

Michał Kaczmarczyk

The mass media in Poland. Between the mission and the market

University of St. Cyril and Methodius; Humanitas University, Institute of Journalism and Social Communication, Trnava–Sosnowiec 2012, 178 s., ISBN 978-83-619991-69-4 (Humanitas)

Wśród dotychczas opublikowanej literatury naukowej dotyczącej problematyki polskiego systemu medialnego książka badacza na co dzień związanego z Instytutem Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu jest pozycją szczególną i pionierską. O ile bowiem na polskim rynku wydawniczym po 1989 r. ukazało się kilkanaście wartościowych prac poświęconych analizie polskich mediów w perspektywie systemowej¹, o tyle w obiegu międzynarodowym takich pozycji wyraźnie brakuje. W polskim systemie medialnym obserwujemy wiele oryginalnych procesów i zjawisk, mogących interesować badaczy reprezentujących nie tylko krajowe środowisko medioznawcze (m.in. wpływ transformacji systemowej na kształt rynku mediów, regiony periodycznej komunikacji medialnej, model mediów publicznych, media kościelne i ich oferta). Należy jednak zauważyć, że ze względu na deficyt literatury poświęconej temu zagadnieniu, publikowanej w językach kongresowych, badania nad polskimi mediami poza rodzimymi ośrodkami naukowymi są znacznie utrudnione. Lukę w tym zakresie wypełnia monografia Michała Kaczmarczyka, która może być wartościową pozycją dla wszystkich, tak polskich, jak i zagranicznych czytelników zainteresowanych problematyką struk-

tury i funkcjonowania rynku medialnego w naszym kraju.

Książka *The mass media in Poland...* jest udaną próbą syntetycznego przedstawienia systemu medialnego Polski w perspektywie historycznej i współczesnej. W rozdziale pierwszym autor dokonuje konceptualizacji najważniejszych pojęć odnoszących się do zastosowanej w jego badaniach metody analizy systemowej środków masowego przekazu. Przedstawia także w sposób syntetyczny dzieje polskich mediów, dzieląc je na sektor drukowany oraz elektroniczny. Poświęca przy tym szczególną uwagę przekształceniom prasy w okresie transformacji systemowej i wskazuje na kluczowe wydarzenia w historii mediów, nierzadko rzutujące na ich dzisiejsze oblicze. Rozdział drugi poświęcony jest charakterystyce otoczenia systemu medialnego i przynosi czytelnikowi szczegółowy opis kompetencji konstytucyjnych organów Rzeczypospolitej Polskiej, polskiego systemu partyjnego i gospodarczego. Autor analizuje w nim także zjawisko ekonomizacji mediów oraz omawia podstawy prawne funkcjonowania prasy. W kolejnym, trzecim rozdziale, szczegółowo przedstawiony został rynek gazet i czasopism: jego struktura, specyfika oraz najważniejsze zjawiska i tendencje wyznaczające kierunki rozwoju mediów drukowanych na przestrzeni ostatnich lat. Z kolei w rozdziale czwartym autor koncentruje

¹ W. Sonczyk, *Media w Polsce. Zarys problematyki*, Warszawa 1999; T. Mielczarek, *Między monopolem a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–1997*, Kielce 1998; *Media publiczne w Polsce. Teraźniejszość i przyszłość*, red. nauk. J.W. Adamowski, L. Jaworski, Warszawa 2007; *Oblicza polskich mediów po 1989 roku*, red. L. Pokrzycka, B. Romiszewska, Lublin 2008; *Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2002; *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji instytucji cenzury (1990–2000)*, pod red. J.W. Adamowskiego, Warszawa 2000; *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, red. nauk. M. Sokołowski, Warszawa 2007.

swoje rozważania wokół problematyki funkcjonowania sektora polskich mediów elektronicznych, charakteryzując rynek radiowy, telewizyjny i internetowy oraz kompetencje i zasady działania organów państwa regulujących ów sektor. Książkę wieńczy syntetyczne kalendarium przedstawiające najważniejsze wydarzenia polskiej historii politycznej w latach 1945–1989, pozwalające zagranicznemu czytelnikowi zrozumieć kontekst rozwoju mediów w minionych dziesięcioleciach.

Intencją autora pracy *The Mass Media in Poland...* było omówienie poszczególnych subsystemów systemu środków masowego przekazu, przedstawienie ich struktury oraz wykazanie specyfiki tworzących je instytucji i organizacji. Przyjęcie perspektywy systemowej powoduje, iż prezentowany czytelnikowi opis środków masowego przekazu stanowi efekt analizy funkcjonowania mediów w szerokim kontekście – w relacjach z ich środowiskiem zewnętrznym, zwłaszcza politycznym i gospodarczym. W pracy zaprezentowano więc charakterystykę mediów drukowanych i elektronicznych jako: z jednej strony – podmiotów rynku medialnego, z drugiej – elementów systemu ogólnospołecznego, powiązanych rozmaitymi zależnościami z otoczeniem politycznym i prawnym. Autor szczególnie mocno akcentuje ekonomiczną stronę strategii instytucji medialnych na współczesnym rynku, stwarzającym warunki coraz silniejszej konkurencji między wydawcami i nadawcami. Kaczmarczyk udowadnia, że po przemianach ustrojowych rozpoczętych w roku 1989 jedyną logiką powodzenia przedsiębiorstwa medialnego jest powodzenie ekonomiczne. Przyjęta przez autora perspektywa systemowa, prócz opisanie mediów poprzez odwołanie się do ogólnego tła i szerszego kontekstu ich funkcjonowania (w szczególności kontekstu rynkowego), pozwoliła na uporządkowanie rozpatrywanych w pracy zagadnień i zaprezentowanie wykładu w logicznym porządku: od kwestii natury poję-

ciowej i teoretycznej, poprzez rozważania na temat determinantów polskiego systemu medialnego i jego tradycji historycznych, po analizę współczesnego oblicza mediów i praktyki ich funkcjonowania w demokratycznym państwie i gospodarce wolnorynkowej. Książka Kaczmarczyka jest jednym z pierwszym całościowych opracowań na temat systemu medialnego Polski, jakie ukazuje się na międzynarodowym rynku publikacji naukowych. Wydanie jej w języku angielskim z pewnością poszerzy krąg odbiorców o zagranicznych badaczy systemów medialnych, poszukujących informacji o przeszłości i współczesności środków masowego przekazu w Polsce.

Książka *The Mass Media in Poland...* stanowi wartościowe źródło wiedzy dla czytelnika spoza Polski. Została napisana jasnym językiem, nadano jej logiczną konstrukcję, a autor – przedstawiając i analizując liczne zagadnienia medioznawcze, politologiczne i prawne – potrafił zapewnić czytelnikowi przejrzystość poznania wyników swoich badań i uporządkowany tok narracji. Atutem pracy jest również specyficzny sposób przedstawiania omawianych zagadnień, który uwzględnia kompetencje poznawcze zagranicznego odbiorcy. Odbiorca ten – dla zrozumienia cech oraz licznych meandrów polskiej polityki medialnej – musi mieć możliwość osadzenia charakteryzowanej problematyki w szerokim polityczno-gospodarczym kontekście. Praca Kaczmarczyka, z rozbudowanym rozdziałem na temat determinantów polskiego systemu medialnego, w pełni to umożliwia. Warto także zauważyć, że książka bazuje na szerokiej podstawie bibliograficznej, dzięki czemu czytelnik, który może nie być zorientowany w polskiej literaturze medioznawczej, otrzymuje szczegółowe wskazówki, z jakich źródeł warto skorzystać, by uzupełnić lub pogłębić poczynione w pracy rozważania. Szkoda jedynie, że autor publikacji wydanej w języku angielskim i adresowanej przede wszystkim do czytelnika zza granicy, przywo-

luje w bibliografii niemal wyłącznie polskie monografie i artykuły, w ograniczonym stopniu dostępne w obiegu międzynarodowym.

Przedstawione w pracy analizy dowodzą dobrego opanowania przez autora warsztatu badawczego. Kaczmarczyk dał się poznać jako wnikliwy analityk o szerokich horyzontach i wysokich kompetencjach, nie tylko medioznawczych, ale także historycznych, ekonomicznych i politologicznych. Praca przynosi ogromną dawkę rzeczowo podanej wiedzy opartej na solidnych, metodologicznych podstawach. Autor z dużym znanstwem analizuje poszczególne obszary systemu medialnego, krytycznie opisuje występujące tam tendencje, zjawiska i procesy, ilustrując rozważania licznymi egzemplifikacjami, danymi liczbowymi i zdjęciami. Niemniej pewne sformułowania i dokonane w książce zabiegi budzą wątpliwości i skłaniają do postawienia kilku pytań. Autor – o czym już wspomniano – eksponuje ekonomiczny kontekst funkcjonowania mediów, pomijając niemal zupełnie kwestie relacji między polskim systemem medialnym a kulturą w rozmaitych jej odmianach (kultura narodowa, masowa, literacka itd.). Kultura wydaje się badacza nie interesować – nie pojawia się w książce wśród determinantów rozwoju mediów, ani w części dotyczącej ich historii (gdzie byłoby to szczególnie uzasadnione, wszak autor pisze m.in. o prasie doby oświecenia czy rozbiorów), ani w rozdziałach poświęconych współczesnemu obliczu mass mediów. Czy to

oznacza, iż autor jej wpływu nie dostrzega, czy też uznaje ów wpływ za mało istotny? Zastanowienie budzi również marginalne potraktowanie zagadnienia misji mediów publicznych, i to w pracy, gdzie owa misja pojawia się w podtytule. Mankamentem pracy są ponadto pewne usterki i niezgrabności językowe dowodzące, iż angielszczyzna nie jest rodzimym językiem autora. Niektóre sformułowania i użyte w pracy konstrukcje gramatyczne mają charakter kalek językowych, zaburzają komunikatywność tekstu i mogą razić czytelnika, zwłaszcza *native speaker*.

Niezależnie od uwag krytycznych, jakie nasuwa lektura książki Kaczmarczyka, należy jednoznacznie stwierdzić, że jest to praca znacząca i wartościowa poznawczo. Analiza dokonana przez badacza nie jest być może kompletna i skończona (zawiera nieznaczące, zasygnalizowane powyżej luki), ale z pewnością interesująca, przemyślana, kompetentna. Filologiczne wykształcenie autora nadało pracy ład wypowiedzi, a jej wartość podnosi dodatkowo bogaty materiał ilustracyjny w postaci zdjęć i rycin uzupełniających akademicki wykład. Pozostaje mieć nadzieję, że książka *The Mass Media in Poland...* w niedalekiej przyszłości pobudzi zagranicznych prasoznawców do badań nad charakterem i logiką polskiego systemu medialnego, przyczyniając się do upowszechnienia wiedzy na jego temat daleko poza granicami naszego kraju.

Piotr Celej

