

Przed konferencją Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

Tożsamość *nauk o mediach*. Obszary, perspektywy, postulaty

Marek Jabłonowski, Tomasz Gackowski

Od pamiętnych słów o londyńskiej prasie jako „czwartym stanie”, wypowiedzianych przez Edmunda Burke’a podczas obrad brytyjskiego parlamentu, minęły niemal trzy stulecia. Przez ten czas prasa przeszła długą drogę. Przestała mieć charakter elitarny, dworski. Stała się medium masowym, demokratycznym. Wpływ na zmianę charakteru prasy miały nie tylko istotne wydarzenia historyczne, wielkie procesy społeczne czy też przeobrażenia ustrojowo-polityczne, na które słusznie zwracają uwagę historycy mediów. Nie można zapomnieć, że to przecież przede wszystkim rewolucja technologiczna z początku XX w. sprawiła, iż prasa, z każdą kolejną dekadą, przestawała być jedynym środkiem masowego przekazu. Pojawienie się mediów elektronicznych – radia i telewizji – przeobraziło rzeczywistość społeczną, polityczną, ekonomiczną oraz kulturową (w tym również religijną, by wspomnieć tylko Sobór Watykański II) w sposób niemal tak przełomowy, jak ruchome czcionki Gutenberga z połowy XV w. zapowiadające erę Renesansu. Dzięki mediom świat stał się dla wielu milionów ludzi bliższy, mniejszy, bardziej dookreślony, można by rzec – „bardziej rzeczywisty”, bo widziany, słyszany, niemal namacalny – bez konieczności opuszczania własnego domu.

Badacze oraz teoretycy mediów są zgodni, iż mediatyzacja rzeczywistości, a więc uwzględ-

nienie w działaniu ludzi, grup społecznych, partii politycznych, instytucji ekonomicznych, kulturalnych czy też religijnych logiki mediów, sprawia, iż media masowe odgrywają dzisiaj przemożną rolę. I nie chodzi tylko o to, że ludzie poznają dzisiaj świat przez pryzmat mediów, że te stały się wzmocnieniem i imponującym przedłużeniem ich zmysłów. Jak niezwykłą rolę pełnią dziś media, można się przekonać choćby poprzez wymienienie najważniejszych zjawisk, z jakimi mamy dzisiaj do czynienia właśnie dzięki albo raczej przez media (również przy ich udziale), np. tabloidyzaacja, marketyzacja, konwergencja i koncentracja mediów, alfabetyzacja medialna (edukacja medialna), personalizacja, globalizacja, determinizm technologiczny, przeładowanie informacyjne, netykietyzacja, hakytywizm, konsumpcjonizm, komputeryzacja, sondażokracja, teatralizacja, cyfryzacja (digitalizacja), manipulacja, intertekstualizacja (hipertekstualizacja), formatyzacja, wirtualność (groźba eskapizmu), interaktywność, intermedialność, *infotainment*, postpolityka, ekshibicjonizm medialny czy wreszcie problem mediokracji, a w szczególności zagadnienia mediatyzacji polityki i polityzacji mediów, które w ostatnim czasie szczególnie zyskują na znaczeniu. Do tego, o ile tzw. stare media (od książki po telewizję) umożliwiły swoim odbiorcom odkrywanie świata, jego monitorowanie, a przede wszystkim zrozu-

mienie, o tyle nowe medium – internet (w tym strony www, portale, wortale, media społecznościowe, aplikacje, również mobilne, a więc Web 2.0, oraz rozumiejące, semantyczne, czyli Web 3.0) – uczyniło ludzi-internautów kreatorami rzeczywistości wirtualnej, jej interaktywnymi zarządcami, nieustannymi „nadawcobiorcami”. Nowe media w sposób dotąd niespotykany poszerzają granicę wolności uczestników komunikacji. Drastycznie skracają dystans między nadawcą a odbiorcą, zmuszają do interakcji, znoszą bierność, motywują do działania, stawiają nowe problemy (np. ACTA, IN-DECT itd).

To wszystko sprawia, iż media masowe oraz uczestnicy procesu komunikacji słusznie stanowią od ponad pół wieku przedmiot uwagi badaczy, wywodzących się nierzadko z innych niż medioznawstwo dyscyplin naukowych. Warto podkreślić, że *nauki o mediach* jako dyscyplina naukowa – znana na świecie pod takimi pojęciami, jak ang. *Media Studies*, *Media Science*, *Communication Studies*, *Journalism Studies* czy niem. *Medienwissenschaft*, *Kommunikationswissenschaft* – poświęcona tak powszechnemu i nieodłącznemu elementowi życia współczesnego człowieka, są swoistym wyzwaniem o charakterze badawczym i teoretycznym, funkcjonalnym i teleologicznym, ontologicznym i aksjologicznym czy wreszcie poznawczym i racjonalistycznym.

Badania nad mediami masowymi oraz uczestnikami komunikowania społecznego były i są prowadzone na polskich uniwersytetach od połowy ubiegłego wieku – przez socjologów, politologów, psychologów czy też neolingwistów. W 2011 r. Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego dostrzegł uzasadnioną potrzebę umieszczenia medioznawstwa na liście dyscyplin naukowych w obrębie nauk społecznych pod nazwą *nauki o mediach*.

Należy zauważyć, iż nie wszyscy akceptują przyjęte rozwiązania. Jednakże nie ulega wątpliwości, iż decyzją ministra dyskusja nad sta-

tusem, zakresem, wreszcie tożsamością *nauk o mediach*, dyscypliny od dekad *de facto* obecnej na uniwersytetach, od 2011 r. zaś *de iure*, została rozpoczęta. Zasadna wydaje się więc konstatacja, że jesteśmy, jako środowisko, może nie na samym początku, jednak na pewno w przełomowym momencie własnej drogi. Drogi, którą będą musiały przemierzyć przede wszystkim ośrodki prowadzące kierunek „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”, wsparte fachowymi periodykami, a także refleksją badaczy wielu dyscyplin „stowarzyszonych” – w szczególności politologii, socjologii czy też psychologii.

Należy podkreślić, iż badacze mediów z zagranicznych ośrodków naukowych (amerykańskich i brytyjskich, niemieckich i francuskich, duńskich i szwedzkich itd.) już od blisko siedmiu dekad prowadzą wielopłaszczyznowe badania w ramach własnej dyscypliny – *nauk o mediach*. W Polsce formalne ukonstytuowanie się tej dyscypliny nastąpiło dopiero teraz. To opóźnienie, mające charakter przede wszystkim prawny, aniżeli merytoryczny, sprawia, iż polscy badacze mediów winni ze zdwojoną siłą włączyć się w prowadzone obecnie międzynarodowe projekty badań komparatystycznych, prezentując w nich ustalenia odnoszące się do polskiego systemu medialnego, jego specyfiki, struktury oraz charakteru. W tej aktywności niezbędne są międzynarodowe kontakty, jakie środowisko polskich medioznawców powinno nawiązywać i rozwijać podczas różnych konferencji oraz przy wspólnym redagowaniu tekstów naukowych.

Redakcja „Studiów Medioznawczych” w przededniu dorocznej czerwcowej konferencji Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego – której istotę zawarto w haśle: „Tożsamość nauk o mediach” – uznała za celowe odniesienie się do kilku wybranych zagadnień, m.in.: przedmiotu, celu, zakresu *nauk o mediach*, ich otoczenia, związków z innymi dyscyplinami czy też metod badawczych.

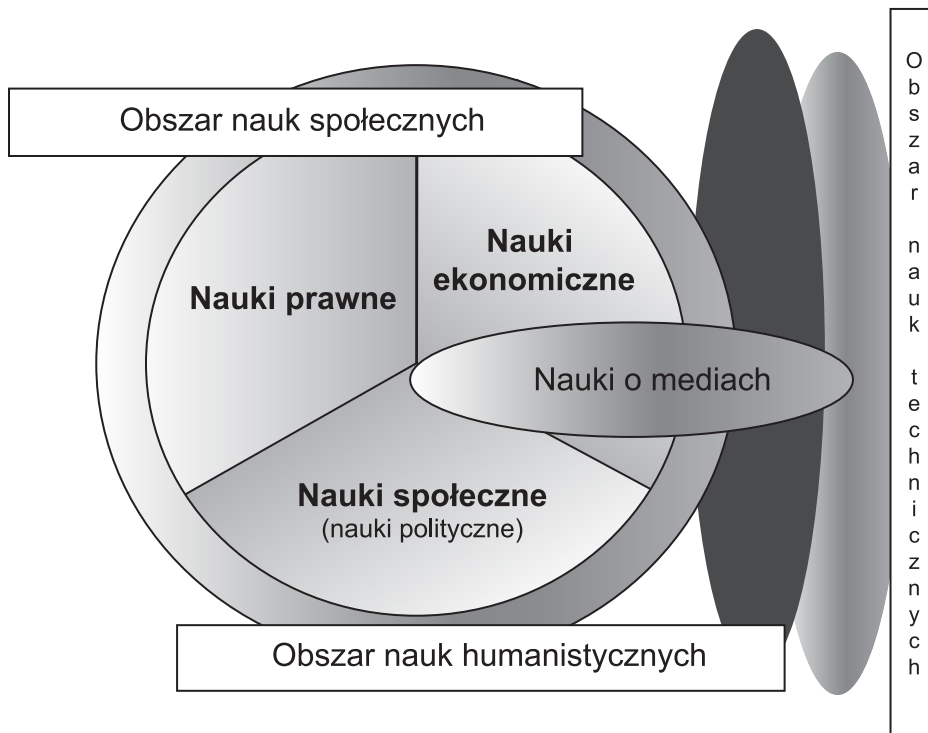
Z tych względów autorzy byli w trudnej sytuacji, trzeba było bowiem określić przedmiot zainteresowań i zdecydować się na konieczne ograniczenia. Czy był to zamysł udany – ocena należy do odbiorców¹.

Ekлекtyzm nauk o mediach

Według zaproponowanego przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego rozwiązania dyscyplina *nauki o mediach* znalazła się w obszarze nauk społecznych, co z perspektywy funkcjonalistycznej rodzi wiele konsekwencji i implikacji dla samej „nowej”/starej dyscypliny nauki. Otóż medioznawstwo jawi się obecnie jako nauka rozdroży, pogranicza, skrzyżowa-

nia różnych perspektyw teoretycznych i badawczych, których korzenie sięgają wielu okrzepłych dyscyplin naukowych. Ekлекtyzm *nauk o mediach* nie jest bynajmniej jej obciążeniem. Wręcz przeciwnie. Interdyscyplinarność i otwartość medioznawstwa może świadczyć właśnie o dojrzałości *nauk o mediach*, łączącej różnorodne podejścia ze względu na cel prowadzonych badań, użyteczność tworzonej teorii czy też funkcjonalność stosowanej metodologii.

Należy zauważyć, iż *nauki o mediach* są rozpięte w przestrzeni trzech obszarów nauk – społecznych, humanistycznych i technicznych – i trudno przyporządkować je wprost do jed-



Rys. 1. Dyscyplina *nauki o mediach* na tle wybranych obszarów nauk

¹ Artykuł powstawał w formule materiału dyskusyjnego, w związku z przygotowywaną konferencją. Jego założenia zostały skonsultowane w całości lub w części, z grupą badaczy, a jednocześnie przyjaciół „Studiów Medioznawczych”. Biorąc na siebie odpowiedzialność za wszelkie braki i ułomności przedstawionego materiału, chcielibyśmy podziękować serdecznie – za inspirujące, w części krytyczne uwagi – profesorom: Januszowi W. Adamowskiemu, Bogusławie Dobek-Ostrowskiej, Wojciechowi Jakubowskiemu, Tomaszowi Goban-Klasowi, Jackowi Sobczakowi oraz Maciejowi Mrozowskiemu.

nego z nich. Niemal każdy projekt badawczy z zakresu *nauk o mediach* odnosi się w swoich założeniach teoretycznych do nauk społecznych czy humanistycznych, a w praktycznym wymiarze czerpie z doświadczeń i metod również nauk technicznych. Otoczenie przedmiotowe *nauk o mediach* jest zatem tak różnorodne i wielosektorowe, że można zaryzykować tezę, iż są one jeśli nie jedyną, to na pewno jedną z nielicznych dyscyplin naukowych, która łączy w sobie tak wiele aspektów innych dziedzin nauki – w swoim przedmiotowym i podmiotowym charakterze.

Na *nauki o mediach* oddziałują całe spektrum dyscyplin z obszaru nauk społecznych, takich jak: socjologia, filozofia (etyka), politologia, ekonomia, antropologia czy prawo (rys. 1). Z drugiej zaś strony nie należy zapominać o wpływach tak nobliwych dyscyplin z obszaru nauk humanistycznych, jak historia, językoznawstwo czy kulturoznawstwo. Nie bez znaczenia są również nauki techniczne, których rola rośnie wprost proporcjonalnie do postępującej technicyzacji i komputeryzacji otaczającego nas świata – w tym, a może przede wszystkim mediów masowych. Dzisiaj trudno wyobrazić sobie kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna bez przedmiotów poświęconych technologiom informacyjnym. Warto więc wymienić tu również tak silnie oddziałujące dyscypliny naukowe z obszaru nauk technicznych, jak: informatyka, cybernetyka, elektronika i elektrotechnika czy telekomunikacja i logistyka.

***Nauki o mediach* w obszarze nauk społecznych?**

Nie należy zapominać, iż dla wielu badaczy mediów, ale nie medioznawców (deklarują oni bowiem przywiązanie do swoich macierzystych dziedzin) wywodzących się z dyscyplin, które w myśl przyjętego rozwiązania znalazły się w obszarze nauk humanistycznych, a nie społecznych, sytuacja wykreowana przez mini-

sterialne rozporządzenie jest trudna do zaakceptowania. Przykładowo dotyczy to stosunkowo licznie reprezentowanych wśród medioznawców historyków mediów, filozofów komunikacji, językoznawców, etnografów czy kulturoznawców, badających m.in. użytkowe aspekty mediów masowych. Warto więc wyrazić przekonanie, że optymalnym rozwiązaniem byłoby umieszczenie dyscypliny *nauki o mediach* w dwóch obszarach nauk: społecznych i humanistycznych. Jest to o tyle zasadne, iż medioznawcze instrumentarium badawcze składa się z metod charakterystycznych dla obu wspomnianych obszarów naukowych.

Z refleksji nad umiejscowieniem *nauk o mediach* na tle wybranych obszarów nauki wyłaniają się kolejne pytania, zwłaszcza w kontekście poszukiwania tożsamości dyscypliny. Pierwsze dotyczy kwestii jej granic. Gdzie znajdują się granice *nauk o mediach*? – czy w ich zakresie znajdzie się wszystko to, co stanowi refleksję nad mediami – a więc przedmiot rozważań sytuuje badacza na pozycji medioznawcy, a może to metodologia używana przy projektach badawczych poświęconych mediom determinowałaby przynależność badawczą? Jeśli tak, to jakie metody można nazwać *ex definitione* medioznawczymi? Tu rodzi się kolejny problem – czy to rozróżnienie w ogóle jest konieczne przy tworzeniu fundamentów dyscypliny? Przecież instrumentarium badawcze dostosowywane jest do specyfiki projektu badawczego, nie jest samo w sobie istotą *nauk o mediach*. Te wątpliwości wypadłoby rozważyć w świetle zbliżającej się konferencji „Tożsamość nauk o mediach”.

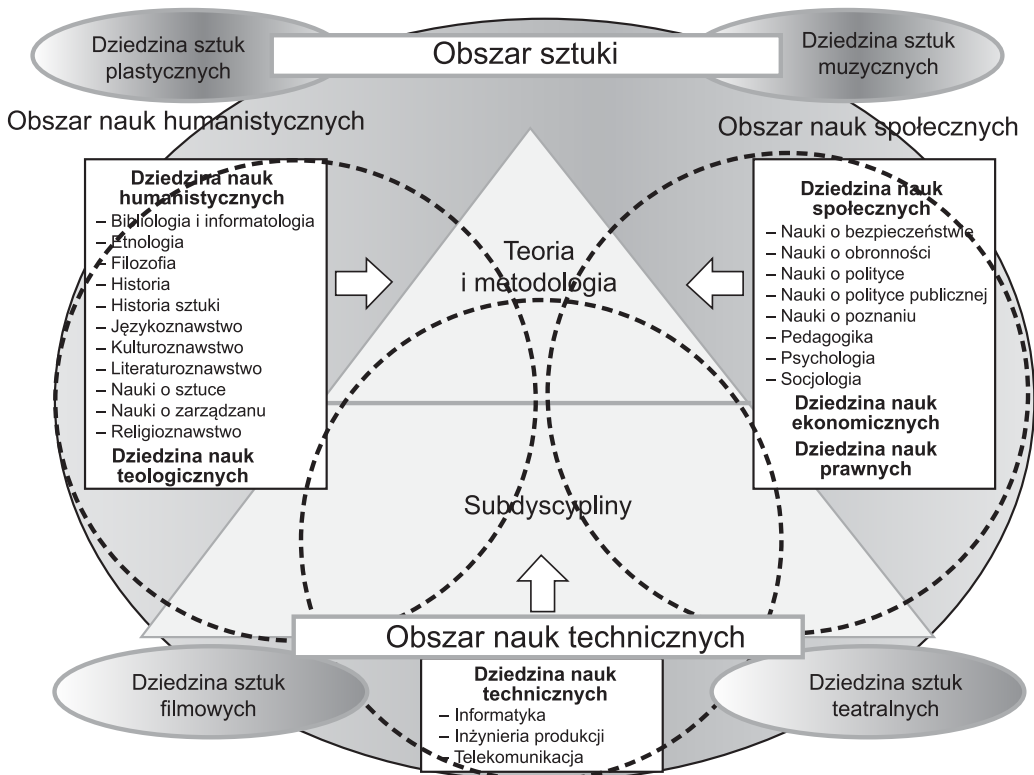
Otoczenie *nauk o mediach*

Inną ważną kwestią jest określenie przestrzeni funkcjonowania *nauk o mediach* na tle innych obszarów badawczych, ze szczegółowym wskazaniem najważniejszych dyscyplin „stowarzyszonych”, a także pokazanie szerszego kontekstu, jakim jest obszar sztuki (dziedzina

sztuk plastycznych, muzycznych, filmowych i teatralnych) – rys. 2. Tworzy to swoiste otoczenie *nauk o mediach*, w którym należy oczywiście uwzględnić także przestrzeń ekonomiczną – rynek pracy oraz rynek pracodawcy, dla których absolwenci kierunku dziennikarstwa i komunikacji społecznej stanowią pożądane kadry dla realizowanych przedsięwzięć medialnych („stare” i „nowe” media) i okołomiedialnych (PR, marketing, investor relations itd.). Te właśnie rozważania legły u podstaw idei czerwcowej konferencji Instytutu Dziennikarstwa UW.

ności *nauk o mediach*. Jednocześnie owa otwartość medioznawstwa może nastroić wiele problemów natury terminologicznej, metodologicznej oraz teoretycznej. Otóż, każda ze wspomnianych nauk stanowi odrębną dziedzinę wiedzy z własnym przedmiotem badań. Jednakże wszystkie one mogą być i bardzo często są „metodologicznym rezerwuarem” dla badacza *nauk o mediach*, fundamentem jego warsztatu naukowego.

Wyodrębnienie się i stały rozwój *nauk o mediach* sprawia, że liczba „nauk stowarzyszonych” nieustannie rośnie. Rozwój ten pozo-



Rys. 2. Dyscyplina *nauki o mediach* na tle wybranych dziedzin nauk

Badając zjawiska związane z szeroko pojętym procesem komunikacji, należy wykorzystywać metody wywodzące się z wielu dyscyplin, w tym także z nauk technicznych. To świadczy o interdyscyplinarności i eklektycz-

staje w związku z postępowaniem nie tylko nauk humanistycznych i społecznych, ale i różnorodnych dziedzin technicznych (np. informatyki, telekomunikacji, fotografii). Korzystając z dorobku tych dziedzin, medioznawca może „przejąć”

rozliczne teorie, różnorodne metodologie oraz wielorakie perspektywy, które umożliwiają mu w sposób kompleksowy analizować media masowe, ich charakter, cechy, zależności, a także wielopoziomowe procesy komunikacji masowej, ich oddziaływanie na inne przestrzenie rzeczywistości społecznej, politycznej, ekonomicznej oraz kulturowej, wreszcie samych uczestników interakcji komunikacyjnej. To z jednej strony świadczy o bardzo użytkowym i funkcjonalistycznym charakterze *nauk o mediach*, których nie ograniczają żadne konwencje, teorie czy też metodologie, lecz przede wszystkim teleologia (cel i charakter postawionych pytań badawczych), z drugiej zaś wymagają od medioznawców szerokich horyzontów badawczych, iście renesansowego wykształcenia, znajomości różnorodnych metod badawczych oraz wielorakich teorii pochodzących z „nauk stowarzyszonych”.

Oczywiście, główną osią rozważań medioznawców są media masowe i to, w jaki sposób wpływają na otaczającą ich użytkowników (widzów, słuchaczy, czytelników, internautów) rzeczywistość – społeczną, kulturalną, polityczną czy ekonomiczną. Nie można zapominać, iż oddziaływanie mediów masowych ma różne wymiary, prowadzi do różnych konsekwencji, nierzadko negatywnych, zagrażających wspólnocie społecznej, defragmentujących jej kompozycję i spójność, zmieniających w sposób nieobliczalny jej garnitur wartości czy zbudowany konsensus wokół wspólnych celów, zasad, struktur i hierarchii (wystarczy z jednej strony wspomnieć Facebookowe początki arabskiej wiosny, z drugiej – fatalne w skutkach, niepotwierdzone doniesienia mediów o konieczności szczepienia się przeciwko świńskiej grypie, które w niektórych krajach nieomal wywołały masową histerię).

Zadania nauk o mediach

Podstawowym zadaniem *nauk o mediach*, jak w każdej dyscyplinie, jest poznanie. W cen-

trum rozważań znajdują się przede wszystkim media masowe oraz ich użytkownicy – z jednej strony nadawca – personel mediów, z drugiej zaś odbiorcy. Nie można zapominać o samym przekazie i jego zawartości, a także o głównej funkcji mediów masowych – pośredniczenia – która zmusza badaczy do każdorazowego udzielenia odpowiedzi na pytania: – w czym dane medium masowe pośredniczy, między kim a kim, do kogo jest skierowane, wreszcie – z jakim skutkiem? Dlatego też medioznawca nie jest bynajmniej zwolniony z rozważań granicznych, które niejednokrotnie określilibyśmy mianem politologicznych, socjologicznych, etnograficznych, kulturoznawczych czy też informatycznych. Ponadto owo poznanie winno określić relacje zachodzące między myślą ludzką (poglądy, programy, doktryny, teorie) a działaniem (np. publikacją prasową, audycją radiową, emisją telewizyjną, multimedialną twórczością internetową – blog, tweet, wideoblog, kolaż itd.). Jeżeli relacje, tendencje i prawidłowości istniejące w rzeczywistości współtworzonej (zapośredniczonej – zmediatyzowanej) przez media masowe zostaną określone, powstanie podłoże (przesłanki) do wyprowadzenia uogólnień, zasad, współzależności, wreszcie teorii, które stanowią „gmach” każdej dyscypliny. *Nauki o mediach* mają umożliwić naukową analizę i ocenę środków masowego przekazu i charakteru ich funkcjonowania w różnorodnych przestrzeniach (społecznej, politycznej, ekonomicznej, kulturowej, prawnej, religijnej itd.).

Reasumując, warto wskazać szczegółowe płaszczyzny zainteresowań badaczy *nauk o mediach*. W tej grupie znajdują się m.in.:

- opis obiegu informacji zachodzącego z wykorzystaniem mediów, w skali od mikro- (indywidualne wykorzystanie mediów), aż do makro- (międzynarodowej),
- analiza relacji między świadomością odbiorców przekazów medialnych, treścią przekazów i zamierzeniami nadawców tych prze-

- kazów (z uwzględnieniem czynników psychologicznych, ekonomicznych i ideologicznych),
- badania nad korzystaniem z mediów w zmieniającym się społeczeństwie i środowisku medialnym,
- badanie prawnych, ekonomicznych i politycznych uwarunkowań funkcjonowania mediów,
- opis specyfiki organizacyjnej instytucji społecznych, jakimi są media,
- stworzenie narzędzi umożliwiających szacowanie i prognozowanie wpływu mediów na świadomość odbiorców i opinię publiczną,
- budowa modeli funkcjonowania systemów medialnych,

- zów medialnych jako wiarygodnych źródeł historycznych,
- opis historii i uwarunkowań historycznych rozwoju mediów,
- badanie oferty programowej specyficznej dla każdego środka przekazu oraz ich porównywanie – analiza konwergencji mediów,
- badanie języka mediów.

Metodologia nauk o mediach

Instrumentarium metodologiczne *nauk o mediach* zawiera zarówno metody charakterystyczne dla nauk humanistycznych, jak i społecznych – coraz częściej z wykorzystaniem narzędzi informatycznych. Warsztat badawczy

Tabela 1. Metodologia nauk o mediach z perspektywy badawczej

Obszar badawczy	Metody badawcze i analityczne
Teorie komunikacji masowe	metody filozoficzne i matematyczne, służące budowie teorii o różnych stopniach formalizacji
Badania wpływu mediów	ilościowe metody sondażowe (CAPI, PAPI, CAWI, CATI), ilościowe metody eksperymentalne (badania psychologiczne), ilościowa i jakościowa analiza zawartości mediów, jakościowe badania recepcji i rozumienia przekazów medialnych
Badania zawartości mediów	ilościowa i jakościowa analiza zawartości mediów, analiza semiologiczna
Język mediów	metody językoznawcze – ilościowe badania frekwencyjne, badanie formalnych aspektów komunikacji medialnej, metody kulturoznawcze i filologiczne, analiza retoryczna
Historia mediów i dziennikarstwa	opis i krytyczna analiza zachowanych źródeł historycznych dotyczących mediów, analiza przekazów medialnych jako materiałów historycznych
Ekonomika mediów	ilościowe metody badawcze w ekonomii, modelowanie matematyczne zjawisk ekonomicznych
PR i marketing medialny	ilościowe i jakościowe metody badań marketingowych, analizy na potrzeby planowania mediów i promocji
Zarządzanie i logistyka medialna	metody analiz decyzyjnych w zarządzaniu, formalny opis problemów decyzyjnych i logistycznych w zarządzaniu na podstawie metodologii badań operacyjnych
Estetyka mediów	filozoficzne metody refleksji estetycznej, badanie psychologicznych aspektów percepcji i oceny funkcjonalności estetyki mediów
Komunikowanie polityczne	ilościowa i jakościowa analiza zawartości, wywiady, wywiady pogłębione, ankiety, badania porównawcze
Audytoria mediów	badania pomiaru oglądalności telewizji, czytelnictwa prasy, słuchalności radia i użytkowania internetu

- budowa efektywnych modeli działania mediów jako organizacji,
- udostępnienie narzędzi do analizy przeka-

medioznawcy składa się z metod typowych dla humanistyki, zwłaszcza dla nauk filologicznych oraz historycznych, z drugiej zaś w istotnym

stopniu bazuje na terminologii oraz metodologii nauk społecznych, w tym metod ilościowych. Studia nad mediami są prowadzone z wykorzystaniem empirycznych metod nauk społecznych (specyficzne metody badania treści, które można określić mianem *stricte* medioznawczych, np. analiza zawartości (nie można zapominać o analizach frekwencyjnych, analizie dyskursu oraz CAD) oraz metody badania odbiorców – telemetria, badania czytelnictwa, analizy sieci społecznych, sondaże i in.). Ponadto medioznawcy korzystają z innych, jakościowych metod i technik badawczych nauk społecznych (np. eksperyment, obserwacja, wywiad, grupy fokusowe), metod statystycznych czy też programów komputerowych (sieci neuronowe). Z punktu widzenia praktyki badawczej możemy zatem wyróżnić różnorodne metody badań i analiz wykorzystywane w *naukach o mediach* w poszczególnych płaszczyznach omawianej dyscypliny (zob. tabela 1).

Kreatywność nauk o mediach

Badacze mediów, mimo eklektycznego charakteru *nauk o mediach*, wypracowali specyficzną nomenklaturę oraz charakterystyczne teorie dotyczące rozmaitych aspektów funkcjonowania mediów. Wśród najważniejszych można wymienić m.in.:

- wpływ mediów na opinię publiczną (np. teoria *agenda setting*, teoria spirali milczenia),
- funkcjonowanie mediów jako systemu (np. teorie systemów medialnych),
- wpływ mediów na świadomość odbiorcy (np. teorie *primingu* i *framingu*),
- normatywne aspekty działania mediów (np. teoria liberalna, autorytarna, marksistowska, katolicka doktryna medialna),
- teorie interakcji medium–odbiorca (m.in. teorie McLuhana, teoria użycia-nagrody),
- teorie wpływu mediów na instytucje społeczne (np. teorie mediatyzacji),
- krytyczne teorie mediów (w tym teorie feministyczne),

- teorie społeczeństwa informacyjnego,
- teorie społeczeństwa sieciowego,
- teorie medium (gatunków, genologiczne),
- teorie kulturywacji kulturowej przez obrazy medialne,
- teorie kognitywistyczne.

Charakter nauk o mediach na tle pozostałych dyscyplin

W ramach wyróżniania przestrzeni nowej dyscypliny naukowej – poszukiwania jej tożsamości – bez wątplenia należy wziąć pod uwagę jej relacje z naukami humanistycznymi i społecznymi, takimi jak: historia, politologia, socjologia, ekonomia, kulturoznawstwo, antropologia, etnografia, językoznawstwo, ale także naukami technicznymi, takimi jak: informatyka, elektronika czy telekomunikacja. Proporcje między tymi filarami, na których wspierają się *nauki o mediach*, winny być wciąż rozważane i rekapitulowane w świetle ekspansywnego rozwoju mediów elektronicznych. Jest to dyskusja niezwykle potrzebna i ważna. Wydaje się, iż niwelowanie przewagi elementów nauk humanistycznych i społecznych nad technicznymi w *naukach o mediach* jest koniecznością. Technicyzacja mass mediów oraz samego życia społecznego będzie postępować, co wymusza w dyscyplinach takich, jak medioznawstwo czy socjologia daleko posuniętą ewolucję w stronę przedmiotów technicznych. Jest to ten aspekt, który będzie do nas nieuchronnie powracał przy kolejnych wynalazkach i zdobyczach nowych technologii.

Należy także rozważyć, co *nauki o mediach* wnoszą i mogą wnieść do innych nauk. Oczywiście jest, iż medioznawstwo, będąc dziedziną interdyscyplinarną, czerpie z dorobku innych dyscyplin. Warto jednak odwrócić wektor naszych rozważań i zastanowić się nad tym, co medioznawcy mogą zaproponować socjologom, historykom, politologom czy kulturoznawcom? Bo przecież nie chodzi tylko o przedmiot refleksji i badań, a więc o media

masowe. Chodzi także o perspektywę badawczą, określone podejście do problematyki wykraczającej poza same *mass* i *new media*, rozlewającej się na pozostałe podsystemy społeczne – polityczny, ekonomiczny, kulturalny czy prawny. W tym ujęciu należy dokonać przeglądu problemów badawczych podejmowanych przez badaczy mediów i udzielić odpowiedzi na pytanie o innowacyjność spojrzenia medioznawców na problemy, które od dekad stanowią sedno rozważań badaczy innych dyscyplin. Nie bez znaczenia jest również metodologia samych badań medioznawczych, która musi być nieustannie przeglądana, poprawiana i uzupełniana o najnowsze osiągnięcia dyscyplin „stowarzyszonych” z *naukami o mediach*.

Z perspektywy ministerialnego wykazu dyscyplin naukowych oraz praktyki badawczej należy wskazać następujące dyscypliny naukowe, jako najistotniej związane z obszarem *nauk o mediach* – dyscypliny „stowarzyszone”: historię, politologię, psychologię, socjologię, filozofię, nauki prawne, językoznawstwo, kulturoznawstwo, antropologię, bibliologię i informatologię, nauki o zarządzaniu, ekonomię, bezpieczeństwo narodowe, filmoznawstwo, informatykę, elektronikę, telekomunikację, sztuki projektowe, sztuki piękne.

Struktura jednostek naukowo-dydaktycznych zajmujących się *naukami o mediach*

Lista specjalności naukowych w obrębie dyscypliny *nauki o mediach* nie została, bo nie mogła być, ustalona. Wydaje się, że instytut zajmujący się badaniami w tym zakresie – biorąc pod uwagę obszary zainteresowań badawczych widoczne w krajowych i zagranicznych ośrodkach – powinien prowadzić zasadniczo takie specjalności/zakłady jak:

- teoria komunikacji społecznej (w tym badania komunikowania politycznego, odbioru i oddziaływania mediów)
- metodologia badań medioznawczych

- teoria i praktyka badań nad systemami medialnymi (w tym komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe)
- językowe aspekty funkcjonowania mediów
- etyka mediów masowych
- prawo mediów
- historia mediów i dziennikarstwa
- retoryka i erystyka
- genealogia dziennikarska
- technologie medialne
- socjologia mediów i zawodu dziennikarza
- ekonomika mediów
- PR i marketing medialny (reklama)
- zarządzanie i logistyka medialna
- komunikacja wizualna i estetyka mediów.

Nie ulega wątpliwości, iż decyzja Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z 2011 r. stworzyła badaczom mediów nowe możliwości rozwoju ich własnej dyscypliny. To z jednej strony wyróżnienie, z drugiej zaś ogromne wyzwanie i zobowiązanie, przed jakim stają medioznawcy, a więc wszyscy ci naukowcy, którzy utożsamiają się z *naukami o mediach*. Trzeba jasno podkreślić, że dla badaczy mediów, ale nie medioznawców (w swoich badaniach czyniących media tylko i wyłącznie przedmiotem analizy, studiowanym w perspektywie własnej dyscypliny), będących przedstawicielami dziedzin nauki stanowiących otoczenie medioznawstwa, nazywanymi w tym tekście „stowarzyszonymi” z *naukami o mediach*, rozporządzenie MNiSzW w sposób zasadniczy nic nie zmieniło. Jednakże „stowarzyszeni” badacze mediów oraz gremia decyzyjne nauki polskiej powinni w ocenie prac z zakresu np. historii, socjologii czy psychologii mediów uwzględniać charakter nowej dyscypliny – *nauk o mediach*. W przypadku zaś medioznawców wpisanie *nauk o mediach* na listę dyscyplin naukowych z obszaru nauk społecznych implikuje wielorakie konsekwencje, które zaledwie w zarysie próbowano nakreślić w niniejszym szkicu. Sam zaś artykuł należy traktować jako wstęp, słowo otwierające

dla niezwykle potrzebnej dyskusji nad tożsamością nowej/„starej” dyscypliny naukowej – *nauk o mediach*. Mamy nadzieję, iż ogólnopolska konferencja pt. „Tożsamość nauk o me-

diach” będzie kamieniem milowym na drodze do stworzenia konstytucji naszej dyscypliny naukowej. Zapraszamy do dyskusji.



Tożsamość *nauk o mediach*. Przyczynek do dyskusji

Maciej Mrozowski

Decyzje administracyjne nie mogą ani stworzyć, ani zlikwidować żadnej dyscypliny naukowej, bo o tym decydują czynniki inne niż wola urzędnicza. Decyzje administracyjne mogą jednak ułatwiać lub utrudniać rozwój każdej dyscypliny badawczej, zwłaszcza jeśli mają wpływ na alokację środków finansowych wspomagających badania (i badaczy). A tak się zwykle dzieje. Decyzja Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego o wyodrębnieniu *nauk o mediach* nie tworzy nowej dyscypliny, bo nauka o mediach istnieje w Polsce od dawna, rozwijając się pod różnymi szyldami i życzliwym patronatem właściwie wszystkich nauk humanistycznych i społecznych. W ostatnich latach sytuacja dojrzewała do systemowych rozwiązań. Oddolne próby integracji środowiska badaczy mediów i komunikacji społecznej, których przejawem były coroczne ogólnopolskie konferencje Instytutu Dziennikarstwa UW oraz powstanie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, pokazywały, że środowisko to jest całkiem spore i zróżnicowane, i wciąż dołączają do niego nowi adepci z oryginalnymi pomysłami i sporymi ambicjami. Stąd inicjatywa ujęcia owej próby integracji w instytucjonalne ramy w postaci wyodrębnionej nauki o mediach i komunikowaniu społecznym. Starania

te zostały uwieńczone sukcesem i w pejzażu instytucjonalnym nauki polskiej pojawiły się *nauki o mediach*. Wprawdzie malkontenci mogą biadolić, że sukces jest połowiczny, bo ramy *nauk o mediach* są dużo węższe niż te postulowane przez autorów inicjatywy, ale niech tam, nie można od razu mieć wszystkiego. Ważne, że jest płaszczyzna integracji. I nawet malkontenci mogliby być kontenci, gdyby nie to, że ministerialna ręka zamaszystym gestem odziedziła nauki humanistyczne od społecznych, lokując *nauki o mediach* w obszarze tych drugich. Tak więc medioznawcy uzyskali możliwość integracji swojego pola badawczego akurat wtedy, gdy pole to zostało przeorane na pół biurokratyczną bruzdą, która zapewne nie przekreśli, choć na pewno utrudni budowanie kompleksowej wiedzy o mediach.

Świadomi tych ograniczeń, ale ich nieakceptujący, Marek Jabłonowski i Tomasz Gackowski kreślą ambitny, wybiegający w przyszłość program budowania tożsamości *nauk o mediach*, nastawiony na długofalową integrację wszystkich środowisk i dyscyplin zajmujących się mediami. Podkreślając, że środowiska te znalazły się „w przełomowym momencie własnej drogi”, obaj autorzy szukają właściwego drogowskazu wskazującego kierunek lub

dla niezwykle potrzebnej dyskusji nad tożsamością nowej/„starej” dyscypliny naukowej – *nauk o mediach*. Mamy nadzieję, iż ogólnopolska konferencja pt. „Tożsamość nauk o me-

diach” będzie kamieniem milowym na drodze do stworzenia konstytucji naszej dyscypliny naukowej. Zapraszamy do dyskusji.



Tożsamość *nauk o mediach*. Przyczynek do dyskusji

Maciej Mrozowski

Decyzje administracyjne nie mogą ani stworzyć, ani zlikwidować żadnej dyscypliny naukowej, bo o tym decydują czynniki inne niż wola urzędnicza. Decyzje administracyjne mogą jednak ułatwiać lub utrudniać rozwój każdej dyscypliny badawczej, zwłaszcza jeśli mają wpływ na alokację środków finansowych wspomagających badania (i badaczy). A tak się zwykle dzieje. Decyzja Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego o wyodrębnieniu *nauk o mediach* nie tworzy nowej dyscypliny, bo nauka o mediach istnieje w Polsce od dawna, rozwijając się pod różnymi szyldami i życzliwym patronatem właściwie wszystkich nauk humanistycznych i społecznych. W ostatnich latach sytuacja dojrzała do systemowych rozwiązań. Oddolne próby integracji środowiska badaczy mediów i komunikacji społecznej, których przejawem były coroczne ogólnopolskie konferencje Instytutu Dziennikarstwa UW oraz powstanie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, pokazywały, że środowisko to jest całkiem spore i zróżnicowane, i wciąż dołączają do niego nowi adepci z oryginalnymi pomysłami i sporymi ambicjami. Stąd inicjatywa ujęcia owej próby integracji w instytucjonalne ramy w postaci wyodrębnionej nauki o mediach i komunikowaniu społecznym. Starania

te zostały uwieńczone sukcesem i w pejzażu instytucjonalnym nauki polskiej pojawiły się *nauki o mediach*. Wprawdzie malkontenci mogą biadolić, że sukces jest połowiczny, bo ramy *nauk o mediach* są dużo węższe niż te postulowane przez autorów inicjatywy, ale niech tam, nie można od razu mieć wszystkiego. Ważne, że jest płaszczyzna integracji. I nawet malkontenci mogliby być kontenci, gdyby nie to, że ministerialna ręka zamaszystym gestem odziedziła nauki humanistyczne od społecznych, lokując *nauki o mediach* w obszarze tych drugich. Tak więc medioznawcy uzyskali możliwość integracji swojego pola badawczego akurat wtedy, gdy pole to zostało przeorane na pół biurokratyczną bruzdą, która zapewne nie przekreśli, choć na pewno utrudni budowanie kompleksowej wiedzy o mediach.

Świadomi tych ograniczeń, ale ich nieakceptujący, Marek Jabłonowski i Tomasz Gackowski kreślą ambitny, wybiegający w przyszłość program budowania tożsamości *nauk o mediach*, nastawiony na długofalową integrację wszystkich środowisk i dyscyplin zajmujących się mediami. Podkreślając, że środowiska te znalazły się „w przełomowym momencie własnej drogi”, obaj autorzy szukają właściwego drogowskazu wskazującego kierunek lub

kierunki ich dalszego, długiego marszu. Uznają oni, iż w nowej rzeczywistości *nauki o mediach* muszą mieć charakter eklektyczny, ukończając się na pograniczu, a w istocie w poprzek tradycyjnych dziedzin nauki, co zresztą cechuje badania mediów od początku, tj. od chwili powstania w USA w latach 30. ubiegłego wieku *mass media research*. W wariacie amerykańskim bazowymi dyscyplinami dla badania mediów były politologia, socjologia i psychologia, a po niebywałym rozkwicie brytyjskich studiów kulturowych do kanonu włączono także szeroko ujmowane kulturoznawstwo. Nasi autorzy idą jeszcze dalej, zapraszając do integracji i współtworzenia tożsamości *nauk o mediach* właściwie wszystkich badaczy działających w obszarze nauk humanistycznych, społecznych i technicznych.

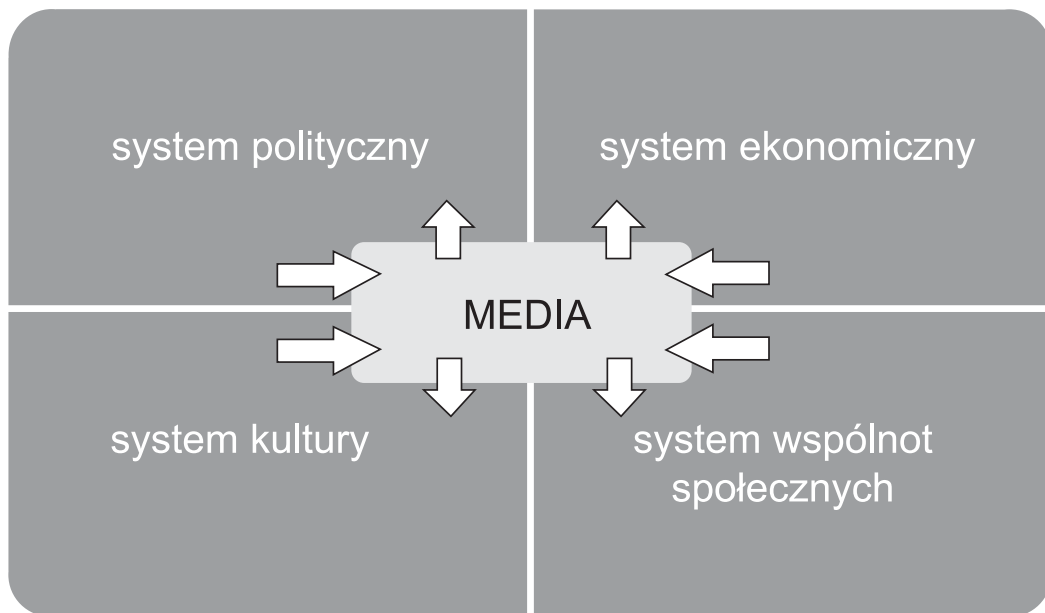
Trudno prognozować, czy zamysł tak szeroko pojętej integracji *nauk o mediach* ma szanse powodzenia. Gdyby tak się stało, byłby to epokowy sukces. Jednakże historyczne nawyki, instytucjonalne podziały oraz partykularne interesy badaczy mediów wywodzących się z różnych dyscyplin będą zapewne czynić swoje, czyli preferować troskę o dobro swojej dyscypliny. Ale przecież to, co swoje, staje się teraz tym, co wspólne, dlatego wymiana doświadczeń, częściowa przynajmniej współpraca oraz strategiczna lojalność będą zbliżać różne środowiska. To pewne, bo tak nakazuje rozsądek. Siły odśrodkowe i dośrodkowe od zawsze działające w polu nauki także w przypadku *nauk o mediach* będą się równoważyć, ze zmienną – rzecz jasna – dynamiką. Zakładając zatem, że każda dyscyplina i subdyscyplina wskazana przez Jabłonowskiego i Gackowskiego będzie rozwijać swoje i swoiste dla własnej tożsamości badania mediów, należy postulować tworzenie wspólnych, interdyscyplinarnych, transdyscyplinarnych i multidyscyplinarnych programów badawczych. To najlepsza droga do wszechstronnego rozwoju i umacniania pozycji *nauk o mediach*. Jeśli bowiem nau-

ka ta ma chwytać i rozpoznawać całą złożoność i wieloaspektowość współczesnych mediów oraz ich oddziaływanie na różne sfery życia, musi badać je równocześnie z różnych punktów widzenia i w kontekście różnych perspektyw teoriopoznawczych. Innymi słowy: pole badawcze *nauk o mediach* musi być paralelne do pola działania mediów. To właśnie tu, czyli w sferze uwarunkowań i regulacji, konwergencji technologicznej i programowej, odbioru i efektów mediów, należy definiować problemy i programy badawcze, przy czym ich naczelnym zadaniem powinna być zawsze odpowiedź na pytanie: jak media pośredniczą między różnymi sferami życia, w jakim zakresie i stopniu integrują lub dezintegrują różne obszary ludzkiej aktywności, jednostkowej i zbiorowej. Podjęcie takich badań przyniesie też rozmaite korzyści środowiskowe, w tym np. szybkie wyodrębnienie się kilku silnych ośrodków naukowych, dysponujących znacznym potencjałem badawczym i zdolnością lobbingsową.

Zgłoszony wyżej postulat wymaga systemowego ujmowania pola badawczego *nauk o mediach*. Można to czynić na wiele różnych sposobów, jednak zacząć wypada od najprostszego, czyli od oparcia się na klasycznej teorii systemu społecznego Talcotta Parsonsa. Jak wiadomo, koncepcja ta ujmuje system społeczny jako mniej lub bardziej zintegrowaną całość, która składa się z czterech podsystemów, a każdy z nich pełni istotne funkcje na rzecz całości. Tak więc podsystem polityczny wskazuje cele rozwoju i mobilizuje do ich realizacji, podsystem ekonomiczny dostarcza środków zaspokajających potrzeby egzystencjalne, podsystem kultury dostarcza wzorów oraz reguluje napięcia, a podsystem wspólnot społecznych określa normy postępowania i zobowiązania wzajemne. Parsonsa media interesowały niespecjalnie, bo gdy tworzył swoją teorię, nie były tak ważnym elementem rzeczywistości, jakim są obecnie, toteż nie przewidywał dla nich szczególnie eksponowanego miejsca w systemie. Ale sytuacja

się zmieniła i dziś, w społeczeństwie ponowoczesnym (nazywanym też informacyjno-komunikacyjnym lub sieciowym), media stanowią centralne spoiwo całego systemu. Są one dla każdego podsystemu głównym kanałem oddziaływania na pozostałe podsystemy i równo-

ści pokazuje rys. 1, który jest zarazem matrycą pola badawczego *nauk o mediach*. Szczegółowe opisanie tego pola, czyli zidentyfikowanie wszystkich mechanizmów mediatyzacji oraz związanych z nimi problemów, to jedno z pierwszych zadań *nauk o mediach*.



Rys. 1. Media w systemie społecznym – matryca pola badawczego *nauk o mediach*

cześniej przenoszą na ten podsystem oddziaływania z ich strony. Przy tym media coraz bardziej się autonomizują, urastając wręcz do rangi piątego podsystemu, który kieruje się swoimi interesami, rządzi się swoimi prawami i narzuca „logikę mediów” całemu otoczeniu. Na tym polegają w istocie wszystkie odmiany teorii mediatyzacji życia społecznego (np. koncepcja Pierre’a Bourdieu panowania telewizyjnego dziennikarstwa nad różnymi polami produkcji kulturalnej). I z tego właśnie względu należy zmodyfikować koncepcję Parsonsa, wyodrębniając podsystem mediów, i zaznaczyć jego strukturalne i funkcjonalne powiązania z wszystkimi pozostałymi podsystemami. W najprostszej, schematycznej postaci taki układ zależno-

Przedstawiony rysunek jest tylko matrycą pola badawczego *nauk o mediach*, najogólniejszymi jego ramami, w żadnym razie modelem czy paradygmatem badawczym. Głównie dlatego, że współczesna rzeczywistość i teoria społeczna odbiegają znacznie od koncepcji Parsonsa. Za sprawą wielu procesów cywilizacyjnych i kulturowych, w których media mają rosnący udział, dzisiejsze systemy społeczne tracą stabilność i przejrzystość, cechy zakładane przez klasyczne teorie systemowe. Od pionierskiej koncepcji „szoku przyszłości” Alvina Tofflera, przez różne odmiany filozofii postmodernistycznej, z ideą „płynnej nowoczesności” Zygmunta Baumana na czele, aż po najświeższy koncept „przestrzeni przepływów” Manue-

la Castellsa, wszystkie wiodące dziś teorie podkreślają, że współczesne systemy społeczne znajdują się w stanie permanentnych zmian, ciągłej permutacji. Czy prowadzi to do powstania „rzeczywistości integralnej”, jak sugeruje Jean Baudrillard, czy raczej do chaosu i destrukcji, jak wieszczą inni? Tego jeszcze nie wiemy. Ważne jest, że pole badawcze *nauk o mediach* sytuuje się w samym centrum dziejowej zawieruchy, rzecz można – w oku cyklonu. To z góry niejako wyklucza stworzenie uporządkowanej i stabilnej „mapy poznawczej” tego pola, wszak same media też przechodzą ciągłą „mediamorfozę”. Oznacza to, że badacze mediów muszą wciąż modyfikować kartografię takiej mapy, nie tylko ciągle aktualizując konfiguracje kluczowych problemów badawczych, muszą także wprowadzać nowe współrzędne porządkujące kolejne fazy przekształceń.

Wartość teoretyczna i metodologiczna schematu przedstawionego na rys. 1 nie polega zatem na wstępnej parcelacji pola badawczego *nauk o mediach*, lecz na czymś innym, znacznie ważniejszym – na wynikającej z niego dyrektywie, która nakazuje badanie wszystkich form mediatyzacji życia społecznego w kontekście wielorakich sprzężeń, w całym splocie systemowych uwarunkowań i powiązań. Ograniczanie badań mediów tylko do obszaru jednego podsystemu czy, tym bardziej, jakiejś jego części, traci dziś sens, gdyż usuwa z pola widzenia całą dynamikę współzależności, w którą wpisane są współczesne media. To tak, jakby badać teksturę kunsztownej tkaniny, mieniającej się tysiącami refleksów, wyciągając z niej i kładąc pod lupę pojedyncze włókna. By odwołać się do przykładu bliższego medioznawstwu: badania komunikowania politycznego zamykające się w trójkącie relacji: aktorzy polityczni–media–obywatele, nie są już w stanie wyjaśnić rzeczywistego charakteru procesów politycznych. Charakter tych procesów jest bowiem w równym stopniu, niekiedy nawet większym, warunkowany przez mediatyzację sto-

sunków ekonomicznych, zjawisk kulturowych oraz form życia społecznego niż mediatyzację polityki *tout court*. Zwracają na to uwagę autorzy rozwijający koncepcję postpolityki. Lecz nawet oni, rozszerzając pole widzenia, ograniczają je zwykle do kontekstu kultury popularnej i ideologii konsumpcjonizmu – postpolityka to dla nich głównie popkulturyzacja polityki oraz absolutyzowanie technik marketingowych, czyli karnawalizacja plus manipulacja. A przecież postpolityka to następstwo głębokich przemian całego systemu, sięgających korzeni ludzkiego życia, czyli relacji międzypokoleniowych oraz więzi wspólnotowych. Nawiązując do klasycznego studium Margaret Mead *Kultura i tożsamość*, można założyć, że postpolityka pojawia się wtedy, gdy następuje odwrócenie relacji międzypokoleniowych, tzn. gdy relacje postfiguracyjne (młodsze pokolenie przejmuje wzorce starszego) ustępują miejsca relacjom prefiguracyjnym (młodsze pokolenie narzuca wzorce starszemu), a to właśnie zaczyna być dziś normą. Zmiana taka nie mogłaby się dokonywać bez aktywnej roli mediów, które podsuwają ludziom młodym nowe wzory tożsamości (indywidualizm, autokreacja) oraz stymulują nowe formy ich uczestnictwa w życiu społecznym (aktywność, prosumpcja, społeczności sieciowe).

Powyższe uwagi prowadzą nieuchronnie do wniosku, iż niezależnie od prac przyczynkarskich czy studiów sektorowych, odzwierciedlających partykularne zainteresowania i ambicje, wyrazista tożsamość *nauk o mediach* może się ukształtować tylko w wyniku interdyscyplinarnych programów badawczych, które będą ujmować działania mediów szeroko i wieloaspektowo, równocześnie integrując różne środowiska badawcze. Bez tego *nauki o mediach* pozostaną eklektyczną i rozproszoną subdyscypliną, niemającą większego wpływu na ogólny rozwój nauki, ani tym bardziej na rzeczywistość. A właśnie wpływ *nauk o mediach* na rzeczywistość będzie ostatecznym kryterium

oceny ich wartości, także dla instytucji i gremiów decydujących o finansowaniu nauki.

Żeby nie porzestać na ogólnych i słusznych, acz nieco gołostownych postulatach, obarczając innych ciężarem przekuwania idei w propozycje badawcze, należy wskazać kilka pomysłów na opracowanie kompleksowych programów badawczych w dziedzinie *nauk o mediach*. Jak się wydaje, w obecnej polskiej rzeczywistości co najmniej trzy takie pomysły zasługują na poważne potraktowanie i podjęcie odpowiednich inicjatyw.

Pierwszym takim programem powinno być opracowanie teoretycznych podstaw do odrodzenia, a w istocie stworzenia od podstaw modelu mediów publicznych na miarę potrzeb naszego społeczeństwa. Dla wszystkich medioznawców, i nie tylko ich, jest już chyba jasne, że obecny model zawiódł na całej linii, a nasze media publiczne znajdują się w stanie całkowitego upadku. Wyjęte spod publicznej kontroli, od początku były terenem penetracji partyjnych i koteryjnych interesów. Gdy zaś zaczęły naśladować media komercyjne, zamiast przeciwstawić im inną formułę programową, ostatecznie straciły swoją tożsamość, a wraz z nią lojalność milionów abonentów. Dziś żeby trwać, muszą desperacko walczyć o wpływy z emisji reklam, co ostatecznie przypieczętowało ich wtórna (funkcjonalną) prywatyzację – żyjąc prawie w całości z reklam, służą prawie wyłącznie interesom prywatnym reklamodawców, dostawców programów oraz swoich pracowników (w tym przypadku „prawie” nie czyni różnicy). Dramatyzm sytuacji wymaga więc podjęcia radykalnych działań. Żerujące na tych mediach koterie chcą wyłącznie takich zmian, które zapewnią „zwiększenie ściągalności abonamentu”. Gdyby tak się stało, byłby to epokowy triumf politycznego cynizmu i prywaty nad interesem publicznym. Rzeczywistą reformę naszych mediów publicznych należy bowiem zacząć od podstaw, czyli od określenia celów ich istnienia i ustanowienia publicznej kontroli nad

nimi. Punktem wyjścia musi być szczegółowa, jakościowa definicja misji publicznej, oparta na protokole do traktatu amsterdamskiego, w którym zapisano, że celem mediów publicznych ma być zaspokajanie demokratycznych, społecznych i kulturalnych potrzeb społeczeństwa oraz zwiększanie pluralizmu w sferze mediów. Zadaniem proponowanego programu badawczego byłoby właśnie ustalenie, jakie to mianowicie konkretne potrzeby demokratyczne, społeczne i kulturalne miałyby być zaspokajane przez nasze odnowione media publiczne i jak powinny one to czynić, by stanowić rzeczywistą alternatywę dla mediów prywatnych. Żeby to zrobić rzetelnie i realistycznie, i na tej podstawie sformułować taki katalog zadań programowych, które dadzą się przenieść na grunt praktyki programowej, a także by można było kontrolować stopień i jakość realizacji tych zadań, konieczne są gruntowne studia łączące perspektywę medioznawczą z politologiczną, socjologiczną i kulturoznawczą. To wyzwanie na miarę naszych potrzeb. Trzeba wierzyć, że także na miarę możliwości startujących *nauk o mediach*.

Drugi pomysł na opracowanie kompleksowego programu badawczego kształtującego tożsamość *nauk o mediach* powinien dotyczyć wpływu mediów komercyjnych na różne obszary życia społecznego. Pojawienie się tych mediów w Polsce to efekt transformacji systemu politycznego i ekonomicznego. Ich dynamiczny rozwój szybko spowodował, że same zaczęły wywierać głęboki wpływ na politykę, gospodarkę, kulturę i całe życie społeczne. Z jednej strony odzwierciedlając zachodzące przemiany, a z drugiej kreując nowe trendy i metodycznie rozszerzając swoje pole oddziaływania, media komercyjne stały się głównym czynnikiem (a przynajmniej promotorem) zmian modernizacyjnych w Polsce. Próba całościowego zbilansowania tych zmian, ze szczególnym uwzględnieniem ich wpływu na wzory tożsamości i wzorce osobowe, pożądane modele ka-

riery zawodowej i aspiracje życiowe, budowanie kapitału społecznego, a także przekonania normatywne i sposoby porozumiewania się Polaków, pozwoli określić głębokość zachodzących zmian. W szczególności chodziłoby o ustalenie, czy zmiany stymulowane przez media prywatne mają płytki i powierzchowny charakter, zauważalny tylko w polu widzenia tych mediów, czy też sięgają głębszych pokładów naszej mentalności, obyczajowości i kultury oraz czy nadawane przez te media treści (będące sformatowaną transmisją zachodniej kultury popularnej) zwiększają czy zmniejszają umiejętności adaptacyjne Polaków. Na podstawie takich studiów będzie można, z jednej strony, konstruować standardy społecznej odpowiedzialności mediów, dające podstawę do egzekwowania ich rzeczywistej odpowiedzialności (np. poprzez samoregulację), a z drugiej – opracować kompleksowy program edukacji medialnej, budzącej krytyczny stosunek do mediów, a przez to podnoszącej wymagania stawiane im przez odbiorców. Jak się wydaje, zdolność do realizacji wskazanych wyżej zadań badawczych i praktycznych będzie testem społecznej użyteczności *nauk o mediach*, którego nasi medjoznawcy nie unikną, a ściąganie z zagranicznych publikacji nie wystarczy, by go zdać.

Wreszcie trzecim, wartym podjęcia, programem badawczym budującym tożsamość *nauk o mediach* powinna być długofalowa obserwacja reakcji „starych” mediów na ekspansję internetu oraz ich koegzystencja z „nowymi” mediami w środowisku komunikacji sieciowej. Pora zaprzestać spekulowania na temat przyszłości prasy drukowanej i szans jej przetrwania, nie ma też sensu litować się nad losem wydawców gazet, tracących zyski, i dziennikarzy prasowych, tracących pracę. Skoro tak się dzieje w wielu krajach wysoko rozwiniętych, znaczy to, że tak być musi. Widocznie jest to elementem dokonujących się przemian cywilizacyjnych. Zamiast więc martwić się tym, co zanika, lepiej obserwować to, co się rodzi i roz-

wija. A wszystkie dotychczasowe badania pokazują, że komunikacyjna aktywność ludzi wcale nie maleje, nawet rośnie, zmieniają się zaś jej formy. Należy zatem uważnie śledzić te zmiany z obu, by tak rzec, końców, tzn. zarówno od strony dostawców i nadawców treści medialnych, jak też odbiorców i użytkowników tych treści. To, że media elektroniczne radzą sobie niezgorzej w wymogami „cyfrowej konwergencji”, widać gołym okiem, bardziej problematyczne jest zderzenie z siecią mediów drukowanych. Ludzie czytają mniej prasy i książek, ale to nie znaczy, że w ogóle mniej czytają, bo przecież internet zalewa nas potokiem słowa pisanego. Rzecz w tym, jakie to są słowa, jak są czytane i pojmowane. Także to, że „dzieci sieci” dojrzewają inaczej niż ich rodzice wychowani na „starych” mediach, wiemy bez lektury książek Dona Tapscotta, ale już jego zachwyty nad inteligencją i kreatywnością pierwszego pokolenia ukształtowanego przez internet wymagają sprawdzenia. Bo jeśli to prawda, należałoby cieszyć się z upadku prasy i spadku czytelnictwa książek, zachęcając młodzież do czerpania z internetu pełnymi garściami, trzeba by też co rychlej ustalić, jakie to cechy „nowych” mediów sprawiają, że tak bardzo górują one nad „starymi” mediami. Z drugiej jednak strony nie można lekceważyć alarmistycznych głosów, które wskazują na dokładne odwrotne skutki ekspansji „nowych” mediów, tzn. na spłylenie, a nawet regres inteligencji ludzi poświęcających im sporo czasu. Tak czy inaczej, jest co badać. Tym bardziej, że nie można w sposób prosty przenosić ustaleń zachodnich badaczy na nasze społeczeństwo, bo „nowe” media wkraczają w rzeczywistość kraju zapóźnionego w rozwoju. Priorytetowym celem naszych badaczy powinno być więc ustalenie, czy rozwój „nowych” mediów pozwoli szybciej przezwyciężyć owo zapóźnienie, czy też będzie utrwałać, a może nawet pogłębiać dystans cywilizacyjny dzielący nas od krajów wyżej rozwiniętych.

Jak łatwo zauważyć, żaden z trzech proponowanych programów badawczych nie epatuje oryginalnością i pomysłowością, za to wszystkie dotyczą zjawisk o fundamentalnym znaczeniu dla rozwoju naszego systemu społecznego. Bo tak w moim najgłębszym przekonaniu powinien wyglądać start nowej dyscypliny badawczej. Nie oznacza to, że nie powinno w niej być miejsca dla oryginalnych pomysłów, nowatorskich rozwiązań czy pionierskich eksperymentów, ale nie one powinny wyznaczać główny nurt *nauk o mediach* w początkowym stadium ich konsolidacji i rozwoju. Zacząć należy od zbilansowania dotychczasowego dorobku pol-

skiego medioznawstwa i uruchomienia takich programów badawczych, które zbiorowym wysiłkiem wielu środowisk i instytutów ukażą, jakie są polskie media i jak wpływają na naszą rzeczywistość. To fundament. Dopiero na nim można, a nawet należy rozwijać nowe pomysły.

Programowy artykuł Marka Jabłonowskiego i Tomasza Gackowskiego kończy się zaproszeniem do dyskusji. Moje uwagi są odzewem na to zaproszenie. Jeśli sprowokują one do krytycznej refleksji podczas zbliżającej się konferencji Instytutu Dziennikarstwa UW poświęconej „Tożsamości nauk o mediach”, spełnią pokładane w nich nadzieje autora.