

**ŚRODKOWOEUROPEJSKIE
STUDIA
POLITYCZNE**

**CENTRAL EUROPEAN
POLITICAL STUDIES**

1 2011

Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań



Rada programowa:

prof. dr hab. Tadeusz WALLAS (przewodniczący),
prof. dr hab. Janusz ADAMOWSKI, prof. dr hab. Roman BÄCKER,
prof. dr hab. Oleg BELENOV, prof. dr hab. Tadeusz BODIO,
prof. dr hab. Maria MARCZEWSKA-RYTKO, doc. Oleg MIKHAILEW,
prof. dr hab. Grzegorz PIWNICKI, prof. dr hab. Ryszard PARADOWSKI,
prof. dr hab. Włodimir RIZUN, prof. dr hab. Jacek SOBCZAK,
prof. dr hab. Alicja STĘPIEŃ-KUCZYŃSKA,
prof. dr hab. Marek ŻMIGRODZKI, prof. dr hab. Arkadiusz ŻUKOWSKI

Redakcja:

prof. dr hab. Andrzej STELMACH – redaktor naczelny
dr Szymon OSSOWSKI – sekretarz redakcji
prof. dr hab. Edward JELIŃSKI, dr Agnieszka STĘPIŃSKA,
prof. dr hab. Marek ŻYROMSKI

Recenzent tomu

prof. dr hab. EDWARD JELIŃSKI

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ul. Umultowska 89, 61-614 Poznań, tel. 61 829 65 08

SSN 1731-7517

Skład komputerowy – „MRS”
60-408 Poznań, ul. P. Żołotowa 23, tel. 61 843 09 39
Druk i oprawa – Zakład Graficzny UAM
61-712 Poznań, ul. H. Wieniawskiego 1

Spis treści

Agnieszka STĘPIŃSKA, Marta WRZEŚNIEWSKA-PIETRZAK Debata prezydencka 2010: komunikacja przez pryzmat wartości	5
Cezary J. OLBROMSKI Kilka uwag na temat normatywności w teorii polityki: perspektywa utopii politycznej	33
Marek REWIZORSKI Podmiotowość prawnomiedzynarodowa Wspólnot Europejskich oraz Unii Europejskiej	45
Ryszard KOWALCZYK Miejsce i rola mediów lokalnych we współczesnym społeczeństwie informacyjnym (refleksje medioznawcze)	65
Robert GROCHOWSKI Ewolucja greckich środków społecznego przekazu, z uwzględnieniem komunikatu reklamowego	81
Сакен ЖУМАНОВИЧ НУРБЕКОВ, Лукаш ДОНАЙ СМИ Казахстана в условиях глобализации	93
Bartosz HORDECKI The Escape from Everyday Life? Accounts of Holidays and Anniversaries in TV news	103
Krzysztof PATKOWSKI Pozycja i znaczenie partii wywodzących się z systemu niedemokratycznego na scenie partyjnej w Polsce, Czechach, Słowacji i na Węgrzech po 1989 r.	113
Marcin ŁUKASZEWSKI Kolegialna głowa państwa we współczesnych systemach politycznych . .	133
Piotr MALYSZKO Kontynuacja czy przełom? Obraz PRL i geneza transformacji systemowej w prasie białostockiej lat 1989–1991	157
Recenzje: Marcin Król, <i>Czego nas uczy Leszek Kołakowski</i> (Filip Biały)	169
<i>The Rise of 24-hour News Television. Global Perspective</i> , pod red. Stephena Cushiona i Justina Lewisa (Agnieszka Stępińska)	171

The Rise of 24-hour News Television. Global Perspective,
pod red. Stephena Cushiona i Justina Lewisa, Wydawnictwo
Peter Lang, Nowy Jork 2010, ss. 350.

Pierwsza dekada XXI wieku przyniosła szereg zmian w mediach. Pojawiły się nie tylko nowe nośniki, ale także nowe sposoby rozpowszechniania informacji. Jednym z najważniejszych elementów tego współczesnego pejzażu mediów pozostają wciąż kanały telewizyjne prezentujące informacje 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, z CNN – obchodzącym w czerwcu 2010 roku trzydziestą rocznicę swojego istnienia – na czele. Co ciekawe, nawet rozwój Internetu nie zmniejszył znaczenia tego źródła informacji, choć istotnie wpłynął na jego kształt.

Praca zbiorowa przygotowana przez Stephena Cushiona i Justina Lewisa stanowi interesującą próbę nakreślenia historii oraz uchwycenia czynników

⁵ Ibidem, s. 171–172.

⁶ Ibidem, s. 26–27.

kształtujących zarówno treść, jak i formę kluczowych stacji telewizyjnych nadających relacje z wydarzeń w formacie 24/7. Zawartość książki podzielona została na cztery główne części, z których każda zawiera 4 lub 5 rozdziałów.

Kluczowy dla zrozumienia zjawiska funkcjonowania całodobowych telewizyjnych stacji informacyjnych jest pierwszy rozdział *Three Phases of 24-Hour News Television* autorstwa Stephena Cushiona. Wyróżnia on trzy fazy rozwoju tego typu stacji telewizyjnych. Pierwszą wyznacza powstanie i rozwój CNN w Stanach Zjednoczonych, zaś punktem zwrotnym na tym etapie było relacjonowanie przez CNN na żywo pierwszej wojny w Zatoce Perskiej w latach 1990–1991. Fazę tę symbolicznie zamyka moment rozpoczęcia nadawania programu przez CNN International (CNNI).

Jest to jednocześnie początek drugiej fazy, którą charakteryzuje pojawienie się innych organizacji medialnych zainteresowanych przygotowaniem i rozpowszechnianiem informacji 24/7, bądź to w danym kraju, bądź na skalę międzynarodową (m.in. Euronews, BBC World). Jest to także okres, w którym pojawiają się pierwsze wyniki systematycznych badań prowadzonych nad potencjalną i rzeczywistą rolą CNN oraz CNNI w kształtowaniu obrazu świata w oczach nie tylko amerykańskiej, ale i międzynarodowej opinii publicznej. To wówczas pojawia się pojęcie „efekt CNN”, którym określa się możliwość wpływu CNN na decyzje podejmowane przez podmioty polityczne, zwłaszcza w sytuacji konfliktów i interwencji zbrojnych.

Wreszcie, faza trzecia rozpoczyna się w okresie, w którym na rynku stacji telewizyjnych nadających w formacie 24/7 pojawia się tendencja do specjalizacji i koncentracji na określonych regionach świata, zaś konkurencja występuje nie tylko pomiędzy stacjami o zasięgu międzynarodowym, ale także pomiędzy nimi a całodobowymi krajowymi stacjami telewizyjnymi, których pojawia się coraz więcej w każdym kraju. Dodatkowym elementem fazy trzeciej są zmiany zachodzące w stylu relacjonowania zdarzeń oraz sposobach skupiania uwagi odbiorców na prezentowanych historiach.

Jak wskazuje S. Cushion, o ile CNN stanowiło pierwotnie punkt odniesienia dla innych stacji (nawet jeśli postawa wobec CNN była krytyczna, jak miało to miejsce w przypadku stacji Euronews, która swoją filozofię kształtowała w opozycji do „amerykocentryzmu” CNN), o tyle inną stację amerykańską, Fox News uważa się za odpowiedzialną większego upolitycznienia programów informacyjnych, bądź przynajmniej większej otwartości na wyrażanie poglądów politycznych, komentowanie wydarzeń przez dziennikarzy oraz tabloidyzację treści (tzw. „foxification”).

Większość ze zjawisk wskazanych w rozdziale pierwszym opisane jest dokładniej w dalszych częściach pracy, bądź to podczas prób nakreślenia bardziej ogólnej charakterystyki współczesnych mediów, bądź też podczas analizy poszczególnych stacji telewizyjnych. I tak, np. zjawisko „foxification” omówione zostało szczegółowo w rozdziale drugim autorstwa Michaela Bromleya *All the World's a Stage: 24/7 News, Newspapers, and the Ages of Media*, zaś wpływ stacji amery-

kańskich na zawartość programów w innych krajach poddany został analizie w rozdziałach zawartych w trzeciej i czwartej części książki.

Charakter wprowadzający ma także kolejny rozdział składający się na pierwszą część książki (*Global News Revisited: Mapping the Contemporary Landscape of Satellite Television News*), który dostarcza systematycznego przeglądu stacji nadających programy informacyjne 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu na świecie. Autorzy: Mugdha Rai i Simon Cottle zwracają przy tym uwagę na fakt, iż z jednej strony mamy do czynienia z konkurencją w tym sektorze rynku globalnego medialnego, z drugiej zaś wielość organizacji medialnych nie gwarantuje wcale różnorodności zawartości przekazów. Wręcz przeciwnie, z uwagi na wysokie koszty funkcjonowania w systemie 24/7 krajowe i regionalne stacje telewizyjne stają się zależne od zewnętrznych źródeł, jakimi są agencje informacyjne i właśnie wielkie stacje informacyjne, typu CNNI lub BBC World. Problem ten analizują także Chris Paterson w rozdziale 5 (*The Hidden Role of Television News Agencies: „Going Live” on 24-Hour News Channels*) oraz Claudia Boyd-Barrett i Olivier Boyd-Barrett w rozdziale 11, zatytułowanym *24/7 News as Counter-Hegemonic Soft Power in Latin America*.

Wreszcie, rozdział 4, zamykający pierwszą część książki *Democratic or Disposable? 24-Hour News, Consumer Culture, and Built-in Obsolescence* koncentruje się na tym, w jakim stopniu stacje informacyjne wykorzystują swój potencjał w zakresie rozpowszechniania przekazów ukazujących, co każdego dnia dzieje się w różnych zakątkach świata. Zdaniem autora – Justina Lewisa, potencjał technologiczny nie jest w pełni wykorzystywany z uwagi na silne wpływy czynników rynkowych – selekcja wydarzeń i lokalizacji ma być tak prowadzona, by skupić uwagę jak największej grupy odbiorców i reklamodawców. W efekcie – podobnie jak w wielu innych mediach – dominują relacje z wydarzeń mających miejsce w krajach o kluczowym politycznym i gospodarczym znaczeniu.

Rozdziały zawarte w części drugiej recenzowanej książki poszerzają wiedzę czytelnika w zakresie zmian zachodzących obecnie w mediach informacyjnych oraz o konsekwencjach wciąż rosnącej konkurencji pomiędzy nimi. I tak, Chris Peterson zwraca uwagę na dominującą pozycję międzynarodowych agencji informacyjnych dostarczających materiałów całodobowym programom telewizyjnym. W warunkach ostrej rywalizacji pomiędzy stacjami, by jak najszybciej przekazywać informacje niemal z całego świata dziennikarzom i redaktorom nie starcza już czasu na pogłębioną analizę zjawisk i wydarzeń, które prezentują w swoich programach. Co więcej, materiały agencyjne są mniej czołowe i kapitałochłonne, więc zaczynają wypierać materiały przygotowane przez własnych reporterów stacji. A zatem, paradoksalnie konkurencja pomiędzy stacjami nie prowadzi do różnicowania oferty i poprawy jakości przekazu (rozumianej tu choćby jako zaprezentowanie kontekstu relacjonowanych zdarzeń), ale do dominacji historii relacjonowanych i komentowanych na żywo (pisze o tym Stephen Cushion w rozdziale 6 poświęconym analizie konkurencji dwóch stacji brytyjskich: Sky News i BBC News).

Wiara mediów informacyjnych w siłę przyciągania odbiorców przez relacje na żywo wydaje się jednak nieco przesadzona. Wyniki badań prowadzonych nad odbiorcami, które w swoim rozdziale prezentują C. A. Tuggle, Peter A. Casella i Suzanne Huffman ujawniają, że o ile widzowie doceniają fakt, iż kluczowe zdarzenia są im relacjonowane na bieżąco, o tyle krytycznie oceniali selekcję wydarzeń relacjonowanych w ten sposób (w pewnych przypadkach nie miało to w ich odczuciu uzasadnienia, np. wówczas gdy dziennikarz wciąż relacjonował na żywo z miejsca zdarzenia, które miało miejsce kilka godzin wcześniej).

Kolejne dwa rozdziały zawarte w drugiej części książki prezentują specyfikę, odpowiednio, programów sportowych (John Sugden i Alan Tomlison) i internetowych wydań programów informacyjnych (Laura Juntenen). W obu typach mediów zaobserwować można postępującą tabloidyzację treści oraz przywiązywanie coraz mniejszej wagi do standardów zawodowych i norm etycznych przez dziennikarzy.

Trzecia część książki zawiera rozdziały analizujące zasięg i potencjalne oddziaływanie całodobowych telewizyjnych stacji informacyjnych, które działają w poszczególnych regionach świata. Znalazły się tu badania dotyczące m.in. Al Jazeera i jej pozycji w krajach arabskich (rozdział autorstwa Muhammada I. Ayisha), a także analizy rynków i odbiorców stacji informacyjnych w Ameryce Łacińskiej (Claudia Boyd-Barrett i Olivier Boyd-Barrett), Australii (Sally Young) oraz na Bliskim Wschodzie (Mohamed Zayani). Autorzy tych rozdziałów wskazują, że pojawienie się całodobowych programów informacyjnych we wszystkich analizowanych przypadkach istotnie zmieniło krajobraz rynku medialnego oraz wpłynęło na styl relacjonowania zdarzeń przez dziennikarzy. Badania ujawniają także sposoby, w jaki stacje dostosowują swoją zawartość do oczekiwań regionalnych i lokalnych odbiorców.

Wreszcie, ostatnia część książki obejmuje rozdziały prezentujące przykłady narodowych całodobowych stacji informacyjnych we Francji, Chinach, Indiach i Niemczech. W każdym z nich przeanalizowane zostały czynniki ekonomiczne, polityczne i społeczne, które wpływają zarówno na zawartość programów, jak i oczekiwania odbiorców. I tak, stacja France24 powstała w dużej mierze w odpowiedzi na niezadowolenie elit politycznych ze sposobu, w jaki Francja prezentowana jest w mediach. Analiza zawartości, przeprowadzona przez Raymonda Kuhna wskazuje, że France24 ma swoją własną agendę, podporządkowaną tym obszarom, które dla Francji są kluczowe, zaś oferta tej stacji nie tyle skierowana jest do odbiorców w kraju, co poza granicami (narzędzie informowania o priorytetach Francji i kształtowania jej wizerunku na arenie międzynarodowej). Także w przypadku chińskiej stacji CCTV istotne znaczenie odgrywają czynniki polityczne – w swoim rozdziale John Jirik bada, w jakim stopniu partia komunistyczna cenzuruje zawartość programów stacji, a w jakim wpływ na treść i formę wpływ mają reklamodawcy. Z kolei niemieckie kanały informacyjne kierują się głównie kryteriami rynkowymi – program skierowany jest do elit nie do szerokich grup odbiorczych, zaś z uwagi na nieliczną kadrę dziennikarską, program nada-

wany jest głównie rano. Wreszcie, rozdział poświęcony programom informacyjnym nadawanym w systemie 24/7 w Indiach ukazuje, jak prywatne stacje satelitarne wpłynęły na demokratyzację systemu politycznego.

Redaktorzy tomu zadbali zarówno o różnorodność, jak i spójność materiału zaprezentowanego w poszczególnych rozdziałach. Obok największych amerykańskich i brytyjskich stacji telewizyjnych o zasięgu międzynarodowym w książce scharakteryzowane zostały stacje regionalne i krajowe. Niemniej, w zbiorze tym wyraźnie brakuje odrębnego rozdziału w całości poświęconego stacji Euronews, która wyróżnia się nie tylko relatywnie wysokim poziomem oglądalności, jak i wielojęzycznością (zawartość programów przygotowywana jest równolegle w 8 językach). Co więcej, brak w książce analizy odbiorców tego typu programów, zarówno w przypadku stacji regionalnych i krajowych, jak i tych kierujących swoją ofertą do widzów na całym świecie. Wiedza o profilu odbiorcy, który wpływa nie tylko na dobór prezentowanych zdarzeń i problemów, ale także na emitowane przekazy reklamowe byłaby pomocna w lepszym zrozumieniu wartości omawianych stacji. Jak pokazują wyniki badań prezentowanych na stronach internetowych takich stacji jak CNNI, BBC World czy Euronews odbiorcami są głównie mężczyźni, uzyskujący wysokie zarobki, liderzy opinii zajmujący stanowiska kierownicze, często podróżujący zarówno w celach zawodowych, jak i prywatnych. Jest to zatem elita finansowa – niezbyt liczna, ale bardzo wpływowa.

Lektura recenzowanej publikacji dostarcza czytelnikowi wiedzy o specyfice poszczególnych stacji oraz mechanizmach, które tę specyfikę tworzą. Co więcej, każdy rozdział zawiera nie tylko omówienie cech i zjawisk, ale także pogłębioną analizę czynników wpływających na obserwowany stan rzeczy oraz próbę sformułowania prognoz na przyszłość. Jednym z kluczowych pytań jest w tym przypadku wpływ nowych mediów na styl prezentowania wydarzeń przez stacje telewizyjne oraz o postępującą koncentrację własności organizacji medialnych i instytucji, które dostarczają im materiały filmowe. To z kolei prowadzi do pytań o model dziennikarstwa i jakość przekazów upowszechnianych przez współczesne media. Książka może zatem stanowić interesującą lekturę zarówno dla badaczy mediów, jak i studentów dziennikarstwa, a także dla wszystkich, którzy zajmują się tematyką przepływu informacji.

Agnieszka STĘPIŃSKA

Poznań