

Recenzowana książka przedstawia wiedzę z zakresu społecznej problematyki zagrożeń ekologicznych. Dzięki wieloaspektowemu ujęciu zjawiska kryzysu ekologicznego stanowi ona ciekawą i ważną pozycję na rynku wydawniczym. Książka może być użyteczna na poziomie akademickim.

*Ewa Albińska*

*Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne.* Red. S. Jędrzejewski. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2000 ss. 233.

O globalizacji pisze się wiele. Ten proces narastania współzależności i powiązań różnych części świata w sferze ekonomicznej, społecznej czy kulturowej nie jest czymś nowym. Jego źródła sięgają czasów późnego średniowiecza, gdy zaistniały stosunki handlowe między Europą a innymi, stopniowo odkrywanymi częściami świata. Obecnie ma podstawę w rozwoju masowej komunikacji o nieograniczonym zasięgu. Przesyłanie informacji w sposób natychmiastowy, z oddzieleniem czasu i miejsca, dokonuje się bowiem dzięki mediom elektronicznym.

O zjawisku globalizacji mediów i związanych z nią zagrożeniach dyskutowano na sesji naukowej w Krakowie w dniach 24-25 lutego 2000. Owocem tego spotkania jest książka *Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne* pod redakcją Stanisława Jędrzejewskiego. Jak trafnie zauważa we wstępie ów znawca radia, dzisiejsza sytuacja nadawcy i odbiorcy w mediach różni się od tej sprzed kilkunastu lat. Nowe cechy systemu komunikowania: globalność, otwartość, decentralizacja oraz dyfuzja technologii informacyjnych i komunikacyjnych, a także zjawisko komercjalizacji mediów zapoczątkowały wyprowadzenie kultury i informacji z sektora publicznego na rynek. W ten sposób do tych dóbr mają dostęp ci, którzy za nie płacą. Następstwem globalizacji mediów jest także homogenizacja kultury: sukces odnosi kultura łatwa, szybka, prosta – jej produkcją i dystrybucją zajmują się dziś korporacje medialne.

Recenzowana książka jest wiernym zapisem referatów, wystąpień panelowych i dyskusji prowadzonych na Uniwersytecie Jagiellońskim, a jej struktura odzwierciedla przebieg konferencji. Zainteresowane osoby miały możliwość uczestniczenia w trzech sesjach, których transkrypcja tworzy trzy części lektury. W pierwszej, zatytułowanej „Tendencja zmian w produkcji i dystrybucji programów”, badacze poszukują odpowiedzi na pytania: w jaki sposób problemy sektora audiowizualnego rozwiązuje Unia Europejska, czym jest w istocie zjawisko konwergencji mediów i jakie są jego konsekwencje dla komunikacji społecznej w społeczeństwie informacyjnym. Tadeusz Kowalski wskazuje na dwa podstawowe cele w polityce

audiowizualnej Unii Europejskiej: wprowadzenie regulacji sprzyjających maksymalizacji potencjału tego sektora oraz zwiększenie jego konkurencyjności. Ich realizacji mają służyć m.in. takie instrumenty prawne, jak dyrektywa „Telewizja bez granic” – przyjęta przez UE w 1989, a znówelizowana w 1997 r. – oraz Zielona Księga na temat Konwergencji Sektorów Telekomunikacji, Mediów i Technologii Informacyjnej i Implikacji dla Regulacji – COM (97) 623 ogłoszona przez Komisję Europejską w 1997 r.<sup>1</sup> Do kluczowych, zdaniem autora, celów regulacji zasad działania mediów na poziomie europejskim należą: ochrona interesów społecznych, wolność wypowiedzi i prawo do repliki, ochrona praw autorów i ich dzieł, pluralizm, ochrona konsumenta, ochrona nieletnich i ludzkiej godności, promowanie językowej i kulturowej różnorodności oraz uznanie roli mediów publicznych i potrzeba przejrzystości w ich funkcjonowaniu. Osoby zainteresowane innymi aspektami prawnymi funkcjonowania mediów w Europie z pewnością zaciekawia artykuł Wenera Rumphorsta, dyrektora Departamentu Prawnego EBU, dotyczący uregulowań prawnych w dziedzinie mediów.

Kluczowym pojęciem związanym z procesem globalizacji mediów elektronicznych jest konwergencja. Opierając się na Zielonej Księdze przybliżyła je Krystyna Doktorowicz, a jej następstwa dla systemów dystrybucji telewizyjnej wskazuje Elżbieta Kindler-Jaworska. Konwergencja sektorów komunikacyjnych polega na możliwości dostarczania tych samych usług i przekazywania tych samych treści multimedialnych przez różne media, np. telewizję, telefon, komputer (s. 43-44). Możliwa jest na trzech poziomach: technologicznym (dzięki cyfryzacji wszystkie oferty elektroniczne można dowolnie przesyłać), ekonomicznym (fuzje instytucji należących do sektora audiowizualnego i telekomunikacyjnego realizowane na narodowych i międzynarodowych rynkach) oraz regulacyjno-instytucjonalnym (przykład UE pracującej nad budową społeczeństwa informacyjnego).

Czy w dobie globalizacji, fuzji gigantycznych korporacji medialnych obracających potężnym kapitałem mogą istnieć i sprawnie funkcjonować nadawcy publiczni? Propozycje i wskazówki znaleźć można w artykułach wspomnianego już Stanisława Jędrzejewskiego oraz Karola Jakubowskiego. Ten ostatni wnikliwie analizuje nowe cechy mediów powstałe w wyniku konwergencji sektorów komunikacyjnych, wyróżnia też etapy „czwartej rewolucji” w mediach elektronicznych, dokonującej się na naszych oczach (s. 74). Interaktywność, indywidualizacja i komunikacja asynchroniczna to – zdaniem Jakubowskiego – właściwości komunikacji cyfrowej umożliwiające biernemu dotąd widzowi podejmowanie decyzji, kiedy i jakie treści, w jakiej kolejności i przez jaki czas odbierać. Nadawcy publiczni muszą więc, nadążając za rozwojem technologii komunikacyjnych, wypracować nowe strategie. Autor słusznie podkreśla znaczącą rolę internetu, który już niedługo będzie częściej wykorzystywany przez nadawców publicznych, np. do promocji poszczególnych audycji.

---

<sup>1</sup> Ang. Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation, COM (97) 623, Brussels 1997.

Druga część książki (II sesja), zatytułowana „Implikacje dla Polski – ochrona i rozwój małych i średnich rynków”, dotyczy konkretnych problemów pojawiających się w polskiej rzeczywistości medialnej. Najwyraźniej zarysowana przez autorów obawa ma związek z hollywoodzką promocją kultury popularnej. O zagrożeniach płynących z siły amerykańskiego rynku audiowizualnego dla polskiej tożsamości i roli, jaką niewątpliwie w szerzeniu tej kultury odgrywa telewizja, pisze Kazimierz Krzysztofek w najciekawszym, moim zdaniem, artykule pod wymownym tytułem: *Telewizja: aktor czy ofiara globalizacji*. Autor zwraca uwagę na osłabienie sektora mediów publicznych przez rynek informacyjny, który w istocie jest skupiony w rękach kilku najbogatszych gigantów medialnych (m.in. potentata telewizyjnego Leo Kircha, który w 1999 r. wykupił 15 tys. filmów i 55 tys. godzin seriali, oper mydlanych i różnych *shows*). Badacz wyjaśnia też w obrazowy sposób, czym jest kultura globalna, o której ostatnio tak głośno. Według niego nie stanowią jej tylko najpopularniejsze symbole amerykańskie: „coca cola, Mcdonalds, Pizza Hut i inne, ale także czerpane pełną garścią z kultur lokalnych smaki, zapachy, obrazy, dźwięki, które można wypromować i sprzedać jako brazylijską lambadę, meksykańskie taco, jamajskie reagee, japońską legendę Ninja, czy jawajski taniec hula-hop i mnóstwo innych. Zanim zostają wpuszczone w obieg globalny, są one zdekontekstualizowane, zestandaryzowane, zdetyerializowane, aby nigdzie nie zostały odrzucone” (s. 125). Krzysztofek celnie podkreśla, że największy udział w tworzeniu kultury łatwej ma telewizja, której zależy na jej tworzeniu i ekspansji, bowiem to przynosi największą korzyść.

Na potrzebę ochrony tożsamości poszczególnych narodów europejskich i promocję własnego dziedzictwa kulturowego wskazuje Bolesław Sulik, podkreślając rolę naszego przyszełego członkostwa w Unii Europejskiej. Do tej problematyki nawiązuje też Jan Sęk, który przypomina o konieczności wspierania mniejszości narodowych poprzez zapewnienie możliwości tworzenia własnych programów i audycji przez grupy etniczne.

W dobie globalizacji szczególną rolę, zdaniem Leona Dyczewskiego, powinny odgrywać media lokalne i regionalne. Wspieranie ich rozwoju jest koniecznie ze względu na funkcje, jakie powinny one spełniać w najbliższym środowisku. Ich zadaniem jest m.in. być bliżej odbiorcy, informować o bieżących wydarzeniach nie tylko w regionie, przybliżać jego kulturę, umacniać więzi między członkami społeczności lokalnej i pobudzać do działania. Biorąc pod uwagę wymienione przez autora cechy mediów globalnych i regionalnych, czytelnik może zadać sobie pytanie: na jakich zasadach działają media lokalne w moim środowisku? czy spełniają misję wspierania tego środowiska, wykorzystują jego potencjał twórczy i łączą ludzi, czy raczej ograniczają się tylko do odtwarzania treści łatwych, popularnych znanych z mediów o szerszym zasięgu?

Ostatnią część książki stanowi zapis żywo podjętej dyskusji nad przyszłością mediów w kontekście globalizacji. Ich przedstawiciele: Robert Kwiatkowski (TVP SA), Ryszard Miazek (PR SA), Piotr Frydryszek (Radio MERKURY, Poznań) oraz znani krytycy i badacze: Tomasz Goban-Klass, Jerzy Mikułowski-Pomorski oraz Maciej Mrozowski skupiają się przede wszystkim na kontrowersjach związanych

z istnieniem publicznej telewizji i realizacją jej podstawowego zadania, jakim jest misyjność.

*Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne* to pozycja nietypowa. Sięgnąć może po nią zarówno badacz mediów, jak i dziennikarz, prawnik czy ekonomista. Dzisiaj media są istotną częścią świata społecznego, a książka ta w interesujący sposób przybliży problemy prawne, ekonomiczne, kulturowe, z którymi zmagają się zarówno ludzie tworzący ten świat, jak i jego odbiorcy. Niestety mankamentem jest brak jakiegokolwiek artykułu poruszającego kwestie etyczne w związku z wpływem mediów globalnych na życie społeczne. Czyżby ta sfera życia i twórczości nie podlegała żadnej ocenie?

Biorąc pod uwagę dzisiejsze spory polityczne wokół sposobów funkcjonowania mediów publicznych oraz zarzuty o dyskryminację wybranych mediów komercyjnych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (Telewizja Puls), do lektury zachęcić może przede wszystkim aktualność podejmowanej na jej kartach problematyki. Zaletą tej książki jest także żywy, dynamiczny, zrozumiały dla każdego język, jakim posługują się przedstawiciele świata nauki i kultury. Po przeczytaniu kolejnych artykułów, zwłaszcza fragmentów dyskusji, czytelnik ma wrażenie uczestniczenia w niej. Odczucie potęguje to, że wydawcy zamieścili w książce także teksty powitań i przemówień ważnych osobistości. Biorąc lekturę do ręki, czytelnik może się jednak zawahać. Zastrzeżenia bowiem budzi mało atrakcyjna szata graficzna oraz niedbałość sporządzenia noty bibliograficznej. Należy także pamiętać, że jako materiał z sesji naukowej książka nie jest dostępna w każdej księgarni. Jednakże ze względu na bogatą treść warto jej poszukać.

*Anna Sugier-Szerega*

Janusz M a r i a ń s k i, *Kryzys moralny czy transformacja wartości? Studium socjologiczne*. Lublin: Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 2001 ss. 500.

Spółczesność polskie w okresie transformacji ustrojowej podlega przeobrażeniom również w dziedzinie moralności, która rzadko bywa przedmiotem badań socjologicznych. Próby definiowania ładu społecznego wyłaniającego się w okresie przełomu tysiącleci w Polsce charakteryzują się niezwykle różnorodnością i wielością ujęć. W swojej książce Janusz Mariański rejestruje pięćdziesiąt dwa ujęcia obecne w literaturze socjologicznej.

Zadania badawcze podjęte przez autora sprowadzają się do rozpoznania kierunku zmian wartości i zachowań moralnych, ustalenia postaw metamoralnych organizu-