

**1. Imię i Nazwisko:**

Katarzyna Gajlewicz-Korab

**2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/ artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej**

- doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, dyplom uzyskany na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, wydany na podstawie uchwały Rady Wydziału z dnia 8 lipca 2009 r.; temat rozprawy: „Francuskie tygodniki opinii wobec muzułmanów we Francji”; promotor: prof. dr hab. Ewa Stasiak-Jazukiewicz, recenzenci: prof. dr hab. Janusz W. Adamowski, ks. prof. dr hab. Leon Dyczewski.
- magister dziennikarstwa i komunikacji społecznej, dyplom uzyskany 19 listopada 2003 r. na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.

**3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/ artystycznych**

- Od 1.10. 2009 roku zatrudniona na Uniwersytecie Warszawskim (od 1.10.2009 na stanowisku asystenta, od 1.10.2010 na stanowisku adiunkta).  
Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych (2002–2016), Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii (od 2016 – nadal).
- 2011–2013 – zatrudniona na stanowisku adiunkta w Społecznej Akademii Nauk w Łodzi.

**4. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz.U. z 2016 r., poz. 1311):**

a) Monografia naukowa:

*Francuska prasa drukowana. Narodziny, rozwój, era cyfrowa*

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa, 2018, 382 s.

Recenzenci: prof. dr hab. Janusz W. Adamowski, dr hab. Ryszard Filas.

b) omówienie celu naukowego i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania.

Prasa drukowana spośród wszystkich instytucji medialnych Francji jest środkiem przekazu najpełniej odzwierciedlającym cechy systemu medialnego. Prasa w tym kraju – obok mediów cyfrowych i technologii informacyjnych – jest jednym z najpoważniejszych źródeł informacji, kształtuje tożsamość mieszkańców i integruje społeczność na szczeblu lokalnym i regionalnym. Co więcej, prasa jest nie tylko medium najstarszym, ukształtowanym przez

liczne wydarzenia społeczne i polityczne, ale także – oprócz radia – to do niej Francuzi mają największe zaufanie (aż 52 proc. z nich uważa, że prawdą jest to, co zostało w prasie opublikowane)<sup>1</sup>. Wysoki poziom zaufania świadczy także o tym, że prasa ma znaczący wpływ na społeczeństwo, jest wyznacznikiem standardów profesjonalnego dziennikarstwa, z których korzystają także inne segmenty rynku. Do tego warto dodać, że wiele treści w innych mediach, szczególnie w internecie, jest nadal inspirowanych prasą drukowaną, a prasa online nie mogłaby istnieć bez wsparcia prasy papierowej. Wersje tradycyjne są źródłem informacji dla wydań online (e-prasy) oraz portali informacyjnych powiązanych z wybranymi tytułami. Współcześnie podejmowane są próby dostosowania prasy do nowego typu czytelnika, co wynika z coraz większej oferty dostępnych narzędzi do współtworzenia, współdecydowania i interakcji użytkowników mediów. Działania w zakresie wychodzenia prasy poza klasyczny obszar wynikają też ze zmieniających się sposobów korzystania z mediów przez ludzi młodych, którzy – podobnie jak w innych krajach – za główne źródło informacji uważają media społecznościowe, aplikacje mobilne itd. Ewolucja strategii i pozycji prasy w systemie medialnym jest najbardziej widoczna w przypadku tego segmentu ze względu na kontekst historyczny (prasa jest medium najstarszym) i ze względu na „kumulatywną” zmianę w mediach<sup>2</sup> (media późniejsze nie wypierają mediów wcześniejszych). Zmiany, które następują we współczesnych systemach medialnych, są dynamiczne i zmuszają do ich nieustannego badania i obserwacji. Postęp wpływa na przeobrażenia w prasie, radiu, telewizji, internecie, zaawansowanych technologiach informacyjnych (*high tech*), zacierając klasyczne granice między segmentami rynku.

Tradycyjny podział mediów nadal dominuje w teoriach systemów medialnych. Procesy, zjawiska, tendencje i pojęcia, takie jak automatyzacja procesu tworzenia informacji, pojawienie się *pure players*<sup>3</sup>, zmiana konsumenta w prosumenta, nowe tempo życia, a także tabloidyzacja, globalizacja, nowe modele biznesowe (finansowanie społecznościowe), a przede wszystkim pojawienie się konkurencji ze strony blogów, startupów, dziennikarstwa obywatelskiego, są tylko niektórymi z nowych form w systemach medialnych (ekologii mediów). Badania systemów medialnych koncentrują się przede wszystkim na wymiarze instytucjonalnym, pomijając wpływ czynnika kulturowego i ludzkiego. Daniel C. Hallin i Paolo Mancini w swoich klasycznych założeniach podkreślają rolę instytucji medialnych i organizacji tworzących tzw. zewnętrzne otoczenie systemu medialnego, ze szczególnym podkreśleniem roli polityki. Pomijają w dużej mierze wpływ ekonomii i analizę publiczności, bez której analiza stanu obecnego i kierunków rozwoju mediów w danym kraju jest niemożliwa. Na rolę czynnika kulturowego i badania w tym zakresie zwraca uwagę w swoich

---

<sup>1</sup> J. Baladacchino, *Baromètre de la confiance dans les médias: les Français moins friands d'actu, mais plus exigeants*, <https://www.franceinter.fr/societe/barometre-de-la-confiance-dans-les-medias-les-francais-moins-friands-d-actu-mais-plus-exigeants> [dostęp: 10.07.2018].

<sup>2</sup> Karol Jakubowicz stwierdził, za Johnem Seely Brownem i Paulem Duguidem, że „media mogą doczekać się pogrzebu i czasem tak się zdarza. W istocie jednak nie chodzi im o media, ile o technologie medialne [...]”. K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011, s. 15, [za:] J. Seely Brown, P. Duguid, *The social life of information – Chapter One: Limits to Information*, „First Monday” Vol. 5 (2000), No. 4, <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/738/647> [dostęp: 26.07.2018].

<sup>3</sup> We Francji zjawisko *pure player* dotyczy stron internetowych niemających wydania drukowanego (choć podejmowano próby tworzenia wydań drukowanych na bazie istniejących stron internetowych). Wiele z nich jest tworzonych przez profesjonalnych dziennikarzy, ale w bardziej zdystansowany od mediów tradycyjnych sposób (luźniejsza stylistyka) lub nieprofesjonalistów. To je odróżnia od stron internetowych prasy drukowanej

ostatnich pracach Paolo Mancini, który zachęca do prowadzenia badań nad systemem medialnym z uwzględnieniem kontekstu społecznego<sup>4</sup>.

Media ewoluują w czasie, a na każdym etapie ich rozwoju wydarzenia i wzorce instytucjonalne, społeczne i kulturowe, odziedziczone z poprzednich okresów, wpływają na kierunek ich dalszego rozwoju<sup>5</sup>. Wnioski Hallina i Manciniego oraz ich wątpliwości związane z jednoznacznym zakwalifikowaniem Francji do któregoś z modeli systemów medialnych przez nich zaproponowanych spowodowały, że jest ona krajem, któremu – z punktu widzenia mediów – warto się przyjrzeć z bliska. Świadczy o tym, na przykład, problematyczna pozycja Francji w rankingach wolności słowa/prasy, a także dyskusja, jaka rozwinęła się po ataku terrorystycznym na redakcję „Charlie Hebdo”. Obecny kryzys polityczny i protesty społeczne są dodatkowym impulsem do podjęcia badań nad rolą prasy w świetle *fake newsów*, mowy nienawiści i poziomu profesjonalizmu mediów w tym kraju.

W rezultacie prasa francuska działa w obrębie systemu medialnego, w którym różne grupy społeczne, formalne i nieformalne, a także normy prawne, organizacyjne i etyczne wpływają na procesie tworzenia i rozpowszechniania informacji. W przypadku Francji, szczególnie w zakresie działania prasy, istotne są dwa elementy definicyjne: wymiar instytucjonalny i kulturowy<sup>6</sup>.

### Cele i założenia

Głównym celem przedłożonej pracy jest analiza etapów ewolucji prasy francuskiej, które wpłynęły na kształt współczesnego rynku. Charakter współczesnego rynku mediów drukowanych we Francji tworzył się od zakończenia II wojny światowej. Zaproponowana etapizacja pozwoliła na przedstawienie cech wyróżniających tego podsystemu mediów i pokazała ewolucyjne procesy zachodzące w prasie francuskiej. Analizowano media zarówno pod kątem politycznym, jak i społecznym, a wątki ekonomiczne były pochodnymi dwóch pierwszych. Wiedza na temat prasy francuskiej ma duże znaczenie dla procesów społeczno-politycznych Europy, ponieważ często jest ona implementowana do innych systemów, szczególnie charakterystycznych dla młodych demokracji, takich jak Polska (przykładem może być polska spółka medialna Agora, która w znacznym stopniu wzorowała się na wydawcy dziennika „Ouest-France”).

Analiza zagadnień podjętych w pracy jest skoncentrowana na latach 1944–2017. Jest to okres, w którym zaszły najważniejsze wydarzenia i procesy wpływające na współczesny kształt prasy francuskiej. Pewne elementy kształtowały się wcześniej (takie jak ustawa o prawie prasowym czy rozwój i fiasko prasy popularnej), ale mają jednakże wpływ na dzisiejszy charakter prasy. Zostały one omówione na początku monografii. Zarówno w przypadku Francji, jak i innych krajów nie ma możliwości podania konkretnej daty tworzenia się systemu medialnego, granica zawsze będzie płynna i zależna od różnych punktów widzenia. Elementy te podkreślają poliwalentność systemów medialnych, ich interdyscyplinarność i ewolucyjny charakter. Niektóre z nich są związane z postępem

---

<sup>4</sup> P. Mancini, *Media Systems in Central and Eastern Europe: Between Institutionalism and Culture*. [Wystąpienie na konferencji „Central European Journal of Communication – 10 Years On”, Wrocław, 19.11.2018].

<sup>5</sup> D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przekł. M. Lorek, Kraków 2007, s. 13.

<sup>6</sup> Ten ostatni rozumiany jest w przypadku Francji jako preferowanie przez odbiorców prasy regionalnej i lokalnej, duże skupienie się na tematyce krajowej. Faktem jest, że informacje dotyczące innych państw są podawane często, lecz pochodzą one albo z byłych kolonii francuskich (stąd tak wiele materiałów dotyczy Afryki), albo z państw, które można uznać za liczące się dla Francji.

technologicznym oraz zmianami społecznymi. Brano pod uwagę te z nich, których pojawienie się na etapie rozwoju powojennej prasy francuskiej wpłynęło na jej współczesny charakter. Takim elementem był we Francji system wideograficzny Minitel, którego działalność rynkowa dała sygnał wydawcom prasowym o nadchodzących zmianach związanych z erą cyfrowości. Choć współcześnie nie ma go już na rynku mediów francuskich, to można domniemywać, że był on czynnikiem opóźniającym wejście prasy francuskiej w erę internetu.

Drugim celem publikacji jest ukazanie współczesnego rynku prasy drukowanej w kontekście globalnych trendów, zjawisk i umiędzynarodowienia komunikacji. System prasowy Francji, podobnie jak innych krajów, implementuje rozwiązania pochodzące z innych państw, w szczególności ze Stanów Zjednoczonych. Z drugiej strony, silny determinizm kulturowy Francji powoduje, że import tendencji globalnych może w tym kraju przybrać inną formę. Analiza tych tendencji, zjawisk i procesów, takich jak konwergencja, tabloidyzacja, cyfryzacja czy nowe modele ekonomiczne (kopiowanie pewnych rozwiązań dotyczących finansowania mediów), a także pokazanie sposobów funkcjonowania mediów na rynku w warunkach postępu technologicznego w ciągu lat były istotnym wyzwaniem dla autorki tej monografii.

Trzecim celem tej książki, dotyczącym głównie jej ostatniej części, było przeprowadzenie analizy nie tylko teoretycznych podstaw działania prasy, ale również pokazanie jej funkcjonowania w praktyce. Aby móc zrealizować ten cel, poddano analizie dane ilościowe dotyczące struktury rynku i sposobów konsumpcji poszczególnych tytułów. Szczegółowa analiza badań międzynarodowych, takich jak MPM, MediaAcT itp., dotyczyła próby wskazania cech rynku prasowego Francji, które mogą odróżniać ten kraj od innych przykładów europejskich.

Tak zakreślony przedmiot badań pozwolił na sformułowanie następujących pytań badawczych:

- P1: Co determinuje rozwój i charakter prasy francuskiej?
- P2: W jaki sposób polityka/politycy wpływają na charakter prasy francuskiej? I jak silne są ich wpływy (wymiar instytucjonalny)?
- P3: W jaki sposób elementy kulturowe, takie jak mentalność, mniejszości narodowe, językowe, regionalizm, wpływają na charakter prasy francuskiej?
- P4: Jak nowe technologie i media zmieniają prasę francuską?
- P5: W jaki sposób na prasę francuską oddziałują globalne trendy w dziennikarstwie?

Postawione cele i pytania badawcze stanowiły podstawę do sformułowania tezy, że prasa francuska jako element systemu medialnego nieustannie ewoluuje. Liczne badania komparatystyczne pokazują, że prasa ta, działająca w warunkach utrwalonej demokracji, mimo że jest najstarszym środkiem dystrybuującym informację, zmienia się. Owe badania, zarówno prowadzone przez środowiska medioznawców, jak i rankingi badające pluralizm mediów<sup>7</sup>, zwracają uwagę na konieczność stałego monitorowania tego podsystemu. Jego ewolucję można obserwować, analizując dwa czynniki: 1) stałe cechy prasy francuskiej, różniące się tylko intensywnością pojawiania się oraz 2) elementy występujące czasowo, determinujące system na pewnym etapie rozwoju.

---

<sup>7</sup> Trzeba jednak podkreślić, że badają one oddziaływanie całego systemu: prasy, radia, telewizji. Nie wszystkie biorą pod uwagę internet, ponieważ stopień komputeryzacji, a co za tym idzie – nasycenia rynku tym medium w innych krajach (co jest ważne przy ujęciu komparatystycznym) – nie jest taki sam.

Powyższe założenia skłoniły mnie do postawienia hipotezy, że **na kształt współczesnej prasy francuskiej miały wpływ czynniki polityczne oraz nowe technologie, a także pewne elementy kulturowe.** Czynniki te wzajemnie się na siebie nakładały, ale były też etapy w rozwoju tego podsystemu mediów, kiedy jedne dominowały bardziej, inne mniej. Holistyczne spojrzenie na prasę francuską pozwala domniemywać, że jej narodowy charakter – rozumiany jako mentalność i kultura – wydaje się być dominujący, a implementacja cech związanych z globalizacją mediów ma znaczenie dla współczesnej prasy francuskiej w mniejszym stopniu. Nie można jednak powiedzieć, że podsystem ten nie podlega światowym trendom. Są one istotnym motorem rozwoju tej prasy, zyskującym na znaczeniu.

Oprócz hipotezy głównej postawiono hipotezy pomocnicze.

H1: *Na specyfikę drukowanej prasy francuskiej wpływają w największym stopniu czynniki polityczne.*

Analiza miała na celu wyróżnienie trzech elementów związanych z polityką, które wpływają na zmiany w prasie. Pierwszym z nich, najważniejszym, jest system subwencjonowania mediów (głównie przez państwo francuskie, czyli ugrupowanie w danym momencie rządzące), który w rozwiniętym kształcie narodził się po II wojnie światowej. Pomoc jest podzielona na dwie grupy: subwencje pośrednie i bezpośrednie. System subwencji stworzonych przez państwo nie ma jasnych zasad działania, które nie pozostawiałyby wątpliwości. Nie jest to jednak tak istotnym problemem, jak fakt, że wysokość kwot przekazywanych przez państwo na ratowanie prasy drukowanej, ogarniętej kryzysem finansowym, jest tak znaczna, że staje się ona czynnikiem hamującym jej rozwój i przejście w erę cyfrową. Analiza skupiła się na pokazaniu, w jaki sposób subwencje wpływają na kondycję prasy francuskiej. Drugim czynnikiem są wpływy polityków poprzez nieformalne relacje z właścicielami wydawnictw i dziennikarzami. Jest to cecha spotykana we wszystkich podsystemach francuskich mediów, lecz w prasie drukowanej, szczególnie o charakterze społeczno-politycznym, ma ona najdłuższą tradycję. Pochodzi z czasów powojennych, kiedy to partie polityczne miały swoje organy prasowe, głównie w postaci dzienników. We współczesnym systemie jest to szczególnie widoczne w okresach kampanii wyborczych, kiedy dzienniki i czasopisma zajmujące się tą tematyką jednoznacznie potrafią poprzeć polityków w ich dążeniach do zdobycia urzędu – przykładem może być wspierająca Nicolasa Sarkozy'ego w jego działaniach politycznych grupa Socpresse i jej patron Serge Dassault, który sam był senatorem. Trzeci czynnik jest najbardziej oczywisty i związany z systemem demokratycznym, w którym to politycy ugrupowania rządzącego tworzą normy prawne dla działania mediów. W sferze działania prasy najistotniejsze wydają się być regulacje kapitałowe, których główną zasadą było ograniczenie wpływów zagranicznych na treści społeczno-polityczne, a także zapewnienie wpływu rodzimym grupom medialnym.

H2: *Współczesna prasa drukowana we Francji zmienia się pod wpływem nowych technologii.*

Brak integracji mediów tradycyjnych z nowymi typami platform grozi już dziś stratami finansowymi, ponieważ kryzys na rynku prasowym, zarówno dzienników, jak i magazynów, jest tak duży, że wydawcy muszą myśleć o podejmowaniu działań na wielu platformach medialnych i groźbie utraty czytelnika, w szczególności ludzi młodych.

H3: *Nastąpiło „rozleniwienie” drukowanej prasy francuskiej, polegające na tym, że konwergencja z nowymi technologiami jest we Francji procesem opóźnionym ze względu na subwencjonowanie mediów przez państwo i bariery mentalne pracowników mediów.*

Subwencje nie są mechanizmem mobilizującym wydawnictwa do zmiany działania i wdrażania nowych modeli ekonomicznych oraz poszukiwania nowych talentów w dziennikarstwie. Biorąc pod uwagę fakt, że w procesie decydowania, w wielu tytułach społeczno-politycznych, sami dziennikarze są niechętni zmianom (wymagającym od nich poszerzenia kompetencji), wiele redakcji podejmuje tylko działania pozorne, które nie przynoszą spodziewanych rezultatów w postaci zwiększenia poziomu czytelnictwa, nakładów i sprzedaży. Tylko nieliczne tytuły na rynku, jak „Ouest-France” czy „Le Monde”, stale monitorują preferencje czytelników, dostosowując do nich swoją ofertę.

H4: *Na prasę francuską wpływają różnice kulturowe występujące między regionami Francji, a także chęć docierania z informacjami do czytelników z mniejszych miejscowości.*

Istotne jest to, że czytelnicy ci nie potrzebują informacji z kraju i ze świata, te bowiem zapewnia im radio i telewizja, a także internet. Różnice kulturowe wpłynęły na fakt, że współcześnie w segmencie prasy codziennej „Ouest-France”, dziennik regionalny, jest krajowym liderem sprzedaży. Związane jest to z mimetyzmem, a co za tym idzie – bliskością (*proximité*) z czytelnikiem. Bliskość ta, jak podkreśla Teresa Sławińska, jest rozumiana na trzy sposoby jako:

- geograficzna (informacje z najbliższego geograficznie otoczenia czytelnika),
- tematyczna (mówić o tym, co interesuje czytelnika: zdrowie, edukacja, różnorodności z regionu),
- emocjonalna (znaleźć ton wypowiedzi zrozumiały i bliski czytelnikowi)<sup>8</sup>.

Różnorodność tematyczna prasy francuskiej, która jest cechą dystynktywną rynku magazynów, wynika z bogatych zasobów kultury tego kraju. Odniesienia do różnorodnych przejawów kultury, widoczne w zawartości francuskich czasopism rozrywkowych, niewątpliwie miały swój udział w tym, że Francja od wielu lat jest liderem czytelnictwa magazynów.

## Metodologia

W toku pracy nad monografią zastosowano kilka metod badawczych. Przede wszystkim jest ona studium przypadku, często stosowanym w badaniach nad systemami medialnymi. Służy pokazaniu wad i zalet oraz zasad działania podsystemu prasy francuskiej.

Trzeba wyraźnie odróżnić zastosowanie *case study approach*<sup>9</sup> od analizy porównawczej, której celem jest pokazanie różnic i podobieństw między systemami. W monografii nie dokonuje się porównań z innymi systemami. Jako wiodącą metodę wybrano analizę systemową – wykorzystana w pracy w związku z przyjętym obszarem badawczym dotyczyła rozwoju prasy francuskiej po II wojnie światowej. Służyła do pokazania najważniejszych cech tego rynku w odniesieniu do stałych punktów tego systemu medialnego, występujących w zmiennym środowisku.

W pracy można znaleźć pewne elementy analizy historycznej, ale zastosowanej tylko wówczas, jeżeli miała ona na celu pokazanie dynamiki zmian w podsystemie prasy francuskiej. Wyniki badań zawarte w monografii były głównie oparte na analizie danych statystycznych i raportów. Podstawą analizy sytuacji bieżącej było badanie danych

---

<sup>8</sup> T. Sławińska, *Prasa regionalna na nowe czasy? Historia sukcesu francuskiego przedsiębiorstwa prasowego Ouest-France*, Kraków 2011, s. 155.

<sup>9</sup> R.K. Yin, *Case Study Research. Design and Methods*, Los Angeles 2017, s. 16.

dotyczących sprzedaży prasy drukowanej, użytkowania prasy online oraz czytelnictwa, zaczerpniętych ze strony l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM), na której co miesiąc i raz w roku publikowane są dane statystyczne – zmienne niezbędne do określenia, w jaki sposób działa we Francji prasa (dane na temat sprzedaży i czytelnictwa z ostatnich pięciu lat są ogólnodostępne).

Wnioski wyciągnięte z tych analiz konfrontowano z tezami zawartymi w raportach, tworzonych na potrzeby rządu, na przykład takich jak wykorzystany w ostatnim rozdziale raport Jean-Marie Charona *Presse et numérique – L'invention d'un nouvel écosystème*, opracowany dla Ministra Kultury i Komunikacji w roku 2015 czy opracowanie stworzone dla *MediaAcT* przez Ludivine Balland i Oliviera Baisnée *Sympathy for the devil. French media and online journalism's innovations: from defiance to convergence*. Analizie została poddana także liczna literatura przedmiotu, zarówno badaczy francuskich, jak i polskich, która pozwoliła na odtworzenie poszczególnych etapów rozwoju tego rynku oraz usystematyzowała wiedzę; z niej pozyskiwano starsze dane.



**Rys. 1.** Metody badawcze wykorzystane w pracy

Źródło: Opracowanie własne.

## Struktura pracy

Praca składa się z siedmiu rozdziałów. Rozdział pierwszy i ostatni są zdecydowanie mniej obszerne niż pozostałe, ponieważ mają na celu jedynie zaakcentowanie pewnych informacji służących lepszemu zrozumieniu zasad funkcjonowania mediów we Francji – w porównaniu z innymi państwami – oraz ukazaniu w ten sposób elementów wyróżniających się.

Pierwszy rozdział jest rodzajem wprowadzenia dotyczącym warunków i specyfiki działania prasy francuskiej, zwłaszcza w sytuacji odróżniającej Francję od innych krajów. Francuzi bowiem mają silne poczucie tożsamości – co wznajduje odbicie w ich mediach jako specyfika mentalności narodowej (duma z kraju, egocentryczny punkt widzenia). W rozdziale tym przedstawiono najważniejsze wiadomości dotyczące tego kraju, a mające wpływ na

współczesną prasę, takie jak podział na regiony, mniejszości etniczne i narodowe, a także pojęcie cywilizacji francuskiej. Podano także podstawowe informacje na temat funkcjonowania systemu politycznego we Francji. Uwzględnienie także pewnych elementów historycznych (takich jak porównanie IV i V Republiki Francuskiej) miało na celu ukazanie warunków, w jakich tworzyły się podstawy działania współczesnego systemu medialnego.

Drugi rozdział zawiera opis najważniejszych wydarzeń (kamieni milowych) w dziejach prasy we Francji od jej narodzin do zajęcia kraju przez Niemców w czasie II wojny światowej, takich jak powstanie najważniejszych tytułów prasowych istniejących do dziś, a także tych, których pojawienie się na rynku prasowym wprowadziło zmiany lub zainicjowało nowe tendencje. Znalazły się tu także informacje dotyczące rozwoju prasy światowej, które na tym tle pokazały sukcesy i porażki Francji w tym zakresie (takie jak dość późne powstanie w porównaniu z innymi krajami francuskiej prasy codziennej). Rozdział ten zawiera także omówienie różnych wydarzeń natury społecznej, prawnej i politycznej, które wpłynęły na dalsze losy prasy, a w konsekwencji na jej współczesny kształt.

Kolejny rozdział pokazuje pierwszy etap rozwoju współczesnej prasy drukowanej we Francji, który kończy się u schyłku lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Etap ten rozpoczyna się jeszcze podczas II wojny światowej. Za szczególnie istotne uznano więc opisanie rozwoju prasy kolaboracyjnej i prasy związanej z ruchem oporu, te dwa jej rodzaje prasy miały bowiem wpływ na dzisiejszy kształt systemu. Rozliczenie się z okresem okupacji miało istotne znaczenie dla tworzenia się nowego ładu medialnego, a ponieważ tytuły popularne współpracowały z okupantem, po wojnie musiały być z tego rozliczone, a w konsekwencji w większości zlikwidowane, w związku z czym po wojnie dominowała poważna prasa codzienna. Działania wojenne spowodowały duże straty (materialne i kadrowe), prasa wymagała więc znacznego wsparcia ze strony państwa. Liczne frakcje polityczne toczyły walki ideologiczne na łamach prasy, co znacznie podniosło jej stopień upolitycznienia. Sytuacja polityczna w powojennej Francji, a szczególnie wojna w Algierii podzieliły nie tylko prasę, ale także środowiska dziennikarzy. Interesujące jest to, że na początku lat sześćdziesiątych społeczeństwo francuskie chętnie interesowało się taką prasą, czego przejawem był wzrost nakładów dzienników szczególnie upolitycznionych. Wydarzenia rozgrywające się w 1968 roku pozytywnie wpłynęły na koniunkturę prasy drukowanej, a dodatkowo pozwoliły zaistnieć nowym dziennikarzom, takim jak Serge July. Nie tylko zresztą polityka wpływała na dziennikarzy. Sytuacja powojenna na tyle ustabilizowała pracę w redakcjach, że stworzone jeszcze w latach trzydziestych kodeksy etyczne zaczęły znowu funkcjonować w praktyce, spopularyzowano także ponownie szkolnictwo dziennikarskie, rozwinięte we Francji jeszcze przed wojną. Etap powojenny zamykają nowe zjawiska, takie jak koncentracja kapitału zagranicznego, zmiany technologii druku oraz pojawienie się zmian społecznych pozwalających na powstanie nowych formuł wydawniczych, szczególnie na rynku magazynów.

Czwarty rozdział przedstawia kolejny etap w rozwoju prasy francuskiej. Opisane w nim wydarzenia, rozgrywające się w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, charakteryzowały się trzema głównymi cechami. Pierwsza z nich dotyczyła pierwszych symptomów kryzysu na rynku francuskich dzienników ogólnokrajowych. Spadki nakładów zmuszały powoli wydawców prasowych do zmian formuły wydawniczej, na którą decydowali się jednak nieliczni. Sytuacja prasy drukowanej *per saldo* nie była wówczas zła, ponieważ rynek ten był wspierany przez dynamicznie rozwijającą się prasę magazynową. Druga była związana z powolnym spadkiem zainteresowania polityką. Rosła chęć traktowania mediów jako źródła rozrywki. Ostatnim czynnikiem, który najmocniej determinował ten proces, była popularyzacja telewizji jako alternatywy dla radia i prasy. Nie tylko stała się ona nowym medium rozrywkowym, ale także konkurencją dla prasy codziennej i magazynowej.



Pojawienie się prasy telewizyjnej było pierwszym objawem konwergencji na rynku mediów francuskich. Opis specyfiki tego procesu służył zrozumieniu kolejnych etapów rozwoju prasy we Francji, ze szczególnym uwzględnieniem wpływu na nią nowych technologii.

Etap wejścia drukowanej prasy francuskiej w dobę internetu jest przedmiotem rozważań w rozdziale piątym. Przełom wieków charakteryzował się zaostreniem kryzysu na rynku dzienników francuskich, szczególnie ogólnokrajowych, ale spadkami nakładów zostały dotknięte także tytuły regionalne. Prasa zaczęła wchodzić w konwergencję z internetem, postępowała tabloidyżacja, przejawiająca się *peopolizacją* prasy francuskiej (mariaż celebryctwa i polityki), będącą cechą charakterystyczną tego rynku. Rozwój prasy *people* był symbolem nowych czasów, ponieważ czytelnicy żądali od wydawców prasowych rozrywki w stylu amerykańskim, a nie wielkich debat politycznych. Nastąpił powrót do francuskiej tradycji prasy bulwarowej, choć w nieco odmiennej formule. Tabloidyżacja przejawiała się także w ekspansji i ogromnym sukcesie codziennej prasy gratisowej, której pojawienie się dodatkowo pogłębiło kryzys dzienników. Na ratunek prasie francuskiej, w celu utrzymania pluralizmu, przyszło państwo, które nie tylko cały czas subwencjonowało te media, ale dodatkowo zwiększyło nakłady finansowe na te cel. Tymczasem lata dziewięćdziesiąte były okresem wejścia na rynek nowych technologii cyfrowych, przede wszystkim w postaci systemu wideograficznego Minitel. Jego działanie wprowadziło chaos na rynku prasowym, choć wielu wydawców zaczęło współpracę z nowym medium. Wraz z upowszechnianiem się internetu we Francji spadało zainteresowanie usługami Minitela, a wprowadzenie stron www do oferty wydawnictw prasowych zmusiło je do myślenia o nowych modelach ekonomicznych.

Szesty rozdział jest opisem okresu najnowszego, rozpoczętego w 2008 roku, kiedy to przedsiębiorstwa medialne stanęły w obliczu nowej sytuacji technologicznej. Podupadające wydawnictwa prasowe, dzięki konwergencji z nowymi technologiami, próbują swoich sił w działalności online. Jest to okres transformacji zapowiadający zupełnie nowe warunki działania prasy drukowanej. Charakteryzuje się on poszukiwaniem nowego modelu ekonomicznego w praktyce, co odzwierciedla przeprowadzona w rozdziale analiza różnych przypadków. Pojawienie się oferty *pure player* pokazało nową drogę rozwoju wydawnictw prasy francuskiej. Podejmowane działania były jednakże spowalniane w konsekwencji dużej pomocy finansowej oferowanej przez państwo francuskie, która nie mobilizuje do zmian i „rozleniwia” wydawców. Rozdział zamyka opis współczesnych regulacji prawnych wpływających na dystynktywność prasy francuskiej.

Ostatni rozdział został poświęcony wynikom licznych badań komparatystycznych, rankingów wolności mediów i raportów pokazujących system medialny Francji na tle innych. Badania te, choć często poddawane krytyce, podobnie jak typologia systemów medialnych Daniela C. Hallina i Paolo Manciniego, pokazują, że Francja jest krajem trudnym do jednoznacznego zakwalifikowania. Prasa działa w systemie, który z jednej strony rozwija się w warunkach liberalnych, ale wolność ta ma raczej znaczenie światopoglądowe niż ekonomiczne. Z drugiej zaś strony wysoki stopień interwencjonizmu państwowego w prasie, głównie pod postacią subwencji, a także dużej koncentracji kapitału powoduje, że system francuski wyróżnia się na tle innych krajów demokratycznych. Paradoksalnie nowe technologie mają szansę zmienić tę tendencję, ponieważ Francuzi korzystają z nich w dużym stopniu, a one najmniej podlegają kontroli politycznej. W badaniach podkreśla się wątek silnego upolitycznienia systemu (choć badania różnie to definiują), ale także zwraca uwagę, że w ostatnich latach jest ono spowodowane zagrożeniem terrorystycznym.

## **Wnioski i możliwość wykorzystania pracy**

Analiza mediów drukowanych we Francji, przeprowadzona na podstawie dostępnej literatury, danych statystycznych, raportów oraz dokumentów, pozwala stwierdzić, że na jej obecny kształt miały wpływ elementy otoczenia zewnętrznego: polityka i ekonomia. Kwestie kulturowe oraz wspomniany wcześniej narodowy charakter mediów, ale także i różnice regionalne zdeterminowały jej dzisiejszy charakter. Te czynniki spowodowały, że trudno jest dziś znaleźć na świecie model mediów drukowanych charakteryzujący się zestawieniem podobnych cech, które wyróżniają francuską prasę drukowaną na tle dzienników i czasopism z innych części Europy i świata. Do najważniejszych należą:

- silny paralelizm polityczny
- zmiany w konsumpcji prasy papierowej i jej atrofia wywołane przez wpływ nowych technologii przy jednoczesnym hamowaniu tych procesów przez mocne wsparcie finansowe państwa,
- przywiązanie do tradycji i kultury (preferowanie informacji regionalnych),
- brak dzienników bulwarowych zajmujących się plotkami i sensacją, choć coraz więcej *soft news* widać w prasie codziennej (mają one jednak charakter głównie sensacji społeczno-politycznej),
- dobrze rozwinięte czasopiśmiennictwo, przy czym poszczególne tytuły z grupy magazynów zdobyły uznanie poza granicami kraju.

Biorąc pod uwagę fakt, że media francuskie działają w warunkach demokratycznych i z zasady powinny być odseparowane od władz politycznych, a jedynie kontrolowane pod względem zgodności z obowiązującym we Francji prawem, trzeba stwierdzić, że stopień upolitycznienia mediów jest wysoki. Jest to oczywiste w przypadku prasy ogólnokrajowej, mniej widoczne w tytułach regionalnych, które mają bardziej stonowane poglądy i skupiają się na wydarzeniach z regionu lub departamentu. Wpływ polityków można obserwować głównie w dwóch sferach: ich bezpośrednich relacji z właścicielami mediów i dziennikarzami oraz dotowaniu prasy przez rząd. Trzeba jednocześnie podkreślić, że zbyt duże nastawienie, szczególnie dzienników ogólnokrajowych, na treści polityczne przez lata powodowało spadek sprzedaży, systematycznie notowany od lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku.

Nawiązując do spadków nakładu rzeczywistego, trzeba także zaznaczyć, że właściciele medialni, w których interesie było zarabianie pieniędzy, podejmowali różne działania mające na celu poprawę sytuacji. Z drugiej zaś strony *status quo* cieszyło dziennikarzy niechętnie nastawionych do zmian, szczególnie tych związanych z adaptacją treści do nowych wymagań technologicznych (komputeryzacja, później szeroko pojęta cyfryzacja) i każda zmiana, próby zwolnień personelu czy reformowania redakcji spotykały się ze sprzeciwem wielu przedstawicieli tego środowiska. Trzeba także pamiętać, że związki zawodowe dziennikarzy francuskich są dobrze zorganizowane i prężnie działające, co także jest pewnym hamulcem rozwoju prasy (często konieczne zmiany w polityce redakcyjnej są blokowane przez dziennikarzy). Właściciele medialni, szczególnie ci, którzy od lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku byli zafascynowani amerykańskim rynkiem wydawniczym (co było szczególnie widoczne na rynku francuskich magazynów), często ulegali presji ze strony dziennikarzy i zadowalali malejącymi wpływami z reklam oraz rosnącymi z roku na rok subwencjami państwa francuskiego. I właśnie owa pomoc państwowa, przez lata, ale także obecnie, nie pozwala na działania mediów w warunkach wolnej konkurencji i przywiązywała tytuły do polityków. Trzeba jednakże podkreślić, że rozwinięty system subwencjonowania mediów, uzasadniony po II wojnie światowej, gdy działalność dziennikarska musiała być wspierana w imię pluralizmu przez państwo (braki finansowe, kadrowe i lokalowe), współcześnie nie ma już takiego uzasadnienia. Tymczasem wsparcie finansowe mediów we Francji stało się już tak silną tradycją, że nowe podmioty

wchodzące na rynek, na przykład działające tylko w sieci (np. typu *pure player*), już dziś walczą o pozyskanie subwencji państwowych. Silne przywiązanie mediów do pomocy państwowej ma wpływ na ich niezależność, ponieważ warunki i wysokość przyznawanej pomocy nie są jasno sprecyzowane i często odnosi się wrażenie, że mogą być zależne od zawartych w poszczególnych pismach opinii na tematy polityczne<sup>10</sup>. Subwencjonowanie prasy francuskiej jest jej cechą wyróżniającą, dotacje przeznaczone na pomoc prasie w budżecie tego kraju są bowiem dużo wyższe niż w przypadku innych państw. Pomoc ta „rozleniwa” media drukowane i pozwala na egzystencję przy systematycznym spadku czytelnictwa (które przenosi się do sieci), a dodatkowo utrwała nierentowną politykę redakcyjną zdaną na zależność od polityków. Wejście w erę nowych technologii we Francji jest procesem powolnym ze względu na to, że choć subwencje są celowe (między innymi dotacje na rozwój nowych technologii i działalność tytułów drukowanych online), to nie ma klarownego systemu rozliczania się z tej pomocy.

Poza wpływem polityki na prasę i subwencjonowaniem mediów cechami znaczącymi dla kierunku rozwoju mediów drukowanych we Francji są elementy kulturowe. Nie licząc kwestii związanych z językiem francuskim (prasa ma pełnić funkcję popularyzatora tego języka), który jest niewątpliwym nośnikiem kultury, kierunek rozwoju prasy francuskiej wyznaczały różnice kulturowe między poszczególnymi regionami Francji. Miało to, i ma, duże znaczenie szczególnie dla rynku dzienników, ponieważ tytułem codziennym osiągającym najwyższy nakład nie jest dziennik ogólnokrajowy, jak w większości państw, ale tytuł regionalny („Ouest-France”). Informacje z regionu integrują społeczność i są nośnikiem różnorodności kulturowej, którą Francuzi lubią podkreślać. Koncepcja informacji z bliskiego otoczenia (*proximité*) pozwoliła dziennikom lokalnym i regionalnym na osiągnięcie sukcesu.

Wpływ kultury francuskiej na rozwój mediów ma także duże znaczenie w odniesieniu do prasy magazynowej. Nie tylko we Francji, ale i w krajach frankofońskich wytwory kultury francuskiej, takie jak kinematografia, malarstwo, moda, kulinaria czy literatura, nadal dominują. To między innymi ta problematyka przeważa w prasie magazynowej. Prasa kobieca czy kulinarna, ale także sportowa (szczególnie jako element kultury popularnej), zdobyły uznanie nie tylko w kraju, ale stanowią dobry towar eksportowy (np. „Elle”, „Marie-Claire”, „France Football”). Francja od lat jest krajem cechującym się wysokim czytelnictwem magazynów, a w pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku była pod tym względem światowym liderem.

Innym charakterystycznym elementem francuskiej prasy drukowanej, zwłaszcza rynku dzienników, jest brak prasy przeznaczonej dla masowego odbiorcy o charakterze tabloidu. Jest to cecha spotykana także w innych modelach narodowych systemów medialnych, na przykład w Hiszpanii. Jak stwierdza Patrick Eveno, na powojennym rynku mediów francuskich dzienniki bulwarowe się nie przyjęły. Fakt ten jest o tyle paradoksalny, że na przełomie XIX i XX wieku ten typ prasy we Francji dominował. Miały na to wpływ dwie przyczyny wzajemnie na siebie oddziałujące. Po pierwsze, jak już wspomniano, codzienna prasa bulwarowa podczas II wojny światowej kolaborowała z okupantem, a w okresie powojennym nie miała możliwości ukazywania się (obowiązywał zakaz edycji tych tytułów prasowych). Po drugie, społeczeństwo francuskie uznało ten typ prasy za haniebną, czego efektem były nieustanne spadki jej czytelnictwa w okresie późniejszym (jak np. trudna

---

<sup>10</sup> Nie jest to przedmiotem dyskusji w prasie, radiu czy telewizji, które są zależne od pomocy finansowej państwa. Takie opinie są zamieszczane na forach i niezależnych stronach internetowych, gdzie krytyce poddawana nie jest zasadność pomocy, a jej wysokość uzależniona od poglądów politycznych. Zob. H. Debonrivage, *Les aides financières de l'État à la presse et le pluralisme*, <http://www.gauchemip.org/spip.php?article5305> [dostęp: 8.07.2016].

historia „France-Soir”, który radził sobie najlepiej ze wszystkich dzienników sensacyjnych, mimo że podobny typ dziennikarstwa przywoływał złe wspomnienia z czasów kolaboracji). Prasa codzienna miała od tej pory charakter poważny i zajmowała się sprawami głównie politycznymi, a do rozrywki miały służyć magazyny. Dodatkowo, nawet współcześnie, ten typ dziennikarstwa jest blokowany przez dość rygorystyczne francuskie prawo chroniące życie prywatne osób publicznych, będące pewnego rodzaju hamulcem rozwoju dzienników bulwarowych. Trzeba jednakże zaznaczyć, że francuscy politycy coraz częściej są zainteresowani pojawianiem się w prasie w sytuacjach bardziej prywatnych. Walka polityków z *paparazzi* jest wybiórcza. Z jednej strony nie akceptują oni zdjęć pokazujących ich w sytuacjach kompromitujących lub niewygodnych. Z drugiej zaś, w związku z zakazem reklamy politycznej, często politycy pokazywani są w sytuacjach prywatnych. To zjawisko, zwane *peopolizacją*, jest opłacalne dla obu stron. Zarówno politycy, jak i wydawcy na tym zyskują, lecz musi być na to obopólna zgoda. Współcześnie rolę dzienników bulwarowych przejęła głównie prasa gratisowa oraz internet. Problemy na rynku prasy codziennej we Francji nie pozwalają na stworzenie tytułu bulwarowego, a istniejące dzienniki prestiżowe, w obliczu kryzysu, coraz chętniej sięgają po metody brytyjskiego dziennikarstwa, aby przyciągnąć czytelnika.

Dalszy rozwój drukowanej prasy francuskiej może mieć dwa scenariusze. Zmiany są nieuchronne. Główne kierunki tego rozwoju będą związane z nowymi technologiami i będą zależne nie tylko od czynników ekonomicznych czy kadrowych, ale również od periodiczności ukazywania się prasy oraz jej tematyki. Konwergencja z nowymi technologiami zdeterminuje byt dzienników, a prasa magazynowa zmieni swoje funkcje.

W pierwszym scenariuszu, który już w pewnej części się realizuje we Francji (choć na razie dotyczy tylko największych wydawców), prasa drukowana będzie działała jako multiplatforma – wydania drukowane będą uzupełniane wydaniem online. Już obecnie wiele wydawnictw francuskich, takich jak Bayard Presse („La Croix”), działa na tej zasadzie, z tym że w polityce redakcyjnej odwraca ją, koncentrując się na działalności *digital first*. Jest to koncepcja podobna do modelu adaptacyjnego. W tym scenariuszu kładzie się większy nacisk na nowy ekosystem mediów. Istota multiplatformy polegać ma na tym, że jeden tytuł będzie zamieszczać treści ogólne w druku, a także mieć portal informacyjny z podstronami tematycznymi, używającymi różnych narzędzi przekazywania treści (np. podcasty z RSS). W tym scenariuszu prasa nadal istnieje, ale będzie ona w przyszłości zyskiwała charakter dobra luksusowego, dostępnego dla elit. Będzie się to wiązało głównie z wysoką ceną produkcji tego dobra, biorąc pod uwagę kurczący się rynek reklam w mediach drukowanych. W tym scenariuszu tematyka tytułu będzie znacząca, nie wszystkie magazyny dostosują się bowiem w taki sam sposób do wymogów cyfrowości. Inny charakter będzie miała aplikacja na telefon wydania „Voici” czy „Closer” niż ich drukowane wydanie, w którym więcej jest dłuższych form (np. wywiadów). Wyzwaniem dla francuskiego czasopiśmiennictwa, podobnie jak i w innych krajach, będzie adaptacja treści do nowych warunków. Dzienniki szybciej się do tego zaadaptują, także szybciej zrezygnują z nośnika papierowego (potwierdzają to coroczne dane ACPM).

Ów scenariusz najprawdopodobniej, tak jak w przypadku rynku prasowego w Polsce, może mieć charakter adaptacyjny, ale zapewne dostosowywanie się będzie wymagało lat starań. Wydaje się jednak, że wizja Bernarda Pouleta o śmierci gazet, omawiana w ostatnim rozdziale, choć sformułowana na początku XXI wieku, jest odległa. Prognozowanie dotyczące rynku francuskiej zawsze powinno uwzględniać fakt subwencjonowania, pomoc państwa francuskiego jest bowiem czynnikiem demobilizującym. Trzeba koniecznie podkreślać, że model francuski jest trudniejszy w adaptacji niż media sklasyfikowane przez

Hallina i Manciniego jako liberalne, a czynnikiem spowalniającym jest zbyt duży wpływ państwa na rynek, także prasowy.

Przewidywany jest też drugi scenariusz, wedle którego we Francji nastąpi całkowita atrofia prasy drukowanej. Tytuły, które dotychczas ukazywały się na papierze, przejdą do sieci. Będzie się to wiązało z zanikiem papieru jako nośnika informacji, a dotychczasowe funkcje prasy drukowanej zostaną przejęte przez prasę cyfrową. Będzie ona miała charakter spersonalizowany, nastawiony na indywidualne preferencje odbiorcy, ale wszyscy aktorzy tego ekosystemu będą od siebie zależni. Jest to odległa wizja przyszłości, ponieważ francuscy wydawcy nie są jeszcze na to gotowi. Jeżeli jeżeli nie zmienią sposobu zarządzania prasą na papierze, fiasko będzie nieuniknione. Tym bardziej będzie to trudne, ponieważ coraz częściej ich odbiorcy będą dla nich konkurencją – nastąpi zmiana konsumenta mediów w ich prosumenta.

Analiza francuskiego rynku prasy drukowanej jest istotna dla wszelkiego rodzaju badań komparatystycznych w ujęciu systemowym. Rozwiązania tam stosowane są także szczególnie ważne dla polskiego systemu medialnego, Polska w zakresie regulacji prawnych dotyczących funkcjonowania mediów w dużym stopniu wzorowała się bowiem na Francji. Warto tu chociażby wspomnieć o nieistniejącej już od 2012 roku w Polsce instytucji prawa do odpowiedzi, która należy do francuskiej tradycji, a przez lata funkcjonowała w polskim prawie prasowym. Do dziś polskie media działają na podstawie ustawy, której wiele przepisów było opartych na doświadczeniach francuskich. Nie tylko w zakresie regulacji Francja jest i była dla Polskim krajem wartym naśladowania. Liczne tytuły prasowe, a nawet całe koncerny medialne działały w Polsce, szczególnie w okresie transformacji ustrojowej. Ich obecność wpłynęła na nowe pokolenia dziennikarzy, a francuski warsztat dziennikarski i polityka wielu redakcji była kopiowana w naszym kraju. Warto wspomnieć, że w ostatnich latach polscy politycy coraz częściej wracają do pomysłu stworzenia regulacji prawnych limitujących działalność zagranicznych koncernów medialnych. Tzw. koncepcja „repolonizacji” mediów miałyby się opierać na powieleniu rozwiązań z ustawy francuskiej, której przepisy w tym zakresie uważane są w Europie za jedne z najbardziej rygorystycznych.

Francuski model prasy drukowanej oraz jego elementy i kierunki rozwoju mogą służyć jako podstawa licznych prac komparatystycznych. Z jednej strony tradycja i kultura oraz silne wpływy polityczne, z drugiej zaś nowe technologie i wpływy globalizacji, konwergencji i digitalizacji złożyły się na unikatowy charakter tego podsystemu.

Trzeba podkreślić użyteczność tej monografii dla polskich medioznawców, ponieważ od 2001 roku nie było w Polsce pracy zajmującej się całym systemem mediów drukowanych, a będących podsystemem mediów francuskich. Jest to zatem pełne opracowanie dotyczące tego rynku, uwzględniające zarówno najlepiej radzących sobie na nim graczy (takich jak „Ouest-France”), jak i podmioty, którym trudno się odnaleźć w nowych warunkach ekosystemu. Ukazanie stanu obecnego jest niezbędne dla rozwoju badań nad systemem medialnym, z uwzględnieniem często pomijanych dotąd czynników, takich jak m.in. polityka władz lokalnych, wydawców prasy, a także kultura i struktura organizacyjna oraz proces decyzyjny zachodzący w obrębie poszczególnych organizacji medialnych/tytułów. Jedną z możliwości kontynuowania badań byłoby także przeprowadzenie analizy publiczności, jej preferencji i potrzeb korzystania z mediów. To wymagać będzie opracowania narzędzi badawczych.

## 5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych

Moje zainteresowania naukowo-badawcze koncentrują się głównie wokół problemów związanych z funkcjonowaniem mediów w ujęciu systemowym. Interesują mnie zarówno modele systemów medialnych, jak i ich poszczególne segmenty i elementy wpływające na ich dystynktywność. Wszystkie są związane z dyscypliną nauk o mediach. Należą do nich w szczególności:

- francuski system medialny, a zwłaszcza analiza rynku mediów drukowanych, problematyka mediów elektronicznych, a także wpływ polityków na media tego kraju,
- mniejszości narodowe i etniczne w mediach francuskich (głównie mniejszość muzułmańska),
- polski system medialny,
- komparatystyczna analiza zawartości mediów online,
- tabloidyżacja mediów.

Wszystkie te zagadnienia często współlistnieją i przenikają się w moich rozważaniach. Efekty badań publikowałam zarówno w czasopismach naukowych, jak i monografiach zbiorowych, a wszystkie one były poddawane procedurze recenzowania.

### *Francuski system medialny*

Od lat zajmuję się analizą zmian, jakie zachodzą we francuskim systemie medialnym. Warto zauważyć, że obecnie niewiele osób w Polsce zajmuje się badaniem mediów francuskich. Wiele publikacji medioznawczych opiera się na metodzie *case study approach*, a nie mają one charakteru analizy systemowej. To właśnie było jedną z motywacji do podjęcia badań nad tym systemem. Wiele moich publikacji było wynikiem uczestnictwa we wspólnych projektach wydawniczych oraz udziałem w dyskusjach na dany temat.

System medialny nieustannie ewoluuje, a zatem niezbędne jest zwracanie uwagi na poszczególne elementy wpływające na zmiany w nim zachodzące. Moje badania dotyczące tego systemu koncentrowały się wokół zagadnień zarówno natury bardziej ogólnej, jak i szczegółowej. Do tej pierwszej grupy moich publikacji trzeba zaliczyć te dotyczące ograniczeń kapitałowych na francuskim rynku mediów, które przede wszystkim uzależniają system od rodzimych grup medialnych. Wady i zalety tego rozwiązania są przedmiotem analizy w publikacji *Rynek medialny we Francji – regulacje i struktura własnościowa*<sup>11</sup>. Drugą grupę reprezentuje moja publikacja dotycząca analizy zmian gatunkowych zachodzących we francuskim systemie medialnym pod wpływem głównie nowych technologii, zatytułowana *Konwergencja jako proces determinujący zmiany gatunkowe we francuskim systemie medialnym*<sup>12</sup>. Wpływ nowych technologii na media we Francji interesował mnie także w zakresie funkcjonowania prasy drukowanej, czego efektem jest publikacja *Nowe technologie a zmiany na rynku francuskiej prasy drukowanej*<sup>13</sup>.

Monitorowanie francuskiego rynku mediów drukowanych w ciągu ostatnich lat pozwoliło mi zaobserwować główne kierunki zmian na nim zachodzących. W tekście z 2012

---

<sup>11</sup> *Rynki medialne wybranych państw Europy Zachodniej. Regulacje, struktura, przemiany*, red. K. Konarska, Kraków 2018, s. 69–112.

<sup>12</sup> *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015, s. 167–179.

<sup>13</sup> *Pluralizm mediów, pluralizm w mediach*, red. A. Jaskiernia, K. Gajlewicz-Korab, Warszawa 2017, s. 45–59.

roku pod tytułem *Specyfika francuskiego systemu mediów drukowanych*<sup>14</sup> przedstawiłam główne problemy tego rynku, traktując wszystkie segmenty mediów drukowanych całościowo. Dużo miejsca w swoich badaniach poświęciłam tematyce dzienników francuskich, ponieważ największe problemy dotyczą głównie tego podsystemu mediów drukowanych. Zajmowałam się oceną funkcjonowania tego rynku w publikacji *Współczesna prasa codzienna we Francji i jej problemy*<sup>15</sup>. Prowadziłam także badania, których celem było znalezienie przyczyn nieobecności dzienników bulwarowych we Francji. Ich efektem jest publikacja *Niepopularna prasa popularna, czyli sytuacja ogólnokrajowej prasy bulwarowej we Francji*<sup>16</sup>. Subwencje, jakie przyznaje państwo francuskie mediom drukowanym, są jednymi z najwyższych w Europie i było to przedmiotem analizy w publikacji *Realna pomoc czy próba upolitycznienia? Subwencjonowanie francuskich dzienników ogólnokrajowych*<sup>17</sup>. W swoich badaniach zwróciłam uwagę także na czytelników i ich przyzwyczajenia związane z lekturą francuskich dzienników. Problematykę tę omówiłam w tekście *Wpływ preferencji czytelników na rozwój francuskiego rynku współczesnej prasy codziennej*<sup>18</sup>.

W swoich badaniach dotyczących systemu medialnego zwracałam uwagę także na działalność mediów elektronicznych. Trzeba zaznaczyć, że od momentu ukończenia przeze mnie doktoratu francuski system medialny przechodził transformację, którą warto było monitorować. Także wydarzenia społeczno-polityczne mocno odcisnęły się na charakterze poszczególnych instytucji medialnych w tym czasie, szczególnie zaś zamach na redakcję pisma satyrycznego „Charlie Hebdo”. Sposób relacjonowania tego wydarzenia przez elektroniczne media francuskie pokazał brak umiejętności reagowania dziennikarzy w sytuacjach kryzysowych. Doprowadziło to do sytuacji, kiedy na wielu nadawców zostały nałożone kary przez francuskiego regulatora rynku mediów audiowizualnych, a sami dziennikarze stworzyli kodeks dobrych praktyk w tym zakresie. W tekście *Informacja a kryzys. Funkcja informacyjna francuskich mediów elektronicznych w czasie ataku na redakcję „Charlie Hebdo”*<sup>19</sup> dokonuję oceny tego procesu, pokazując mechanizm reagowania na sytuacje kryzysowe. Media elektroniczne zmieniały się także pod względem technologicznym. Miało to istotny wpływ na charakter tego rynku, ponieważ został on poddany procesowi cyfryzacji. Biorąc pod uwagę fakt, że Francuzi w przeważającej większości preferowali oglądanie telewizji, ograniczając się tylko do darmowej oferty w ramach naziemnej telewizji analogowej, nowa oferta była wielką szansą na zaistnienie nowych nadawców. Tymczasem nowymi graczami na rynku okazali się starzy nadawcy poszerzający swoje oferty o nowe kanały telewizyjne. I choć rynek darmowej telewizji naziemnej (TNT) ma do zaoferowania kilkadziesiąt kanałów telewizyjnych (ogólnokrajowych, lokalnych), to większość z nich należy do tych samych nadawców, którzy już wcześniej byli na rynku. Zaczęli oni, tak jak francuski nadawca publiczny, dywersyfikować swoją ofertę, tworząc programy skierowane do różnych grup docelowych. Analiza działalności France Television w tym kontekście została przez mnie zawarta w artykule *Przyszłość francuskiego sektora mediów publicznych w dobie funkcjonowania TNT na przykładzie France Television*<sup>20</sup>. Media elektroniczne we Francji przechodziły rewolucję w związku z pojawieniem się na rynku internetu. Jego upowszechnienie we Francji było nieco

---

<sup>14</sup> *Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?*, red. J.W. Adamowski, A. Jaskiernia, Warszawa 2012, s. 211–229.

<sup>15</sup> „Studia Medioznawcze” 2009, nr 2 (37), s. 82–104.

<sup>16</sup> „Studia Medioznawcze” 2010, nr 1 (40), s. 92–103.

<sup>17</sup> „Studia Medioznawcze” 2011, nr 1 (44), s. 148–155.

<sup>18</sup> „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3 (66), s. 61–73.

<sup>19</sup> *Współczesne media. Media informacyjne*, red. I. Hofman, D. Kepa-Figura, t. 1, Lublin 2016, s. 187–197.

<sup>20</sup> „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2 (57), s. 85–93.

opóźnione w stosunku do innych państw zachodnich ze względu na istnienie tam Minitela, systemu wideograficznego dobrze zakorzonego na rynku. Dopiero w 2013 roku wyłączono tę usługę, a i tak w tym momencie miała ona nadal wielu zwolenników. Internet we Francji wpłynął na zmiany i ich dynamikę we wszystkich sektorach medialnych. Francja, jako jeden z pierwszych krajów UE, postanowiła regulować działanie tego mediów w postaci prawa Hadopi, które jednak w praktyce nie okazało się skutecznym rozwiązaniem. Proces ten opisuję w tekście *Wpływ internetu na funkcjonowanie francuskiego systemu medialnego. Od Minitela do Hadopi*<sup>21</sup>.

Wpływ polityków na media francuskie był tematem kolejnej grupy moich publikacji. Analizie poddałam ogół tych wpływów, określając charakter relacji politycy – media z punktu widzenia kształtu obecnego systemu mediów we Francji. Zaprezentowałam je w tekście *Wpływ polityków na kształtowanie się współczesnego systemu medialnego Francji. Relacja media – politycy. Wybrane problemy*<sup>22</sup>. Trzeba nadmienić, że w okresie prezydentury Nicolasa Sarkozy'ego nastąpiło wiele zmian, które uzależniły media od polityków i decyzji prezydenta. Między innymi wprowadzono zmiany w procesie nominowania prezesów mediów publicznych, którzy mieli być od tej pory bezpośrednio wskazywani przez prezydenta Republiki Francuskiej. Te i inne zmiany dotyczące zasad funkcjonowania mediów znalazły odzwierciedlenie w dwóch moich publikacjach: *Funkcjonowanie francuskich środków masowego przekazu w czasie prezydentury Nicolasa Sarkozy'ego*<sup>23</sup> oraz *Prezydentura Sarkozy'ego czyli rupture we francuskich środkach przekazu*<sup>24</sup>.

#### *Mniejszości narodowe i etniczne w mediach francuskich (głównie mniejszość muzułmańska)*

Po doktoracie przez jakiś czas kontynuowałam badania nad problematyką obrazu mniejszości muzułmańskiej w mediach francuskich. Publikacje, które powstały w ich efekcie, choć w części wypełniły lukę związaną z brakiem opracowań dotyczących tej tematyki. Media zagraniczne często zwracały uwagę, że współczesne problemy społeczne Francji są powiązane z polityką imigracyjną kraju (w tym między innymi z przyjmowaniem wielu obywateli z krajów islamskich) oraz sytuacją muzułmanów przybyłych do Francji po wojnie w Algierii (i późniejszej akcji łączenia rodzin). Badałam obraz tej mniejszości w tygodnikach opiniotwórczych, a pokłosiem tego były publikacje: *Problemy francuskich muzułmanów w tamtejszych tygodnikach opinii*<sup>25</sup> oraz *Rola francuskiej mniejszości muzułmańskiej w zamieszkach w 2005 roku w optyce francuskich tygodników opiniotwórczych*<sup>26</sup>. Na podstawie wyników badań zaczerpniętych z mojej pracy doktorskiej, uzupełnionych o nowe dane i informacje, opublikowałam książkę poświęconą tej tematyce zatytułowaną *Obraz muzułmanów we Francji w tamtejszych tygodnikach opinii* (Warszawa 2011), która spotkała się z dużym zainteresowaniem ze strony osób zajmujących się problematyką społeczeństwa francuskiego. Warto odnotować, że w czasie gdy badałam to zjawisko, we Francji nie było publikacji dotyczącej mediów tego kraju skierowanych do mniejszości muzułmańskiej. Francuzi opisywali tę problematykę, lecz w innym ujęciu, na przykład w odniesieniu do

---

<sup>21</sup> *Rozwój Internetu a zmiany w mediach, w systemach medialnych oraz społecznych*, red. A. Jaskiernia, K. Gajlewicz-Korab, Warszawa 2016, s. 85–99.

<sup>22</sup> *Media–Biznes–Kultura. Oblicza komunikacji medialnej*, red. M. Łosiewicz, M. Ryłko-Kurpiewska, t. 2, Galway–Gdynia 2016, s. 193–213.

<sup>23</sup> „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2013, t. 5/16, s. 63–82.

<sup>24</sup> „Studia Medioznawcze” 2009, nr 4 (39), s. 83–87.

<sup>25</sup> *Międzykulturowe aspekty działalności mediów w epoce globalizacji*, red. J.W. Adamowski, A. Jaskiernia, Warszawa 2014, s. 107–128.

<sup>26</sup> *Media masowe wobec przemocy i terroryzmu*, red. K. Gajlewicz, A. Koziół, Warszawa 2009, s. 89–101.



poszczególnych narodowości, np. Algierczyków. Uważam swój tekst *Specyfika mediów przeznaczonych dla muzułmanów we Francji* za istotny wkład w polską naukę o mediach<sup>27</sup>.

### *Polski system medialny*

Nie tylko zagraniczne systemy medialne są przedmiotem mojego zainteresowania, należy bowiem do nich także polski system medialny. W przypadku polskich mediów zajmowałam się, między innymi, wpływem zagranicznych trendów na polskie instytucje medialne, który szczególnie można było zaobserwować w Polsce w okresie transformacji ustrojowej. Analizę tego zjawiska zawarłam w tekście *Wpływ specyfiki mediów w innych państwach na funkcjonowanie mediów w Polsce – wybrane problemy*<sup>28</sup>. Polski system medialny w porównaniu z krajami Europy Zachodniej miał stosunkowo niewiele czasu na dostosowanie się do nowych technologii. Na przykład nie miał za sobą doświadczeń niemieckich i francuskich w zakresie działania systemów wideograficznych, które przygotowywałyby społeczeństwo do wejścia w erę nowych technologii. Te czynniki wpłynęły na moje szczególne zainteresowanie polskim internetem. Efektem tego zainteresowania jest tekst *The place of social media in Polish media system – selected issues*<sup>29</sup>, w którym dowodzę, że wiele zmian w polskich instytucjach medialnych zdarzyło się pod wpływem *social mediów*.

Trzeba także wspomnieć o dwóch publikacjach, które są wynikiem mojego uczestnictwa w międzynarodowej grupie badającej media online Lemel (L'Europe dans les médias en ligne). Od 2014 roku, wraz z grupą badaczy z wielu krajów Europy (m.in. Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Rumunii, Włoch), monitoruję rynek głównych portali informacyjnych w tych krajach, dokonując synchronicznej i diachronicznej analizy zawartości. Na podstawie corocznie gromadzonych danych opublikowałam tekst, we współpracy z Anną Jupowicz-Ginalską, pod tytułem *Les metadiscours médiatique. Les élections législatives en Pologne*<sup>30</sup>, gdzie omawiamy reakcje mediów zagranicznych na wyniki wyborów w Polsce w 2015 roku oraz sposoby narracji w rodzimych środkach przekazu. Drugim artykułem, opracowanym w ramach projektu, była analiza stosunków Polaków z ich sąsiadami po wygranych wyborach parlamentarnych przez Prawo i Sprawiedliwość w 2015 roku. Artykuł *Poland and its neighbors – in the context of online media narrative*<sup>31</sup>, którego współautorkami były Joanna Szyłko-Kwas i Anna Jupowicz-Ginalska, miał na celu pokazanie mechanizmu mediatyzacji polityki, ale także polityzacji mediów online w Polsce.

### *Badania porównawcze systemów medialnych*

Rezultaty badania dotyczących różnic między poszczególnymi systemami medialnymi stały się przedmiotem innej grupy moich publikacji. Z jednej strony interesowały mnie badania, w których pokazuję różnice w funkcjonowaniu mediów publicznych w Polsce i we Francji, udowadniając, że choć Polska wzorowała się na ich francuskim odpowiedniku, to w konsekwencji dąży do implementowania rozwiązań bliższych liberalnym systemom medialnym (Wielka Brytania) i oddala się od pierwowzoru. Hipotezę tę udowodniłam w publikacji *Convergence as a process of determining the future of public television in Poland*

---

<sup>27</sup> „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2011, t. 3/14, s. 181–193.

<sup>28</sup> *Media – Biznes – Kultura*, red. J. Kreft, R. Stopikowski, t. 2, Gdańsk 2011, s. 221–227.

<sup>29</sup> *Problemy konwergencji mediów*, red. M. Kaczmarczyk, D. Rott, t. 2, Sosnowiec–Praga 2013, s. 231–243.

<sup>30</sup> A. Jupowicz-Ginalska (współautorstwo), [w:] *L'Europe dans les médias en ligne*, ed. L. Radut-Gaghi, D. Oprea, A. Boursier, Paris 2017, s. 81–97.

<sup>31</sup> A. Jupowicz-Ginalska, J. Szyłko-Kwas (współautorstwo), „Rhetoric and Communications E-Journal” 2018, z. 33, <http://rhetoric.bg/poland-and-its-neighbours-in-the-context-of-online-media-narrative-katarzyna-gajlewicz-korab-anna-jupowicz-ginalska-joanna-szylo-kwas> [dostęp: 17.01.2019].

*and France. The comparative analysis*<sup>32</sup>. Z drugiej podejmowałam temat dystynktywności systemów medialnych obserwowanych w analizach zawartości, które badają sposób narracji danego wydarzenia. Kryzys związany z imigrantami w Europie był dobrym przykładem pokazującym różnice w funkcjonowaniu mediów w różnych krajach. Taką analizę przeprowadziłam wraz z Joanną Szyłko-Kwas, Anną Jupowicz-Ginalską i Anną Grutzą (Europa-Universität Flensburg) w tekście zatytułowanym *Immigrants in Polish and German online media – a Comparative Analysis*<sup>33</sup>.

### *Tabloidyzacja mediów*

Moim ostatnim, nieco odmiennym od pozostałych, obszarem badawczym jest szeroko pojęta tabloidyzacja mediów. Trzeba jednak zaznaczyć, że jest ona coraz częściej odpowiedzialna za zmiany w systemie medialnym, przede wszystkim zaś za jakość publikowanych treści i sposób konsumowania mediów przez odbiorców. Moje zainteresowanie tą tematyką rozpoczęłam od badań nad kulturą obrazkową w polskich mediach. W tekście *Inwazja kultury obrazkowej w prasie polskiej*<sup>34</sup> udowodniłam, że polski czytelnik coraz częściej preferuje treści obrazkowe zamiast tekstowego sposobu przekazywania informacji (przemiana *homo sapiens* w *homo videns*). Tabloidyzacja polskich mediów łączy się z coraz szerszą obecnością celebrytów na tym rynku. Podejmowane na łamach prasy polskiej tematy dotyczące życia celebrytów są oznaką różnych negatywnych zjawisk, w tym także brutalizacji przekazu, co uwoźniłam w tekście *Konflikty celebrytów w polskiej prasie typu people jako przykład brutalizacji przekazu*<sup>35</sup>. Żaden system medialny na świecie nie jest wolny od procesu tabloidyzacji mediów, ale jest ona obecna w różnych krajach pod wieloma postaciami. Francuska prasa opiniotwórcza przez wiele lat była ceniona za wysokie pod względem merytorycznym dziennikarstwo i nieuleganie komercjalizacji. Tymczasem w tekście *Tabloidyzacja prestiżowych tygodników opinii we Francji. Nowe trendy czy oznaka kryzysu?*<sup>36</sup> udowadniam hipotezę, że coraz częściej także media francuskie ulegają temu procesowi.

### *Redakcja książek*

Poza publikacjami autorskimi i współautorskimi jestem także współredaktorem pięciu monografii zbiorowych. Dwie z nich miały charakter interdyscyplinarny i wychodziły poza moje główne obszary zainteresowania. Pierwsza monografia *Media masowe wobec przemocy i terroryzmu* (Warszawa 2009), współredagowana z dr. hab. Andrzejem Kozielem, dotyczyła zjawiska reagowania mediów na szeroko pojęte zjawisko terroryzmu. Druga pozycja, współredagowana z Michałem Gajlewiczem, dotyczyła relacji łączących dziennikarstwo z public relations. Publikacja pod tytułem *Dziennikarstwo a Public Relations* (Warszawa 2015) została dobrze przyjęta przez środowisko medioznawców, o czym świadczy pozytywna recenzja zamieszczona na łamach „Studiów Medioznawczych”<sup>37</sup>. Wraz z Alicją Jaskiernią współredagowałam trzy monografie, które są wynikiem współpracy prowadzonej od lat przez Katedrę Systemów Medialnych Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

---

<sup>32</sup> Miron Maicki (współautor), [w:] *Problemy konwergencji mediów II*, red. K. Dudek, P. Celej, M. Koszembark-Wiklik, M. Boczkowska, Sosnowiec–Praga 2016, s. 23–35.

<sup>33</sup> A. Ginalska-Jupowicz, J. Szyłko-Kwas, A. Grutza (współautorstwo), „Journalism Research” 2017, t. 12, s. 39–72.

<sup>34</sup> *Media. Biznes. Kultura*, red. J. Kreft, J. Majewski, Gdańsk 2009, s. 269–275

<sup>35</sup> „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2017, t. 9/20, s. 133–149.

<sup>36</sup> *Media, Business, Culture. Social and Political Role of the Media*, red. M. Łosiewicz, M. Ryłko-Kurpiewska, Gdynia–Galway 2015, s. 377–393.

<sup>37</sup> M. Wojewoda, „Dziennikarstwo a Public Relations”, Michał Gajlewicz, Katarzyna Gajlewicz-Korab, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 4 (63), s. 138–141.

Uniwersytetu Warszawskiego<sup>38</sup> ze środowiskiem polskich naukowców zajmujących się analizą systemową mediów. W 2016 roku wydałyśmy monografię związaną ze zmianami systemów medialnych, jakie zaszły pod wpływem internetu, zatytułowaną *Rozwój internetu a zmiany w mediach, w systemach medialnych oraz społecznych* (Warszawa 2016). W tym samym roku wydałyśmy kolejną monografię przez nas współredagowaną, poświęconą procesowi cyfryzacji mediów i zachowaniom konsumentów, pod tytułem *Publiczność mediów w epoce cyfrowej* (Warszawa 2016). Najnowszą pozycją, będącą efektem tej współpracy, była monografia koncentrująca się na niezwykle aktualnej tematyce, jaką jest pluralizm mediów, pod tytułem *Pluralizm mediów, pluralizm w mediach* (Warszawa 2017).

### *Recenzje książek i sprawozdania*

W swoim dorobku mam także cztery recenzje monografii opublikowanych na łamach „Studiów Medioznawczych”. Były to następujące teksty:

- K. Gajlewicz-Korab, *Marcin Sanakiewicz, Poetyka telewizyjnych programów porannych między informacją, tabloidem a autopromocją*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 1 (56), s. 209–212.
- K. Gajlewicz-Korab, *Olga Dąbrowska-Cendrowska, Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie »Dzień Dobry TVN« i »Pytanie na śniadanie «*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 4 (59), s. 181–184.
- K. Gajlewicz-Korab, *Małgorzata Mołęda-Zdziech, Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3 (54), s. 191–194.
- K. Gajlewicz-Korab, *Jean-Luc Chetrit, François Rudel, La Télévision est morte... vive ma télévision*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 2 (61), s. 173–177.

Byłam także współautorką trzech sprawozdań zamieszczonych na łamach „Studiów Medioznawczych”:

- K. Gajlewicz-Korab, A. Jupowicz-Ginalska, *Sprawozdanie z konferencji „Colloque international médias en ligne, acteurs européens et discours” („International conference on online media, European actors and discourse”), Cergy-Pontoise, 23–24 czerwca 2016*, „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3 (66), s. 159–162.
- O. Dąbrowska-Cendrowska, K. Gajlewicz-Korab, *Sprawozdanie z konferencji „Współczesny polski system medialny. Czasopiśmiennictwo”, Kielce, 1 grudnia 2016*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 1 (68), s. 123–125.
- O. Dąbrowska-Cendrowska, K. Gajlewicz-Korab, *Sprawozdanie z 299. posiedzenia Komisji Prasoznawczej PAN „Reforma radiofonii i telewizji publicznej w świetle aktualnego ustawodawstwa polskiego”, Kraków, 12 kwietnia 2017*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 2 (69), s. 161–162.

### *Raporty*

Raporty, które do tej pory przygotowywałam, miały dwojaki charakter. Pierwszy z nich stanowił podsumowanie pierwszego etapu pracy w ramach projektu Lemel i był jedynym w trakcie trwania projektu, który miał formę tekstową. Został rozdany uczestnikom podczas konferencji „L’Europe dans les médias en ligne” organizowanej przez Université de Cergy-Pontoise we Francji (26–27.06.2015). Tekst zatytułowany *Raport polonais du recherche L’Europe dans les médias en ligne*<sup>39</sup> (współautorki: B. Bereza, P. Sokołowska) był częścią

<sup>38</sup> Wcześniej Zakład Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

<sup>39</sup> *L’Europe dans les médias en ligne. Rapport de recherche, mai 2015*, red. L.Radut Gaghi, *Raport polonais du recherche L’Europe dans les médias en ligne* (współautorki B. Bereza, P. Sokołowska), publikowany w różnych

zbiorowego raportu pod tytułem *L'Europe dans les médias en ligne* (red. L. Radut-Gaghi). W każdej następnej edycji dane były opracowywane samodzielnie i publikowane w artykułach naukowych zawartych w opisie osiągnięć.

Drugi raport powstał na zlecenie Instytutu Staszica. W 2017 roku przez Polskę przetoczyła się dyskusja dotycząca próby „repolonizowania” mediów w Polsce i wprowadzenia regulacji podobnych do tych, jakie występują we Francji i w Niemczech. Moim zadaniem było pokazanie stosowania regulacji we Francji – czy rzeczywiście stoją one na straży pluralizmu mediów. Raport pod tytułem *Koncentracja kapitału w mediach i jej zapobieganie we Francji oraz Niemczech* został opublikowany na stronie Instytutu Staszica<sup>40</sup>. Cieszył się on ogromnym zainteresowaniem ze strony medioznawców, dziennikarzy, jak i polityków. Po publikacji wielokrotnie udzielałam wywiadów mediom na ten temat, jak również wygłosiłam kilka referatów z nim związanych na konferencjach naukowych (patrz w części dotyczącej udziału w konferencjach).

#### *Współpraca międzynarodowa i projekty własne*

Od czasu obrony pracy doktorskiej uzyskałam dwukrotnie dofinansowanie na badania własne z puli środków przeznaczonych dla młodych naukowców:

- W 2012 roku uzyskałam wsparcie dla projektu pod tytułem: „Rozwój mediów francuskich w kontekście polityki medialnej Francji”. Uzyskane fundusze umożliwiły mi przeprowadzenie kwerendy w Bibliotece Narodowej Francji, w której znajduje się archiwum prasy francuskiej. Wnioski z badań były przedmiotem wystąpienia na konferencji pod tytułem „Media publiczne w epoce cyfrowej w Europie i na świecie – przyszłość czy przeszłość?” zorganizowanej przez Instytut Dziennikarstwa UW 22 marca 2013 roku, na której zaprezentowałam referat dotyczący mediów publicznych we Francji. Wyniki analizy stanowiły także impuls do podjęcia badań nad monografią habilitacyjną.
- W 2014 roku otrzymałam środki na sfinansowanie projektu pod tytułem: „Tematyka polityczna we francuskich i polskich tygodnikach opinii”. Fundusze te pomogły mi w skompletowaniu materiałów niezbędnych do badań, przede wszystkim literatury, oraz dzięki nim uzyskałam dostęp do archiwów prasy online. Wnioski z badań były przedmiotem wystąpienia pod tytułem *Wpływ polityków na kształtowanie się współczesnego systemu medialnego Francji* (na konferencji „Media – Biznes – Kultura. Pomorze” 2015, 8–9.10.2015).

Uczestniczę także w dwóch międzynarodowych projektach badawczych. W jednym z nich jestem koordynatorem polskiego zespołu:

- **Lemel** (*L'Europe dans les médias en ligne*, <https://lemel.hypotheses.org/13>) – od 2014 roku jestem członkiem międzynarodowego projektu badawczego finansowanego przez Fondation de l'Université de Cergy-Pontoise (w 2014 roku kierownikiem polskiego korpusu badawczego była Beata Bereza, od 2015 roku ja kieruję pracami polskiej

---

działach tematycznych, Fondation de l'Université de Cergy-Pontoise, Paris 2015, s. 11, 19–20, 24, 27–33, 36–39.

<sup>40</sup> K. Gajlewicz, *Francja*, [w:] M. Palczewski, *Koncentracja kapitału w mediach i jej zapobieganie we Francji oraz Niemczech*, s. 4–14, [http://instytutstaszica.org/wp-content/uploads/2017/03/IS\\_koncentracja\\_mediow\\_i\\_jej\\_zapobieganie\\_we\\_Francji\\_i\\_Niemczech.pdf](http://instytutstaszica.org/wp-content/uploads/2017/03/IS_koncentracja_mediow_i_jej_zapobieganie_we_Francji_i_Niemczech.pdf) [dostęp: 21.01.2019]

grupy badawczej, do której należą: od 2015 roku Anna Jupowicz-Ginalska, a od 2016 Joanna Szyłko-Kwas).

Lemel to nowy międzynarodowy projekt badawczy poświęcony synchronicznej i diachronicznej analizie zawartości wybranych mediów online państw wchodzących w skład grupy badawczej. Jego celem jest wyłonienie głównych czynników decydujących o ustaleniu kierunków i sposobów prezentacji internetowego dyskursu wybranych europejskich w mediach online (przedmiotem polskiej analizy są portale rp.pl i wyborcza.pl). Efektem pracy ma być stworzenie modeli tożsamości europejskiej, a także określenie sposobów narracji o Europie w mediach internetowych. Atutem tego projektu jest oryginalna metodologia. Corocznie w tym samym przedziale czasowym szkoły badawcze ze wszystkich krajów gromadzą artykuły z wybranych przez siebie portali, następnie zapisuje się je na wspólnej platformie internetowej trello.com, grupując według aktualnych i ważnych dla Europy wydarzeń lub problemów (np. Brexit lub kryzys imigrancki). Kolejnym etapem jest kategoryzacja tekstów ze względu na gatunek dziennikarski i kontekst tematyczny (rozbudowany o liczne zmienne). Tak powstaje zbiór artykułów związanych z tematyką europejską w wybranych mediach online. Wyniki badań są omawiane i porównywane podczas warsztatów w celu identyfikacji wydarzeń transnarodowych oraz wskazania ich medialnych przedstawień w zależności od konkretnych państw. Obecnie w projekcie biorą udział badacze z Francji, Rumunii, Niemiec, Włoch, Polski i Kanady (a w 2015 i 2016 także ze Słowacji, Bułgarii i Wielkiej Brytanii). Wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu Lemel były prezentowane podczas konferencji międzynarodowych w Paryżu oraz na warsztatach i seminarium we Flensburgu, a także podczas kongresu ESTIDIA w Sofii. Do tej pory na bazie uzyskanych danych powstały 3 publikacje naukowe.

Jednostką prowadzącą Lemel jest Université de Cergy-Pontoise (Francja). Koordynatorem całego projektu jest Luciana Radut-Gaghi (Francja).

- **Direpa** (Discours, représentations, passé de l'Europe, <https://lemel.hypotheses.org/direpa>) – projekt ruszył we wrześniu 2017 roku, a jego partnerami są Europa-Universität Flensburg, l'Université de Cergy-Pontoise oraz Krajowa Szkoła Studiów Politycznych i Administracyjnych w Bukareszcie. W zespole znajduje się także Anna Jupowicz-Ginalska oraz Joanna Szyłko-Kwas.

Przedmiotem badań jest rola mediów internetowych w budowaniu narracji o przyszłości Europy. Direpa ma za zadanie określić udział tych środków przekazu w formułowaniu dyskursu o historycznej pamięci i dziedzictwie Starego Kontynentu. Każdy z zespołów krajowych zbiera doniesienia medialne na temat uzgodnionych wcześniej ważnych dla Europy wydarzeń historycznych, a następnie analizuje je według przyjętych kategorii, w tym na przykład gatunków dziennikarskich. W rezultacie zostaje przeprowadzona synchroniczna i diachroniczna analiza mająca na celu porównanie reprezentacji przeszłości Europy w mediach online różnych krajów, a także specyfiki dyskursu o historii między mediami online i wskazanie skali mediatyzacji historii dokonywanej przez media internetowe. Efektem końcowego projektu w 2019 roku będzie opracowanie internetowego narzędzia służącego analizie dyskursu medialnego. Efekty prac wyglądają następująco: w 2017 roku odbyły się warsztaty we Flensburgu (ustalono tam chronologię prac i zakresu obszaru badawczego), a w 2018 roku odbyły się warsztaty połączone z seminarium zakończone wdrożeniem narzędzi badawczych IRAMUTEQ i HYPHE.

Jednostką prowadzącą Direpa jest Europa-Universität Flensburg (Niemcy). Koordynatorką projektu jest prof. Hedwig Wagner (Niemcy).

*Konferencje i warsztaty badawcze (podczas których zabierałam głos w dyskusji)*

Od 2009 roku brałam udział w licznych spotkaniach naukowych o różnej randze środowiskowej, ogólnopolskiej i międzynarodowej. W tabeli wymieniłam tylko te, w których brałam aktywny udział, wygłaszając referaty lub uczestnicząc w dyskusjach w charakterze zaproszonego panelisty. W nielicznych przypadkach (nieobjętych wykazem) brałam też udział w wydarzeniach tego rodzaju bez referatu.

Temat konferencji	Organizator	Data	Temat wystąpienia	Ranga wydarzenia
Francuskie media	Fundacja Schumana	14.10.2009	Francuski system medialny	Seminarium środowiskowe
Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2010	Uniwersytet Gdański, Wydział Nauk Społecznych	25–26.03.2010	Wpływ specyfiki mediów w innych państwach na funkcjonowanie mediów w Polsce – wybrane problemy	Konferencja międzynarodowa
I OSM: Systemy medialne na świecie – refleksja teoretyczna i doświadczenia praktyczne	Instytut Dziennikarstwa UW	25.03.2011	Specyfika francuskiego systemu mediów drukowanych	konferencja ogólnopolska
II OSM: Media w perspektywie globalizacji. Komunikowanie międzynarodowe – dialog międzykulturowy – polityka medialna.	Instytut Dziennikarstwa UW	23.03.2012	Problemy francuskich muzułmanów w tamtejszych tygodnikach opinii	konferencja ogólnopolska
I Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Problemy konwergencji mediów w Polsce”	Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu, Kraków	24–25.01.2013	Miejsce mediów społecznościowych w polskim systemie medialnym	konferencja ogólnopolska
III OSM: Media publiczne w epoce cyfrowej w Europie i na świecie – przyszłość czy przeszłość?	Instytut Dziennikarstwa UW	22.03.2013	Media publiczne we Francji	konferencja ogólnopolska
Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2013	Uniwersytet Gdański, Wydział Nauk Społecznych	11–12.10.2013	Tabloidyżacja prestiżowych tygodników opinii we Francji.	konferencja ogólnopolska
IV OSM: Wpływ Internetu na ewolucję n@rodowych systemów medialnych.	Instytut Dziennikarstwa UW	21.03.2014	Wpływ Internetu na funkcjonowanie francuskiego systemu medialnego. Od Minitela do Hadopi.	konferencja ogólnopolska
II Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Problemy konwergencji mediów w Polsce”	Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu, Kraków	25–26.06.2014	Konwergencja jako proces determinujący przyszłość telewizji publicznej w Polsce i	konferencja ogólnopolska

			we Francji. Analiza komparatystyczna.	
V OSM: Gatunki i formaty we współczesnych mediach.	Instytut Dziennikarstwa UW	26–27.03.2015	Konwergencja jako proces determinujący zmiany gatunkowe we francuskim systemie medialnym. Wybrane problemy.	konferencja ogólnopolska
VII konferencja z cyklu Współczesne media: „Współczesne media – media informacyjne”.	UMCS, Wydział Politologii	15–16.04.2015	Informacja a kryzys. Funkcja informacyjna francuskich mediów elektronicznych w czasie ataku na redakcję Charlie Hebdo	konferencja ogólnopolska
Warsztaty Lemel	Université de Cergy-Pontoise, Francja	25–26.05.2015	Staż w ramach projektu badawczego, Lemel: spotkania robocze, plany kolejnej edycji projektu. Koordynator projektu: Prof. Joanna Nowicki.	Seminarium międzynarodowe
L'Europe dans les médias en ligne	Université de Cergy-Pontoise, Francja	26–27.05.2015	Le phénomène de la médiatisation de l'histoire à partir de sujets présents dans le corpus polonais du programme de recherche Lemel en 2014. (współautorstwo B. Bereza)	konferencja międzynarodowa
L'Europe dans les médias en ligne	Université de Cergy-Pontoise, Francja	26–27.05.2015	L'Europe dans les médias en ligne. Rapport polonais 2015 (współautorstwo B. Bereza, P. Sokołowska)	konferencja międzynarodowa
Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2015	Uniwersytet Gdański, Wydział Nauk Społecznych	08–09.10.2015	Wpływ polityków na kształtowanie się współczesnego systemu medialnego Francji	konferencja międzynarodowa
Konferencja Mediów Studenckich	Uniwersytet Warszawski, Samorząd Studentów Uniwersytetu Warszawskiego	1–03.04.2016	W roli prelegenta: Tabloidyzacja mediów w Polsce, w roli prowadzącej panel Tabloid od kuchni	konferencja ogólnopolska

VI OSM: Publiczność mediów w epoce cyfrowej.	Instytut Dziennikarstwa UW	8.04.2016	Paradoksy francuskiej prasy codziennej	konferencja ogólnopolska
Médias en ligne, acteur européens et discours	Université de Cergy-Pontoise, Francja	23–24.06.2016	Les Choix politiques en Pologne et les rapportst des médias étranger cités sur les pages Rp.pl et gazeta.pl (współautorka A. Jupowicz-Ginalska)	konferencja międzynarodowa
IV Kongres PTKS: „Komunikowanie społeczne w dobie nowych technologii”	UAM, Poznań, PTKS	15–17.09.2016	Nowe technologie a zmiany na rynku francuskiej prasy drukowanej	konferencja międzynarodowa
Panel ekspercki: Koziółek Matółek zmienia świat	Europejskie Centrum Bajek w Pacanowie	16.20.2016	Promowanie lokalnych instytucji kultury w mediach	seminarium środowiskowe
Współczesny polski system medialny – czasopiśmiennictwo	Instytut Dziennikarstwa i Informatyki, UJK Kielce	1.12.2016	Konflikty celebrytów w polskiej prasie typu <i>people</i> jako przykład brutalizacji przekazu	konferencja ogólnopolska
10 lat istnienia PTKS, Dokonania dekady i perspektywy rozwojowe studiów nad mediami i komunikowaniem w Polsce	Uniwersytet Wrocławski, PTKS	25–26.04.2017	Ograniczenia kapitałowe w polskich i francuskich mediach. Wybrana problematyka	konferencja międzynarodowa
4th ESTIDIA Conference Dialogues without Borders: ”Strategies of Interpersonal and Inter-group Communication”	Faculty of Philosophy, Sofia University “St. Kliment Ohridski”	29–30.09.2017	Poland and its neighbors – in the context of online media narrative (współautorka A. Jupowicz-Ginalska, J. Szyłko-Kwas)	konferencja międzynarodowa
Warsztaty Direpa	Europa-Universität Flensburg	9–11.11.2017	Uczestnictwo w warsztatach Direpa, udział w dyskusji na temat wyboru wydarzeń historycznych powojennej Polski mających wpływ na tożsamość Europy (współautorka A. Jupowicz-Ginalska, J. Szyłko-Kwas)	seminarium międzynarodowe
Warsztaty Direpa	Université de Cergy-Pontoise, Francja	19–22.06.2018	Uczestnictwo w warsztatach DIREPA, udział w dyskusji na	seminarium międzynarodowe



			temat określenia kierunków badawczych, doboru odpowiedniej metodologii i narzędzi badawczych. Strona polska zaproponowała analizę zawartości wg B. Berelsona i scharakteryzowała użyteczność analizy systemowej w prowadzonym projekcie. (współautorka A. Jupowicz-Ginalska, J. Szyłko-Kwas)	
20-lecie Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej: „Wiedza, Komunikacja, Działanie”	Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński	25–26.10.2018	Ograniczenia kapitałowe we francuskim systemie medialnym	konferencja międzynarodowa

Uczestniczyłam także w organizacji konferencji naukowych. W szczególności, wraz z Alicją Jaskiernią i Januszem W. Adamowskim, jestem pomysłodawcą cyklu seminariów medioznawczych, których celem było zintegrowanie środowiska i współpraca naukowa badaczy zajmujących się systemami medialnymi. Współorganizowałam prawie wszystkie seminaria w roli jego sekretarza i uczestnika komitetu programowego:

- I Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Systemy medialne na świecie – refleksja teoretyczna i doświadczenia praktyczne*, Instytut Dziennikarstwa UW, 25.03.2011
- II Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Media w perspektywie globalizacji. Komunikowanie międzynarodowe – dialog międzykulturowy – polityka medialna*, Instytut Dziennikarstwa UW, 23.03.2012
- III Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Media publiczne w epoce cyfrowej w Europie i na świecie – przyszłość czy przeszłość?*, Instytut Dziennikarstwa UW, 22.03.2013
- IV Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Wpływ Internetu na ewolucję n@rodowych systemów medialnych*, Instytut Dziennikarstwa UW, 21.04.2014
- VI Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Publiczność mediów w epoce cyfrowej*, Instytut Dziennikarstwa UW, 8.04.2016
- VII Ogólnopolskie Seminarium Medioznawcze: *Pluralizm mediów, pluralizm w mediach*, WDIiB UW, 24.03.2017

Oprócz tego brałam udział w pracach komitetów organizacyjnych następujących konferencji i seminariów naukowych:

- *Demokratyzacja polityki medialnej w ekosystemach cyfrowych*, Instytut Dziennikarstwa UW, 17.10.2014

- *Media Management in the Age of Big Data and High-tech*, WDIiB UW, The European Media Management Association (EMMA), 14–15.06.2018
- *Creative Cultures for Media Progression*, WDIiB UW, Centrum Kreatywności Targowa, 13.06.2018
- *Media publiczne wobec wyzwań epoki cyfrowej / Public service media in the digital mediascapes*, WDiNP UW, 19–20.06.2015
- *Dziennikarstwo a public relations*, Społeczna Akademia Nauk, rada programowa, 4.06.2014

#### *Członkostwo w kolegiach redakcyjnych*

- Jestem członkiem redakcji kwartalnika naukowego „Rynek–Społeczeństwo–Kultura”.
- Od 2016 roku jestem stałym recenzentem czasopisma „Media, Biznes, Kultura”.
- Przygotowywałam także recenzje dla periodyków: „Studia Medioznawcze”, „Horyzonty Wychowania” i „Progress”

#### *Przynależność do organizacji*

Należę do następujących organizacji:

- Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej
- Polskie Towarzystwo Edukacji Medialnej
- ESTIDIA (European Society for Transcultural and Interdisciplinary Dialogue)
- Uczestniczę w pracach Komisji Prasoznawczej PAN, oddział w Krakowie.

#### *Działalność organizacyjna*

Od początku mojego zatrudnienia na Uniwersytecie Warszawskim byłam zaangażowana w różne formy aktywności organizacyjnej, zarówno w Instytucie Dziennikarstwa UW, na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych, jak i w obecnej strukturze WDIiB UW. Brałam także udział w wielu pracach organizacyjnych podczas mojego zatrudnienia w Społecznej Akademii Nauk.

Uniwersytet Warszawski:

- Od 1 grudnia 2009 do 31 stycznia 2015 roku byłam kierownikiem Zakładu Praktyk Dziennikarskich w Instytucie Dziennikarstwa UW. Była to jedna z największych jednostek tego typu w Instytucie Dziennikarstwa. Zajmowałam tam się koordynowaniem prac.
- Od października 2009 do stycznia 2015 roku byłam koordynatorem i opiekunem specjalizacji dziennikarskiej. Zajmowałam się tam m.in. układaniem programu specjalizacji, doбором obsady zajęć warsztatowych, koordynowaniem systemu wystawiania ocen, kontaktami ze studentami i władzami Instytutu. Koordynowałam także różne prace mające na celu popularyzację dorobku naszych studentów.
- Od października 2007 (tj. jeszcze przed obroną pracy doktorskiej) do października 2012 roku byłam koordynatorem programu Erasmus w Instytucie Dziennikarstwa. Przed objęciem przeze mnie tej funkcji Instytut nie miał podpisaných żadnych umów

o współpracy w ramach programu, a na koniec mojej działalności mieliśmy ich ponad 20. Stworzyłam system działania programu w Instytucie i sama koordynowałam jego wszystkie prace: opracowałam regulamin wyjazdów, przygotowywałam dokumentację, utrzymywałam kontakt z partnerami zagranicznymi, studentami, Biurem Współpracy z Zagranicą UW i współpracowałam w tym zakresie z ówczesnym wydziałowym koordynatorem Bartłojem Zdaniukiem. Moim zadaniem było także rozliczanie realizacji programu przez studentów. Rozwinęłam w Instytucie wymianę nauczycieli akademickich oraz doktorantów, która zaowocowała rozwojem wymiany międzynarodowej o naukowym charakterze.

- Od 2009 do 2011 roku byłam z ramienia Instytutu Dziennikarstwa UW członkiem zespołu Wydziałowego ds. punktacji ECTS (w zakresie programu Erasmus).
- Od 2017 roku jestem członkiem uniwersyteckiej Komisji Dyscyplinarnej ds. Studentów i Doktorantów UW.
- Od 2009 roku regularnie uczestniczę w pracach wydziałowych komisji rekrutacyjnych. Od czterech lat jestem egzaminatorem na studiach stacjonarnych II stopnia na kierunku dziennikarstwo i medioznawstwo.
- W 2012 roku byłam opiekunem staży naukowo-dydaktycznych pracowników Instytutu Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Moim zadaniem była zarówno opieka naukowa, jak i organizacyjna. Staże były finansowane z Projektu Progres „Programu rozwoju: Gospodarka – Edukacja – Sukces” współfinansowanego przez Unię Europejską.
- Od 2009 do 2015 roku byłam odpowiedzialna za weryfikowanie kompetencji językowych studentów Instytutu Dziennikarstwa UW wyjeżdżających na staże, stypendia i programy wymiany do krajów francuskojęzycznych.

#### Spółeczna Akademia Nauk:

- Koordynowanie prac nad zmianami programów nauczania w związku z pozyskaniem przez uczelnię uprawnień do nadawania stopnia magistra na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.
- Koordynowanie pracami związanymi z egzaminami dyplomowymi.
- Koordynowanie obsady prowadzących zajęcia.
- Opracowanie pytań na egzamin dyplomowy.
- Uczestniczenie w konsultacjach dotyczących wdrożenia nowego regulaminu studiów.

#### Nagrody

- 2009 – nagroda Dziekana WDiNP UW za osiągnięcia w pracy dydaktycznej i organizacyjnej
- 2009 – nagroda Dziekana WDiNP UW za osiągnięcia w pracy naukowej
- 2010 – nagroda Rektora UW za osiągnięcia w pracy naukowej
- 2017 – nagroda Dziekana WDiB UW za osiągnięcia w pracy naukowej

#### Działalność ekspercka

- Na zlecenie Instytutu Staszica opublikowałam wspomniany już raport pod tytułem *Koncentracja kapitału w mediach i jej zapobieganie we Francji oraz Niemczech*.

- 16 października 2016 roku brałam udział w panelu eksperckim zorganizowanym przez Europejskie Centrum Bajki w Pacanowie, z głosem w debacie dotyczącej promowania lokalnych instytucji kultury w mediach w województwie świętokrzyskim. Wygłosiłam tam także referat na temat *Promowanie lokalnych instytucji kultury w mediach*. Panel został zorganizowany w ramach projektu finansowanego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu „Obserwatorium kultury”
- W 2011 i 2012 roku byłam członkiem kapituły konkursu dziennikarskiego, organizowanego przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego pod hasłem „Celebryci i wykluczeni”.
- Od 2009 do 2011 roku byłam opiekunem wydziałowego koła naukowego „EU4you”. Był to autorski pomysł studentów, oparty na projektach realizowanych przez mnie na zajęciach, mający na celu poszerzanie wiedzy o UE w warszawskich szkołach podstawowych. Sprawowałam opiekę naukową nad treściami przekazywanymi uczniom.
- Od 2011 roku byłam członkiem koła naukowego Zagranicznych Systemów Medialnych, zainicjowanego przez Alicję Jaskiernię, mającego na celu poszerzanie wiedzy studentów na temat mediów zagranicznych.
- W 2013 roku brałam udział w obradach jury w konkursie dla młodych twórców zorganizowanym przez firmę Legalo.

#### *Działalność dydaktyczna*

Od początku mojej aktywności dydaktycznej prowadzę zajęcia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz dziennikarstwo i medioznawstwo z następujących przedmiotów: *Polski system medialny, Zagraniczne systemy medialne, Współczesne modele systemów medialnych*. Te przedmioty są głównym obszarem moich zainteresowań, a ćwiczenia i wykłady w tym zakresie prowadzone realizowałam zarówno na Uniwersytecie Warszawskim (na dziennikarstwie, stosunkach międzynarodowych), jak i w Społecznej Akademii Nauk.

Dodatkowo, w związku z innymi moimi zainteresowaniami i wychodząc naprzeciw zainteresowaniom studentów, prowadzę przedmiot *Media a celebryci*, który jest przedmiotem ogólnouniwersyteckim, cieszącym się co roku ogromnym zainteresowaniem. Na kierunku logistyka mediów przez wiele lat prowadziłam wykład monograficzny *Tabloidyżacja mediów*. W wyniku zainteresowania tą tematyką na tym kierunku powstało seminarium licencjackie prowadzone przez mnie między 2015 a 2017 rokiem. Prowadziłam także ćwiczenia z przedmiotu *Zagraniczne systemy medialne* dla studentów kierunku stosunki międzynarodowe. Także dla kierunku europeistyka przez wiele lat prowadziłam ćwiczenia do przedmiotu *Polityki medialne państw UE*.

W Społecznej Akademii Nauk prowadziłam podobne przedmioty, takie jak *Popkultura i celebryci* oraz *Tabloidyżacja mediów*. W obszarze systemów medialnych, w czasie mego zatrudnienia w tej uczelni, miałam wykłady i ćwiczenia z przedmiotu *Media lokalne i środowiskowe*. Także tam prowadziłam przez rok przedmiot *Metodologia badań medioznawczych*.

Od wielu lat, poczynając od 2012 roku, prowadzę seminarium licencjackie na kierunku dziennikarstwo i medioznawstwo, dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz

logistyka mediów. Wypromowałam 173 licencjaty, byłam też promotorem 30 prac magisterskich.

#### *Promotorstwo pomocnicze*

Jestem promotorem pomocniczym dwóch prac doktorskich. W obu przypadkach ich opiekunem naukowym jest prof. dr hab. Alicja Jaskiernia:

- Decyzją Rady Wydziału z dnia 22 lutego 2017 roku zostałam powołana na promotora pomocniczego mgr Agnieszki Wrońskiej, rozprawa pt. *Reklama na lamach „Kobiety i Życia”, „Przyjaciółki”, „Gali” i „Twojego Stylu” – analiza porównawcza.*
- Decyzją Rady Wydziału z dnia 26 kwietnia 2017 roku zostałam powołana na promotora pomocniczego mgr Katarzyny Tołoczko-Biskupskiej, rozprawa pt. *Mobilna prasa cyfrowa w Polsce. Analiza funkcjonowania aplikacji oraz odbioru przez użytkowników.*

#### *Działalność na rzecz popularyzacji nauki*

Głównym moim działaniem w tym zakresie są wywiady, jakich udzielam mediom. Są to przeważnie stacje radiowe, media online oraz prasa drukowana. Dziennikarze zwracają się z prośbą o komentarz, wypowiedź lub opinię ekspercką w trzech głównych obszarach:

- tabloidyżacja mediów, funkcjonowanie celebrytów w mediach,
- francuski system medialny, szczególnie w kontekście tzw. repolonizacji mediów oraz zasad funkcjonowania mediów francuskich w sytuacjach kryzysowych,
- nowe kierunki rozwoju mediów, zarówno w ujęciu systemowym, jak w obszarze nowych form programowych, konwergencja.

Wypowiadałam się m.in. dla „Rzeczpospolitej”, „Gazety Wyborczej”, „Newsweeka”, Wirtualnych Mediów, Radia PiN, Polskiego Radia, „Super Expressu”, „Gościa Niedzielnego”, „Dziennika Gazety Prawnej”, TVN, Radia Kampus, Wirtualnej Polski.

W ramach działalności popularyzatorskiej dodatkowo:

- od kilku lat uczestniczę w projekcie stawiającym sobie za cel popularyzację wiedzy o mediach wśród licealistów. Jest on realizowany przez WDIB UW. Zajęcia w ramach tego projektu odbywają się na Uniwersytecie Warszawskim i w szkołach. Od lat prowadzę wykłady dotyczące konfliktów celebrytów w polskich mediach.
- uczestniczyłam także w cyklu wykładów w ramach Uniwersytetu Otwartego UW pod tytułem „Czwarta władza, czyli o mediach od kuchni”, gdzie zaprezentowałam wykład pod tytułem *Tabloidyżacja mediów – potęga informacji czy zaśmiecanie prasy?*. Wykład został bardzo wysoko oceniony przez uczestników w ankiecie ewaluacyjnej.

*Katarzyna  
Tołoczko-  
Biskup*