

STUDENCKIE FORUM

Od Redaktora

Jan Rogalski

(Redaktor „Studenckiego Forum Naukowego Przeglądu Dziennikarskiego”)

Drodzy Czytelnicy „Naukowego Przeglądu Dziennikarskiego”, Szanowni Państwo,
Do Waszych rąk przekazujemy pierwsze wydanie „Studenckiego Forum”, nowego bloku „Naukowego Przeglądu Dziennikarskiego”.

„Studenckie Forum” to przede wszystkim przestrzeń oddana autorom debiutującym, dysponującym świeżym spojrzeniem, unikalną wrażliwością badawczą oraz perspektywami analitycznymi, którzy swoimi tekstami mogą wnieść niezbędną świeżość do współczesnej debaty akademickiej. Wierzymy, że publikacja na naszych łamach może stanowić dla nich realną szansę na włączenie się w profesjonalny obieg naukowy oraz zweryfikowanie zarówno swojej pracy i hipotez, jak i umiejętności oraz warsztatu w sformalizowanym trybie wydawniczym. To właśnie młode pokolenie, dzięki naturalnemu osadzeniu w medialnej rzeczywistości, jest w stanie dostrzec i opisać zjawiska wymagające nowej, nieszablonowej perspektywy, niebędącej jednocześnie obciążoną rutyną analityczną.

Fundamentem programowym redakcji jest eksploatawanie i sprawdzanie w praktyce badawczej teorii komunikowania masowego, przy uwzględnieniu współczesnych problemów stawianych przez ciągle zmieniającą się rzeczywistość społeczną i medialną. Dorobku i narzędzi badawczych ojców założycieli wciąż rozwijającej się dziedziny medioznawstwa nie powinno traktować się jako zamkniętego rozdziału historii i statycznego artefaktu. Nierozwijana tradycja staje się bowiem jedynie muzealnym eksponatem, tracąc swoją funkcję poznawczą w obliczu nowych, rzucanych przez współczesność wyzwań. W nowoczesnej optyce klasyczne paradygmaty stanowią żywe instrumentarium analityczne, które po rzetelnej ocenie i skutecznym zastosowaniu pomagają nadawać strukturę chaosowi dzisiejszemu ekosystemowi medialnemu.

Redakcja jest tworzona w całości przez studentów i realizuje pełny proces wydawniczy, korektorski i edytorski. Samodzielne prowadzenie bloku – począwszy od naboru tekstów, przekazywanie do recenzji zasłużonym i doświadczonym badaczom, aż po finalne kompletowanie numeru – jest dowodem na wysoką sprawność organizacyjną i merytoryczną zespołu.

W niniejszym wydaniu prezentujemy artykuły studenckie dotyczące zarówno mediów tradycyjnych, jak i analizy konkretnych praktyk komunikacyjnych. W obliczu kryzysu mediów tradycyjnych, w tym, a może i nawet szczególnie, prasy, kluczowym zadaniem jest zrozumienie mechanizmów rządzących dzisiejszym rynkiem informacji. Dopiero po uchwyceniu relacji pomiędzy kapitałem wydawniczym a linią programową pism, ale i gronem ich czytelników, zasadne stają się wnioski na temat kondycji słowa drukowanego. Zwracamy uwagę na artykuł Radostawa Barana, przedstawiający próbę analizy segmentu prasy historycznej. Autor wprowadza autorską typologię prasy, opartą na czterech nurtach: quasi-akademickim, tożsamościowym, rozrywkowym oraz kulturalnym. Informujemy, że wybitny poziom

merytoryczny opracowania skłonił Redakcję do włączenia go do głównego bloku czasopisma.

Rok 2023 obfitował w wydarzenia przełomowe – śmiało można go określić jako okres gruntownych przetasowań zarówno na scenie politycznej, jak i medialnej. Grudniowe przekształcenia w strukturach mediów publicznych, związane ze zmianą ośrodka władzy, napędziły transformacje w strukturze rynku medialnego, w tym bezprecedensowego wzrostu popularności dotychczas niszowej Telewizji Republika. Wnikliwej analizie spektakularnego zjawiska jej gwałtownej ekspansji poświęca artykuł Paulina Szlencka, przedstawiając wyniki badania drogi stacji do jednego z kluczowych aktorów debaty publicznej, umiejscawiając jej sukces na styku teorii kontrpubliczności oraz nowoczesnej logiki digital-first.

W złożonej mediosferze XXI wieku funkcje mediów wykraczają poza wyłącznie transmisyjne. Powtarzalne schematy, specyficzna oprawa oraz symbolika sprawiają, że komunikaty nadają codzienności swoistą strukturę i legitymizują medialną rzeczywistość. Próbę rekonstrukcji sposobu kreowania przez media obrazów rytuałów, sacrum i tradycji podejmuje Aleksandra Kubas, wnioskując w kwestie związane z ich funkcjami, ale i ewolucją w komunikacji masowej XXI wieku.

Współczesne medioznawstwo to także badanie mechanizmów wchodzących w zakres public relations, strategii marketingowych oraz psychologii rynkowej, w tym procesów ewolucji wizerunkowych. Wydanie zamyka tekst przedstawiający badania Jagody Janickiej, wykraczające poza tradycyjną analizę struktur medialnych i zawartości przekazów. Wyniki badań metamorfoz wizerunkowych wiodących marek luksusowych w obliczu zmian systemów wartości i przyzwyczajień konsumentów w latach 2020-2024 ilustrują kluczowe motywy wykorzystywane w procesach rebrandingu oraz wskazują, że luksus stał się instrumentem skutecznego zarządzania emocjami i oczekiwaniami nowych grup konsumentów.

Pozytywna ocena inicjatywy promowania dorobku młodych badaczy przez grono redakcyjne stanowi potwierdzenie istotnej roli, jaką w społeczności naukowej odgrywa wspieranie potencjału studentów. Z tego powodu składamy podziękowania Redaktorowi Naczelnemu Profesorowi Kazimierzowi Wolnemu-Zmorzyńskiemu oraz Sekretarzowi redakcji Doktorowi Pawłowi Płanecie.

Zapraszając do lektury bieżącego numeru, zachęcamy jednocześnie do przesłania autorskich tekstów oraz udziału w kształtowaniu „Studenckiego Forum”.