

Międzykulturowe aspekty działalności mediów w epoce globalizacji

red. naukowa Janusz W. Adamowski, Alicja Jaskiernia

seria „Media początku XXI wieku”, t. 24,

Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego,

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2014, 224 s., ISBN 978-83-7545-478-9

Media (zarówno nowe, jak i tradycyjne) są ważnym kanałem komunikacji międzykulturowej. To dzięki nim odbiorcy poznają inne kultury, tradycje czy historię danych krajów, a także czerpią informacje na temat ich obecnej sytuacji politycznej i społecznej. Globalizacja prowadzi zatem nie tylko do homogenizacji kulturowej, ale także przyczynia się do przenikania kultur. W recenzowanej książce można odnaleźć liczne przykłady tego, w jaki sposób media wpływają na międzykulturowy dialog i jak przyczyniają się do wzmacniania lub osłabiania stereotypów narodowych.

Międzykulturowe aspekty działalności mediów w epoce globalizacji wydano w serii „Media początku XXI wieku”, która ukazuje się od 2008 roku i składa się z monografii oraz prac zbiorowych poświęconych szeroko rozumianym mediom i ich sytuacji w XXI wieku. Do tej pory opublikowano m.in. takie tytuły, jak: W. Gogolek, *Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy*, Warszawa 2010; *Zawartość mediów, czyli rozważania nad metodologią badań medioznawczych*, red. T. Gackowski, Warszawa 2011; *Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty międzynarodowe*, red. Janusz W. Adamowski, Alicja Jaskiernia, Warszawa 2013. Omawiana książka bez wątpienia wpisuje się w tematykę serii traktującej o zjawiskach zachodzących we współczesnych mediach.

Celem publikacji jest ukazanie roli mediów w procesie komunikacji międzykulturowej w dobie globalizacji. „Debaty dotyczące kryzysów kultury narodowej w obliczu różnorodno-

ści kulturowej oraz opinie, że globalizacja prowadzi do homogenizacji kultury, coraz częściej zderzają się z poglądem o przenikaniu się wpływów kulturowych, czego efektem jest hybrydowość globalnej kultury” (s. 7–8). Lektura książki przynosi liczne przykłady przenikania się kultur. Artykuły zostały wybrane tak, by ukazać różnorodne aspekty działalności mediów, które przyczyniają się do inicjowania i podtrzymywania międzykulturowego dialogu.

Książka liczy 224 strony i została podzielona na dwie części, poprzedzone wstępem. Pierwsza część składa się z pięciu artykułów, druga – z sześciu. Struktura i podział pracy są klarowne, a zawartość poszczególnych części – logicznie wybrana. Dzięki temu od bardziej ogólnych wniosków, zawartych w części pierwszej, następuje płynne przejście do konkretnych przykładów – w drugiej. Dodatkowym atutem jest zróżnicowanie tematyczne artykułów. Do publikacji został dołączony indeks osób.

Część pierwsza, zatytułowana *Nowe wymiary medialnej komunikacji międzykulturowej*, porusza w ogólny sposób kwestie dotyczące wpływu mediów masowych na komunikowanie międzynarodowe. W artykule *Telewizja ARTE – wspólny mianownik dla międzynarodowości i międzykulturowości* jego autorka Aleksandra Gałka udowadnia, że francusko-niemiecka telewizja ARTE stanowi doskonały przykład integracji międzynarodowej i promocji dialogu międzykulturowego. Kolejny tekst – *Różnice kulturowe jako bariera w komunikowaniu masowym i interpersonalnym* – traktuje o wpływie różnic kulturowych na komunikowanie. Emilia Jaroszevska, opierając się na różnych przykła-

dach, pokazuje, jak zmienia się skuteczność i styl komunikowania w zależności od kompetencji kulturowych. W tekście *Zmiana postrzegania krajów Trzeciego Świata jako efekt twórczości Ryszarda Kapuścińskiego* Agnieszka Obaid zaprezentowała wyniki badania dotyczącego wpływu twórczości Kapuścińskiego na postrzeganie krajów Trzeciego Świata. Autorka przeprowadziła badanie na grupie 300 osób w trzech kategoriach wiekowych po 100 osób (studenci do 27. roku życia, osoby w wieku 30–55 lat i po 56. roku życia). Wyniki tej analizy pozwalają stwierdzić, że dla większości badanych Ryszard Kapuściński był nie tylko pisarzem i reportażystą, ale także tłumaczem innych kultur. Co więcej, efektem twórczości Kapuścińskiego było lepsze zrozumienie problemów Trzeciego Świata oraz rozbudzenie zainteresowania kulturą innych krajów, a ankietowani stali się bardziej tolerancyjni wobec innych narodów. O *Komunikacji międzykulturowej w nowym wymiarze* pisze w kolejnym artykule Magdalena Ratajczak. Autorka omawia rolę mediów wspólnotowych i internetu w komunikacji międzykulturowej. Podkreśla znaczenie komunikacji online i *community media* dla grup etnicznych, które coraz częściej korzystają z mediów alternatywnych. Ostatni artykuł części pierwszej, autorstwa Martyzny Tomiczek, zatytułowany *Przemysły kreatywne – próba charakterystyki ze szczególnym uwzględnieniem Wielkiej Brytanii*, to próba zdefiniowania przemysłów kreatywnych oraz opis ich funkcjonowania w Zjednoczonym Królestwie. Sektor przemysłów kreatywnych, do których zalicza się m.in. muzykę, teatr, media audiowizualne, sport i gry, jest jednym z najlepiej rozwiniętych na Wyspach. Niewątpliwie na rozkwit tego sektora wpływają także nowe technologie i rozwój internetu.

Druga część publikacji nosi tytuł *Komunikacja międzykulturowa w mediach – przypadki krajowe i transnarodowe*, a zamieszczone w niej artykuły mają charakter studium przypadku. Otwiera ją tekst Katarzyny Gajlewicz-Korab, w którym autorka prezentuje wyniki

przeprowadzonego badania dotyczącego obrazu francuskich muzułmanów w tamtejszych tygodnikach opinii „Le Point”, „Le Nouvel Observateur” i „L’Express”. W kolejnym artykule Alicja Jaskiernia pisze o mediach dla Afroamerykanów w Stanach Zjednoczonych. Autorka w ciekawy sposób przybliży czytelnikom wybrane media etniczne w USA, ich specyfikę oraz sytuację afroamerykańskich dziennikarzy. Z kolei Karol Wojciech Janoś prezentuje media tureckie w Niemczech. Jak sam podkreśla, ich specyfika polega na tym, „iż dominującą pozycję na nim, szczególnie w przypadku telewizji i prasy codziennej, zajmują podmioty, których główny obszar działalności znajduje się w Turcji” (s. 148). Równie interesująco prezentuje się artykuł Pauliny Olechowskiej *Dziennikarstwo transgraniczne na przykładzie polsko-niemieckiego pogranicza*. Autorka udowadnia, że wiedza dotycząca krajów sąsiadujących jest bardzo ważna, choć w dzisiejszych czasach niezbyt pożądana przez odbiorców. Tekstem wyróżniającym się ze względu na swoją tematykę jest *Manga jako fenomen kulturowy mediów japońskich* Andrzeja Sawickiego. Autor w przystępny sposób przedstawia historię mangi – swego rodzaju ABC współczesnej mangi – oraz jej odbiór w Polsce. Dodatkowym atutem są ilustracje z rysunkami. Ostatni artykuł dotyczy czesko-polskiego dialogu międzykulturowego. Anna Šírová-Majkrzak analizuje na wielu przykładach podobieństwa i różnice między czeską i polską kulturą, językiem oraz podejściem do religii, a także próbuje obalić wiele stereotypów dotyczących Czechów.

Jak z tego wynika, omówione artykuły są bardzo różnorodne pod względem tematycznym, i właśnie owa różnorodność stanowi o sile publikacji. Tematyka komunikowania międzykulturowego wymaga bowiem spojrzenia z różnych stron. Ciekawsza, moim zdaniem, jest część druga, w której znajdujemy konkretne przykłady dialogu międzykulturowego, począwszy od Stanów Zjednoczonych, przez Europę, na Japonii kończąc. Trudno byłoby

wskazać mankamenty tego tomu. Wydaje się, że zamieszczone teksty, chociaż nie wyczerpują tematu (nie sposób bowiem przeanalizować wszystkie międzykulturowe aspekty działalności mediów), to jednak w sposób dostateczny zarysowują problematykę i wyjaśniają tytułowe zjawisko. Ponadto publikacja dostarcza wielu ciekawych badań i analiz poprawnych pod względem metodologicznym, które mogą stanowić inspirację dla innych autorów.

Międzykulturowe aspekty działalności mediów w epoce globalizacji warto polecić przede

wszystkim tym, którzy interesują się komunikowaniem międzykulturowym. Stanowi bowiem ważny głos w dobie globalizacji i oskarżeń o homogenizację kultury, dostarcza wielu pozytywnych przykładów działalności mediów i ich korzystnego wpływu na kulturę. Lektura książki jednocześnie uświadamia, jak wiele jest jeszcze obszarów, które wymagają analizy, dlatego może stanowić zachętę do podejmowania dalszych badań na ten temat.

Karolina Adamska



La saggistica degli scrittori

ed. Anna Dolfi

Bulzoni Editore, Roma 2012, p. 458, ISBN 978-88-7870-653-8

The book *La saggistica degli scrittori* (*The writers' essay writing*)¹ edited by the Italian scholar Anna Dolfi provides a remarkable standpoint for scholars interested in the study of essay as literary form conveying both scientific, journalistic, and artistic substance. The book includes a collection of analyses dedicated to some famous contemporary novelists and poets. It examines the manner in which each of them (for instance: Raymond Queneau, Emilio Gadda, Pier Paolo Pasolini or Italo Calvino, which were not only or not chiefly essayists) handled the essay writing. Therefore, the collection of papers gathered by Anna Dolfi apprises the marginal aspects of the creative work of chosen writers and renders crucial what is ordinarily thought as secondary in their artistic lives – the essay writing.

The purpose of this review is to illustrate the most important aspects of *La saggistica degli scrittori* – the book with indispensable elements for the discussion upon media and social status of essay as literary and journalistic genre.

Anna Dolfi is Professor at the Faculty of Languages, Literatures and Intercultural Studies at the University of Florence. Her principal interest regards the contemporary Italian literature. She has written a multitude of introductions and critical comments to works of, among others, Grazia Deledda, Giuseppe Dessì and Antonio Tabucchi. In *The writers' essay writing* her aim is to gather apparently disjointed researches that, as a matter of fact, share a common denominator, that is, the investigation of the approach toward the essay different authors

¹ *La saggistica degli scrittori*, ed. Anna Dolfi, Rome 2012, p. 458.