

# OD REDAKCJI

---

Współczesnym Polakom nie trzeba zbytnio dowodzić ciągle rosnącej roli i znaczenia środków komunikowania masowego. Po 1989 r. prasa, radio i telewizja zyskały w Polsce znakomite warunki rozwoju, znacznie też zwiększyło się środowisko dziennikarskie.

Codzienniej praktyce mediów od wielu już dziesięcioleci towarzyszy refleksja naukowa. Choć początków polskich badań prasoznawczych można doszukiwać się już u schyłku XIX wieku, faktycznie rozwinęły się one w okresie międzywojennym. Później, z oczywistych powodów politycznych, badania prasoznawcze zostały zaniechane, a powrócono do nich po 1956 r.

Intensywny rozwój mediów widoczny w ostatnich latach przyczynił się do znacznego zwiększenia liczby ośrodków akademickich kształcących przedstawicieli szeroko rozumianego środowiska dziennikarskiego oraz prowadzących badania prasoznawcze.

Wśród tych placówek znalazł się ostatnio Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej powołany w 2005 r. przez Wyższą Szkołę Humanitas w Sosnowcu (dawną Wyższą Szkołę Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu). W Instytucie tym pracują przede wszystkim naukowcy, dydaktycy i praktycy dziennikarstwa z szeroko pojmowanego regionu śląskiego. Nie oznacza to jednak, iż Instytut zajmuje się tylko problemami mediów lokalnych. Dowodzi tego uruchamianie właśnie periodyk tej placówki zawierający zróżnicowane opracowania dotyczące nie tylko śląskich mediów lokalnych, ale np. ekonomiki mediów, ich najnowszej historii, czy też gatunków dziennikarskich.

Intencją zespołu redakcyjnego „Rocznika Prasoznawczego” jest bowiem wydawanie pisma o uniwersalnym charakterze. Nie zamierzamy też ograniczać kręgu współpracowników. Chociaż w „Roczniku” dominować zapewne będą publikacje osób związanych z Instytutem, łamy pisma zostają otwarte dla wszystkich autorów, którym nie jest obca refleksja prasoznawcza.

Staramy się tego dowieść pierwszym numerem „Rocznika”, w którym publikujemy teksty nie tylko polskich autorów. Pismo otwiera opraco-

wanie Mariana Gieruli prezentujące europejskie zasady i normy przeciwdziałania koncentracji rynku medialnego. Tomasz Mielczarek przedstawił z kolei współczesną polską prasę opinii, przez którą rozumiał wydawane po 1989 r. czasopisma społeczno-polityczne i społeczno-kulturalne. Wśród rozpraw i artykułów odnaleźć też można szkic Jolanty Dzierżyńskiej relacjonujący ostatnie lata funkcjonowania lokalnego dziennika „Życie Częstochowy”.

Artykuł Aleksandra Oskina – Przewodniczącego Rady Stowarzyszenia Dystrybutorów Prasy w Rosji zarysował dość optymistyczny wizerunek współczesnego rosyjskiego rynku prasowego. Choć dyskretnie pominął on drażliwe kwestie reglamentacji wolności prasy we współczesnej Rosji, to jednak jego wystąpienie jest niezwykle cenne, bowiem odnaleźć w nim można niezwykle rzadkie dziś informacje dotyczące szczegółów funkcjonowania mediów u naszego największego wschodniego sąsiada.

Wśród komunikatów na uwagę zasługuje zwłaszcza analiza wyników ciekawych badań, dotyczących relacji pomiędzy osobowością a reklamą telewizyjną. Badania te przeprowadziła Agnieszka Turska-Kawa.

O tym jak daleko zaszły zmiany na rosyjskim rynku prasowym zaświadcza esej Władmira Tułpowa. Autor poszukuje w nim granic pomiędzy dziennikarstwem, public relations i reklamą. Jak będziemy mogli się przekonać, zacieranie granic pomiędzy tymi sferami nie jest tylko właściwością wysokorozwiniętych państw Północnej Ameryki i Zachodniej Europy, ale też dynamicznie rozwijających się medialnych rynków wschodnioeuropejskich.

W drugiej części naszego czasopisma publikujemy ponadto komunikaty Anny Mielczarek, Dariusza Rotta i Michała Kaczmarczyka. W pierwszym z nich autorka stara się rozwikłać problemy związane z genologią dziennikarską. Dariusz Rott przypomina zaś sylwetkę muzykologa, ale i muzycznego publicysty, Stefana Ślązaka. Michał Kaczmarczyk z kolei przedstawił wewnętrzne narzędzia PR wykorzystywane w codziennej pracy WSH w Sosnowcu.

W pierwszym numerze „Roczników” wyodrębniamy też stały dział, w którym odnaleźć będzie można recenzje najnowszych publikacji medioznawczych.