

STAN I PERSPEKTYWY BADAŃ NAD POLSKIM SYSTEMEM MEDIALNYM

TOMASZ MIELCZAREK

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Instytut Dziennikarstwa i Informatyki

ABSTRACT

The state and perspectives of research of Polish media system

The subject of the article is the research conducted on Polish media system. The author notices that despite the isolation of the environment of Polish scholars from the mainstream of worldwide research on media, its output remains known to them. They have developed their own research paradigm invoking both social and human sciences to equal extent. After 1989, along with the logic of the evolution of Polish media system, the following phenomena were analyzed: pluralism, concentration and monopolization of media system. Furthermore, specific issues were raised, such as: economic aspects of media functioning, media law, public media, evolution of journalism as a profession, convergence and digital transformation. The author postulates that in the near future the following research should be continued or initiated: digitalization of media transfer, new media, especially social media and technological determinism. Such research should be inspired by global achievements but ought to be linked more strongly to actual problems of Polish media system. However, more public assets than currently channeled are required to conduct them.

Keywords: Polish media system, research

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Instytut Dziennikarstwa i Informatyki; ul. Świętokrzyska 21d, 25-406 Kielce; tom@ujk.edu.pl

Polski system medialny przeszedł po 1989 roku gruntowne przekształcenia, których istotę zawrzeć można w czterech podstawowych zjawiskach. Pierwsze z nich określono mianem demonopolizacji. Druga, immanentnie związana z pierwszą, faza przekształceń zdominowana została przez kształtowanie się pluralizmu, trzecia przybrała charakter koncentracji, obecnie zaś na pierwszy plan przebijają się zagadnienia związane z cyfryzacją. Każda z tych faz dostrzeżona została przez badaczy zajmujących się polskimi mediami, choć różny był stopień szczegółowości ich analizy i różny stopień rozpracowania poszczególnych zjawisk.

Początkowo z największym zainteresowaniem polskich badaczy spotkały się procesy demonopolizacji i pluralizacji systemu prasowego. Ich konkretne przejawy dotyczące poszczególnych redakcji prasowych, fragmentów rynku czy też zawartości mediów były przedmiotem corocznych warszawskich konferencji naukowych organizowanych przez Alinę Słomkowską¹. Początkowo niewielka grupa badaczy zajmowała się rezultatami działalności Komisji Likwidacyjnej RSW, losami konkretnych tytułów prasowych, pierwszymi (zazwyczaj nieudanymi) inwestycjami kapitału zagranicznego w polskie media, przekształceniami rynków regionalnych. Procesy te określono roboczo mianem transformacji mediów, nie definiując przy tym, kiedy ta transformacja się rozpoczęła, a tym bardziej, kiedy została zakończona. Zauważmy, że coraz bardziej komplikujący się proces ewolucji polskich mediów określono wtedy nawet mianem „ciągłej transformacji”, co – jak można się domyślać – miało na celu ukazanie jego złożoności i wieloczynnikowości².

Takie podejście do analizowanej materii wynikało zapewne z faktu, że badacze uczestniczący w tym naukowym przedsięwzięciu z jednej strony mieli niewielkie doświadczenia związane z funkcjonowaniem mediów w warunkach rynkowych, z drugiej zaś procesy zachodzące w końcu ubiegłego wieku były unikalne i nie można ich było odnieść do konkretnych zdarzeń historycznych.

Nie oznaczało to, że polscy uczeni zajmujący się rodzimymi mediami byli wobec zachodzących wydarzeń całkowicie bezradni. Mieli oni pewne doświadczenia, które wywodziły się z dwóch szkół badawczych. Pierwsza z nich bazowała na naukach historycznych. Choć może to zbyt dalekie odniesienie, jednak wypada przypomnieć, że w 1947 roku ukazała się praca Henryka Jabłońskiego „Opinia – parlament – prasa” z podtytułem „Wstęp do badań roli opinii publicznej w epoce rozkwitu kapitalizmu” (Jabłoński 1947). Była rezultatem badań przedwojennych, oryginalnym zapisem poszukiwań relacji pomiędzy systemem politycznym i systemem prasowym oraz ich wpływem na postawy społeczne. Znacznie odbiegała od utrwalanego w owym czasie modelu badań nad tzw. leninowską koncepcją prasy.

¹ Konferencje te organizowano w latach 1991–1995. Ich dorobkiem były następujące publikacje: *Transformacja prasy polskiej 1989–1992* (1992); *Kontrowersje wokół transformacji prasy 1989–1993* (1993); *Pięcioletnie transformacji mediów 1989–1994* (1995).

² *Transformacja mediów 1989–1995* (1996).

To właśnie z seminarium Henryka Jabłońskiego (1947) wywodzili się tej miary badacze co Andrzej Paczkowski, Jerzy Myśliński, Wiesław Władyka, Andrzej Notkowski oraz ich uczniowie, którzy zajmowali się funkcjonowaniem polskich mediów w okresie międzywojennym. Ich ogromnego dorobku w tak krótkim tekście nie sposób omówić, dlatego też trzeba się ograniczyć do jednego, ale jakże znamiennego przykładu. W 1980 roku ukazała się praca Andrzeja Paczkowskiego zatytułowana „Prasa polska w latach 1918–1939” (Paczkowski 1980). Co prawda autor skoncentrował się w niej na charakterystyce poszczególnych tytułów prasowych, ale dostrzegł też funkcjonowanie agencji informacyjnych i radiofonii. W nieco mniejszym stopniu, ale jednak zwrócił uwagę na środowisko dziennikarskie, geografię wydawniczą, ekonomikę przedsiębiorstw prasowych, upowszechnianie prasy oraz jej czytelnictwo. W sumie więc otrzymaliśmy pracę, którą z dzisiejszego punktu widzenia można umieścić w nurcie analiz systemów medialnych.

Nieco inne podejście do mediów – nazwijmy je umownie praktyczno-socjologiczne – prezentowała druga grupa badaczy, współpracująca z Ośrodkiem Badań Prasoznawczych pierwotnie RSW, a obecnie UJ. Przytoczymy tylko dwa przykłady rezultatów tych badań. W 1976 roku powielono w nakładzie 600 egz. pracę Zbigniewa Bajki „Czytelnictwo prasy w Polsce Ludowej” (Bajka 1976). Autor na podstawie przeprowadzonych na szeroką skalę badań socjologicznych przedstawił zainteresowanie prasą przejawiane przez Polaków na przełomie lat 60. i 70. XX wieku. Rok wcześniej ukazała się praca Tadeusza Kupisa „Dzienniki i czasopisma na polskim rynku prasowym” (Kupis 1975). Już tytuł tej książki w socjalistycznych realiach był zaskakujący. Paradoks swej pracy Tadeusz Kupis nieco szerzej rozwinął we wstępie, pisząc:

W książce zawarte są szczegółowe wyniki badań socjologicznych, socjologiczno-eksperymentalnych i eksperymentalnych [...]. Sformułowane cele tych badań wymagały opracowania właściwych dla nich metod, ponieważ były to badania nietypowe, po raz pierwszy podejmowane w naszym kraju, a jednocześnie trudno było znaleźć jakiegokolwiek wzory zagraniczne, zarówno w kręgu krajów socjalistycznych, jak i kapitalistycznych. Po prostu problematyka była ściśle nasza... (Kupis 1975).

Ujmując rzecz w dość dużym uproszczeniu, można stwierdzić, że Kupis używając narzędzi właściwych dla badań rynków prasowych, próbował scharakteryzować funkcjonowanie prasy w państwie realnego socjalizmu, gdzie z założenia mechanizmy te, jeśli nie były całkowicie odrzucane, to na pewno znacznie ograniczane.

Jedynie dla pewnej historycznej poprawności dodajmy, że rozwijające się w Zachodniej Europie i USA systemowe badania nad mediami były w Polsce znane, czego dowodziły prace Walerego Pisarka, Tomasza Gobana-Klasa czy Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego. Publikacje te stanowiły zatem odpowiednią podstawę dla badań nad odradzającym się polskim systemem medialnym.

Po okresie wyrywkowych analiz pierwsze próby systemowego spojrzenia na polskie media znajdziemy w pracach Stanisława Jędrzejewskiego (1997), Tomasa Mielczarka (1998) i Wiesława Sonczyka (1999). Każdy z nich na kwestie funkcjonowania polskich mediów i czynniki determinujące ich rozwój spoglądał z własnej perspektywy. Stanisław Jędrzejewski scharakteryzował narodziny rynku radiowego, a Wiesław Sonczyk i Tomasz Mielczarek w większym stopniu koncentrowali się na kwestiach klasycznych drukowanych mediów, choć nie umknęły ich uwagi zmiany w prawie medialnym, zróżnicowanie źródeł informacji, efekty funkcjonowania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji czy też przekształcenia zachodzące w środowisku dziennikarskim.

Po okresie demonopolizacji i różnicowania na przełomie XX i XXI wieku najistotniejszym problemem wydawał się wpływ obcego kapitału na funkcjonowanie polskiego systemu medialnego. Zagadnienie to do dzisiaj wzbudza ogromne emocje, a kompleksowo bodaj pierwszy raz starano się je przeanalizować podczas konferencji naukowej zorganizowanej w 2001 roku przez Instytut Dziennikarstwa UW³. Opinie wyrażane podczas tej konferencji z dzisiejszej perspektywy wydają się dość skraje. Publicystyczne relacje spłycały je do określenia sformułowanego przez Zbigniewa Bajkę o „latynizacji polskich mediów” czy też do podnoszonego przede wszystkim przez polityków zawłaszczenia polskich mediów przez koncerny niemieckie. Do dzisiaj jednak brakuje kompleksowych i osadzonych na solidnej bazie źródłowej badań dotyczących wpływu zachodniego kapitału na kwestie organizacji pracy mediów, postępu technologicznego, a nade wszystko zawartości mediów.

Nieco lepiej przedstawia się natomiast problem rozpracowania ekonomicznych aspektów funkcjonowania polskiego systemu medialnego. Za prekursorów tych badań uznać wypada Tadeusza Kowalskiego i Bohdana Junga (Kowalski, Jung 2006; Kowalski 2008), a twórcze rozwinięcie tych zagadnień znajdziemy w pracach Ryszarda Żabińskiego (2010), Bogusława Nierenberga (2011) czy Jana Krefta (2012). Nadal brakuje jednak odpowiedzi na dość oczywiste pytania: jaka jest faktyczna wielkość analizowanego rynku, jaki jest jego wkład w gospodarkę narodową, ilu osobom daje zatrudnienie?

Wydaje się, że w początkach XXI wieku kwestią zbyt mało dostrzeganą i dyskutowaną była ekspansja telewizji. Problematykę tę dogłębnie analizował i charakteryzował jedynie Karol Jakubowicz (2007), koncentrując się zwłaszcza na działalności nadawców publicznych. Inny badacz telewizji, Wiesław Godzic, zwracał uwagę na zmiany formuły programowej telewizji, zasadnie dowodząc, że medium to w Polsce przeszło gruntowną modernizację zawartości, której umowną datą graniczną był rok 2001, gdy TVN wyemitował audycję „Wielki Brat” (Godzic 2004). Po tym wydarzeniu przyjąć można, że polska telewizja zdomino-

³ „Kapitał zagraniczny w polskich mediach – szansa czy zagrożenie?” Teksty referatów zob. *Studia Medioznawcze* 2002, t. 5 (10).

wana została przez funkcje rozrywkowe, a uwagę masowej publiczności zaprzętnęli celebryci (Godzic 2013).

Badania nad cyfryzacją prowadzono początkowo, nie odnosząc ich wprost do funkcjonowania systemu medialnego. Na dobrą sprawę pierwszym autorem, który zaczął dostrzegać wpływ technologii cyfrowych na funkcjonowanie polskich klasycznych mediów, okazał się dziennikarz Leszek Olszański (2006). Ponieważ mamy do czynienia z praktykiem, oczywiste jest, że kwestie teoretyczne interesowały go w nieco mniejszym stopniu. Jednak to on, jako jeden z pierwszych, zaproponował, wydawać by się mogło, rzecz banalną, ale metodologicznie bardzo istotną, aby także na gruncie polskim pisać słowo *internet* małą literą, a zatem traktować go jak inne media (prasę, radio i telewizję). Leszek Olszański (2012) był w opisywaniu cyfrowego świata bardzo konsekwentny, a przy tym nieosamotniony. Dowodziła tego chociażby praca Karola Jakubowicza nosząca tytuł „Nowa ekologia mediów: konwergencja a metamorfoza”, która wskazywała na współzależności pomiędzy funkcjonowaniem tzw. starych mediów a mediami cyfrowymi (Jakubowicz 2011). Autor zauważył, że nie mamy do czynienia z „końcem świata klasycznych mediów”, ale ich kolejną transformacją, której motorem jest cyfryzacja. Dla piszącego te słowa szczególnie istotny wydaje się uwypuklony przez Karola Jakubowicza wątek remediacji, czyli proces wzajemnego wywierania wpływu przez jedno media na drugie (Jakubowicz 2011, s. 132).

Z nieco innej perspektywy na zagadnienia te spoglądali badacze zajmujący się konwergencją mediów. Problematyce tej poświęcono trzy konferencje medioznawcze. Pierwszą z nich zorganizowano w 2011 roku w Ustroniu⁴, kolejne zaś w Krakowie⁵. Ich dorobkiem było kilkadziesiąt tekstów, których autorzy zastanawiali się zarówno nad wpływem konwergencji na cały proces komunikowania, jak i jego poszczególne elementy. Z niemałą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić można, że problem konwergencji wywołany został wśród polskich medioznawców za sprawą publikacji Henry’ego Jenkinsa (2007) zajmującego się „zderzeniem starych i nowych mediów”, ale nade wszystko rozwojem cyfrowych technologii informatycznych.

Oprócz wspomnianego już Leszka Olszańskiego tematyką tą zajmuje się zaledwie dwóch badaczy: Włodzisław Gogołek i Jędrzej Skrzypczak. Pierwszy z nich upowszechnia nie tylko wiedzę informatyczną wśród humanistów (Gogołek 2007), ale nade wszystko bada komunikację sieciową (Gogołek 2010). Choć Jędrzej Skrzypczak jest prawnikiem, nadzwyczaj kompetentnie przedstawił proces ucyfrowienia naziemnego przekazu telewizyjnego (Skrzypczak 2011). Wydaje się, że jeszcze w kilku najbliższych latach jego praca będzie stanowić podręcznik dla wszystkich, którzy zajmować się będą digitalizacją mediów audialnych i audiowizualnych.

⁴ Wynikiem tej konferencji była dwutomowa publikacja *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa* (2012).

⁵ Referaty pierwszej konferencji opublikowano w: *Problemy konwergencji mediów* (2013).

Do klasycznych rozważań nad systemami medialnymi odwołuje się natomiast Bogusława Dobek-Ostrowska. Warto w tym miejscu przypomnieć, że refleksja systemowa nad funkcjonowaniem mediów ma już ugruntowaną, ponadpółwieczną tradycję (Siebert, Peterson, Schramm 1956). Pierwsza praca, którą zalicza się do porównawczych analiz systemów medialnych, powstała w specyficznych okolicznościach historycznych – w okresie konfrontacji ideowej i politycznej, co w pewnym stopniu miało wpływ na jej konstrukcję i podstawowe tezy. Do koncepcji tej częściowo powrócili w 2004 roku Daniel Hallin i Paolo Mancini (2004). Ich praca po polsku ukazała się w 2007 roku (Hallin, Mancini 2007). Jej autorzy podjęli próbę porównania dominujących światowych systemów medialnych. Zapewne z braku stosownych danych umknęły ich uwadze systemy środkowoeuropejskie, w tym system polski. Chyba niewiele miniemy się z prawdą, stwierdzając, że w ich ujęciu polski system medialny potencjalnie mógłby zostać zaliczony do modelu spolaryzowanego pluralizmu, co zdaje się potwierdzać Bogusława Dobek-Ostrowska (2011), postrzegając w jego funkcjonowaniu przede wszystkim kwestie związane z paralelizmem politycznym.

Pisząc o dokonaniach Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, wypada zauważyć jej nowszy, zapoczątkowany w 2011 roku, projekt badawczy „Zmiana w dziennikarstwie. Kultura dziennikarska w Rosji, Polsce i Szwecji”. Jego celem było zbadanie oraz porównanie zmian zachodzących w dziennikarstwie w wymienionych krajach. Zespół polski zebrał dane od 500 dziennikarzy. Interesowano się takimi problemami, jak: kim jest dziennikarz?, struktura zawodu, warunki pracy, ideały i wartości, autonomia zawodowa oraz relacje ze światem polityki (Dobek-Ostrowska i in. 2013). Jeśli badania te odniesiemy do wcześniejszych wyników przedstawionych przez Walerego Pisarka (1995) i Zbigniewa Bajkę (2000), można przyjąć, że dają one pewien obraz przekształceń zachodzących w tej profesji w ostatnich dwudziestu pięciu latach.

Nieco szerzej na kwestie dziennikarstwa spoglądał Zbigniew Bauer (2009). Co prawda odwoływał się przede wszystkim do zagranicznych systemów medialnych, jednak jego uwagi dotyczące ewolucji zawodu dziennikarskiego stymulowanej nowymi mediami wydają się mieć uniwersalny charakter i w znacznej części można je odnieść do polskich dziennikarzy. Dotyczy to chociażby takich kwestii, jak: etyka zawodu, multimedialność dziennikarzy, ekspansja blogosfery czy też oryginalność tekstów dziennikarskich. W tym ostatnim przypadku rzecz dotyczy nie tylko dość powszechnej praktyki czerpania inspiracji z opublikowanych już w sieci materiałów prasowych, ale niekiedy nawet dosłownego kopiowania tekstów *public relations*, co Leszek Olszański (powtarzając za Billem Kovachem i Tomem Rosenstielem) określił mianem „churnalizmu” (ang. *churn* – maselnica lub natarczywa agitacja i *journalism* – dziennikarstwo) (Olszański 2006, s. 84, zob. też Jaskiernia 2012). Jak się wydaje, taka ewolucja zawodu dziennikarskiego skutkować będzie zanikiem znaczenia badań nad *gatekeepingiem* i agendą, a wysunie na plan pierwszy kwestie dziennikarstwa obywatelskiego i blogosfery.

Analiza publikacji dotyczących polskiego systemu medialnego nie byłaby kompletna, gdybyśmy nie zauważyli prawa medialnego. Bez wątplenia największe osiągnięcia w tej materii odnotowali uczeni krakowscy (m.in. Ewa Nowińska) oraz Jacek Sobczak. Ich zadanie było o tyle trudne, że po 1989 roku polski ustawodawca prawo medialne traktuje po macoszemu, ograniczając się na dobrą sprawę jedynie do implementowania rozwiązań europejskich. Jest to zapewne jeden z istotnych powodów, który ograniczył ostatnio strumień publikacji dotyczących prawa mediów.

Przeгляд dotychczasowych badań nad polskim systemem medialnym skłania do kilku generalnych wniosków. Po pierwsze stwierdzić można, że zainteresowania badawcze stymulowane były rzeczywistą ewolucją systemu. Tendencja ta wydaje się w pełni uzasadniona, dlatego też jeśli chcielibyśmy projektować kierunki dalszych badań, wypadaloby rozpocząć od próby określenia, jaki jest obecny kształt tego systemu i jak będzie on ewoluował w najbliższych latach. Stawiając tę diagnozę, wypada pamiętać, że interesujący nas system determinowany jest otoczeniem gospodarczym i społecznym. Od 2004 roku Polska wchodzi w skład Unii Europejskiej, w wyniku czego jej największe przedsiębiorstwa medialne są elementami korporacji międzynarodowych. Od tej generalizacji odbiegają jedynie medialne przedsięwzięcia Zygmunta Solorza, Agora i Zjednoczone Przedsiębiorstwa Rozrywkowe. Jeśli weźmiemy pod uwagę rzeczywistą wartość polskiego przemysłu medialnego, wydaje się, że jedynie Cyfrowy Polsat może być rzeczywistym partnerem dla zachodnioeuropejskich medialnych gigantów. Obserwacja poczynań Zygmunta Solorza wskazuje, że w przypadku jego przedsięwzięć nie mamy już do czynienia z klasycznym funkcjonowaniem mediów. Choć Polsat powstał i rozwinął się dzięki telewizji, dziś w inicjatywach Zygmunta Solorza nie króluje już zawartość, ale umiejętność czerpania zysków z jej dystrybucji. Mówiąc innymi słowy: wrocławski przedsiębiorca więcej zarabia na opłatach abonamentowych za dostęp do telewizji, telefonii i internetu niż na reklamie.

Znaleźliśmy się w okresie powszechnej digitalizacji, co stymuluje konwergencję mediów. Z drugiej zaś strony lawinowo rośnie liczba kanałów upowszechniających zawartość. Uwidacznia się to nie tylko w klasycznych drukowanych mediach, których liczba przekracza 7 tys. tytułów, ale też w telewizji (ponad 220 kanałów polskich lub w polskiej wersji językowej) i radiofonii (ok. 200 funkcjonujących radiostacji). Cyfryzacja zapewne ostatecznie położy kres hegemonii nadawców uniwersalnych, a rynek zdominują wąsko sprofilowane kanały tematyczne.

Obszarem słabo rozpoznany okazuje się zawartość polskiego internetu. Nie wiele jeszcze wiadomo na temat samoistnych redakcji internetowych, sposobów ich funkcjonowania czy też pozyskiwania publiczności. W tym jednak obszarze klasyczne kompetencje medialne wydają się już niewystarczające. Analizą funkcjonowania takich mediów muszą się też zająć informatycy – nie tylko potrafiący obsługiwać gotowe programy edytorskie, muzyczne i graficzne, ale też sprawnie budujący bazy danych, pozycjonujący materiały w wyszukiwarkach czy nawet

samodzielnie piszący programy wyszukiwawcze. Postulat włączenia inżynierów do badań polskiego systemu medialnego nie jest zbyt oryginalny, musimy bowiem pamiętać, że od jakiegoś już czasu zagadnienie praktycznego zastosowania informatyki w obszarze mediów jest podejmowane w programach kształcenia realizowanych przez politechniki. Podobnie rzecz się ma z szeroko pojmowaną komunikacją wizualną, czego dowodzą chociażby prace Lwa Manovicha⁶.

Największą bolączką współczesnych badań nad polskim systemem medialnym jest nikła wiedza o audytoriach mediów. Od ponad dwudziestu lat ośrodków akademickich nie stać na samodzielne badania nad społecznym obiegiem informacji. Co prawda można korzystać (i zwykle tak się dzieje) z wyników uzyskiwanych przez wyspecjalizowane firmy badawcze, ale ze świadomością, że dane zbierane są dla celów komercyjnych i służą przede wszystkim nadawcom. Właściwie nie zdarza się, aby na podstawie danych tego typu możliwe było scharakteryzowanie aktualnych tendencji występujących na rynku, a tym bardziej formułowanie jakichś prognoz i hipotez.

Biorąc pod uwagę potencjał polskiej gospodarki, stan środków przeznaczanych dla naszej nauki, stwierdzić można, że jedynym rozsądnym rozwiązaniem jest wnikliwe obserwowanie tego, co się dzieje w lepiej rozwiniętych systemach medialnych. Obserwacja ta sugeruje, że w coraz większym stopniu ich ewolucję stymulują użytkownicy, a tempo zachodzących zmian uzależnione jest od postępu technologicznego. Odnosząc to do naszych rodzimych doświadczeń, dodać trzeba, że proces upowszechnienia nowych, w tym nieliniarnych, technologii informacyjnych nie jest równomierny. Największy zakres osiągnął w aglomeracjach, na prowincji zaś nowe – cyfrowe media znane są w mniejszym stopniu.

Klasyczne dziennikarstwo znajduje się w odwrocie. Z roku na rok maleje liczba twórców samodzielnie zdobywających i komentujących informacje. Gwałtownie rośnie (choć brak w tej materii precyzyjnych danych) liczba *media workerów*, sprawnie przetwarzających znalezione w sieci lub wypowiedziane przez piarowców materiały w formaty prasowe, radiowe i telewizyjne. Jednocześnie w coraz większym stopniu medialna agenda determinowana jest przez materiały popularne w internecie, niezależnie od ich informacyjnych czy kulturotwórczych wartości.

Zapewne najszybciej odpowiedź na pytanie, jak będzie wyglądał polski system medialny za 5–10 lat, dadzą nam najmłodszy użytkownicy sieci, którzy już dziś rezygnują z klasycznie pojmowanych mediów, nie kupują gazet, nie słuchają radia i nie oglądają telewizji, a korzystają z urządzeń umożliwiających im nieustanną obecność w internecie. Można nawet zaryzykować tezę, że odpowiedź na pytanie, jaki będzie w najbliższej przyszłości polski system medialny, może być równoznaczna z odpowiedzią na pytanie, jaki jest polski internet. Obecnie medium to służy przede wszystkim utrzymywaniu kruchych więzi społecznych,

⁶ Zob. jedną z nowszych prac tego autora: Manovich 2013.

bezpłatnej konsumpcji homogenicznych treści rozrywkowych oraz wybranych treści kulturowych. Funkcje informacyjne realizuje w ograniczonym stopniu⁷.

Bibliografia

- Bajka Z. (1976). Czytelność prasy w Polsce Ludowej. Kraków.
- Bajka Z. (2000). Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 42–63.
- Bauer Z. (2009). Dziennikarstwo wobec nowych mediów: historia, teoria, praktyka. Kraków.
- Dobek-Ostrowska B. (2011). Polski system medialny na rozdrożu: media w polityce, polityka w mediach. Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B. i in. (2013). Zmiana w dziennikarstwie. Kultura zawodowa polskich dziennikarzy (badania ilościowe). *Studia Medioznawcze*, nr 1, s. 11–27.
- Fliciak M. (2012). Obiegi kultury: społeczna cyrkulacja treści. Warszawa.
- Fliciak M. i in. (2010). Młodzi i media: nowe media a uczestnictwo w kulturze. Warszawa.
- Godzic W. (2004). Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”. Kraków.
- Godzic W. (2007). Znani z tego, że są znani: celebryci w kulturze tabloidów. Warszawa.
- Godzic W. (2013). Kuba i inni: twarze i maski popkultury. Warszawa.
- Gogołek W. (2007). Wprowadzenie do informatyki dla humanistów. Warszawa.
- Gogołek W. (2010). Komunikacja sieciowa: uwarunkowania, kategorie i paradoksy. Warszawa.
- Gogołek W. (2012). Informatyka dla humanistów. Warszawa.
- Hallin D., Mancini P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge.
- Hallin D., Mancini P. (2007). Systemy medialne: trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, przeł. M. Lorek. Kraków.
- Kreft J. (2012). Ewolucja strategii transmedialnych korporacji transnarodowych. Gdańsk.
- Jabłoński H. (1947). Opinia – parlament – prasa: wstęp do badań roli opinii publicznej w epoce rozkwitu kapitalizmu. Warszawa.
- Jakubowicz K. (2007). Media publiczne: początek końca czy nowy początek? Warszawa.
- Jakubowicz K. (2011). Nowa ekologia mediów: konwergencja a metamorfoza. Warszawa.
- Jaskiernia A. (2012). Dziennikarstwo w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej – stan dyskusji. *Studia Medioznawcze*, nr 4, s. 97–113.
- Jenkins H. (2007). Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów. Warszawa.
- Jędrzejewski S. (1997). Radio renesans: od monopolu do koncentracji. Warszawa.
- Kontrowersje wokół transformacji prasy 1989–1993 (1993). A. Słomkowska (red.). Warszawa.
- Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa (2012). Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura, M. Gierula, P. Szostok (red.). Katowice.
- Kowalski T. (2008). Między twórczością a biznesem: wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce. Warszawa.
- Kowalski T., Jung B. (2006). Media na rynku: wprowadzenie do ekonomiki mediów. Warszawa.
- Kupis T. (1975). Dzienniki i czasopisma na polskim rynku prasowym. Kraków.
- Manovich L. (2013). *Software Takes Command*. New York.
- Mielczarek T. (1998). Między monopolem a pluralizmem. Kielce.
- Nierenberg B. (2007). Publiczne przedsiębiorstwo medialne: determinanty, systemy, modele. Kraków.
- Nierenberg B. (2011). Zarządzanie mediami: ujęcie systemowe. Kraków.

⁷ O tym, jak z nowych mediów korzystają młodzi Polacy, informują raporty opracowane przez Mirosława Fliciaka. Zob. Fliciak i in. 2010 oraz Fliciak 2012.

- Olszański L. (2006). Dziennikarstwo internetowe. Warszawa.
- Olszański L. (2012). Media i dziennikarstwo internetowe. Warszawa.
- Paczkowski A. (1980). Prasa polska w latach 1918–1939. Warszawa.
- Pięćciolecie transformacji mediów 1989–1994 (1995). A. Słomkowska, E. Ciborska (red.). Warszawa.
- Pisarek W. (1995). Kwalifikacje dziennikarzy w opinii redaktorów naczelnych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 153–163.
- Problemy konwergencji mediów (2013). D. Rott i M. Kaczmarczyk (red.), t. 1 i t. 2. Sosnowiec.
- Siebert F.S., Peterson T., Schramm W. (1956). *Four Theories the Press*. Urbana.
- Skrzypczak J. (2011). Polityka medialna w okresie konwersji cyfrowej radiofonii i telewizji. Poznań.
- Sonczyk W. (1999). Media w Polsce: zarys problematyki. Warszawa.
- Transformacja mediów 1989–1995 (1996). A. Słomkowska (red.). Warszawa.
- Transformacja prasy polskiej 1989–1992 (1992). A. Słomkowska (red.). Warszawa.
- Żabiński R. (2010). Marketing na rynku prasowym. Warszawa.

STRESZCZENIE

Przedmiotem artykułu są badania dotyczące polskiego systemu medialnego. Autor przedstawił ich historyczny rozwój po 1989 roku oraz obszary, które zostały najlepiej rozpracowane, ale też i takie, które nadal oczekują szerszej analizy. Doszedł do przekonania, że badania te stymulowane były realnymi problemami wynikającymi z przekształceń polskiego systemu medialnego. Uważa, że w najbliższej przyszłości jego ewolucja uzależniona będzie od czynników ekonomicznych i technologicznych, choć największy na nią wpływ będzie miała publiczność, która sukcesywnie przenosić się będzie do internetu.

Słowa kluczowe: system medialny, badania, Polska