

Hubert Kuliński

UNIwersytet Warszawski

 0000-0002-9770-9926

h.kulinski@uw.edu.pl

Badania wpływu pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media w wybranych polskich i zagranicznych czasopismach naukowych

Research on the impact of the COVID-19 pandemic on media and communication in selected Polish and international scientific journals.

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł stanowi metaanalizę badań nad wpływem pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media. Przeprowadzono analizę zawartości dziesięciu polskich i dziesięciu zagranicznych medjoznawczych czasopism naukowych. Z próby $N = 1214$ abstraktów artykułów wyselekcjonowano $n = 56$ takich, które spełniały kryterium tematyki badawczej, a następnie przeprowadzono ich analizę w zakresie: obszarów badawczych, paradygmatów metodologicznych, stosowanych metod badawczych, teorii służących jako ramy badawcze i przedmiotu badań. Wykazano, że: 1) głównymi polami, w jakich prowadzono badania wpływu COVID-19 na komunikację i media, były zawartość, wpływ i audytoria mediów; 2) metodologia jakościowa była najczęstszym paradygmatem badawczym; 3) studium przypadku było najczęściej wykorzystywaną metodą badawczą. Artykuł może zainteresować osoby prowadzące metaanalizy w zakresie badań mediów i komunikacji.

SŁOWA KLUCZOWE: COVID-19, MEDIOZNAWSTWO, METAANALIZA, TRENDY BADAWCZE

ABSTRACT

The paper provides a meta-analysis of research conducted on the impact of the COVID-19 pandemic on the media and social communication. It consists of a content analysis of ten Polish and ten international scientific journals. From $N=1214$ abstracts, a sample of $n=56$ abstracts concerning the studied subject matter was selected and analyzed, with the focus on such topics as: fields of study, methodological paradigms, research methods, theoretical frameworks, and research topics. The study showed that: 1) the main fields of studies of the COVID-19 pandemic impact on the media and social communication included media content, media impact, and media audiences; 2) qualitative methodology was the most common methodological paradigm used; 3) case study was the most common research method used. The paper may be of interest to researchers conducting meta-analyses in the field of media and social communication.

KEYWORDS: COVID-19, MEDIA STUDIES, META-ANALYSIS, RESEARCH TRENDS

WSTĘP

Pandemia COVID-19 bez wątpienia wywarła ogromny wpływ na cały świat. Zmiany, które zaszły w polityce, społeczeństwie, systemach zdrowia i samych mediach zainteresowały naukowców reprezentujących różne dyscypliny naukowe, w tym również i nas – medioznawców. Zwiększony przyrost publikacji o tematyce koronawirusem już na samym początku pandemii zaobserwował D. Torres-Salinas (2020), wyliczając około 9500 publikacji już w marcu 2020 r., a jego tempo szacując na 500 publikacji dziennie, które z upływem czasu znacząco wzrosło, jak przewiduje Z. Wiorogórska (2020, s. 12–13). Przykładów dla samego medioznawstwa jest wiele, a za bardziej znamieny dla nas uznać można chociażby I Konferencję Młodych Naukowców, trwającej w dniach 15–16 maja 2020 r., której współorganizatorem było czasopismo naukowe „Com.Press”, a jej tematem był „Koronawirus – wyzwanie współczesnego społeczeństwa” (jednym z jej efektów było powstanie monografii *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa*). Komunikacja naukowa charakteryzuje się właśnie dyseminacją wiedzy utrwalonej w postaci dokumentów, wiedzy będącej efektem zainteresowania, jakim naukowcy darzą obserwowane zmiany zachodzące w ich otoczeniu (Borgman, 2007, s. 66–68, za: Nahotko, 2010, s. 33).

Przypuszczenie o zwielokrotnieniu liczby publikacji o tematyce COVID-19 przyporządkować należy ogólnym tendencjom przyrostu piśmiennictwa naukowego oraz skłonnościom przypisywanym naukowcom w prowadzeniu badań w nowych dyscyplinach naukowych. O ile twórczości naukowej na temat pandemii nie nazwie się osobną dyscypliną, a raczej multidyscyplinarnym tematem badawczym, to z pewnością na przestrzeni lat w badaniach bibliometrycznych będzie można zaobserwować krótkoterminowy przyrost liniowy publikacji (Nowak, 2008, s. 54; Opaliński, 2017, s. 37). Celem niniejszej pracy było zatem sprawdzenie, czy w czasopismach polskich (grupa 1) i międzynarodowych (grupa 2) ta tendencja odnalazła swoje odzwierciedlenie (aspekt ilościowy) oraz pod jakim kątem zjawisko wpływu pandemii na komunikację społeczną i media było badane (aspekt jakościowy). Prowadzenie tego typu badań jest kluczowe z punktu widzenia poznania danej dyscypliny naukowej – jej uwarunkowań, paradygmatów, metodologii – nie tylko dla jej badaczy, ale też w szerszym dyskursie naukowym dla badaczy nauk pokrewnych, ale też ekspertów i przedstawicieli różnych środowisk posiłkujących się badaniami naukowymi (Górny, 2016, s. 33; Pindłowa, 2013, s. 54).

METODA I MATERIAŁ BADAWCZY

Podstawę niniejszego badania stanowiły dwa artykuły naukowe będące jego inspiracją i podbudową metodologiczną. Pierwszym był tekst *Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999* autorstwa Rasy Kamhawiego i Davida Weavera (2003). Dostarczył on metodologii w zakresie przeglądu i analizy trendów badawczych w czasopismach medioznawczych, pozwalającej odpowiedzieć na pytanie, „któremu z obszarów poświęcono więcej uwagi badawczej, a któremu mniej?” (s. 7). W ramach tej metodologii pod uwagę bierze się: paradygmat badawczy (jakościowy, ilościowy, mieszany), zastosowaną metodę badawczą (np. sondaż, analiza zawartości), teorię (jeżeli jakaś była uwzględniona w badaniu), źródło finansowania i okres, z którego pochodziły zebrane dane. Druga zaś publikacja pt. *Komunikowanie społeczne i media – federacja a nie inkorporacja* autorstwa Marka Jabłonowskiego i Tomasza Mielczarka (2018), okazała się pomocna w zakresie zaktualizowanego klucza kategoryzacyjnego obszarów badawczych nauk o komunikacji społecznej i mediach z wyłączeniem obszarów bibliologicznych i informatologicznych (Jabłonowski, Mielczarek, 2018, s. 25)¹ oraz wykorzystania analizy zawartości (AZ) do tego typu metaanaliz. Analiza zawartości jako metoda badawcza charakteryzuje się dogłębnym zbadaniem i opisaniem treści prezentowanej w różnego rodzaju komunikatach – mowie, piśmie, przekazie audiowizualnym i innych (Balcerzak, Gackowski, 2009). Natomiast obszarami, według których dokonano kategoryzacji badań, były: teorie komunikacji masowej, badania wpływu mediów, badania zawartości mediów, język mediów, historia mediów i dziennikarstwa, ekonomika mediów, PR i marketing medialny, zarządzanie i logistyka medialna, estetyka mediów, komunikowanie polityczne i audytoria mediów (Jabłonowski, Jakubowski, 2014, s. 21–22; Jabłonowski, Mielczarek, 2018, s. 25). Do pól badawczych w kluczu kategoryzacyjnym dołączyły też wspomniane wyżej: paradygmat badawczy i zastosowana metoda badawcza – podjęto decyzję o nieuwzględnianiu źródła finansowania jako informacji mało znaczącej w zakresie analiz będących przedmiotem pracy, uwzględniono natomiast przedmiot badań jako dający głębszy wgląd w metaanalizę niż same pola badawcze. Okres, z którego pochodziły zbierane dane, również nie został

¹ Odnaleźć je można chociażby w publikacjach B. Sosińskiej-Kalaty (2013) lub J. Woźniak-Kasperek i B. Koredczuk (2019) poświęconych rozwojowi nauki o informacji i zasobom bibliologii i informatologii w dyscyplinie naukowej nauk o komunikacji społecznej i mediach.

uwzględniony, ponieważ z racji tematu niniejszego opracowania wszystkie dane przedmiotowe pochodziły z czasu trwania pandemii.

W związku z przywołanym na wstępie badaniem i dotyczącym go przypuszczeniem o zwielokrotnieniu publikacji na temat pandemii można byłoby spróbować postawić hipotezę o stosunku tychże artykułów do badań niepoświęconych tematyce COVID-19, publikowanych na łamach analizowanych czasopism (Torres-Salinas, 2020; Wiorogórska, 2020, s. 12–13). Nie ma natomiast obecnie wystarczających podstaw, by stawiać twierdzenie kierunkowe, więc w tym zakresie postanowiłem ograniczyć się do zadania pytania badawczego (PB1): jaki w analizowanym okresie był stosunek publikacji niepoświęconych wpływowi pandemii na komunikację społeczną i media do publikacji temu wpływowi poświęconych? Postawiono natomiast hipotezę w odniesieniu do wyników analizy zawartości czasopism przeprowadzonej przez M. Jabłonowskiego i T. Mielczarka (2018, s. 25). Hipoteza brzmiała:

Zdecydowana większość publikacji w analizowanych czasopismach medioznawczych poświęconych wpływowi pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media poświęcona była badaniu zawartości mediów, a w następnej kolejności badaniom wpływu mediów (H1). Tendencje w badaniach mediów, jakie ukazywały się dotychczas w czasopismach z grupy 2, znalazły zatem przełożenie w czasopismach z grupy 1 (H2).

Niniejsza hipoteza złożona jest z głównego założenia (H1), głoszącego brak wpływu tematyki pandemii na najczęściej eksplorowane w obu grupach czasopism pole badawcze, oraz z założenia kierunkowego (H2), głoszącego wpływ pandemii na popularność obszarów badań prowadzonych w czasopismach z grupy 1 i upodobnienie się jej do czasopism z grupy 2. Ich weryfikacja pozwoli udzielić odpowiedź na drugie pytanie badawcze, którego pierwotną wersję przywołano wcześniej (PB2): ile uwagi badawczej poświęcono danym obszarom badawczym w zakresie badania wpływu pandemii na komunikację społeczną i media?

Materiał badawczy stanowiły abstrakty artykułów naukowych (N = 1214) opublikowanych od początku 2020 r. do 29 czerwca 2021 r.² w dziesięciu wybranych polskich czasopismach medioznawczych (grupa 1, n = 297) i dziesięciu wybranych międzynarodowych czasopismach medioznawczych (grupa 2, n = 917)³. Doboru obu grup dokonano apriorycznie: zgodnie z załącznikiem do komunikatu Ministra Edukacji i Nauki z dnia 9 lutego 2021 r. w sprawie wykazu czasopism naukowych i recenzowanych materiałów z konferencji międzynarodowych (Minister Edukacji i Nauki, 2021) oraz bazą SCOPUS, na podstawie której wybrano dziesięć czasopism najwyższej znajdującej się na liście pola „communication” o tematyce najbardziej ogólnej dla całej dyscypliny – nie brano więc pod uwagę np. czasopisma „Big Data”, które pomimo pierwszego miejsca [w momencie doboru próby] skupia się na publikowaniu badań w jednej specjalizacji (SCOPUS, 2021)⁴.

-
- ² Oprócz artykułów, które ukazały się w regularnych wydaniach czasopism, brano też pod uwagę te, które oficjalnie nie znalazły się dostępnych numerach, ale zostały także opublikowane *online* i czekają na wydanie w formie właściwej – taką praktykę stosują wysokopunktowane czasopisma międzynarodowe, które z powodu dużego napływu treści publikują oficjalnie ze sporym opóźnieniem, a tzw. *first publishing* odbywa się w specjalnej zakładce strony internetowej czasopisma i następnie figuruje przy pozycji, gdy ta zostaje opublikowana na łamach czasopisma nawet kilka lat później.
- ³ Grupę 1 stanowiły: „Central European Journal of Communication”, „Com.Press”, „Kultura-Media-Teologia”, „Media-Biznes-Kultura. Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna”, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna”, „Media i Komunikacja Społeczna”, „Social Communication”, „Studia Medioznawcze”, „Zarządzanie w Mediach” oraz „Zeszyty Prasoznawcze”; grupę 2 stanowiły: „Communication Monographs”, „Communication Research”, „Communication Studies”, „European Journal of Communication”, „International Journal of Communication”, „Journal of Communication”, „Journalism and Mass Communication Quarterly”, „Journalism Studies”, „Mass Communication and Society” oraz „Media and Communication”.
- ⁴ Według bazy Web of Science czasopism w dyscyplinie jest 92, natomiast obie bazy są na tyle względnie podobne, że wzięto pod uwagę tę szerszą, czyli Scopus, która pomimo wskazania pola „communication” podaje czasopisma jej przynależne, ale częściej cytowane w innych dyscyplinach (Stefaniak i in., 2016, s. 101).

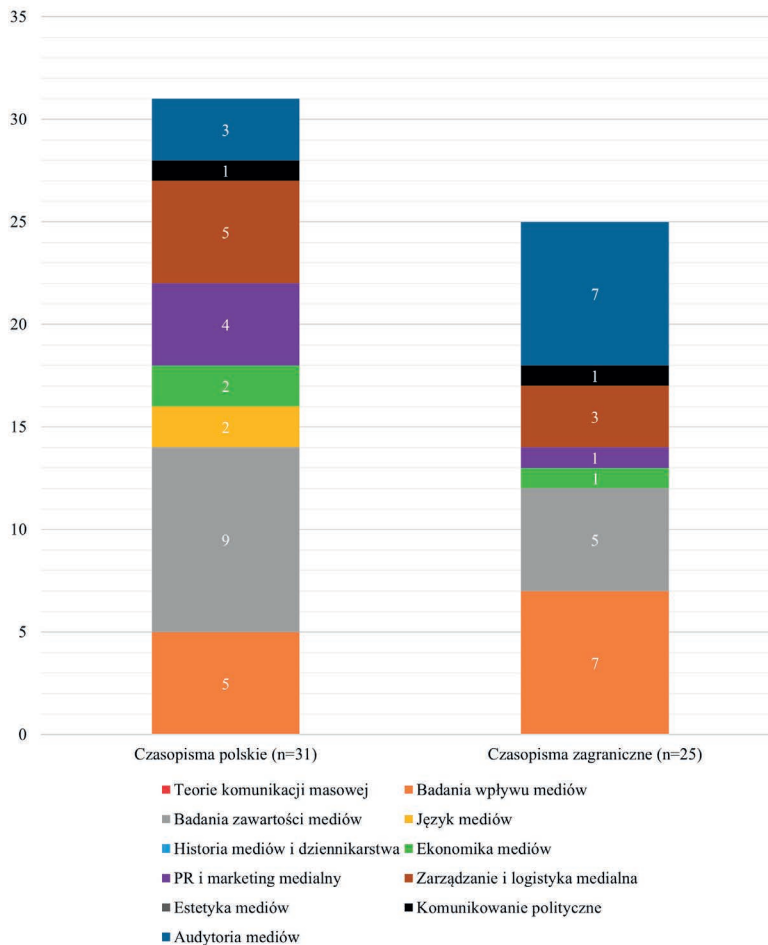
WYNIKI BADANIA

W pierwszym kroku badania dokonano ogólnego zestawienia artykułów naukowych o tematyce COVID-19 w ramach wszystkich publikacji, jakie ukazały się w badanym okresie. W polskich czasopismach odsetek publikacji o wpływie pandemii na szeroko pojęte media i komunikację stanowił 10,43% (31 z 297) wszystkich opublikowanych artykułów naukowych (recenzji, sprawozdań i artykułów wstępnych nie wliczano), podczas gdy w czasopiśmie zagranicznych odsetek ten wyniósł 2,72% (25 z 917). Na tej podstawie wybrano łącznie 56 abstraktów artykułów, które były przedmiotem analizy w drugim kroku badania.

Wyselekcjonowane materiały analizowane były zgodnie z kluczem: obszar badań, paradygmat badawczy, metoda zastosowana w badaniu, okres objęty badaniem i przedmiot badania. Poniższe zestawienie (rysunek 1) przedstawia liczbowy udział publikacji w danych obszarach badawczych medioznawstwa w naukach o komunikacji społecznej i mediach.

Najczęściej eksplorowanym obszarem w grupie 1 były badania zawartości mediów (9), podczas gdy w czasopiśmie zagranicznych (grupa 2) prym wiodły badania wpływu mediów (7) i badania nad audytoriami mediów (7). Na drugim miejscu na łamach czasopism polskich publikowano badania w zakresie wpływu mediów (5) i *ex aequo* zarządzania i logistyki medialnej (5), a w grupie 2 – w zakresie badania zawartości mediów. Oznacza to, że w kontekście postawionej hipotezy badawczej (H1) faktycznie łącznie najwięcej miejsca poświęcono badaniu zawartości mediów (14), a w następnej kolejności badaniom wpływu mediów na odbiorców (12) w czasie pandemii. Zgodnie z tendencjami przedstawionymi przez Jabłonowskiego i Mielczarka (2018), to właśnie te pola w takiej samej kolejności były obszarami wiodącymi w ich analizie zawartości wybranych czasopism medioznawczych za lata 2011–2017. Tendencja ta była szczególnie widoczna w czasopiśmie zagranicznych i – jak widać na zaprezentowanym zestawieniu (rysunek 1) – odzwierciedliła się w badaniach o tematyce pandemicznej podejmowanych w czasopiśmie polskich, przy czym na drugim miejscu razem z badaniami nad wpływem mediów znalazły się badania nad zarządzaniem i logistyką medialną (*m.in.* zmiany w zawodzie dziennikarza czy wsparcie organizacyjne i logistyczne, jakie w rzeczywistości pandemicznej zapewniały im redakcje), co w tym wypadku jedynie częściowo potwierdza postawioną hipotezę (H2).

Rysunek 1. Obszary badawcze badań podejmowanych w tematyce wpływu pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media.



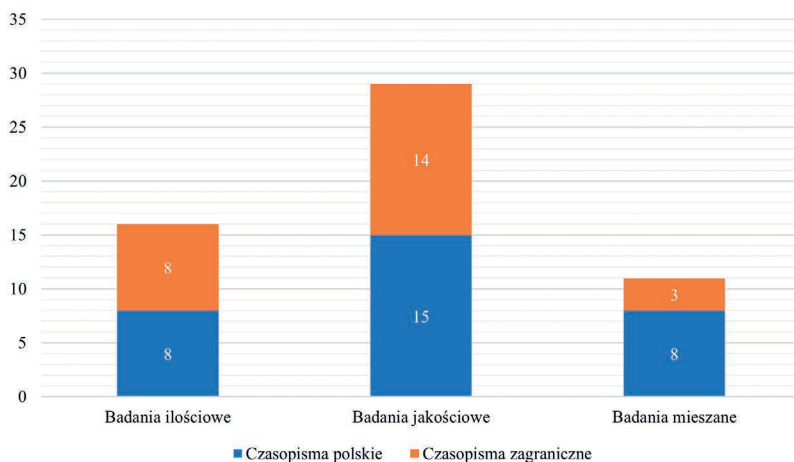
Źródło: opracowanie własne

W przypadku pozostałych obszarów badaczom z grupy 1 interesujące wydały się także zagadnienia związane z: public relations i marketingiem medialnym (4), audytoria mediów (3), ekonomiką mediów (2), językiem mediów (2) i komunikowaniem politycznym (1). Z kolei dla naukowców publikujących w czasopiśmie z grupy 2 zainteresowanie rozkładało się następująco: zarządzanie i logistyka medialna (3), ekonomika mediów (1), PR i marketing medialny (1) i komunikowanie polityczne (1). W żadnym z czasopism nie poświęcono uwagi studiom nad: estetyką mediów, historią mediów i dziennikarstwa oraz teoriom komunikacji masowej, a w przypadku czasopism zagranicznych – także badaniom nad językiem mediów. Łącznie wszystkim polom badawczym poświęcono zatem: 14 publikacji na temat

zawartości mediów, 12 publikacji o wpływie mediów, 10 publikacji o audytoriach mediów, 8 publikacji na temat zarządzania i logistyki medialnej, 5 publikacji w zakresie PR i marketingu medialnego, 3 publikacje w zakresie ekonomiki mediów i po 2 publikacje o tematyce komunikowania politycznego i języka mediów.

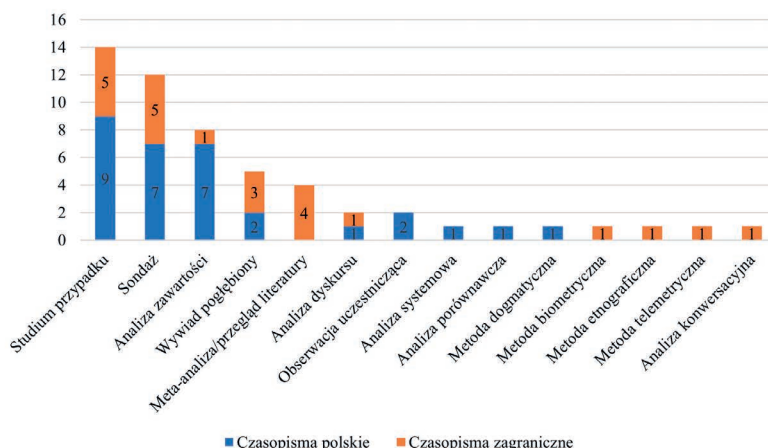
Aby jednak w pełni odpowiedzieć na zadane pytanie badawcze (PB1), należy również ukazać pozostałe aspekty związane z analizowanymi publikacjami.

Rysunek 2. Paradygmaty badawcze badań wpływu pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media.



Źródło: opracowanie własne

Powyższy wykres (rysunek 2) przedstawia, w jakich paradygmatach badawczych prowadzono badania będące przedmiotem niniejszego opracowania. Jak widać, największym zainteresowaniem (łącznie w liczbie 29 – 15 w grupie 1 i 14 w grupie 2) cieszyło się stosowanie metodologii badań jakościowych. To właśnie one pozwalają dogłębnie zbadać dany problem, jednak w przeciwieństwie do badań ilościowych (łącznie w liczbie 16 – po 8 w obu grupach), którym poświęcono mniej uwagi, nie są one reprezentatywne i nie ukazują szerszej skali analizowanego zjawiska (Babbie, 2019). Z najniższym zainteresowaniem (łącznie 11) spotkało się stosowanie metodologii mieszanej, która czerpie z obu paradygmatów metodologicznych, łącząc wykorzystanie metod badawczych ilościowych i jakościowych. Metodologie mieszane (3) cieszyły się dużo mniejszą uwagą niż metodologie ilościowe (8) w zagranicznych czasopiśmie zagranicznych, natomiast w czasopiśmie polskich wykorzystywane były równie często (po 8) co metodologie ilościowe. Następne zestawienie (rysunek 3) pokazuje zróżnicowanie i popularność stosowanych metod badawczych w artykułach naukowych będących przedmiotem badania.

Rysunek 3. Metody badawcze stosowane w badaniach wpływu pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media.

Źródło: opracowanie własne

Najchętniej wykorzystywaną metodą badawczą w obu grupach było studium przypadku (łącznie 14 – 9 w grupie 1 i 5 w grupie 2) – kwalifikowano ją jako jakościową i stanowiła główną przyczynę wyniku popularności metodologii jakościowej. Zaraz za nią uplasowała się główna metoda badań ilościowych, czyli sondaż z wynikiem 12 – co ciekawe, to głównie tą metodą badawczą prowadzono badania ilościowe w polskich czasopismach (7 z 8). Trzecie miejsce w zestawieniu popularności zajęła analiza zawartości (łącznie 8), którą w zależności od wskazania w abstrakcie kwalifikowano albo do metod jakościowych, albo do ilościowych, a w jednym przypadku do metodologii mieszanej w połączeniu z wywiadem pogłębionym, który zajął czwarte miejsce (łącznie 5) w zestawieniu. W badaniach publikowanych na łamach czasopism zagranicznych publikowano także metaanalizy i przeglądy literatury (4) w celu opracowania ram teoretycznych dla przyszłych badań, czego zabrakło w czasopismach polskich. Do pozostałych metod badawczych, jakie wykorzystano w wyselekcjonowanych abstraktach, należały także: 1) w czasopismach polskich: obserwacja uczestnicząca (2), analiza systemowa (2), analiza porównawcza (1) i prawnicza metoda dogmatyczna (1); 2) w czasopismach zagranicznych: metoda biometryczna (1 – okulograf), metoda etnograficzna (1), metoda telemetryczna (1 – dzienniczek oglądalności) i analiza konwersacyjna (1) – metody te były kwalifikowane odpowiednio do metodologii jakościowych, ilościowych i mieszanych w zależności od wskazania, przedmiotu badania i kombinacji metod badawczych.

Na koniec warto jeszcze wspomnieć o teoriach poruszanych w badaniach. Należały do nich: teoria systemów medialnych, teoria społeczeństwa

informacyjnego, teoria zachowań informacyjnych (model RISP), *Schadenfreude*, teoria perspektyw, ramowanie, hipoteza luki wiedzy i teoria aktora-sieci. Co ciekawe, zdecydowana większość badań (89,3%) nie wykorzystywała żadnej konkretnej teorii jako ramy badawczej lub nie wspomniano o tym w abstrakcie.

DYSKUSJA O WYNIKACH I ZAKOŃCZENIE

Przedstawione wyżej wyniki badań wskazują, że pandemia nie wpłynęła istotnie na zawartość czasopism medioznawczych, albowiem tego typu treść stanowiła łącznie niewiele ponad 4,5% wszystkich publikacji o cechach artykułów naukowych. Nie znaczy to oczywiście, że w późniejszym okresie ta liczba znacząco nie wzrosła zgodnie z logiką opisaną przez Torresa-Salinasa (2020).

Wśród badań prowadzonych w tematyce wpływu pandemii na komunikację społeczną i media prym wiodą badania jakościowe, których celem jest zgłębienie oddziaływania nowej sytuacji na różne, często skomplikowane aspekty widziane z perspektywy konkretnych osób. Dane przedstawione na rysunku 1 pozwoliły udzielić odpowiedzi na pytanie badawcze PB1, z których widać chociażby, że największym zainteresowaniem wśród badaczy cieszyły się badania zawartości, wpływu i audytoriów mediów. Ich uzupełnieniem są szeroko zakrojone badania jakościowe – szczególnie sondażowe – ukazujące szeroką skalę zjawiska wpływu mediów na ich użytkowników oraz sposoby korzystania przez nich z mediów – tu widoczne było zainteresowanie badaniami audytoriów mediów. Warto przywołać jeszcze zestawienie tematyczne (rysunek 4), które pozwoli rzucić dodatkowe światło na omówienie wyników.

Rysunek 4. Przedmiot wybranych badań wpływu pandemii COVID-19 na komunikację społeczną i media.

Komunikacja zdrowotna	Strategie wydawnicze prasy	Storytelling o pandemii	Nowe zachowania użytkowników mediów
Technologie informacyjne dla edukacji	Komunikacja religijna	Spekulacje w dyskursie medialnym	Tworzenie i zawartość programów typu <i>political comedy</i>
Przeciwdziałanie dezinformacji	Memy internetowe	Zachowania informacyjne internautów	<i>Deep entertainment</i>
Komunikacja marki w mediach społecznościowych	Zmiany w funkcjonowaniu dziennikarzy i redakcji	Muzykoterapia i biblioterapia	<i>E-governance</i>

Źródło: opracowanie własne

Pokazuje ono nie tylko, jak różne tematy badań były podejmowane w ramach samego medioznawstwa, ale też że wykraczały one poza pole medioznawcze i dotyczyły innych problemów dyscypliny, jak biblioterapia, zachowania informacyjne czy wykorzystanie technologii informacyjnych w edukacji. Jest to dowód na to, że czasopisma medioznawcze nie są monolitycznie skupione na ściśle określonej tematyce, ale przyjmują też publikacje związane z innymi polami dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach (*Media and Communication* według OECD). Może to stanowić perspektywę do przeprowadzenia szerszej metaanalizy w poszukiwaniu nowszej, bardziej inkluzywnej klasyfikacji obszarów badawczych niż ta, którą posłużono się w niniejszym opracowaniu.

Mimo potwierdzenia hipotezy H1 i częściowego potwierdzenia hipotezy H2 badanie podlega ograniczeniom – chociażby z powodu nieuwzględniającej więcej obszarów klasyfikacji. Kolejną możliwą barierą, na którą napotkano, jest okres, z którego pochodziły zbierane dane – był on nie tylko relatywnie krótki dla tego typu metaanaliz (zaledwie półtora roku, podczas gdy podobne przeglądy prowadzi się na dużo dłuższych próbach czasowych), ale też wyłączał publikacje, które mogły ukazać się 30 czerwca 2021 r. lub dzień później – stąd chociażby brakujące wyniki dla kilku polskich periodyków (jak „*Studia Medioznawcze*”, które drugi numer w 2021 opublikowały 30 czerwca 2021 r., lub „*Media-Biznes-Kultura. Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna*”, które w 2021 r. nie opublikowało żadnego numeru na moment zbierania danych). Ograniczeniem może być jeszcze fakt, że wybór jedynie czasopism naukowych jako przedmiotu analizy wyłącza publikacje książkowe, pokonferencyjne czy rozdziały w redagowanych monografiach (Kamhawi, Weaver, 2003, s. 7).

Analiza wstępna może stanowić punkt wyjściowy do przeprowadzenia całościowej metaanalizy w zakresie zawartości czasopism medioznawczych i badań wpływu pandemii na komunikację społeczną i media. Może być ona także cenna z punktu widzenia przeprowadzenia we właściwym momencie analizy bibliometrycznej prognozującej przyszłość badań o tej tematyce lub stworzenia odpowiednich kategorii tematycznych w celu opracowania kolekcji bibliotecznych poświęconym omawianym badaniom, o ile trend w następnych dwóch latach będzie rosnący (Opaliński, 2017).

BIBLIOGRAFIA

- Babbie, E. (2019). *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Balcerzak, A., Gackowski, T. (2009). Analiza zawartości. W: T. Gackowski, M. Łączyński (red.), *Metody badania wizerunku w mediach* (s. 17–32). Warszawa: CeDeWu.
- Górny, M. (2016). Nauka o informacji jako dyscyplina naukowa. W: W. Babik (red.), *Nauka o informacji* (s. 23–40). Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich.
- Jabłonowski, M., Jakubowski, W. (2014). Status teoretyczny nauk o mediach – kilka uwag do dyskusji. *Studia Medioznawcze* 59(4), 11–24.
- Jabłonowski, M., Mielczarek, T. (2018). Komunikowanie społeczne i media – federacja, a nie inkorporacja. *Studia Medioznawcze* 19(4), 13–27. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2018.4.34>
- Kamhawi, R., Weaver, D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 80(1), 7–27.
- Koredczuk, B., Woźniak-Kasperek, J. (2019). Bibliologia i informatologia w naukach o komunikacji społecznej i mediach – odrębność czy komplementarność? *Studia Medioznawcze* 20(3), 212–224. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.3.124>
- Minister Edukacji i Nauki (2021). Załącznik do komunikatu Ministra Edukacji i Nauki z dnia 9 lutego 2021 r. w sprawie wykazu czasopism naukowych i recenzowanych materiałów z konferencji międzynarodowych. Pobrano z: <https://www.gov.pl/web/edukacja-i-nauka/nowy-rozszerzony-wykaz-czasopism-naukowych-i-recenzowanych-materialow-z-konferencji-miedzynarodowych> [dostęp: 02.06.2021]
- Nahotko, M. (2010). *Komunikacja naukowa w środowisku cyfrowym: globalna biblioteka cyfrowa w informatycznej infrastrukturze nauki*. Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich.
- Nowak, P. (2008). *Bibliometria. Webometria. Podstawy. Wybrane zastosowania*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

- Opaliński, Ł. (2017). Bibliometryczna metodologia prognozowania i oceny rozwoju dyscyplin naukowych. Analiza piśmiennictwa. Część 1. Publikacje pionierskie, metoda powiązań bibliograficznych, metoda współcytowań i metoda współwystępowania specjalistycznej terminologii naukowej. *Zagadnienia Informacji naukowej* 55(1), 34–65. <https://doi.org/10.36702/zin.348>
- Pindłowa, W. (2013). Pole badań informacji naukowej – problemy zmienne i niezmiennie. W: E. Chuchro, B. Sosińska-Kalata (red.), *Nauka o informacji w okresie zmian* (s. 53–61). Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich.
- SCOPUS (2021). *Sources*. Pobrano z: <https://www.scopus.com/sources.uri> [dostęp: 28.05.2021]
- Sosińska-Kalata, B. (2013). Obszary badań współczesnej informatologii (nauki o informacji). *Zagadnienia Informacji Naukowej* 51(2), 9–41.
- Stefaniak, B., Skalska-Zlat, M., Cisek, S. (2016). Metody badań w nauce o informacji. W: W. Babbik (red.), *Nauka o informacji* (s. 89–122). Warszawa: Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich.
- Torres-Salinas, D. (2020). Ritmo de crecimiento diario de la producción científica sobre Covid-19. Análisis en bases de datos y repositorios en acceso abierto. *El Profesional de La Información*, 29(2), 1–6. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.15>
- Wiorogórska, Z. (2020). Crisis Situations and Information Science. Selected Issues in the Context of the COVID-19 Pandemic. *Zagadnienia Informacji Naukowej* 58(2A), 9–18. <https://doi.org/10.36702/zin.737>

