

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Securitate et Educatione Civili VI (2016)

ISSN 2082-0917

RECENZJE

Stanisław Michalczyk, *Jednostka i społeczeństwo w świecie mediów. Klasyczne i współczesne idee w teoriach średniego zasięgu*, Thesaurus Silesiae, Katowice 2015, 304 ss.

Do potrzeby wnikliwej i pogłębionej naukowej analizy mediów oraz ich wpływu na jednostkę i społeczeństwo nie trzeba nikogo przekonywać. Potrzeba ta wynika w szczególności z nawet intuicyjnie wyczuwanego wzrostu roli mediów w naszym życiu. Niegdyś prasa, a następnie radio i telewizja, stanowiły fragment naszej codzienności, który jednak był najwyżej dodatkiem do najistotniejszych bezpośrednich interakcji społecznych. Obecnie media są już niezastępowalnym elementem codzienności. Służą do pozyskiwania informacji, rozrywki, komunikowania się z innymi, można zaryzykować twierdzenie, że większość naszych decyzji, działań, reakcji, postaw inspirowana jest właśnie bodźcami czerpanymi ze strony mediów. Wpływ mediów choćby na nasze decyzje polityczne czy ekonomiczne wydaje się być tak duży, że warto próbować poszukiwać naukowych wyjaśnień i prognoz dotyczących zmian, jakie wywołują procesy mediatyzacji.

Na tym tle wskazać można, że w Polsce wciąż powstaje stosunkowo mało opracowań, które podejmowałyby się systematycznej teoretycznej analizy w obszarze komunikowania masowego. Rzadziej też niż choćby w państwach Europy Zachodniej podejmuje się systematyczne badania empiryczne zawartości mediów czy ich oddziaływania na odbiorców.

Już choćby ze względu na powyższe uwarunkowania z radością przyjąć należy książkę cenionego politologa i medioznawcy, Stanisława Michalczyka, która ukazała się w 2015 roku nakładem katowickiego wydawnictwa Thesaurus Silesiae. W pracy dokonano analizy dziesięciu teorii z zakresu komunikowania masowego. Wybrane zostały tu z jednej strony teorie takie jak *agenda-setting*, spirala milczenia czy teoria użytkowania i gratyfikacji, a więc dobrze znane polskiemu czytelnikowi, a to dzięki tłumaczeniom na język polski kluczowych prac twórców tych teorii¹ lub prowadzonym w Polsce badaniom empirycznym². Z drugiej zaś strony w pracy

¹ M. McCombs, *Ustanawianie agendy: media masowe i opinia publiczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008; E. Noelle-Neumann, *Spirala milczenia: opinia publiczna – nasza skóra społeczna*, Zysk i S-ka, Poznań 2004.

² B. Łódzki, *Ustanawianie agendy mediów podczas kampanii wyborczych w 2005 roku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2010; A. Turska-Kawa, *Poczucie*

przeanalizowano także teorie nieco mniej popularne, by wskazać koncepcję *Elaboration Likelihood Model* czy interakcję paraspołeczną.

Książka składa się z dziesięciu rozdziałów, z których każdy poświęcony jest jednej teorii. Pracę rozpoczyna obszernie wprowadzenie, w którym czytelnik znajdzie analizę miejsca i roli teorii w komunikowaniu masowym oraz liczne typologie teorii, następnie zaś określono miejsce teorii średniego zasięgu w systemie teorii komunikowania masowego.

W kolejnych rozdziałach omówione zostały teorie: *gatekeeping*, wartość informacji, *framing*, *agenda-setting*, *Elaboration Likelihood Model*, *Uses and Gratifications*, interakcja paraspołeczna, dyfuzja innowacji, efekt osoby trzeciej oraz spirala milczenia. Rozdziały mają konsekwentny układ. Rozpoczyna je analiza genezy danej teorii, jej historia i naukowy rodowód, następnie zarysowane zostają główne pojęcia i twierdzenia teorii, jej zastosowanie oraz możliwe formy, w jakiej występuje. W dalszej kolejności zaprezentowano, w jaki sposób teoria wykorzystywana była w badaniach empirycznych i jakie są ich główne wyniki, na końcu zaś wskazano na ewentualne kierunki krytyki każdej z teorii oraz związek badanej teorii z koncepcjami pokrewnymi.

Niewątpliwą zaletą pracy pozostaje dążenie autora do uchwycenia w swojej analizie równowagi pomiędzy prezentacją możliwych związków teorii z różnymi dyscyplinami naukowymi a koncentracją na jej odniesieniach do mediów i komunikowania masowego. Tytułem egzemplifikacji wskazać można analizę koncepcji *Elaboration Likelihood Model*. Autor z pasją psychologa śledzi możliwy wpływ perswazji na jednostkę w przypadku procedury podążania centralną drogą perswazji oraz drogą peryferyjną i określa grupy problemów badawczych związanych z reakcjami ludzi na próby wpływania na zmianę ich postawy. W żadnym miejscu nie traci jednak z pola widzenia związków ELM z komunikowaniem masowym. Poddaje szczegółowej analizie jej związek z reklamą oraz wskazuje cechy wpływające na sposób i zakres opracowywania komunikatu perswazyjnego przez odbiorcę.

W podobny sposób zaprezentowana została koncepcja dyfuzji innowacji. Najpierw wskazano jej społeczne podstawy i możliwe wykorzystanie, następnie zaś szczegółowo scharakteryzowano rolę kanałów komunikacyjnych, by w dalszej części rozdziału skoncentrować się na dyfuzji innowacji medialnych.

Ważnym walorem pracy jest także, poza dogłębną prezentacją samych teorii, analiza obszarów, w jakich możliwe są badania wykorzystujące daną koncepcję lub jej elementy. Autor w każdym przypadku przywołuje także liczne egzemplifikacje już przeprowadzonych badań. Warto wskazać, że przykłady te nie mają przypadkowego charakteru. Czytelnik ma okazję zapoznać się z wyselekcjonowanym wyborem badań, bądź to pionierskich w danym obszarze, bądź rzucających nowe światło na samą teorię, bądź wreszcie badań dających nieprzewidziane wyniki czy też badań przeprowadzonych przez polskich naukowców.

alienacji a użytkowanie mediów: w poszukiwaniu nowych obszarów zastosowania teorii użytkowania i gratyfikacji, Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Katowice 2011.

Uwagę zwraca wykorzystanie w książce obszernej literatury przedmiotu, nie tylko z kręgu prac anglojęzycznych, ale także, co znacznie rzadsze, także licznych prac niemieckojęzycznych. Dzięki starannemu wydaniu książki wzbogaconemu o liczne zdjęcia, czytelnik ma poczucie, że poznając teorię, zbliża się także do poznania jej twórców i przez chwilę ma szansę podążania ich śladami. W znacznym stopniu sprzyjają temu także noty biograficzne dotyczące najważniejszych badaczy, które pozwalają nam poznać główne etapy ich rozwoju naukowego oraz dowiedzieć się, gdzie i na jaki temat prowadzili badania lub zajęcia. Mocną stroną książki jest także wykorzystanie wielu nielinearnych form prezentacji rozważań, takich jak tabele czy wykresy, które systematyzują prezentowany materiał.

Książka Stanisława Michalczyka jest interesującą propozycją dla osób, które poszukują nowej wiedzy dotyczącej teorii komunikowania masowego, ale także dla tych, którzy liczą na możliwość usystematyzowania już posiadanych wiadomości. Praca ma niezwykle inspirujący charakter dla badacza mediów, której lektura zachęca do samodzielnych poszukiwań i analiz. Książka stanowi także znakomity materiał dydaktyczny dla studentów zainteresowanych problematyką mediów. Wreszcie autentyczna pasja, z jaką autor prezentuje swoje naukowe refleksje, sposób prowadzenia czytelnika po niekiedy złożonych meandrach teorii komunikowania masowego, pozwalają polecić książkę także dziennikarzom oraz „zwykłym” odbiorcom mediów.

Rafał Klepka