, ale także pozaprzestrzenny, stały ale i płynny, czasowy ale i asynchroniczny. Kolejnymi antynomiami są – zdaniem krakowskiego uczonego – te, które sprawiają, że jest płaski i hierarchiczny, ale także zarządzalny i anarchiczny, zamknięty i otwarty, płatny i darmowy, stacjonarny i mobilny. Powoduje to trudności z jego jednoznacznym klasyfikowaniem i ujmowaniem w dotychczas znanych nam kategoriach.

---

writing/prensky%20-20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf. Z kolei koncepcja *mysterium tremendum* a *mysterium fascinans* pochodzi od Rudolfa Otto. Niemiecki filozof wiązał ją z religią. Jego zdaniem, wobec sfery *sacrum* nasze uczucia są ambiwalentne – od strachu, lęku i obawy po fascynację i intensywne zaangażowanie. Religia według Otto to przede wszystkim uczucia i wewnętrzne przeżycia. Obszar *sacrum* zatem rozciąga się od *mysterium tremendum* pełnego grozy, mocy, tajemnicy, strachu po *mysterium fascinans*, w które wpisana jest fascynacja, ale także miłość, łaska i obietnica zbawienia. – zob. R. Otto: *Świętość: elementy irracjonalne w pojęciu bóstwa i ich stosunek do elementów racjonalnych*, Thesaurus Press, Wrocław 1993.

<sup>4</sup> Oddziaływanie na linii medium – społeczeństwo możemy określić za Innisem jako bias, który determinuje strukturę społeczną i wartości. Innis uważał, iż pismo symbolizuje władzę czasu. Dla kultury oralnej właściwe są zamknięte, statyczne, niezmiennie i trudno poddające się zmianie struktury, z tradycyjnymi formami władzy. W kulturze tej pamięć o przeszłości i kultywowanie tradycji stanowią niezwykle ważne wartości. Kultura pisma z kolei implikuje ekspansję terytorialną, dynamizm i otwarcie. Swoją deterministyczną postawę wobec dominującego środka przekazu kanadyjski badacz wyraża następującymi słowami: „używanie przez dłuższy czas jakiegoś środka komunikacji określa w pewnej mierze kształt przekazywanej wiedzy, a gdy jego oddziaływanie staje się dominujące, prowadzi w końcu do stworzenia cywilizacji, która z upływem czasu z coraz większym trudem zachowuje żywotność i elastyczność, aż pojawi się nowe medium, o nowych możliwościach, które dadzą początek nowej cywilizacji”, por. H. Innis: *Nachylenie komunikacyjne, Communicare. Almanach antropologiczny. Temat 2: Oralność/Piśmienność* 2007, s. 10.

<sup>5</sup> T. Goban-Klas: *Internet jako paradoks*, jw., s. 9.

### *Paradoksalna natura internetu*

Paradoksalną naturę tego medium dostrzega badacz w samej jego nazwie, gdyż jest on inter-netem, a więc między-siecią, nie prostą siecią, a układem powiązań między sieciami. Polski medioznawca stawia niekonwencjonalną tezę, pisząc: „Internet jednak to nie jest sieć ani medium, lecz system, który staje się tak złożony jak społeczeństwo, a sam staje się jakby jego wirtualną kopią”<sup>6</sup>. Prawdopodobnie nie chodzi tutaj Gobanowi-Klasowi o nieklasyfikowanie internetu jako medium w ogóle, lecz o wskazanie, że kategoryzowanie go wyłącznie jako medium analogicznego do jego staromedialnych poprzedników byłoby znacznym zawężeniem, gdyż od dawna (jak zwrócił uwagę Manuel Castells) „Internet stał się tkanką naszego życia”<sup>7</sup>, a więc jest nie tylko medium, z którego korzystamy od czasu do czasu, ale czymś prymarnym, nierozzerwalnie związanym z życiem współczesnego człowieka, determinującym każdą sferę tego życia.

Kolejny paradoks internetu Goban-Klas dostrzega w obfitości danych *online* i łatwości manipulacji nimi. Internet mający poszerzać – zgodnie z McLuhanowską koncepcją – możliwości naszych zmysłów, osłabia je, czyni człowieka nieodpornym wobec bezmiaru informacji, z jakimi spotyka się w przestrzeni internetowej. Należy zwrócić uwagę, iż kultura cyfrowa, chociaż otwarta – jest kulturą nadmiaru. Internet rozszerza nasz dostęp do informacji, nie poszerza jednak możliwości ich przyswojenia. Uwaga jest zasobem słabo powiększalnym, jednakże jest kluczowa w procesie konsumowania informacji. By móc internalizować nowe informacje, konieczne jest ograniczenie, albo wyeliminowanie innych, konkurujących o naszą uwagę bodźców.

Ceniący metafory Goban-Klas w jednym ze swoich tekstów porównuje internet do dziobaka – zwierzęcia łączącego w sobie cechy ssaka, ptaka, ale także gada, co utrudnia klasyfikowanie go w klasycznych kategoriach taksonomicznych<sup>8</sup>. Analogicznie, internet to taki medialny dziobak, który jest zarówno nowym, jak i starym medium<sup>9</sup>. Badacz zwraca uwagę, iż: „metafory są potężnym narzędziem nie tylko objaśniania, ale odzwierciedlania oraz kształtowania ludzkich wyobrażeń o naturze rzeczy, a w konsekwencji wpływają na działania społeczne”<sup>10</sup>. Metafory, chociaż w wielu wypadkach nie spełniają reguły naukowości, pozwalają wyjaśniać i przybliżać to, co wymyka się klasycznym regułom. Metafory bliskie

<sup>6</sup> Tamże, s. 16.

<sup>7</sup> M. Castells: *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2001, s. 11.

<sup>8</sup> Por. T. Goban-Klas: *Ontologia Internetu*, [w:] L. Haber (red.): *Spółeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość*, Kraków 2004, s. 34.

<sup>9</sup> Por. M. Szpunar: *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa 2012.

<sup>10</sup> T. Goban-Klas: *Surfowanie czy żeglowanie w cyberprzestrzeni czyli o wychowaniu człowieka medialnego i mobilnego Homo Internetus*, [w:] L. Haber (red.): *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego: dylematy cywilizacyjno-kulturowe*, Kraków 2002, s. 41.

są heurystyce, która proponuje, by w sytuacji braku pełnej informacji, sięgać do intuicji i wyobraźni. Ważniejsze zatem staje się tutaj pobudzenie myślenia, stawianie pytań, niż samo wyjaśnianie.

Wydaje się, iż to właśnie naukowcy podejmujący problematykę związaną z internetem szczególnie sobie ową metaforykę upodobali<sup>11</sup>. Najchętniej eksploatowanymi internetowymi lejtymotywami są metafory: globalnej sieci, oceanu, agory, infostrady, cyfrowej biblioteki, wieży Babel, enklawy wolności czy cyfrowej biblioteki. Goban-Klas słusznie zauważa, iż naukowcy i publicyści podejmujący problematykę internetu szczególnie ulubili sobie metafory wodne. Terminem, który na stałe zadomowił się w okołointernetowym dyskursie, jest surfowanie, które dzisiaj raczej kojarzy się nam z przeczesywaniem stron internetowych, niż pływaniem na desce surfingowej. Z kolei cyfrowo przetworzone sygnały stosowane w transmisji informacji zwykliśmy określać mianem „strumienia informacji”, zaś nadmiar informacji nazywamy „potopem” czy „zalewem”.

### *Surfowanie czy żeglowanie? – dwa modele użytkowania Sieci*

Goban-Klas wyróżnia dwa typy użytkowania internetu – pierwszy z nich określa mianem surfowania, drugi – żeglowania. Surfowanie, wedle jego koncepcji, jawi się jako niska forma korzystania z Sieci, gdyż jest to: „ślizganie się po powierzchni, bez celu, dla chwilowej przyjemności. Wynikiem surfowania jest chwilowe spełnienie, skakanie po linkach i hipertekście, zaskoczenie błyskotliwym pytaniem w inteligentnym czatowaniu na VIPa”<sup>12</sup>. Jako wyższą formę użytkowania internetu możemy uznać żeglowanie, które jego zdaniem: „jest bardziej fascynujące, choć dużo trudniejsze”<sup>13</sup>. Badacz nie dokonuje prostego wartościowania lepsze – gorsze użycie. Zwraca uwagę, iż obie formy są wobec siebie komplementarne, a nie wykluczające, jednakże postuluje, by wybierać raczej racjonalne, szkoleniowe wykorzystanie tego medium niż emocjonalno-rozrywkowe, typowe dla surfowania.

Niestety, ten inspirujący podział nie zadomowił się w dyskursie okołointernetowym. Dzisiaj nieco się zdezaktualizował, przypomnijmy jednak, że owej klasyfikacji autor dokonał jeszcze w 2002 roku, a więc w początkowej fazie upowszechniania tego medium. Obecnie coraz częściej mówi się nie o internecie, a internetach, ze względu na różne formy jego użytkowania i praktyki kulturowe wobec niego przejawiane.

Dwukrotnie Profesor recenzował moje książki. Pierwszą z nich „W stronę nowych mediów” w roku 2010, drugą „Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego” w roku 2012. Recenzje wydawnicze – jak wiemy –

<sup>11</sup> Por. M. Hendrykowski: *Metafory internetu*, Poznań 2005.

<sup>12</sup> T. Goban-Klas: *Surfowanie czy żeglowanie...*, jw., s. 43.

<sup>13</sup> Tamże, s. 44.



bywają różne, od kurtuazyjnych, które poza grzecznościowymi formułami i standardowymi konwencjami wygłaszanymi pod adresem autora niewiele wnoszą, po takie, które należy uznać za merytoryczne i rzeczowe, bowiem pozwalają spojrzeć autorowi na swoją pracę z nieco innej perspektywy i sprawić, by ostateczny wynik był jak najlepszy.

Recenzje Gobana-Klasa, w obu wypadkach zaliczyłabym do tej drugiej kategorii. Chociaż nie z wszystkimi uwagami skłonna byłam się zgodzić, za każdym razem pewne wątki analizowałam na nowo, biorąc pod uwagę perspektywy, których wcześniej nie dostrzegałam lub uznawałam za mało znaczące. Proste pytania zasiewały szereg wątpliwości, które domagały się domknięcia, udzielenia odpowiedzi. Śmiałe tezy, prekursorskie spostrzeżenia stanowiły immanentną cechę tychże recenzji. Zdziwiła mnie w nich świeżość spojrzenia oraz znajomość aktualnej literatury.

Co ciekawe, współpraca nie kończyła wraz z oddaniem publikacji do druku. Profesor kontynuował tę naszą intelektualną przygodę, podsyłając mi od czasu do czasu informacje o najświeższych badaniach, publikacjach czy linki do raportów. Już wtedy zdałam sobie sprawę, iż praca naukowa w jego wypadku jest nie tyle pracą, ile pasją, której zdaje się poświęcać każdą wolną chwilę.

### *Rola Tomasza Gobana-Klasa w kształtowaniu nauki o mediach w Polsce*

Książka „Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu” autorstwa Gobana-Klasa, doczekała się aż czterech wydań – 1999, 2004, 2005 i 2006. To klasyka, której nie wypada nie znać, elementarne kompendium wiedzy dla każdej osoby zainteresowanej medioznawstwem, komunikologią i historią mediów. Z pewnością niemal każdy student dziennikarstwa, ale także socjologii, politologii, kulturoznawstwa czy pedagogiki, nie mógł się z nią nie zetknąć. Można się spierać, czy akurat taki przegląd teorii i koncepcji medioznawczych jest najbardziej trafny, jedno jest jednak pewne, publikacją tą Profesor wpisał się w kanon polskiego medioznawstwa. Obok Walerego Pisarka z pewnością należy Go uznać za twórcę polskiej nauki o komunikowaniu – o której uznanie jako pełnoprawnej dyscypliny naukowej walczył od kilku lat. Po raz pierwszy inicjatywa powołania do życia i usankcjonowania nowej dyscypliny naukowej publicznie została ogłoszona na I Kongresie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej – o takiej potrzebie na tymże kongresie mówił w swoim wystąpieniu właśnie Goban-Klas. Z początkiem roku 2009 profesor pisał: „Na aktualnej liście Centralnej Komisji do spraw Stopni i Tytułów z 24 października 2005 roku w naukach humanistycznych nie znalazła się nowa, lecz bardzo dynamicznie rozwijająca się **dyscyplina nauk o komunikacji społecznej i mediach** [podkreślenie – M.S.]. Można zrozumieć ostrożność gremium kierującego się zapewne swoistym pojmovaniem tzw. brzytwy Ockhama, iż nie należy mnożyć

istnień ponad potrzebę. Wszakże w tym wypadku ta potrzeba jest oczywista, powiedzianym nawet – pałąca”<sup>14</sup>.

Zwróćmy uwagę, iż z propozycji nazwy nowo tworzonej dyscypliny wysuniętej przez Profesora ostatecznie usunięto człon *komunikacja społeczna*, ograniczając tę gałąź nauki do obszaru *nauk o mediach*. Prawdopodobnie chodziło tutaj o niedublowanie pojęcia *komunikacja społeczna*, gdyż funkcjonuje ono już w ramach innej dyscypliny naukowej – naukach o poznaniu i komunikacji społecznej, choć należy zwrócić uwagę, iż dyscyplina ta cieszy się szczególną popularnością wśród filozofów, kognitywistów czy psychologów, a nie medioznawców czy komunikologów. Profesor zresztą w cytowanym tekście wskazywał na dwie możliwe trajektorie tworzenia nowej dyscypliny. Pierwszą z nich miała być likwidacja bądź zmiana nazwy mało aktywnej dyscypliny nauk o poznaniu i komunikacji społecznej, drugą – wprowadzenie nowej dyscypliny nauk społecznych. Ostatecznie zdecydowano się na *nauki o mediach*<sup>15</sup> i taki zapis znajduje się w Rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych.

Kolejnym elementem dyskusji na temat tożsamości i specyfiki nauk o mediach na tle innych obszarów wiedzy była ogólnopolska konferencja „Tożsamość nauk o mediach” zorganizowana w dniach 21–22 czerwca 2012 roku przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Spotkanie naukowców zainteresowanych mediami otworzył referat Profesora Gobana-Klasa zatytułowany „Krystalizacja tożsamości dyscypliny”. Na konferencji tej zwrócono uwagę, iż – tak naprawdę – sukces polskich medioznawców jest połowiczny. Ustawodawca co prawda uznał naukę o mediach za odrębną dyscyplinę naukową, jednakże ciągle nieprecyzyjnie ustalony jest jej zakres tematyczny. Wystąpienia licznych specjalistów z tej dziedziny oraz głosy w dyskusji z pewnością pomogły go doprecyzować.

Powołanie do życia dyscypliny: nauki o mediach to niewątpliwy sukces Profesora Tomasza Gobana-Klasa i innych polskich medioznawców, jak profesorowie: Jerzy Adamowski, Marek Jabłonowski czy Konstanty Wojtaszczyk, którzy opracowali jej przedmiot i zakres badań<sup>16</sup>, ale także wszystkich tych, którzy naukowo zajmują się mediami. Od tej pory bowiem będą mogli zdobywać stopnie naukowe w obszarze nauk o mediach, nie próbując naginać swoich badań do specyfiki innych dyscyplin naukowych i pozostając w granicach problematyki, którą się na

<sup>14</sup> <http://www.nauka.gov.pl/nauka/nauka-dla-kazdego/raporty-i-publicacje/sprawy-nauki/forum/forum/artypul/nauki-o-mediach-i-komunikacji-spolecznej-jako-nowa-dyscyplina-nauk-humanistycznych/>, dostęp: 20.12. 2012.

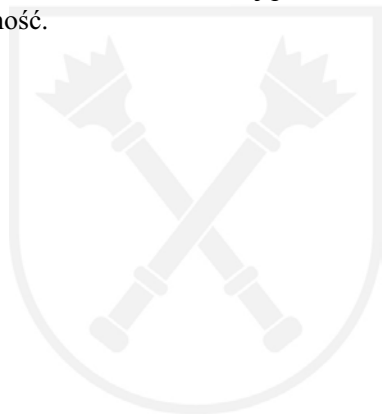
<sup>15</sup> Również i ta nazwa spotkała się z pewną krytyką środowiska, gdyż wielu naukowców zwróciło uwagę na redukowanie jej do obszaru medioznawstwa i prasoznawstwa. Wydaje się jednak, że nie ma nic bardziej zagrażającego nauce niż jednomyślność i zachowawczy kompromis. Niejednokrotnie to właśnie twórczy ferment, niezgoda i kontestacja generują nową, lepszą jakość.

<sup>16</sup> [http://www.ck.gov.pl/images/PDF/praca\\_zespolu.pdf](http://www.ck.gov.pl/images/PDF/praca_zespolu.pdf), dostęp: 20.12.2012.

co dzień zajmują, chociaż zapewne na pierwsze tytuły naukowe w tej dziedzinie przyjdzie jeszcze poczekać.

\*\*\*

Zacznyn przygotowano, zaś rozwój i wzrost polskiej nauki o mediach zależy od indywidualnego wkładu każdego nią zainteresowanego. Kongres Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, jak i organizowane w różnych ośrodkach akademickich konferencje medioznawcze są dowodem na to, że naukowa refleksja nad mediami jest wyjątkowo potrzebna, ważna i inspirująca poznawczo dla przedstawicieli wielu dyscyplin naukowych. Wielość perspektyw, pluralizm poglądów, różnorodność metod i narzędzi empirycznych wydaje się bogactwem nowo tworzonej nauki o mediach. Przypomina ona raczej Raymondowski „model bazaru”, pełnego ferworu, dyskusji, w których ścierają się różne poglądy i perspektywy, niż „model katedry” budowanej „zręcznymi palcami samotnych czarodziei lub grupy dostojnych magów pracujących w pełnym namaszczenia odosobnieniu”<sup>17</sup>. Nie chodzi tu jednak o odejście od elitarności modelu katedry, na rzecz egalitaryzmu modelu bazaru, a raczej podkreślenie, iż atutem tej dyscypliny jest jej różnorodność.



---

<sup>17</sup> E. Raymond: Katedra i bazar, 2007, <http://www.linux-community.pl/node/4>.

# CZY PR-OWCY ZAGRAŻAJĄ DZIENNIKARSTWU?

## *Związki public relations z media agenda setting*

JERZY OLĘDZKI

### ABSTRACT

#### **Are PR specialists a threat to journalism?**

#### **The relationship between public relations and media agenda-setting**

This article analyzes the role PR specialists play in shaping the media content. In the context of media agenda-setting theory the article discusses the results of B. Baerns study on the impact of German PR specialists on the national media and the meaning of so-called „determination thesis” and interefication theory which explain the issue of the mutual relationship between PR and journalism. The paper also presents the results of a survey conducted by the author of the article among Polish PR professionals about their influence on the Polish media content.

**Key words:** agenda-setting theory, public relations, media relations, determination thesis, interefication theory, journalism and PR

**Słowa kluczowe:** teoria agenda setting, public relations, media relations, teza o determinacji, teoria interefikacji, dziennikarstwo i PR

### *Wprowadzenie*

Na międzynarodowej konferencji „Matters of Journalism: Understanding Professional Challenges and Dilemmas”, we wrześniu 2012 roku w Gdańsku, usłyszeliśmy od naszych hiszpańskich gości, iż obserwują u siebie w lokalnych mediach Andaluzji niepokojącą tendencję redukcji etatów dziennikarskich i zmniejszania zespołów redakcyjnych. Właściciele tych mediów tłumaczą, że dziennikarze nie są im już potrzebni, gdyż redakcje otrzymują bardzo dużo gotowych materiałów przygotowanych przez wyspecjalizowane biura prasowe korporacji, czyli

✉ Adres do korespondencji: Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 00-927 Warszawa, Nowy Świat 69; e-mail [j.s.oledzki@uw.edu.pl](mailto:j.s.oledzki@uw.edu.pl)

przez specjalistów *public relations*. Czy podobne pomysły mogą być zaraźliwe i przeniosą się nie tylko na inne regiony Hiszpanii, ale dotrą także do sąsiednich krajów Unii Europejskiej, a może i dalej? A może mamy do czynienia z karykaturalną już wydmuszką znanej od lat koncepcji *media agenda setting*, zbyt dosłownie realizowanej przez medialnych biznesmenów poszukujących łatwego zysku?

Istnieje niemal powszechne przeświadczenie, że na treść i zawartość prasy, programów telewizyjnych i radiowych coraz większy wpływ mają konsultanci i specjaliści *public relations* oraz spin doktorzy. W konsekwencji ich działań kształtowana jest dyskusja publiczna wokół tematów kreowanych przez media, narzucane są wręcz pewne siatki pojęciowe służące skoncentrowaniu ludzkiej uwagi wokół określonych problemów społecznych. Konsultanci PR i dziennikarze stają się moderatorami debaty poprzez podrzucanie wątków do rozważań i kreują przestrzeń publicznej debaty.

W Stanach Zjednoczonych zwrócono uwagę na wpływ mediów na sztuczne kreowanie dyskusji publicznej już w latach siedemdziesiątych ubiegłego roku. Przedstawiona przez Maxwella McCombsa i Donalda Shawa w 1972 roku w artykule opublikowanym w *Public Opinion Quarterly* teoria *agenda setting* doczekała się na świecie już wielu kontynuatorów i setek opracowań naukowych. W ciągu mijającego czterdziestolecia rozwinięto koncepcję o badania kolejnych elementów i etapów wpływu mediów na artykułowanie się ważnych wątków debaty publicznej<sup>1</sup>.

W naszym kraju brak badań dotyczących roli pełnionej przez *public relations* w kształtowaniu zawartości mediów. Również poważnych studiów, jak słusznie zauważa Anna Miotk, domagają się używane obecnie metody oceny efektywności działań *public relations*<sup>2</sup>. Pytania, które wymagałyby odpowiedzi na podstawie badań empirycznych, dotyczą np. tego, jaki wpływ na wizerunek firmy w oczach przedstawicieli jej grupy docelowej mają przekazy prasowe? W jakim stopniu to, co piszą w imieniu firmy jej rzecznicy czy wyspecjalizowane agencje PR, jest pozytywnie oceniane i odbierane przez samych dziennikarzy, a potem – przez ich czytelników? Czy istnieje korelacja pomiędzy wizerunkiem firmy zaobserwowanym wśród badanych przedstawicieli grup docelowych firmy, którzy zetknęli się w mediach z przekazem na jej temat, a wizerunkiem firmy, który wyłania się z przekazów prasowych? Co decyduje o atrakcyjności przekazu dla dziennikarzy – takiej, aby zechcieli podzielić się informacją ze swoimi czytelnikami? W jaki sposób mierzyć efekty działań nowych narzędzi internetowych (blogów, społeczności, wiki, serwisów z zakładkami i innych narzędzi, których wspólną cechą jest możliwość publikowania własnych treści i dzielenia się nimi z innymi), które bardzo mocno wpłynęły na rozwój *public* oraz *media relations* i podkreśliły wagę prowadzenia działań komunikacyjnych w Internecie?

<sup>1</sup> Najnowszą i bogatą syntezę wiedzy o teorii *agenda setting* można znaleźć w publikacji Uniwersytetu Wrocławskiego, por. B. Dobek-Ostrowska, B. Łódzki, W. Wayne (red.): *Agenda Setting: Old and New Problems in the Old and New Media*, Wrocław 2012.

<sup>2</sup> Zob.: A. Miotk: *Badania w public relations*. Wprowadzenie, Warszawa 2012.

Pierwsze kroki, jak opisuje to we wspomnianej książce A. Miotk, poczynili już Linda Hon i James E. Grunig, określając różne wymiary relacji – następnie zastosowane przez Katie D. Paine do analizy społeczności internetowych. Użyteczną techniką może się tutaj okazać analiza sieciowa, która pozwala na identyfikowanie najbardziej wpływowych osób w społecznościach internetowych i określanie powiązań pomiędzy poszczególnymi członkami społeczności. Równie silnie rozwija się analiza danych pochodzących ze statystyk ruchu na stronach internetowych – złożone narzędzia pomiarowe, takie jak Google Analytics czy polski Gemius Traffic, pozwalają na uzyskanie dokładnych danych dotyczących ruchu na stronach internetowych i na wyciągnięcie wniosków dotyczących odbiorców danej strony.

W badaniach *public relations* przydatne mogłyby być nowe orientacje metodologiczne obecne w badaniach społecznych. Są to między innymi teoria ugruntowana, badania jakościowe (w rodzaju socjologii wizualnej – czyli analizy treści przekazów fotograficznych), „*action research*”, czyli „badanie w działaniu” (koncentrujące się na wdrożeniu w życie praktycznych wniosków z przeprowadzonych badań), analiza dyskursu (jako metoda analizy komunikacji toczącej się w Internecie) czy badanie reprezentacji społecznych (jako sposób badania opinii publicznej). Konieczne staje się także prowadzenie badań, które przyczyniłyby się do rozwoju *public relations* jako dyscypliny naukowej. Przede wszystkim o dokładną analizę zabiega samo środowisko polskich PR-owców.

Nie istnieje bowiem żadna centralna baza danych takich osób, w związku z tym znacznie utrudnione jest prowadzenie wszelkich dużych projektów badawczych czy losowanie osób z populacji do próby. Jest to pierwsze duże wyzwanie stojące przed badaczami zamierzającymi prowadzić badania wśród polskich specjalistów ds. PR: dokładne opisanie populacji specjalistów PR, aby można było z niej losować próby do kolejnych badań.

### *Niemieckie badania o wpływie PR na treści mediów*

Wśród badaczy niemieckich zajmujących się studiami nad praktycznym znaczeniem teorii *agenda setting* i PR najczęściej cytowane są publikacje Barbary Baerns, która w latach 1979–1985 przeprowadziła badania na temat roli *public relations* w dostarczaniu informacji mediom i jest autorką tezy o determinacji<sup>3</sup>. Baerns postawiła pytanie: w jakim stopniu informacje znajdujące się w mediach wyznaczone są przez działania PR? Badaczka zaobserwowała bowiem zdecydowane podobieństwo treści materiałów dziennikarskich z otrzymanymi przez dziennikarzy PR-owskimi informacjami prasowymi i zaczęła rozważać, czy nie

<sup>3</sup> B. Baerns: *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem*, Köln 1985.

stoi to w sprzeczności ze społecznym twierdzeniem o niezależności mediów i pracy dziennikarskiej<sup>4</sup>.

Podczas prowadzonych studiów Baerns pytała o determinanty wiadomości publikowanych przez dziennikarzy. W kilku firmach należących do koncernu z branży przemysłowej porównała liczbę informacji prasowych (ustnych i pisemnych) przekazanych w ciągu roku z liczbą publikacji, które ukazały się w prasie codziennej (lokalnej, regionalnej i krajowej). Okazało się, że aż 42% informacji koncernu pojawiło się wprost w środkach masowego przekazu – w całości, w postaci wybranych zdań albo wzmianek zaczerpniętych z materiałów PR. Dodatkowo 38% informacji było bazą tematyczną (nie zostało przeniesione bezpośrednio z dostarczonych tekstów)<sup>5</sup>.

Chcąc potwierdzić swoją hipotezę o wpływie *public relations* na tematy medialne, Baerns przeprowadziła w 1985 roku kolejne badania, formułując tezę o determinacji. Twierdzenie brzmiało:

*Public relations* skutecznie wywiera wpływ na publikację w medium, gdyż publikacja taka bez wykorzystania materiału PR zawierałaby inne treści. Jednocześnie prawdziwa jest opinia, iż dziennikarz z powodzeniem może samodzielnie stworzyć publikację, bez pomocy materiałów PR. Przy innych niezmiennych czynnikach stwierdzić można następującą obustronną zależność: im większy wpływ na publikację medialną ma *public relations*, tym mniejsza jest sama, niewspomagana z zewnątrz praca dziennikarza<sup>6</sup>.

Punktem wyjścia do kolejnych badań stała się obserwacja publikacji medialnych, a dokładniej braku różnorodności ich treści pomimo ich wielości. Bowiem pomimo tego, że w Niemczech istnieje bogaty rynek mediów, które ze sobą konkurują, ich zawartość jest bardzo podobna. Baerns przypuszczała, że wąski dobór tematów w środkach masowego przekazu spowodowany jest przejmowaniem ich od konsultantów PR. Przyjęła przy tym funkcjonalne rozróżnienie pomiędzy PR rozumianym jako przedstawianie siebie i partykularnych interesów swojej organizacji oraz dziennikarstwem (przedstawianie wielu podmiotów w interesie ogólnospołecznym).

Baerns stwierdziła zaskakująco niski stopień własnej inicjatywy dziennikarzy i wysoki wpływ PR zarówno na tematy wiadomości agencyjnych, jak i inne publikacje w mediach. Przeciętnie 62% wiadomości z agencji i poszczególnych środków masowego przekazu bazowało na materiałach *public relations* – z przygotowywanych przez PR-owców informacji prasowych, konferencji prasowych, itp. W obszarze tzw. transformacji (przez którą Baerns rozumiała opracowanie/

<sup>4</sup> W opisie tych badań korzystam z materiałów przygotowanych podczas pobytu studyjnego w Niemczech przez Olęę Talarzką, która napisała pod moją opieką naukową pracę magisterską: Die deutschen public relations – niemieckie *public relations*: marketingowe czy społeczne.

<sup>5</sup> B. Baerns: Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen, Thesen zur realistischen Beschreibung von Medieninhalten, *Publizistik*, Nr 24/1979, s. 310–316.

<sup>6</sup> B. Baerns: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus..., jw., s. 17. Cytaty na podstawie wymienionej wyżej pracy magisterskiej O. Talarskiej.

przetworzenie otrzymanej przez dziennikarza informacji PR) wyniki wykazały niezmiernie mały wkład dziennikarzy w tworzenie treści mediów – dodatkowy własny *research* (poszukiwanie innych informacji i konfrontowanie źródeł) odgrywał podrzędną rolę i stanowił jedynie 8% całej pracy dziennikarskiej. Opracowanie ograniczało się przeważnie do skrócenia tego, co otrzymano w materiałach PR – aż 87,5% publikacji agencyjnych i medialnych było skróconymi danymi wybranymi z informacji PR-owców. Natomiast w całości treści te przenoszone były do mediów w 6,5% przypadków, a jedynie w 6% służyły tylko jako sygnał do zainteresowania się tematem. B. Baerns zauważyła także bardzo szybkie efekty rozsyłania materiałów PR. Agencje, radiofonia i telewizja niemal w 70% opracowywały otrzymane teksty *public relations* jeszcze tego samego dnia, a prasa codzienna w 65% przypadków wykorzystywała PR-owskie informacje w dniu następnym. Oznacza to bardzo wysoką skuteczność praktyk PR, a oprócz tego wręcz natychmiastowe efekty. Jeśli chodzi o przejrzystość wskazywanych źródeł pochodzenia publikowanych informacji, okazało się, że odbiorcy rzadko mogli rozpoznać powiązania z interesami konkretnych podmiotów. Działo się tak np. wtedy, gdy w artykule czytelnik mógł znaleźć stwierdzenie „ministerstwo poinformowało, że...”. Najczęściej takich informacji nie podawano w telewizji. Jeśli media podawały źródła, często były one mylące – przykładowo prasa codzienna aż w połowie swoich publikacji podawała źródło pochodzenia danych jako informacje agencyjne, podczas gdy w rzeczywistości materiały były przesłane przez konsultantów PR. Także w innych badanych mediach informacje otrzymane z agencji *public relations* ukazywały się pod nazwiskiem dziennikarza lub anonimowo.

Badania i wyciągnięte z nich wnioski sprawiły, że Baerns sformułowała teorię determinacji, której podstawą jest twierdzenie, że materiały dziennikarskie powstają przede wszystkim z niezwłocznie opracowywanych i przeredagowanych informacji dostarczanych mediom przez podmioty trzecie. „Wrażenie różnorodności i mnogości informacji powstaje prawie wyłącznie dzięki selekcji i interpretacji otrzymanych PR-owskich ofert lub przez ich bezpośrednie umieszczenie w mediach”<sup>7</sup> – stwierdziła Baerns. Istotne jest, że dla wielu odbiorców mediów silna zależność publikowanych w nich treści od *public relations* nie jest oczywista i przejrzysta. Ów brak transparentności zdobywania przez dziennikarzy informacji może powodować, że dziennikarstwu i mediom przypisuje się to, co w rzeczywistości przypada *public relations*.

Niemiecka badaczka stwierdza też, że im więcej artykułów rozpowszechnia dane medium o polityce i działaniach danej organizacji lub instytucji w regionie, tym więcej wysyłanych jest informacji i organizowanych konferencji prasowych, a im mniej takich publikacji ono prezentuje, tym mniej odbywa się przedsięwzięć PR. Dlatego też centralna teza teorii determinacji głosi, że specjaliści *public relations* mają wpływ zarówno na tematy, jak i pośrednio na synchronizację czasową

<sup>7</sup> Tamże, s. 89.



publikacji (wpływ na moment, w którym dana wiadomość się ukaże), ponieważ informacje prasowe „przetwarzane” są na publikacje dziennikarskie w bardzo krótkim czasie. Tym samym jasno wskazuje się, że współbrzmienie i tożsamość treści wiadomości w różnych mediach nie ma swojej przyczyny w skali społecznego znaczenia i wartości pewnych newsów, ani też w rutynie pracy dziennikarskiej jednakowej w różnych mediach, lecz w obiegu i bezpośrednim powielaniu źródeł, z których korzysta większość dziennikarzy.

Tym samym Baerns podważyła popularną swego czasu opinię wielu prasoznawców, że porządek komunikacyjny w Niemczech opiera się na różnorodności informacji powstającej dzięki wielości mediów. Co więcej – źródła publikacji w mediach nie są jasne nie tylko dla ich odbiorców, ale także fałszują badania teoretyków komunikacji, którzy opierają się wyłącznie na analizie treści środków masowego przekazu. Jednakowość zawartości mediów mogłaby być wprawdzie rezultatem niezależnej obserwacji otoczenia przez dziennikarzy, jest ona jednak efektem powielania i korzystania z tych samych dostępnych im źródeł.

Krytycy teorii determinacji twierdzą, że model Barbary Baerns bada jedynie wpływ PR na dziennikarstwo, podczas gdy zależność ta działa także w drugą stronę. Media społeczne oddziałują przecież także na system *public relations*, co również należy wziąć pod uwagę w studiach przypadków. Poza tym rozpatrując dziennikarstwo, trudno jest dziś generalizować, gdyż często jest ono systemem funkcjonalnym różnych środowisk społecznych i nie ma tak naprawdę jednego dziennikarstwa. Zarzuca się również, że teza o determinacji nie uwzględnia takich zmiennych, jak typ medium, sposób pracy zespołów redakcyjnych czy rola właściciela.

\*\*\*

Trzej niemieccy naukowcy: Stefan Seeling, Tobias Liebert i Günter Bentele, w 1997 roku zanalizowali związki PR z dziennikarstwem. Wyszli z założenia, iż dziennikarstwo jako społeczna misja i obowiązek świadczony w interesie ogólnym znacząco determinuje system *public relations*, który dzięki temu oddziaływaniu kieruje się bardziej w stronę społeczeństwa, uciekając od marketingowych celów. Obok bezpośrednich wpływów na siebie tych dwóch systemów, istnieją między nimi także wpływy pośrednie, nazwane przez badaczy „adaptacją” (komunikacyjne i organizacyjne dopasowanie się, działanie, które świadomie uwzględnia społeczne czynniki drugiej strony – np. organizacyjne czy czasowe reguły obowiązujące w obrębie medium czy podmiotu PR).

Sformułowana przez Seelinga, Lieberta i Bentelego teoria interefikacji zakłada, że jedna ze stron procesu tylko wtedy jest w stanie działać, gdy działa także druga – na tym polega ich wzajemna zależność. Przykładowo – pojedynczy praktycy, działają i cały system PR mogą dużą część swoich celów komunikacyjnych (np. przeforsowanie konkretnych tematów, użycie sugestywnych fotografii,

zmianę nastawienia i zachowań odbiorców poprzez kampanie) zrealizować tylko z pomocą dziennikarzy, redakcji i całego systemu medialnego. Działa to także odwrotnie – bez pracy PR-owców system mediów nie byłby w stanie świadczyć swoich funkcji – m.in. konstytucyjnego obowiązku informowania społeczeństwa<sup>8</sup>.

Według tych badaczy, tematyczna adaptacja systemu PR do dziennikarstwa widoczna jest w tym, że strona *public relations* inicjuje bieżące tematy, niejako „wiszące w powietrzu”, dotyczące aktualnych zdarzeń. Dla dziennikarzy w największym stopniu liczy się nowość informacji; często występująca w tekstach PR ocena – szczególnie natłok superlatyw i pozytywnych opinii na temat produktu czy firmy zostaje przez redaktorów pominięty i dodawane są własne lub eksperckie komentarze. Inne zadanie dziennikarzy to selekcja i pozycjonowanie tematów w danym medium, w ten sposób oddziałują oni na konsultantów PR. Gdy określone zagadnienie pojawi się na pierwszej stronie w liczącej się gazecie, może wywołać w społeczeństwie określone zachowanie, dyskusje, postawy, co muszą wziąć pod uwagę PR-owcy. Jeśli zlekceważą te oczekiwania, następnego dnia nie ukaże się w mediach żadna wiadomość na dany temat.

Późniejsze badania, prowadzone przez Annette Rinck<sup>9</sup> w 2001 roku, także potwierdziły duży wpływ PR na dziennikarzy i treści mediów. Wykazały one niedocenianie oddziaływania *public relations* na media oraz przecenianie własnej, niezależnej działalności dziennikarskiej. Rinck udowodniła, że jeżeli redaktor podejmuje temat przekazany przez praktyka PR, wykorzystuje przynajmniej główną myśl, np. z informacji prasowej. Z drugiej strony model interefikacji oznacza duży ładunek społeczny niemieckiego PR. W procesie adaptacji na wszystkich wymienionych płaszczyznach następuje bowiem dopasowywanie się materiałów konsultantów *public relations* do potrzeb dziennikarstwa. Profesjonalnie przygotowani konsultanci zdają sobie bowiem sprawę, że to, co trafia do mediów, nie może być czystą reklamą i marketingowym zabiegiem, ale wiadomością odpowiadającą podstawowym wymogom publikacji prasowych: nowości, ważności, bycia interesującymi, wzbudzania zainteresowania publicznego.

Warto zaznaczyć, że większość dziennikarzy niemieckich odrzuca ideę bliższych powiązań dziennikarstwa z PR, co potwierdziło badanie Malika i Scholla „Dziennikarstwo w Niemczech”, przeprowadzone w 2005 roku. Dziennikarze i wydawcy nadal spostrzegają *public relations* jako swego rodzaju podejrzaną alternatywę dla marketingu. Internet jest dla nich przede wszystkim narzędziem zbierania informacji, a nie weryfikacji danych przesyłanych w materiałach agencji PR. Używają w tym celu przede wszystkim wyszukiwarki Google i niewiele korzystają ze stron internetowych firm czy instytucji publicznych.

<sup>8</sup> G. Bentele, H. Nothhaft: The Intereffication Model: Theoretical Discussions and Empirical Research, [w:] A. Zerfass, B. van Ruler, K. Sriramesh (red.): Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations, Wiesbaden 2008, s. 33–47.

<sup>9</sup> Więcej na ten temat: A. Rinck: Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine empirische Untersuchung der PR-Wirkungen am Beispiel einer dialogorientierten PR-Strategie von BMW, Wiesbaden 2001.

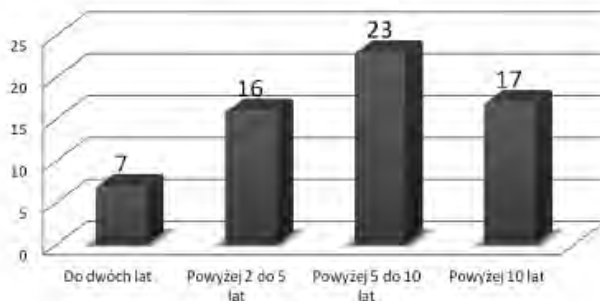
## *Polscy PR-owcy o swoim wpływie na media*

Nie wiadomo dokładnie, ile osób w Polsce zajmuje się zawodowo świadczeniem usług *public relations*. Według bardzo szacunkowych danych i informacji docierających z Polskiego Stowarzyszenia Public Relations oraz od działaczy Związku Firm Public Relations prawdopodobnie jest to luźno związana ze sobą grupa zawodowa licząca około 15 tysięcy osób. Najczęściej są to osoby pracujące w kilkuset agencjach PR jako podmiotach gospodarczych, które mają zawarte umowy z wieloma klientami na wykonywanie różnych zadań promocyjnych, z wykorzystaniem wielu narzędzi zintegrowanej komunikacji marketingowej, kształtowania wizerunku, udzielania konsultacji i pomocy w sytuacjach kryzysowych, czy też obsługi komunikacyjnej spółek giełdowych. Są w tym gronie także indywidualne osoby zarejestrowane w gminnej ewidencji działalności gospodarczej jako specjaliści *public relations* i komunikacji.

Ta kilkunastotysięczna w sumie grupa nie obejmuje w tym zakresie swojej działalności specjalistów komunikacji społecznej pracujących w licznych instytucjach państwowych od szczebla centralnego do gminnego włącznie, urzędach i instytucjach użyteczności publicznej, fundacjach i stowarzyszeniach, które z obowiązku formalnego powinni komunikować się ze społeczeństwem. Ta zawodowa grupa etatowych komunikatorów, do której zaliczyć trzeba także pracowników biur prasowych i rzeczników prasowych, może liczyć co najmniej kilkadziesiąt tysięcy osób. Wielu z nich nie chce się utożsamiać z *public relations* i przedstawia się jako pracownicy biur czy departamentów komunikacji publicznej lub biur prasowych. W kontekście naszych dotychczasowych rozważań zainteresujemy się opiniami osób, które same określają się jako specjaliści lub konsultanci *public relations*. Przedstawiciele takiej grupy spotkaliśmy na Kongresie Profesjonalistów Public Relations we Wrocławiu, w kwietniu 2011 r.

Uczestników tego trzydniowego spotkania poproszono o udział w ankietowych badaniach na temat zakresu i form współpracy specjalistów PR z dziennikarzami. Wyszliśmy z założenia, że *media relations* były i długo pozostaną głównym instrumentem komunikowania się organizacji ze społeczeństwem, stąd ważne jest dokonanie oceny aktualnego stanu wzajemnych relacji między przedstawicielami obu środowisk zawodowych. Spośród stu rozdanych uczestnikom kwestionariuszy zwrócono 63 wypełnione egzemplarze. Badanie miało charakter w pełni anonimowy. Wśród odpowiadających 63% to kobiety, 34% mężczyźni. Niemal połowa ankietowanych (48%) była w wieku 25 do 35 lat, powyżej tej grupy wiekowej było 46% badanych. Wiek respondentów koresponduje z doświadczeniem zawodowym: 40% respondentów (por. wykres 1) miało staż zawodowej w PR powyżej pięciu lat – są to więc specjaliści z dużym bagażem praktyki i wiedzy warsztatowej.

Wykres 1. Staż pracy w zawodzie PR

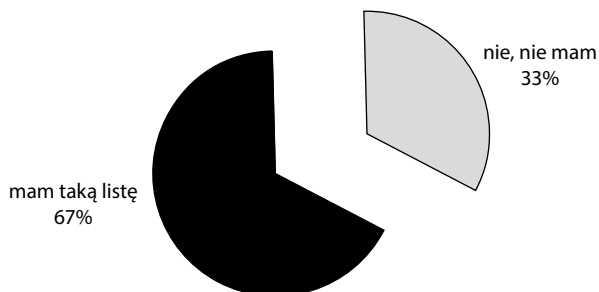


Źródło: badania własne

Tylko 17% spośród badanych pracowało w dziale PR instytucji publicznych i niekomercyjnych, pozostali zatrudnieni byli w różnych agencjach świadczących usługi PR lub w działach marketingu wielkich korporacji. Co czwarty respondent pracował wcześniej jako dziennikarz, ale dowiedzieliśmy się, że wśród badanych jest znacznie więcej osób posiadających kontakty ze środowiskiem dziennikarskim. 67% respondentów przyznało, że posiada swoją listę dziennikarzy, na współpracę z którymi zawsze może liczyć (por. wykres 2). Niezależnie od tego niemal wszyscy (poza jedną osobą) badani stwierdzili, że w swojej książce adresowej mają co najmniej po 10 kontaktów z dziennikarzami, którym przekazują swoje materiały, w tym 70% badanych twierdziło, że mają ponad dwadzieścia takich stałych kontaktów.

Wykres 2. Kontakty z dziennikarzami

Czy ma Pani/Pan swoją listę dziennikarzy, na których zawsze można liczyć, że opublikują informację w razie potrzeby?



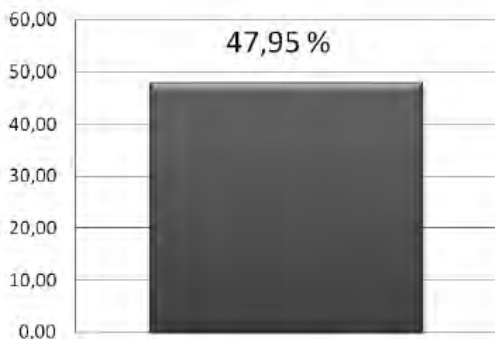
Źródło: badania własne

Według osób ankietowanych na wrocławskim kongresie PR niemal połowa (47,9 %) zawartości polskich mediów (z wyłączeniem powierzchni reklamowej i innych płatnych ogłoszeń) to efekt działań konsultantów PR (por. wykres 3). Przygotowywane przez niemal 40% badanych specjalistów PR materiały publikowane są przynajmniej kilka razy w miesiącu, a przygotowywane przez 30% badanych – przynajmniej raz w tygodniu. Najwięcej materiałów ukazuje się w ciągu dwóch dni po zorganizowanej konferencji prasowej. Najłatwiej, jak wynika z tego sondażu, jest zamieścić swoje informacje w gazetach regionalnych (dla 33% badanych) i w mediach branżowych (29% odpowiedzi). Trudniejszy dostęp mają zaś PR-owcy do radia i telewizji ogólnokrajowej (tylko 4–5% wskazań) i do tygodników (tylko 1% wskazań).

Stwierdziliśmy wyraźną współzależność między długoletnim stażem pracy w zawodzie PR, wiekiem respondentów i listą posiadanych kontaktów dziennikarskich a ostatecznym wynikiem, wyrażanym liczbą opublikowanych w mediach materiałów przygotowanych przez te osoby. Im dłuższy staż i więcej adresów, tym więcej publikacji w krótkim czasie. Także im młodsze były ankietowane osoby, tym częściej korzystały z serwisów społecznościowych i innych form przekazu internetowego, by skutecznie zainteresować swoimi materiałami dziennikarzy.

### Wykres 3. Ile materiałów PR-owskich ukazuje się w polskich mediach?

Na podstawie Pani/Pana własnych doświadczeń i obserwacji mediów, jak można ocenić procentową wielkość wpływu PR-owców na zawartość (z włączeniem reklam i innych ogłoszeń płatnych) polskiej prasy, radia i telewizji?



Źródło: badania własne

## Wnioski

Przeprowadzone badania wyraźnie świadczą, że:

- Polscy specjaliści PR mają wpływ na treści krajowych mediów. Są dla dziennikarzy źródłami informacji, współautorami tekstów, inspiratorami tematów, podpowiadaczami treści;
- Według oceny ankietowanych niemal połowa zawartości polskich mediów jest rezultatem działań konsultantów PR;
- Specjaliści PR mają własne listy dziennikarzy, pomagające im zamieszczać w mediach informacje o organizacjach, dla których pracują;
- Zdaniem badanych, łatwiej spowodować zamieszczenie odpowiednich informacji w mediach branżowych niż ogólnoinformacyjnych;
- Media i narzędzia internetowe zwiększają szanse PR-owców na pobudzenie zainteresowania ludzi mediów działalnością organizacji/korporacji. Tego zdania są przede wszystkim młodszy wiekiem respondenci;
- Specjaliści PR posiadający doświadczenie dziennikarskie i dłuższy staż pracy zawodowej w świadczeniu usług *public relations* odnoszą też większe sukcesy w zamieszczaniu swoich materiałów w mediach.

W sumie wydaje się, że analizowane badania potwierdzają opinie, iż doświadczenia polskich specjalistów *public relations* w zakresie współpracy z mediami nie różnią się od doświadczeń ich kolegów niemieckich. Prawdopodobieństwo otrzymania podobnych wyników badań także w innych krajach rozwiniętej demokracji jest bardzo wysokie.

Dziennikarze i PR-owcy są ze sobą związani nie tylko podobnymi umiejętnościami zawodowymi, ale także uczestnictwem w procesie komunikowania się ludzi i instytucji. Należy jednak zdecydowanie rozdzielić działalność specjalistów PR od dziennikarstwa. Krystyna Wojcik ujęła tę różnicę w następujący sposób<sup>10</sup>:

Dziennikarstwo jest służbą społeczną realizującą prawo obywateli do informacji. PR jest działalnością społeczną, wprawdzie uwzględniającą interes i dobro społeczne otoczenia, lecz przede wszystkim jest działalnością wywołaną interesem tej organizacji, która podejmuje się prowadzenia PR.

PR i dziennikarstwo w tworzeniu przekazów komunikacyjnych powinny się kierować tymi samymi założeniami: dążeniem do prawdy, obiektywizmem oraz dobrem ogółu społeczeństwa. Oczywiście nie zawsze się tak dzieje. Powodem może być to, że dziennikarze aspirują do roli moderatorów dyskusji społecznej i często nimi są; bywają nawet rzecznikami jednej ze stron. Natomiast PR-owcy traktują media jako przeказnik dla swojego komunikatu. Ich celem jest uzyskanie przez organizację, dla której pracują, statusu lidera w swojej branży. W dobie szybkiej, cyfrowej informacji dziennikarze są przeładowani otrzymanyymi newsami. Pisząc zatem na temat, który podsuwają im PR-owcy, dziennikarze czę-

<sup>10</sup> K. Wojcik: *Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa 2009, s. 159.

sto bezkrytycznie korzystają z przysyłanych im materiałów. Mimo wszystko są oni jednak nieufni wobec środowiska PR, które wobec tego, chcąc osiągnąć skuteczność w komunikacji, stosuje różne techniki mające ułatwić zdobycie dziennikarskiego zaufania. Odpowiednio przygotowane materiały prasowe, posługiwanie się liczbami czy też autorytetami w danej dziedzinie to tylko niektóre z nich. I choć dziennikarze są świadomi tych chwytów, to jednak materiały te nadal są dla nich atrakcyjne i ostatecznie akceptowalne. Tymczasem my, jako odbiorcy i konsumenci treści mediów publicznych, chcielibyśmy wierzyć, że w dziennikarstwie wciąż ważne (jeśli nie obowiązujące) są takie warunki obiektywizmu i rzetelności jak:

- podawanie różnych źródeł informacji;
- oddzielanie informacji od komentarza;
- unikanie określeń i zwrotów zabarwionych emocjonalnie;
- przedstawianie różnych, kontrowersyjnych punktów widzenia na ten sam temat;
- konfrontowanie ze sobą różnych źródeł informacji i punktów widzenia;
- zachowanie szczególnej staranności w zbieraniu i przedstawianiu faktów;
- traktowanie wszystkich otrzymanych materiałów, także tych nienagannie przygotowanych przez specjalistów *public relations*, jedynie jako surowca czy półproduktu dziennikarskiego, który wymaga profesjonalnej obróbki redakcyjnej.

Společne oczekiwania, że te warunki są wypełniane, mają decydujący wpływ na utrzymywanie się większego zaufania wobec przedstawicieli zawodu dziennikarskiego niż wobec specjalistów *public relations*, których uważa się przede wszystkim za rzeczników interesów konkretnej organizacji/institucji czy podmiotu gospodarczego. Jako finalni odbiorcy informacji w modelu komunikacji medialnej chcemy otrzymywać od dziennikarzy produkt rzetelnie przez nich sprawdzony, niezależnie od tego, w jaki sposób i od kogo otrzymali surowiec czy półprodukt.

### *Bibliografia*

- B. Baerns: Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen, Thesen zur realistischen Beschreibung von Medieninhalten, *Publizistik*, Nr 24/1979, s. 310–316.
- B. Baerns: Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem, Wydawnictwo Wissenschaft und Politik Verlag, Köln 1985.
- G. Bentele, H. Nothhaft: The Intereffication Model: Theoretical Discussions and Empirical Research, [w:] A. Zerfass, B. van Ruler, K. Sriramesh (red.): *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations*, Wiesbaden 2008, s. 33–47.
- B. Dobek-Ostrowska, B. Łódzki, W. Wayne (red.): *Agenda Setting: Old and New Problems in the Old and New Media*, Wrocław 2012.

- T. Goban- Klas: Teoria komunikowania jako fundament public relations, *Marketing i Rynek* 1997, nr 4, s. 7–9.
- A. Miotk: Badania w public relations. Wprowadzenie, Warszawa 2012.
- J. Ołędzki (red.): Public relations we współczesnym świecie: między służbą organizacji i społeczeństwu, Warszawa 2011.
- A. Rinck: Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine empirische Untersuchung der PR-Wirkungen am Beispiel einer dialogorientierten PR-Strategie von BMW, Wiesbaden 2001.
- A. Szymańska: Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej, Wrocław 2004.
- O. Tałarska: Die deutschen public relations – niemieckie public relations: marketingowe czy społeczne. Praca magisterska obroniona w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
- K. Wojcik: Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2009.





# **DIE ELEMENTE *CONTENT*, *TECHNIK* UND *ORGANISATION* IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT**

PAUL KLIMSA

## ABSTRACT

### **Elements of Content, Technology and Organization in Communication Studies.**

A large number of diverse models illustrating the complexity of the communication process are used in the communication studies. Those models form the foundation of studies undertaken by scholars and hypotheses employed by them. Current theoretical findings cannot, however, keep up with the change that has happened in the communication process due to digitalization of the media. The author of this article attempts to fill the existing gap by proposing his own model (CTO model, Content-, Technik- und Organisations-Modell), which takes into consideration the frequently omitted area of media production and puts an emphasis on the causal relation between its elements, such as the content, technology, and organization of the media. The main value of the proposed model lies in the fact that its application makes it possible to analyze, with the use of scientific methods, also such phenomena as convergence and internationalization of the media.

**Key words:** media content, media organization, media production, communication process

## *1. Vorwort/Przedmowa*

W czasie moich studiów na Wydziale Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego w latach siedemdziesiątych miałem okazję poznać zarówno teorie środków masowego przekazu, jak również i praktykę dziennikarską. Jeżeli się nie uwzględni nacisku ideologicznego, który niestety określał ramy studiów, to połączenie teorii i praktyki było pozytywnie wyważone, a produkcja mediów stanowiła znaczący czynnik wykształcenia. Kształcenie w Instytucie Publicystyki Wolnego Uniwersytetu Berlińskiego (Institut für Publizistik an der Freien Universität Berlin) w Berlinie Zachodnim było za to teoretyczne, a praktyka medialna odgrywała rolę drugorzędą. Praktyka medialna i refleksja naukowa rozeszły się jeszcze bardziej pod koniec lat osiemdziesiątych i na początku lat dziewięćdziesiątych, kiedy to

w branży medialnej przestawienie na media cyfrowe stało się najważniejszym czynnikiem innowacji. Sformułowanie nowych modeli naukowych w zmienionych warunkach produkcji mediów stało się nieodzowne.

Dzięki takim wspaniałym nauczycielom akademickim, jakich miałem w czasie studiów w Polsce, nauczyłem się, że teorie komunikowania masowego zawsze są połączone z kwestią praktyki medialnej, a tym samym z produkcją mediów. Przede wszystkim Tomasz Goban-Klas potrafił łączyć różne teorie komunikacji społecznej i wskazywać na ich nierozłączność z praktyką medialną. To właśnie umożliwiło mi refleksję teoretyczną, która jest pierwszym krokiem do formułowania nowych modeli w czasach radykalnej innowacji. Do dziś myślę z wdzięcznością o wpływie Docenta z Krakowa na moją pracę naukową. Serdecznie za to dziękuję.

## 2. Die Rolle der Theorien und Modelle in der Medienforschung

Die Kommunikations-, Film- und Medienwissenschaft haben im Laufe der Zeit zahlreiche Modelle hervorgebracht, auf deren Grundlage mediale Kommunikationsprozesse erforscht werden (vgl. Goban-Klas 1999). Die Formulierung von Forschungsfragen und von Arbeitshypothesen kann natürlich nur so gut sein, wie die zu Grunde liegenden Modelle bzw. Theorien selbst. Greift man beispielsweise den *Uses-and-Gratification*-Ansatz auf, so konzentriert man sich bei der Forschung auf Motive der aktiven Mediennutzung. Greift man das Modell der Massenkommunikation von Maletzke (1964) auf, wonach die Massenkommunikation unidirektional verläuft, so ist damit auch der wissenschaftliche Fokus auf unidirektionale Kommunikation eines Massenmediums verständlich. Die Formel von Lasswell (1948) besagt, dass Kommunikationsprozesse linear verlaufen: ein Kommunikator (*who*) formuliert eine Botschaft (*says what*), die durch ein Medium (*in witch channel*) an einen Empfänger (*to whom*) gerichtet ist und eine Wirkung (*with what effect*) erzielt. Legt man diese Formel der eigenen Forschung zu Grunde, so wird man Kommunikation als einseitig begreifen, die stets von einem Sender an einen Empfänger über ein Medium gerichtet wird. Die Struktur der Formel strukturiert den Forschungsprozess und bestimmt schon eingangs die mögliche Forschungsrichtung. Sehr viele spätere Theorien – von Westley und McLean (1957) in den USA bis zu Noelle-Neumann (1984) in Deutschland – knüpfen an das Verständnis des Kommunikationsprozesses von Lasswell an oder übernehmen ihn. In den ersten Jahren zeigte sich allerdings die Zeitungswissenschaft in der Bundesrepublik Deutschland weitgehend unbeeinflusst von amerikanischen Ideen (vgl. Dovifat 1955).

Schaut man sich die Kommunikationsprozesse im Internet an, so wird man feststellen, dass Massenkommunikation nach wie vor eine wichtige Rolle spielt. Öffentlich-rechtliche und private Sendeanstalten in Deutschland übertragen ihre Programme und bieten eine Reihe von Sendungen an, die man zu einem beliebigen

gen Zeitpunkt im Internet ansehen kann. Aus rechtlichen Gründen dürfen diese Angebote nur maximal sieben Tage im Internet verbleiben. Zeitungs- und Zeitschriften-Verlage unterbreiten ebenfalls ihren Informationsangebot, auch wenn dies im Internet in Form von Online-Publikationen geschieht. Doch neben den Massenmedien sind Organisationen, Unternehmen, soziale Gruppen oder Individuen etc. als Informationsanbieter im Internet aktiv. Zwischen allen Kommunikationsformen, von massenmedialen bis zu individuellen, entsteht auf diese Weise ein Kommunikationskontinuum. Im Internet sind die Grenzen einzelner Kommunikationsformen nicht mehr scharf. Die Digitalisierung der Medien bewirkte zudem, dass die wissenschaftliche Betrachtung der Kommunikationsprozesse neue Aspekte aufdeckte. So war beispielsweise nicht mehr möglich, die Arbeit der Redaktion einer Zeitung unabhängig von der Technik, die sie für ihre Arbeit nutzte, zu beschreiben. In den Fokus rückten Online-Redaktionen, computerbasierte Redaktionssysteme, Server, Datenübertragung, Archivierung und noch zahlreiche weitere Aspekte der digitalen Medienproduktion (vgl. Krömker/Klimsa 2005).

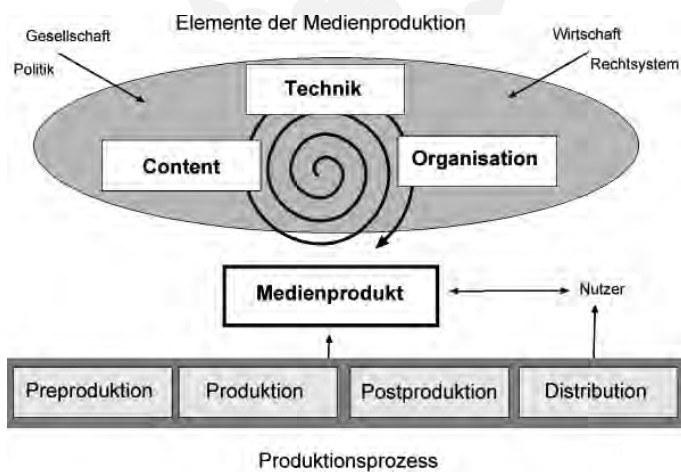
Es gab schon früher Ansätze, die Technik und die Aktivitäten der Menschen in einem Zusammenhang dargestellt haben. Die Theorie der soziotechnischen Systeme (Trist & Bamforth 1951) ist ein Beispiel dafür und wird im wissenschaftlichen Diskurs seit den 50er Jahren immer wieder aufgegriffen (vgl. Sydow 1985). Die Theorie der soziotechnischen Systeme kann als wissenschaftliches Reflexionsmodell immer dann als Hilfe einbezogen werden, wenn Menschen und Technik in einem Prozess zusammengeführt werden. Es kann sich um industrielle Produktionsprozesse handeln, es können aber auch andere Systemkopplungen zwischen Mensch und Technik, wie beispielsweise Techniknutzung im Alltag, im Vordergrund stehen. Zwischen Technik, Mensch, Aufgabe und Struktur ergeben sich vielfältige Interaktionen, deren Analyse als Grundlage der Modifikation von Aktionen des soziotechnischen Systems (Soziotechnik) genutzt werden kann. Die Technik-Mensch-Kopplungen wurden auch in der Kommunikationswissenschaft gesehen, wenn auch nur von wenigen Wissenschaftlern. Schaut man sich das Modell der Massenkommunikation von Goban-Klas (1999, S. 76) an, so wird es klar, dass auch dort Technik und Medienproduktion verankert sind. Die Ansätze von Innis (1950) und McLuhan (1964) liegen in dieser Tradition. Auch die neuere Gatekeeper-Forschung greift Fragen der Technik auf und macht zudem die Bedeutung der Organisation von Arbeitsprozessen deutlich (vgl. Schoemaker/Vos 2009).

Stellt man die bisherigen Theorien der Kommunikationswissenschaft und die Theorie der soziotechnischen Systeme zusammen, so kann man neue Sicht auf die Produktion von Medien ableiten: die Technik setzt immer Organisationsformen oder Verfahrensweisen ihrer Nutzung voraus, um Medienprodukte – ob Zeitung, Hörspiel, Blog oder die Tagesschau-App für Tablet-PC – hervorzubringen. Sowohl die Organisation des Produktionsprozesses als auch die Technik bestimmen stets die Gestalt eines Medienproduktes. Technik bestimmt die notwendige Organisationsform der Medienproduktion, die Organisationsform ihrerseits bestimmt

die jeweilige Techniknutzung und beide tragen zur Entstehung eines Produktes – Medienproduktes – mit konkreten Inhalten bei.

Da sich die bisherigen Modelle der Kommunikationswissenschaft nicht bzw. nicht direkt auf Produktionszusammenhänge der Medien gerichtet haben, konnte das Zusammenwirken zwischen *Content* (da es sich aktuell stets um binär codierte Inhalte handelt, sprechen wir nicht vom Inhalt sondern vom Content), *Technik* und *Organisation* nicht hinreichend untersucht werden. Mit der Ausarbeitung des Modells der Medienproduktion (Klimsa/Krömker 2005) sind die Grundlagen für eine systematische Forschung auf diesem Gebiet gegeben (vgl. Abb. 1).

**Abb.1. Das Modell „Content, Technik und Organisation“**



Wir können das Modell wie folgt erklären: Medien verknüpfen stets Content mit Hilfe der Technik in einem Organisationsprozess (der neben Produktionsabläufen z.B. auch Fragen der Finanzierung enthält), um konkrete Medienprodukte hervorzubringen. Dieser Zusammenhang ist komplex und wird von weiteren externen Einflussgrößen (Gesellschaft, Politik, Wirtschaft usw.) bestimmt. Nur ein ganzheitlicher Forschungs-Zugang kann hier effektiv sein. Das soll nicht heißen, dass man die Faktoren Content, Technik und Organisation als Bestandteile des Modells gleichzeitig bzw. vollständig untersuchen muss. Ausblendungen und Fokussierung sind stets unvermeidbar, manchmal sogar notwendig. Es ist aber auf der Basis des Modells möglich, die fehlenden Elemente zu erfassen und hinzuzufügen, womit sich eine fruchtbare Fortführung, Ergänzung bzw. Revision der Forschungsbemühungen ergibt.

Die Untersuchung der Faktoren Content, Technik und Organisation setzt jeweils drei Ebenen der Betrachtung voraus – Mikroebene, Mesoebene und Makroebene. Demnach ergeben sich folgende Perspektiven.

### *Organisation*

- übergeordnet, z.B. öffentl.-recht. oder priv. Rundfunk, Filmförderung;
- institutionsbezogen, z.B. Institution als Organisation, Funkhaus, Mitteldeutsche Filmförderung usw.;
- Produktionsprozesse/Workflows, konkrete Arbeitsschritte und -abläufe, z.B. Ablauf der Videoproduktion, Filmproduktion am Set usw.;

### *Technik*

- Komplexe technische Systeme, z.B. Studio, Netze usw.;
- Gerätetechnik, z.B. Kamera, Mischpult usw.;
- Technische Bau- bzw. Bestandteile, z.B. CCD in digitalen Kameras, Filmmaterial usw.;

### *Content*

- Übergreifendes Programmangebot, z.B. Content einer Webseite usw.;
- Inhaltscontainer, z.B. Format, Genre, Gattung, Bild usw.;
- Medienelement, z.B. Text, Pixelbild, Ton in einer binären bzw. analogen Repräsentation.

Inhaltliche Intentionen der Contentproduzenten – z.B. von Journalisten – werden durch die verwendete Technik und die jeweilige Organisation der Medienproduktion (vor allem durch konkrete Arbeitsabläufe, d.h. Workflow) entscheidend beeinflusst. Am Ende entsteht kein Medienprodukt nur nach den ursprünglichen Intentionen des Autors, sondern ein Produkt, der entsprechend dem Ablauf des Produktionsprozesses modifiziert wird. Diese organisatorische Modifikation auf verschiedenen Stellen des Produktionsprozesses kann (muss aber nicht) den Contentproduzenten bewusst sein. In der Produktionspraxis wurde dieser Einfluss kaum berücksichtigt oder wesentlich unterschätzt.

Die Medienproduktion ist so alt wie die Medien selbst. In der Vergangenheit war die Aufmerksamkeit der Sozialwissenschaften, darunter auch der Kommunikationswissenschaft, vor allem auf die Prozesse der Inhaltproduktion gerichtet. Analytierte man jedoch nur die journalistische Arbeit bei der Nachrichtenproduktion, so rückten die Fragen der Technik sofort in den Hintergrund. Auch die Organisation der Produktion wurde vor allem auf die Redaktion als Organisationseinheit bzw. auf die institutionelle Verankerung der Produktion bei öffentlich-rechtlichen oder privaten Sendeanstalten gerichtet und unter dem Aspekt der Inhaltskonvergenz der Medien diskutiert. Aus der Sicht der Technikwissenschaften standen wiederum jeweils spezielle, technologisch verankerte Prozesse

der Medienproduktion im Mittelpunkt, wobei neue Verfahren der Medienproduktion oder die Erstellung von Ablaufdiagrammen für Optimierungsstrategien der Medienproduktion auf die Untersuchungsagenda aufgenommen wurden. Durch Digitalisierung der Medien rückten die schon immer zusammenhängenden Praxisbereiche auch in der wissenschaftlichen Betrachtung näher aneinander. Redaktionssysteme als technische Vermittlungssysteme bestimmen die Organisation der Redaktion und damit auch Content.

Die Digitalisierung bewirkte zudem die Konvergenz der Medienbranchen. Dies brachte positive und negative Aspekte mit sich. Einerseits entstanden neue Marktpotenziale, Content konnte mehrfach verwertet werden und zielgruppenspezifische Plattformen entstanden. Andererseits gerieten die Medienbranchen in Bedrängnis. Zeitungsauflagen sanken dramatisch, traditionsreiche Zeitungen, wie die Frankfurter Rundschau, meldeten Insolvenz an. Neue Finanzierungsmodelle wurden notwendig. Fernsehen und Presse gerieten im Internet in einen Konkurrenzkampf. Die Medienkonvergenz, die man seit Jahren beobachten kann, war eine der Erscheinungsformen von fast schon revolutionären Wandelprozessen im Medienbereich. Die Internationalisierung – die mit Globalisierung der Medienorganisation verknüpft ist – bedeutete andererseits eine weitere Tendenz, die den Ausmaß der Veränderungen anzeigte. Sie modifizierte die Workflows von Medienproduktionsprozessen. Da Content jedoch kulturgebunden ist, sind der Internationalisierung engere Grenzen gesetzt, als der technischen Konvergenz der Medien.

Da die Produktion der Medien stets die Elemente Technik, Organisation und Content in einem Prozess vereint, ist ihre wissenschaftliche Analyse und Systematik nur interdisziplinär ausgerichtet sinnvoll. Interdisziplinarität wird als ein Anspruch bzw. eine Forderung der Zusammenarbeit von verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen formuliert. Gemeint wird meist die Nutzung von Theorien, Denkweisen und Methoden einer Disziplin durch eine andere. In diesem Sinne kann man von Verschmelzung von Disziplinen sprechen. Die praktische Einlösung der Interdisziplinarität stößt in der Praxis oft an Grenzen. Fachbegriffe, Fragestellungen, verwendeten Methoden als auch der Sozialisationsprozess der Forscher selbst erschweren eine barrierefreie Zusammenarbeit zwischen Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Geisteswissenschaften und Sozialwissenschaften. Die Geschichte zeigt jedoch, dass gerade die Verschmelzung von Disziplinen – oft nur durch die Person eines konkreten Forschers – nicht nur neue Perspektiven eröffnet, sondern enorme Potentiale für die Gesellschaft schafft. Sie kurbelt Wirtschaftssysteme an oder verändert Politik. In der letzten Zeit entstanden zahlreiche neue hybride Disziplinen, wie bspw. Biomedizin oder Medieninformatik, die durch ihren spezifischen Fokus neue Akzente in der Forschung und vor allem in der Anwendung gesetzt haben. Medienproduktionsforschung ist interdisziplinär und verbindet Technikwissenschaften mit Sozialwissenschaften, wobei ökonomische Fragen stets eine bedeutende Rolle spielen.

Abb. 2. Produktionsprozesse ausgewählter Medien (Krömker/Klimsa 2005, S. 20)

	Preproduktion	Produktion	Postproduktion	Distribution
Film	Content Planung Management-System	Dreharbeiten Filmulzechn-System	Material-Bearbeitung Postproduktions-System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Testumgebung/ Testsystem
	Technik Themen- Recherche Redaktions- System	Material- Recherche Browsing- System Aufzeichnungs- Wiedergabe- System	Material- Bereitstellung Postproduktions- System	Ausstrahlung Sonder- abwicklungs- System
Fernsehen (TV) Hörfunk	Content Szenario/ Komposition Kompositions- System	Musikaufnahme Aufzeichnungs- Wiedergabe- System	Musik- Nachbearbeitung Postproduktions- System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Vertriebs- System
	Technik Anforderungs- analyse Management- System	Storyboard/ Flowchart Prototyping/ Design-System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	CD-Erstellung/ Vervielfältigung Vervielfältigungs- System	Anwendungs/ Digitale Bereitstellung Provider- System
Internet- Anwen- dungen	Content Anforderungs- analyse Management- System	Storyboard/ Flowchart Prototyping/ Design-System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Anwendungs- Test Testumgebung/ Testsystem	Digitale Bereitstellung Provider- System
	Technik Themen- Recherche Redaktions- System	Material- Recherche Browsing- System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Material- Bereitstellung Postproduktions- System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Vertriebs- System
Print	Content Anforderungs- analyse Management- System	Storyboard/ Flowchart Prototyping/ Design-System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Anwendungs- Test Testumgebung/ Testsystem	Digitale Bereitstellung Provider- System
	Technik Themen- Recherche Redaktions- System	Material- Recherche Browsing- System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Material- Bereitstellung Postproduktions- System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Vertriebs- System
Mobilfunk	Content Anforderungs- analyse Management- System	Storyboard/ Flowchart Prototyping/ Design-System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Anwendungs- Test Testumgebung/ Testsystem	Digitale Bereitstellung Provider- System
	Technik Themen- Recherche Redaktions- System	Material- Recherche Browsing- System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Material- Bereitstellung Postproduktions- System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Vertriebs- System
Games (digitale Spiele)	Content Anforderungs- analyse Management- System	Storyboard/ Flowchart Prototyping/ Design-System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Anwendungs- Test Testumgebung/ Testsystem	Digitale Bereitstellung Provider- System
	Technik Themen- Recherche Redaktions- System	Material- Recherche Browsing- System Anwendungs- erstellung Entwicklungs- Umgebung	Material- Bereitstellung Postproduktions- System	Auslieferung/ Digitale Bereitstellung Vertriebs- System

### 3. *Medienproduktionsprozesse*

Medienprodukte entstehen in einem Produktionsprozess, der sich aus vier Produktionsphasen zusammensetzt: Preproduktion (z.B. Recherche, Planung oder medienunabhängige Erzeugung von Content); Produktion (Content an das jeweilige Vermittlungssystem anpassen, bzw. Content mediengerecht transformieren); Postproduktion (verfeinern, bearbeiten und testen von Content); Distribution (Content an die Zielgruppen verteilen).

In jeder Medienbranche verlaufen die Medienproduktionsprozesse auf einer höheren Abstraktionsstufe gleich im Detail jedoch sind zahlreiche medienspezifische Differenzen sichtbar. Man kann auf einer spezifisch festgelegten Abstraktionsebene die wichtigsten Schritte innerhalb der Prozessphasen beschreiben. Beim Film beispielsweise bestimmt die Organisation die jeweiligen Planungsschritte und deren Abhängigkeit vom eingesetzten Managementsystemen. Da sich die Organisation übergreifend auswirkt, ist sie in der unterstehenden Grafik stets mitgemeint und spielt in jeder Phase des Produktionsprozesses eine bedeutende Rolle. Daher muss sie auch bei der Forschung stets berücksichtigt werden (vgl. Abb. 2).

Die Erkenntnisse der Produktionswissenschaft, die sich auf die industrielle Produktion beziehen, lassen sich auch für die Medienproduktion übertragen. Die erprobten Faktoren einer effizienten Produktionssteuerung lassen sich für die Medienproduktion gewinnbringend anwenden. Die Steuerung von medialen Produktionsprozessen kann sich auf verschiedenen logischen Ebenen auswirken (Klimsa 2006):

- Contentproduktionsprozesse (Contentelemente, technische Basis der Contentproduktion, Content Management, usw.);
- Kommunikationsprozesse (interne und externe Kommunikationsprozesse, Kommunikationssysteme, z.B. Unified Communications Systems);
- Distributionsprozesse (Verteilung des Content medienspezifisch oder medienunabhängig: Equipment, Standards);
- Verwaltungsprozesse (Redaktion, Arbeitsmodule, usw.);
- Controllingprozesse (Zeit, Kosten, Qualität).

Die spezifischen Prozesse der Medienproduktion in verschiedenen Medien unterscheiden sich voneinander (Klosa, 2008). Die Produktion für Film, Fernsehen, Hörfunk oder Online-Medien kann nur abhängig von den jeweils konkreten Prozessen gesteuert werden. Immer mehr gewinnt an Bedeutung die Frage der Prozessorientierung der Medienproduktion und der Content-Produktion. Die Notwendigkeit der Steuerung von Content-Produktionsprozessen, die von Anfang an nicht medienspezifisch sondern „cross-medial“ – d.h. für mehrere Medienplattformen geeignet – ist, wird dabei ebenfalls sichtbar.



#### 4. *Fazit*

Die Kommunikationswissenschaft kommt mit ihren bisherigen theoretischen Grundlagen dem durch Digitalisierung der Medien verursachten Wandel nicht nach. Die meisten Theorien erfassen vor allem Prozesse der Massenkommunikation. Einige Theorien wie bspw. *Gatekeeping Theory* oder *Uses-and-Gratification-Ansatz* haben an ihrer Aktualität zwar nichts verloren, sie erfassen aber spezielle Bereiche des Kommunikationsprozesses. Auch das Modell Content-Technik- und Organisation bezieht sich nur auf einen speziellen – bislang mit einigen Ausnahmen weitgehend übersehenen – Bereich der Kommunikationsforschung: auf die Medienproduktion. Zwischen den Elementen Content und Technik, Technik und Organisation sowie Organisation und Content gibt es genuine Verknüpfungen, deren Untersuchung neue Aspekte der Kommunikationsprozesse offenbart. So konnte beispielsweise Boetzkes (2007) den Zusammenhang zwischen Content und Organisation verdeutlichen, in dem er feststellte, dass Nachrichten-Content in der Tageschau der ARD wesentlich von der Organisation der Produktionsprozesse abhängt. Organisation ist als ein weiterer Nachrichtenfaktor für die Selektion und Publikation von Nachrichten von Bedeutung. Mit dem Modell lassen sich Konvergenzprozesse der Medien (inhaltliche und technische) erfassen, auch die Internationalisierung wird betrachtet. Es ergeben sich eine Reihe von neuen Fragestellungen, die sowohl technisch-organisatorische Abläufe (Workflows in den Medien) betreffen, als auch sich auf die Contentproduktion und die Zusammensetzung des Content beziehen (vgl. Krömker/Klimsa 2005).

In der Anwendung des Modells werden auch seine Grenzen sichtbar. Wie bei anderen Modellen lässt sich nur dieser Teil der Wirklichkeit untersuchen, der das Modell abbildet. Man kann scherzhaft nach Goban-Klas wiederholen: „Nawet najlichsze konstrukcje pojęciowe, gdy zostaną określone mianem modeli, nabierają naukowego poloru” (Goban-Klas 1999, S. 52). Es ist zu hoffen, dass diese Eigenschaft auf das präsentierte Modell nicht zutrifft. Ein Modell kann sich in der Forschungspraxis nur bewähren, in dem er u.a. die Medien-Praxis zu erklären vermag. Im Zeitalter der digitalen Medien brauchen wir diese Erklärungen mehr denn je.

#### *Literatur*

- C.-E. Boetzkes (2007): Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- E. Dovifat (1955): Zeitungslehre. Theoretische und rechtliche Grundlagen. Nachricht und Meinung. Sprache und Form, Walter de Gruyter & Co, Berlin.
- T. Goban-Klas (1999): Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków.
- H. Innis (1950): Empire of Communication, Clarendon, Oxford.

- P. Klimsa (2006): Produktionssteuerung – Grundlagen der Medienproduktion, [in:] Ch. Scholz (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement, Springer Verlag, Heidelberg, S. 601–618.
- O. Klosa (2008): Sitcoms in Deutschland und den USA, VDM Verlag, Saarbrücken.
- H. Krömker, P. Klimsa (Hrsg.) (2005): Handbuch Medienproduktion: Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- H. Lasswell (1948): The Structure and Function of Communication in Society, [in:] L. Bryson (Hrsg.): Communication of Ideas, Harper, New York, S. 32–51.
- G. Maletzke (1964): Grundbegriffe der Massenkommunikation, Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht, München.
- M. McLuhan (1964): Understanding Media, Routledge and Kegan Paul, London.
- E. Noelle-Neumann (1984): The Spiral of Silence, University of Chicago Press, Chicago.
- P.J. Schoemaker, T.P. Vos (2009): Gatekeeping Theory, Routledge, New York.
- J. Sydow (1985): Der soziotechnische Ansatz der Arbeits- und Organisationsgestaltung, Campus Verlag, Frankfurt/M.
- E. Trist, K. Bamforth (1951): Some social and psychological consequences of the long wall method of coal getting, *Human Relations*, 4, pp. 3–38.
- D. Westley, M.S. McLean (1957): A Conceptual Model for Communication Research, *Journalism Quarterly*, S. 31–48.

## STRESZCZENIE

### Elementy zawartości, technika i organizacja w nauce o komunikowaniu

W nauce o komunikowaniu stosowanych jest bardzo wiele różnorodnych modeli obrazujących złożoność procesu komunikacji, które stają się podstawą podejmowanych badań i przyjmowanych w nich hipotez badawczych. Dotychczasowe ustalenia teoretyczne nie nadążają jednak za zmianą, jaka dokonała się w zakresie procesu komunikacji wskutek digitalizacji mediów. Autor artykułu próbuje zapełnić istniejącą lukę, proponując swój własny model (CTO-Model, niem. Content-, Technik- und Organisations-Modell), który uwzględni często pomijany obszar produkcji medialnej i akcentuje przyczynowo-skutkową współzależność, zachodzącą pomiędzy takimi jej elementami, jak zawartość, technika oraz organizacja mediów. Główna wartość proponowanego modelu polega na tym, że jego zastosowanie pozwala również objąć refleksją naukową takie zjawiska, jak konwergencja i internacjonalizacja mediów.

**Słowa kluczowe:** zawartość mediów, organizacja mediów, produkcja medialna, proces komunikacji, konwergencja mediów

# JOURNAUX ET INTERNET: ENJEU ECONOMIQUE, ENJEU DEMOCRATIQUE

ANTOINE DE TARLÉ

## ABSTRACT

### **Daily Papers and the Internet: the Economic Stake, the Democratic Stake.**

Since 1995, along with the rise of the Internet, traditional daily papers have been experiencing a real revolution. There are three stakes in this game. The first is economic: how to ensure their survival, which is dependent on finances? The second is ethical: how to guarantee proven valuable information in the net? The third is political: how to ensure equal access to complete, reliable, and pluralistic information, which is the main pillar of democracy? This article offers an analysis of answers to those questions, contained in the newspapers of the Western democracies, particularly the American press.

**Key words:** Internet, newspapers, media economy, democracy, American press

C'est il y a moins de vingt ans, en 1995, que les journaux ont découvert la possibilité de diffuser l'information sur Internet et ont adopté avec enthousiasme cette nouvelle technique. Au cours des quinze années qui ont suivi, une série de bouleversements totalement imprévus ont transformé ce qui n'était au départ qu'un simple système de communication en une véritable révolution qui a complètement changé la manière dont circule l'information, dans le monde entier.

La presse écrite était encore, à la fin du siècle dernier un instrument majeur de diffusion de nouvelles et de suivi de l'actualité. Toutefois, la concurrence de la radio et surtout de la télévision avait déjà entraîné un affaiblissement significatif des journaux dont la diffusion avait commencé à baisser dès les années 70 dans des pays aussi différents que les Etats-Unis, le Royaume-Uni ou la France. C'est donc une presse qui commençait à perdre du terrain qui a dû affronter un défi économique nouveau et redoutable. Celui-ci, s'il n'est pas relevé rapidement et efficacement, remettra aussi en cause la manière dont les citoyens ont accès

✉ Adres do korespondencji: Ouest France, 13 rve du Breil, Rennes Cedex, 135063; e-mail antoine.detarle@ouest-france.fr

à une information complète, honnête et pluraliste. On sait depuis Tocqueville que celle-ci est un des éléments fondamentaux du fonctionnement d'une société démocratique. L'enjeu n'est donc pas seulement économique, il est aussi politique. C'est ce qui justifie le débat qui a lieu aujourd'hui dans les grandes démocraties occidentales et la recherche de solutions alternatives qui permettent de satisfaire les besoins légitimes des citoyens.

L'essor prodigieux d'Internet a profondément transformé l'économie de la presse écrite et menace la survie des quotidiens et, dans une moindre mesure, des magazines. Dans un numéro spécial daté de 2006, *L'Economist* écrivait: „Les journaux sont maintenant une espèce en danger. L'activité consistant à vendre des textes aux lecteurs et des lecteurs aux annonceurs, qui leur a permis de jouer leur rôle au sein de la société, est en train de s'effondrer”.

Ce jugement sévère est malheureusement vérifié par les faits. En tout premier lieu les services du Web ont drainé des ressources publicitaires importantes. Aux Etats-Unis, aujourd'hui, le volume des recettes sur le Web dépasse celui de la presse quotidienne. En France, il se situe au même niveau que la radio. Certes, cet impact a été plus brutal pour les journaux américains qui tiraient jusqu'alors 80% de leurs recettes de la publicité, alors qu'en Europe le pourcentage moyen est d'environ 50%<sup>1</sup>. Néanmoins, tous ont été frappés, ce qui a obligé l'ensemble des titres à augmenter fortement leurs prix de vente, au risque de décourager des lecteurs sollicités par ailleurs par de multiples services électroniques payants.

Toutefois, ce qui a le plus pénalisé les quotidiens et certains magazines a été la fuite des annonces classées vers Internet qui offre un service plus souple et beaucoup moins coûteux, voire gratuit pour des sites comme *Craigslist* ou *Leboncoin* en France. Les principaux journaux américains qui tiraient souvent la moitié de leurs recettes publicitaires des petites annonces, ont subi un choc dont ils peinent à se relever. Il en a été de même en France où des titres comme *Le Figaro*, *Ouest France* ou *L'Express* ont subi en cinq ans des pertes se chiffrant pour chacun à plusieurs dizaines de millions d'euros<sup>2</sup>.

Le résultat, souligné dans un remarquable rapport de Rasmus Nielsen pour le Reuters Institute for the study of journalism („Ten years that shook the media world”, Oxford University 2012, mentionné dans cet article sous le nom de rapport Nielsen) a été la disparition de nombreux titres et, surtout, des licenciements massifs de journalistes. Aux Etats-Unis, par exemple, ce sont plus de 15 000 emplois de journalistes qui ont été supprimés depuis cinq ans. On assiste à des hémmorragies comparables dans les pays européens tels que l'Espagne, l'Allemagne ou la France<sup>3</sup>.

En second lieu, Internet a profondément modifié la collecte et la diffusion de l'information alors que celles-ci semblaient presque immuables depuis le début

<sup>1</sup> R.K. Nielsen: Report: Ten years that shook the media world, Oxford University, october 2012, p. 20.

<sup>2</sup> Ibidem: p. 44 et aussi World Advertising Trends, 2008.

<sup>3</sup> Ibidem: p. 46 et aussi Harold L. Vogel: Entertainment industry economy, Cambridge CUP, 2011.

du 20ème siècle. Il faut bien reconnaître que les journaux sont en grande partie responsables d'une situation qu'ils avaient mal évaluée au départ et qui leur fait aujourd'hui un tort considérable.

Au début, dans les années 90, la presse a procédé à une analyse erronée d'une situation qui était totalement nouvelle. Elle a cru que le Web était un simple prolongement de l'imprimé. Dans ces conditions, il suffisait de mettre sur les réseaux la copie du papier, textes et photos, en espérant que la publicité financerait le tout. Comme le coût de transfert de l'imprimé vers le numérique était minime, la gratuité du service paraissait normale. Les journaux pensaient donc qu'ils pourraient augmenter à peu de frais leur lectorat sans remettre en cause leur équilibre économique.

Ces attentes ont été déçues car Internet s'est révélé être beaucoup plus qu'une simple innovation technologique. En fait, c'est une révolution qui a engendré ses propres modes de fonctionnement et ceux-ci l'ont complètement émancipé du monde traditionnel de l'information. Tout d'abord, de nombreux sites commerciaux de services ont fait appel à la publicité sans pour autant proposer de l'information. Pour la première fois dans son histoire, la presse s'est trouvée en concurrence pour la publicité avec des supports sans liens avec les médias contrairement à ce qui avait été le cas pour la radio et la télévision, concurrents certes, mais appartenant à la même famille. Il a fallu du temps avant que les régies publicitaires des journaux prennent la mesure de ce changement radical et commencent à chercher une parade à ce défi que leur opposaient les nouveaux et puissants concurrents alors que ceux-ci se développaient à une vitesse vertigineuse.

Par ailleurs, *Google* et *Yahoo* ont conçu et mis en place des services gratuits d'actualité en reprenant les nouvelles éparpillées sur les différents supports: agences de presse, chaînes de télévision, quotidiens et magazines. Du coup, la planète Web regorge d'informations gratuites et instantanées faisant appel au texte mais aussi à la photo et, de plus en plus, à la vidéo tandis que les journaux ont été obligés de financer des sites Internet souvent déficitaires avec les recettes déclinantes du papier. C'est cette situation qui explique l'offensive de dernière heure menée ces derniers mois par la presse en Allemagne, en France et en Italie pour instaurer une „taxe *Google*” qui obligerait le géant américain à rémunérer les médias pour l'exploitation de leurs articles.

Ce dernier débat est intéressant à observer si on veut mieux comprendre les rapports complexes et mouvants entre les médias et le Web. Beaucoup de professionnels d'Internet estiment que la presse surestime son pouvoir face à *Google* pour qui la fourniture d'information ne représente qu'un faible pourcentage de son activité, probablement moins de 5% alors qu'en moyenne, 40% des usagers des sites de presse viennent par l'intermédiaire de *Google* puisque celui-ci n'affiche jamais les textes complets des articles et renvoie les lecteurs aux journaux pour l'accès à la totalité des textes<sup>4</sup>. Si la presse renonçait à son lien avec *Google*

<sup>4</sup> F. Filloux: *The Monday Note*, 4 novembre 2012.

elle perdrait donc une partie importante de son public, au moins dans un premier temps. En revanche, le groupe américain refuserait certainement de créer, à grands frais, un service nouveau et mondial d'information pour compenser une faible baisse d'activité.

Cette situation s'est encore compliquée en raison de l'apparition d'un autre phénomène tout aussi imprévu: l'essor, ces cinq dernières années de ce qu'on appelle les réseaux sociaux, notamment *Facebook* et *Twitter*. Ceux-ci offrent à leurs usagers une multitude d'informations et d'images d'importance et d'intérêt très inégaux, voire carrément fantaisistes ou diffamatoires sans qu'aucune instance internationale ait la possibilité matérielle d'intervenir pour introduire un minimum de déontologie. Or les études d'opinion montrent que les réseaux sociaux constituent un moyen important d'échanges pour les moins de 25 ans qui les ont massivement adoptés aussi bien en Amérique du Nord qu'en Europe. Fin 2012, 82% des internautes français étaient connectés à l'un ou l'autre des réseaux sociaux qui font, eux aussi, largement appel à la publicité<sup>5</sup>. Les médias, presse écrite et télévision les ont adoptés en ouvrant des pages *Facebook* et en encourageant leurs journalistes à *Twitter*. Là encore, ils se sont engagés dans une fuite en avant sans tenir compte de l'absence d'intérêt économique d'une telle démarche puisque les réseaux sociaux bénéficient de ce surcroît de trafic sans verser aucune contrepartie financière à la presse. La notoriété acquise par les titres de presse grâce à ces nouveaux moyens de communication ne se traduit par aucune amélioration de leur diffusion sur le papier ou le Web.

En 2012, le paysage des médias est donc très différent de ce qu'il était il y a seulement dix ans. Dans tous les pays développés, la presse écrite, et surtout la presse quotidienne, traverse une crise sans fin due à la fois à la chute de ses recettes publicitaires et à la baisse de sa diffusion. En revanche, l'appétit d'information ne faiblit pas, même chez les jeunes générations et Internet prétend satisfaire cette demande grâce à une offre gratuite gigantesque mais peu ou pas contrôlée, et au sein de laquelle le texte cède de plus en plus la place à la vidéo.

Cet état de choses préoccupant comporte cependant des raisons d'espérer. Tout d'abord, il semble bien que le débat qui avait pris une grande ampleur au début du siècle, notamment aux Etats-Unis, sur le 'journalisme citoyen' soit en train de se clore. Rappelons qu'un certain nombre d'internautes avaient soutenu la thèse selon laquelle grâce à la souplesse du Web, tous les citoyens pouvaient apporter leur contribution à l'information de leurs compatriotes en échappant au contrôle, jugé réducteur et biaisé, des journalistes professionnels. La mode était aux blogs qui se sont créés par millions dans tous les pays développés et à l'envoi massif de vidéos sur des sites de partage d'images comme *Youtube* ou *Dailymotion* qui ont mis en place de multiples chaînes spécialisées par objet.

Depuis, le public a tranché. Les partisans du journalisme de tous pour tous avaient oublié une contrainte de base: le temps. Personne ne peut passer 24 heures

<sup>5</sup> *Correspondance de la presse*, 24 novembre 2012.

par jour à consulter les milliers de sites qui diffusent souvent des informations hasardeuses ou insignifiantes. Les internautes qui veulent s'informer sérieusement consultent les sites professionnels de la presse ou de l'audiovisuel qui leur offrent une synthèse fiable des nouvelles fréquemment remise à jour et dont l'audience ne cesse de progresser. Ils ont aussi recours aux moteurs de recherche qui s'appuient eux aussi sur les médias traditionnels. Cette évolution n'empêche certes pas la diffusion de fausses nouvelles sur le Web mais elle en limite la portée<sup>6</sup>.

D'ailleurs, comme le souligne le rapport Nielsen, les plus gros consommateurs d'information sont les individus qui utilisent systématiquement l'ensemble des moyens de communication, médias traditionnels et Internet<sup>7</sup> et veillent donc, de manière plus ou moins empirique, à recouper ce qu'ils reçoivent en évitant de s'appuyer sur un support unique. Cet état de choses fait cependant problème en ce qui concerne le rôle des médias dans les sociétés démocratiques. On y reviendra plus loin.

Par ailleurs, la réflexion avance aussi sur la question cruciale du financement de l'information. Le dilemme que doivent affronter les éditeurs et aussi le public est simple: comment financer avec des ressources déclinantes les rédactions et donc les équipes professionnelles qui sont indispensables si on veut couvrir de manière sérieuse et complète l'actualité locale, nationale et internationale? La collecte de l'information est onéreuse car elle nécessite une population importante de journalistes bien formés et capables de se déplacer partout où l'actualité se déploie. Un quotidien comme le *New York Times*, qui est un des leaders de l'information mondiale, emploie mille journalistes. Un grand quotidien régional comme *Ouest France* en emploie cinq cent cinquante.

Jusqu'à présent, les ressources tirées du papier avaient suffi à assurer ce financement. Aujourd'hui, cela devient de plus en plus malaisé et le produit des services sur Internet ne comble pas les pertes du journal. La direction du grand quotidien américain a donc décidé en 2010 de rendre payante la consultation sur Internet, au-delà de quinze articles puis dix articles par mois. Jusqu'à présent, cette expérience est un succès puisque le journal a plus de 450 mille abonnés à son seul service numérique. Toutefois, les recettes tirées de ces abonnements ont beau être significatives, de l'ordre d'une soixantaine de millions de dollars en 2012, elles ne compensent pas encore les pertes de revenu liées à l'effondrement de la publicité<sup>8</sup>.

Le système du 'mur payant', c'est-à-dire du paiement par l'utilisateur au-delà d'un certain volume de consultations, s'étend progressivement aux principaux titres occidentaux. On estime que d'ici un an quatre cent titres américains dont le *Washington Post* auront adopté cette formule. Au Royaume-Uni, en Allemagne,

<sup>6</sup> Voir l'analyse des fausses informations sur le Web par Alan Cowell dans le *New York Times* du 19 novembre 2012.

<sup>7</sup> R.K. Nielsen: op.cit., p. 35.

<sup>8</sup> Voir sur ces points Patrick Pexton: Reconsidering a pay wall at the Post, *Washington Post* du 16 décembre 2012.

en France, on étudie aussi avec soin l'expérience du grand quotidien new-yorkais qui laisse espérer que la généralisation de l'abonnement n'entraînera plus comme par le passé une fuite des lecteurs habitués trop tôt et trop longtemps à la gratuité totale. Des sites *pure player* comme *Mediapart* en France ont aussi recours à l'abonnement et réussissent à équilibrer leurs comptes. On s'éloigne donc progressivement d'une gratuité qui risquait de conduire à la destruction d'une information fiable et pluraliste en privant de moyens le journalisme d'investigation. Toutefois, comme les exemples du *Wall Street Journal*, du *New York Times* ou de *Mediapart* le démontrent, l'usager n'accepte de payer que s'il bénéficie d'un service particulier et de qualité.

Il reste désormais à définir une éthique de la communication sur Internet. En l'absence d'une autorité mondiale qu'on ne pourra jamais mettre en place, on ne peut qu'espérer que les sites ou les réseaux qui respectent une certaine qualité et vérifient l'information conformément aux règles traditionnelles de la presse deviennent progressivement la référence de la communauté des internautes. Ce sont, en définitive, les publics qui arbitreront entre la bonne et la mauvaise information.

On ne peut cependant se satisfaire de cette vision optimiste des choses. L'enjeu démocratique posé par la révolution d'Internet est double. Il remet en effet en cause deux fondements de la démocratie: la défense du pluralisme et l'égalité devant l'accès à l'information<sup>9</sup>.

La soif d'information, qui est toujours manifeste chez les citoyens des démocraties occidentales, ne signifie pas forcément qu'ils soient toujours disposés à accueillir des faits contraires à leurs convictions. On assiste sur Internet à un phénomène préoccupant qui est déjà manifeste aux Etats-Unis à la radio et la télévision: la segmentation de ces médias en fonction des sensibilités politiques des auditeurs et téléspectateurs. C'est ainsi, par exemple, qu'on constate aux Etats-Unis la polarisation des chaînes d'information continue: *Fox News*, reflète l'opinion de la droite républicaine, *MSNBC* est proche des démocrates. Or ces deux chaînes qui affichent sans complexe leurs convictions bénéficient d'un important succès d'audience tandis que *CNN* qui s'efforce de rester neutre voit le public s'éloigner d'elle ce qui menace son existence même. Cette prime à la polarisation n'a pas échappé aux entrepreneurs d'Internet. En France, *Mediapart* joue avec succès la carte de la gauche tandis qu'*Atlantico* s'adresse aux internautes de droite. Dans chaque cas, il est à craindre que les usagers cherchent avant tout à conforter leurs opinions plutôt qu'à les confronter à des avis divergents ou opposés.

Cette segmentation risque encore de se renforcer avec la mise en place de revues de presse numériques. Celles-ci permettent aux internautes de ne recevoir que les articles et messages qui correspondent à leurs opinions et donc d'ignorer systématiquement toute analyse contradictoire. Si ce phénomène se généralisait, on s'éloignerait encore plus de la formule du grand quotidien ou du newsmagazine généraliste qui offre au lecteur, page après page, une vision globale et hon-

<sup>9</sup> R.K. Nilsen: op.cit., p. 67 et suivantes.



nête du monde. Une des conséquences majeures et sous-estimée du passage au numérique est la fin du feuilletage des journaux si propice à l'effet de surprise et à la confrontation des opinions.

Une autre forme de segmentation est celle qui correspond au niveau de vie et d'éducation. Les instituts de sondage voient au fil des années se dessiner deux catégories de population: d'une part, les milieux les plus aisés et les plus actifs sur le plan professionnel qui consomment massivement l'information en utilisant tous les supports disponibles, le papier encore et, de plus en plus, les smartphones et les tablettes qui satisfont leur besoin de mobilité. Ces individus sont prêts à payer pour disposer d'une information exclusive et de haut niveau. Leur comportement contraste avec celui de la majorité des gens qui manifeste moins de curiosité et se contente des nouvelles fournies gratuitement par des agrégateurs comme *Google News* en abandonnant progressivement la presse écrite devenue trop onéreuse.

Un modèle intéressant à observer est celui du site américain *Politico*. Celui-ci, qui est animé par une équipe de journalistes très qualifiés, est basé à Washington et se consacre exclusivement à l'information sur la vie politique américaine. Son activité se déroule à trois étages. Un site Internet alimenté en permanence et gratuit, un bihebdomadaire sur papier distribué gratuitement dans l'agglomération de la capitale fédérale et un service beaucoup plus complet et vendu par abonnement aux entreprises. Les responsables de *Politico* admettent volontiers qu'ils équilibrent leur budget grâce à ce dernier service dont les tarifs sont très élevés. Ils pratiquent donc à leur manière la segmentation.

Dans cette nouvelle phase de la révolution entraînée par Internet, le monde de l'information est à la croisée des chemins. Les circuits de diffusion mis en place depuis quinze ans ont permis un accroissement gigantesque de la circulation des nouvelles, textes et aussi images fixes et mobiles. Toutefois, cette inflation d'information n'est pas sans périls ni effets pervers. Elle a conduit à un transfert massif de richesses des journaux aux opérateurs et fournisseurs de services. Il y a vingt ans la presse généraliste, quotidiens et hebdomadaires d'information, dégageait des bénéfices considérables dans la plupart des pays développés. Aujourd'hui, les marges ont fondu, mettant en péril les titres et réduisant dangereusement la taille des rédactions. En revanche, des géants qui ont su se placer aux confins de la technique et des services comme *Google*, *Apple* ou *Amazon* bénéficient d'une prospérité inouïe sans qu'ils envisagent pour autant d'investir dans les medias anciens ou nouveaux. On se trouve donc dans une situation paradoxale dans laquelle l'ubiquité de l'information coïncide avec son appauvrissement.

L'essor des réseaux sociaux, et notamment *Facebook* et *Twitter*, a compliqué encore un peu plus la situation. Les opérateurs des medias, presse et télévision tentent de se servir de leur énorme audience, plusieurs centaines de millions d'utilisateurs dans le cas de *Facebook* pour accroître la notoriété de leurs supports, sans pour autant en tirer le moindre profit puisque leur usage est gratuit. Une fois de plus, la règle de la gratuité joue contre l'économie de l'information.

La généralisation des services payants, à l'image de ce qu'a entrepris le *New York Times*, suivi en France par des titres comme *Les Echos*, *Le Monde* ou *Le Figaro*, ne constitue qu'une solution partielle. Elle ne permet pas, pas encore, en tout cas, de régler les questions fondamentales du pluralisme et de la qualité de l'information. D'une part, la segmentation des publics en fonction des revenus se poursuit et même s'accroît. D'autre part, ces nouvelles recettes ne compensent pas les pertes de revenus entraînés par la baisse de la publicité et donc ne mettent pas un terme à l'hémorragie des rédactions. Un exemple récent illustre cette situation : le prestigieux hebdomadaire allemand *Der Spiegel*, qui diffuse à 900 000 exemplaires, a annoncé une réduction de ses effectifs car les profits tirés de son site internet ne suffisent pas à pallier la crise publicitaire<sup>10</sup>.

Pourtant, on doit espérer que des solutions pérennes seront trouvées et que la soit d'information des démocraties occidentales et des pays émergents comme l'Inde, le Brésil ou la Chine débouchera sur un nouvel équilibre économique.

Beaucoup maintenant s'interrogent sur les limites du libéralisme économique dans le secteur des médias. Ne faut-il pas rechercher un nouvel équilibre entre public et privé et renoncer, au moins pour ce qui concerne l'information, à une confiance aveugle dans la loi du marché? Personne ne conteste l'intérêt d'offrir au public des chaînes de radio et de télévision financées sur des fonds publics, à condition que celles-ci ne soient pas en position de monopole. Or, la question commence à se poser pour l'information sur Internet. D'une part, les médias de service public ont créé des services sur le Web qui sont une réussite certaine, comme c'est le cas pour la *BBC* ou *Radio France*, et d'autre part des organismes à but non lucratif se sont constitués, notamment aux Etats-Unis, pour financer des reportages et le journalisme d'investigation<sup>11</sup> et donc aider les médias en difficulté à accomplir leurs missions. L'information pluraliste a un coût et cette prise de conscience devrait jouer un rôle important dans l'évolution future de la Toile.

## STRESZCZENIE

### **Dzienniki i Internet: stawka ekonomiczna, stawka demokratyczna**

Od 1995 roku, wraz z nadejściem Internetu tradycyjne dzienniki przeżywają prawdziwą rewolucję. Stawka w tej grze jest potrójna. Po pierwsze ekonomiczna: jak ochronić ich przeżycie, które zależy od finansów? Etyczna: jak zagwarantować w sieci sprawdzoną, wartościową informację? Polityczna: jak zapewnić równy dostęp do pełnej, wiarygodnej i pluralistycznej informacji, będącej głównym filarem demokracji? Prezentowany artykuł poddaje analizie odpowiedzi na postawione w nim pytania zawarte w dziennikach zachodnich demokracji, głównie amerykańskich.

**Słowa kluczowe:** internet, czasopisma, ekonomika mediów, demokracja, prasa amerykańska

<sup>10</sup> *Correspondance de la presse*, 3 décembre 2012.

<sup>11</sup> Voir l'analyse des différences de stratégie entre les journaux américains et britanniques dans le *Guardian* du 10 décembre 2012. James Ball: Behind the long headline...

# NEWS FRAMES, INTER-MEDIA FRAME TRANSFER AND THE FINANCIAL CRISIS<sup>1</sup>

THOMAS BACH, MATHIAS WEBER, OLIVER QUIRING

## ABSTRACT

### News frames, inter-media frame transfer and financial crisis

This paper examines the economic coverage of German newspapers at the onset of the financial crisis with the help of framing theory. It has three basic objectives. The first, to identify the frames in the news coverage. The second, the documentation of these frames and their occurrence as well as their distribution in different media outlets. The third, the examination of inter-media influences, exerted by different media outlets upon each other. The authors introduce the concept of Inter-Media Frame Transfer and apply a multi-method-design composed of a qualitative and quantitative content analysis as well as an ARIMA-time-series analysis. Eight frames are identified. The representation of the crisis as a systemic threat can be seen as the dominant interpretation. Inter-media influences can explain some of the dynamics of media framing. Yet, media framing of the financial crisis appears to be mainly contingent on extra media influences.

**Key words:** framing theory, media frames, media influence, financial crisis, representation, Inter-Media Frame Transfer

## Introduction

Economics is a central and very specific field in journalistic work. Economic processes are often perceived as far more complex than other social or political issues. Accordingly, comprehending and evaluating the state of the economy is a rather difficult task for large parts of the population. At the same time, every citizen of modern states is an immediate subject to economic developments – locally as well as globally. Hence, it is plausible to assume that economic news coverage is an indispensable basis for understanding and interpreting economic processes.

---

<sup>1</sup> A German version of this article appeared in *Studies in Communication/Media* 2/2012. Niemieckojęzyczna wersja artykułu ukazała się w *Studies in Communication/Media* 2/2012 – dopisek redakcji.

Especially during periods of economic crisis, when the economic development is perceived as unpredictable and threatening, the media should assume the tasks of reducing the complexity of economic realities and offering appropriate interpretative tools to the recipients (Doyle 2006; Gavin & Sanders 1997; Parker 1997).

Framing theory deals with one possibility to reduce complexity in a news text. *Framing* describes, simply put, the organization of information according to an organizing and interpretative frame, the “central organizing idea or story line that provides meaning” (Gamson & Modigliani 1987, p. 143). In the case of the financial crisis the question arises which organizing and interpretative frames the media provided for the public in order to interpret economic processes and the resulting political decisions. The manner in which the crisis was framed potentially had a major impact on the development of the political debate, but also on the economic development itself. Whether or not a new car will be bought, a house built, or money withdrawn from a bank, all depends on what people expect from the future. And these expectations (partially) depend on the structure of economic media coverage (Boomgaarden, Van Spanje, Vliegenthart, & De Vreese 2011; Goidel, Procopio, Terrell, & Wu 2010; Pruitt, Reilly, & Hoffer 1988; Quiring 2004; Quiring & Weber 2012).

The aim of this study therefore is an accurate analysis of the frames in the economic news coverage at the onset of the financial crisis in 2008.

- *Research question 1.* In which frames has the media coverage of the financial crisis been embedded? I.e.: How does the media evaluate the consequences of the crisis? How did the crisis even occur? How is crisis management to be carried out? How can future crises be prevented?

However, the examination of the crisis’ media interpretation should not end by simply identifying the existing frames. We are also interested in the temporal dynamics of news frames.

- *Research question 2.* How did the individual frames develop over time? Which frames have become predominant? Which of them turned out to be marginal? In which parts has the debate changed?

And finally, we examine to which extent inter-media influences can be identified in the coverage.

- *Research question 3:* How do the individual media outlets influence each other in their interpretation of the crisis? I.e.: Which media outlets actively introduce frames into the media discourse, and which media outlets adapt frames from others?

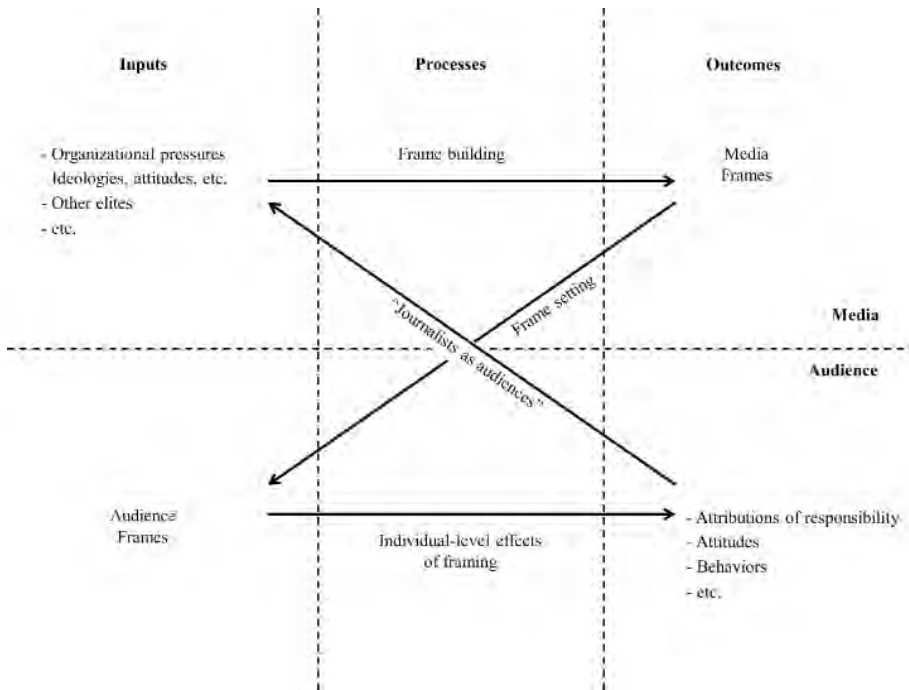
### *Framing. Framing as a concept of production and reception of journalistic content*

A frame is not only an organizational element for media conveyed information (see Gamson & Modigliani 1987). For journalists and recipients alike, frames

constitute complex cognitive constructs which connect knowledge, and thus have consequences for information transmission and reception: “Media frames are persistent patterns of cognition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion [...]” (Gitlin 1980, p. 7). The journalistic technique, which establishes frames as cognitive constructs, is described as follows by Entman: “Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation” (Entman 1993, p. 53). However, it should not be forgotten that establishing a frame represents a process which should be considered less as a characteristic of individual articles or news items, but more as something which unfolds in the course of a journalistic discourse as a whole. The entire process uniting the separate components of framing research can be described with Pan and Kosicki: “Framing, therefore, may be studied as a strategy of constructing and processing news discourse or as a characteristic of the discourse itself” (Pan & Kosicki 1993, p. 57).

This process encompasses the media sphere as well as that of the audience. The phenomenon is usually examined on the level of media content, but media content is only a material effect. This is due to the fact that a frame not only has intra-cognitive effects on recipients, but also on journalists. In the latter case, the reception of media content as well as the production of news content is guided by the frames which journalists cognitively apply to decode events and other journalists’ output. The systematic investigation of different research subjects within the framing theory has been considerably facilitated by the process model of framing research (D. Scheufele 1999).

The different stages of the study at hand are situated at different points in the model (Figure 1). At first, the qualitative frame-identification examines the respective frames on the level of journalistic output. Second, the quantitative part of the content analysis delivers insights in the frame building process within the media system. Part of this is the observation in which media these frames have occurred and how their occurrence has changed over time. The third part of the study can be placed in the process model at the stage, which Scheufele vaguely describes as “*journalists as audiences*” (D. Scheufele 1999). Within the process model, this describes the stage of inter-media feedback. The focus of interest is thus directed at effects which occur when journalists (as recipients of media content) include the intra-cognitive effects of this reception into the media production process (i.e. their own journalistic work), be it deliberately or unintentionally. Thus, it is a process of transferring media frames via cognitive processing of news content by journalists into new media content. We propose to call this mechanism *inter-media frame transfer*. Despite the rather sizeable amount of research on different aspects of framing, the inter-media frame transfer has hardly been examined at all. The relevant data and the only study exclusively and directly focused

**Figure 1. Process model of framing research**

Source: D. Scheufele 1999.

on the inter-media frame transfer (Hong & Choi 2010) will be presented in the following.

The enormous potential effects of framing processes on recipients have been presented quite impressively in experiments by Kahneman and Tversky (1984). However, the process-related character of the formation and transmission of frames during the journalistic discourse cannot be detected merely with the help of cross-section analyses. The variability of media frames over the course of time is clearly pointed out by, for example, Kepplinger and Habermeier (1995) and Brosius and Eps (1995). Specifically, key events may severely alter journalistic selection criteria and interpretative patterns (Brosius & Eps 1995). This occurs especially in the orientation period immediately following a key event. Orientation periods are characterized by uncertainty on the part of journalists and audiences alike (Brosius & Eps 1995). The dynamic transfer of frames across different media outlets as inter-media framing has been examined by Choi and Hong (2010), using the example of a debate on the import of U.S. beef to South Korea, in the course of which anti- and pro-American positions played an important role. The focus of analysis was on the coverage of three daily newspapers, which are clas-

sified by the authors in their editorial directions as “liberal”, “conservative” and “neutral”. After initially identifying thematic frames, Hong and Choi sum them up in two generalized frames, namely “Conservative” and “Liberal”. The subsequent evaluation based on graphical interpretation suggests a mutual influence between the examined newspapers, which actually does not answer the question of frame exchange, but is rather an indication for inter-media agenda setting. The interpretation of this change in terms of a mutual influence of the media remains vague without further statistical analysis of the data. The present study would like to include the ideas of Hong and Choi and implement them stringently with the help of a more profound data analysis.

### *Journalists' reliance on other media*

The fact that the creative process of journalists is not only influenced by inputs such as individual research or news agency messages, but also by other journalists' output, has been well-established (Breed 1955; Noelle-Neumann & Mathes 1987; Reinemann 2004) and seems quite plausible in the face of daily work routines. In newsrooms, it would almost be perceived as a violation of professional norms if a journalist were to permanently ignore the contributions of colleagues from other news media (Reinemann 2004).

In the daily journalistic practice, an editorial meeting is simply inconceivable without at least some of the participants being familiar with the content of other media outlets (Marcinkowski 1993). An observation of journalistic competition in this case represents a common form of environmental control and quality control (Noelle-Neumann & Mathes 1987). Quite frequently, the corresponding findings are discussed in meetings and thus find their way into the internal editorial discourse – especially regarding opinion leading media (Noelle-Neumann 1979). Mast and Spachmann note with reference to German economic and business journalists: “Thus the focus of their coverage is geared more towards their colleagues and less towards their audience. This also means that inquiry is often limited to turning reports and comments made by other business journalists into the basis of their own coverage” (Mast & Spachmann 1999, pp. 79–80).

### *Inter-Media Frame Transfer*

In light of the literature presented we propose the assumption that the observation of the output of other journalists and media outlets may serve as a potential transmission mechanism for an inter-media transfer. Apart from the already implied role of opinion-leading media, which serve as an orientation for other media outlets, it can be said that the opinion-leader status can change depending on competence level and coverage situations. These effects have been theorized

numerous times and demonstrated empirically (Breed 1995; Katz & Lazarsfeld 1964; Mathes & Pfetsch 1991). It can thus be assumed that, in times of heightened professional uncertainty on a specific topic, even corresponding “special interest” media, in this case economic business media, can become opinion-leading media, if only for a limited time.

### *Inter-Media Frame Transfer During the Financial Crisis*

The economic coverage of the financial crisis serves as a well suited example for the analysis of inter-media frame transfers based on the following considerations:

1. Due to the (publicly perceived as) sudden onset and escalation of the financial crisis, current journalism has seen a surge of very time-critical production environments. Time constraints in obtaining information favor the use of readily available, updated information (Brosius & Eps 1995; Reinemann 2004). It can be assumed that especially articles by journalists in the economic and business press could be used as orientation in the case of the financial crisis.
2. The thematic treatment of the financial sector is likely to have posed a significant challenge to the editors in charge. It cannot be expected that the editorial rooms of all news media outlets had enough personnel to ensure that the coverage of the topic at the height of the crisis was composed only by trained economic and business journalists. It may therefore rather be assumed that many more or less “unqualified” journalists were forced to familiarize themselves under severe time constraints with the complex interrelationships of the crisis (Köcher 1990; Reinemann 2004).
3. Both, economic and other journalists had to be aware of the particular potential effects of their coverage. Thus, misleading coverage implying the possibility of the impending insolvency of a particular financial institution, for example resulting in a surge of money withdrawals by customers or a restriction of interbank trade, might ultimately cause the actual insolvency or accelerate the process. Contributions thus had to be checked even more intensively. Uncertainty, as a contributing factor for a strong orientation towards the output of other journalists and media outlets, can be classified as presumably high under these conditions (Reinemann 2004). Professionally sound and readily available technical guidance presumably was offered in this situation by the daily business publications. Thus, for the news publication process in Germany, the *Handelsblatt* and the *Financial Times Deutschland* can be included in the circle of potential opinion leaders.
4. Furthermore, the events surrounding impending bankruptcies of financial institutions took place during the initial period of the coverage-cycle in which the development, modification or acquisition of frames occurs easier



than in periods of routine (Brosius & Eps 1995; Kepplinger & Habermeier 1995).

In addition to the already presented research-questions, two hypotheses can be derived from the aforementioned considerations:

- *Hypothesis 1*: In the wake of the coverage of the financial crisis inter-media frame transfers (a delayed transmission of a frame from one medium to another) play a more important role than orientation on external factors (identified by simultaneous correlations between the media outlets).
- *Hypothesis 2*: These transfers occurred to a higher degree emanating from the economic daily newspapers (*Handelsblatt* and *Financial Times Deutschland*) in the direction of the political newspapers (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Rundschau*, *Die Welt*) than vice versa.

### *Method. Media sample and period of investigation*

The qualitative study (identification of the frames) and the quantitative study (quantification of the frames) are based on the same media sample and the same investigation period. We selected six national newspapers for the analysis due to several reasons. Firstly, daily media is best suited for analyzing the rapid development of the financial crisis. Secondly, national newspapers form an important indicator for the overall structure of news coverage in Germany. The *Frankfurter Rundschau* (FR, left), the *Süddeutsche Zeitung* (SZ, center-left), the *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ, center-right) and the daily newspaper *Die Welt* (WELT, conservative) were chosen as they roughly represent the political spectrum in Germany. In addition to that, because of the economic subject, we also included the two leading economic and business publications *Handelsblatt* (HB) and *Financial Times Deutschland* (FTD) in the analysis. The investigation period was chosen to include two crucial key events in the thematic range of the “banking crisis”. In the wake of the bankruptcy of the U.S. investment bank Lehman Brothers on September 15<sup>th</sup> 2008 the financial crisis became increasingly more prominent in the perception of the media. About two weeks later, the Hypo Real Estate, a large German financial institution, was threatened by insolvency, triggering corresponding state activities and policy discussions which, in turn, were met with extensive media attention. Therefore, our analysis incorporates the media coverage starting two weeks before the Lehman bankruptcy on September 15<sup>th</sup> 2008 and ending four weeks after the government bailout of the HRE on September 29<sup>th</sup> 2008.

## *Qualitative content analysis*

### Identification of the frames

To address the different research objectives of the study, we applied a combination of qualitative and subsequent quantitative content analysis and an ARIMA-time series analysis. The qualitative identification of the frames is the basis for the categories of the quantitative method, which in turn provides the underlying data for the time series analysis.

A qualitative content analysis was conducted (Mayring 2004) in order to identify the relevant news-frames. In the first step, sixty articles from the coverage of the six newspapers published within the investigation period were randomly selected. From these articles we extracted all passages that included relevant frame elements following the operational definition of news frames (Entman 1993). All these identified passages were extracted from the corresponding contributions and initially coded with regard to their individual frame elements, i.e. their problem definition, causal attribution, moral evaluation, or treatment recommendation. In a second step, the material was structured into “media packages”, based on the frame elements assigned (Gamson & Modigliani 1989, p. 3). This means that text passages which have the same or similar combinations of frame elements, are grouped, whereby these groups form initial frame candidates. The five basic frames, economics, progress, conflict, personalization and morality/ethics, which were first isolated by Dahinden in a meta-analysis of various framing-studies, served as a basic structure in this procedure (Dahinden 2006). In a third step the different groups of frame-candidates were subjected to empirical corroboration. It was examined whether or not these initial frames could also be found in other articles. In order to do so, another 60 articles were randomly selected and examined. All previously identified frame-candidates were confirmed and further differentiated regarding their respective frame elements. A final list of eight frames was created. In the final stage, these were in turn empirically tested on 60 other randomly selected articles. All eight frames could be consistently identified within the material. Also, there were no indications of hitherto unidentified frames. Overall, in the course of qualitative analysis, 180 articles were analyzed. The subsequently developed eight frames are presented below in the form of short profiles.

### The frames of the financial crisis

In the following, the frames will be presented according to the characteristics described by Entman in his definition of news frames: problem definition, causal attribution, moral evaluation and/or treatment recommendation. Each frame contains at least one problem definition and causal attribution, and either an evaluation or recommendation for action (in some cases both) (Entman 1993, Matthes & Kohring 2008).

**Complexity-Risk-Frame.** This frame focuses on aspects of modern economy which are characterized by a high degree of complexity. Especially the diverse forms of financial products (i.e. derivatives) are addressed (*problem definition*). The frame implies that these products, even if they were originally designed to minimize risks, did in fact not reduce but increase the systemic risk as a whole (*causal attribution*). Similar interpretations are often mentioned when describing the consequences of communication technology in the capital market. One example of this is the description of automated day trading in the stock exchange. According to the complexity-risk-frame, the staggering complexity of these novel products and automated mechanisms causes people to lose control of the risks by “blindly” trusting in the mechanisms. The interpretative core therefore consists of a certain degree of skepticism about technology (*evaluation*).

**Globalization-Frame.** This frame stresses aspects of the financial crisis that are mostly due to the global interconnectedness of financial markets (*problem definition*). Due to the free and rapid movement of “giant” capital flows, crisis development has become rather uncontrollable, be it on a regional or a national level (*causal attribution*). The increased risk of “infection” between financial institutes, even globally speaking, is the leading topic here (*evaluation*). The global aspect points to globalization-frames already established in social discourses regarding a variety of issues. Thus, it can be assumed that the presentation of this particular frame triggers already existing cognitive schemes for many recipients.

**Solidarity-Frame.** This frame focuses on the fact that the state is using taxpayers’ money in order to avoid or alleviate economic damage. Thereby, reference is made to a social conflict (*problem definition*). Since the economic damage results from a crisis within the financial sector (*causal attribution*), managers and stockbrokers are implicitly blamed for having acted recklessly and for being responsible for the damage. Furthermore, the above-average level of wages paid to people employed in the financial sector is stressed. A rather pointed rhetorical question is asked: why should “poorer” and “innocent” tax-payers have to take responsibility for damages caused by “richer” and “culpable” bankers (*evaluation*)?

**Greed-Frame.** This frame is focusing on moral aspects of the crisis (*problem definition*). In different phrasings it suggests that human greed, especially the “greed of bankers, managers or speculators”, was the main causal factor of the financial crisis (*causal attribution*). The keyword “greed” does not necessarily have to occur explicitly in the text in order to evoke the impression that a certain described behavior can be viewed as “greedy” (*evaluation*).

**Regulation-Frame.** In the regulation-frame, the crisis as a whole is the center of attention, rather than focusing on specific aspects of the crisis (*problem definition*). Here, while discussing the reasons for the crisis, it is pointed out that only a restrictive regulation of the financial markets could prevent similar crises in the future. A ban of certain financial transactions, limiting them or taxing them is also being proposed (*recommendation for action*). The regulation-frame implies the origin of the crisis as within “the nature of the financial system”. Missing or

“weak” regulation in the past is identified as the dominant causal factor (*causal attribution*). Hence prior economic policy is qualified as a “failed policy of de-regulation” (*evaluation*).

**Self-Regulation-Frame.** This frame focuses on the risk of “overregulation” as a reaction to the current crisis (*problem definition*). The self-regulation-frame considers the reasons for the crisis to be the individual misbehavior of certain segments of society as well as inadequate forms of regulation – often while pointing out that there was a lack of expertise on the side of the government (*causal attribution*). Questions of how to “correctly” regulate the financial markets are also treated here. In this context, the necessity of more effective regulatory action is stressed. However, a number of concerns against too rigid regulations are pointed out as well. Frequently, warnings of a “stifling of creativity” in the financial sector and potentially resulting damage to the economic development as a whole are addressed. Accordingly, “adequate” forms of regulation are proposed, while at the same time warning against blocking the “constructive” forces within the financial system with regulations that are too extensive (*recommendation for action*). At times, the crisis is described as a “natural and normal process” in accordance with market forces, often in connection with a positive long-term prognosis for the future economic development (*evaluation*).

**Systemic Threat-Frame.** This frame stresses events which evidently suggest the danger of a systemic failure of the financial market and the (national) economy as a whole (i.e. a “breakdown” and an economic depression). The frame includes historic comparisons, dramatic descriptions of the current economic situation as well as speculations about far-reaching and threatening scenarios for future developments (*problem definition*). These depictions lay ground for a discussion of different governmental intervention measures and their expected effectiveness (*recommendation for action*). As the economic situation is described as a state of emergency, proportionately massive interventions on the part of the state are asked for. When “bailouts” of financial institutions are addressed, their “systemic relevance” is usually hinted at. The characterization of state intervention as “absolutely necessary” is a typical component of the systemic threat-frame (*evaluation*).

**Moral-Hazard-Frame.** This frame emphasizes a phenomenon known in the financial sector as “moral hazard”. The phenomenon does not actually address a moral issue, but rather an economic effect-assessment in the context of the expected efficiency of state interventions: “Moral hazard in financial markets occurs [...] when the lender is subjected to the hazard that the borrower might engage in activities that are undesirable (immoral) from the lender’s point of view, because they increase the probability of default” (Mishkin 1992, pp. 117).

If transferred to the actual situation of the financial crisis with the state as the “lender of last resort” (*problem definition*) this means: if the state saves those financial institutions threatened by insolvency because of their own mismanagement (for example the willingness to take incalculable risks), other financial in-

stitution may likewise be inclined to take incalculable risks (*future causal attribution*). Thus, the state contributes to the aggravation of the crisis by indirectly encouraging incautious risk assessment (*evaluation*).

### *Quantitative Method*

For the quantitative part of the content analysis a sample of 721 articles was identified using the keywords “banks” and “crisis”. The keywords were selected from several keyword-combinations with the help of a pretest. The aim was to keep the number of relevant but unidentified articles to a minimum, just as the number of identified but not relevant contributions. The previously identified frames were used as holistic categories for the analysis. This means that the occurrence of each frame was coded with 0 (“non-existent”) or 1 (“existent”) in each article; several frames per article could thus be identified. This way we tried to reconstruct the interrelation of several frames in the creation of journalistic contributions. However, the disadvantage of this procedure is that peripheral frames are given the same importance as those which make up the central structure of an article. In any case, it was mandatory for the coding of a frame that not only the problem definition of a frame (in a way, the sub-topic inherent to each frame), but also a causal attribution and at least one moral evaluation or treatment recommendation were identifiable in the article. A total of 1,209 frames were identified as the basis for the following analysis. As the analysis was undertaken by only one coder, only the *intra-coder-reliability* can be provided. For this purpose, 20 already coded articles were coded again by the same coder approximately four weeks after the original coding. The reliability coefficient of 0.95 indicates a high degree of reliability (Holsti 1969).

### *The rational of ARIMA-Time Series Analysis*

A transfer of individual frames from one media outlet to another can be analytically characterized as a correlation between the time series of the same frames in different media outlets. 48 time series were created which depict the temporal development of the eight previously identified news frames in each of the six newspapers. In order to assume causality, several conditions have to be met. Firstly, the time series of the same news frames in (at least) two different newspapers have to correlate. Secondly, one time series has to precede the other. Thirdly, any potential third variable having influence on the causal relation between the two time series has to be controlled for (Cook & Campbell 1979).

The methodical realization of these demands could be approached using an ARIMA-time series analysis. It has to be noted that the ARIMA procedure is very conservative. Correlations of residual time series derived from an ARIMA model

are likely to massively underestimate the real effects (Box, Jenkins, & Reinsel 2008). If however, significant interrelations are identified in the course of the analysis, these can be interpreted as indications for an inter-media frame transfer with a high degree of certainty. The residual time series are subjected to cross-correlation analysis. Two time series are correlated to each other on a parallel timeline with a maximum time-lag of three days.

### *Quantitative Results*

#### Frequency of the Frames and Frame-Profile

The systemic threat-frame clearly dominated the coverage at the onset of the financial crisis (37% of all news frames). The regulation-frame held second place (17%). The interpretations focused on globalization, greed, solidarity, and self-regulation almost occurred at the same rate (9–10%). The complexity-risk-frame and the moral-hazard-frame were only of marginal importance (4–5%).

**Table 1. The newspapers' frame-profiles**

	FAZ	SZ	FR	WELT	FTD	HB	Total
Complexity-Risk-Frame	4%	5%	4%	10%	5%	4%	5%
Globalization-Frame	4%	10%	11%	14%	10%	15%	9%
Solidarity-Frame	7%	12%	11%	9%	9%	7%	9%
Greed-Frame	7%	11%	28%	17%	7%	7%	10%
Regulation-Frame	15%	17%	19%	9%	17%	23%	17%
Self-Regulation-Frame	13%	8%	2%	13%	7%	4%	9%
Systemic Threat-Frame	44%	34%	26%	28%	42%	36%	37%
Moral-Hazard-Frame	6%	3%	0%	1%	3%	4%	4%
Sum	100%	100%	101%*	101%*	100%	100%	100%
Total Number of Frames	388	376	54	91	110	190	1209

Note:  $p < 0.05$ ; \*rounding error.

The frame-profile indicated in Table 1 shows statistically significant differences in the interpretative emphases of the six newspapers. The interpretation

of the financial crisis as a systemic threat made up the biggest portion in almost all newspapers. Only the *Frankfurter Rundschau* (FR) places extra emphasis on depictions focusing on the protagonists' greed. The globalization-frame resonated most prominently in the coverage of the newspapers *Welt* (WELT) and *Handelsblatt* (HB). The solidarity-frame had its highest percentage rating in the *Süddeutsche Zeitung* (SZ) as well as the FR. The interpretation of the financial crisis from the perspective of the complexity of financial markets only occurred at a relevant rate in the *Welt*. The moral-hazard pattern only occurred prominently in the *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ).

The media debate regarding the financial crisis was far from one-dimensional. Several frames appeared quite often in distinctive combinations with other frames. Table 2 shows that especially the complexity-risk-frame and the globalization-frame were combined with other interpretative patterns (recognizable in the percentage in the second-to-last row of the table). Only the systemic threat-frame served as a "killer frame". Interpreting the crisis in the light of a system-wide threat apparently left very little room for alternative or supplementing interpretations.

Four combinations of frames occurred remarkably often within individual articles. This is true for the self-regulation-frame and the moral-hazard-frame. The fact that they frequently co-occurred is indicated by an overrepresentation of the moral-hazard-frame in articles featuring the self-regulation-frame. At the same time, the self-regulation-frame is overrepresented in contributions which featured a moral-hazard-frame. The combination of these particular frames can be explained with the fact that both frames focus on the risks of far-reaching state interventions in economic processes. The complexity-risk-frame was combined rather frequently with greed- and regulation-frames. This may be explained with the fact that the complexity of economic events – according to the articles in question – enabled abusive behavior in the first place, which has to be prevented by stricter regulation in future. The same can be said about the globalization-frame which focuses on the complexity of global interconnectedness and which, likewise, was frequently combined with the regulation-frame. Finally, the greed-frame occurred rather often in combination with the solidarity-frame. Financial aid for economic institutions apparently became all the more displeasing the more clearly bankers and stockbrokers were accused of having caused the crisis.

**Table 2. Co-occurrence of the frames<sup>2</sup>**

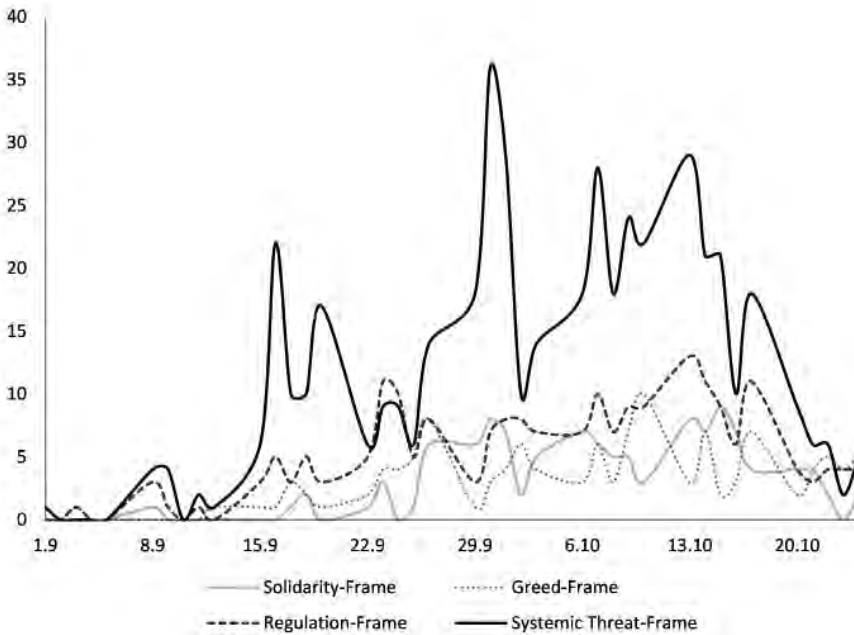
Co-occurrence of the frames	Complexity-Risk-Frame	Globalization-Frame	Solidarity-Frame	Greed-Frame	Regulation-Frame	Self-Regulation-Frame	Systemic Threat-Frame	Moral-Hazard-Frame
Complexity-Risk-Frame		10%	6%	12%	13%	6%	5%	11%
Globalization-Frame	18%		10%	10%	20%	12%	14%	11%
Solidarity-Frame	12%	10%		16%	18%	7%	11%	14%
Greed-Frame	23%	11%	17%		16%	9%	9%	9%
Regulation-Frame	43%	36%	34%	28%		17%	20%	25%
Self-Regulation-Frame	12%	12%	7%	8%	9%		10%	<b>25%</b>
Systemic Threat-Frame	35%	58%	45%	34%	46%	39%		39%
Moral-Hazard-Frame	8%	4%	5%	3%	5%	10%	4%	4%
<b>Sum</b>	<b>151%*</b>	<b>141%*</b>	<b>124%*</b>	<b>111%*</b>	<b>127%*</b>	<b>100%*</b>	<b>73%</b>	<b>73%*</b>
Total Number of Contributions with this Frame	60	113	110	119	201	110	450	450

Note:  $p < 0.05$ <sup>1</sup>; \*As several frames per contribution could be coded, the percentages do not add up to 100. Reading aid for the first row: the complexity-risk-frame is rather frequently combined with the greed- and regulation-frames. 12% of contributions which featured the greed-frame also featured the complexity-risk-frame; 13% of the contributions which contained a regulation-frame also contained a complexity-risk-frame.

In the following, the temporal development of the frames during the months of September and October 2008 shall be examined. For this purpose, only four of the eight news frames provided a reliable data-basis. For each frame, a residual time series had to be calculated for at least two of the six newspapers in order to perform a cross-correlation analysis. Under the strict conditions of ARIMA models, this was only possible for the solidarity-frame, the regulation-frame, the greed-frame and the systemic threat-frame.

<sup>2</sup> For the calculation of the Chi-Square-Test, empty cells (co-occurrence of a frame with itself) were considered with their expected frequency.





The systemic threat-frame dramatically gained in frequency on Sep 16<sup>th</sup> 2008 as well as on Sep 30<sup>th</sup> 2008, seemingly as a direct result of the Lehman Brothers-insolvency and the first bailout of the Hypo Real Estate. Additionally, on Sep 29<sup>th</sup> 2008, the House of Representatives first declined the bailout-plan proposed by the Secretary of the Treasury, Henry Paulson. On the weekend of Oct 6<sup>th</sup> 2008 the Hypo Real Estate had to be bailed out once again. On Oct 10<sup>th</sup> 2008 Chancellor Angela Merkel and Finance Minister Peer Steinbrück announced a government guarantee for all private savings accounts in order to prevent mass-withdrawals from German banks by savers. These two dates obviously initialized a new high for the systemic threat-frame. However, the temporal pattern shows a remarkable differentiation of interpretative patterns as early as one week after Lehman Brothers' insolvency – despite the dominance of the systemic threat frame. Solidarity-frame, greed-frame, and regulation-frame gain a considerable share of the news coverage from Sep 22<sup>nd</sup> on.

### *Inter-Media Frame Transfer Analysis*

In the course of the ARIMA-adjustment it became obvious that only 16 of the 48 identified time-series showed sufficient frequencies to enable the calculation of a residual time series. One necessary condition for the subsequent analysis

was the creation of at least two residual time series per frame. Hence, only the cross-correlations based on these 16 time series will be depicted for the analysis of the inter-media frame transfer. Time-lags of up to three days were examined. An inter-media influence with a delay of three days was chosen as the maximum value enabling a plausible interpretation (if one newspaper adopts the interpretative pattern from another newspapers' coverage it is unlikely that this occurs with a delay of more than three days). However, an influence exceeding this time period cannot not be completely ruled out. Nonetheless, including longer time-lags into the analysis would have increased the risk that third factors (e.g. that journalists accumulated media consumption) influenced the correlations.

A total of 22 cross-correlations with lags of no more than three days were conducted. Within each of these cross-correlations the lag with the strongest correlation was identified and significance values were subsequently calculated for each of them. The significant correlations are shown in Table 3. As a total of 22 statistical examinations were conducted, one or two false positive results are to be expected when applying a significance level of 0.05 for each individual test. Accordingly, a correction of the significance following the Bonferroni-Holm-Procedure (Holm 1979) was conducted. In Table 3, correlations which proved to be significant after the adjustment are marked with (\*\*), correlations which were only significant prior to the adjustment are marked with (\*).

The occurrence of the solidarity-frame in the SZ correlates with the occurrence of the same frame in the FAZ with a value of .349. However, the SZ was one day ahead of the FAZ (the lag can be seen in brackets behind the correlation value). The solidarity-frame in the coverage of FAZ can thus be explained at about 12% by the occurrence of the solidarity-frame in the SZ one day before. The same can be said about the regulation-frame. The occurrence of the regulation-frame in the FAZ can be explained at about 19% with the occurrence of that frame in the SZ on the previous day. The regulation-frame in the FAZ on the other hand precedes the occurrence of this frame in the FR three days later (.439). In the case of the greed-frame the time series of the FAZ is two days ahead of the frame's occurrence in the SZ. Yet, it follows the corresponding time series of the FR. The greed-frame was most prominent in the FR throughout the investigation period. Apparently, the FR managed to introduce "its" main interpretative pattern successfully into the media debate.

The results imply that inter-media influences are present. Yet, they vary remarkably in speed. Especially the FAZ seems to adapt the interpretative patterns of the SZ rather quickly (with a delay of only one day). This is especially true for those frames directed at how to deal with economic actors (solidarity and regulation). The crisis-interpretation of the FR does not find resonance in the FAZ's and SZ's coverage until much later. A possible reason for this could be seen in the fact that the greed-frame, which seems to originate mostly from the FR, is not so much prevalent in the immediate, more descriptive coverage of key events than in the subsequent commentarial coverage of the quality newspapers.

**Table 3. Cross-correlations of the ARIMA-adjusted time series**

Solidarity-Frame				
	SZ	WELT		
FAZ	.349(-1)*	.436(0)**		
Regulation-Frame				
	SZ	FR		
FAZ	.435(-1)**	.439(3)**		
Greed-Frame				
	SZ	FR	WELT	
FAZ	.365(2)*	.477(-3)**	.430(0)**	
Systemic Threat-Frame				
	SZ	WELT	FTD	HB
FAZ	.610(0)**	.369(0)*	.453(0)**	.340(1)*

Note: \*\*  $p < 0.05$  (after adjustment with the Bonferroni-Holm-Procedure); \*  $p < 0.05$  only without adjustment; Reading aid: The occurrence of the solidarity-frame in the FAZ correlates to a value of .349 with the occurrence of the solidarity-frame in the SZ. The value in brackets indicates the time-connection of the medium in the column (SZ) with the medium in the row (FAZ). A value of -1 thus means, that the SZ is one day ahead of the FAZ.

The strongest correlations could be identified for the time series of the systemic threat-frame. At time lag zero the time series of the FAZ and the SZ were strongly interrelated. The time series of the WELT and the *Financial Times Deutschland* (FTD) also correlate significantly with the FAZ time series. For the systemic threat-frame this indicates strong external influences on the media coverage rather than an inter-media frame transfer. The effect of key events surrounding the Lehman Brothers insolvency and the bailing out of the Hypo Real Estate appear to dictate the dynamics of news coverage at least regarding the dominant systemic threat-frame.

### Conclusion and Discussion

Hypothesis 1 has to be rejected. We could identify lagged correlations indicating that individual media outlets exert some influence on the media coverage of other media outlets. Yet, these lagged correlations occur at about the same rate as simultaneous correlations (time lag 0) which suggest the common orientation of different media outlets on external influences (i.e. the development of events). The assumption that external influences on the six newspapers were less relevant than inter-media influences could therefore not be substantiated.

Hypothesis 2 cannot be confirmed either. Inter-media influences, if given, apparently do not originate from the economic and business media. Instead, it appears as if the traditional quality newspapers (especially the FAZ and the SZ) were following each other's lead in interpreting the crisis.

Thus, it can be stated that the orientation on other journalists' output is not as strong as expected in the early stages of a potentially threatening economic crisis. Especially the supposed reference to the thematic experts of the economic and business press did not occur. This result can be interpreted in at least two ways: on one hand it is plausible to assume that the media is unable to interpret crisis developments in early periods completely decoupled from the actual chain of events. It may even be possible that the leeway for interpreting one's own coverage is especially limited during phases in which events change quite rapidly (for example as a direct result of the Lehman Brothers insolvency). Another explanation may be that actors from outside the media, especially politicians and economic actors, succeeded in actively introducing their interpretations of the crisis into the media discourse. Especially considering that journalists are assumed to be aware of the potential effects of their initial coverage during periods of insecurity, relying on the statements of non-media actors may serve as a protective strategy. The finding that the economic and business press could not exert any detectable influence on the coverage of other media outlets furthermore suggests that the crisis was considered to be a policy topic rather than a strictly economic topic.

Future research should – similar to agenda-setting research – directly contrast the inter-media influences in the establishment of news frames with indicators of the course of economic events as well as with the interpretative patterns proposed by politicians and economic actors (oriented on public appearances, such as press conferences, parliamentary meetings or press releases). That way it may be possible to provide a sound impression of the origins and development of news frames, exceeding isolated observations of isolated mechanisms. Such a research should furthermore be embedded in an analytic framework that exceeds the initial period of a crisis and allows for a direct comparison with periods of professional routine.

Finally, it has to be pointed out that lagged correlations identified in a longitudinal study are not necessarily a proof of a causal relation. If, for example, the FAZ introduces a frame into its coverage one day after the SZ, this may be interpreted as an influence of the SZ on the frame-selection of the FAZ. Yet, the influence of third variables cannot be ruled out. Quite possibly, the SZ as well as the FAZ are only reacting to non-medial influences, with the SZ adapting a little faster to these influences. This may even be attributed to technical circumstances such as an early or late editorial deadline of a newspaper. Such alternative explanations have to be considered when interpreting the results of this study.

However, the concept of an inter-media frame transfer, as developed in this study, proved to be a fruitful access to the analysis of temporal dynamics in the selection of frames. Indications for a mutual influence of individual media outlets on each other's media coverage were detectable, even if only as an addition to

dominant external factors influencing the media coverage. The analysis has retraced the real-world development of the crisis quite well and thus substantially contributed to the explanation of coverage-dynamics with the aid of the inter-media frame transfer. At the same time our study offers a pragmatic methodological approach to illuminate the process of inter-media frame transfers. The indications for inter-media influences found in the work at hand encourage a further pursuit of this research strategy. Apart from extending the investigation period, the chances for identifying frame-transfers could be heightened substantially by extending the media sample. Especially the inclusion of television news may help to further deepen our understanding of inter-media influences.

### *Bibliography*

- H.G. Boomgaarden, J. Van Spanje, R. Vliegthart, C.H. De Vreese (2011): Covering The Crisis: Media Coverage of The Economic Crisis And Citizens' Economic Expectations, *Acta Politica*, 46, pp. 353–379.
- G.E.P. Box, G.M. Jenkins, G.C. Reinsel (2008): Time Series Analysis: Forecasting and Control, Oxford: Wiley.
- W. Breed (1955): Newspaper 'Opinion Leaders' and Processes of Standardization, *Journalism Quarterly*, 32, pp. 277–284.
- H.-B. Brosius, P. Eps (1995): Prototyping through key events: News selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany, *European Journal of Communication*, 10, pp. 391–412.
- T.D. Cook, D.T. Campbell (1979): Quasi-Experimentation. Design & Analysis Issues for Field Settings, Boston: Houghton Mifflin Company.
- U. Dahinden (2006): Framing: Eine integrative Theorie der Massenkommunikation, Konstanz: UVK.
- G. Doyle (2006): Financial News Journalism. A Post-Enron Analysis of Approaches Towards Economic and Financial News Production in the UK, *Journalism*, 7, pp. 433–452.
- R.M. Entman (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43, pp. 51–58.
- W.A. Gamson, A. Modigliani (1987): The Changing Course of Affirmative Action, *Research in Political Sociology*, 3, pp. 137–177.
- W.A. Gamson, A. Modigliani (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach, *American Journal of Sociology*, 95, pp. 1–37.
- N.T. Gavin, D. Sanders (1997): The Economy and Voting. Parliamentary Affairs, *A Journal of Comparative Politics*, 50, pp. 631–640.
- T. Gitlin (1980): The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left, Berkeley: University of California Press.
- K. Goidel, S. Procopio, D. Terrell, H.D. Wu (2010): Sources of Economic News and Economic Expectations, *American Politics Research*, 38, pp. 759–777.
- Sture Holm (1979): A Simple Sequentially Rejective Multiple Test Procedure, *Scandinavian Journal of Statistics*, 6, pp. 65–70.
- O.R. Holsti (1969): Content Analysis for the Social Sciences and Humanities, Menlo Park: Addison-Wesley.
- S.C. Hong, C. Choi (2010): Intermedia Frame Building: The U.S. Beef Import Case in South Korea. Paper presented at the annual meeting of the International Communication

- Association, Singapore ([http://www.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/4/0/3/7/2/p403726\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/4/0/3/7/2/p403726_index.html))
- D. Kahneman, A. Tversky (1984): Choices, Values and Frames, *American Psychologist*, 39, pp. 341–350.
- E. Katz, P.F. Lazarsfeld (1964): Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications, New York: The Free Press of Glencoe.
- H.M. Kepplinger, J. Habermeier (1995): The Impact of Key Events on the Presentation of Reality, *European Journal of Communication*, 10, pp. 317–390.
- R. Köcher (1990): Weniger missionarisch: Kompetenz und politische Einstellung von Wirtschaftsjournalisten, [in:] G. Kalt (Hrsg.), *Wirtschaft in den Medien: Defizite, Chancen und Grenzen*, Frankfurt am Main: IMK, pp. 277–293
- F. Marcinkowski (1993): Publizistik als autopoietisches System: Politik und Massenmedien, Opladen: Westdt. Verl.
- C. Mast, K. Spachmann (1999): Wirtschaftsjournalismus: Grundlagen und neue Konzepte für die Presse, Wiesbaden: Westdt. Verl.
- R. Mathes, B. Pfetsch (1991): The Role of the Alternative Press in the Agenda-building Process: Spill-over Effects and Media Opinion Leadership, *European Journal of Communication*, 6, pp. 33–62.
- J. Matthes, M. Kohring (2008): The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity, *Journal of Communication*, 58, pp. 258–279.
- P. Mayring (2004): Qualitative Content Analysis, [in:] U. Flick, E. von Kardorff, I. Steinke (eds.): *A Companion to Qualitative Research*, London: Sage, pp. 266–269.
- F.S. Mishkin (1992): Anatomy of a Financial Crisis, *Journal of Evolutionary Economics*, 2, pp. 115–130.
- E. Noelle-Neumann (1979): Die Legitimation der Massenmedien, [in:] O. Molden (Hrsg.): *Wissen und Macht: Europäisches Forum Alpbach 1978*, Wien: Molden, p. 218–229.
- E. Noelle-Neumann, R. Mathes (1987): The ‘Event as Event’ and the ‘Event as News’: The Significance of ‘Consonance’ for Media Effects Research, *European Journal of Communication*, 2, pp. 391–414.
- Z. Pan, G.M. Kosicki (1993): Framing Analysis: An Approach to News Discourse, *Political Communication*, 10, pp. 55–75.
- R. Parker (1997): The Public, the Press, and Economic News, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2, pp. 127–131.
- S.W. Pruitt, J.R. Reilly, G.E. Hoffer (1988): The Effect of Media Presentation on the Formation of Economic Expectations: Some Initial Evidence, *Journal of Economic Psychology*, 9, pp. 315–325.
- O. Quiring (2004): *Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen*, Konstanz: UVK.
- O. Quiring, M. Weber (2012): Between Usefulness and Legitimacy: Media Coverage of Governmental Interventions during the Financial Crisis and Selected Effects, *The International Journal of Press/Politics*, 17, pp. 294–315.
- C. Reinemann (2004): Routine Reliance Revisited: Exploring Media Importance for German Political Journalists, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81, pp. 857–876.
- D. Scheufele (1999): Framing as a Theory of Media Effects, *Journal of Communication*, 49, pp. 103–122.

## STRESZCZENIE

**Oprawy medialne, ich transfer między mediami i kryzys finansowy**

Autorzy artykułu, wykorzystując teorię oprawy, analizują publikacje poświęcone ekonomii w niemieckich gazetach na początku kryzysu finansowego. Celem badania było: po pierwsze, wskazanie ram, w jakich prezentowane są wiadomości ekonomiczne. Po drugie: dokumentacja tych sposobów medialnej oprawy, ich występowania oraz rozpowszechniania w różnych mediach. Po trzecie: badanie wzajemnego oddziaływania mediów. Autorzy artykułu wprowadzają pojęcie Transferu Ram Między Mediami, stosują stworzoną na potrzeby badań multi-metodologię, wykorzystującą jakościową i ilościową analizę zawartości prasy, jak również model szeregu czasowego ARIMA. Badacze wskazali osiem sposobów oprawy wiadomości dotyczących gospodarki. Przedstawianie kryzysu jako ciągłego zagrożenia jest dominującą interpretacją. Wzajemne oddziaływanie mediów może wytłumaczyć w pewnym stopniu dynamikę zmiany opraw medialnych. Niemniej jednak, medialna oprawa kryzysu finansowego wydaje się zależna głównie od dodatkowych czynników zewnętrznych.

**Słowa kluczowe:** teoria oprawy, oprawy medialne, oddziaływanie mediów, kryzys finansowy, obraz w mediach, transfer oprawy medialnej

# **SOCCER IN THE MEDIA, PUBLIC MOOD, AND GOVERNMENT POPULARITY**

LUTZ M. HAGEN, REIMAR ZEH, MAIKE MÜLLER-KLIER

## **ABSTRACT**

### **Soccer in the Media, Public Mood and Government Popularity**

This paper examines the relationship between the media coverage of soccer and political popularity of certain parties during election campaigns which usually followed the world soccer games. The national team's success on the pitch is related to victory in the political match. This surprising link between the national success in sports and the success in an election for a party or a candidate is explained in the light of Public Mood Theory, founded by W. Rahn, who pointed out that emotions play an important role in political behaviour and national identity, which, in turn, is influenced by the media content, like sports coverage among others. The creation of national identity is mostly built on the national success in sports. Especially in Germany, where soccer is number one sport in media coverage. Sports matches produce winners and losers, thus strongly influencing Public Mood, which is relevant for the formation of political evaluations and judgments, in a democracy shaped by emotions. Sports can shape Public Mood only if they are reported in the media. The analysis of the relationship between interest in soccer and political popularity, presented in the paper, shows how the media coverage of soccer influenced the German political attitudes in 2002, to an extent that it might have been decisive for the election.

**Key words:** media coverage, public mood, media influence, soccer, sports coverage, political discourse, election campaign, national identity, media content, emotions

✉ Adres do korespondencji: Lutz M. Hagen – Technische Universität Dresden, Zellescher Weg 17, 01069 Dresden; e-mail [lutz.hagen@tu-dresden.de](mailto:lutz.hagen@tu-dresden.de); Reimar Zeh – Friedrich-Alexander Universität, Findelgasse 7/9, 90402 Nürnberg; [reimar.zeh@fau.de](mailto:reimar.zeh@fau.de); Maike Müller-Klier – Friedrich-Alexander Universität, Findelgasse 7/9, 90402 Nürnberg.



The odds seemed against captain “Acker”<sup>1</sup> and his team – the opponent’s team was way in lead and time was running out quickly. At that time, there were few who thought that they could still turn the tide:

We still have 10 minutes left to win the match, which means we have to fight, fight and fight, and we cannot analyze the first half. That can be done later. [...] Now it’s time to dive from midfield to the left side, centre the ball, and score. It sounds simple, but that’s the way it is<sup>2</sup>. (Hammerstein & Nelles 2002, p. 26)

In fact, it eventually turned out that “‘Acker’ won after all. “[...] when it looked pretty bad for him, he thought of this name. Then, Gerhard Schroeder had them call him this way, and everything turned out fine” (Blome 2002). The ruling German chancellor and chairman of the Social Democratic Party had lived up to his reputation as a fighter and campaign-man once again. In his younger years the players of his soccer-team TuS Talle had called their forward player ‘Acker’, when Bonn and Berlin were still way ahead” (Sobolewski 2002). “They called me ‘Acker’ because I was always really into things, and I admit, I was a little proud indeed to be called by this nickname” (Schröder 1998).

Likewise Schroeder’s opponent, the candidate of the Christian Democratic Party, Edmund Stoiber, could be proud, too: His team was beaten by the party in power by just a narrow margin. He still missed his first goal though: “Now I want to become the manager of the national team, it’s in my interest that Germany moves ahead”<sup>3</sup>.

In the public discourse during the last national election campaign, one does not have to search long for soccer language. And that is not a new phenomenon: Four years earlier the language of the pitch was widely used by journalists and politicians during the campaign, like Zeh and Hagen (1999) have already demonstrated. They also found that success on the pitch can be closely related to victory in the political match. The day the former team manager Berti Vogts resigned from his job as the manager of the national soccer team, an all-time low in the daily polls (from FORSA) for the ruling Conservative Party and Chancellor Kohl could be observed. As it turned out, the amount of sports coverage significantly correlated with the voting intention right before the election – even when the politically relevant coverage was controlled for by a multivariate design. The despicable defeat in the World Championships of the German Team and the already mentioned

<sup>1</sup> The Nickname “Acker” could literally be translated from German into “slogger”, meaning someone who fights or toils hard.

<sup>2</sup> With this metaphor Franz Müntefering, the general secretary of the Social Democratic Party of Germany (SPD), was referring to the fact that a few weeks before the national elections the ruling coalition was clearly running behind in the polls. Then it looked very much like SPD and their smaller partner, the Green Party were going to be driven out of office by the opposing Christian Democrats (CDU/CSU) and their partner, the Liberal Party (FDP).

<sup>3</sup> Edmund Stoiber speaking to the parliamentary faction of the CDU, Erfurt February 25<sup>th</sup>, 2002. He used the expression “Nationaltrainer” which would normally refer to the manager of the national soccer team.

resignation of the team manager – a close friend of the Chancellor – were found to be mainly responsible for this finding.

Was the election of 1998 an exception to the rule, or is there a middle range law connecting the success of the national soccer team and the popularity of the government? Did the media coverage of soccer, then, influence German's political attitudes in 2002 to an extent that it might have decided the election? If so – how could this be explained? We will try to find answers to these questions.

### *1. Public Mood*

The link between the national success in sports and the success in an election for a party or a candidate consists in a diffuse general mood that affects wide parts of a community or a nation: Public Mood. Rahn (1999), the author of the concept, describes Public Mood as a diffuse affective state that people experience as a consequence of their membership of a national political community. The concept shows similarities to Easton's concept of diffuse support (1975) but, in contrast to Easton's concept, Public Mood is not necessarily long term and stable in nature. Rahn points out that Public Mood is, on the one hand, closely linked to social identity (i.e., mostly to national identity). On the other hand, she further points out that emotions do not only play an important role in information processing but also in (political) behavior. Social or national identity is constantly and sub-consciously updated or influenced by common media content like advertising or sports coverage (Billig 1995).

From the individual point of view it is hard to draw the line between public and personal mood. Pride feels like pride, whether it is based on one's own achievements, or by the performance of an admired soccer team. But on the whole, only the collectively shared sentiment becomes relevant. In comparison, it can be assumed that those moods which are caused by private factors are randomly distributed so that negative and positive emotions of individual origin should be cancelled out in the aggregate.

Public Mood is relevant for the formation of political evaluations and judgments. Regardless of their origin, emotions influence even those objects to be evaluated that are by no means connected to the cause of those emotions. Two findings support this notion: The theory of congruence as well as the human tendency to process affect as information (Rahn 2000). Accordingly, public mood is based on the same cognitive processes that underlie personal emotions, partly it is even influenced by personal affective states.

Individuals tend to achieve equilibrium between their general judgment and their personal mood, mostly in social judgment situations. People in a good mood generally judge others (and themselves) in a significantly better way than do those in a bad mood, even if those to be judged are not responsible for their state of mood (Forgas 1995; Mayer, Gaschke, Braverman, & Evans 1992). Politicians can

gain from this mechanism when they are judged surrounded by positive Public Mood. The environment characterized by negative Public Mood, however, can trigger the opposite reaction and result in negative polls.

Some studies support the notion that a positive general mood affects judgments of politicians and parties stronger than a negative mood (i.e., positive and negative moods have different effects) (Rahn, Kroeger, & Kite 1996, p. 33). Whether individuals are in a positive or negative mood strongly influences their kinds of judgments. Individuals in a good mood tend to create judgments on a more superficial level, whereas people in a bad mood tend to process information about the object to be judged on a deeper level. The tendency to process emotions as information generally increases significantly when the way to gain information seems to require great effort (Forgas 1995, p. 60).

By relying on their feelings individuals take a cognitive shortcut to judgment formation. Thus, “happy” individuals tend to be content with judging politicians by their party affiliation whereas “sad” individuals also take issues the politicians address into consideration when judging politicians (Forgas 1995, p. 56). This behavior might be due to the fact that positive emotions signify success whereas negative emotions might be an indicative for failure.

Public Mood is characterized by incidents that move individuals without having to really affect everyone. This is best illustrated by the great flood disaster, hitting the German Federal state of Saxony in the summer 2002. Then, the mood all over Germany was characterized by solidarity that had not been observable since the German reunion.

Obviously, sports matches on an international basis may strongly influence Public Mood as they combine a feeling of national identity and a broad national interest. Moreover, they produce winners and losers. The creation of national identity is mostly built on national success in sports. For small countries, success is sometimes linked to a single individual or sports team. E.g., athlete Ben Johnsons and icehockey player Wayne Gretzky represent important role models and idols in Canada (Wong & Trumper 2002). The Olympic games in Atlanta in 1996 best illustrated how success in sports can trigger national emotions (Rahn & Hirshorn 1999, p. 390).

In Germany, soccer is definitely the number one sport – in spite of tennis-stars like Steffi Graf and Boris Becker, and racing-champion Michael Schumacher. Thus, the number one sport in the media is also soccer (Gerhards, Klingler, & Neuwöhner 2001, p. 157f). This is why the German population seemed more interested in the successor for the manager of the German soccer team than in the question who would soon lead the country as chancellor right before the national election of 1998 (Schulz, Zeh, & Quiring 2000, p. 430, fig. 433b). Furthermore, when Germany’s participation in the Soccer World Championship was in question, one third of the German population even foresaw a negative effect on the German economy in case Germany would not be part of the Soccer World Championship (Pfeil, Rosenbach, & Wulzinger 2001).

Sports or any other event, however, can only shape Public Mood if the media report on them. Only few people may be eyewitnesses, most will depend on the media for being able to observe nationally important sports events (cp. De Fleur/Ball-Rokeach (1987)). On the other hand, the media gain from events that attract the public's attention on a large scale. Therefore, mostly the private television channels in Germany are keen to present and mediatise events that can positively influence Public Mood. Thus, sports which normally would be of less interest to the public (e.g., boxing and ski jumping) are only aired during prime time if there is a big chance of German participants winning (preferably a world championship).

## 2. *Data set and model of data analysis*

An indicator for which events are witnessed by the audience of the media is measured by the German survey institute FORSA. Its daily survey includes an open question about "topics of interest that were covered by the media recently". FORSA collects this type of data in an omnibus-design-method and questions 500 representative individuals every day excluding Sundays and national holidays<sup>4</sup>. Since media usage and the interest in certain media content correlate on a highly significant basis (Schulz 1997, p. 124–142), answers to the question quoted above may be taken as an indicator for the intensity of the individual media content reception as it relates to a certain event. For one open question respondents could give up to ten events or topics as an answer. The coding of open answers included "Soccer" as a category. FORSA has provided these data sets since 1993.

With a sample size of 2,500 respondents per week, the survey allows for a broad, and, yet, distinct data analysis. The data set also includes some valuable indicators, though, for our analysis, we especially missed those relating to media usage. Also, there are neither indicative statements for Personal nor Public Mood included. However, with the vote intention and the chancellor preference included in the data set, there were two central judgments relevant for our analysis (see Table 1).

With a limited number of indicators in the FORSA-data set, it is not possible to operationalise all variables that have shown to be relevant in the theoretical discussion on the relationship between soccer media coverage and political popularity (see Figure 1). Firstly, the data are only capable of supplying indirect evidence of the effects of sports coverage. Thus, the intensity with which a topic is received should correlate in a significant linear way with the frequency of being covered in the media. The cause for effects of soccer reception on political popularity must be assumed to be the intensity of coverage in the media. Secondly, with the data

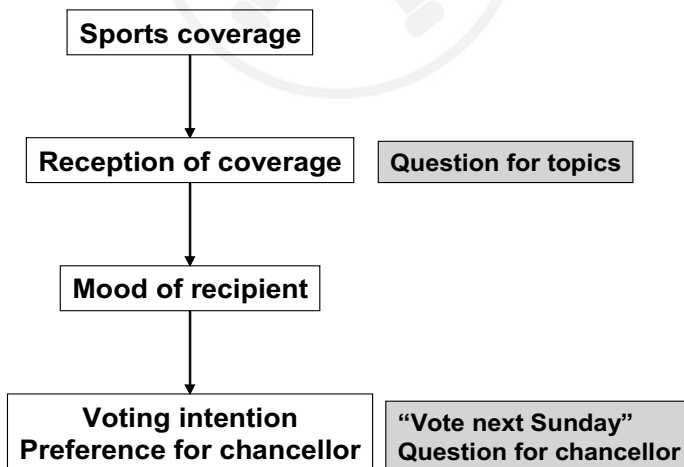
<sup>4</sup> We would like to thank FORSA-Institute for supplying us with their data. The sample is representative of the German speaking population in Germany, 14 years up, living in households with a telephone (Forsa 2003).

at hand it can not be shown that Public Mood was the causal link between sports reception and judgments of popularity. This may only be inferred from our theoretical discussion.

**Table 1. Relevant indicators (FORSA-data set)**

Indicator	Type of question	Frequency of question asked	Question
Reception of topics	Open	1993–2002 Mo-Fr except Oct. – Dec. 1998	Which are the three topics covered in the media (i.e., newspaper, radio, or television) that you were most interested in lately?
Chancellor preference	Closed	1993–2002 Mo-Fr	Who would be your first choice of the candidates if you were the one to appoint the chancellor: Gerhard Schroeder or Edmund Stoiber (i.e., the recent candidates)?
“Vote next Sunday“	Closed	1993–2002 Mo-Fr	Which party would you vote for if the national election took place next Sunday?

**Figure 1. Media effects model: Sports – Public Mood – Vote intention**



### *3. The relationship between the performance of the German soccer team (between 1993 and 2002) and political popularity*

Our analysis of the relationship between interest in soccer and political popularity shall start out with bivariate correlation analyses including all daily polling results from FORSA between 1993 and 2002. The salience of the topic 'soccer' was measured by the respondents' interest in recently observed media coverage about soccer. The salience of soccer was correlated with the dichotomized preference of chancellor and voting intention on an aggregate level on a daily basis. To simplify the analyses, only voting intentions for the two major political parties and their candidates were included. Thus, there were four political variables in the correlation analysis<sup>5</sup>. This summed up to 10,100 correlation pairs<sup>6</sup>.

With a 0.05 significance level, every 20<sup>th</sup> correlation could be expected to be significant just by chance. This would have amounted to altogether 505 significant correlations. However, 673 significant correlations can be counted. It is additionally proven by the distribution of these over time that they are not to just based on chance: Figure 2 summarizes the results on a monthly basis. The line graph represents the amount of days per month (in percent) that showed at least one significant correlation between interest in soccer and political variables. The frequency of matches of the German national soccer team are represented in the bar diagram. They positively influence the effect of soccer reception on political judgments. For the World Soccer Championship (WM) in 1998 and 2002 as well as for the European Championship (EM) in 2000, at least 40 per cent of the observed days showed a significant correlation between soccer reception and political opinions.

However, not every single tournament leads to significant correlations. For the World Soccer Championship in the USA in 1994, as well as for the European Championship in England in 1996, no significant increase could be found. On the other hand, there are other times when there are correlations, although no soccer game took place. In 2000, a cocaine scandal concerning soccer coach Christoph Daum seemed to cause this phenomenon.

The strong correlation that visually appears in Figure 2 is further demonstrated and explained in Figure 3 by a cross correlation graph<sup>7</sup>. One at lag zero, at which the values simultaneously measured are correlated, the correlation coefficient of

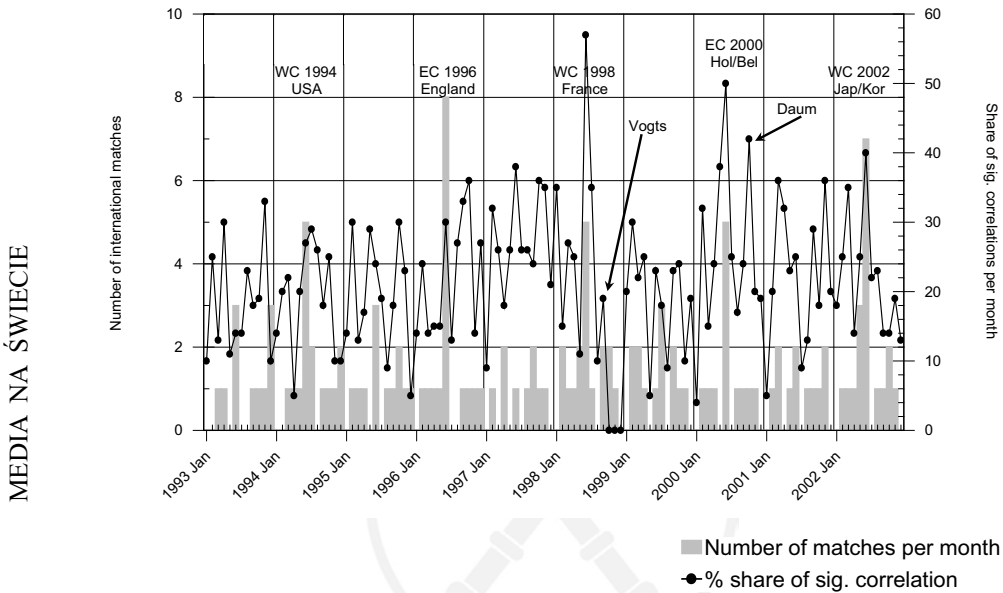
<sup>5</sup> Preferences for chancellor were only taken into consideration as far as they referred to the incumbent or his most popular challenger. Preferences for the chancellor referring to one of these two persons received the code "1", so did voting intentions for the party of the chancellor or his most popular incumbent. Other candidates and parties received code "0".

<sup>6</sup> This number results from four correlations (salience x chancellor, salience x challenger, salience x chancellors party, salience x challengers' party) being calculated for each workday between 1993 and 2002 on which FORSA had asked the salience question.

<sup>7</sup> The cross correlation graph shows repeated persons correlations between two time series. With each repetition one of these series is lagged by one time interval. This series is called the lead series. Thus a positive lag indicates a correlation between a past (lagged) measurement of the lead series and the present measurement of the other series. Vice versa for a negative lag. Significant correlations

the monthly number of matches and the monthly number of significant correlations does exceed the statistical intervals of confidence<sup>8</sup>. The number of significant correlations does not correlate with the number of matches played in either in one of the previous four months or those played in the four months later.

**Figure 2. Number of matches of the German national soccer team and the correlations between reception of soccer media coverage and judgments about political popularity in the cause of time**



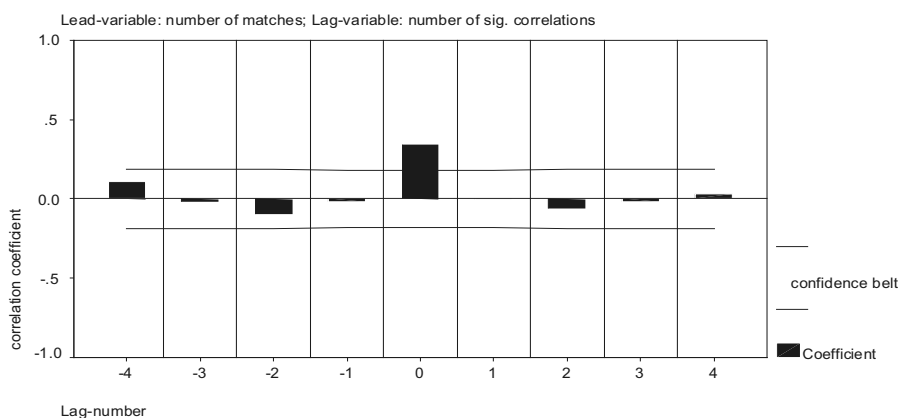
WC = FIFA Soccer Worldchampionships, EC = UEFA European Soccer Championships.

The influence of soccer games on political judgement is strongly related to the importance of the games. The majority of the population names soccer as the most interesting topic covered in the media while the World and European Championships take place. During the last soccer championship even 60 per cent of the population showed great and distinct interest. Within groups that usually show mild interest in sports, this effect was predominant. The percentage of women interested in sports increased from 20 to 40 per cent in the months while the European and World Soccer Championship took place.

at positive lags indicate that the lead series allows a significant prognosis of the lag series and vice versa (Scheufele 1999).

<sup>8</sup> Amounts to two standard errors.

**Figure 3. Cross tabs of numbers of matches of the national soccer team and the number of significant correlations between the salience of soccer media coverage and judgements of political popularity (1993 until 2002, measured monthly)**



Correlations between salience of soccer and political judgement can take positive or negative values. But, as our theoretical discourse suggested, the vast majority of effects we measured were positive (Table 2). This was found for the era of chancellor Helmut Kohl (CDU/CSU) and the era of his successor Gerhard Schroeder (SPD). Also, in both eras it was true for the government and the opposition. Looking at the choice of chancellor, in both eras the governing party profited more from the effects than the opposition. However, with the voting intention the SPD could profit from the effects even more when they represented the opposition.

Summing up, the first part of the results, the topic ‘soccer’ covered in the media regularly has an influence on Germans’ judgement statements about candidates and parties up for election. This influence mainly results from the attention drawn by (most important) games of the national soccer team. No matter what was to be judged, positive effects were found far more often than negative.

The assumption this could only reflected the good overall performance of the national soccer team<sup>9</sup>, does neither take the great demands of German soccer fans and journalists into account, nor the unexpected elimination of the team by ‘underdogs’ at the championships in the USA and in France. Mostly, it does not account for the elimination from the preliminary round in the Netherlands/Belgium.

<sup>9</sup> The German national soccer team between 1993–2002 won 83 times, it lost in 22 matches and tied in 28. The scoring statistics are quite positive too: The Germans scored 288 goals, and had to take 132.



**Table 2. Number of significant relationships<sup>1</sup> between the salience of soccer in the media<sup>2</sup> and the preference for chancellor and the voting intention (1-1-1993 until 12-31-2002).**

	Era Kohl (1.1.1993 – 9.29.1998)		Era Schröder (9.30.1998 – 12.31.2002)	
	Positive Correlation	Negative Correlation	Positive Correlation	Negative Correlation
Preference for candidate CDU/ CSU	85	12	37	18
Voting intention CDU/CSU	73	8	57	9
Preference for candidate SPD	72	13	92	6
Voting intention SPD	110	9	69	4
Sum	340	41	255	37

(1) Person's on a daily basis of 500 respondents, two-sided Test. (2) number of answers saying "soccer" to the question of which issue from recent media coverage was the most interesting.

To find more distinct explanations for the relationships found in the analysis it was very worthwhile to look at the situation of the World Soccer Game as it relates to time. On the one hand, this was important because in this time span, most of the significant correlations between political popularity and success in soccer were found. On the other hand, since 1990, world soccer games have always taken place right before the national election which seems, thus, of great relevance to the analysis.

The time span analyzed includes the end of the 'Bundesliga' (i.e., with the start of the preparation for the tournament until the national election). The significant cross tab correlations between the number of soccer games of the German national team and the number of significant correlations between the reception of soccer in the media and judgements of popularity are demonstrated in Table 3. The lead-variable represents the number of national soccer games. For all years the national soccer game took place, the notion was supported that the popularity of the two biggest political parties (i.e., SPD, CDU), along with their candidates, were influenced by the national soccer games. For the CDU, there were both negative and positive effects, the SPD was exclusively influenced positively during the elections years of 1994 and 2002.

However, significant correlations were only found in two instances in the same week a game took place. In most cases (i.e., in 6 cases), soccer as a topic in the media only correlated significantly with a delay of two or three weeks after the games. This is a clear indication that soccer games do not immediately influence political judgement statements. The fact that they are debated afterwards should

at least have a catalytic effect in the (mostly media-) discourse that offers many relationships between soccer and politics (see above; Fußball beflügelt Politik, 2002).

In two occasions, soccer media coverage already had an impact on political judgement statements two weeks before the game. In both cases these effects were positive in nature and they occurred in 1994. One could expect the great anticipation of many soccer fans to be responsible for this effect, but the media could also have a great effect when they cover the games way before the kick-off.

**Table 3. Effects of matches of the German national soccer team on preference for chancellor and on voting intention in times of Soccer World-Campionships and national election (Cross correlations <sup>1</sup> on a weekly basis)**

Lag-Variable (number of significant correlations) <sup>3</sup>	Lead-Variable (number of matches) <sup>2</sup> , Lead in months:									
	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	
5.1. – 9.29. 1994										
Positive Effect on preference for CDU/CSU cand.	-.20	.04	.06	<b>.50</b>	.38	.22	.34	.18	.13	
Negative Effect on preference for CDU/CSU cand.	.20	.20	.21	.22	<b>.60</b>	-.16	-.17	-.18	-.17	
Positive Effect on preference for SPD-candidate	.20	.21	<b>.59</b>	.43	<b>.45</b>	.25	-.12	-.07	.21	
5.1. – 9.29. 1998										
Positive Effect on preference for CDU/CSU cand.	-.11	-.13	.09	.10	-.09	<b>.51</b>	.30	-.10	<b>.53</b>	
Negative Effect on voting intention for CDU/CSU	-.39	-.06	.04	.32	.42	.39	<b>.58</b>	.18	-.07	
5.1. – 9.29. 2002										
Positive Effect on preference for CDU/CSU cand.	-.29	.10	-.15	.26	.38	<b>.50</b>	.18	.15	.11	
Negative Effect on voting intention for CDU/CSU	-.17	-.16	-.17	-.18	.15	.14	<b>.47</b>	.13	.47	

Positive Effect on preference for SPD candidate	-.01	.23	.21	.19	.38	<b>.67</b>	.27	.26	.28
Negative Effect on voting intention for SPD	.11	.13	.38	.26	.35	<b>.66</b>	.09	.08	.10

(1) Coefficients printed in bold exceed twice the standard error. (2) Numbers of games of the German national soccer team per week. (3) Numbers of days (Mo–Fr) when the preference to vote for the chancellor significantly correlated with the interest of the latest media soccer coverage (among 500 respondents).

Furthermore, there were interesting distinctions depending on the specific course of the game, the preparations for it, and the specific voting situation. In 1994, the German national soccer team pitifully started the preparations when they lost a ‘test game’ against the Republic of Ireland (0:2) in Hannover. However, they won the following ‘test games’ against Austria (1:5) and Canada (0:2). The German soccer team successfully managed the games within their group. In the “Achtelfinale”, the German team won against Belgium (3:2), but already in the quarter finals they lost against the rather weak team Bulgaria (2:1). The ups and downs are represented by the cross correlations in that year.

The games and their coverage in the media had both positive and negative effects on the popularity of chancellor (and candidate) Kohl. These differences are probably due to various effects of the games, part of them might be due to different types of reception and interpretation of the games in various sections of the population (e.g., among voters for or against Kohl). While the overall rather bad performance of the German national soccer team could be held responsible that the opposition’s candidate Rudolf Scharping only gained from the effects whereas the current chancellor was also effected negatively, the effects of the World Soccer Championship in 1994 were rather slim in general (i.e., they did not influence the voting intention).

In 1998, the results turned out differently whereas the preparation started out the same: the first ‘test game’ showed similar results against the rather weak Finnish team (0:0), whereas Germany won at least the two remaining ‘test games’ (Columbia 3:1; Luxemburg 7:0). Within its group, Germany successfully went to the first place, winning against the USA and Iran. Against Yugoslavia, the tie as the result was sufficient. Germany, again, makes it to the quarter finals after winning against Mexico. Their minimal aim to reach the semi-finals could not be reached though: after miserable performance, Germany loses against Croatia (0:3).

Although many voters in 1998 were influenced by the games so they judged Helmut Kohl as a chancellor candidate better than they might have, a negative effect simultaneously influenced the Union: with soccer media coverage the voters changed their voting intention and decided against the CDU. The analysis already

showed that the resignation of the national soccer trainer and his friendship with the chancellor played a role.

The German national soccer team also showed rather bad performance during their preparation in 2002 in Japan and South Korea, when, in the same year, the latest national German election took place. After winning against Kuwait (7:0), Germany lost against Wales (0:1). However, from then on Germany seemed to succeed when Austria lost in the last preparation game (6:2), which was reflected by gaining votes for the SPD in the polls. Alexander Schwabe, a journalist for the German magazine 'Spiegel', explained how the Union's lead would equal out if Germany made it to the semi-finals (Schwabe, 2002). In fact, Germany was in the final, but lost against Brasil (2:0).

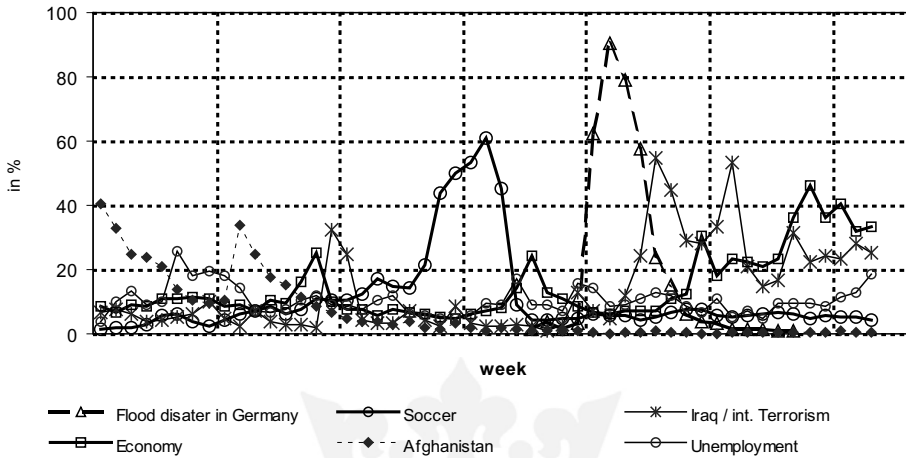
It was not possible to systematically analyze the emotions of the viewers provoked by victory or failure. It is also not certain which failure was worse: losing against Bulgaria in 1994 or losing against Croatia in 1998. One thing, though, seems to be sure: Losing or winning against opponents said to be much weaker are evaluated differently than losing against great soccer nations. This is made clear by the positive reaction of the Germans when Germany lost against Brasil in the finals.

Also, expectations were low for the German team during the World Soccer Championship in 2002, thus, the reaction was even more positive when the performance went better than expected. Gerhard Schroeder and his party clearly gained from this euphoria. This is demonstrated by the strong effects in Table 3. Edmund Stoiber, the leader of the opposition, also gained from the effects. He attempted to compensate Acker/Schröder's advantage of the soccer image with great but faked enormous interest in the German team. The number of those, however, intending to vote for the Union, declined with the course of the World Soccer Championship in 2002.

#### *4. How the reception of soccer in the media determined the result of the 2002 national election*

To end with we will take a closer look at the factors influencing the most recent elections. The topic soccer as it occurred in the media in the election year 2002 is presented in Figure 4. Soccer was one of the topics mostly covered in the media, even among many parts of the population. However, soccer only plays such a big role during the World Soccer Championship. In the last two months right before the election, soccer is only named by six per cent of the respondents. The great flood in Eastern Germany and the possibility of a war in Iraq in the near future, connected with the debate about international terrorism, are of far bigger concern to the public than soccer. Only three other topics are named quite frequently during the entire year until Election Day (i.e., the occupation of Afghanistan, the overall economic situation in general, and the situation of the job market in particular).

Figure 4. Interest in topics covered in the media (2002)



Forsa: Percentage of respondents that gave answers to the following question: Which are the three topics covered in the newspaper, the radio, or television these days that you are most interested in? (approximately 500 respondents per day, Mo–Fr).

Regression analyses demonstrate how much the perceived presence of various topics in the media influenced the political judgement statements of the population. The analyses are measured on a monthly aggregated basis. To control for autoregressive effects, both the number of ‘topics mentioned’ and the lags of the dependent variables were included (i.e., the average score of the preference for chancellor or the voting intention from the day before). The topics mentioned by the respondents were included in the stepwise selection analysis from one day and the day before.

These models account for the notion that media effects show an immediate impact (Zeh & Hagen 1999). In the case of the FORSA-interviews that lasted until the late evening, an immediate media effect could have taken place the same day. The results suggest that the preference for Gerhard Schroeder as a chancellor can increase significantly with the reception of soccer in the media. This effect was controlled for against the reception effects of the remaining important topics. Altogether, the three topics: terrorism/Iraq, the flood, and soccer, account for half of the variance of Schroeder’s popularity. Stoiber’s popularity, on the other hand, was not significantly influenced by the topic soccer in the course of the year. CDU/CSU’s candidate Edmund Stoiber gained the most from the war being mentioned in the media and the occupation of Afghanistan that occurred later on. Overall, the factors influencing the preference for Schroeder were more prominent. With the flood and the discussion about the Iraq war, the model offers explanations that are not new or surprising. Furthermore, these explanations were already identi-

fied as the most important ones in the public discourse that took place during the campaign. On the other hand, the finding that the soccer media coverage had such a great impact on the popularity of the old and new chancellor is very surprising.

**Table 4. Regressions of choice of chancellor on the media coverage of certain topics (1-2-2002 until 09-20-2002, daily, Mo-Fr)**

Independent:	Measured:	SPD	CDU/CSU	Balance <sup>1</sup>
Pref. f. Chancellor	day before	.38	.22	.23
Issue Soccer	same day	.13		.20
Issue Flood	day before	.20		.28
Issue Iraq/int. Terrorism	same day	.32	-.16	.36
Issue Afghanistan	day before		.36	
R <sup>2</sup> (adjusted)		.48	.30	.42

Each column contains regression values. The coefficients are standardized and all values are significant on the 0.05 significance level.(1) The preference of chancellor: (-1) = Stoiber; (0) = others; (1) = Schroeder. The balance represents the sum of these values.

In the case of the voting intention, the same three topics have the strongest and the most significant impact on the balance. Once again, soccer seems an influential topic. This is not obvious in both graphs explaining the popularity of the candidates separately, but it is apparent in the overall graph. The graph demonstrating the intention to vote for the SPD could include the numbers of those mentioning 'soccer' as a topic within a week and the week before. These values could be included with a marginal significance level of 12 per cent and a positive beta-value (.09). Furthermore, in contrast to mentioning the choice of chancellor by the respondents, economic topics were found relevant for the voting intention. This result was not surprising and it positively influenced the Union within the entire year.

The results concerning the topic 'soccer' are distinct but, luckily, they seem to be short term in nature. Extending the time period to be analyzed to a week, the partial influence of mentioning soccer on the choice of chancellor, or on the intention to vote cannot be found within the 0.5 significance level. It is not until the 20 per cent significance level of the week and the week before that the answers can be included in the regressions concerning the voting intention. The coefficient would equal .10. To reliably judge the duration of the influence of the topic soccer on the popularity judgement statements, a more sophisticated time-series-analysis would have been necessary that could not be investigated in the scope of this paper<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Other findings, on the contrary, do support the notion that candidate-preference and voting intention are, in fact, random walks. Random walks are characterized by their infinite memory.

**Table 5. Regressions of voting decision on the reception of various topics covered in the media (1-2-2002 until 09-20-2002, weekdays, Mo–Fr)**

Independent:	Measured:	SPD	Union	Balance
Voting intentions	day before	.35		
Issue Soccer	same day			.18
Issue Flood	day before	.27		.36
Issue Iraq/int. Terrorism	same day		.29	.50
Issue Iraq/int. Terrorism	day before	.30		
Issue economy	same day			-.14
Issue economy	day before		-.15	
Issue labor market	day before		.17	
R <sup>2</sup> (adjusted)		.46	.10	.36

Each column contains regression values. The coefficients are standardized and all values are significant on the 0.05 significance level. (1) The voting intention: (-1) = CDU; (0) = others; (1) = SPD. The balance represents the sum of these values.

**Table 6. Regression of the choice of chancellor and the voting intention on the attention paid to various topics covered in the media (1-2-2002 until 09-20-2002, weekly)**

Independent:	Measured:	Preference for chancellor Balance <sup>1</sup>	Voting intention Balance <sup>2</sup>
Preference for chancellor	week before	.46	
Voting intention	week before		.36
Issue Flood	week before	.25	.34
Issue Iraq/int. Terrorism	same week		.28
Issue Iraq/int. Terrorism	week before	.21	
Issue Afghanistan	week before	-.23	
R <sup>2</sup> (adjusted)		.73	.65

Each column contains regression values. The coefficients are standardized and all values are significant on the 0.05 significance level. (1) The choice of chancellor: (-1) = Stoiber; (0) = others; (1) = Schroeder. The balance represents the sum of these values. (2) The intention to vote: (-1) = CDU; (0) = others; (1) = SPD. The balance represents the sum of these values.

## 5. Discussion

The broad empirical analysis this paper was based on, clearly showed that soccer covered in the media regularly and significantly influenced judgement statements about the most important political candidates and parties in the last ten years in Germany. To our knowledge, there has been no further study in Germany or elsewhere that investigated the success in sports and its relation to political popularity.

The effects supported in this paper mostly originated from matches of the German national soccer team, mostly in international tournaments. Victories in those games could often be useful for the party in power and the opposition, failures could sometimes harm. Soccer could influence the popularity of persons (i.e., the leading candidates) more than it influenced the intention to vote for a certain party.

These effects do not seem to be very long-lasting. A more detailed times-series-analysis has yet to be conducted. It is not out of the question that national soccer games can determine the results of an election, if both incidents are close enough to each other. The popularity of the government is directly influenced by the performance of the national soccer team at important games.

The impact of soccer on voting results is based on strong results, and the 'Public Mood Theory' offers coherent explanations for the relationship between soccer and politics. The general Public Mood provides the logical link between the two items. Soccer, however, is not the only element of Public Mood in a democracy influenced by emotions. Future communications research should explore this concept much further as mass-media are most influential in shaping the mood of the public.

## Bibliography

- M. Billig (1995): *Banal Nationalism*, Newbury Park, CA, Sage.
- N. Blome (2002, 28. Oktober): Blut, Schweiß und Schröder, retrieved 31. Mai, 2003, from <http://www.welt.de/daten/2002/10/28/1028adr365092.htm>
- D. Easton (1975): A Re-Assesment of the Concept of Political Support, *British Journal of Political Science*, 5, pp. 435–457.
- J.P. Forgas (1995): Mood and Judgment: The Affect Infusion Model (AIM), *Psychological Bulletin*, 177(1), pp. 39–66.
- Forsa (2003): OmniTel, retrieved 2. Juni, 2003, from <http://www.forsa.de/site/methode.htm>
- Fußball beflügelt Politik (2002, 1. June): Retrieved 2. June, 2002, from <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,198956,00.html>
- M. Gerhards, W. Klingler, U. Neuwöhner (2001): Sportangebot und Nutzung in den Elektronischen Medien, [in:] G. Roters, W. Klingler, M. Gerhards (Eds.): *Sport und Sportrezeption*, Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, pp. 149–166.
- K. v. Hammerstein, R. Nelles (2002, 12. August): Richtig reingrätschen – Interview mit Generalsekretär Franz Müntefering, *Der Spiegel*, 26–27. (Interview with the general secretary of the Social Democrats, Franz Müntefering).



- J.D. Mayer, Y.N. Gaschke, D.L. Braverman, T.W. Evans (1992): Mood-Congruent Judgment Is a General Effect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63 (1), pp. 119–132.
- G. Pfeil, M. Rosenbach, M. Wulzinger (2001, 6. November): DFB-Auswahl, retrieved 11. November, 2001, from <http://www.spiegel.de/sport/fussball/0,1518,166144,00.html>
- W.M. Rahn (2000): Affect as Information: The Role of Public Mood in Political Reasoning, [in:] A. Lupia, M.D. McCubbins, S.L. Popkin (Eds.): *Elements of Reason* Cambridge, MA, Cambridge University Press, pp. 130–151.
- W.M. Rahn, R.M. Hirshorn (1999): Political Advertising and Public Mood: A Study of Children's Political Orientations, *Political Communication*, 16 (4), pp. 387–407.
- W.M. Rahn, B. Kroeger, C. Kite (1996): A Framework for the Study of Public Mood, *Political Psychology*, 17 (1), pp. 29–58.
- B. Scheufele (1999): Zeitreihenanalyse in der Kommunikationsforschung. Eine praxisorientierte Einführung in die uni- und multivariate Zeitreihenanalyse mit SPSS for Windows, Stuttgart: Edition 451.
- G. Schröder (1998, April): Sie nannten mich ‚Acker‘, *Aufbruch. Zeitung der SPD zum Bundestagswahlkampf*, 1998.
- W. Schulz (1997): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- W. Schulz, R. Zeh, O. Quiring (2000): Wählerverhalten in der Mediendemokratie, [in:] M. Klein, W. Jagodzinski, E. Mochmann, D. Ohr (Eds.), *50 Jahre empirische Wahlforschung in Deutschland. Entwicklung, Befunde, Perspektiven, Daten* Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, pp. 413–443.
- M. Sobolewski (2002): Der Chef – Schröder setzt auf sich selbst, retrieved 31. Mai, 2003, from <http://www.wahlen02.info/koepfe/gschroeder.html>
- L.L. Wong, R. Trumper (2002): Global Celebrity Athletes and Nationalism, *Journal of Sport & Social Issues*, 26 (2), pp. 168–194.
- R. Zeh, L.M. Hagen (1999): Und nun zum Sport ... Und andere kurzfristige Effekte von Fernsehnachrichten auf die Wahlabsicht im Bundestagswahlkampf 1998. Eine zeitreihenanalytische Analyse, [in:] C. Holtz-Bacha (Ed.), *Medien und Wahlen*, Opladen, Westdeutscher Verlag, pp. 188–217.

## STRESZCZENIE

### **Pilka nożna w mediach, nastroje społeczne a popularność rządu**

Autorzy artykułu pokazują związek między medialnymi relacjami z meczów piłki nożnej a popularnością partii politycznych w trakcie kampanii wyborczej, która zwykle następowała tuż po światowych rozgrywkach piłkarskich. Sukces reprezentacji narodowej związany jest ze zwycięstwem w politycznym meczu. Tę zdumiewającą zależność między sukcesami na boisku a zwycięstwem danego kandydata czy partii w wyborach tłumaczy teoria nastrojów społecznych W. Rahn, która zwróciła uwagę na ważną rolę, jaką w zachowaniach politycznych i kształtowaniu narodowej tożsamości odgrywają emocje, na które wpływ mają przekazy medialne, m.in. relacje sportowe. Narodowy sukces w rozgrywkach sportowych przyczynia się do wzmacniania narodowej tożsamości. Szczególnie w Niemczech, gdzie mecze piłki nożnej są najważniejszymi meczami relacjonowanymi w mediach. W dużym stopniu modelują nastroje społeczne, które z kolei wpływają na polityczne decyzje i sądy, w demokracji kształtowanej przez emocje. Trzeba jednak pamiętać, że sportowe rozgrywki mogą kształtować nastroje społeczne tylko wtedy, kiedy relacjonowane są w mediach. Zaprezentowana w artykule analiza związków między zainteresowaniem piłką nożną a wzrostem popularności partii politycznych

pokazuje, że medialne relacje z meczów wpłynęły na niemieckie nastroje polityczne do tego stopnia, że mogły zadecydować o wyniku wyborów w 2002 roku.

**Słowa kluczowe:** relacje medialne, nastroje społeczne, oddziaływanie mediów, piłka nożna, relacje sportowe, dyskurs polityczny, kampania wyborcza, tożsamość narodowa, przekazy medialne, emocje



# SELEKCYJNA BIBLIOGRAFIA PUBLIKACJI TOMASZA GOBANA-KLASA ZA LATA 1968–2012

WŁADYSŁAW MAREK KOLASA, MICHAŁ ROGOŹ

## ABSTRACT

### Selective bibliography of the publications by Tomasz Goban-Klas for the years 1968–2012

The bibliography is selective and covers only papers of scientific or documentary nature which concern journalistic matters. Only the original scientific dissertations (articles, books) were listed together. All other types of publications (information notes, reports, reviews) underwent selection. Only the papers of lasting value and some more important reviews of journalistic monographs were included. A total of 365 papers were listed. The books (including 25 author's monographs and 10 volumes of edited or translated papers) are of special importance among these papers. The bibliography is preceded by a short methodological outline and statistics of the author's works.

**Key words:** Tomasz Goban-Klas, media, sociology, bibliography

**Słowa kluczowe:** Tomasz Goban-Klas, media, socjologia, bibliografia

Niniejsze opracowanie rejestruje publikacje mające charakter naukowy lub dokumentacyjny. Do kompletności dążono wyłącznie w odniesieniu do oryginalnych rozpraw mających postać książki lub artykułu. Wobec pozostałych tekstów zastosowano pewną selekcję, objęła ona w szczególności prace krytyczne (np. drobne recenzje i polemiki) oraz tłumaczenia; pominięto także rozliczne wypowiedzi publicystyczne oraz opracowania informacyjne (np. krótkie omówienia i sprawozdania). Nie włączono także do bibliografii większości ekspertyz i opracowań wewnętrznych OBP, z wyjątkiem tych, które były powielane i rozpowszechniane. Wobec zakwalifikowanych publikacji nie stosowano żadnych ograniczeń formal-

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, e-mail [wmkolasa@up.krakow.pl](mailto:wmkolasa@up.krakow.pl), [mrogoz@up.krakow.pl](mailto:mrogoz@up.krakow.pl)

nych; w bibliografii znalazły się zatem wszelkie prace ogłoszone drukiem niezależnie od ich formy wydawniczej (artykuły, rozprawy, książki), kraju czy języka publikacji<sup>1</sup>. Nieocenioną pomoc w doborze prac wyświadczył sam Autor publikacji, T. Goban-Klas, którego robocze bibliograficzne zestawienie posłużyło jako punkt wyjścia<sup>2</sup>.

Większość opisów opracowano z autopsji. Niemniej jednak z uwagi na fakt, że niektórych pozycji nie udało się odnaleźć w krakowskich bibliotekach, dążono do ich weryfikacji na podstawie dostępnych baz danych oraz katalogów OPAC. W trakcie gromadzenia materiału objęto kwerendą ważniejsze bibliografie ogólne i specjalne, w szczególności z zakresu prasoznawstwa lub dziedzin pokrewnych (zarówno polskie, jak i zagraniczne). Były to więc poszczególne człony systemu bieżącej bibliografii narodowej oraz kilka bibliografii dziedzinowych, spośród których najwięcej materiału dostarczyła *Polska Bibliografia Adnotowana Wiedzy o Środkach Masowego Komunikowania* oraz *Polska Bibliografia Bibliologiczna*. Spośród źródeł zagranicznych najbardziej pomocny okazał się katalog OCLC WorldCat oraz takie serwisy naukowe, jak: Ebsco, Elsevier, Thomson Reuters i Google Scholar.

W zależności od rodzaju opisywanej jednostki zastosowano kilka rodzajów opisu bibliograficznego. Dla wydawnictw zwartych i ich fragmentów sporządzono go według normy PN-N-01152.01 wraz z aktualizacją A1 (1997), zaś dla artykułów – według PN-N-01152.02. Uwzględniono wszystkie elementy obowiązkowe oraz – w wyborze – bliżej charakteryzujące opisywaną jednostkę. Zasadę większej precyzji zastosowano jedynie w odniesieniu do wydawnictw zwartych oraz publikacji zagranicznych (w tych wypadkach podano wszystkie istotne elementy identyfikacyjne). Część opisów uzupełniono adnotacją wyjaśniającą lub zawartościową, w której wykazano również ważniejsze referencje (recenzje, polemiki).

Bibliografia rejestruje 364 pozycje wydane w latach 1968–2012<sup>3</sup>. Zostały one uporządkowane chronologicznie, aby możliwie najlepiej zobrazować ewolucję zainteresowań Jubilata. W rozpatrywanym czasie wielokrotnie podejmował On i rozwijał nowe wątki naukowe, a także adaptował na grunt polski osiągnięcia medioznawstwa zagranicznego. Zwieńczeniem licznych prac były książki. Łącznie ukazało się ich 35 (w tym 25 monografii autorskich). Kolejno były to m.in.: *Młodzi robotnicy Nowej Huty jako odbiorcy i współtwórcy kultury* (1971); *Z zagadnień socjologii sztuki* (1971); *Komunikowanie masowe w nowoczesnym społeczeństwie* (1973); *Paryż i paryżanie* (1974); *Komunikowanie masowe* (1978); *Kraków w świadomości Polaków* (1979); *The mass media* (1980); *Aktywność, preferencje i świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego* (1981); *Postawy społeczne wobec środków masowych po sierpniu 1980* (1981); *Analiza i krytyka*

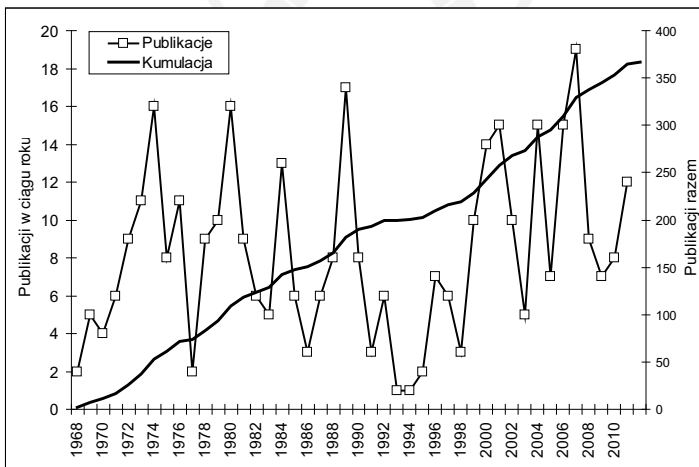
<sup>1</sup> Nieliczne dzieła zapisane cyrylicą (prace recenzowane) opisano, używając transkrypcji.

<sup>2</sup> Wykaz dostępny na stronie domowej T. Gobana-Klasa: <http://usgoban.w.interia.pl> (2012.09.24).

<sup>3</sup> Wykaz prac wydanych za rok 2012 jest niepełny, gdyż znaczna liczba opracowań była wciąż w trakcie druku.

liberalnej koncepcji prasy (1982); Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego (1985); Prasa lokalna i środowiskowa w Stanach Zjednoczonych w cieniu gigantów (1989); Mass media w Polsce 1989–1992 (1992); Komputer narzędziem humanisty (1993); The orchestration of the media (1994); Public relations czyli promocja reputacji (1997); Dalekowschodni feniks: koreańska droga rozwoju i modernizacji (1999); cieszący się ogromną popularnością podręcznik Media i komunikowanie masowe (wyd. 1 – 1999, wyd. 2 – 2004, nadto dodruki w latach: 2000, 2001, 2002, 2005, 2006, 2008, 2009); Społeczeństwo informacyjne (1999); Powstanie i rozwój mediów [znany jako Zarys historii i rozwoju mediów] (2001); Niepokorna orkiestra medialna [tłumaczenie książki: The orchestration of the media] (2004); Cywilizacja medialna (2005); Media i terroryści (2009) oraz zbiór studiów Wartki nurt mediów (2011).

Warto też podkreślić znaczenie kilku dzieł zbiorowych, w których Autor sprawował funkcje redakcyjne, były to m.in.: Marksistowsko-leninowska teoria i metodologia badań prasoznawczych (1978) i Marxist-Leninist theory and methodology of mass media research (1978); raport: Komunikowanie masowe w Polsce: próba bilansu lat siedemdziesiątych (1980); Komunikacja marketingowa – kształtowanie społeczeństwa konsumpcyjnego? (2006); kilka antologii, m.in.: Prasa ZSRR w świetle badań radzieckich prasoznawców (1973) i Marks, Engels, Lenin o prasie (1987); tłumaczenia, np. książki J. Davida Boltera: Człowiek Turinga (1990) oraz wstępy do polskich adaptacji głośnych prac medioznawców zagranicznych, szczególnie: Briana McNaira: Wprowadzenie do komunikowania politycznego (1998); Paula Levinsona: Telefon komórkowy (2006) oraz Denisa McQuailla: Teoria komunikowania masowego (2007). Powyższy wykaz, choć daleki od kompletności, daje jednak pewien obraz głównych pól zainteresowań badawczych Tomasza Gobana-Klasa.



Wykres 1. Publikacje naukowe T. Gobana-Klasa (1968–2011)

Warto zwrócić uwagę na kilka wniosków wynikających z analizy danych. Zestawienie publikacji na osi czasu (wykres 1) prowadzi do kilku, lapidarnych, ale istotnych wniosków. Przekonuje w szczególności, że w ciągu ostatnich 44 lat Autor pracował ze zmienną, ale zawsze bardzo wysoką dynamiką. Na przestrzeni tego okresu publikował średnio 8 naukowych prac rocznie, choć w niektórych latach (1974, 1980 i 1990) liczba ich była dwukrotnie wyższa, zaś osiągnęła apogeum w roku 2007, gdy wydano ich 19. Ciekawych danych dostarcza krzywa obrazująca skumulowaną liczbę publikacji. Jej dynamika wskazuje, że aktywność naukowa Tomasza Gobana-Klasa w pierwszej dekadzie XXI wieku była równie wysoka, jak u początku kariery naukowej (w latach 70.). Należy więc wnioskować, że niniejsze zestawienie rychło będzie wymagało dalszych uzupełnień.

Autorzy wyrażają nadzieję, że bibliografia ta ułatwi wszystkim zainteresowanym problematyką mediów masowych „nawigację” po niezwykle bogatym i różnorodnym dorobku dostojnego Jubilata.

### 1968

1. Audytorium a publiczność – analiza wzajemnych relacji / Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1968, nr 2, s. 165–182

Możliwe wzajemne relacje między pojęciami: publiczność i audytorium.

2. Teatr w środowisku pracowników krakowskich zakładów przemysłowych / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1967, nr 2 [druk 1968], s. 723–724

### 1969

3. Organizacja życia kulturalnego załogi Huty Aluminium w Skawinie / Tomasz Goban-Klas // W: *Studia nad załogą Huty Aluminium w Skawinie*. – Wrocław, 1969. – S. 233–235

4. Praca zawodowa a uczestnictwo młodych mieszkańców Nowej Huty w życiu kulturalnym / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1969, nr 1 [druk 1970], s. 147–149

5. Struktura załogi Huty Aluminium w Skawinie / Tomasz Goban-Klas // W: *Studia nad załogą Huty Aluminium w Skawinie*. – Wrocław, 1969. – S. 61–87

6. Socjologiczna problematyka publiczności teatralnej / Tomasz Goban-Klas // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1969, nr 3, s. 207–225

7. Z zagadnień popularyzacji teatru w środowisku robotniczym / Tomasz Goban-Klas // W: *Materiały konferencji „Praktyczne aspekty badań nad kulturą robotniczą”*. – Kraków, 1969 [powiel].

## 1970

**8.** Prasa polska o zagadnieniach czasu wolnego / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1970, nr 3, s. 27–38

Streszcz. w jęz. ros., ang., fr. – Publikacje prasowe o czasie wolnym – analiza źródeł informacji dziennikarskiej, szczegółowej tematyki publikacji i ich potencjalnych funkcji.

**9.** Socjologia i matematyka (Nowosybirsk) / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1970, nr 4, s. 145–146

Sprawozdanie z seminarium (5–17 VII 1970 r. w Akademgorodku).

**10.** Wójtowicz, Teresa: Formy aktywności kulturalnej załogi Zakładów im. G. Dymitrowa w Warszawie: z badań nad zainteresowaniami i formami życia kulturalnego załóg zakładów pracy usytuowanych w wielkich ośrodkach miejskich. Warszawa, 1968. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1970, nr 4, s. 227–228

**11.** Wybrane zagadnienia rozwoju kultury w Polsce: zbiór artykułów. Warszawa, 1969. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1970, nr 4, s. 224–227

## 1971

**12.** Czytelnictwo czasopism wśród młodych mieszkańców Nowej Huty / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1971, nr 1, s. 61–65

Streszcz. ros., ang. i fr. – Stan czytelnictwa czasopism wśród młodych pracowników mieszkańców Nowej Huty.

**13.** Młodzi robotnicy Nowej Huty jako odbiorcy i współtwórcy kultury / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: PAN, 1971. – 150, [2] s.; 23 cm. – (Prace Komisji Socjologicznej / Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie; nr 23)

Streszcz. ros. i ang. – Zbiorowość młodych robotników Nowej Huty ze szczególnym uwzględnieniem ich czasu wolnego, a w nim miejsca, jakie zajmuje odbiór kultury.

Rec. Czesław Biel // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1971, nr 4, s. 113

**14.** Problemy socjologii pieczęci. T. 1, Istorija, mietodologija, mietodika. Nowosibirsk 1970. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1971, nr 1, s. 104–105

**15.** Tyszka, Andrzej: Uczestnictwo w kulturze: o różnorodności stylów życia. Warszawa, 1971. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1971, nr 3, s. 119–120

**16.** Z zagadnień socjologii sztuki / Tomasz Goban-Klas; Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie. – Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1971. – 36, [2] s.: err.; 18 cm. – (Nauka dla Wszystkich; nr 135)

Bibliogr.

**1972**

**17.** Essais sur les mass media et la culture. Paris: Unesco, 1971. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1972, nr 4, s. 115–118

**18.** Mikułowski-Pomorski, Jerzy: Muzeum-Zamek w Łańcutcie: studium socjologiczne. Łańcut, 1971. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1972, nr 4, s. 257–259

**19.** O zadaniach i o założeniach badań nad uczestnictwem kulturalnym / Tomasz Goban-Klas // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1972, nr 2, s. 87–102

Rec. Paweł Dubiel // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1973, nr 3, s. 153

**20.** Prasa, ale jaka? (korespondencja własna z Paryża) / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1972, nr 1, s. 160–162

**21.** Problematyka publiczności na tle struktury społecznej / Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1972, nr 2, s. 77–105

Koncepcja zbiorowości odbiorczych na tle różnych ujęć badań nad komunikowaniem masowym; typologia zbiorowości społecznych oraz relacje między różnymi typami zbiorowości.

**22.** Problemy kontent-analiza w socjologii / red. A.N. Aleksiejew. Nowosybirsk 1970. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1972, nr 1, s. 90–93

**23.** Tetelowska, Irena: Szkice prasoznawcze: wybór rozpraw i artykułów. Kraków, 1972. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1972, nr 2, s. 252–257

**24.** Thoveron, Gabriel: Radio et television dans la vie quotidienne. Bruxelles: Éd. de l'Inst. de Sociologie Univ. Libre de Bruxelles, 1971. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1972, nr 1, s. 93–95

**25.** Z badań nad metodami upowszechnienia teatru / Tomasz Goban-Klas // W: *Studia z zakresu socjologii, etnografii i historii ofiarowane Kazimierzowi Dobrowolskiemu*. – Kraków, 1972. – S. 301–314

**1973**

**26.** Dyfuzja innowacji / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1973, nr 1, s. 109–113

Artykuł recenzyjny książki: Gałęski, Bogusław: *Innowacje a społeczność wiejska*. Warszawa 1971.

**27.** Komunikowanie masowe w nowoczesnym społeczeństwie / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Polska Akademia Nauk – Oddział w Krakowie, 1973. – 37, [1] s.; 19 cm. – (Nauka dla Wszystkich; nr 197)



Pojęcie środków komunikowania; formy komunikowania; rozwój środków komunikowania; charakterystyka komunikowania masowego; systemy komunikowania masowego; oddziaływanie komunikowania masowego; jego przyszłość.

Rec. Paweł Dubiel // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 2, s. 145

**28.** Mechanizmy kapitalistycznego rynku prasowego / Tomasz Goban-Klas // *Biuletyn Prasowo-Wydawniczy*. – 1973, nr 168, s. 53–55; nr 169, s. 48–50; nr 170, s. 66–68

Kryzys prasy typu magazynowego.

**29.** Opinie Polaków o ruchu granicznym PRL–NRD / Tomasz Goban-Klas // *Sprawy Międzynarodowe*. – 1973, nr 11, s. 140–144

**30.** Prasa a telewizja: konkurent czy sojusznik? / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Polska*. – 1973, nr 12, s. 36–38

Kooperacja masowych środków propagandy wzmacnia efektywność ich oddziaływania na społeczeństwo.

**31.** Prasa młodzieżowa na Zachodzie / Anne Pluvinage-Paternostre; tł. z fr. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1973, nr 3, s. 97–108

**32.** Prasa ZSRR w świetle badań radzieckich prasoznawców / wybór i wstęp Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych, 1973. – 124 s.; 27 cm. – (Materiały / Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”; z. 21)

**33.** Przeobrażenia aglomeracji Paryża w XX wieku / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1972, nr 1 [druk 1973], s. 132–134

**34.** Publics et techniques de la diffusion collective: études offertes à Roger Clausse pour le 25e anniversaire de la licence en journalisme et communication sociale de l'Univ. Libre de Bruxelles. Bruxelles, Éd. de l'Inst. d. Sociologie, Univ. Libre de Bruxelles, 1971. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1973, nr 1, s. 128–130

**35.** Reklama prasowa / Tomasz Goban-Klas // *Wrocławski Rocznik Prasoznawczy*. – R. 2 (1973), s. 99–114

Rola prasy w różnych warunkach społeczno-gospodarczych.

**36.** Socjotechnika: style działania / red. Adam Podgórecki. Warszawa 1972. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1973, nr 2, s. 252–253

## 1974

**37.** Badanie zbiorowości odbiorców: publiczność i publiczności aktualne / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 2, s. 5–18

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Dwa sposoby rozumienia pojęcia „publiczności” – w znaczeniu potencjalnym i w znaczeniu aktualnym; wzajemne relacje zakresowe pomiędzy tak rozumianymi publicznościami; metoda transformacji ilościowych charakterystyk jednego typu publiczności w drugi.

**38.** Communications. École pratique des hautes études, Centre d'études des communications de masse [1974]. Paris: Seuil, 1974. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 4, s. 132–134

**39.** Communication Research: an international quarterly. Vol. 1 (Jan. 1974). [Beverly Hills, California: Sage Publications], 1974. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 4, s. 130–132

Toż ... Vol. 1 (1975). – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 4, s. 143–145

**40.** Les mass media et le development / Tomasz Goban-Klas // *Le Journalist Democratique*. – 1974, nr 2, s. 7–9

**41.** La presse et la television / Tomasz Goban-Klas // *Le Journalist Democratique*. – 1974, nr 4, s. 10–12

**42.** Les communications de masse: l'univers des mass media / [directeur de l'ouvrage: Jacques Mousseau]. Paris 1972. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 1, s. 150–152

**43.** Mechanizmy kapitalistycznego rynku prasowego / Tomasz Goban-Klas // *Biuletyn Prasowo-Wydawniczy*. – Nr 171 (1974), s. 67–69

**44.** Międzynarodowa konferencja w Dubrowniku / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 1, s. 172–173

Dubrownik, 6–14 lipca 1973 r.

**45.** Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch” / Tomasz Goban-Klas // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1974, nr 3, s. 225–237

Ośrodek Badań Prasoznawczych: powstanie; rozwój; teoretyczno-metodologiczne założenia badawcze; najważniejsze dokonania.

**46.** Paryż i paryżanie / Tomasz Goban-Klas. – Warszawa: „Książka i Wiedza”, 1974. – 321, [3]; 20 cm

Bibliogr.

**47.** Prasoznawstwo polskie – tradycje, dorobek, perspektywy: [streszcz.] / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1974, [z.] 1, s. 89–91

**48.** Prasoznawstwo polskie – tradycje, dorobek, perspektywy / Paweł Dubiel, Tomasz Goban-Klas, Walery Pisarek // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 3, s. 5–15

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Kształtowanie się polskiej wiedzy o prasie (ważniejsze daty z polskiego prasoznawstwa); jej teoretyczno-metodologiczne założenia; zadania na przyszłość.

**49.** Reklama telewizyjna w krajach Wspólnego Rynku // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 2, s. 125–128

Analiza miejsca i roli reklamy telewizyjnej w siedmiu krajach Wspólnego Rynku (Francja, Holandia, Irlandia, Luksemburg, RFN, Wielka Brytania, Włochy).

**50.** Servan-Schreiber, Jean-Louis: Le pouvoir d'informer. Paris 1972. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 1, s. 145–147

**51.** Siła przykłądu / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Polska*. – 1974, nr 10, s. 1–3

**52.** Sociologie de l'information; textes fondamentaux, par Francis Balle et Jean G. Padioleau. Préf. de Jean Cazeneuve. Paris 1973. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1974, nr 2, s. 137–139

## 1975

**53.** Approaches to Human Communication / ed. by Richard W. Budd and Brent D. Ruben. New York [1972]. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 1, s. 116–118

**54.** Cayrol, Roland: La presse écrite et audio-visuelle. Paris 1973. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 2, s. 127–128

**55.** Dwie orientacje w badaniach nad komunikowaniem / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 4, s. 5–18

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Porównawcza analiza dwóch par dyscyplin: retoryki i komunikowania oraz dziennikarstwa i prasoznawstwa.

**56.** IX [Dziewiąte] Zgromadzenie Ogólne AIERI: (sprawozdanie własne) / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 1, s. 158–160

Lipsk, 17–21 września 1974 r.

**57.** Inspiracje leninowskie w badaniach prasoznawczych / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1975, nr 5, s. 20–23

Leninowskie pojmowanie prasy nowego typu jako „narzędzia budownictwa socjalistycznego”.

**58.** Interstages. [1974]. Bruxelles: Institut Belge d'Information et de Documentation, 1974. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 2, s. 150–151

**59.** Marxism and the mass media: towards a basic bibliography. Vol. 3. New York 1973. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 2, s. 135–136

**60.** Rola prasy w przeobrażeniach społeczno-gospodarczych / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1975, nr 2, s. 5–20

Streszcz. w jęz. ang. i ros. – Odmienność roli środków masowego komunikowania w socjalizmie i kapitalizmie; ujęcie tego zagadnienia w leninowskiej koncepcji prasy nowego typu; formy realizacji tej koncepcji we współczesnej prasie polskiej.

## 1976

**61.** Analyze der Preferenzsysteme = Analiza systemu preferencji / Tomasz Goban-Klas // W: *Jugendforschung: methodologische Grundlagen, Methoden und Techniken*. – Berlin: Deutscher Verlag der Wissenschaften, 1976. – S. 128–131

**62.** Komunikowanie masowe – zarys analizy socjologicznej / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1976, [z.] 1, s. 82–83

**63.** Le role des mass media dans le developement socio-economique / Tomasz Goban-Klas // W: *Scientific, Technological and Social Development: Proceedings of the Fifth Conference „Science and Society”*. Vol. 2. – Beograd, 1976. – S. 150–156

Tł. tyt.: Rola mediów w rozwoju społeczno-gospodarczym

**64.** Modele procesu komunikowania: przegląd i analiza / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1976, nr 4, s. 5–23

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Przegląd i analiza modeli procesu komunikowania.

**65.** Od wielo- do interdyscyplinarności: z dziejów wiedzy o komunikowaniu / Tomasz Goban-Klas // *Studia Filozoficzne*. – R. 20 (1976), nr 2, s. 77–90

Zarys dziejów wiedzy o komunikowaniu a problem interdyscyplinarności studiów.

**66.** O uprawianiu prasoznawstwa jako nauki praktycznej / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1976, nr 5, s. 19–21

Nieporozumienia pomiędzy badaczami a praktykami; krytyka dyrektywnego modelu wykorzystania nauki w praktyce; prasoznawstwo jako nauka stosująca ten model partnerski.

**67.** Praktyczna użyteczność badań prasoznawczych / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1976, nr 2, s. 7–24

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Relacje między nauką a praktyką na przykładzie badań prasoznawczych; krytyka modelu dyrektywnego; propozycja modelu partnerskiego.

**68.** Praktyczne aspekty badań prasoznawczych / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1976, nr 3

**69.** Publiczność prasowa / Tomasz Goban-Klas // W: *Encyklopedia wiedzy o prasie*. – Wrocław, 1976. – S. 205–206

**70.** Socjologia komunikowania masowego: początki, rozwój, tendencje / Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1976, nr 2, s. 287–310

Geneza badań nad komunikowaniem masowym; aktualne tendencje w badaniach nad komunikowaniem masowym.

**71.** The press research Centre: 1956–1976 / [Tomasz Goban-Klas]. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych, [1976]. – 22 s.; 20 cm

### 1977

**72.** Leninowska teoria prasy nowego typu / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1977, nr 11, s. 2–5

System leninowskich zasad określających charakter prasy nowego typu.

**73.** Zakrzewski, Andrzej: TV News made in USA [ZP 1977, nr 1, s. 97–102]. Polem. Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1977, nr 3, s. 108–110

Odp. autora // Tamże, s. 111–112

### 1978

**74.** XI [Jedenaste] Zgromadzenie Ogólne AIERI / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1978, nr 4, s. 167–172

Warszawa, 5–8 września 1978 r.

**75.** Komunikowanie masowe: zarys problematyki socjologicznej / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1978. – 350, [1] s.: il.; 21 cm. – (Biblioteka Wiedzy o Prasie. Seria A; t. 12)

Streszcz. w jęz., ros. i ang. – Treść. Wprowadzenie; 1. Rozwój i stan badań; 2. Podstawowe pojęcia i modele; 3. Komunikowanie masowe a system społeczny; 4. Analiza procesu komunikowania masowego; [5]. Zakończenie.

Rec.: Bartłomiej Golka // *Prasa Polska*. – 1978, nr 11, s. 42–44; Ter (Dorota Terakowska) // *Gazeta Południowa*. – 1978, nr 189, s. 5; Lesław Wojtasik // *Ekran*. – 1979, nr 2, s. 16–17; Ewa Świąg // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1981, nr 3/4, s. 382–384; Mirosław Pęczak // *Przegląd Humanistyczny*. – 1979, nr 4, s. 151–154; Lesław Wojtasik // *Przekazy i Opinie*. – 1979, nr 2, s. 130–135; Kazimierz Żygułski, Jerzy Mądrała // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 2, s. 101–105

**76.** Marksistowsko-leninowska teoria i metodologia badań prasoznawczych / pod red. Walerego Pisarka i Tomasza Gobana-Klasa. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1978. – 218 s. – (Biblioteka Wiedzy o Prasie. Seria A.; t. 11)

Badania nad środkami masowego komunikowania i propagandy w europejskich krajach socjalistycznych (Polska, ZSRR, Czechosłowacja, Węgry, Rumunia, NRD, Bułgaria); aspekty teoretyczne i metodologiczne.

Rec. Lechosław Dębowski // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 3, s. 113–115

**77.** Marksistowsko-Leninowska teoria i metodologia badań nad masowymi środkami informacji i propagandy = Marxist-Leninist theory and methodology of mass media research / [ed. Walery Pisarek, Tomasz Goban-Klas].

– Cracow: Press Research Centre, 1978. – 218 s.; 21 cm. – (Biblioteka Wiedzy o Prasie. Seria A, 0519-9301; vol. 16).

Z treści: 187–210: O praktycznym naprawieniu issledowanij sriedstw massowej informacyi i propagandy = O praktycznym ukierunkowaniu badan' srodkow' masowego przekazu / Tomasz Goban-Klas

**78.** O co chodzi prasoznawcom? / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Polska*. – 1978, nr 5, s. 34–37

Cele i metody badan' nad komunikowaniem masowym w warunkach ustroju socjalistycznego.

**79.** Oddziaływanie srodkow' komunikowania masowego / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1978, nr 2, s. 5–35

Streszcz. w jęz. ang. i ros. – Stan badan' nad wpływem srodkow' masowego komunikowania; przeglad' podstawowych teorii efektow' wywolanych przez komunikowanie masowe; najnowsze hipotezy dotyczace tej problematyki.

**80.** Przekazy masowe a wartosci spoleczne / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1978, nr 1, s. 5–22

Streszcz. w jęz. ang. i ros. – Perspektywa socjologiczna w analizach zawartosci prasy i jej dyskusyjne aspekty; wymiary analizy zawartosci zorientowanej socjologicznie; porownanie przeprowadzonych dotychczas analiz zawartosci.

**81.** Rola srodkow' komunikowania w rozwoju spoleczno-gospodarczym: analiza i krytyka amerykanskich teorii / Tomasz Goban-Klas // *Kultura i Spoleczenstwo*. – 1978, nr 1/2, s. 271–283

**82.** Socjologiczna problematyka publicznosci teatralnej / Tomasz Goban-Klas // *W: Wprowadzenie do nauki o teatrze. T. 3, Odbiorcy dzieła teatralnego*. – Wrocław, 1978. – S. 163–188

## 1979

**83.** „Bohater” zlej roboty na lamach prasy / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Polska*. – 1979, nr 3, s. 10–12

Negatywny bohater prasowych publikacji krytycznych, ze szczegolnym uwzględnieniem bohaterow' jednostkowych.

**84.** Kraków w swiadomosci Polakow' / Tomasz Goban-Klas; Ośrodek Badan' Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”. – Kraków: OBP, 1979. – 46, 7 s.: il., mapa, tab.; 30 cm – (Materiały OBP; z. 35)

**85.** Mass media policies in changing cultures / ed. by George Gerbner. New York 1977. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 4, s. 111–112

**86.** Perspectives in communication policy and planning / ed. by Syed A. Rahim, John Middleton. Honolulu: East-West Center, East-West Communication

Institute, 1977. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 3, s. 121–123

**87.** Spotkania amerykańskie 1979 / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 2, s. 150–156

Relacja z naukowej podróży do USA.

**88.** Strategies for communication research / ed. Paul M. Hirsch, Peter V. Miller and F. Gerald Kline. Beverly Hills, 1977. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 1, s. 115–117

**89.** Swobodny i zrównoważony przepływ informacji: analiza i interpretacja pojęcia / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 2, s. 5–20

Streszcz. ros. i ang. – Historyczna analiza pojęcia „swobodny przepływ informacji”; swobodny i zrównoważony przepływ informacji w świetle zasad współczesnych stosunków międzynarodowych.

**90.** Technologie informacyjne w małym biznesie / Tomasz Goban-Klas. – Kraków, 1979 [powiel.]

**91.** Tunstall, Jeremy: The Media are American: Anglo-American Media in the World. New York: Columbia University Press, 1977. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 1, s. 120–123

**92.** Zdrowega, Władimir: Słowo tożę jest' dzieło: niekatoryje woprosy teoriii publicystiki. Moskwa 1979. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1979, nr 4, s. 110–111

## 1980

**93.** Colaboración de la prensa y la TV / Tomasz Goban-Klas // W: Los Estilos en el reportaje y otros ensayos. – Caracas, Venezuela: Editorial Lumego, 1980

**94.** Informacja w okresie kryzysu społeczno-politycznego, studium przypadku: Polska – lato 1980 / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – T. 4 (1980), s. 21–35

Informacja w okresie niepokojów społecznych 1980 roku.

**95.** Komunikowanie masowe w Polsce: próba bilansu lat siedemdziesiątych: oprac. zbiorowe / Zbigniew Bajka, Sylwester Dziki, Bolesław Garlicki, Tomasz Goban-Klas [i in.]; pod red. Walerego Pisarka. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1980. – 119 s. – (Materiały; z. 37)

Działalność prasy, radia i telewizji w Polsce (polityka informacyjna, zmiany organizacyjne, baza techniczna, kadry dziennikarskie, nakłady i zawartość, skutki oddziaływania) w okresie od początku 1971 r. do połowy 1980 r. – Toż w wersji nieznacznie skróconej // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 1, s. 5–96 – Treść: I. Polityka informacyjna / Tomasz Goban-Klas; II. Zmiany organizacyjne / Tomasz Goban-Klas; III. Baza techniczna prasy / Sylwester Dziki; IV. Baza techniczna radia i telewizji / Andrzej Skowroński; V. Kadry dziennikarskie / Bolesław Garlicki; VI. Wielkość i struktura produkcji prasowej / Henryk Siwek; VII. Zawartość gazet i czasopism

/ Władysław Masłowski, Alicja Zagrodnikowa; VIII. Zasięg społecznego odbioru prasy, radia i telewizji / Stanisław Nowicki, Andrzej Rusinek; IX. Postawy wobec mediów / Zbigniew Bajka; X. Skutki działania mediów / Walery Pisarek; XI. Komunikowanie masowe w świetle dokumentów międzynarodowych / Walery Pisarek; XII. Podsumowanie / Walery Pisarek.

Rec.: Karol Jakubowicz // *Przekazy i Opinie*. – 1982, nr 1, s. 130–135; Karol Jakubowicz // *Aktualności Radiowo-Telewizyjne*. – 1981, nr 21, s. 55–64; mj // *Trybuna Ludu*. – 1981, nr 106, s. 5

**96.** Nie drażnij / Tomasz Goban-Klas // *Kultura*. – 1980, nr 44, s. 2

Negatywne skutki społeczne braku informacji o istotnych sprawach dnia codziennego.

**97.** Pojęcie komunikowania w naukach społecznych / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 1980, nr 1, s. 100–101

Pojęcie i cechy komunikowania.

**98.** Prasa Zachodu i Wschodu wobec napięć międzynarodowych / Tomasz Goban-Klas // *Sprawy Międzynarodowe*. – 1980, z. 10, s. 109–118

Różne stosunki prasy krajów kapitalistycznych i socjalistycznych w okresach napięć międzynarodowych.

Rec. Paweł Dubiel // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 2, s. 151

**99.** Prasoznawcze dziedzictwo Ireny Tetelowskiej / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1980, nr 1, s. 52–54

**100.** Problemy badania opinii publicznej – międzynarodowe sympozjum w Sofii / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1980, nr 4, s. 169–171  
Sofia 13–15 VI 1980 r.

**101.** Propaganda faktu / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1980, z. 3, s. 112–123  
Propaganda faktu a efektywne oddziaływanie propagandowe.

**102.** Rola dziennikarzy w wychowaniu dla pokoju / Tomasz Goban-Klas // *Nasze Problemy*. – 1980, nr 7/8, s. 10–13

Rola dziennikarzy prasy socjalistycznej i kapitalistycznej w poruszaniu problemów wojny i pokoju.

**103.** Rola prasy, radia i telewizji w formowaniu nastrojów politycznych / Walery Pisarek, Tomasz Goban-Klas, Jerzy Mikułowski-Pomorski, Zbigniew Nęcki // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1980, nr 2, s. 15–30

Streszcz. ros. i ang. – Miejsce i rola środków masowego komunikowania w zespole czynników nastrojotwórczych.

Rec.: Michał Strzeszewski // *Aktualności Radiowo-Telewizyjne*. – 1980, nr 21, s. 60–68



**104.** VI [Szósta] międzynarodowa konferencja dziekanów wydziałów dziennikarstwa oraz kierowników instytutów prasoznawczych / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1980, nr 2, s. 152–154

Sofia 5–9 XII 1979 r.

**105.** Telewizja publiczna w Stanach Zjednoczonych: początki, stan obecny, perspektywy / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1980, nr 1, s. 93–117

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Formowanie systemu telewizji publicznej; społeczne i polityczne uwarunkowania tego procesu; charakterystyka aktualnych problemów i założeń programowych telewizji publicznej w USA.

**106.** The mass media: an advocate of peace or an advocate of conflict? / Tomasz Goban-Klas. – Prague: International Organization of Journalists, 1980. – 46, [1] p.; 21 cm

Bibliography: p. 45–[47]

**107.** Wielkie zawody na małym ekranie: refleksje o związkach sportu i telewizji / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1980, nr 3, s. 81–88

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Cechy telewizji i sportu wywołujące stan wzajemnej atrakcyjności; wpływ telewizji na zmiany zachodzące we współczesnym sporcie.

**108.** Zasięg codziennego odbioru wiadomości prasowych, radiowych i telewizyjnych / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1980, nr 2, s. 99–102

Użyteczność wskaźnika zasięgu stałego odbioru w badaniach prasoznawczych; charakterystyka zbiorowości społeczno-demograficznych ze względu na zasięg codziennego kontaktu z radiem, telewizją, prasą; struktura społeczno-demograficzna stałych odbiorców tych mediów.

## 1981

**109.** Aktywność, preferencje i świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego / Walery Pisarek, Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1981. – 150, [1] s.: tab. wykr.; 24 cm. – (Biblioteka Wiedzy o Prasie. Seria B; t. 23)

Streszcz. ros. i ang. – Stan aktywności i świadomości kulturalnej społeczeństwa polskiego.

Rec.: Witold Kiedacz // *Gazeta Krakowska*. – 1981, nr 223, s. 3, 5; Marian Malikowski // *Studia Socjologiczne*. – 1983, nr 3, s. 209–212; Tadeusz Kowalski // *Prasa Techniczna*. – 1982, nr 1, s. 39–40; Jerzy [Mikułowski] Pomorski // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1982, nr 1/2, s. 183–185

**110.** Dyfuzja informacji o ważnym wydarzeniu: studium wybranego przypadku / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 3, s. 23–38

Streszcz. ros. i ang. – Rozchodzenie się informacji o ważnych wydarzeniach na przykładzie procesu dyfuzji wiadomości o wyborze arcybiskupa Karola Wojtyły na papieża; znajomość faktu wyboru przez społeczeństwo; czas uzyskania informacji oraz źródła informacji; reakcje na wiadomość; rola kontaktów interpersonalnych.

**111.** Ekonomiczna kontrola prasy na Zachodzie / Tomasz Goban-Klas // *Woj-sko Ludowe*. – 1981, nr 12, s. 21–24

Ekonomiczne uwarunkowania prasy zachodniej.

**112.** Postawy społeczne wobec środków masowych: po sierpniu 1980 / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1981. – 76 s.; 21 cm.

Raporty – do użytku wewnętrznego. – Źródła informacji politycznej; opinie społeczne o polskim systemie informacyjnym, prasie zagranicznej, o formach regulacji i kontroli środków masowych; społeczne postulaty w zakresie tematyki serwisu informacyjnego; stan społecznych nastrojów i oczekiwań.

**113.** Polityka informacyjna [lat 70.] / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 1, s. 7–16

Raport: Komunikowanie masowe w Polsce: próba bilansu lat siedemdziesiątych.

**114.** Prasa a nastroje społeczne lat siedemdziesiątych / Walery Pisarek, Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 2, s. 9–20

Streszcz. ros. i ang. – Rola prasy, środków masowego przekazu w kształtowaniu w Polsce nastrojów społecznych.

**115.** Pułapki komunikowania / Tomasz Goban-Klas // *Miesięcznik Literacki*. – 1981, nr 1, s. 77–83

Model komunikowania w latach 70. a model postulowany. Synteza problemowa.

**116.** Zmiany organizacyjne [w prasie lat 70.] / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1981, nr 1, s. 17–20

Raport: Komunikowanie masowe w Polsce: próba bilansu lat siedemdziesiątych.

**117.** Zróżnicowanie wiedzy kulturalnej społeczeństwa polskiego / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1981, nr 4, s. 39–51

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Podstawowe elementy świadomości narodowej; rola wyróżnionych przekazników w upowszechnianiu kultury; hierarchia funkcjonujących powszechników kulturowych.

## 1982

**118.** Analiza i krytyka liberalnej koncepcji prasy / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1982. – 40 s.

Maszyn. powiel. Raporty OBP. – Ewolucja poglądów na wolność prasy; stosunek do liberalnego modelu prasy w Polsce; działania w kierunku liberalizacji systemu prasowego po sierpniu 1980; przesłanki i paradoksy liberalnej koncepcji prasy.

**119.** Badania prasoznawcze w krajach socjalistycznych: ogólna charakterystyka / Tomasz Goban-Klas // *W: Wstęp do prasoznawstwa*. – Katowice, 1982. – S. 95–114

Zasady leninowskiej teorii prasy socjalistycznej; różne orientacje w badaniach nad środkami masowego przekazu w krajach socjalistycznych; teoretyczne ustalenia socjalistycznych badań prasoznawczych.

**120.** Dyfuzja informacji o zamachu na Jana Pawła II: 13 maja 1981 / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1982, nr 3, s. 73–78

Streszcz. w jęz. ros. i ang. Szybkość rozchodzenia się informacji; jej źródła; skłonność do weryfikacji odebranej informacji i uzupełniania posiadanych informacji; ocena wartości informacyjnej źródeł informujących o wydarzeniu.

**121.** Kłoskowska, Antonina: Socjologia kultury. Warszawa 1981. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1982, nr 4, s. 115–117

**122.** Trwałe cechy leninowskiego modelu prasy / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1982. – 21 s.; 30 cm

Maszyn. powiel.; raporty. – Leninowska koncepcja organizacji społeczeństwa socjalistycznego; miejsce prasy w tym społeczeństwie; założony model prasy leninowskiej; aktualność leninowskiego modelu prasy dla współczesności.

**123.** Uczestnictwo kulturalne – próba diagnozy / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1982, nr 1, s. 43–45

Spółeczny obieg wartości kulturalnych.

Rec. (tl) // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1982, nr 3, s. 146

## 1983

**124.** Durand, Jacques: Les formes de la communication. Paris 1981. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1983, nr 1, s. 108–111

**125.** Edukacja Polityczna. Vol. 1 (1982). Warszawa: Ośrodek Metodyczny Studiów Nauk Politycznych, 1982. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1983, nr 1, s. 123–125

**126.** Informacja wizualna w erze komunikowania masowego: wybrane refleksje / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1983, nr 1, s. 92–101

Streszcz. w jęz. ros. i ang. – Specyficzne cechy informacji i propagandy wizualnej; relacje między propagandą masową a propagandą wizualną.

**127.** Merton, Robert K.: Teoria socjologiczna i struktura społeczna. Warszawa 1982. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1983, nr 2, s. 113–115

**128.** Nauka, kultura i środki masowe w walce o rozbrojenie / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1983, nr 3, s. 149–150

Międzynarodowe sympozjum w Lipsku, 3–4 maja 1983 r.

## 1984

**129.** Analiza zawartości przekazów masowych / Tomasz Goban-Klas // W: Wybrane zagadnienia metodologiczno-teoretyczne badań socjologicznych. – Kraków, 1984. – S. 75–106

Bibliogr. – Teoretyczne i metodologiczne założenia analizy zawartości, jej rozwój historyczny, zastosowania oraz procedura badawcza (opis).

**130.** Bamford, V. James: Time Puzzle Palace: a Report on America's Most Secret Agency. Boston 1982. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1984, nr 3, s. 170–171

**131.** Escarpit, Robert: Théorie de l'information et pratique politique. Paris 1981. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1984, nr 1, s. 120–122

**132.** Hipoteza „spirali milczenia” w ramach teorii opinii publicznej / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1984, nr 2, s. 47–58

Streszcz. ros. i ang. – Istota, cechy konstytuujące oraz uwarunkowania zmian opinii publicznej.

**133.** Information at the Time of Socio-Political Crisis: Poland in the summer of 1980 / Tomasz Goban-Klas // *Mass Communication Review Yearbook* (California). – Vol. 4 (1984), p. 489–500

**134.** Kessler, Lauren: The dissident press: alternative journalism in American history. Beverly Hills, 1984. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 1, s. 111–114

**135.** Konferencja „Odpowiedzialność środków masowych za rozwój instytucji demokratycznych” / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1984, nr 1, s. 168–169

Cartagena, Kolumbia 6–10 września 1983 r.

**136.** Korobiejnikow, W.S.: Riedakcyjja i audytoria: socyologiczeskij analiz. Moskwa 1983. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1984, nr 1, s. 122–125

**137.** Kraków w oczach Polaków / Tomasz Goban-Klas // *Kraków*. – 1984, nr 3, s. 3–4

**138.** Modele procesu komunikowania / Tomasz Goban-Klas // W: Komunikowanie masowe: (wybór tekstów). – Bydgoszcz, 1984. – S. 77–96

**139.** Radio na tle innych środków komunikowania masowego / Tomasz Goban-Klas // *Aktualności Radiowo-Telewizyjne*. – 1984, nr 7, s. 25–34

Miejsce i zadania radia w systemie komunikowania społecznego.

**140.** Rola środków masowego przekazu w kształtowaniu klimatu stosunków międzynarodowych / Tomasz Goban-Klas // W: Problemy prognozowania

i obiegu informacji w stosunkach międzynarodowych: Materiały z III Krajowej Konferencji Zakładów Stosunków Międzynarodowych Szkół Wyższych z międzynarodowym uczestnictwem – Katowice, październik 1983. – Warszawa, 1984. – S. 397–404

Znaczenie środków masowego przekazu dla kształtowania klimatu stosunków międzynarodowych.

**141.** Władyka, Wiesław: Krew na pierwszej stronie: sensacyjne dzienniki Drugiej Rzeczypospolitej. Warszawa 1982. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Pismo Literacko-Artystyczne*. – 1984, nr 3, s. 175–178

### 1985

**142.** Kobiety a media: kilka nierozstrzygniętych problemów / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1985, nr 3, s. 21–30

**143.** Lęki i nadzieje Polaków w świetle badań panelowych 1983 i 1984 / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1985, nr 2, s. 5–25

Streszcz. ros. i ang. – Poczucie zagrożenia oraz świadomość czynników przeciwdziałających niebezpieczeństwom jako elementy nastrojów społecznych.

**144.** Nordenstreng, Kaarle; Hannikainen, Lauri: The mass media declaration of UNESCO. Norwood, N.J. : Ablex Pub. Corp., 1984. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1985, nr 4, s. 101–103

**145.** Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych, 1985. – 100, [2] s. – (Biblioteka Wiedzy o Prasie. Seria B; t. 25)

Streszcz. ros. i ang. – Stan i zróżnicowanie wiedzy kulturalnej społeczeństwa polskiego.

Rec.: Leszek Klinger // *Kultura*. – 1987, nr 6, s. 11; Lucjan Adamczuk // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 4, s. 104–106

**146.** Wilson, Clint C.: Minorities and media: diversity and the end of mass communications. Beverly Hills 1985. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 2, s. 121–123

**147.** Zarys teorii procesów i środków komunikowania masowego / pod red. Wiesława Dudka. Katowice 1985. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1985, nr 4, s. 93–94

### 1986

**148.** Badania OBP nad dziennikarzami / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1986, nr 2, s. 5–15

Streszcz. ros. i ang. – Przegląd badań Ośrodka Badań Prasoznawczych nad zawodem dziennikarskim. Por. także: Supplement do artykułu / Sylwester Dziki // *Tamże*, s. 5–20

**149.** Badania OBP nad oddziaływaniem środków masowych / Tomasz Goban-Klas, Sylwester Dziki // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1986, nr 3, s. 19–34

Streszcz. ros. i ang. – Przegląd badań Ośrodka Badań Prasoznawczych nad oddziaływaniem środków masowego komunikowania.

**150.** Polityka w dziedzinie środków komunikowania masowego: główne kierunki studiów / Tomasz Goban-Klas // W: Teoria i praktyka masowego komunikowania. – Katowice, 1986. – S. 9–19

Streszcz. ros. i ang. – Główne kierunki badań nad polityką w zakresie środków masowego komunikowania.

## 1987

**151.** Clarke, Peter; Evans, Susan H: Covering campaigns: journalism in congressional elections. Stanford, 1983. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 1, s. 110–111

**152.** Kessler, Lauren: The dissident press: alternative journalism in American history. Beverly Hills 1984. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 1, s. 111–114

**153.** Leninowskie myśli o prasie / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1987, nr 11, s. 2–7

**154.** Marks, Engels, Lenin o prasie / wybór, wstęp i oprac. Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, 1987. – XLIII, 318, [1] s., [2] k. tabl. złoż.; 18 cm. – (Biblioteka Dziennikarza; t. 11)

Antologia tekstów klasyków marksizmu-leninizmu na temat prasy i jej roli społeczno-politycznej.

Rec.: Włodzimierz Milanowski // *Nowe Drogi*. – 1988, nr 4, s. 183–186; Agata Cichocka // *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*. – 1988, nr 2, s. 127–128; Andrzej Ślisz // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 4, s. 102–104

**155.** Peace and Communication / ed. Tapio Varis. San José, Costa Rica: Editorial Universidad para la Paz, 1986. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 4, s. 120–122

**156.** Wilson, Clint C.; Gutiérrez, Félix: Minorities and Media. Beverly Hills: Sage Publications, 1985. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1987, nr 2, s. 121–123

## 1988

**157.** Chronologia ważniejszych wynalazków z dziedziny środków komunikowania / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1988, nr 3, s. 81–90

Polem.: Lesław Peters: Uwagi do „Chronologii ważniejszych wynalazków z dziedziny środków komunikowania” // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1989, nr 2, s. 101–103. Odp. autora // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1989, nr 2, s. 103–104

**158.** Dylematy rozwoju nowych mediów / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Techniczna*. – 1988, nr 3.

**159.** Nowe media – stare i nowe dylematy // *Przekazy i Opinie*. – 1988, nr 1/2, s. 15–21

Streszcz. ros., ang.

**160.** Problemy wprowadzania komputeryzacji w przedsiębiorstwie / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczne warunki i prognozy rozwoju mikrokomputerów. – Warszawa, 1988. – S. 3–9

**161.** Systemy informacyjne w układach lokalnych / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Historyczno-Polityczne Stronnictwa Demokratycznego*. – 1988, z. 4, s. 31–40

**162.** Środki masowego przekazu a człowiek niepełnosprawny / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1988, nr 2, s. 159–160

Symposium, Warszawa 23–25 września 1987 r.

**163.** Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego / Tomasz Goban-Klas // W: Materiały Konferencji PTS. – [Warszawa], 1988 [powiel.]

**164.** Telekomunikacja a nowe media / Tomasz Goban-Klas // *Prasa Techniczna*. – 1988, nr 4, s. 6–9

## 1989

**165.** Cywilizacja informacyjna / Tomasz Goban-Klas // W: Komputerowe va-demecum dyrektora. – Warszawa, 1989. – S. 109–131

**166.** Glasnost – Its Roots and Meaning / Tomasz Goban-Klas // *Media Journal*. – 1989, [1], pp. 17–21

**167.** Glasnost’ – dzieje i znaczenie pojęcia / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1989, nr 2, s. 58–65

Streszcz. ros., ang. – Por. także: Curry Jane L.: Glasnost’: słowa i ich znaczenie // Tamże, s. 88–106

**168.** Główne problemy polityki informacyjnej czasu „Solidarności” // W: Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce (sierpień 1980 – 13 grudnia 1981). – Kraków: OBP, 1989. – S. 147–177 [powiel.]

**169.** Gorbachev’s Glasnost: A Concept in Need of Theory and Research / Tomasz Goban-Klas // *European Journal of Communication*. – 1989, vol. 4, no. 3, pp. 247–254. DOI: 10.1177/0267323189004003002

**170.** Komputer na indywidualnym stanowisku pracy / Tomasz Goban-Klas // W: Komputerowe vademecum dyrektora. – Warszawa, 1989. – S. 73–77

**171.** Komputerowe wspomaganie pracy intelektualnej / Tomasz Goban-Klas // W: PC Standard 89. – Warszawa, 1989. – S. 94–104

**172.** Memoire culturelle, competence culturelle et le liens sociaux / Tomasz Goban-Klas // W: Le lien social: identités personnelles et solidarités collectives dans le monde contemporain: AISLF, Association internationale des sociologues de langue française, actes du XIIIe colloque (Genève, 29 août–2 septembre 1988). Vol. 1. – Geneve, 1989. – S. 259–265

**173.** Minority media / Tomasz Goban-Klas // W: The International Encyclopedia of Communication. Vol. 3 – Oxford: University Press, 1989. – S. 30–33

**174.** Prasa lokalna i środowiskowa w Stanach Zjednoczonych w cieniu gigantów / Tomasz Goban-Klas; Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie. Komisja Prasoznawcza. – Wrocław; Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1989. – 140 s.; 24 cm

Bibliogr. s. 120–129. – Summ.

Rec.: Anna Karnkowska // *Przekazy i Opinie*. – 1990, nr 3/4, s. 258–262

**175.** Problems de la sociologie qualitative. Pod red. J. Wodza. Katowice 1987. – Rec. Tomasz Goban-Klas // *Studia Socjologiczne*. – 1989, nr 2, s. 319–321

**176.** Problemy środków masowego przekazu w obradach Okrągłego Stołu / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1989, nr 4, s. 133–135

**177.** Przemiany w świadomości społeczeństwa polskiego / Tomasz Goban-Klas // W: Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce (sierpień 1980 – 13 grudnia 1981). – Kraków: OBP, 1989 [powiel.]. – S. 147–177

**178.** Przestrzeń człowieka Turinga / Tomasz Goban-Klas // W: Przestrzeń znacząca: studia socjologiczne. – Katowice, 1989. – S. 280–294

**179.** Responsabilita ed Etica Giornalista – Il Tramonto della Censura / Tomasz Goban-Klas // *Notizario* (Torino), 1989, no 12, pp. 23–26

**180.** Rola informacji w układach lokalnych / Tomasz Goban-Klas // W: Przemiany społeczności miejskich w Polsce. T. 1. – Kraków 1989, s. 175–182

**181.** System informacji w państwie a system komunikacji / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1989, nr 2, s. 13–26

Streszcz. ros., ang.



## 1990

**182.** Człowiek Turinga: kultura Zachodu w wieku komputera / J. David Bolter; tł. [z ang.] i wstępem opatrzył Tomasz Goban-Klas. – Warszawa: Państw. Instytut Wydawniczy, 1990. – 368 s.: rys.; 20 cm. – (Biblioteka Myśli Współczesnej)

Tyt. oryg.: Turing's man. – Bibliogr. s. 355–366. – ISBN 83-06-01940-7

**183.** Making Media Policy in Poland / Tomasz Goban-Klas // *Journal of Communication*. – Vol. 40, Iss. 1 (March 1990), pp. 50–54. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1990.tb02250.x

**184.** Prasa mała, prasa duża / Tomasz Goban-Klas // *Po Prostu*. – 1990, nr 31, s. 12

Model prasy polskiej.

**185.** Prekursorzy liberalnej koncepcji prasy / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1990, nr 1, s. 45–54

Streszcz. niem., ang. – Przegląd światowej i polskiej tradycji liberalnej koncepcji prasy od XVII w. do czasów współczesnych.

**186.** Sociološka problematika pozorišne publike / Tomaš Goban-Klas; preveo s poljskog Milan Duškov // *Scena: časopis za pozorišnu umetnost* (Novi Sad, Serbia). – 1990, [nr] 2, (26, 5), s. 95–107

**187.** System informacji w państwie a system komunikowania / Tomasz Goban-Klas // *Przekazy i Opinie*. – 1989 nr 2, s. 13–26

**188.** Telewizja satelitarna – dylematy i perspektywy / Tomasz Goban-Klas // W: *Społeczno-polityczne zagadnienia telewizji satelitarnej*. – Katowice, 1990. – S. 10–16

**189.** Znaczenie studiów nad komunikowaniem niewerbalnym dla integralnej teorii komunikowania / Tomasz Goban-Klas // W: *Kino – gest – ciało – ruch: film w perspektywie systemów komunikowania niewerbalnego*. – Wrocław, 1990. – S. 11–18

## 1991

**190.** Cenzura i kontrola prasy / Tomasz Goban-Klas // W: *Dziennikarstwo i jego konteksty*. – Kraków, 1991. – S. 223–230

**191.** Nowe środki komunikowania / Tomasz Goban-Klas // W: *Dziennikarstwo i jego konteksty*. – Kraków, 1991. – S. 200–209

**192.** Proces komunikowania masowego / Tomasz Goban-Klas // W: *Dziennikarstwo i jego konteksty*. – Kraków, 1991. – S. 189–199

Toż // W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. – Kraków, 1996. – S. 237–246

## 1992

**193.** From closed to open communication system: new information and communication technologies and the rebirth of civil society in Communist Eastern Europe / Tomasz Goban-Klas and Teresa Sasińska-Klas // W: Democracy and civil society in eastern Europe: selected papers from the fourth World Congress for Soviet and East European Studies, Harrogate, 1990 / edited by Paul G. Lewis. – New York, N.Y.: St. Martin's Press, 1992. – S. 76–90

**194.** IT enters the Eastern Europe / Tomasz Goban-Klas // W: 9th Communication Forum. – Tokyo: The Japan Society of Information and Communication Research, 1992. – S. 139–141

**195.** Literacki Gułag: Gławlit, czyli najwyższe stadium cenzury / Tomasz Goban-Klas // W: Piśmiennictwo – systemy kontroli – obiegi alternatywne. T. 1. – Warszawa, 1992. – S. 46–59

**196.** Mass media w Polsce 1989–1992: rekonstrukcja sfery publicznej: raport bardzo osobisty / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Uniwersytet Jagielloński. Pracownia Socjologii Kultury i Komunikowania, 1992. – 124 s.; 21 cm

Na prawach rękopisu.

Rec.: Walery Pisarek // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 1993, nr 1/2, s. 157–158

**197.** Powstanie i kres cenzury w Europie Zachodniej / Tomasz Goban-Klas // W: Piśmiennictwo – systemy kontroli – obiegi alternatywne. T. 1. – Warszawa, 1992. – S. 32–45

**198.** Standards and Competence in Intercultural Communication in Europe / Tomasz Goban-Klas // W: The Transnational future of Europe / ed. by Ziemowit Jacek Pietraś and Marek Pietraś. – Lublin: Marie Curie-Sklodowska University Press, 1992

## 1993

**199.** Komputer narzędziem humanisty / Tomasz Goban-Klas; Uniwersytet Jagielloński. Instytut Socjologii. – Kraków: nakł. UJ, 1993. – 120 s.: il.; 24 cm. – (Skrypty Uczelniane / Uniwersytet Jagielloński, ISSN 0239-6017; nr 676)

Bibliogr. s. 119–120. – ISBN 83-233-0627-3

## 1994

**200.** The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath / Tomasz Goban-Klas. – Boulder, Colo; Oxford: Westview, 1994. – XIII, 289 s.; 24 cm. – (International Communication and Popular Culture)

Bibliogr. s. 267–278. – Media w Polsce po 1944 r.

Rec.: Andrzej Magdoń // *Zdanie*. – 1995, nr 2, s. 53; Michael D. Hazen // *Slavic Review*. – Vol. 56, no. 3, (1997), pp. 564–565; Misha Nedeljkovich // *Slavic and East European Journal*. – Spring, 1996, vol. 40, no. 1, pp. 196–197

### 1995

**201.** Ekologia a media / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1995, nr 1, s. 41–42

**202.** Pamięć podzielona – pamięć urażona: Oświęcim i Auschwitz w polskiej i żydowskiej pamięci zbiorowej / Tomasz Goban-Klas // W: *Europa po Auschwitz*. – Kraków, 1995. – S. 71–91

### 1996

**203.** Cyfrowa rewolucja kulturalna – czyli McLuhan poprawiony / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1996, [nr] 1, s. 48–49

**204.** Granice wolności mediów / Tomasz Goban-Klas // W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. – Kraków, 1996. – S. 267–275

Toż // Tamże. Wyd. 2. Kraków 2000. Toż // Tamże. Wyd. 3. Kraków 2004. Toż // Tamże. Wyd. 4 zm., uzupeł., rozzsz. Kraków 2008

**205.** Metamorfozy małego ekranu, czyli agonia telewizji i narodziny multiwizji. Dramat w dwóch (na razie) odsłonach / Tomasz Goban-Klas // W: *Transformacja telewizji w Polsce*. – Katowice, 1996. – S. 47–55

**206.** Od realizmu socjalistycznego do realizmu kapitalistycznego: reklama jako forma sztuki zaangażowanej / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 1996, [nr] 3, s. 49–50

**207.** WRRR, czyli W Radiu Reklama i Rap / Tomasz Goban-Klas // W: *Transformacja radia w Polsce i na świecie: (1990–1995): materiały z konferencji naukowej [...] 23–24 listopada 1995 roku*. – Katowice, 1996. – S. 186–190

**208.** Zygzyki polityki medialnej / Tomasz Goban-Klas // W: *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995*. – Kraków, 1996. – S. 163–173

### 1997

**209.** Politics versus the media in Poland: a game without rules / Tomasz Goban-Klas // W: *Post-communism and the media in Eastern Europe* / edited by Patrick H. O’Neil. – London; Portland, OR: F. Cass, 1997. – S. 24–41

Spec. wydanie: *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. – Vol. 12 (1996), Iss. 4, 1996, s. 24–41. DOI: 10.1080/13523279608415321

**210.** Public relations, czyli promocja reputacji: pojęcia, definicje, uwarunkowania / Alma Kadragić, Piotr Czarnowski, Tomasz Goban-Klas. – Warszawa: Business Press, [1997]. – 100, 225 s.; 20 cm. – (Businessman Book). – ISBN 83-90-5106-4-2

Rec. Urszula Świątchowska // *Cywilizacje w Czasie i Przestrzeni*. – Nr 5 (1999), s. 215–217

**211.** Stalinism and the press : Soviet patterns and Polish variations / Tomasz Goban-Klas // W: Vom Instrument der Partei zur „Vierten Gewalt“ die ostmittel-europäische Presse als zeithistorische Quelle. – Marburg, 1997. – S. 13–24

**212.** Telekomunikacja i nowe media / Tomasz Goban-Klas // W: Problemy społeczeństwa informacyjnego: elementy analizy, ewaluacji i prognozy. – Warszawa, 1997. – S. 137–150

**213.** Teoria komunikowania jako fundament public relations / Tomasz Goban-Klas // *Marketing i Rynek*. – 1997, nr 4, s. 7–9

**214.** Uniwersytet w świecie mediów / Tomasz Goban-Klas // *Alma Mater*. – 1996/1997, nr 3, s. 52–56

### 1998

**215.** Pedagogiczne konsekwencje budowania społeczeństwa informacyjnego / Tomasz Goban-Klas, Janusz Morbitzer // W: Komputer w edukacji. – Kraków, 1998. – S. 15–18

**216.** Szewc bez butów, czyli (re)edukacja medialna w Ameryce / Tomasz Goban-Klas // *Edukacja Medialna*, 1998, nr 4, s. 4–7

**217.** Wiedza o komunikowaniu – edukacja medialna / Tomasz Goban-Klas // W: Media i dziennikarstwo na przełomie wieków. – Warszawa, 1998. – S. 60–65

**218.** Wprowadzenie do komunikowania politycznego / Brian McNair; tł. [z ang.] Dorota Piontek; [wprowadzenie Tomasz Goban-Klas]. – Poznań: Wydaw. Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa, 1998. – 218 s.: 2 faks.; 25 cm. – ISBN 83-87653-00-4

### 1999

**219.** Dalekowschodni feniks: koreańska droga rozwoju i modernizacji. – Kraków: Katedra Komunikowania i Mediów Społecznych. Uniwersytet Jagielloński, cop. 1999. – 234 s., [4] s. tabl.: il. kolor.; 21 cm

Bibliogr. – ISBN 83-86816-87-2

**220.** Der Zickzack-Kurs in der Medienpolitik / Tomasz Goban-Klas // W: Medientransformation und Journalismus in Polen 1989–1996. – Garz bei Berlin, 1999. – S. 57–70

**221.** Komunikowanie i media społeczne / Tomasz Goban-Klas // W: Zarządzanie i komunikowanie. – Kraków, 1999. – S. 87–96

**222.** Komunikowanie masowe / Tomasz Goban-Klas, Wanda Lipnik // W: Encyklopedia socjologii. T. 2, K–N. – Warszawa, 1999. – S. 39–51

**223.** Magicy propagandy, czyli socjotechnika w praktyce / Tomasz Goban-Klas // W: Socjotechnika w komunikowaniu politycznym. – Poznań, 1999. – S. 7–11.

**224.** Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu / Tomasz Goban-Klas. – Kraków: Wydaw. Naukowe PWN, 1999. – 336, [3] s.: rys., wykr.; 24 cm. – Bibliogr. s. 310–336. – ISBN 83-01-12707-4

Treść: 1. Komunikowanie społeczne; 2. Środki i formy komunikowania; 3. Modele procesu komunikowania; 4. Prekursorzy [badań]; 5. Aktualne tendencje [badawcze]; 6. Media a struktura społeczna; 7. Media w perspektywie kulturoznawczej; 8. Działanie i organizacja mediów; 9. Przekazy masowe a wartości społeczne; 10. Odbiorcy i publiczność; 11. Oddziaływanie środków komunikowania masowego; 12. Media a rozwój społeczno-gospodarczy; 13. Społeczeństwo informacyjne.

Toż: dodruk 1 – 2000, dodr. 2 – 2001, dodr. 3 – 2002.

Rec.: Diana Pietruch-Reizes // *Prakt. Teor. Inform.* – 2000, nr 2, s. 54–56; Kazimierz Wieczorkowski // *Teraź. Człow. Eduk.* – 2002, nr 3, s. 169–175

**225.** Medium, media i masy / Tomasz Goban-Klas // *Nowa Polszczyzna* – 1999, nr 4, s. 24–29

Środki masowego przekazu.

**226.** Pomieszanie z poplątaniem, czyli edukacja informatyczna, czytelnicza i medialna w zreformowanej szkole / Tomasz Goban-Klas // *Materiały IX Ogólnopolskiego Sympozjum Naukowego nt. Techniki komputerowe w przekazie edukacyjnym.* – Kraków, 1999. – S. 27–29

**227.** Społeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania / Tomasz Goban-Klas, Piotr Sienkiewicz. – Kraków: Wydaw. Fundacji Postępu Telekomunikacji, 1999. – XIII, 159, [2] s.; 24 cm. – (Społeczeństwo Globalnej Informacji). – Bibliogr. s. 130–137. – ISBN 83-86476-19-2

Treść: 1. Komunikacja i media; 2. Społeczeństwo informacyjne; 3. Implikacje społeczne; 4. Polska na drodze do społeczeństwa informacyjnego.

**228.** Społeczeństwo informacyjne i jego teoretycy / Tomasz Goban-Klas // W: *W drodze do społeczeństwa informacyjnego.* – Warszawa, 1999. – S. 29–54

## 2000

**229.** Czy w Polsce istnieje opinia publiczna? / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie.* – 2000, [nr] 1/2, s. 27–29

**230.** Etyka i media: między wolnością, odpowiedzialnością i profesjonalizmem / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Naukowe i Dydaktyczne / Wyższa Szkoła Komunikowania i Mediów Społecznych im. Jerzego Giedroycia.* – Z. 1 (2000), s. 25–38

Streszcz. w jęz. ang.

**231.** Publiczność / Tomasz Goban-Klas // W: Encyklopedia socjologii. T. 3, O–R. – Warszawa, 2000. – S. 268–272

**232.** Komunikowanie i media / Tomasz Goban-Klas // W: Dziennikarstwo i świat mediów. Wyd. 2. – Kraków, 2000. – S. 11–31

Toż // Tamże. Wyd. 3. Kraków 2004. Toż // Tamże. Wyd. 4 zm., uzup., rozsz. Kraków 2008.

**233.** Media w erze cyfrowej: (panel) / Tomasz Goban-Klas // W: Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne: sesja naukowa. – Kraków, 2000. – S. 186–194

**234.** Mitologie Internetu / Tomasz Goban-Klas // W: Techniki komputerowe w przekazie edukacyjnym: 10 Ogólnopolskie Sympozjum Naukowe, [Kraków, 29–30 września 2000]: referaty. – Kraków, 2000. – S. 71–76

**235.** Pochwała medioznawstwa czyli renesans McLuhana / Tomasz Goban-Klas // *Studia Medioznawcze*. – 2000, nr 1, s. 9–23

**236.** Polska łódka, europejskie morze i światowy ocean / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczności lokalne w perspektywie integracji europejskiej: studia i materiały. – Koszalin, 2000. – S. 79–88

**237.** Public relations – made in USA / Tomasz Goban-Klas // W: Komunikatorzy: wpływ, wrażenie, wizerunek. – Warszawa, 2000. – S. 103–114

**238.** Radio – zapomniany olbrzym? / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Naukowe i Dydaktyczne / Wyższa Szkoła Komunikowania i Mediów Społecznych im. Jerzego Giedroycia*. – Z. 1 (2000), s. 54–62

Streszcz. w jęz. ang. – Radiofonia – historia.

**239.** Rozwój prasy i innych mediów w Republice Korei / Tomasz Goban-Klas // *Azja –Pacyfik*. – T. 3 (2000), s. 58–67

Streszcz. w jęz. ang.

**240.** Społeczeństwo informacyjne – nadzieje i obawy / Tomasz Goban-Klas // W: Biblioteki w społeczeństwie demokratycznym: Forum Czytelnicze VII. – Warszawa, 2000. – S. 23–35

**241.** Szkoła w erze cyfrowej, czyli poza lekcję, książkę i kredę / Tomasz Goban-Klas // W: Media a edukacja: III międzynarodowa konferencja, [Poznań 8–11 kwietnia 2000 r.]. – Poznań, 2000. – S. 222–228

Toż // Edukacja Medialna. – 2000, nr 4, s. 9–13

**242.** Time and space of the information society: the opportunity for Poland / Tomasz Goban-Klas // W: Research on Information Society. – Warszawa: Instytut Łączności, 2000. – S. 27–34. – Dostęp: <http://fjg.org.pl/konf/ris.html> [2012.10.17]

## 2001

**243.** Diabły i anioły Internetu / Tomasz Goban-Klas // W: Komputer w edukacji / red. Janusz Morbitzer. – Kraków, 2001

**244.** eEurope czyli społeczeństwo informacyjne w Unii Europejskiej / Tomasz Goban-Klas // W: Media regionalne a idea i praktyka integracji europejskiej. – Kraków, 2001. – S. 7–36

**245.** (G)local media in electronic democracy / Tomasz Goban-Klas // W: The role of local and regional media in the democratization of the Eastern and Central European societies. – Warszawa, 2001. – S. 24–30

**246.** Glokalizacja w ramach globalizacji / Tomasz Goban-Klas // W: Polska w drodze do społeczeństwa informacyjnego: Światowy Dzień Telekomunikacji 2001: zbiór wypowiedzi z II Konferencji Okrągłego Stołu zorganizowanej przez Stowarzyszenie Elektryków Polskich we współpracy z Ministerstwem Łączności. – Warszawa, 2001. – S. 75–77

**247.** Książka i biblioteka w erze cyfrowej: od zbioru do multiteki / Tomasz Goban-Klas // W: Polskie bibliotekarstwo w perspektywie wejścia do Unii Europejskiej. – Warszawa, 2001. – S. 7–15

**248.** Kultury lokalne w wiosce globalnej / Tomasz Goban-Klas // W: Media regionalne a idea i praktyka integracji europejskiej. – Kraków, 2001. – S. 11–18

**249.** Lewica w kontekście rewolucji telematycznej, czyli walka klasowa w społeczeństwie informacyjnym / Tomasz Goban-Klas // W: Europejska lewica wobec szans i wyzwań XXI wieku: materiały z Konferencji Naukowej poświęconej przemianom europejskiej i polskiej myśli socjaldemokratycznej, Kraków, 27–28 luty 2001 r. – Kraków, 2001. – S. 55–66

**250.** Lewica w społeczeństwie informacyjnym / Tomasz Goban-Klas // *Myśl Socjaldemokratyczna*. – 2001, nr 2, s. 28–41

**251.** Media lokalne, mniejszościowe i środowiskowe w USA / Tomasz Goban-Klas // W: Regionalizm, lokalizm, media. – Bochnia, 2001. – S. 101–110

**252.** Opozycja w cyberprzestrzeni / Tomasz Goban-Klas // W: Opozycja w systemach demokratycznych i niedemokratycznych. – Kraków, 2001. – S. 29–35

**253.** *Panta rei*, czyli teoria komunikowania w erze Wodnika / Tomasz Goban-Klas // *Studia Medioznawcze*. – 2001, nr 4, s. 11–18

Streszcz. w jęz. ang.

**254.** Perspektywa mediamorfozy jako transformacji systemu mediów / Tomasz Goban-Klas // *Transformacje*. – 2001/2002, nr 1/4, s. 133–136

**255.** Powstanie i rozwój mediów: od malowideł naskalnych do multimediów / Tomasz Goban-Klas; kalendarium oprac. Zbigniew Bauer. – Kraków: Wydaw.

Naukowe AP, 2001. – 166, [2] s.; 21 cm. – Tyt. okł.: Zarys historii i rozwoju mediów. – ISBN 83-7271-105-4

Rec.: Ignacy S. Fiut // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 2001, nr 3/4, s. 176–177

Toż, dodruk 1 – Kraków 2008

**256.** Pułapki e-edukacji / Tomasz Goban-Klas // W: I Kongres e-Gospodarki. – Warszawa: Wydawnictwo Lupus, 2001. – S. 66–70

**257.** Żeglując ku społeczeństwu informacji / Tomasz Goban-Klas // *WWW: magazyn internetowy*. – 2001, nr 11, s. 438–441

## 2002

**258.** Edukacja wobec pokolenia SMS-u / Tomasz Goban-Klas // W: Media i edukacja w dobie integracji. – Poznań, 2002. – S. 43–49

**259.** Media wobec terroru: dylematy polityczne, dziennikarskie, społeczne / Tomasz Goban-Klas // W: Media a terroryzm: Konferencja mediów publicznych. – Kraków, 2002. – S. 20–23

**260.** Mediamorfoza w świetle czterech praw mediów Marshalla McLuhana (1911–1980) / Tomasz Goban-Klas // *Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych / PAN. Oddział w Krakowie*. – 2002, z. 1, s. 87–91

Streszcz. ref.

**261.** Metafory wodne i żeglarskie w mediologii popularnej / Tomasz Goban-Klas // W: Studia do portretu naukowego socjologa. – Szczecin, 2002. – S. 351–354

**262.** Państwo a informacja / Tomasz Goban-Klas // W: Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego: [raport o rozwoju społecznym]. – Warszawa, 2002. – S. 82–83

**263.** Polskie społeczeństwo informacyjne a integracja europejska / Tomasz Goban-Klas // W: Państwa Europy Środkowowschodniej w drodze do Unii Europejskiej. – Rzeszów, 2002. – S. 7–16

**264.** SMS-Gener@tion, or the Emergence of Mobile Media People / Tomasz Goban-Klas // Internet technologies, applications and societal impact: IFIP TC6/WG6.4 Workshop on Internet Technologies, Applications, and Societal Impact (WITASI 2002) October 10–11, 2002, Wrocław, Poland. – Boston, Dordrecht [etc.]: Kluwer Acad. Publ., cop. 2002. – XIII–XIV

**265.** SMS-Gener@tion or the Emergence of Mobile Media People / Tomasz Goban-Klas // W: Perspectives on the age of the information society / ed. by Eero Pantzar. – Tampere, Finland: Tampere University Press, 2002. – S. 217–228



**266.** Społeczeństwo informacyjne a społeczeństwo obywatelskie / Tomasz Goban-Klas // W: Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego: [raport o rozwoju społecznym]. – Warszawa, 2002. – S. 78–79

**267.** Wpływ mediów na zachowanie społeczne / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyty Naukowe i Dydaktyczne / Wyższa Szkoła Komunikowania i Mediów Społecznych im. Jerzego Giedroycia.* – Z. 4 (2002), s. 50–55

### 2003

**268.** Analiza współczesnych mediów / Tomasz Goban-Klas // W: Media w Europie: IV Konferencja Mediów Publicznych. – Kraków, 2003. – S. 30–35

**269.** Pokolenie SMS-u w rozwiniętym społeczeństwie informacyjnym / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczeństwo informatyczne: szansa czy zagrożenie? – Lublin, 2003. – S. 101–110

**270.** Surfowanie, czyli żeglowanie w cyberprzestrzeni, czyli o wychowaniu człowieka medialnego i mobilnego Homo Internetus / Tomasz Goban-Klas // W: Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego [Dokument elektroniczny]. – Kraków, 2003. – S. 41–48. Dostęp: <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty/0037/cz0-r3.pdf> [2012.09.12]

**271.** W czym imieniu i w czym interesie? / Tomasz Goban-Klas // *Za ekranem.* – 2003, nr 3, s. 9–13

**272.** Znaczenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w systemie zarządzania polską przestrzenią mediów elektronicznych / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kultury. – Kraków, 2003. – S. 29–33

### 2004

**273.** Czarny PR / Tomasz Goban-Klas // W: Public relations – sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce. – Katowice 2004. – S. 68–73

**274.** Dyskusja nad zadaniami i powinnościami publicznych środków przekazu / Tomasz Goban-Klas // W: Polityka a środki masowej informacji: materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu z inicjatywy Marszałka Senatu RP prof. Longina Pastusiaka 24 lutego 2003 r. – Warszawa, 2004. – S. 117–121

**275.** Gospodarka i nowe media / Tomasz Goban-Klas // W: W drodze do Unii Europejskiej. Gospodarka–Kultura–Media. – Rzeszów, 2004. – S. 165–172

**276.** Jakie media, takie public relations / Tomasz Goban-Klas // W: Public relations w systemie komunikacyjnym organizacji. – Radom, 2004. S. – 21–26

**277.** Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji: krytycy i obrońcy / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie.* – 2004, nr 1/2, s. 53–55

**278.** Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu / Tomasz Goban-Klas. – Wyd. 2. – Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN, 2004. – 339, [1] s.: rys.; 24 cm. – Bibliogr. s. 310–339. – ISBN 83-01-14300-2

Podręcznik akademicki. – Treść: 1. Komunikowanie społeczne; 2. Środki i formy komunikowania; 3. Modele procesu komunikowania; 4. Prekursorzy [badań]; 5. Aktualne tendencje [badawcze]; 6. Media a struktura społeczna; 7. Media w perspektywie kulturoznawczej; 8. Działanie i organizacja mediów; 9. Przekazy masowe a wartości społeczne; 10. Odbiorcy i publiczność; 11. Oddziaływanie środków komunikowania masowego; 12. Media a rozwój społeczno-gospodarczy; 13. Społeczeństwo informacyjne. – Toż – wyd. 2, 1 dodr. – 2005; 2 dodr. – 2006; 3 dodr. – 2008; 4 dodr. – 2009.

**279.** Niepokorna orkiestra medialna: dyrygenci i wykonawcy polityki informacyjnej w Polsce po 1944 roku / Tomasz Goban-Klas; tł. z ang. Anna Minczewska-Przeczek. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-Jr, 2004. – 344 s.; 21 cm. – Podst. tł.: The orchestration of the media: the politics of mass communications in communist Poland and the aftermath 1994. – Bibliogr. s. 323–344. – ISBN 83-89964-35-X

Historia prasy polskiej 1944–1992.

Rec.: Magdalena Zdrowicka-Wawrzyniak // *Stud. Mediozn.* – 2007, nr 2, s. 136–139

**280.** Nowa dekada – nowe wyzwania / Tomasz Goban-Klas // W: Między misją, rynkiem i polityką: X lat działalności KRRiT (1993–2003). – Warszawa, 2004. – S. 400–402

**281.** Od A do B, czyli archiwa wkraczają w erę bitową / Tomasz Goban-Klas // *Archeion*. – T. 107 (2004), s. 161–170

Streszcz. ang., fr., ros.

**282.** Od społeczeństwa masowego do społeczeństwa medialnego / Tomasz Goban-Klas // W: Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy. – Poznań, 2004. – S. 10–18

**283.** Ontologia Internetu / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?: II ogólnopolska konferencja naukowa. T. 1 [Dokument elektroniczny]. – Kraków, 2004. – S. 33–40. Dostęp: <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty2/0095/033-040.pdf> [2012.09.12]

**284.** Otwarcie konferencji przez członka Krajowej Rady Radia i Telewizji / Tomasz Goban-Klas // W: Public relations: biblioteki, wydawnictwa, informacja naukowa, uczelnie. – Kraków, 2004. – S. 239–241

Tekst równol. pol., ang.

**285.** Polska chata w globalnej wiosce / Tomasz Goban-Klas // W: Media a integracja europejska. – Kraków, 2004. – S. 9–14

**286.** Społeczeństwo informacyjne czy medialne? / Tomasz Goban-Klas // W: Polska w Unii Europejskiej wobec wyzwań globalnego społeczeństwa informacyjnego. – Warszawa, 2004. – S. 20–23

**287.** Współczesnych mediów obraz przemocy / Tomasz Goban-Klas // W: Dramat przemocy w historycznej perspektywie. – Kraków, 2004. – S. 227–233

## 2005

**288.** Cywilizacja medialna: geneza, ewolucja, eksplozja / Tomasz Goban-Klas. – Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, cop. 2005. – 288 s.: fot., rys.; 24 cm. – (Edukacja Medialna). – Bibliogr. s. 263–267. Indeks. – ISBN 83-02-09408-0

Rec.: Zenona Krupa // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego. Socjologia. – Z. 3 (2006), s. 180–184

**289.** Kształtowanie europejskiego społeczeństwa informacyjnego jako czynnik przewagi konkurencyjnej Unii Europejskiej / Tomasz Goban-Klas // W: Szkice o przyszłości Unii Europejskiej: europejska debata publiczna. – Kraków, 2005. – S. 41–46

**290.** Media: od „czwartej” do „pierwszej” władzy? / Tomasz Goban-Klas // W: Media, władza, prawo. – Kraków, 2005. – S. 19–28

**291.** Przesunięcie centrum władzy: media jako pierwsza siła systemu politycznego / Tomasz Goban-Klas // W: Media lokalne a demokracja lokalna. – Rzeszów, 2005. – S. 47–58

**292.** Społeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne? / Tomasz Goban-Klas // *Ethos*. – 2005, nr 1/2, s. 100–114

**293.** W stronę społeczeństwa medialnego / Tomasz Goban-Klas // W: Komputer w edukacji. – Kraków, 2005. – S. 77–87

## 2006

**294.** Cywilizacja medialna: narodziny nowego społeczeństwa / Tomasz Goban-Klas // W: Społeczeństwo informacyjne: aspekty funkcjonalne i dysfunkcjonalne. – Kraków 2006. – S. 46–51

**295.** Dziennikarstwo śledcze w USA: powstanie, rozkwit, rozkład / Tomasz Goban-Klas // W: Dziennikarstwo śledcze: teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych. – Łódź, 2006. – S. 7–12

**296.** Dziennikarstwo śledcze: źródła, przecieki: oczyszczalnia ścieków czy czarny PR (zatruta studnia)? / Tomasz Goban-Klas // W: Dziennikarstwo śledcze:

teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych. – Łódź, 2006. – S. 15–23

**297.** Edukacja dla społeczeństwa informacyjnego i medialnego / Tomasz Goban-Klas // W: Rola biblioteki publicznej w edukacji dzieci i młodzieży. – Kielce, 2006. – S. 5–14

**298.** Edukacja medialna na rozdrożu / Tomasz Goban-Klas // W: Od nowych technik nauczania do edukacji wirtualnej = From new teaching techniques to virtual education. – Poznań, 2006. – S. 127–134

**299.** Edukacyjny tygrys – Korea Południowa: Internet i gospodarka oparta na wiedzy / Tomasz Goban-Klas // W: Komputer w edukacji. – Kraków, 2006. – S. 50–53. Dostęp: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2006/> [21.10.17]

**300.** Historia i współczesność Korei: od pustelniczego królestwa do azjatyckiego tygrysa / Tomasz Goban-Klas. – Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2006. – 243 s.: il. kolor.; 21 cm. Tyt. okł.: Korea – historia i współczesność – Bibliogr. s. 220–228. – ISBN 83-7441-435-9. – ISBN 978-83-7441-435-7

**301.** Komunikacja marketingowa – kształtowanie społeczeństwa konsumpcyjnego? / red. Tomasz Goban-Klas; Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu. – Radom: Wyższa Szkoła Handlowa, 2006. – 482 s.: il.; 24 cm

ISBN 83-921255-2-5. – Materiały z konferencji WSH w Radomiu, marzec 2005 r.

**302.** Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globotrotera [Dokument elektroniczny] / Tomasz Goban-Klas // *Global Media Journal*. – 2006, nr 1 (spring). Dostęp <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/wiosna2006.htm> [2012.09.12]

**303.** [Od trzy M] Od 3 M do 4 R, czyli od mediów masowych, marketingu, manipulacji do relacji, rynku i rozmowy / Tomasz Goban-Klas // W: Komunikacja marketingowa – kształtowanie społeczeństwa konsumpcyjnego? – Radom, 2006. – S. 285–287

**304.** Piotr Sztompka – portret sukcesu intelektualisty / Tomasz Goban-Klas // *Kraków*. – 2006, nr 12, s. 70–71

**305.** Społeczeństwo informacyjne / Tomasz Goban-Klas // W: Rola biblioteki publicznej w edukacji dzieci i młodzieży: Kielce / Cedzyna, 9–11 października 2006 r. / Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Kielcach. – Kielce, 2006. – S. 5–14

**306.** Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów / Tomasz Goban-Klas // *Studia Medioznawcze*. – 2006, nr 3, s. 15–22

Streszcz. w jęz. ang.

**307.** Telefon komórkowy: jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji / Paul Levinson; tł. Hanna Jankowska; ze wstępem Tomasza Go-

bana-Klasa. – Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, 2006. – 280, [5] s., [8] s. tabl.: il. (gf. kolor.); 19 cm. – (Spectrum)

Tyt. oryg: Cellphone: – Bibliogr. s. 231–[281]. – ISBN 83-7319-824-5.

S. 7–15: [Wstęp]: Komórka w naszej chacie / Tomasz Goban-Klas

## 2007

**308.** Cisi i Gęgacze: czy historia musi się powtarzać. Tragifarsa w dwóch odsłonach z prologiem i epilogiem / Tomasz Goban-Klas // W: Media w Polsce: pierwsza władza IV RP? – Warszawa, 2007. – S. 295–302

**309.** Czarny PR – praktyka, historia, teoria, etyka? / Tomasz Goban-Klas // W: Media w wyborach, kampanie wyborcze, media w polityce. – Toruń, 2007. – S. 169–179

**310.** Edukacja medialna jako fundament e-edukacji / Tomasz Goban-Klas // W: E-edukacja.net. – Warszawa, 2007. – S. 15–18

**311.** From forbidden fruit to overabundance: The consumption of US movies and television in Poland / Tomasz Goban-Klas // W: Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe: the intellectual work of the 2007 European Media and Communication Doctoral summer school. – Tartu: Tartu University Press, 2007. – S. 249–254

**312.** Internet jako szansa dla mediów lokalnych / Tomasz Goban-Klas // W: Regionalne i lokalne środki przekazu. – Warszawa, 2007. – S. 167–173

**313.** Książka i czytelnictwo: trwanie i zmiana w erze cyfrowej / Tomasz Goban-Klas // W: Między przeszłością a przyszłością: książka, biblioteka, informacja naukowa – funkcje społeczne na przestrzeni wieków. – Kraków, 2007. – S. 279–286

Internet a czytelnictwo.

**314.** Les Liaisons Dangereuses: Kinder, Medien, Mobilität / Tomasz Goban-Klas // W: Gewalt in Internet/Mobiltelefone/Handykameras Thuringer Staatskanzlei. – Erfurt, 2007. – S. 32–37

**315.** Media i medioznawstwo / Tomasz Goban-Klas // W: Słownik wiedzy o mediach. – Warszawa, 2007. – S. 9–20

Toż. Wyd. 2 – 2009

**316.** Mobilny multikomputer w rękach dziecka, czyli o konieczności edukacji medialnej / Tomasz Goban-Klas // Komputer w edukacji: 17. ogólnopolskie sympozjum naukowe, Kraków, 28–29 września 2007. – Kraków, 2007. – S. 49–53. Dostęp: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2007/> [2012.10.17]

**317.** Nadchodzące społeczeństwo medialne / Tomasz Goban-Klas // *Chowania*. – 2007, t. 2, s. 37–51

**318.** Pacyfikowanie dziennikarzy w IV RP / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 2007, nr 1/2, s. 95–99

**319.** Poskramianie dziennikarzy: instrumentarium demokracji dyktatorskiej / Tomasz Goban-Klas // W: *Media a polityka*. – Rzeszów, 2007. – S. 139–151

**320.** Rola mediów regionalnych w komunikowaniu międzynarodowym / Tomasz Goban-Klas // W: *Współczesne procesy fragmentaryzacji i rekompozycji*. – Kraków, 2007. – S. 99–106

**321.** Radiomorphosis: cultural and technological aspects of radio development / Tomasz Goban-Klas // W: *The medium with promising future: radio in Central and Eastern European countries*. – Lublin, 2007. – S. 13–20

**322.** Strategia lizbońska budowy europejskiego społeczeństwa informacyjnego / Tomasz Goban-Klas // W: *Od społeczeństwa industrialnego do społeczeństwa informacyjnego*. – Kraków, 2007. – S. 143–154

**323.** Teoria komunikowania masowego / Denis McQuail; przekł. Marta Bucholc, Alina Szulżycka; red. nauk. Tomasz Goban-Klas. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007. – 575, [1] s.: il.; 24 cm.

Tyt. oryg.: *McQuail's mass communication theory 2005*. – Podręcznik akademicki. – Bibliogr. s. 530–566 oraz przy rozdz. Indeks. ISBN 978-83-01-15153-9

**324.** Terytoryści a media / Tomasz Tomasz Goban-Klas // W: *Wojna w mediach*. – Opole, 2007. – S. 341–347

**325.** Władza czy panowanie mediów? / Tomasz Goban-Klas // W: *Poza barierą czasu i przestrzeni*. – Rzeszów, 2007. – S. 51–61

## 2008

**326.** American Television: Point of Reference or European Nightmare? / Ib Bondebjerg with Tomasz Goban-Klas, Michele Hilmes, Dana Mustata, Helle Strandgaard-Jensen, Isabelle Veyrat-Masson and Susanne Vollberg // W: *A European television history* / edited by Jonathan Bignell and Andreas Fickers. – Malden, MA; Oxford: Wiley-Blackwell, 2008. – S. 154–183

**327.** Czy media psują demokrację? / Tomasz Goban-Klas // *Zdanie*. – 2008, nr 1/2 (138–139), s. 89–91

**328.** Edukacja dla społeczeństwa informacyjnego i medialnego / Tomasz Goban-Klas // W: *Wybrane problemy współczesnego społeczeństwa*. – Kraków, 2008. – S. 7–16

**329.** Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych / Tomasz Goban-Klas // *Studia Medioznawcze*. – 2008, nr 2, s. 11–19

Streszcz. ang.

**330.** Program Fulbrighta – furtka w Żelaznej Kurtynie / Tomasz Goban-Klas // W: Spotkania polsko-amerykańskie. – Toruń, 2008. – S. 65–71

**331.** Przyszłość mediów masowych czy media masowe mają przyszłość? / Tomasz Goban-Klas // *Przyszłość*. – 2008, nr 1, s. 39–49

**332.** Reporter jako kameleon społeczny / Tomasz Goban-Klas // W: Ryszard Kapuściński: portret dziennikarza i myśliciela. – Opole, 2008. – S. 41–48

**333.** Rwący nurt informacji / Tomasz Goban-Klas // W: Komputer w edukacji: 18. ogólnopolskie sympozjum naukowe, Kraków 26–27 września 2008. – Kraków, 2008. – S. 50–54. Dostęp: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2008/> [2012.10.17]

**334.** Sieć Al-Kaidy, Al-Kaida w sieci / Tomasz Goban-Klas // W: Ku przyszłości: księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Lechowi W. Zacherowi w 65. rocznicę urodzin. – Warszawa, cop. 2008. – S. 281–298

## 2009

**335.** Dziennikarze i terroryści: rozgłos czy riposta / Tomasz Goban-Klas // W: Problemy bezpieczeństwa współczesnego świata. – Opole, 2009. – S. 89–98

**336.** Emergencja nowej dyscypliny: nauki o mediach i komunikacji społecznej / Tomasz Goban-Klas // *Studia Medioznawcze*. – 2009, nr 4, s. 14–19

**337.** Jima Banistera typologia mediów: próba uniwersalnej klasyfikacji medialnej / Tomasz Goban-Klas // W: Komputer w edukacji: 19. ogólnopolskie sympozjum naukowe, Kraków 25–26 września 2009. – Kraków, 2009. – S. 45–50. Dostęp: <http://www.up.krakow.pl/ktime/ref2009/> [2012.10.17]

**338.** Komunikacja społeczna między pacjentem a pielęgniarką i położną / Tomasz Goban-Klas // W: Wizerunek pielęgniarki i położnej na tle nowych wyzwań w pielęgniarstwie polskim i europejskim: konferencja międzynarodowa, Warszawa, 12–13 maja 2009 r. – Warszawa, cop. 2009. – S. 19–24

**339.** Media i terroryści: czy zastraszą nas na śmierć? – Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2009. – XIII, [1], 293, [1] s.; 21 cm – (Mundus). – Bibliogr. s. 281–293. – ISBN 978-83-233-2742-4

Rec.: Magdalena Hodalska // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 2009, nr 3/4, s. 193–196; Michał Kaczmarczyk // *Studia Medioznawcze*. – 2010, nr 4, s. 191–194

**340.** Przelamywanie partyjnego monopolu mediów: stolik medialny przy „Okrągłym Stole”: od postulatów Sierpnia 1980 do realiów „Okrągłego Stołu” / Tomasz Goban-Klas // *Athenaeum*. – Vol. 22 (2009), s. 166–176

Toż w: Dwadzieścia lat po przełomie: tradycje i współczesność demokracji parlamentarnej w Polsce. – Warszawa, 2009

**341.** Terrorwizja – „wstrząsające” wydarzenia medialne jako element kultury strachu / Tomasz Goban-Klas // W: Media masowe wobec przemocy i terroryzmu. – Warszawa, 2009. – S. 25–36

## 2010

**342.** Annus Mirabilis 1989 polskich mediów / Tomasz Goban-Klas // W: Media a rok 1989: obraz przemian i nowe zjawiska na rynku. – Warszawa, 2010. – S. 31–44

**343.** Czy wolne media psują demokrację? / Tomasz Goban-Klas // W: Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009. – Toruń, 2010. – S. 61–69

**344.** Moment prawdy czy godzina kłamstwa?: anatomia pewnego programu / Tomasz Goban-Klas // W: Prawda w mediach – między ideałem a iluzją? – Tarnów, 2010. – S. 275–284.

**345.** Nowa edukacja medialna w społeczeństwie ryzyka i katastrof / Tomasz Goban-Klas // W: Człowiek, media, edukacja. – Kraków, 2010. – S. 95–99

**346.** Od ludzi Turinga do pokolenia sieciaków: rola narzędzi informacyjnych i komunikacyjnych w kształtowaniu osobowości społecznej / Tomasz Goban-Klas // W: Psychologia i informatyka. – Warszawa 2010. – S. 127–142

**347.** Quo vadis, media?: dokąd zmierzają media? / Tomasz Goban-Klas // W: Demokratyczna Polska w globalizującym się świecie: I Ogólnopolski Kongres Politologii, Warszawa, 22–24 września 2009. – Kielce, 2010. – S. 65–74

**348.** Wolność słowa w obszarze komunikacji społecznej / Tomasz Goban-Klas // W: Wolność w mediach – między poprawnością a odpowiedzialnością. – Tarnów, 2010. – S. 29–36

Dot. historii cenzury prasowej.

**349.** Zarządzenie jakością w dziennikarstwie jako odzyskiwanie wiarygodności służby publicznej / Tomasz Goban-Klas // W: Komunikacja i jakość w zarządzaniu. T. 1. – Kraków, 2010. – S. 555–562

## 2011

**350.** Internet jako paradoks / Tomasz Goban-Klas // W: Paradoksy Internetu. – Toruń, 2011. – S. 9–20

**351.** Jak wolne mass media psują demokrację / Tomasz Goban-Klas // W: Transformacje demokracji: doświadczenia, trendy, turbulencje, perspektywy. – Warszawa, 2011. – S. 289–297

**352.** Komunikowanie jest najważniejsze... w sytuacjach wielkich kataklizmów, katastrof i skandali, aktów terrorystycznych / Tomasz Goban-Klas //



W: *Public relations: doświadczenia, badania, wątpliwości*. – Rzeszów, 2011. – S. 35–46

**353.** Kształcenie dziennikarzy w odniesieniu do prezentowania kataklizmów, katastrof, krachów / Tomasz Goban-Klas // W: *Studia dziennikarskie: uwarunkowania terażniejszości, wyzwania przyszłości*. – Kraków, 2011. – S. 57–68

**354.** Lewica a media / Tomasz Goban-Klas // W: *Projekt dla Polski: perspektywa lewicowa*. – Warszawa, 2011. – S. 166–172

**355.** MELiS: Marks, Engels, Lenin i Stalin o książce i prasie refleksje medioznawcy / Tomasz Goban-Klas // W: *Bibliologia polityczna*. – Warszawa, 2011. – S. 125–131

**356.** Nowe wino w nowym bukłaku: gazeta na iPadzie? / Tomasz Goban-Klas // *Zeszyt Naukowy / Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Krakowie*. – Z. 22 (2011), s. 9–18

**357.** Od tabloidów do tabloidytacji mediów / Tomasz Goban-Klas // W: *Własność mediów, pluralizm informacyjny, wolność słowa: wybrane materiały z międzynarodowej konferencji, Warszawa, 29–30 października 2010 r.* – Warszawa, 2011. – S. 113–120

**358.** Skandal czy spektakl? / Tomasz Goban-Klas // *Tematy z Szewskiej*. – 2011, nr 2, s. 25–32

**359.** Tabloidyztacja mediów a neopopulizm / Tomasz Goban-Klas // W: *Media – populizm – demokracja: zapis z konferencji z dnia 5 listopada 2011 roku*. – Wrocław: Ośrodek Myśli Społecznej im. Ferdynanda Lassalle'a, 2011. – S. 13–25

**360.** Walka i terroryzm w mediatyzowanym świecie: nowy paradygmat rozproszony wojny / Tomasz Goban-Klas // W: *Metodologia badań bezpieczeństwa narodowego: bezpieczeństwo 2010. T. 2.* – Warszawa, 2011. – S. 167–181

**361.** Wartki nurt mediów: ku nowym formom społecznego życia informacji: pisma z lat 2000–2011 / Tomasz Goban-Klas; Studium Dziennikarskie. Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. – Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, cop. 2011. – 584, [3] s.; 24 cm. – (Dziennikarstwo i Świat Mediów)

Bibliogr. s. 563–574. Indeks. – ISBN 978-83-242-1651-2

Treść: Od autora; Wprowadzenie; 1. Płynna medialność; 2. Mediamorfoza; 3. Socjomorfoza; 4. Mediatyzacja sfery publicznej; 5. Niebezpieczne media; 6. Dziennikarstwo na rozdrożu; 7. Edukacja medialna; 8. Dokąd niesie nas wartki nurt mediów; Słowo końcowe.

**362.** Władcy słów: politycy, media i prawnicy wobec terroryzmu i terrorystów / Tomasz Goban-Klas // W: *Prawo, język, media*. – Warszawa, 2011. – S. 9–28

**2012**

**363.** Nauki o mediach: baza czy nadbudowa teorii nauk społecznych / Tomasz Goban-Klas // W: Człowiek, media, edukacja. – Kraków, 2012. – S. 127–131

**364.** Gazeta wymierający gatunek: mane, tekel, fares? / Tomasz Goban-Klas // W: 350 [Trzysta pięćdziesiąt] lat prasy polskiej. – Warszawa, 2012. – S. 237–246



# NIE TYLKO INTERNET. NOWE MEDIA W TEKSTACH PROFESORA TOMASZA GOBANA-KLASA – OKIEM MŁODEGO BADACZA

AGNIESZKA CAŁEK

## ABSTRACT

### **Not only the Internet. The new media in publications by Prof. Tomasz Goban-Klas from the perspective of a young researcher**

This article discusses the works of Professor Tomasz Goban-Klas seen from the perspective of a young researcher of the new media. First of all, the texts from this area were analyzed. Four main topics of the new media appearing in Professor's publications were singled out and described: the new media as a part of the history of media, the new media in terms of technology, the new media and society, intertextual references and philosophy of the new media. The summary contains the conclusions that come from the analysis of Professor's works for young scholars of media.

**Key words:** Tomasz Goban-Klas, new media, Internet, media studies

**Słowa kluczowe:** Tomasz Goban-Klas, nowe media, internet, medioznawstwo

## *1. O twórczości naukowej Profesora Tomasza Gobana-Klasa*

Prezentowany artykuł został napisany z perspektywy początkującego badacza nowych mediów, stąd dotyczy jedynie z tym obszarem powiązanej twórczości naukowej Tomasza Gobana-Klasa. Niemniej na początku wspomnę o publikacjach Profesora jako o całości, w której wyróżniają się pewne konkretne tematy.

Twórczość medioznawcza Gobana-Klasa jest bardzo rozległa. Obecnie stanowi ją ponad trzysta pięćdziesiąt publikacji – zarówno książek, jak i artykułów. Kilka jego dzieł, szczególnie monografii, stało się ważnym punktem odniesienia

✉ Adres do korespondencji: Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, e-mail [agnieszka.calek@uj.edu.pl](mailto:agnieszka.calek@uj.edu.pl).

dla polskich medioznawców oraz źródłem wiedzy dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych. Wśród nich najważniejszy jest pionierski w Polsce podręcznik „Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu” – kilkakrotnie już wznawiany i uzupełniany o treści dyktowane przez dynamiczne przemiany mediów.

Prace Gobana-Klasa dotyczą wielu różnych obszarów, którymi mogą być zainteresowani medioznawcy. We wcześniejszych tekstach dominuje aspekt społeczny – tak w badaniach, jak i w obserwacjach oraz krytycznych refleksjach, wszakże Profesor z wykształcenia jest socjologiem. Pierwsze Jego naukowe monografie i artykuły dotyczą percepcji i partycypacji w kulturze klasy robotniczej. Są to socjologiczne studia nad wybranymi grupami („Młodzi robotnicy Nowej Huty jako twórcy i odbiorcy kultury” – 1971; „Organizacja życia kulturalnego załogi Huty Aluminium w Skawinie” – 1969). Wówczas powstają również publikacje o charakterze ogólniejszym, ale nadal dotyczące socjologicznego ujęcia aktywności kulturalnej, jak na przykład artykuł „Socjologiczna problematyka publiczności teatralnej” (1969) czy „Z zagadnień socjologii sztuki” – monografia z 1971 roku.

Stopniowo Autor zwraca się ku problematyce prasoznawczej. Można tu wymienić między innymi artykuły „Prasa polska o zagadnieniach czasu wolnego” z 1970 roku oraz „Prasa, ale jaka?” z 1973 roku.

Ostatni artykuł reprezentuje również grupę publikacji, które powstały w związku z wyjazdami zagranicznymi Profesora. „Prasa, ale jaka?” jest korespondencją ze stażu naukowego we Francji, którego głównym rezultatem była monografia „Paryż i paryżanie” (1974).

Podczas kolejnych naukowych wyjazdów, zarówno za wschodnią, jak i zachodnią granicę, Profesor zasadniczo pozostaje wierny socjologii, ale w Jego twórczości naukowej pojawiają się nowe wątki. Dotyczą one prasy i innych mediów. Z czasem coraz mniej Jego publikacji to studia czysto socjologiczne. Profesor zaczyna się skłaniać ku pogłębionej refleksji na temat mediów i ich przemian.

Po powrocie ze Stanów Zjednoczonych powstaje „Komunikowanie masowe. Zarys analizy socjologicznej” (1978) – monografia habilitacyjna Profesora. Jest to pierwsza wersja wspomnianego już, pionierskiego w Polsce podręcznika, który prezentuje najnowsze teorie dotyczące komunikowania masowego i nowych nurtów w badaniu mediów na świecie.

W czasie pobytu w Stanach Zjednoczonych i później Goban-Klasa publikuje również w języku angielskim (w tym języku została napisana „Niepokorna orkiestra medialna” (1994)) oraz tłumaczy dla polskiego odbiorcy artykuły zagranicznych autorów i recenzuje zagraniczne publikacje.

Wraz z dynamicznym rozwojem mediów w twórczości Tomasza Gobana-Klasa pojawiają się artykuły i książki dotyczące przemian technologicznych i ich implikacji społecznych. Jeszcze przed rokiem 1989 Profesor pisze o takich zagadnieniach, jak reklama, *public relations* i marketing oraz wolny rynek. We współczesnych badaniach są one silnie obecne, wówczas jednak były to teksty pionier-

skie, podobnie zresztą jak artykuły dotyczące nowych technologii i informacji w przedsiębiorczości.

Na przestrzeni lat Profesor opublikował wiele prac na temat prasy, radia, telewizji, filmu, muzyki, komputerów i wreszcie Internetu oraz ogólnie komunikowania masowego. Były one wynikiem bieżącej obserwacji rzeczywistości zarówno medialnej, jak i społecznej. Te dwa aspekty pozostają w zmiennej i złożonej, ale nierozłącznej relacji, którą Autor nieustannie podkreśla.

## 2. Publikacje Tomasza Gobana-Klasa o nowych mediach

W miarę rozwoju maszyn liczących, a potem komputerów i wreszcie sieci Internet Goban-Klasa ogłaszał publikacje wtedy przynoszące aktualną informację, a dziś stanowiące znakomitą dokumentację przemian. W tym kontekście szczególnie istotna jest ostatnia książka Profesora „Wartki nurt mediów” (2011), zwiernająca Jego teksty z lat 2000–2011 dotyczące mediów i zjawisk okołomediów. Każdy zawiera aktualne *postscriptum*, w którym Autor odnosi się do opisanych treści, uzupełniając je o najnowszą wiedzę, obserwacje a czasami także rozwiązania problemów i kwestii, które w pierwotnej publikacji pozostawały otwarte. Ważne z punktu widzenia badacza nowych mediów są również takie monografie, jak: „Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł sakralnych do multimediiów” (2001) oraz „Cywilizacja medialna” (2005).

Tematykę dotyczącą nowych mediów zawartą w publikacjach Tomasza Gobana-Klasa można podzielić na cztery nurty. Na pierwszy składają się wątki dotyczące nowych mediów jako integralnego elementu historii rozwoju mediów. Drugi to nowe media w ujęciu technologicznym, trzeci dotyczy relacji nowych mediów i społeczeństwa, a czwarty – nawiązań interdyscyplinarnych i filozofii.

Poniżej zostaną krótko zaprezentowane treści dotyczące nowych mediów z uwzględnieniem powyższego podziału.

## 3. Od Arystotelesa do Internetu – nowe media jako element historii mediów

W wielu publikacjach Tomasza Gobana-Klasa można znaleźć wątki, które porządkują historię mediów, nakreślając logiczne i chronologiczne kontinuum. Takie tematy poruszane są zwykle w niewielkich szkicach, stanowiących punkt wyjścia innych rozważań. Natomiast w 2001 roku profesor opublikował monografię „Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł sakralnych do multimediiów”. Jest ona, głównie dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych, podręcznikiem, w którym można znaleźć zwięzłe informacje o powstawaniu kolejnych mediów oraz o społecznych skutkach zmian postaw i sposobów myślenia, które w związku z tym zachodzą (Goban-Klasa 2001, s. 106). Dla badacza nowych

mediów to usystematyzowanie dotychczasowej wiedzy oraz wskazanie związków przyczynowo-skutkowych pomiędzy kolejnymi etapami historii mediów; rodzajem mapy, na której można znaleźć punkty mogące posłużyć głębszym analizom.

Zagadnień historii mediów dotyczy również „Cywilizacja medialna”, przynosząca jednak nieco inne ujęcie tematu, opierające się na koncepcji mediamorfoz. Profesor opisuje ich dziewięć. W sensie chronologii rzeczywiście stanowią one kontinuum i wiążą się z epokowymi dla mediów zmianami. Pierwsza z mediamorfoz to pismo, kolejna to druk. Dalej pojawiają się propaganda i informacja masowa, a następnie: ikonosfera, muzyka i słowo, łączność, ucyfrowienie, sieciowanie medialne i mobilność.

Dla badacza nowych mediów szczególnie cenne są opisy czterech ostatnich mediamorfoz, które oprócz charakterystyki historycznych zmian zawierają też analizy ich skutków. Opisom towarzyszą twórcze interpretacje uwzględniające wiedzę nowoczesną. Profesor wyjaśnia na przykład zasady funkcjonowania telegrafu i jego rewolucyjność dla historii mediów, nazywając go wiktoriańskim Internetem. Zwraca również uwagę – odwołując się przy tym do teorii i doświadczeń innych badaczy – na to, co kolejne wynalazki medialne wprowadzają (przywracają) do sfery społecznej, a co z niej eliminują. W tym kontekście zajmuje się na przykład umasowieniem telefonu, które przywraca mediom intymność, umożliwiając komunikację interpersonalną na odległość. Publikacja ta jest cenna nie tylko dzięki wiedzy w niej zawartej, ale również oryginalności naukowego podejścia do analizowanej materii, które może się stać inspiracją dla badaczy nowych mediów.

Rozpatrując ucyfrowienie mediów, Tomasz Goban-Klas odwołuje się do ustaleń Marshalla McLuhana (Goban-Klas 2005, s. 119), interpretując je w kontekście pojawienia się mediów cyfrowych. Omawia komputery i ich historię, również w aspekcie technicznym, a także: fonografię cyfrową, fotografię cyfrową, holografię i obraz trójwymiarowy, obraz telewizyjny (na różnych etapach jego doskonalenia). Kończy na charakterystyce konwergencji mediów. Nie pozostawia faktów bez twórczej interpretacji i opisanie społecznych implikacji, jakie ze sobą niosą.

W podobny sposób opisuje sieciowanie mediów, nie unikając najbardziej złożonych zagadnień, szczególnie w wypadku Internetu. Toż samo dotyczy mobilności medialnej – mediamorfozy, w charakterystyce której można znaleźć wiele szczegółowo przedstawionych przykładów (telefon komórkowy, radio cyfrowe, WiFi czy bluetooth).

Po omówieniu wszystkich mediamorfoz Goban-Klas formułuje refleksje i interpretacje tego, co przedstawione zmiany oznaczają dla współczesnej sfery publicznej. Podaje interesujące przykłady globalizacji, wojen informacyjnych i medialnych maskarad. Przedstawia np. – jako jeden z ciekawszych paradoksów współczesności – wyprzedzanie systemów wywiadowczych przez cywilną, wolną komunikację sieciową (Goban-Klas 2005, s. 169). Dla młodego badacza cenne są zwłaszcza przykłady, jakich używa Profesor, wskazując możliwości wyboru

ciekawych pól badawczych, dostrzegając interesujące wątki czy specyficzne zależności przyczynowo-skutkowe.

Opisy przemian mediów z uwzględnieniem perspektywy socjologicznej, kulturoznawczej, komunikacyjnej, gospodarczej, technologicznej i psychologicznej (to najszersze spojrzenie na zagadnienie) są obecne także we wspomnianym podręczniku „Media i komunikowanie masowe. Teorie i analiza prasy, radia, telewizji i Internetu”. Publikacja ta zawiera liczne odwołania do historii mediów, ale także do nauki o komunikowaniu. Oprócz przeglądu dorobku klasyków w tej dziedzinie Profesor wspomina o współczesnych mu badaczach z kraju i zagranicy, z których wielu zajmuje się mediami najnowszymi. Szczególną wartością tej publikacji jest jej aktualizowanie i uzupełnianie przy kolejnych wydaniach.

#### *4. Matematyka, chemia i maszyny cyfrowe – nowe media w ujęciu technologicznym*

W twórczości naukowej Tomasza Gobana-Klasa – socjologa imponujące są opisy technicznych i technologicznych szczegółów przywoływanych zjawisk. Dokonane prostym językiem, z wykorzystaniem metafor i analogii ułatwiających odbiorcy zrozumienie zagadnienia. Są obecne w wielu publikacjach Profesora, ale najliczniejsze we wspomnianym „Zarysie historii i rozwoju mediów”. Tam Autor wyjaśnia na przykład szczegóły działania maszyny algorytmicznej Turinga (Goban-Klas 2001, s. 57–59). Omawia też znaczenie maszyn liczących i mikroprocesorów dla historii mediów. Jest to aspekt zazwyczaj opisywany przez informatyków, natomiast rzadko dostrzegany przez medioznawców i badaczy komunikacji. Może się wydawać, że są to niewiele znaczące kwestie techniczne, niełączące się z teoriami medioznawczymi i komunikologicznymi. Tymczasem otwierają pole badań interdyscyplinarnych, wyjaśniają podstawy, tłumaczą obecność w nauce o komunikowaniu uczonych wywodzących się z nauk ścisłych (na przykład C.E. Shannon, W. Weaver).

W opisach Profesora szczegółom technicznym towarzyszą przykłady zastosowania nowości, obrazujące ich wpływ na rzeczywistość. Tak więc przy omawianiu postępów w pracach nad komputerami (Mark 1, IBM ASCC, ENIAC) oraz językami komputerowymi (PL/1, ALGOL 68) pojawiają się uwagi o zależności osiągnięć w tym obszarze od inżynierii wojskowej i badań z okresu drugiej wojny światowej (Goban-Klas 2001, s. 60). Podobnie przy opisie komputera UNIVAC zwięźle omówiono jego zastosowania przy prognozowaniu wyników wyborów prezydenckich w 1952 roku w USA – a okazało się, że „mózg elektronowy”, jak określali ów komputer dziennikarze, lepiej przewidział efekt głosowania niż eksperti (Goban-Klas 2001, s. 61).

Podobny sposób wyjaśniania trudniejszych kwestii technicznych ma miejsce również w wielu tekstach ze zbioru „Wartki nurt mediów”; na przykład w artykułach: „Nowe wino w nowym bukłaku – gazeta na iPadzie?” czy „Komórka

w naszej chacie”. Najczęściej taki opis jest wstępem do objaśnienia społecznej roli danego medium.

### 5. *Skomplikowane związki – nowe media a społeczeństwo*

Relacje człowiek – media oraz społeczeństwo – media są najszerszymi i najczęściej występującymi wątkami w twórczości naukowej Gobana-Klasa. Dominują w każdej publikacji. W niektórych tekstach relacje społeczne są punktem wyjścia do rozważań o przemianach mediów, ale nie jest to regułą. Bywa, że Autor konstruuje swój tekst odwrotnie, najpierw pisze na przykład o wynalazkach czy ewolucji medium, a następnie snuje refleksje na temat skutków tych zjawisk dla społeczeństwa.

Uczony podejmuje również wyzwanie przewidywania przyszłych zmian. W „Zarysie historii i rozwoju mediów” zawarł krytyczny komentarz do stworzonego kalendarium. Pisząc o społeczeństwie ery Internetu, zwraca uwagę na wielość i powszechność informacji. Z drugiej strony podkreśla jednak, że ich jakość często bywa bardzo niska. Chcąc znaleźć wartościowe treści, niejednokrotnie trzeba przejrzeć wiele materiałów, które Badacz nazywa „medialnym chłamem”. Stąd przewidywania, że internetowe społeczeństwo demokratyczne zacznie się z czasem zmieniać i różnicować, tworząc swego rodzaju kasty (Goban-Klasa 2001, s. 112–114). Profesor przytacza przykład płatnych serwisów jako narzędzia segregacji użytkowników. Tekst ów był pisany w 2001 roku, kiedy płaćenie za internetowe treści nie było popularne. Dziś można stwierdzić, że proroctwo Autora się spełnia. W Polsce również dostęp do wielu treści, przede wszystkim mediów głównego nurtu, jest utrudniony. Wydawcy coraz częściej każą sobie płaćić za swoje materiały.

Część użytkowników zaczyna odczuwać te ograniczenia – nie stać ich na kupowanie dostępu. Buntują się przeciw praktyce blokowania treści, uważając ją za zamach na demokratyczność Internetu. Tendencje te można zaobserwować zwłaszcza w mediach społecznościowych, gdzie szukają pomocy użytkownicy próbujący obejść blokady treści. Proszą współużytkowników o hasła i kody dostępu, lub usiłują znaleźć takie miejsca w sieci, gdzie pożądanego przez nich treści znalazły się nielegalnie.

W swoich publikacjach Goban-Klasa wiele miejsca poświęca zagadnieniu funkcjonowania społeczeństwa w erze nowych nowych mediów<sup>1</sup> (Levinson 2010). W niektórych pracach refleksje na ten temat pojawiają się przy okazji analizy przemian mediów, wspomnianych mediamorfoz. Autor uwypukla fakt, że rewolucja techniczna i kolejne duże zmiany w rozwoju mediów implikują także

---

<sup>1</sup> Nowe nowe media – koncepcja Paula Levinsona dotycząca mediów, które pojawiły się po nowych mediach (Internet, strony internetowe). Ich cechą charakterystyczną jest występowanie użytkowników w podwójnej roli, jednoczesnych konsumentów i producentów (media społecznościowe).



rewolucję w komunikacji międzyludzkiej na wielu różnych jej poziomach (Goban-Klas 2001, s. 106–108).

Profesor odwołuje się do pokrewnych tematycznie prac innych badaczy. Na przykład twórczo nawiązuje do koncepcji noosfery Teilharda de Chardina (Goban-Klas 2001, s. 108), pisząc o domu jako elemencie globalnej sieci informatycznej, miejscu, które jest jednocześnie intymnym schronieniem oraz częścią otwartej dla wszystkich, nieograniczonej sieci, do której użytkownik dobrowolnie, choć nie zawsze świadomie, przekazuje wiele informacji o sobie.

Obszerne fragmenty „Cywilizacji medialnej” oraz „Mediów i komunikowania masowego” są poświęcone zagadnieniu społeczeństwa medialnego, w którym stosunki międzyludzkie są zapośredniczone przez media i ogromnie ważna jest infrastruktura medialna – szczególnie telekomunikacyjna – wpływająca na ludzkie życie w niemal wszystkich jego obszarach. Opisując społeczeństwo medialne, autor zwraca także uwagę na relacje gospodarcze, jakie w nim zachodzą; pisze, że obecnie większość PKB jest generowana przez sektor usług informacyjnych, telekomunikacyjnych i medialnych. Podkreśla, że wiedza i informacja są również kategorią ekonomiczną – głównymi czynnikami wytwórczymi i podstawą działalności gospodarczej (Goban-Klas 2004, s. 293).

Spółczesnemu medialnemu jako całości Profesor poświęca wiele uwagi, zajmuje się jego najmłodszą częścią, nowym pokoleniem, które jest już *net natives*, tzn. składa się z osób, dla których Internet od urodzenia był elementem życia. One nie uczyły się sieci tak, jak dzisiejsi czterdziestolatkowie – przyswajając wiedzę informatyczną, ucząc się funkcji i mechanizmów. *Net natives* uczyli się sieci tak jak używania sztuczków i zasad współżycia społecznego – podczas zabawy.

Według Profesora nowe pokolenie cechuje szybkość działania i potrzeba nowych bodźców, jest kontrolowane zdalnie (np. przez telefony), nie doznaje szoku, nawet w wypadku zetknięcia się z bardzo drastycznymi treściami (ze względu na stałą stymulację). Poza tym nie ufa dorosłym. Z drugiej jednak strony jest ich nauczycielem, współtworząc opisaną przez Margaret Mead kulturę prefiguratywną, w której dzieci uczą rodziców, ponieważ mają większe kompetencje, głównie jeśli chodzi o opanowanie nowych technologii (Goban-Klas 2004, s. 299–300).

Wiele tekstów T. Gobana-Klasa na temat współczesnego społeczeństwa zawiera swoiste analizy przypadków, w których Autor, odwołując się do rzeczywistych wydarzeń zaobserwowanych w przestrzeni medialnej, objaśnia pewne tendencje czy teorie. W zbiorze „Wartki nurt mediów”, w tekście pod tytułem „Pokolenie SMS-u w rozwiniętym społeczeństwie informacyjnym”, a właściwie w *postscriptum* do tegoż, opisuje SMS-owy dialog matki i córki podczas strzelaniny na wyspie Utoya. Zapis tej rozmowy był wielokrotnie przytaczany przez różne media – zagraniczne i polskie. Autor wskazuje jednak na dodatkową wartość, podkreślając unikatowość tego rodzaju komunikacji – tekstowej, krótkiej, bezgłośnej, która być może uratowała dziewczynie życie.

Dla młodego badacza nowych mediów publikacje poświęcone ich aspektom społecznym są szczególnie cenne. Charakteryzują się całościowym i jednocześ-

nie krytycznym spojrzeniem na zagadnienie. W tekstach Gobana-Klasa nie ma jednostronności i czarno-białej prezentacji rzeczywistości, unika on uproszczeń, prezentując zalety – szuka także wad. Przewiduje zmiany społeczne, będące skutkiem ewolucji mediów. Podkreśla potrzebę humanistycznej refleksji nad przemianami mediów, by nie zachwycać się jedynie postępem, lecz też zastanowić się nad tym, co ten postęp przynosi lub może przynieść człowiekowi. To myśl ważna dla młodych, niedoświadczonych badaczy – stanowi wyzwanie, ale też może bardzo wzbogacić ich pracę.

### *6. Internet jest jak dziobak – nawiązania interdyscyplinarne i filozofia nowych mediów*

Publikacje T. Gobana-Klasa są pełne nawiązań do najrozmaitszych tekstów kultury, pochodzących z różnych okresów historii cywilizacji i obszarów globu.

Na przykład pisząc w „Cywilizacji medialnej” o historii Internetu i sieciowaniu mediów, Autor zaczyna od opisanie opowieści Stefana Themersona o „Przygodach Pędrka Wyrzutka” – postaci, która szuka swojej tożsamości. Otoczenie ma różne zdanie na ten temat, jedni mówią, że przypomina kota, inni, że rybę. Pomysłów pojawia się wiele, ostatecznie wniosek jest taki, że bohatera nie da się jednoznacznie zdefiniować, bo jest zbyt złożony – tak jak Internet. W jednym z tekstów ze zbioru „Wartki nurt mediów” do tej odwołującej się do filozoficznej opowieści metafory autor dodaje nawiązanie przyrodnicze. Opowiada o dziobaku – zwierzęciu, które wymyka się klasyfikacjom, bo ma cechy zarówno ssaka, jak i gada czy ptaka. Porównania są dalekie od świata mediów, jednak prosto i obrazowo prezentują kwestie, których abstrakcyjny opis mógłby być trudny w odbiorze.

W publikacjach Profesora powraca metafora wodna, obrazująca wielość i płynność informacji we współczesnym świecie mediów. Przykładem jest choćby tytuł ostatniego zbioru – „Wartki nurt mediów”.

Charakterystyczne dla twórczości Profesora jest również odwoływanie się do myśli filozofów – antycznych i współczesnych. Bywają przywoływani w tekstach, cytaty z ich dzieł często służą jako motto artykułów. Pojawiają się: Platon, Arystoteles, Cynceron czy Kwintyliusz, co stanowi dowód uniwersalności ich myśli oraz tego, że nawet wyjątkowo odległe czasowo teksty kultury mogą być przydatne we współczesnej refleksji medioznawczej. Tomasz Goban-Klasa przywołuje w tekstach także wielu filozofów XIX i XX wieku, między innymi José Ortegę y Gassetę, Waltera Benjamina, Jacques’a Derridę, Jeana Baudrillarda, Umberta Eco, Jeana-François Lyotarda, Karola Marksa, Ernesta Cassirera czy Kennetha Bouldinga.

Odwołuje się też do przedstawicieli innych dziedzin. Po pierwsze jest to bliska autorowi socjologia (odwołania na przykład do dzieł Anthony’ego Giddensa i Ervinga Goffmana). Co interesujące, przywoływani przez Profesora Erving Goff-

man i (filozof) Guy Debord posługiwali się metaforą teatru i zajmowali teatralizacją życia społecznego, a jak wspominałam, początkowa twórczość profesora dotyczyła między innymi zagadnień teatralnych. Sięga do publikacji Benjamina Barbera – politologa i filozofa, Jeana Piageta – psychologa, a także semiologa Rolanda Barthes’a oraz historyka Johana Huizingi. Ważnym źródłem inspiracji są dzieła etnografów, w tym Claude’a Lévi-Straussa, Margaret Mead i Kaja Briketa-Smitha. W tekstach pojawiają się też odwołania do dzieł naukowców z rejonów bardziej odległych od medioznawstwa, jak matematyka czy neurofizjologia.

W publikacjach Profesora wyraźną grupę odwołań stanowią nawiązania do Biblii oraz myślicieli chrześcijańskich, jak św. Tomasz z Akwinu, Jan Paweł II czy Jan Hus. Biblijne cytaty często rozpoczynają rozważania na tematy medioznawcze i społeczne, zaś twórczość filozofów chrześcijańskich bywa pomocna w wyjaśnianiu różnych kwestii i w humanistycznym spojrzeniu na przemiany współczesnego świata. Na przykład objaśniając problemy ontologiczne, Professor posłużył się myślą biskupa George’a Berkeleya, a pisząc o społeczeństwie obywatelskim wsparł się nie tylko dziełami socjologów, ale i księdza Józefa Tischnera.

Ostatnią grupą odwołań obecnych w publikacjach naukowych Tomasza Gobana-Klasa są te do najróżniejszych tekstów kultury: powieści (Wiktora Hugo, Umberta Eco, Artura Péreza-Reverte itd.), poezji (Homera, Adama Mickiewicza, Leszka Długosza i in.), dramatów (np. Szekspira) czy filmów (m.in. „Matrix”). Ciekawym wątkiem są nawiązania do twórczości dla dzieci, w tym do „Kubusia Puchatka”, z którego sceny bywają początkiem ciekawych rozważań na temat funkcjonowania mediów i komunikacji międzyludzkiej.

Tego rodzaju odwołania są bardzo pouczające dla młodego badacza – jako przykłady twórczego myślenia i otwartości.

Goban-Klasa, będąc uznanym medioznawcą, nie zatrzymuje się w rozwoju, ale tak samo wnikliwie analizuje rzeczywistość, jak na początku działalności naukowej. Swoje obserwacje przetwarza i interpretuje w sposób niezwykle twórczy, odwołując się do posiadanej wiedzy i to – jak dowodzą powyższe rozważania – z bardzo różnych obszarów. Ten sposób działania wydaje się dobrą receptą na wartościowe i ciekawe teksty naukowe, zrozumiałe nie tylko dla wąskiej grupy specjalistów, ale i szerokich grup odbiorców, niebędących medioznawcami, a jedynie zainteresowanych tematyką.

## 7. Podsumowanie

W najnowszej twórczości T. Gobana-Klasa można wyodrębnić następujące, ważne dla początkującego medioznawcy wątki: nowe media jako element kontynuacji historii mediów, aspekt technologiczny oraz społeczny nowych mediów, a także interdyscyplinarne inspiracje i nawiązania.

Ostatnie – najcenniejsze dla badacza nowych mediów – publikacje Profesora są źródłem wiedzy o rozwoju mediów, uwzględniającym zarówno technologię, jak i idee. Zawierają one krytyczną refleksję nad przemianami mediów i społecznymi oraz gospodarczymi ich skutkami. Refleksje takie opierają się na analizach przypadków czy poszczególnych obserwacjach, otwierają czytelnikom pole do polemik, zachęcają do własnych przemyśleń.

Publikacje Gobana-Klasa są inspirujące. Tematyka i nawiązania interdyscyplinarne są tu tak szerokie, że bez względu na specjalizację badacz nowych mediów może w nich znaleźć coś, co okaże się użyteczne w jego pracy, może stanowić i punkt wyjścia kolejnych działań. Teksty Profesora są odbiciem jego sposobu pracy i twórczego myślenia, pozwalającego na syntetyzowanie wiedzy z różnych obszarów. Ten sposób uprawiania nauki prowadzi do powstawania zupełnie nowych jakości, bo pozwala odnajdywać oryginalne związki tam, gdzie na pierwszy rzut oka nie było ich widać. Warto się uczyć od Autora tego sposobu pracy, by tworzyć coś nowego i niebanalnego.

Cenne dla początkujących badaczy, nie tylko nowych mediów, mogą być również publikacje Profesora będące wynikiem bacznej obserwacji rzeczywistości, jak na przykład „Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?“, gdzie analizuje rolę mediów w transmisji strachu i obaw przed terroryzmem, zdającym się być zjawiskiem wszechogarniającym, powszechnym i nieuniknionym.

Warto też wspomnieć o pracach powstałych przy okazji wyjazdów zagranicznych Profesora – można tu wymienić pozycję „Paryż i paryżanie” oraz „Historię i współczesność Korei: od pustelniczego królestwa do azjatyckiego tygrysa”. W książkach tych Tomasz Goban-Klas, z charakterystycznym dla siebie zmysłem krytycznej obserwacji, ukazuje zastaną rzeczywistość, przybliżając ją czytelnikom.

## *Bibliografia*

- J. David Bolter (1990): Człowiek Turinga: kultura Zachodu w wieku komputera, Warszawa.
- T. Goban-Klas (2005): Cywilizacja medialna, Warszawa.
- T. Goban-Klas (1999): Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Kraków (wyd. 2. Warszawa 2004).
- T. Goban-Klas (2009): Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?, Kraków.
- T. Goban-Klas (2011): Wartki nurt mediów, Kraków.
- T. Goban-Klas (2001): Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł sakralnych do multimedialności, Kraków.
- P. Levinson (2010): Nowe nowe media, Kraków.

## LEKSYKON DZIENNIKARZY REGIONU KIELECKO- -RADOMSKIEGO

Jolanta Kępa-Mętrak – USTAWICZNIE CZUJNI... O DZIENNIKARZACH REGIONU KIELECKO-RADOMSKIEGO (I NIE TYLKO), Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2012. S. 292.

Prowadzenie badań naukowych – zwłaszcza empirycznych – w środowisku dziennikarskim i na temat zawodu dziennikarskiego chyba nigdy nie było łatwe, skoro w literaturze przedmiotu jest niewiele takich opracowań. Miałem zresztą okazję przekonać się o tym osobiście, prowadząc – najpierw pod koniec lat 70. a potem w latach 80. – badania ankietowe nad losami absolwentów stacjonarnych podyplomowych studiów dziennikarskich na Uniwersytecie Warszawskim. Bardzo trudne okazało się zarówno dotarcie do wielu z nich – nawet do tych, którzy podjęli pracę w środkach masowego przekazu – jak i nakłonienie do wzięcia udziału w badaniach, nie mówiąc już o odpowiedzialnym traktowaniu przesłanego kwestionariusza ankiety, udzielaniu rzeczowych i wyczerpujących odpowiedzi. Z wielu szczerych rozmów przeprowadzonych przy tej okazji wywnioskowałem, że dziennikarze są w większości ludźmi (grupą zawodową) niechętnie odnoszącymi się do badań na swój temat i nieskorymi do brania w nich udziału.

Dlatego rozumiem bezradność autorki książki, która skarży się, że i na jej prośby „nie wszyscy zechcieli odpowiedzieć” i że

„nie pomogły wielokrotne kontakty e-mailowe, telefoniczne, osobiste prośby; część osób zignorowała je, a zdarzyło się nawet, że jedna z byłych dziennikarek kieleckich, na prośbę o uzupełnienie przesłanego jej biogramu, zareagowała oburzeniem i stanowczą odmową zamieszczenia jej danych w publikacji; nie udało się także uzyskać żadnych informacji z reaktywowanego w 1990 roku Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich [...], a jego prezes nie zgodził się na żadną formę współpracy”.

Odnoszę zresztą wrażenie, że po roku 1990 – choćby w związku z pogarszającymi się warunkami pracy w zawodzie dziennikarskim, zwłaszcza zaś brakiem zawodowej stabilizacji wielu dziennikarzy, a w konsekwencji również wewnętrznej dezintegracji tego środowiska – przeprowadzenie badań ankietowych stało się jeszcze trudniejsze, jeśli w ogóle możliwe. Nawiasem mówiąc, od dziesięcioleci takich badań ogólnopolskich, zrealizowanych na próbie reprezentatywnej, nie ma. Jaka zresztą mogłaby być wiarygodność uzyskanych wyników, choćby w odniesieniu do – założmy dla przykładu – oceny „filozofii” uprawiania zawodu dziennikarskiego i który z respondentów odważyłby się napisać w ankiecie to, co powiedziała choćby red. Beata Tadla o swej pracy w TVN (ale dopiero wtedy, gdy odeszła z tej stacji); cytuję z pamięci: „[...] kiedy kilka lat temu przyszedłam do TVN, usłyszałam, że mam być ostra i agresywna i przegryzać aorty, bo takie jest współczesne dziennikarstwo”.

W tym kontekście można się zastanawiać, co (jakie problemy) i kogo (jakich badaczy) autorka ma na myśli, gdy we wstępie – oceniając stan badań nad zawodem i środowiskiem dziennikarskim w Polsce, zwłaszcza

w okresie PRL – stwierdza m.in., że „podejmowanych jest coraz więcej prób rzetelnej, opartej na materiałach źródłowych, wieloaspektowej analizy działalności medialnej”. Wypada dodać, że swoją książkę traktuje jako „jedną z nich”.

Prezentując jej główny cel, stwierdza, że w ten sposób „próbuje wypełnić lukę w dotychczasowej wiedzy o dziennikarzach, przedstawiając życiorysy kilkuset z nich, związanych w różnych latach drugiej połowy wieku XX, choćby przejściowo, z mediami regionu kielecko-radomskiego” i że „ukazując ich dokonania, autorka pragnie wykazać wagę dorobku tego środowiska dla rozwoju mediów, literatury, kultury, życia społecznego i politycznego zarówno w skali regionalnej, jak też ogólnokrajowej”.

Trzeba przyznać, że jest to zadanie określone bardzo odważnie i ambitnie, ale właściwie „w ciemno”, ponieważ nigdzie nie podano jakichkolwiek kryteriów, wedle których można by próbować tę „wagę” określić. Co więcej, nawet obecne w tytule książki pojęcie „region kielecko-radomski” jest przez autorkę pojmowane – jak sama pisze – „tylko symbolicznie”, ponieważ „dziennikarze przechodzili [...] z jednej redakcji do drugiej, przybywali do Kielc czy Radomia z różnych ośrodków, czasem tu się zatrzymywali na dłużej, czasem stąd jechali dalej, głównie do Warszawy, Krakowa, ale też Szczecina, Koszalina, Bydgoszczy, Wrocławia, Zielonej Góry, Lublina, a nawet Białegostoku. Wielu było takich, którzy w Kielcach czy Radomiu rozpoczynali życie zawodowe, po czym szukali zajęcia w innych, większych ośrodkach. Tym samym, mówiąc o twórcach kieleckich czy radomskich mediów, mówi się o dziennikarzach pracujących niemal w całym kraju”. Sądzę, że takie podejście jest – z metodologicznego punktu widzenia – co najmniej dyskusyjne. W ten sposób bowiem każdy żurnalista, który choćby na krótko związany był z mediami kieleckimi i/ lub radomskimi – powinien być w tej publi-

kacji uwzględniony. Równie dyskusyjna jest opinia autorki, iż „książka ma zatem charakter ponadregionalny, mimo że w podtytule zwrócono uwagę przede wszystkim na region kielecko-radomski”.

Na strukturę pracy J. Kępy-Mętrak składają się dwie części, mające – mimo iż obie dotyczą środowiska dziennikarskiego – zupełnie różny charakter. Pierwsza (pt. „O twórcach, rzemieślnikach, zesłańcach i wybrańcach...”) – określona przez autorkę jako „próba syntezy ukazującej dziennikarzy jako zbiorowość” – jest niezbyt obszerną charakterystyką kielecko-radomskiego środowiska dziennikarskiego, przygotowaną przede wszystkim wedle kryterium chronologicznego. W kolejnych podrozdziałach, mających sugestywne tytuły (m.in. „Nowy model prasy”, „Na lokalnym rynku”, „Zgodnie z polityką”, „Redaktorzy na zlecenie”, „Reporter na scenie”, „Polityczny zawód twórczy”, „Apogeum rozwoju”, „Impas”, „Pomysły na przetrwanie”, „To już historia” itd.), autorka przedstawiła bardzo złożony proces kształtowania się kielecko-radomskiego środowiska dziennikarskiego oraz sytuację i losy zespołów redakcyjnych ważniejszych mediów regionalnych (prasy, radia i telewizji) w poszczególnych dekadach XX wieku.

Problemy te zostały jednak „oplecione” – w moim przekonaniu niepotrzebnie – rozważaniami o charakterze ogólniejszym, w tym m.in. o kształtowaniu się systemu medialnego i problemach środowiska dziennikarskiego w skali całego kraju. Dla przykładu: w podrozdziale „Nowy model prasy” przedstawione są wyłącznie wybrane kwestie związane z bieżącą działalnością powojennego Związku Zawodowego Dziennikarzy RP (zlikwidowanego w 1951 r. – poprzez połączenie go ze Związkiem Zawodowym Pracowników Przemysłu Poligraficznego i utworzenie Związku Zawodowego Pracowników Przemysłu Poligraficznego, Prasy i Wydawnictw). Nie twierdę bynajmniej, że są one całkowicie zbęd-

ne z punktu widzenia tematu, profilu i celu omawianej książki, ale uważam, że nie ma potrzeby przedstawiać ich ani tak szczegółowo, ani tak obszernie, czyli w formie osobnego podrozdziału. W konsekwencji bowiem mniej zorientowany czytelnik może się czuć co najmniej zdezorientowany i zagubiony, zadając pytanie, jak te rozważania mają się do tematu książki. Niestety, takich „przerwywników” i fragmentów „obok” tematu jest w tej części książki więcej, co negatywnie wpływa na przejrzystość jej struktury, a także na płynność odautorskiej narracji. Można by nawet uznać, że autorka nie zawsze panuje nad tematem.

W pierwszej części książki są też obszernie fragmenty, których treść budzi wątpliwości metodologiczne i podważa naukowo-poznawczą wartość całej publikacji. Chodzi m.in. o podrozdział „Apogeum rozwoju”, w którym została omówiona sytuacja kielecko-radomskiego środowiska dziennikarskiego w latach 70., określonych przez autorkę jako „szczególnie ważne”, ponieważ w tym okresie „rozrosło się ono liczebnie” (było to już ponad 100 osób), przy czym większość stanowili rodowici kielczanie i/lub mieszkańcy regionu, w tym również – na co słusznie zwraca szczególną uwagę – przedstawiciele drugiego pokolenia dziennikarzy („Nowym zjawiskiem było pojawianie się wśród dziennikarzy kieleckich nazwisk znanych już w nim wcześniej. Było to drugie pokolenie dziennikarskie, młodzi ludzie wchodzący do zawodu, którzy zdecydowali się na kontynuację ‘rodzinnej’ profesji”).

Ocena ówczesnej sytuacji kadrowej jest jednak ambiwalentna, a nawet wewnętrznie sprzeczna. Autorka twierdzi bowiem najpierw, że „kieleckie środowisko dziennikarskie staowało się coraz bardziej takim, na jakie wskazuje sama nazwa. Tworzyli je ludzie znający specyfikę miasta i regionu, jego tradycje, żyjący jego problemami. Przyjęto do pracy wielu młodych, **mających najwyższe kwalifikacje** [podkr. moje – W.S.]. Zapowiadało to

stabilizację, jakiej brakowało w poprzednich latach”. Jednak pod koniec tego podrozdziału – powołując się na opinie nieokreślonych bliżej „starszych kolegów” – twierdzi zupełnie co innego: „Ogólna ocena młodych adeptów dziennikarstwa nie wypadła korzystnie. Starsi zarzucali im brak elementarnej wiedzy o polityce, gospodarce, życiu społecznym, ‘poważne kłopoty z ortografią z zakresu szkoły podstawowej’, brak rzetelności w opisie faktów, nonszalancję, niefrasobliwość, tupet w formułowaniu pytań podczas rozmów z informatorami, nadmierną pewność siebie, brak skromności i pracowitości, wygodnictwo”. Kończąc ocenę zawartości pierwszej części omawianej książki, można więc powiedzieć, że o ile sam pomysł przedstawienia rozmaitych problemów regionalnego środowiska zawodowego zasługuje na aprobatę, o tyle sposób jego realizacji budzi wątpliwości, zarówno merytoryczne, jak i metodologiczne.

Drugą, znacznie obszerniejszą część książki (pt. „Dziennikarskie życiorysy”), stanowiącą w opinii autorki „trzon publikacji”, tworzą biogramy dziennikarzy pracujących w kielecko-radomskich mediach, „parających się tym zawodem przez blisko 50 lat”. Nawiasem mówiąc, nie ma jednak informacji, ile tych biogramów w sumie jest.

I właśnie o treść oraz sposób sporządzenia tych biogramów głównie mi chodzi, mimo iż autorka książki przyznaje, że „ma świadomość, że nie zaspokoi oczekiwań wszystkich Czytelników, że czasem pojawić się może rozczarowanie albo przynajmniej niedosyt informacji”. Niektóre z nich są wręcz „śladowe” i właściwie na miano biogramu nie zasługują. Cóż to bowiem za biogram, jeśli zawiera jedynie imię i nazwisko danej dziennikarki/dziennikarza oraz ogólne dane na temat miejsca i czasu pracy; dla przykładu: o Czesławie Anyst napisano tylko, że była dziennikarką *Słowa Ludu* w roku 1951, zaś o Tadeuszu Czaplarskim – że pracował w radomskim *Głosie Spółdzielczości Wiejskiej* w roku 1959, z kolei Teresa Dziarmaga to dziennikarz *Słowa Ludu* w 1952 r. a Irena Podsiadło – w 1951 r. Przykładów takich „biogramów” można wskazać więcej.

Mogę przyjąć tłumaczenie autorki książki, że trudno było zgromadzić informacje o dziennikarzach pracujących w latach 50. czy 60., ale jeśli – podają dla przykładu – o Tomaszu Głębockim napisano jedynie, że to dziennikarz *Echa Dnia* i *Gazety Koneckiej* to trudno mi uwierzyć, że brak o nim choćby podstawowych informacji biograficznych i zawodowych, zwłaszcza że wiele z nich można znaleźć w Internecie. Nietrudno też było dotrzeć bezpośrednio do niego, skoro wiadomo, że był redaktorem naczelnym *Gazety Koneckiej*, o czym informuje m.in. wydany w 2009 r. katalog wystawy świętokrzyskiej prasy lokalnej ze zbiorów Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej (pt. „Prasa samorządowa województwa świętokrzyskiego”, Kielce 2009), do którego obszerny artykuł wstępny (pt. „Świętokrzyska prasa lokalna po 1989 r.”) napisała właśnie autorka omawianej książki. Jeśli natomiast sam zainteresowany odmówił podania jakichkolwiek danych o sobie, wtedy – moim zdaniem – powinno to być odnotowane w jego biografii.

Zupełnie inne wątpliwości dotyczą biografów takich dziennikarzy, którzy w trakcie swojej pracy zawodowej tylko na krótko „zaistnieli” w którejs z kieleckich czy radomskich redakcji. Jednym z nich był np. żyjący w latach 1919–2000 Mieczysław Róg-Swiostek – wieloletni redaktor naczelny m.in. tygodnika *Chłopska Droga* i jednocześnie działacz partyjny szczebla centralnego, poseł na Sejm PRL i znany działacz państwowy. Z jego niemal dwustronicowego biogramu wynika, że był redaktorem naczelnym kieleckiego dziennika *Słowo Ludu* od maja 1957 r. do kwietnia 1958 r. i że sam nie przywiązywał uwagi do tego „epizodu” w bogatej karierze dziennikarskiej, zaledwie o nim wspominając we własnych relacjach i wspomnieniach. W związku z tym mam ogromne wątpliwości, czy faktycznie powinien się znaleźć w omawianej książce, a jeśli już, to czy z tak zredagowanym biogramem.

Książka J. Mętrak-Kępy nie jest pierwszą publikacją z zakresu biografistyki dziennikarskiej. Spośród wydanych wcześniej warto wymienić m.in. książkę E. Ciborskiej („Leksykon polskiego dziennikarstwa”, Warszawa

2000) czy J. Długosza („Słownik dziennikarzy regionu kujawsko-pomorskiego”, Bydgoszcz 1988) i wiele mniejszych opracowań. Można więc (chyba?) uznać, że biografistyka dziennikarska to już osobna dziedzina badań we współczesnym medioznawstwie. I dlatego czas najwyższy podjąć dyskusję nad jej zakresem, możliwymi do wykorzystania metodami badawczymi itd. Nie ulega wątpliwości, że omawiana pozycja jako całość i rozmaite zastrzeżenia, które budzi, mogą być początkiem takiej dyskusji.

Wiesław Sonczyk

## PŁEĆ I RODZINA W PERSPEKTYWIE MEDIALNEJ

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz (red.):  
MEDIALNY OBRAZ RODZINY I PŁCI,  
Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2012.  
S. 214.

W procesie kształtowania tożsamości najistotniejsze znaczenie ma zdefiniowanie siebie poprzez pryzmat przynależności do określonej płci i do określonej rodziny. Współcześnie te zabiegi autodefinicyjne przebiegają pod dominującym wpływem mediów, które stają się źródłem identyfikacji wytwarzanych na niespotykaną dotąd skalę. Media występują tu w podwójnej roli: odzwierciedlenia i kreowania rzeczywistości. Przybliżenia tego procesu podjęli się autorzy recenzowanej publikacji, która składa się z dziesięciu tekstów napisanych z perspektywy medio- i językoznawczej, filozoficznej oraz politologicznej.

Tło teoretyczne dla dalszych rozważań wieloaspektowe, w sposób przejrzysty i uporządkowany, przedstawia Jan Szmyd w tekście „Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie”. Odwołując się do poglądów Krzysztofa Teodora Toeplitza, Neila Postmana czy Byro-



na Reerversa i Clifforda Nassa, autor wystawia mediom jako narzędziom przedstawiania rzeczywistości niezbyt pochlebną ocenę, wskazując wszystkie ich „grzechy główne”. Szczególnie interesujące są rozważania dotyczące poznawczej orientacji człowieka w świecie, która za sprawą rozwoju mediów masowych zmienia się w sposób, który ma znamiona „przełomu kopernikańskiego”. W rezultacie stwierdza, że współczesne teorie mediów potrzebują „znaczącego i istotnego uzupełnienia, a niekiedy rewizji wymagają nawet klasyczne teorie poznania sformułowane przed epoką mediów”, na których te medioznawcze się opierają. Ponadto autor przedstawia wiele inspirujących ścieżek badawczych, po których powinny podążać współczesne nauki o komunikowaniu.

Pozostałe teksty odnoszą się szczegółowo do sposobów przedstawiania płci i rodziny przez media oraz skutków, jakie to za sobą pociąga, choć ta druga kwestia jest zdecydowanie niejednoznaczna i trudna do zbadania.

Redaktor tomu – Katarzyna Pokorna-Ignatowicz – rozlicza w swoim tekście media publiczne z realizacji misji prorodzinnej („O prorodzinnej misji TVP uwag kilka, czyli telenowele a kapitał społeczny”). Autorka omawia istotne fakty z historii telenowel w polskiej telewizji, zwracając uwagę na znaczenie tychże w kształtowaniu postaw i opinii. Podkreśla, że w telewizji publicznej telenowele przedstawiają rodzinę zgodnie z tradycyjnymi jej wzorami, a więc patriarchalnie, religijnie, poruszając problematykę wzajemnie wspierających się pokoleń – ale jednocześnie rodzinę zamkniętą na „obcych”. W telenowelowych historiach rodzinnych propagowane są wprawdzie postawy propagacyjne: akceptacja dla choroby i niepełnosprawności, zgoda na pobranie narządów w wypadku śmierci, badanie piersi itd. – ale jednocześnie omawiane seriale wpisują się w „próżnię socjologiczną”. Ma w nich miejsce opisany już wcześniej przez Stefana Nowaka zanik identyfikacji ze strukturami średniego szczebla, znajdującymi się między rodziną i przyjaciółmi a narodem. W obrębie tych struktur buduje się kapitał społeczny i dlatego ich rozwój powinien być propago-

wany także w telenowelach, które są ważnym nośnikiem norm i wartości.

Kolejne teksty poświęcone sposobom medialnej prezentacji rodziny przenoszą czytelnika w realia odmienne kulturowo, jak np.: Elżbiety Wiącek – „Reprezentacje rodziny w nowym kinie tureckim – między tradycyjną obyczajowością a (po)nowoczesnością”, Pauliny Popiół-Wojciechowskiej – „Sposób przedstawiania rodziny w publikacjach świadków Jehowy”, Anety Kliszcz – „Rodzina w sadze Stephenie Meyer i cyklu «Sookie Stackhouse» Charlainie Harris”. Ich lektura pobudza refleksję, czy słusznie przyjmuje się za oczywistość, iż tekst ostatni (o fantastyce) opisuje nieprawdę a dwa pierwsze prawdę o rodzinie (na problem zwracał już uwagę Jan Szmyd). Bez względu na to, czy obraz medialny odnosi się do realiów polskich czy tureckich, czy dotyczy rodzin jehowickich czy katolickich, a nawet wymyślanego świata wampirów – odnaleźć tam można podobne tematy, problemy i rozterki. Elżbieta Wiącek więcej niż inni autorzy uwagi poświęca kondycji współczesnego mężczyzny, który konfrontuje się z przemianami w obrębie istniejących wzorów męskości, np. przechodząc ze społeczeństwa tradycyjnego, symbolizowanego przez prowincję, do ponowoczesnego, uosobianego przez bezdušną, wielkomięjską aglomerację.

W kolejnych pracach autorzy zwracają uwagę na problemy kobiet. Joanna Konopka w tekście „Wizerunek płci na łamach wybranych czasopism młodzieżowych” pokazuje, że katolicka prasa młodzieżowa (*Nasza Droga*) propaguje tradycyjny model kobiecości, a czasopisma komercyjne (*Bravo* i *Bravo-Girl!*) proponują młodym dziewczynom emancypację rozumianą jako koncentrację na sferze przyjemności, rozrywki i atrakcyjności fizycznej.

Nic więc dziwnego, że w dorosłym życiu „kobietom bardzo trudno się samookreślić, bo nie do końca wiedzą, w jakim kierunku zmierza ich popękana, rozmyta tożsamość. Zamiast o równouprawnieniu obecnie należałoby mówić o ujednoczeniu” – pisze Karolina Albińska w pracy: „Kobiecość w postmodernistycznym lustrze «Teatru wyobraźni» na

przykładzie słuchowiska Joanny Owsianko «Tiramisu»». Zajmuje się kwestią obecnego upodabniania się kobiety do mężczyzn pod względem pewności siebie, gotowości do podejmowania inicjatywy, poszukiwania mocnych wrażeń, skłonności do podbojów erotycznych, czerpania satysfakcji z konsumpcji. Sugeruje jednak, że ta „męska” postawa to maska, za którą kryją się tęsknoty kobiet za tradycyjnymi wartościami i wiara w „idylliczną wizję spokojnego życia na łonie rodziny, u boku ukochanego mężczyzny”.

Podobne rozdarcie w obrębie współczesnej kobiecości relacjonuje Karolina Golemo, analizując zjawisko *velinismo* – w pracy „*Veline*», «*vallette*», «*letterine*»... . Kobiecość «ozdobna» we włoskich programach telewizyjnych”. Z jednej strony obraz kobiet we włoskich mediach sprowadza je do roli przedmiotu pożądania, ozdobnika i uprzyjemniania czasu, jednak z drugiej – w życiu codziennym funkcjonują tradycyjne wzorce. Badania medialnego wizerunku kobiet w różnych krajach Europy, na które powołuje się autorka, ukazują, że we Włoszech jedynie w 15,7% programów kobieta była pokazywana z uznaniem i szacunkiem dla jej umiejętności zawodowych, talentów i zdolności interpersonalnych. A wszystko to w kraju o bogatych tradycjach włoskiego feminizmu. Mimo że we Włoszech toczy się dyskusja o sposobie przedstawiania kobiet w mediach, a jej owocami były między innymi zakrojone na szeroką skalę manifestacje przeciwko stereotypom obecnym w mediach i życiu publicznym, tysiące młodych Włosek – ze zdziwieniem konstatuje badaczka – marzy o karierze *veliny*.

Dwa teksty poświęcono homoseksualizmowi. Dariusz Baran w artykule „Nowoczesna rodzina we współczesnym dyskursie kulturowym – na przykładzie amerykańskich seriali” przedstawia homoseksualnych bohaterów w takich produkcjach, jak: „Nowoczesna rodzina”, „Sześć stóp pod ziemią”, „Bracia i siostry”, „Gotowe na wszystko” i „Rodzina Soprano”. Analizuje wątki dotyczące funkcjonowania osób o orientacji homoseksualnej w rodzinie. Budowanie wzajemnych relacji, postawa wobec dokonywanych wyborów życiowych zostały tu przedstawione w sposób

pozytywny, co niewątpliwie przyczynia się do przełamywania negatywnych stereotypów dotyczących gejów oraz tabu, ale jednocześnie do medialnego upowszechniania fałszywego obrazu homoseksualistów i ich związków.

Radykalnie odmienne podejście do kwestii homoseksualizmu mają autorzy publikujący na łamach *Naszego Dziennika*. Igor Borkowski – autor artykułu „Związki homoseksualne i kształtowanie ich obrazu w polskiej prasie katolickiej na przykładzie *Naszego Dziennika*” – rekonstruuje „strategie perswazyjne”, stosowane w kreowaniu negatywnego wizerunku gejów i lesbijek na łamach tego katolickiego pisma. Strategie te, po głębszej analizie, można wręcz określić jako działania typowo propagandowe i manipulacyjne. Należą do nich między innymi: unikanie używania w opisie związków osób homoseksualnych leksyki obsługującej sferę małżeństwa i rodziny, określanie tych związków mianem układu rozumianego jako wątpliwa etycznie ugoda. Inną strategią jest brak przedstawienia jakiegokolwiek argumentacji drugiej strony, budowanie w odbiorcy przekonania o nienaturalności związków homoseksualnych i sugerowanie, że związki takie dawniej nie istniały a i obecnie są niezwykle rzadkie; że mają nietrawny charakter. Pojawia się depersonalizacja i odczłowieczanie gejów oraz lesbijek połączone z przedstawianiem ich jako zagrożenia dla młodych pokoleń, a w rezultacie dla całej cywilizacji.

Lektura tej publikacji pobudza do refleksji o charakterze ogólnym. Książka próbuje odpowiedzieć na pytanie: jak świat realny i przedstawiony w mediach koegzystują, przenikają się i oddziałują na siebie wzajemnie. Jednocześnie jest dobrym źródłem wiedzy i inspiracji do przemyśleń o kwestiach płci, tożsamości ludzi, współczesnej rodziny i jej problemów. Można ją polecić specjalistom i adeptom wiedzy z zakresu medioznawstwa, politologii, kulturoznawstwa i socjologii, ale także tym wszystkim, którzy pragną lepiej zrozumieć siebie i otaczającą ich rzeczywistość współczesnego, ponowoczesnego świata.

Joanna P. Bierówka

STULECIE PRZED STU LATY

Krzysztof Stępnik: *SETNA ROCZNICA URODZIN JÓZEFA IGNACEGO KRASZEWSKIEGO W PRASIE WARSZAWSKIEJ*. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012, S. 140.

Sto lat temu, w roku 1912, uroczyste obchodzone stulecie urodzin Józefa Ignacego Kraszewskiego. Jubileusz zaowocował wówczas m.in. falą piśmiennictwa okolicznościowego, poświęconego zarówno biografii, jak i twórczości pisarza i publicysty. Obchody te wówczas i dziś wpisują się w zakorzenioną głęboko w polskiej tradycji tzw. kulturę pamięci.

Krzysztof Stępnik postanowił zebrać i przeanalizować teksty, którymi warszawskie dzienniki i czasopisma przypominały wówczas postać i dzieła Kraszewskiego. Szczególnie zainteresowała autora formuła numerów specjalnych czasopism, wydanych z okazji jubileuszu. Jak wskazał we wstępie, teksty rozpatrzone zostały „w szerokich kontekstach piśmiennictwa okolicznościowego, podnoszącego wątki biograficzne wespół z aspektową bądź syntetyczną oceną elementów twórczości Kraszewskiego oraz pełnionych przezeń ról społecznych. W tę ocenę przenikają znaki czasu, takie choćby jak demokratyzowanie się kultury, przesłanie się modernizmu, powrodozenie nacjonalizmu i gwałtowny rozwój prasy” (s. 9).

Do analizy wykorzystane zostały publikacje bardzo licznych czasopism, także tych, które próbowały przez przypomnienie Kraszewskiego rozgrywać bitwy polityczne, zawłaszczając pamięć pisarza dla swojej ideologii. Główny przedmiot analizy stanowią publikacje z *Tygodnika Ilustrowanego*, *Kroniki Rodzinnej*, *Biesiady Literackiej*, *Bluszczu*, *Ogniska*, *Wisły*, *Tygodnika Polskiego*, *Wsi Ilustrowanej*, *Ziarna*, *Świata*, *Złotego Rogu*, *Ziemii*, *Steru*, *Drużyny*, *Tygodnika Mód i Powieści*, *Nowej Gazety*, *Biblioteki Warszaw-*

*skiej*, *Sfinksa*, *Kuriera Warszawskiego* i *Gazety Warszawskiej*. Widać nie tylko, że autor zebrał obszerną reprezentację publicystyki tego czasu, ale i to, że ówczesny czytelnik miał w czym wybierać!

W mnogości tych publikacji ujawnił się pewien paradoks: z jednej strony opinie wskazujące, że Kraszewskiego już się nie czyta, że należy do przeszłości literackiej – z drugiej – wręcz lawina publikacji prasowych, wykorzystujących, ale i podtrzymujących ową kulturę pamięci. *Można powiedzieć* – konkluduje Stępnik – „że pisarz w roku 1912 miał świetną prasę, ale nie brało się to tylko z rachuby inteligentnych redaktorów rywalizujących z sobą na rynku wydawnictw ciągłych. Wydaje się, że w tym wszystkim był jakiś niezwykle zbieg okoliczności, który zaowocował zogniskowaniem uwagi nad nieczytanym, jak utrzymywano, Kraszewskim” (s. 132).

Ten zbieg okoliczności to oczywiście nie „czysty przypadek”, a zebranie wielu czynników społecznych i politycznych tego czasu. Pisarz nadawał się świetnie do „zagospodarowania» a nawet zawłaszczenia politycznego” (s. 132).

Autor zwraca też uwagę na swoistość piśmiennictwa okolicznościowego w prasie, służącego często reinterpretacjom i przykładaniu współczesnych wartości do dzieł i dokonań przeszłych. „Piśmiennictwo okolicznościowe [...] pokazuje nam przemijalność kryteriów i pojęć, i wskazuje na tę prawdę, że interpretacja historycznoliteracka nie jest abstrakcyjna, i że jej produkt zawsze nacechowany będzie znakiem czasu, w którym powstał” (s. 133). Warto pokusić się zatem o porównanie, jak pisano o Kraszewskim w roku 1912, a jak w kolejną „okragłą” rocznicę – w roku 2012.

Książkę uzupełniają nostalgiczny dodatek ilustracyjny: reprodukcje ilustracji prasowych z 1912 roku oraz ilustracji z wcześniejszej, bo wydanej w 1880 roku „Książki jubileuszowej dla uczczenia pięćdziesięcioletniej działalności literackiej J.I. Kraszewskiego”.

ajc

## III Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Niewygodne dla władzy: ograniczanie wolności słowa na ziemiach polskich od wieku XIX do czasów współczesnych”

Toruń, 8–9 listopada 2012 roku

Już po raz trzeci Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu zorganizował konferencję, poświęconą dziejom cenzury. III Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Niewygodne dla władzy: ograniczanie wolności słowa na ziemiach polskich od wieku XIX do czasów współczesnych” odbyła się w dniach 8–9 listopada 2012 r. w Collegium Humanisticum UMK w Toruniu i zgromadziła badaczy z całej Polski. Najliczniej reprezentowane – obok Uniwersytetu Mikołaja Kopernika – były Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie oraz Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Tematyka przeszło trzydziestu referatów przedstawionych w ramach obrad plenarnych i w sekcjach była bardzo zróżnicowana, od prób syntezy zagadnień cenzury treści w wybranych obszarach (przykładem referat Grażyny Wrony i Grzegorza Niecia (UP) „Walka z lekturą zakazaną: Bibliologiczne spojrzenie na dyskusje wokół książki «zakazanej» i jej wpływu na dzieci i młodzież w dwudziestolecie międzywojennym” czy dr Doroty Degen (UMK): „Polityka wydawnicza w sferze nauki w Polsce w latach 1945–1956. Ograniczenia prawne i administracyjne”), poprzez analizy stanowiska cenzury wobec tytułów prasowych, wydawców lub autorów z różnych epok (np. Andrzej Kaleta (UJK): „Stanowisko władz kościelnych wobec ruchu ludowego w Galicji na przykładzie działalności społecznej i wydawniczej księdza Stanisława Stojalowskiego”), po zagadnienia rzadko poruszane, jak np. cenzura

w dziedzinie kartografii (Beata Konopska z Instytutu Geodezji i Kartografii w Warszawie: „Niewygodne dla władzy słowa na mapach na przykładzie publikacji kartograficznych wydawanych w okresie PRL”).

Przekrój czasowy poruszanych tematów również był znaczny – zgodnie z ramami zakreślonymi w nazwie konferencji obejmując czasy od wieku XIX, a nawet sięgając końca XVIII wieku (Jolanta Kowal (UR): „Cenzura prewencyjna na Litwie w epoce porozbiorowej 1794–1826”), po dotkliwe problemy aktualne, ukazane w referacie Jolanty Dzierżyńskiej-Mielczarek (UJK): „Ekonomiczne ograniczenia wolności mediów lokalnych”.

Wiek XIX i przełom wieków XIX i XX były przedstawiane w licznych referatach, co należy podkreślić jako rzecz cenną dla pełni poruszanej tematyki. Tadeusz Póchłopek (UR) przedstawił „Wpływ cenzury na recepcję twórczości Leszka Dunina-Borkowskiego”. Okres powstania styczniowego pojawił się w otwierającym obrady plenarne referacie Henryka Bałabucha (UMCS): „Równość? Jedność? Niepodległość? A wolność słowa w powstaniu styczniowym – próba konceptualizacji”. Dorota Schreiber-Kurpiers z Politechniki Opolskiej przedstawiła „Druki obsceniczne na Śląsku w XIX wieku”. Grażyna Gzella (UMK) omówiła „Procesy prasowe zapomnianych gazet pomorskich z lat 1910–1915”, Monika Opiola-Cegiełka (UKW): „Niewygodne dla pruskiej władzy. Życie kulturalne w Bydgoszczy w II połowie XIX i początku XX wieku”, a Kamil Śmiechowski (UŁ): „Zrywy i represje. Rola cenzury

i władz carskich w dziejach prasy łódzkiej do roku 1914”.

Stosunkowo niewiele referatów odnosiło się do działalności cenzury w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Obok wspomnianej już wcześniej „Walki z lekturą zakazaną...” dla dzieci i młodzieży, zaprezentowanej przez krakowskich badaczy, Jacek Gzella (UMK) omówił „Wprowadzenie cenzury prewencyjnej w 1920 roku w Wielkopolsce w świetle archiwaliów Archiwum Państwowego w Poznaniu”, Adam Ruta (UP): „Jednodiówki w systemie krakowskiej cenzury w latach 1923–1939”, a Agnieszka Cieślakowa (UJ) przeszła od zagadnienia kontroli prasy w dwudziestolecu międzywojennym do okresu PRL, przedstawiając starcia z cenzurą jednego tytułu – *Czarno na białym* w dwóch systemach: w latach 30. i latach 50. w referacie „*Czarno na białym* i dwie cenzury”.

Największa liczba wystąpień dotyczyła funkcjonowania cenzury w okresie 1945–1989. Prócz wymienionego na początku referatu Doroty Degen o ograniczeniach wolności słowa w okresie powojennym mówili: Aleksandra Bagieńska-Masiota (WSN-HiD w Poznaniu), przedstawiając: „Zarys obowiązków uregulowań prawnych oraz funkcjonowania instytucji cenzury w PRL: w latach 1944–1981”; Andrzej Dróżdż (UP), opisując „Walkę o przetrwanie krakowskich wypożyczalni dochodowych w okresie polskiego stalinizmu i wczesnego Gomułki”; Michał Rogoż (UP), wygłaszając referat: „Przekłady zagranicznej literatury dla dzieci i młodzieży w okowach polskiej cenzury. Ocena książek skierowanych do wydania w latach 1948–1956”. Marta Pękalska z Zakładu Narodowego im. Ossolińskich w wystąpieniu pt. „Użyć wszelkich środków, by książka się nie ukazała” zreferowała potyczki z cenzurą wrocławskiego wydawnictwa Zakład Narodowy im. Ossolińskich w latach 1945–1953. Ireneusz Bieniecki z Akademii Pedagogicznej w Słupsku przedstawił indoktrynację w wojsku („Formy oddziaływania i kształtowania poglądów wygodnych dla władzy w procesie szkolenia ideowo-politycznego i partyjnego na przykładzie jednostek ochraniających granicę morską PRL w latach 1965–1991”), zaś

Barbara Centek (UMK) omówiła czasopisma studenckie Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego („«Niech tam sobie piszą». Działalność wydawnicza Samorządu Studenckiego KUL w ostatniej dekadzie PRL”). Również schyłku PRL dotyczył referat Katarzyny Tałuc (UŚ), która zaprezentowała mechanizmy stosowane przez organy PZPR w sterowaniu działalnością instytucji kultury („Polityka kulturalna wojewódzkich organów PZPR w latach 1976–1990 na przykładzie instytucji życia kulturalnego województwa katowickiego”).

Okres PRL przyciągnął również uwagę grupy najmłodszych badaczy, którzy ukazali zróżnicowane aspekty funkcjonowania ograniczeń wolności słowa. Magdalena Żmijkowska (UWM) omówiła „Problematykę historyczną na łamach *Panoramy Północy*”, Karolina Bittner (UAM) „Politykę kulturalną PZPR wobec piosenki”, Agnieszka Kloc (UMCS) „Cenzurę wobec tematu Armii Krajowej w literaturze pięknej w okresie 1956–1958” a Renata Nolbrzak (UŁ) „Wpływ powstania drugiego obiegu wydawniczego na kondycję literatury polskiej w latach 70. i 80. XX wieku”.

Ciekawy aspekt ograniczeń wolności wypowiedzi pojawił się w referacie Mileny Śliwińskiej (UMK) „Pisarz pisarzowi cenzorem”. Referat dotyczył łamania przez niektórych twórców uchwały Związku Pisarzy Polskich na Obczyźnie z 1947 r., dotyczącej nieogłaszania utworów w kraju i powstrzymania się od współpracy z instytucjami w Polsce.

Oryginalnością odznaczał się temat, poruszony przez Jarosława Centka (UMK), który pokazał polityczny dobór modeli do sklepania w wystąpieniu „(Auto)cenzura w czasopiśmie z dziedziny modelarstwa kartonowego przed 1989 rokiem”.

Ożywioną dyskusję wywołał referat dra hab. Piotra Nowaka (UAM) „Cenzura w PRL jako nieefektywna kopia radzieckiej hybrydy leninowsko-stalinowskiej”. Autor wskazał na wzorce osławionego Gławlita, wprowadzane w działalności cenzury w Polsce, ale i odstępstwa od wzorca, które poważnie zaciążyły na efektywności funkcjonowania cenzury PRL. Przewrotnie stwierdzenie referenta, iż dzia-

łałość cenzury w PRL przyczyniała się do promowania niektórych autorów lub tytułów, a interwencje cenzury wręcz „nobilitowały” w środowisku, dało impuls do dyskusji o zamierzonych i niezamierzonych skutkach cenzury oraz o jej „skuteczności” rozumianej jako ścisła współpraca instytucji powołanych do ograniczania wolności słowa z aparatem represji w państwie.

Nie zabrakło w czasie konferencji tematyki współczesnej, również wywołującej pewne emocje. Ograniczenia dotyczące wypowiedzi mediów lokalnych – temat wywołany przez Dzierżyńską-Mielczarek – były przedmiotem szerszej dyskusji. Współczesna problematyka pojawiła się również w wystąpieniu Jolanty Chwastyk-Kowalczyk (UJK) „Nie formatujmy świata według jednej doktryny”. Autorka poświęciła je niszowemu rynkowi czasopism o sztuce. Adam Jachimczyk (również z UJK) odniósł się do prac legislacyj-

nych, dotyczących „Rejestru Stron i Usług Niedozwolonych”, czyli problemu cenzury w polskim Internecie, zaś Edyta Lichomska (KUL) mówiła „O granicach wolności słowa w demokratycznej Polsce”, wskazując na przypadki ograniczenia swobody wypowiedzi we współczesnych mediach.

Szeroki zakres przedstawianych zagadnień pokazał, jak wielki wpływ na publikowane treści ma nie tylko cenzura instytucjonalna, ale różne formy zależności, a nawet koniunkturalizm autorów czy wydawców. Owocem konferencji będzie niewątpliwie publikacja referatów, a należy mieć nadzieję, że organizatorzy, którzy zebrali tyle ciekawych wystąpień w ramach tegorocznej, III edycji konferencji „Niewygodne dla władzy”, wkrótce pomyślą o przygotowaniu kolejnej.

*Agnieszka J. Cieślukowa*

## Seminarium „Media władzy czy media obywateli? Komunikacja i media w animacji lokalnych polityk publicznych”

Lublin, 29–30 listopada 2012 roku

29 i 30 listopada 2012 roku w Lublinie w ramach projektu „Decydujmy razem” odbyło się IX seminarium z cyklu „Teoria i praktyka animacji lokalnych polityk publicznych”, pod tytułem „Media władzy czy media obywateli? Komunikacja i media w animacji lokalnych polityk publicznych”, zorganizowane przez Centrum Badań Społeczności i Polityk Lokalnych oraz Wydział Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele środowisk akademickich, praktycy, reprezentanci samorządów i organizacji pozarządowych.

Podczas seminarium zastanawiano się przede wszystkim nad partycypacyjnym wymiarem relacji między władzą a obywatelami, ujmowanej z punktu widzenia mediów lokalnych. Dyskutowano, w jakim stopniu lokalne

media mogą pomóc w aktywizacji obywatelskiej i w animacji życia publicznego w społeczności lokalnej. Omawiano m.in. kontakty pomiędzy władzą lokalną a mediami w kontekście zarządzania informacją, interesowano się również funkcjonowaniem lubelskich mediów lokalnych oraz ich rolę w promocji regionu. Nie zabrakło także wątków związanych z lokalną partycypacją obywateli. Akcentowano, że podstawowym elementem partycypacji społecznej jest komunikacja, a mieszkańców trzeba uczyć, że są obywatelami. Dopiero wtedy można będzie mówić o prawdziwym udziale społeczeństwa w życiu kraju.

Dyskusję wzbudził także problem zależności mediów od władzy w komunikacji między władzą a obywatelami. Podczas obrad akcentowano szereg ograniczeń, z któ-

rymi spotykają się dziennikarze prasy lokalnej. Podkreślano, że głównymi funkcjami prasy lokalnej jest informowanie o bieżącej działalności władz oraz relacjonowanie życia poszczególnych wspólnot lokalnych. Najczęściej jednak prasa ta, często z powodów finansowych, jest zależna od władz i ze względu na różnego typu zależności, a także integrację wąskiego przecież środowiska dziennikarzy z politykami podlega wielu naciskom. W małych środowiskach, gdzie rynek jest niewielki, dziennikarze wołają się nie narażać, żeby zaprezentować swoje poglądy czy kształtować opinię publiczną. Niektórzy boją się, że jeśli krytycznie opisać działalność osoby, która ma odpowiednie wpływy w środowisku, to mogą ponieść poważne konsekwencje zawodowe, np. będą mieli problemy ze znalezieniem pracy. Dziennikarz gazet lokalnych jest więc skrepowany wieloma zależnościami od władzy samorządowej.

Bardzo ważnym czynnikiem ograniczającym swobodę dziennikarzy są reklamy. Bez nich nie ma mowy o utrzymaniu się na rynku medialnym. Reklamodawcami w małych miejscowościach są najczęściej władze samorządowe, których wobec tego nie należy krytykować. Zresztą również firmy prywatne często nie zlecają reklam gazecie, która nie cieszy się poparciem lokalnego samorządu. Większość wydawców prasy lokalnej uważa zatem, że konieczne jest utrzymywanie przynajmniej poprawnych stosunków z władzami samorządowymi.

Podczas obrad przedstawiono również przykłady inwestycji w serwisy internetowe, funkcjonujące najbliżej lokalnego odbiorcy. Podkreślano także, że poprawa sytuacji me-

diów lokalnych może nastąpić wtedy, gdy powstanie więcej małych i średnich firm, mogących wesprzeć finansowo niezależne tytuły. Akcentowano, że samorząd powinien wspierać prasę lokalną (np. finansując co jakiś czas specjalne dodatki, informujące, co się dzieje na terenie gminy), nie wymagając w zamian podległości, nie ograniczając wolności słowa. Prasa ma przecież obowiązek informować o wszystkim, co dotyczy interesu publicznego. Z drugiej strony konieczne jest zwrócenie uwagi na profesjonalizm dziennikarzy – systematyczne podwyższanie ich kompetencji powinno być standardem.

W ramach seminarium odbyto następujące dyskusje: „Władza lokalna a media w kontekście zarządzania informacją i promocji samorządów” (uczestniczyli Jolanta Kozak, Anna Machocka, Stanisław Michałowski); „Między władzą a obywatelem. Lubelska mapa mediów lokalnych” (Artur Mamcarz-Plisiecki, Lidia Pokrzycka, Mariusz Trubalski); „Media lokalne i *public relations* z perspektywy promocji regionu” (Beata Górka, Philipp Zalewski, Tomasz Żmudzki); „Lokalna partycypacja obywateli a lokalne współzrządzenie” (Agata Gawlik, Jakub Kosowski, Katarzyna Radzik-Maruszak, Monika Sidor); „Media w partycypacji: lokalne czy obywatelskie?” (Mariusz Herman, Michał Wójcik), a także debatę okrągłostołową – „Partycypacyjna i animacyjna rola lokalnych mass mediów. Między działaniami akcyjnymi a modelem partycypacji publicznej” (Katarzyna Dzienszewska-Naroska, Lidia Pokrzycka i in.).

*Lidia Pokrzycka*

## Autorzy

Tomasz Goban-Klas – profesor zwyczajny; Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

Bogusław Nierenberg – dr hab., prof. UJ, prodiakan; Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

Ignacy S. Fiut – dr hab., profesor nadzwyczajny, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica; Wydział Humanistyczny; Katedra Kulturoznawstwa i Filozofii; ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków

Magdalena Szpunar – dr, AGH – Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie (Wydział Humanistyczny), ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków

Jerzy Olędzki – prof. dr hab., kierownik Zakładu Public Relations i Marketingu Medialnego w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, 00-927 Warszawa, Nowy Świat 69, II piętro; profesor Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa

Paul Klimsa – prof., Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Technischen Universität Ilmenau/Niemcy [Katedra Nauki o Komunikowaniu, Uniwersytet Techniczny w Ilmenau], 98693 Ilmenau, Ehrenbergstraße 29

Antoine de Tarlé – prezes wydawnictwa Éditions Ouest France; wykłada ekonomię mediów na Sciences Po-Paris (Szkole Dziennikarstwa)

Thomas Bach – mgr, absolwent Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz/Niemcy, 55099 Mainz, Colonel-Kleinmann-Weg 2

Mathias Weber – mgr, pracownik Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz/Niemcy, 55099 Mainz, Colonel-Kleinmann-Weg 2

Oliver Quiring – prof. dr, dyrektor Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz/Niemcy, 55099 Mainz, Colonel-Kleinmann-Weg 2

Lutz M. Hagen – prof. dr hab., Institut für Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Dresden/Niemcy, 01069 Dresden, Zellescher Weg 17

Reimar Zeh – dr, Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg/Niemcy, 90402 Nürnberg, Findelgasse 7/9

Maike Müller-Klier – dr, absolwentka i współpracowniczka Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg/Niemcy, 90402 Nürnberg, Findelgasse 7/9. [obecnie: Industrie- und Handelskammer Mittelfranken]



Władysław Marek Kolasa – dr, Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa, Wydział Humanistyczny Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie; ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków

Michał Rogoż – dr, Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa, Wydział Humanistyczny Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie; ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków

Agnieszka Całek – doktorantka, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków





**REDAKTOR PROWADZĄCY**

*Mirosław Ruszkiewicz*

**ADIUSTACJA**

*Krzyszyna Kajtoch*

**KOREKTA**

*Dorota Janeczko*

**SKŁAD I ŁAMANIE**

*Wojciech Wojewoda*

**Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego**

**Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków**

**tel. 12-631-18-81, tel./fax 12-631-18-83**

