

Ilona Biernacka-Ligięza

Lokalna prasa norweska w dobie globalizacji

Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012, 485 s.,

ISBN 978-83-7784-136-5

Publikacja Ilony Biernackiej-Ligięzy pt. *Lokalna prasa norweska w dobie globalizacji* to bardzo obszerna monografia dotycząca rynku prasy w Norwegii. Tematyka prasy lokalnej stanowi główną oś książki, jednakże zakres problematyki jest znacznie szerszy, a wielość aspektów, omówionych szczegółowo w poszczególnych częściach, pozwala na stwierdzenie, że jest to publikacja uniwersalna, w której perspektywa „lokalność a globalność” ma znaczenie zasadnicze. Czytelnik jest prowadzony ze skali makro do mikro, by stopniowo wejść w niemal nieznaną świat norweskiej prasy lokalnej.

W pierwszej części – *Wpływ globalizacji na media i społeczeństwo* – autorka prezentuje teoretyczne podejście do procesu globalizacji. Stara się odpowiedzieć na pytanie o to, jaką rolę w zglobalizowanym świecie pełni lokalność. Swoje rozważania koncentruje wokół stwierdzenia, że globalizacja nie jest równoznaczna z ujednoliceniem (homogenizacją), a źródłem procesów globalnych są zjawiska zachodzące na poziomie lokalnym, i to one kształtują procesy globalizacyjne. Autorka zauważa, że po latach zachwytu nad możliwościami jakie daje globalne komunikowanie, następuje powrót do lokalności, do poznania pojedynczego konsumenta i dostarczania mu produktów „szytych na miarę”. Jednym ze sposobów dotarcia do odbiorców są lokalne media. Norwegia w omawianej publikacji została zaprezentowana jako szczególny przypadek. W tym kraju mamy bowiem do czynienia z renesansem prasy lokalnej, szczególnie tej hiperlokalnej, docierającej do bardzo małych społeczności. Ten wątek jest motywem przewodnim trzeciej części publikacji zatytułowanej *Prasa lokalna w Norwegii* –

struktura, rynek, społeczeństwo, w której autorka prezentuje krajobraz norweskich mediów, skupiając się na mediach lokalnych.

Główne problemy poruszone w publikacji to sytuacja lokalnej prasy na globalizującym się rynku oraz znaczenie prasy lokalnej dla budowania i podtrzymywania tożsamości społeczności lokalnej. Aspekt znaczenia lokalnych mediów dla tworzenia społeczności lokalnych ma dla autorki ogromne znaczenie, dlatego poświęca mu bardzo wiele miejsca, szczególnie w drugiej części publikacji pt. *Krajobraz lokalnych mediów w Norwegii*. Bez wątplenia jest on także interesującym wątkiem pracy Ilony Biernackiej-Ligięzy, a przyjęcie przez autorkę takiej perspektywy pozwala zrozumieć fenomen lokalnych mediów drukowanych oraz przyczyny ich ogromnej popularności zarówno w Norwegii, jak i w pozostałych państwach skandynawskich. Autorka, za norweskim badaczem mediów, nazywa Norwegów „narodem dzienników” (s. 325), na co dowodem może być bardzo silna pozycja właściwie każdego rodzaju gazet. Gminy mają własną tradycję wydawania prasy, a gazety lokalne, w przeciwieństwie do gazet krajowych i wielkomięjskich, od wielu lat utrzymują stabilną pozycję na rynku (s. 325). Autorka zauważa, że rynek prasy w Norwegii nie jest jednorodny, gazety lokalne i regionalne, a także wielkomięjskie, mają na nim silną pozycję, ale na każdym z tych poziomów sytuacja wygląda nieco inaczej (s. 324). Norweskim fenomenem jest także duża popularność gazet hiperlokalnych (s. 176, s. 186).

Oprócz procesów zachodzących przez ostatnie trzydzieści lat (m.in. wprowadzenie subsydiów państwowych oraz odejście od prasy par-

tyjnej) autorka omawia wyzwania dla rynku norweskiego, a wśród nich – gazety bezpłatne (str. 318), które dzięki dostępowi do szerokich grup czytelników kuszą reklamodawców, a jednocześnie prezentują coraz wyższy poziom dziennikarski. Ilona Biernacka-Ligięza przedstawia również sytuację mediów drukowanych w konfrontacji z innymi rodzajami mediów. Zwraca uwagę na stale rosnącą rolę internetu i wzrost zainteresowania treściami przekazywanymi online (s. 187), w których należy upatrywać największego zagrożenia dla prasy drukowanej. Nieco odmiennie przedstawia położenie prasy wobec lokalnych mediów elektronicznych – wydaje się bowiem, że pozycja prasy na tym polu nie jest zagrożona: „Radio stara się utrzymać w miarę zrównoważony rozwój (...) lokalna telewizja znajduje się w bardzo poważnym kryzysie i raczej trudno będzie odwrócić bieg wydarzeń” (s. 154). Wyzwania to internet i dziennikarstwo online, które ma porównywalną jakość do dziennikarstwa tradycyjnego (s. 220). Innym aspektem jest społeczny odbiór prasy lokalnej, opisany w ostatniej części książki, zatytułowanej *Lokalne dziennikarstwo prasowe*. Oczekiwania społeczności lokalnej wobec lokalnej prasy są wysokie – liczy się aktualność informacji i rzetelność dziennikarzy. A stąd już tylko krok do presji ekonomicznej, która stanowi kolejne zagrożenie. Następny ważny problem to relacja dziennikarz–władza lokalna. „Prasa lokalna informuje o bieżącej działalności władz i tym samym sprawuje wobec nich funkcję kontrolną. Jej istotnym zadaniem jest też relacjonowanie życia wspólnoty lokalnej”¹. Dylemat kontroli, przy jednocześnie bardzo ostrożnym opisywaniu, jak działa lokalna władza, to – zdaniem autorki i jej roz-

mówców – najważniejszy powód, dla którego dziennikarstwo lokalne w Norwegii kładzie nacisk na utrzymanie dobrego obrazu lokalnej społeczności. Często robi to kosztem rzetelnej dziennikarskiej dociekliwości. Posługując się metaforą kleju i lupy, autorka opisuje misję, jaką lokalni dziennikarze mają do spełnienia wobec lokalnej społeczności, i jednocześnie stwierdza, że rola kleju obecnie dominuje.

Choć główną osią czwartej części publikacji jest analiza relacji dziennikarzy z grupami, które mają istotne znaczenie dla codziennej pracy dziennikarskiej, w tym – z odbiorcami, bohaterami materiałów prasowych oraz z redakcją – wiele miejsca zostało poświęcone omówieniu etycznych aspektów tej profesji. Konieczność podtrzymywania pozytywnych relacji w lokalnym środowisku prowadzi do dylematów, które nie występują w pracy dziennikarzy mediów ogólnokrajowych. To samo dotyczy konieczności różnicowania źródeł informacji, których liczba w lokalnym środowisku jest ograniczona.

Ilona Biernacka-Ligięza pokazuje aktualny pejzaż mediów w Norwegii. Stara się uchwycić najważniejsze procesy, bardzo szczegółowo omawia aktorów tego rynku, ale przede wszystkim pokazuje niezwykłą różnorodność tytułów prasowych i nakreśla ich charakterystykę, podając bardziej szczegółowe opisy najciekawszych jej zdaniem przypadków. To już kolejna publikacja tej autorki, w której są omawiane problemy funkcjonowania mediów na poziomie lokalnym. Do tej pory ukazały się m.in. *Journalism faces globalization and glocalization – local and regional media journalists and their judgment of contemporary journalism*² oraz *Samorząd lokalny w dobie transformacji*³.

¹ L. Pokrzycka, *Kondycja prasy lokalnej w Polsce*, Biuro Analiz Sejmowych nr 6 (143), 21 marca 2013, s. 1.

² I. Biernacka-Ligięza, *Journalism faces globalization and glocalization – local and regional media journalists and their judgment of contemporary journalism*, Wrocław 2009.

³ I. Biernacka-Ligięza, *Samorząd lokalny w dobie transformacji*, Rocznik Dzierżoniowski, Dzierżoniów 2002.

Lokalna prasa norweska w dobie globalizacji Ilony Biernackiej-Ligięzy to ważny głos w dyskusji na temat roli prasy lokalnej w budowaniu demokracji i społeczeństwa obywatelskiego, ale także szerzej – o przyszłości prasy w ogóle. Autorka, wbrew tendencjom opisanym między innymi przez Bernarda Pouleta w książce *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, potwierdza, że rynek mediów drukowanych przechodzi ewolucję, zmienia się, dostosowuje do nowych warunków, a Norwegia właśnie jest przykładem państwa, w którym te zmiany wyraźnie widać na poziomie lokalnym. Autorka podziela zdanie Kari Marie Norgaard⁴, że lokalna prasa spaja lokalną społeczność, która zabiega o spisywanie wydarzeń jej dotyczących,

oczekuje wymieniania się informacjami właśnie na poziomie lokalnym, a aktywność jednostek jest akcentowana przez druk.

Praca Ilony Biernackiej-Ligięzy to bardzo obszerna monografia norweskiego rynku mediów lokalnych i ważna pozycja naukowa również dlatego, że porusza temat rzadziej eksploatowany w badaniach medioznawczych. Znajdziemy w niej informacje o rezultatach badań prowadzonych przez medioznawców skandynawskich, a istotnym źródłem wiedzy na temat obecnego stanu norweskiego rynku mediów lokalnych są liczne wywiady oraz ankiety telefoniczne przeprowadzone przez autorkę wśród odbiorców lokalnej prasy.

Dominika Wiśniewska



Krzysztof J. Rychter, Zbigniew Chmielewski, Dariusz Tworzydło *Tożsamość wizualna. Znak, system, wizerunek*

Wyd. Newslime, Rzeszów 2012, 194 s., ISBN 978-83-927713-7-1

Współcześnie jesteśmy świadkami ekspansji komunikacji wizualnej. Na to ciekawe zjawisko składa się wiele powodów, które próbują opisywać zarówno środowiska akademickie¹, jak i praktycy ze środowisk biznesowych, graficy czy twórcy reklam. Odbывают się konferencje, ukazują się liczne publikacje, a nawet powstają nowe kierunki studiów z obszaru tzw. *Visual Studies*, co można by przetłumaczyć jako „studia nad wizualnością”.

Klasyczny w komunikacji podział na logosferę i ikonosferę, czyli odpowiednio – komu-

nikowanie przez język i przez obraz, jest osią dla badaczy z licznych dyscyplin, m.in. historii sztuki, socjologii wizualnej, a także psychologii percepcji, architektury oraz medioznawstwa i public relations. To ostatnie zwłaszcza, z racji bliskich związków z zarządzaniem, jest dyscypliną, gdzie często powstają publikacje z pogranicza teorii naukowych i praktyki. Jedną z nich jest właśnie *Tożsamość wizualna. Znak, system, wizerunek* Krzysztofa J. Rychtera, Zbigniewa Chmielewskiego i Dariusza Tworzydło. Autorzy z bogatym doświadczeniem, członko-

⁴ K.M. Norgaard, *Living in Denial: Climate Change, Emotions and Everyday*, The MIT Press, Massachusetts, USA 2011, s. 119–120.

¹ Jednym z nowszych w Polsce, a także najobszerniejszych i multidyscyplinarnych opracowań źródeł i konsekwencji komunikacji przez obraz, jest pozycja Piotra Sztompki, *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, wydana w 2012 przez Znak.