



WSTĘP

Rok 2021 był dla „Dziennikarstwa i Mediów”, z wielu powodów, przełomowy: rozpoczęty przez redakcję w nowym składzie zaowocował wydaniem pierwszego numeru w odświeżonej szacie graficznej. Kolejno – dzięki przyjęciu do bazy ERIH+ (The European Reference Index for the Humanities and Social Sciences) czasopismo zostało docenione przez Ministerstwo Edukacji i Nauki i otrzymało 20 punktów na ministerialnej liście czasopism. Ta decyzja to z pewnością pierwszy krok, żeby „Dziennikarstwo i Media” stało się rozpoznawalną marką na polskim rynku wydawniczym i motywuje do dbałości o jakość kolejnych, punktowanych numerów. Niniejsze, szesnaste, wydanie czasopisma jest potwierdzeniem wcześniejszej deklaracji nowej koncepcji czasopisma, które ma teraz tworzyć interdyscyplinarne forum debaty naukowej i publikacji wyników badań poświęconych komunikologii w szerokim kontekście nauk społecznych i humanistycznych. W tym numerze znajdą zatem czytelnicy teksty, które są efektami badań nad funkcjonowaniem współczesnych systemów medialnych oraz tworzeniem i konsumpcją mediów w ich dynamicznie zmieniającym się środowisku.

Tom rozpoczyna tekst Mateusza Kowalskiego pt. *Speed-watching, czyli widz w pogoni za nadmiarem cyfrowych treści*. Autor opisuje w nim bieżące trendy dotyczące zachowań użytkowników mediów, jako że *speed-watching* to kolejny, jak *binge-watching*, specyficzny model konsumowania cyfrowej zawartości. Przeprowadzona w artykule analiza przybliży to zjawisko oraz uszczegóławia schemat przyspieszonego korzystania z mediów.

Pozostając w tematyce zawartości mediów, Łukasz Wróblewski w artykule *Jak wykorzystać wstręt? O roszadach z polskością i potrzebie samorealizacji w twórczości Michała Witkowskiego słów kilka* – poświęconym powieści Michała Witkowskiego, która pierwotnie powstała w formie postów publikowanych w serwisie społecznościowym Facebook – dokonuje intrygującej analizy prozy publikowanej pierwotnie w nowych mediach przez pryzmat estetyki wstrętu.

Zawarte w kolejnej części numeru teksty dotyczą poszczególnych aspektów współczesnych systemów medialnych. Marta Ostrowska w artykule pt. *Czy radio cyfrowe jest przyszłością radiofonii w Polsce?* podejmuje bardzo aktualną kwestię cyfryzacji polskiego radia, które w chwili pisania niniejszego wstępu wciąż (w większości) pozostaje medium analogowym. Autorka, bacznie obserwując dynamikę postępu cyfryzacji, dochodzi do wnio-

sków, które mogą być uznane za wartościowe dla decydentów politycznych zajmujących się cyfryzacją tego medium w Polsce. Jan Both przybliży tematykę związaną z mediami lokalnymi oraz kształtowania przez nie własnego wizerunku. Artykuł zatytułowany *Cel i metody kształtowania wizerunku mediów lokalnych na przykładzie rynku medialnego w Oławie* jest wynikiem analizy metod, których media lokalne mogą używać do kreowania swojej marki oraz, co istotne, wykorzystując badanie ankietowe, określa też ich skuteczność. Ostatnim artykułem jest jedyny w tym wydaniu tekst anglojęzyczny *National dailies market in Nigeria: a five-year empirical study of newspaper business and its interactions with democratic practices in Nigeria*. Jego autorem jest Carl Chineme Okafor, który dokonuje analizy rynku drukowanych dzienników w Nigerii. Spoglądając przez pryzmat ekonomiki mediów, autor trafnie diagnozuje warunki działania rynku mediów drukowanych w swoim kraju oraz stara się przewidzieć jego przyszłość.

Niniejsze wydanie numeru „Dziennikarstwa i Mediów” kończy recenzja książki Jacka Kotarbińskiego *Marka 5.0. Człowiek i technologie. Jak tworzą nowe wartości?* autorstwa Patrycji Cheby. Warto zaznaczyć, że jest to pierwsza recenzja książki opublikowana na łamach naszego czasopisma. Gratulując autorce publikacji, mamy nadzieję na dalszy rozwój tego działu w „Dziennikarstwie i Mediach” oraz zachęcamy do nadsyłania recenzji monografii z zakresu szeroko pojętego medioznawstwa. Wszystkim osobom zaangażowanym w proces tworzenia niniejszego wydania dziękujemy za wsparcie, a wszystkim czytelnikom życzymy interesującej i angażującej lektury.