

Po konferencji Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

Środowisko badaczy mediów od lat zabiegało o instytucjonalną samodzielność medioznawstwa, by wspomnieć choćby wnioski i postulaty, płynące z obrad I Ogólnopolskiego Kongresu Politologii (22–24 września 2009)¹ czy II Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej pt. „Autonomia nauki o komunikowaniu” (15–17 września 2010). Decyzją z dnia 8 sierpnia 2011 r. Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego *nauki o mediach* zostały umieszczone w ministerialnym wykazie dyscyplin naukowych. Tożsamości starej-nowej dyscypliny została poświęcona doroczna konferencja Instytutu Dziennikarstwa Uniwer-

sytetu Warszawskiego, obradująca w dniach 22–23 czerwca 2012 r. Wzięli w niej udział przedstawiciele prawie wszystkich ważniejszych środowisk akademickich i uczelni kształcących dziennikarzy. Przedstawiamy obszerne sprawozdanie z konferencji, pióra dr. Tomasza Gackowskiego – jednego z jej organizatorów – oraz refleksje pokonferencyjne dr. hab. Wiesława Sonczyka. Wszystkich badaczy mediów zapraszamy do dalszej dyskusji nad kondycją, przyszłością i metodologią nauk o mediach. Informujemy także, że większość referatów przedstawionych na konferencji znajdzie się w przygotowywanej publikacji.



Konferencja „Tożsamość *nauk o mediach*”, czyli medioznawcza polifonia starej-nowej dyscypliny naukowej

Tomasz Gackowski

Konferencja Instytutu Dziennikarstwa UW pt. „Tożsamość *nauk o mediach*” miała w zamierzeniu stać się forum wymiany opinii polskich badaczy mediów i komunikacji społecznej poświęconych tożsamości dyscypliny, a w szczególności jej zakresowi przedmiotowe-

mu i metodologii badań. Organizatorzy konferencji liczyli na podjęcie – wspólnie z jej prelegentami i uczestnikami – próby stworzenia wizji tego, jak powinna kształtować się nowa-stara dyscyplina naukowa oraz w którą stronę winna się rozwijać. Do zabrania głosu zaproszono

¹ Zob. Panel dyskusyjny: „*Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?*”, „*Studia Medioznawcze*” 2009, nr 4, s. 13–80.

profesorów ze wszystkich wiodących ośrodków akademickich, prowadzących kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Obrady konferencji, otwarte przez prof. Tadeusza J. Tomaszewskiego, prorektora ds. naukania i polityki kadrowej Uniwersytetu Warszawskiego, oraz prof. Janusza W. Adamowskiego, dziekana Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, rozpoczęło wystąpienie prof. Tomasza Goban-Klasa, który podjął się próby uchwycenia istoty nauk o mediach. Zwrócił szczególną uwagę na interdyscyplinarne i eklektyczne korzenie medioznawstwa oraz jego wieloaspektowy rozwój w ostatnich kilkadziesiąt lat. Podkreślił, że nauki o mediach wydają się najbardziej dynamicznie rozwijającą się dyscypliną naukową, czego dowodem jest coraz większa liczba konferencji i publikacji poświęconych tematyce medioznawczej: „Badacze mediów – w ich najszerszym społecznym znaczeniu: środków ludzkiego komunikowania – mają więc do studiowania dynamicznie rozwijające się, poznawczo fascynujące, przenikające wszystkie sfery życia społecznego środowisko wirtualne. Jednakże nie ma róży bez kolców: tempo – jak ją nazwał Roger Fidler – mediamorfozy, jest tak wielkie, a zmiany tak znaczące, że dane i tezy zawarte w monografiach wydanych zaledwie kilka lat temu już zdają się przestarzałe, nadzieje wyrażane w referatach płonne, a obawy publicystyczne – zbyt optymistyczne lub – przeciwnie – alarmistyczne”. Prof. Goban-Klas zauważył nadto, że najbardziej istotną kwestią w rozwoju nauk o mediach jest fundamentalna potrzeba tworzenia teorii funkcjonowania mediów, paradygmatów i konceptów, mogących tłumaczyć różnorodność spektrum zależności wynikających z ekspansywnej obecności mediów w życiu każdego człowieka. Mniej ważne wydają się być zagadnienia związane z metodologią badań medioznawczych, które zrazu winny mieć charakter multidyscyplinarny i pragmatyczny – po prostu służyć jak najlepszemu zbadaniu

przedmiotu analizy. Postulat tworzenia horyzontalnych teorii funkcjonowania mediów jest o tyle niezbędny, o ile dostrzegalna jest, zdaniem prof. Goban-Klasa, coraz większa specyfikacja i specjalizacja badawcza, która w konsekwencji prowadzi do budowania gett naukowych: „Dynamiczny przyrost badań i informacji, widoczny we wszystkich dyscyplinach nauk społecznych, jest szczególnie widoczny w naukach o komunikowaniu i mediach (wystarczy przejrzeć eksplodujące zasoby czasopism internetowych). Gdy jeszcze kilkanaście lat temu można było być medioznawcą, bez dodatkowych określeń specjalizacji, to dzisiaj zakres wiedzy eksperckiej stale się zawęża. Jak niegdyś pisał José Ortega y Gasset w *Buncie mass*, specjalizacja doprowadza do tego, że wie się niemal wszystko, ale o coraz mniejszym zakresie, więc w końcu wie się niemal wszystko, ale o niczym. Na pewno ta sytuacja stwarza swoiste intelektualne getta, gdzie działają towarzystwa wzajemnej adoracji, albo kwitnie naukowa grypsersa, w których nie ma szerszego zrozumienia innych specjalności z danej dziedziny, a więc i tworzenia ogólnych teorii”.

Prof. Tomasz Goban-Klas zwrócił również uwagę uczestników konferencji na problem nielicznych badań empirycznych, które tak naprawdę powinny stanowić rudymenta starej-nowej dyscypliny naukowej. Wyliczał, że zbyt mało współcześni badacze mediów korzystają z możliwości, jakie dają im komputery oraz dynamicznie rozwijające się oprogramowanie, a także przebojem zdobywające świadomość człowieka XXI w. nowe media. Kierownik Katedry Komunikowania i Mediów Społecznych UJ stwierdził ponadto, że w polskich wydawnictwach należy przełamać dominację odniesień do anglojęzycznych autorów, którzy królują w przypisach przytłaczającej większości prac naukowych polskich badaczy. Prof. Goban-Klas zakończył swoje wystąpienie postulatami „repolonizacji badań mediów w Polsce”, a także uwagą, że w ciągu następnych dwóch,

trzech lat należałoby podjąć starania o to, aby w nazwie ledwo co zarejestrowanej dyscypliny znalazł się jednak termin akcentujący fakt procesualnego charakteru medioznawstwa, a więc „komunikowanie”.

Drugim z kolei prelegentem był prof. Jerzy Bralczyk. Jego referat, będący owocem współpracy z doc. dr Grażyną Majkowską, został poświęcony językowym aspektom funkcjonowania mediów. Wspominając referat prof. Skowronka z Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie pt. *Mediolingwistyka. Założenia koncepcji* wygłoszony w marcu 2012 r. podczas III Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Oblicza nowych mediów”, prof. Bralczyk wyraził przekonanie, że owa mediolingwistyka, biorąc pod uwagę wkład językoznawców w poznanie tego, czym są i jak funkcjonują w przestrzeni społecznej media, z pewnością mogłaby być jedną z czołowych subdyscyplin właśnie *nauk o mediach*. Język mediów jest bowiem równoległe przedmiotem rozważań i medioznawców, i językoznawców, miejscem zaś wspólnym dla tych refleksji – zdaniem prof. Bralczyka i doc. dr Majkowskiej – wydaje się być język medialnego dyskursu. Jeśli dyskurs, i do tego medialny, to nie ulega wątpliwości, że jednym z głównych problemów badawczych medioznawstwa winien być lingwistyczny status języka mediów – tego języka, którym posługuje się personel medialny (reporterzy, redaktorzy, wydawcy, publicyści itd.) oraz tego, który ostаточно święci triumfy na łamach gazet, antenach stacji radiowych i telewizyjnych czy portalach internetowych i platformach społecznościowych w ramach obserwowanej interakcji społecznej, a więc również komunikacyjnej. Autorzy referatu zwracają więc uwagę na to, jak język mediów służy z jednej strony informowaniu, z drugiej zaś komunikowaniu. W mediolingwistycznych rozważaniach nie można również pominąć ludycznego charakteru języka dyskursu medialnego. Tego, jak język służy medialnej rozrywce.

Prof. Bralczyk w dalszej części wystąpienia, stawiając diagnozę stanu współczesnych badań nad językowymi aspektami funkcjonowania mediów, wyróżnił cztery główne płaszczyzny lingwistycznych badań empirycznych: statystyczne, genologiczne, funkcjonalne i pragmatyczne. Ponadto, w ramach podsumowania, zdecydował się wymienić te problemy badawcze, które obecnie zyskują na wartości w mediolingwistycznej perspektywie *nauk o mediach*, zaliczając do nich: wulgaryzację języka, okcydentalizację i amerykańzację, językową agresję oraz nonszalancję, ingrację, a więc również różne techniki manipulacji prowadzącej tak naprawdę do iluzji komunikacyjnej, wreszcie zagadnienie paktów gatunkowych i potrzeby badań nad językiem gatunków, które w dobie zacierającego granice internetu przeżywają swoje ponowne narodziny, a niejednokrotnie intrygujące redefinicje. Owo przemieszanie form oraz eklektyczność mediów utrwala zróżnicowanie gatunkowe. To z kolei, zdaniem prof. Bralczyka i doc. dr Majkowskiej, prowadzi m.in. do marginalizacji zjawiska transmisyjności kultury przez media, ta funkcja bowiem zwyczajnie zanika.

Puenta wystąpienia prof. Bralczyka przybrała postać z jednej strony postulatu, z drugiej zaś prognozy. Mianowicie, rozwój koncepcji medioznawczych i lingwistycznych winien być (musi być) komplementarny, a wtedy wszelkie generalizacje będą dla obu dyscyplin wiążące.

W zastępstwie nieobecnego prof. Jacka Sobczaka jego referat poświęcony prawnym uwarunkowaniom funkcjonowaniu mediów wygłosił prof. Jędrzej Skrzypczak z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Na wstępie prof. Skrzypczak zauważył, że we współczesnym polskim systemie prawnym wyraźnie dąży się do „przyznania dziennikarzom szerokiego immunitetu personalnego, co wydaje się być szczególnie groźne dla spokoju społecznego w państwie. Dążenie do pełnej nieodpowiedzialności dziennikarza za słowo może prowadzić

do uczynienia ze środków społecznego przekazu wygodnego narzędzia manipulacji politycznej. Już dzisiaj dziennikarze, głosząc przy pełnej aprobacie społecznej, że stanowią tzw. czwartą władzę, w istocie rzeczy zdają się już pełnić rolę władzy ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej i kontrolnej – gdyż najlepiej wiedzą, jaki powinien być kształt ustaw, mają najlepsze recepty na to, jak rządzić, a także na to, jakie orzeczenia winien wydać sąd w konkretnych sprawach”. Zdaniem prof. Sobczaka istotnym czynnikiem wpływającym na prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów jest „swoisty model dziennikarza, człowieka przekonanego o własnej nieomyślności, niemającego wątpliwości co do słuszności stawianych tez i wyrażanych poglądów, nie zawsze czytanego i częstokroć prezentującego katastrofalne braki w zakresie tzw. wiedzy ogólnohumanistycznej, a jednocześnie charakteryzującego się brakiem tolerancji czy zrozumienia dla poglądów innych, niechęcią przyznawania się do błędów, brakiem odwagi, niezależności, prawdomówności, skłonnością do kręactwa”. Surową ocenę środowiska dziennikarskiego prof. Sobczak potwierdził przykładami łamania i nieprzestrzegania kodeksów etyki zawodowej, stwierdzając, że tak naprawdę standardy etyki dziennikarskiej spisane w różnych kodeksach są dla mediów tylko i wyłącznie istotnym elementem tworzenia mechanizmu przekonywania opinii publicznej, że „środki przekazu i pracujący w nich dziennikarze nie potrzebują żadnej kontroli, gdyż legitymują się wysokimi standardami moralnymi i wypracowanymi metodami samokontroli”. Należy także pamiętać, jak stwierdził autor wystąpienia, że wolność prasy nie jest bezgraniczna. Istotnym problemem jest również kwestia statusu zawodu dziennikarza, czyli statusu osób, które są depozytariuszami wolności słowa, a więc kogo można uznać za dziennikarza, a kogo nie. Niejasne są również, choć istotne dla rzeczoności problemu z perspektywy nie tylko prawnej,

ale również socjologicznej i wreszcie medialnej, takie pojęcia jak ‘zawód’, ‘wolny zawód’ czy ‘zawód zaufania publicznego’. Punktując kolejne kontrowersje związane z funkcjonowaniem polskich mediów w obecnym systemie prawnym, prof. Sobczak stwierdził, że obowiązująca ustawa o prawie prasowym jest „aktem normatywnym wysoce niedoskonałym i niedostosowanym do współczesnego stanu środków społecznego przekazu. Powstała 27 lat temu w zupełnie innej sytuacji politycznej, społecznej, gospodarczej i technologicznej. Mimo wielokrotnych nowelizacji zawiera w swej treści szereg kompromitujących zapisów i mimo że podnoszono to wielokrotnie w rozmaitych pracach naukowych nadal figuruje w jej treści Konstytucja Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (art. 2), istnieje Dziennik Ustaw PRL i Dziennik Urzędowy PRL »Monitor Polski« (art. 9), odwołuje się w treści do art. 254 nieobowiązującego kodeksu karnego z 1969 r. (art. 16 ust. 1), mowa w niej o sądach wojewódzkich, które już dawno temu zostały zastąpione przez sądy okręgowe (art. 20), ponadto treść ustawy odwołuje się do działalności antenowej Komitetu do Spraw Radia i Telewizji »Polskie Radio i Telewizja«, który dawno nie istnieje (art. 24), zakazuje pełnić funkcję redaktora naczelnego osobie skazanej za zbrodnię przeciwko podstawowym interesom politycznym i gospodarczym Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, jeżeli nie upłynął okres 10 lat od zakończenia odbywania kary (art. 25 ust. 3). Mowa w niej także o naczelnym i centralnym organach państwowych (art. 34 ust. 1), chociaż taki podział charakterystyczny był dla Konstytucji z 1952 r. i nie został recypowany w Konstytucji z 1997 r., ciągle widnieje także w jej treści rozdział trzeci traktujący o Radzie Prasowej, chociaż ta od lat nie jest powoływana”.

Przechodząc od diagnozy do postulatów, prof. Sobczak wskazuje, jakie winny nastąpić zmiany w polskim ustawodawstwie prasowym, np. kwestie traktowania periodycznego przekazu

zu internetowego, takiego jak np. blog, jako prasy, co z kolei prowadzi do potrzeby określenia sposobu i zakresu jej rejestrowania, następnie problem autoryzacji i prawa do zamieszczania sprostowań oraz odpowiedzi (kłopotliwe rozstrzygnięcie przez redaktora naczelnego, czy dane sprostowanie/odpowiedź zostaną opublikowane, przeczy zasadzie *nemo est iudex in propria causa*), a także kwestia prawa do tajemnicy dziennikarskiej i problem definicji „dziennikarstwa śledczego”. Wystąpienie zakończyło omówienie obowiązujących w Europie oraz w Polsce kodeksów etyki dziennikarskiej, w szczególności Kodeksu Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, spuentowane konstatacją: „W literaturze podkreśla się, że żaden kodeks etyczny nie może zawrzeć w sobie całej etyki, a tym bardziej – jej zastąpić. W żadnym z dokumentów tego rodzaju nie da się zapisać wszystkich istotnych zakazów i nakazów. Powstawanie zaś kodeksu ma źródło i początek w lęku przed podjęciem pełnej, osobistej odpowiedzialności za własne czyny”.

Powyższa opinia kapitalnie łączyła się z kolejnym referatem wygłoszonym przez ks. prof. Michała Drożdża, który podjął się rozważań nad etycznymi uwarunkowaniami funkcjonowania współczesnych mediów, postulując usystematyzowanie obszaru etycznego mediów. Stwierdził, że „mimo ogólnej akceptacji ważności wymiaru etycznego mediów, dyskusje etyczne w tym obszarze prowadzone są na różnych płaszczyznach, nie znajdując często platformy wspólnych, uniwersalnie ważnych rozwiązań. Uniwersalizm etyki mediów jest o tyle ważny, że na skutek procesów globalizacji media przekraczają granice kultur, przestrzeni aksjologicznych, domagając się tym samym uniwersalnych regulacji etycznych”. Następnie wyróżnił sześć płaszczyzn dyskusji etycznych w obszarze mediów. Pierwsza, dotycząca zagadnień raczej metaetycznych, prowadzi do poszukiwania „uniwersaliów” etycznych, wokół

których można zbudować szeroki konsensus: „Ta pierwsza płaszczyzna dyskusji etycznej dotyczy uniwersalnych principów i dlatego przebiega często na płaszczyźnie paradygmatycznej, ujawniając fundamentalne różnice stanowisk i poglądów na poziomie założeń i tez ontycznych, epistemologicznych, antropologicznych, światopoglądowych, mających decydujący wpływ na kształt budowanej na nich etyk medialnych”.

Drugą płaszczyznę zadedykowano argumentacji etycznej: „Podstawowymi celami dyskursu na tym poziomie jest ukazanie obszaru różnego rodzaju uwarunkowań działań komunikacyjno-medialnych oraz pokazanie ich znaczenia dla etycznego wymiaru mediów”. Trzecia płaszczyzna, mająca charakter spajający, dotyczy wpływu prawa i polityki medialnej na etyczny wymiar mediów i charakter obecnej w nich argumentacji etycznej. Typowymi tematami dla tego dyskursu – przekonywał ks. prof. Drożdż – byłaby odpowiedzialność społeczna ludzi mediów, rola dziennikarzy i mediów w kształtowaniu procesów społecznych itd. Czwarta płaszczyzna dotyczy wymiaru etycznego organizacji i funkcjonowania struktur medialnych: „W tej dyskusji etycznej uczestniczą przedstawiciele świata mediów z różnych szczebli ich medialnego zaangażowania (właściciele mediów, dziennikarze, politycy, różni twórcy treści medialnych)”. Piąta zaś poświęcona jest funkcjonalnym aspektom dyskursu etycznego. Mianowicie: „Przedmiotem tej dyskusji są sposoby regulacji zachowań i działań zawodowych, szczegółowe zasady kodeksów etycznych, charakter i zakres normatywności etycznej, regulującej działania zawodowe. W dyskusji tej na pierwszym planie ujawniają się praktyczne zasady działania, ugruntowane w medialnej *praxis* i uwarunkowaniach społecznych, a na dalszy plan schodzą lub zupełnie są marginalizowane fundamenty etyki oraz antropologiczno-etyczne założenia kodeksów deontologii zawodowej”. Ostatnią wyróżnioną

przez ks. prof. Drożdża płaszczyzną były zagadnienia etyki odbiorców mediów: „Przedmiotem dyskursu medialnego na tym poziomie etycznego wymiaru mediów są zagadnienia indywidualnej odpowiedzialności odbiorców mediów, subiektywizacji zasad i wartości etycznych. Na tej płaszczyźnie dyskusji ujawnia się indywidualizacja odpowiedzialności, personalizacja działań medialnych i swoista »prywatyzacja« wymiaru etycznego, rozumiana jako redukcja sfery etycznej tylko i wyłącznie do obszaru prywatności”.

Puenta wystąpienia przybrała charakter przestrogi, która każe pamiętać, że jednym z najważniejszych zagrożeń dla etyki mediów jest groźba jej instrumentalizacji oraz możliwe próby redukcji jej do pragmatycznej deontologii medialnej lub tzw. medialnych etyk pragmatycznych lub stosowanych. Ponadto, ks. prof. Drożdż, szukając statusu dyskursu etycznego w obszarze nauk o mediach, zauważył, że owocna interdyscyplinarność medioznawstwa wskazała „na potrzebę etyki nie tylko z racji jej roli, wspomagającej wartościowanie działań medialnych, ale także z powodu bycia przez nią platformą integrującą całość teoretycznych analiz, empirycznych badań oraz praktycznych działań w obszarze mediów”. To z kolei prowadzi prelegenta do odnalezienia właściwego miejsca aksjologii w perspektywie nauk o mediach: „Wartość człowieka jest platformą integrującą różne perspektywy wartościowania etycznego. Osoba jest takim dobrem, z którym nie godzi się używanie. Szacunek dla tego dobra stanowi nie tylko kryterium wartościowania wszelkich działań medialnych w kontekście wartości, ale także wyznacznik badawczego zaangażowania w poznawanie wielorakiego aksjologicznego i etycznego aspektu funkcjonowania mediów, prowadzonego w ramach interdyscyplinarnej płaszczyzny nauk o mediach”.

Na imponujący wzrost ważności technicznych aspektów rozwoju *nauk o mediach* zwró-

cił uwagę uczestników konferencji prof. Włodzimierz Gogołek, stwierdzając, że od lat 60. ubiegłego wieku współczesny człowiek trzykrotnie mniej (spadek do 9 proc.) słów odbiera za pośrednictwem tradycyjnej prasy, periodyków czy książek. Jednocześnie komputery pośredniczą obecnie w aż 30 proc. słów, jakie trafiają do nas z otoczenia. To ilustruje, zdaniem prof. Gogołka, skalę i dynamizm rozwoju technologicznych informacji mediów. Wśród nowych mediów „dominuje wideo (51 proc.), P2P (23 proc.) i przekazy odbierane za pośrednictwem stron WWW (23 proc.)”. Innym ważnym czynnikiem potęgującym intensywność odbioru informacji cyfrowych, a nie drukowanych, jest dynamiczny rozwój mobilnych narzędzi komunikacyjnych (telefony komórkowe, czytniki książek i gazet oraz inne podobne urządzenia). Umożliwiają one stały, niezależny od miejsca dostęp do zasobów informacyjnych i usługowych Sieci”. W związku z tym referent wyraził przekonanie, że jedną z ważniejszych subdyscyplin *nauk o mediach* winny być właśnie technologie informacyjne mediów (TIM), które zdefiniował jako „cyfrowe narzędzia i metody używane do operowania informacją. W szczególności idzie tu o sprzęt informatyczny i telekomunikacyjny (wykorzystywany w mediach), programy komputerowe oraz środki służące do odbioru, gromadzenia, prezentacji oraz obróbki/edycji i transmisji informacji w postaci cyfrowej. Termin IT, w stosowanej tu interpretacji, jest tożsamy z anglojęzycznym pojęciem ICT”.

W kolejnych zdaniach referatu prelegent przedstawił zakres i charakter postulowanej subdyscypliny *nauk o mediach*. Przedmiotem badań byłyby przede wszystkim komputery – w tym wszelkie oprogramowane (software) oraz sieć, czyli internet – oraz ich zastosowanie, a także wszelkie mobilne urządzenia komunikacyjne, które coraz bardziej zdają się zyskiwać na znaczeniu. Jeśli chodzi o narzędzia badawcze, to prof. Gogołek stoi na stanowisku, że kompu-

tery winny być zarazem podmiotem, jak i przedmiotem badań. Ponadto, równie ważnym podmiotem badań są oczywiście użytkownicy, twórcy i odbiorcy zawartości mediów. Badania winny mieć, zdaniem profesora, charakter (dzięki wsparciu technologicznemu) zautomatyzowany, a więc całościowy, uniwersalny: „Uniwersalność narzędzi IT – korzystanie z nich na wszystkich etapach funkcjonowania mediów, od gromadzenia informacji źródłowych do ich odbioru przez odbiorcę – umownego czytelnika, konsumenta – wskazuje na konieczność wyróżnienia, niezbędnych w mediach, elementów IT jako obligatoryjnych przedmiotów badań i edukacji w ramach specjalizacji TIM”. Chodzi tu o „problematykę umiejętnego zastosowania komputerów (wszystkich skal integracji), pracujących samodzielnie i w ramach różnej wielkości sieci. W szczególności dotyczy to umiejętności wykorzystania jak największej części ogromnego potencjału komputerów, ale także o wiedzę na temat negatywnych konsekwencji stwarzanych przez technologie informacyjne oraz sposoby ich unikania w ramach przedmiotu obejmującego zagrożenia bezpieczeństwa teleinformatycznego”.

Prof. Gogołek zasygnalizował także pokrótce najważniejsze tematy rozważań w ramach rozwoju technologii informacyjnych mediów, takie jak: CMC, Wii/Kinect, Augmented Reality, VPN, Intranet, SEO, reklama online, *social media*, a więc UGC lub CGM, czyli Web 2.0, urządzenia mobilne (smartfony, tablety itd.) a więc także i Web 3.0, czy wreszcie logistyka mediów, która „stanowi kolejny element specjalności TIM. Dotyczy ona kompetencji niezbędnych w każdej instytucji medialnej w zakresie logistyki. Wiedza w tym zakresie obejmuje wszystkie kluczowe problemy związane z projektowaniem, budową i funkcjonowaniem wydawnictw gazet i periodyków, stacji radiowych i telewizyjnych oraz nowych mediów. Ponadto logistyka mediów obejmuje zaplecze techniczne zastosowań technologii informacyj-

nych do gromadzenia, obróbki i dystrybucji cyfrowych materiałów medialnych”.

Istotnym wątkiem wystąpienia prof. Gogołka były także narzędzia i metody badawcze stosowane w ramach technologii informacyjnych mediów. Zwrócił szczególną uwagę na narzędzia rafinacji informacji sieciowych, takich jak Attentio, Radian6, Sysomos, NetBase, Collective Intellect, Alterian, Google Alerts, jako kapitalną pomoc w badaniach nad komunikacją skomputeryzowaną. Konkluzja referatu przybrała postać diagnozy: „Zapewne technologie informacyjne mediów, ze względu na ich inżynierskie zabarwienie, będą budziły wiele kontrowersji w przyjęciu ostatecznego (oddalającego się jak horyzont) kształtu tożsamości nauk o mediach. Jednak ich obecność w świecie pracy dziennikarskiej jest nieodwracalna”.

Kolejnym mówcą był prof. Tadeusz Kowalski, który – wraz z nieobecnym prof. Bohdanem Jungiem – podjął się próby zanalizowania ekonomicznych badań nad mediami w perspektywie konstytuującej się dyscypliny *nauk o mediach*. Swoje wystąpienie rozpoczął od przeglądu badań ekonomicznych nad mediami, sięgając aż do XIX w. i prac Karola Estreichera. Przypomniał uczestnikom konferencji najważniejsze prace z ostatnich dwóch stuleci, ich przełomowe hipotezy i pozytywne weryfikacje. Zwrócił szczególną uwagę na trzy ścieżki rozwoju badań ekonomicznych nad mediami: przez rozwój reklamy, poprzez państwowe subside, wreszcie ze względu na sytuacje kryzysowe. „Ilekcio media znajdują się w niepewnej sytuacji finansowej, wzrasta zapotrzebowanie na ekonomiczne analizy i badania”. W ramach tych trzech ścieżek prof. Kowalski wyróżnił dwa nurty badań. Pierwszy, dotyczący analizowania mediów w kategoriach teorii ekonomii (ekonomii politycznej), a więc badania na poziomie metateoretycznym, nazwane nurtem metateoretycznym ekonomii politycznej komunikowania. Drugi to nurt praktyki i zastosowań, bliższy mikroekonomii, zwany też nurtem

mikroekonomicznych aspektów funkcjonowania mediów. Przegląd najważniejszych podejść w ekonomice mediów doprowadził prof. Kowalskiego do określenia przedmiotu badań: „W najbardziej ogólnym ujęciu dość oczywiste wydaje się stwierdzenie, że jest to taka dziedzina, która łączy studia medioznawcze z ekonomią. Z takiego rozumienia przedmiotu wynika oczekiwanie zdolności do identyfikacji i analizy najważniejszych sił ekonomicznych wywierających wpływ na decyzje i wybory podejmowane przez tych, którzy zarządzają mediami, a tym samym do wyjaśniania i rozumienia, jak działają i są zarządzane firmy medialne”.

Rozważania natury terminologicznej i przegląd różnych definicji ekonomiki mediów prowadzą prelegenta do następującego ujęcia: „Ekonomika mediów koncentruje swoje zainteresowania przede wszystkim na poziomie mikroekonomii, ale działalność firm medialnych jest w poważnym stopniu determinowana czynnikami natury makroekonomicznej. Dość często, analizując relacje zachodzące między mediami a gospodarką jako całością, wskazuje się na to, że media niejednokrotnie rozwijają się szybciej niż cała gospodarka w okresach dobrej koniunktury i wzrostu, ale zarazem silniej odczuwają kryzys i spowolnienie. Wysokie uzależnienie mediów od rynku reklamy, a więc od marketingowych budżetów firm z innych sektorów, tłumaczy – w znacznym stopniu – występowanie tej ogólnej zależności. Innym ważnym elementem jest poziom dochodów w dyspozycji konsumentów, a także ogólna ocena perspektyw rozwojowych”. Ważnym elementem rozważań prof. Kowalskiego jest wskazanie czterech płaszczyzn analizy ekonomicznego oblicza instytucji medialnych, tj. wzory oficjalne, wzory komercyjne, wzory partykularne i wzory nieformalne.

Obecnie coraz częściej można zauważyć prace, które – zdaniem autorów referatu – „wychodzą poza tradycyjne pole dociekań ekonomiki mediów i ekonomii politycznej komuni-

kowania, zwłaszcza poprzez większe zainteresowanie dla struktury systemów medialnych, zarządzania mediami oraz telekomunikacji i informatyki”. Wystąpienie profesorów Kowalskiego i Junga zakończyło przedstawienie głównych, bardzo szeroko określonych – śladem brytyjskiego programu badawczego z lat. 90 pt. „Media Economics and Media Culture” – kierunków rozwoju ekonomiki mediów: zagadnienie pluralizmu mediów w kontekście regulacji konkurencji i własności, infostrada – struktura rynkowa, dostęp i konsekwencje dla obywateli, prawne dostosowanie w zakresie regulacji zmieniających się mediów, komunikowanie polityczne i demokracja, przemysły kultury: biografia wybranych produktów kultury, etnografia BBC: redefinicja usług publicznych, przemysłowe metody produkcji telewizyjnej oraz produkcja dóbr kultury na przykładzie muzyki.

Kolejnym prelegentem konferencji poświęconej tożsamości *nauk o mediach* był prof. Jerzy Olędzki, który w formie zasygnalizowania wybranych tez, podjął się próby określenia przestrzeni funkcjonowania public relations w granicach nowej dyscypliny. Pierwsza teza głosiła, że zarządzanie wizerunkiem i komunikacją określonego podmiotu jest fundamentalną i najważniejszą cechą decydującą o wyodrębnieniu się w XX w. public relations jako odrębnej subdyscypliny wiedzy i praktyki komunikowania się z otoczeniem. Druga zakłada, że specjaliści od PR, mając wpływ na opinię publiczną, muszą poczuwać się do odpowiedzialności za wymiar i charakter komunikacji społecznej względem obsługiwanej organizacji-klienta, ale również, a może przede wszystkim, względem społeczeństwa. Trzecia teza przedstawiona przez prof. Olędzkiego przybrała charakter nienegocjowalnego warunku poprawnego funkcjonowania komunikacji publicznej, a mianowicie: działalność dziennikarza musi być jednoznacznie oddzielona od zawodu specjalisty ds. public relations.

Prof. Olędzki sytuował problematykę public relations oraz marketingu medialnego w centrum rozważań starej-nowej dyscypliny *nauk o mediach*, a swoje wystąpienie zakończył stwierdzeniem, że „Public relations jako dyscyplina teoretyczna jest w permanentnej fazie rozwoju. Jej dorobek w Polsce jest jeszcze niewielki, ze względu na stosunkowo krótki okres jej uprawiania (datowany od 1991 r., daty powstania pierwszej firmy, która świadczyła usługi public relations), jednak w swojej kolebce – Stanach Zjednoczonych – public relations jako dyscyplina teoretyczna rozwija się i współistnieje wraz z public relations jako dyscypliną stosowaną. Wobec tego warto byłoby upowszechnić szerzej dokonania naukowców działających na tym polu już od dziesięcioleci, i w ten sposób pobudzić również dyskurs naukowy w Polsce”.

Wybrane tezy związane z kolei z komunikowaniem politycznym i marketingiem politycznym przedstawił prof. Jan Garlicki. Komunikowanie polityczne jest z jednej strony dziedziną badań naukowych, z drugiej zaś dziedziną życia politycznego i publicznego. Prelegent stwierdził, że komunikowanie polityczne stanowi przedmiot badań leżący na skrzyżowaniu nauk o mediach oraz nauk o polityce, zauważył jednak pewne różnice w podejściu badawczym: „Naukę o mediach w większym stopniu interesują metody i formy komunikowania, bada m.in. problematykę PR, reklamy politycznej i funkcjonowania mediów masowych (co nie oznacza, że do tego się ogranicza). Politologia bardziej koncentruje się na roli komunikowania politycznego i mediów w życiu politycznym oraz na *contencie* publicznego i politycznego komunikowania”. W kolejnych zdaniach prelegent rozważał różnice i elementy wspólne między komunikowaniem politycznym i marketingiem politycznym, odwołując się do znanego paradygmatu CPM Lees-Marshment (Comprehensive Political Marketing). Ostatecznie uznał marketing polityczny za dyscyplinę nauki,

a „czynnikiem wyróżniającym i konsolidującym tę dyscyplinę będzie przedmiot naukowych dociekań, który stanowią: z jednej strony – wyjaśnianie mechanizmów zdobywania i sprawowania władzy (zwłaszcza w aspekcie interakcji, tworzenia długofalowych relacji i pozyskiwania poparcia), a z drugiej – opis nowoczesnych sposobów komunikowania politycznego i dynamicznych przeobrażeń w tym obszarze wywoływanych między innymi poprzez rozwój i wzrost znaczenia nowych mediów”.

Tematyka związana z genologią dziennikarską była przedmiotem referatu autorstwa prof. Kazimierza Wolny-Zmorzyńskiego oraz dr. hab. Andrzeja Koziela. Prof. Wolny-Zmorzyński, w imieniu obu autorów, dokonał przeglądu rozwoju genologii dziennikarskiej, będącej – jak sami autorzy zauważyli na wstępie – „młodą gałęzią nauki, wywodzącą się z teorii literatury i genologii literackiej”. Korzeni genologii autorzy szukali już u Arystotelesa w *Poetyce*, a przegląd stanu badań nad genologią dziennikarską rozpoczęli od felietonu Kamila C. Norwida *O felietonie felieton* z 1851 r. Przegląd zapewne kompletnej literatury, dotyczącej genologii w ogóle, a dziennikarskiej w szczególności, autorzy zakończyli wyróżnieniem następujących rodzajów medialnych: literacki, dziennikarski, filmowy, reklamowy, naukowy, teatralno-estradowy, muzyczny i sztuk pięknych, a wśród gatunków dziennikarskich – informacyjne, publicystyczne i pograniczne. Badacze zauważyli, że „identyfikując, badając i typologizując współczesne gatunki medialne, najwięcej uwagi należy poświęcić elementom formalnym, kryteriom funkcji przekazu – tej nadanej i tej faktycznie pełnionej oraz kontekstowi sytuacyjnemu, w jakim realizują się przekazy. Zajmowanie się treścią, choć niewątpliwie konieczne i pomocne w pełnej charakterystyce wypowiedzi, ma znaczenie pomocnicze”. I tak, obaj autorzy wskazali następujące wyznaczniki gatunków dziennikarskich: styl, ujęcie tematu

i stosunek do niego autorów samego przekazu, kompozycja, linie typograficzne oraz rola i miejsce w przekazie podmiotu autorskiego, ostrzegając jednocześnie przed tzw. *gonzo journalismem*: „Nie przekonują argumenty przeciwników genologii wysuwane np. przez niektórych dziennikarzy. Wskazują oni na jałowość tworzenia podziałów i typologii, kwestionują potrzebę definiowania cech gatunkowych wypowiedzi, uzasadniając to zbyt szybkimi zmianami w obrębie poszczególnych wzorców wypowiedzi, powstawaniem form granicznych i hybrydowych. Skrajną alternatywą dla porządku gatunkowego w mediach jest postulat zacierania różnic tak międzyrodzajowych, jak i międzygatunkowych, dowolne korzystanie z różnych konwencji także pozadziennikarskich, bez związku z celem publikacji i warunkami, w jakich powstaje, albo całkowite jego odrzucenie wraz z niektórymi zasadami etyki zawodowej. Postawa taka, określana często jako *gonzo journalism*, neguje tradycyjne konwencje gatunkowe, subiektywizm i błyskotliwość formy stawiając ponad dziennikarską rzetelność”.

Kolejnym mówcą był nestor polskiego medioznawstwa prof. Walery Pisarek z Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, który poświęcił swój referat terminologii nauk o mediach. Na wstępie zauważył, że: „Nauce, rozumianej zarówno jako działalność naukowa, jak i jako wiedza naukowa, przypisuje się dwa niezwykłe atrybuty: intersubiektywnej sprawdzalności oraz intersubiektywnej komunikowalności. Twierdzenie, którego prawdziwości nie sposób zweryfikować lub sfalsyfikować, nie zasługuje na miano twierdzenia naukowego. I analogicznie: twierdzeniom i wszelkim sądom, których nie da się jednoznacznie eksplikować i przekazać innym osobom tak, by je zrozumieli jednoznacznie i dokładnie, mamy prawo odmówić miana twierdzeń i sądów naukowych”. Zaraz potem stwierdził, że tak naprawdę gwarantem wspomnianej intersubiek-

tywnej sprawdzalności każdej dyscypliny naukowej jest jej metodologia, a rzeczony intersubiektywnej komunikowalności – język. Stąd też badacz wyprowadził wniosek, że „o naukowości dyscypliny »nauki o mediach« ma świadczyć ich (tzn. tych nauk) metodologia i ich terminologia”.

Prof. Pisarek rozważał też niefortunność nazewnictwa nowej dyscypliny naukowej wpisanej w sierpniu 2011 r. w rejestry Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego: „Nowa urzędowa nazwa naszej dyscypliny pod względem formalno-funkcyjnym nie jest najszczęśliwsza. Odznacza się bowiem absolutną bezpłodnością słowotwórczą w przeciwieństwie do prasoznawstwa i medioznawstwa z ich przymiotnikami *prasoznawczy*, *medioznawczy*; przysłówkami *prasoznawczo*, *medioznawczo* i nazwami agensa *prasoznawca*, *medioznawca*. Można się więc spodziewać, że poza ściśle oficjalnymi kontekstami częściej niż nazwy *nauki o mediach* używać się będzie dominującej dziś nazwy *medioznawstwo*”.

Ponadto, przekonywał prof. Pisarek, niejasność tożsamości nowej dyscypliny wynika z czterech przyczyn rozpoznanych i opisanych przez niego już przed 40 laty. Mianowicie, po pierwsze: historycznej – wielu badaczy komunikowania masowego kształciła się na uniwersyteckich wydziałach filologii, socjologii, filozofii, psychologii, historii, ekonomii, prawa, itd., przez co będą mieli oni naturalną skłonność do utożsamiania się z swoją macierzystą dyscypliną; po drugie: teoretyczno-metodologicznej – wielu badaczy komunikowania masowego nie traktuje tej wiedzy jako samodzielnej dyscypliny naukowej, w tym sensie co np. językoznawstwo, socjologia czy psychologia. Prof. Pisarek zauważył też, że nie tylko w Polsce liczne grono badaczy jest w stanie traktować medioznawstwo raczej tylko jako technologię aniżeli samodzielną dyscyplinę naukową; po trzecie: instytucjonalnej – istnieje wiele instytucji naukowych prowadzących badania nad

komunikowaniem masowym – od uniwersytetów, przez akademie nauk i politechniki, po placówki pracujące na potrzebę rządów, partii i innych organizacji. Wreszcie, po czwarte: ideologicznej – badania nad komunikowaniem masowym wiążą się po prostu ściśle z życiem społecznym i politycznym. Tym tropem prof. Pisarek dochodzi do interdyscyplinarnej i metaforycznej konstatacji jednego z Ojców Założycieli medioznawstwa – Wilburna Schramma: „Przez wiele lat uczeni, podróżując według map swoich dyscyplin, zatrzymywali się, by się przyjrzeć problemom komunikowania, podobnie jak podróżnicy zatrzymujący się dla odświeżenia w jordańskiej oazie, i ruszali dalej. Nawet Czterej Ojcowie Założyciele (»Founding Fathers«), choć przebywali dłużej i zbudowali więcej niż inni im współcześni, [...] zachowali związki i sposoby postępowania właściwe swym akademickim stylom życia. Hovland i jego uczniowie pozostali psychologami; Lazarsfeld i jego uczniowie – socjologami; Lasswell i jego uczniowie – politologami”.

Nestor polskiego medioznawstwa przypomniał, że rozwój polskiego prasowalstwa czy też medioznawstwa miał charakter jak najbardziej multidyscyplinarny, gdyż „polscy badacze odbierali zachodnie koncepcje teoretyczne, pomysły metodologiczne, a także wyniki badań przez filtry swoich dyscyplin macierzystych. I trudno się temu dziwić, skoro swoich doktorantów i promowanych przez siebie habilitantów musieli ustawiać zgodnie z wymaganiami macierzystych dyscyplin. Znamiennej powściągliwość w deklarowaniu własnej afiliacji dyscyplinarnej (czy też pochodzenia dyscyplinarnego) można było obserwować u uczestników panelowej debaty nad tożsamością nauki o mediach i komunikacji społecznej na II kongresie PTKS w Lublinie: paneliści, optując na rzecz wspólnoty medioznawczej, nie zapominali o swoich korzeniach socjologicznych, kulturoznawczych, politologicznych czy językoznawczych. I taka sytuacja będzie się powtarzać

w Polsce jeszcze przez jakieś 10 lat: pierwszymi samodzielnymi pracownikami naukowymi, którzy po studiach dziennikarstwa i komunikacji społecznej otrzymają doktoraty i habilitacje z nauk o mediach, będą tegoroczni nasi magistranci. A stanie się to pewnie dopiero w latach dwudziestych”.

W drugiej części referatu prof. Pisarek przedstawił kryteria klasyfikacji terminów, jakie winny obowiązywać przy tworzeniu podstaw terminologicznych *nauk o mediach*, czyli „zakres lub zasięg, dzieląc je na terminy systemowe, tekstowe i indywidualne; ze względu na rodzaj oznaczanego przedmiotu (może to być na przykład proces, właściwość, obiekt, czynność, relację itd.); ze względu na pochodzenie (wyróżnia się terminy rodzime i zapożyczone, w tym internacjonalizmy, ze względu na strukturę formalną (wyróżnia się derywaty morfologiczne, składniowe i semantyczne; tę ostatnią kategorię tworzy słownictwo potoczne występujące w nowym znaczeniu w charakterze terminu)”. Przywołał i scharakteryzował także zasady tworzenia terminów, bazując na ustaleniach m.in. cybernetyka prof. Mariana Mazura czy też wytycznych polityki terminologicznej UNESCO. Ponadto, przywołując ostatnią decyzję Polskiego Komitetu Normalizacyjnego dotyczącą Polskiej Normy PN-ISO 704:2012 *Działalność terminologiczna – Zasady i metody*, wprowadzającej normę międzynarodową, wyraził przekonanie, że: „trudno sobie wymarzyć lepszy moment do podjęcia działalności terminologicznej w zakresie nauk o mediach. Oto z jednej strony mamy świeżo powołaną do życia rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego »nową« dyscyplinę, z drugiej zaś świeżo ogłoszone krajowe i międzynarodowe wskazówki i zalecenia, jak tę działalność prowadzić i jakimi zasadami w niej się kierować”.

Ten szczególny kontekst przekonuje prof. Pisarkę do zachęcenia medioznawców, aby rozpoczęły przegląd terminów używanych w li-

teraturze medioznawczej ze względu na trzy wyraziste kryteria: pochodzenia, przedmiotu i zasięgu: „Prace te należałoby rozpocząć od zbudowania hasłownika, którego wstępnym szkieletem mógłby zostać choćby hasłownik wspomnianego *Słownika terminologii medialnej*. Jako główne źródło aktualizujących go haseł mogłaby posłużyć systematyczna kwerenda medioznawczych czasopism i publikacji książkowych (ze szczególnym uwzględnieniem podręczników), powiedzmy od r. 2000. Przyjmując zaś założenie multidyscyplinarności medioznawstwa, czyli nauki o mediach, należałoby przejrzeć hasłowniki, słowniki, leksykony i encyklopedie dyscyplin wykazujących zainteresowanie badawcze różnymi elementami i aspektami komunikacji międzyludzkiej”.

Puentując swoje wystąpienie, prof. Pisarek wyraził nadzieję, że nakłady finansowe związane z przygotowaniem pełnowartościowego słownika terminologicznego, choćby tylko w wersji cyfrowej – na początek – znalazłyby pokrycie w grantach Narodowego Centrum Nauki. Prelegent zakończył swój referat zachętą: „Terminologia to fundament każdej dyscypliny. Naukom o mediach jako nauce o komunikacji za pomocą mediów czas teraz sprzyja. Trzeba go wykorzystać”.

Referat poświęcony metodologii badań nad mediami – jej nurtami, kierunkami, koncepcjami i nowymi wyzwaniem, przed jakimi staje u progu drugiej dekady XXI w. – przedstawiła prof. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, rozpoczynając stwierdzeniem, że samo medioznawstwo, a więc nauka o komunikowaniu masowym, liczy sobie blisko półtora wieku, jednak do dziś badania prowadzone w ramach tej dyscypliny „odbywają się w nieobecności wielkiej teorii. Nauka o komunikacji masowej jest także aż do dzisiaj dyscypliną nieswoistą metodologicznie. Współczesne orientacje w badaniach nad mediami czerpią swobodnie z dorobku metodologicznego całego spektrum nauk społecznych i humanistycznych, od językoznawstwa,

estetyki i historii sztuki, poprzez psychologię, psychologię społeczną, socjologię, antropologię i politologię, aż po ekonomię i nauki o zarządzaniu. Brak wielkiej teorii i metodologicznej odrębności może być traktowany jako niedostatek, współcześnie stanowi jednak raczej siłę dyscypliny: umożliwia badaczowi swobodne wędrówki ponad granicami różnych nauk o człowieku i społeczeństwie, otwiera na nowe pytania i nietypowe sposoby ich rozwiązywania, pozwala na tworzenie multidyscyplinarnych projektów badawczych i współpracę między przedstawicielami różnych nauk”. Prelegentka dochodzi do wniosku, że *differentia specifica* nauk o mediach i komunikowaniu społecznym wyraża się nie w metodologicznej odrębności jako takiej, lecz „w sposobie stawiania problemów i formułowania pytań badawczych, na które – przy pomocy technik i metod badawczych wspólnych z wieloma innymi naukami humanistycznymi – medioznawca stara się znaleźć odpowiedź”.

Prof. Lisowska-Magdziarz, wpiernając się ustaleniami Barrie Guntera, Stephena W. Littlejohna i Karen A. Foss, podjęła się wyróżnienia następujących pól i zakresów badań nad mediami: komunikator / autor / nadawca treści medialnych; odbiorca / audytorium / publiczność; przekaz / treść / zawartość mediów masowych; konwersacja / relacje / wzajemna wymiana komunikacyjna między nadawcami i odbiorcami oraz w obrębie grup nadawczych i odbiorczych; rozumienie, uwaga, zapamiętywanie treści medialnych; użytkowania mediów i powiązane z nimi motywacje i korzyści; oddziaływanie mediów: w sferze zdolności i możliwości poznawczych ludzi i w sferze afektów, w wymiarze indywidualnym i zbiorowym; wpływ mediów na zachowania ludzkie, w wymiarze indywidualnym i zbiorowym; grupy, organizacje i instytucje nadawcze; technologie komunikacyjne i media jako technologiczne środki komunikowania; ekonomika mediów; miejsce i role mediów masowych w kulturze

i społeczeństwie. Wymienione problemy badawcze stanowią przedmiot rozlicznych badań prowadzonych, zdaniem prof. Lisowskiej-Magdżiarz, w ujęciach ośmiu paradygmatów metodologicznych: semiotycznym, fenomenologicznym, socjopsychologicznym, socjokulturalnym, krytycznym, retorycznym, cybernetycznym, ekonomicznym oraz wielokulturowym.

Prelegentka zauważyła również, że rozwojowi mediów masowych niemal zawsze towarzyszyły spory i kontrowersje wśród ich badaczy – m.in. o potencjał mediów, o ich możliwy wpływ na zbiorowości odbiorcze, o wypełnianie przez media funkcje społeczne, o oddziaływanie mediów na jednostki w sferze wiedzy, emocji i postaw społecznych, o wpływ na kulturę, o samą badalność mediów masowych (zawartość, strukturę, wpływ – problem licznych czynników towarzyszących odbiorowi mediów itd.). Owe spory i kontrowersje prowadziły do licznych przemian postaw i przekonań samych badaczy, a to z kolei do ewolucji technik i metod badawczych, a także samego stosunku do ich poznawczej wartości.

Prof. Lisowska-Magdżiarz, poszukując paradygmatu w naukach społecznych korespondującego wprost z badaniami nad mediami masowymi, wskazała na trzy tradycje intelektualne, które jej zdaniem wywarły największy wpływ na myślenie o mediach i konceptualizację problemów badawczych w medioznawstwie. Po pierwsze, pozytywizm (Comte, Tarde, Durkheim). Po drugie, hermeneutyka i nauka o interpretacji (Weber, Dilthey). Wreszcie po trzecie, teoria krytyczna (szkoła frankfurcka i jej kontynuatorzy). Możemy dzisiaj mówić o dwóch podstawowych koncepcjach epistemologicznych i ontologicznych, dotyczących pozycji badacza i natury przedmiotu jego badań. Mianowicie, postawę empiryczną – przekonanie o empirycznie weryfikowalnej i intersubiektywnie opisywalnej rzeczywistości, która może zostać zbadana wedle ściśle określonych proce-

dur i metod badawczych, a także postawę konstruktywistyczną, która charakteryzuje się skupieniem na sposobach i procesach, w jakie nadawcy i odbiorcy konstruuje świat, nadają znaczenia, konceptualizują rzeczywistość. Te rozważanie zaprowadziły prof. Lisowską-Magdżiarz do wyróżnienia – za wspomnianym Gunterem – czterech głównych podejść badawczych w medioznawstwie: behawiorystycznego, transmisyjnego, interakcyjnego i transakcyjnego. Za Dennisem McQuailem badaczka wymienia z kolei cztery ery badań nad mediami: erę społeczeństwa masowego i masowej kultury, erę ograniczonych oddziaływań, erę teorii krytycznych i kulturalnych oraz erę aktywnej publiczności wytwarzającej znaczenia.

Na zakończenie badaczka postawiła, w związku z nowymi mediami, rozliczne pytania, na które badacze *nauk o mediach* winni w najbliższym czasie próbować znaleźć odpowiedź: „Co badać, jak i w jakim celu? Czy nowe media to nowa jakość, czy kontynuacja? Czy badając przekazy medialne, należy dostosowywać istniejące, wcześniej wypracowane metody, techniki i narzędzia, czy poszukiwać zupełnie nowego podejścia metodologicznego, integrującego rozmaite aspekty komunikacji starej i nowej? Czy analizując komunikację medialną, należy poszukiwać wspólnoty i podobieństw w skali międzynarodowej czy globalnej, czy też skupić się na odrębnościach i lokalnej specyfice? Czy ujmować role i funkcje mediów w kategoriach wpływu czy negocjacji? Czy mówić o treści, czy o negocjowanych tekstach odbiorczych? Czy najistotniejsza w dzisiejszym mediach jest ich funkcja rozrywkowa i reklamowa, czy należy jednak poszukiwać ich znaczeń edukacyjnych, informacyjnych, kształtujących opinię? Czy media to przyczyna atomizacji społecznej, czy czynnik integrujący?”

Ujęciom teoretycznym i systemowym komunikacji społecznej poświęcone było wystąpienie prof. Bogusławy Dobek-Ostrow-

skiej, która rozpoczęła je od wymienienia i omówienia trzech szkół uprawiania nauki o komunikowaniu: empirycznej (tzw. amerykańskiej), krytycznej (tzw. europejskiej) oraz determinizmu technologicznego (szkoły krytycznej). Następnie skupiła się na wskazaniu najważniejszych jej zdaniem ośrodków myśli medioznawczej. Wskazała, że m.in. w takich kwartalnikach międzynarodowych, jak „Communication Theory” czy „Journal of Communication”, dominują przede wszystkim badacze ze Stanów Zjednoczonych. Zaledwie co ósmy artykuł opublikowany na ich łamach w latach 2011 i 2012 był autorstwa badacza spoza USA. To doprowadziło prof. Dobek-Ostrowską do kończącej referat konstatacji: „Cała Europa Środkowa, w tym także Polska, jest opóźniona w rozwoju nauki o komunikowaniu. Nie ma silnej tradycji badań empirycznych, brakuje także środków finansowych na te badania. Na ostatniej konferencji ICA uczestniczyły trzy osoby z polskich uczelni, trochę lepiej jest na konferencjach ECREA i IAMCR, ale także nie jest to liczba imponująca. Zdarzają się pojedyncze publikacje w prestiżowych czasopismach europejskich. Tę lukę stara się wypełnić polskie czasopismo anglojęzyczne »Central European Journal of Communication«”.

Referat zamykający obrady pierwszego dnia konferencji wygłosiła prof. Teresa Sasińska-Klas. Wystąpienie zostało poświęcone swoistości zjawisk komunikacji medialnej oraz problemom badań empirycznych. Prelegentka, w celu zdiagnozowania dotychczasowego stanu badań nad mediami w Polsce, dokonała przeglądu i omówienia najważniejszych polskich ośrodków badawczych XX w., wskazując m.in. Ośrodek Badań Prasoznawczych, Ośrodek Badań Opinii Publicznej przy Polskim Radiu i Telewizji czy Centrum Badania Opinii Społecznej. Spośród wyzwań, jakie stoją obecnie przed medioznawstwem, prof. Sasińska-Klas wskazała m.in. łączenie podejść jakościowych i kwantytatywnych oraz realizowanie projektów ba-

dawczych o charakterze eksplanacyjnym czy deskryptywnym. Dostrzegła również nieprzemijającą popularność badań typu *survey*, wywiadów (ustrukturyzowanych lub częściowo ustrukturyzowanych), obserwacji (rzadziej uczestniczącej) czy wywiadów pogłębionych. Zwracając uwagę na zmiany, jakie nastąpiły w prowadzeniu badań medioznawczych, zauważyła: „W przeszłości przeważało podejście dedukcyjne w prowadzonych badaniach empirycznych, które zawierało trzy podstawowe elementy konstytutywne: założenia teoretyczne / hipotezy – przyjęta metodologia/metody – zebrane w badaniach materiały/dane. Współcześnie najczęściej stosuje się podejście indukcyjne, które zawiera następujące elementy składowe: metodologia/metody – zebrane w badaniach materiały/dane – teoria. Podejście indukcyjne stanowi część składową tego, co określa się terminem paradygmat interpretacyjny. Tak rozumiany paradygmat stanowi zbiór teorii, które łączy coś wspólnego z punktu widzenia tematu badawczego, ponadto stosuje się tu podejście interdyscyplinarne. Podejście dedukcyjne natomiast pokazuje, że założenia teoretyczne i przyjęte hipotezy wpływają na wybór metodologii i narzędzi badawczych i ta droga prowadzi do uzyskania danych o rzeczywistości społecznej w obszarze mediów i komunikowania”.

Prof. Sasińska-Klas wyróżniła także najważniejsze swoistości zjawisk i procesów medialnych, zauważalnych od 2003 r., kiedy to – zdaniem prelegentki – rozpoczęła się druga fala nowych teorii w zakresie mediów, badań audytoriów medialnych, badań nad recepcją mediów, reorientacji w kierunku zwracania większej uwagi na długoterminowe, a nie krótkoterminowe rezultaty oddziaływania mediów. Kończąc, prof. Sasińska-Klas stwierdziła, że współcześni badacze mediów winni przyrzeć się przede wszystkim zjawisku interaktywności (zwłaszcza nowych mediów), roli aktywnego nadawcy/komunikatora oraz multimedialności przekazów medialnych.

Drugi dzień konferencji pt. „Tożsamość nauk o mediach” rozpoczęto od otwartej dyskusji nad referatami wygłoszonymi poprzedniego dnia. Dyskusję moderowali prof. Tomasz Goban-Klas oraz prof. Janusz Adamowski. Pośród wielu głosów, które pojawiły się w trakcie dyskusji, bardzo wiele dotyczyło kwestii związanych ze statusem – administracyjnym oraz naukowym – nowej dyscypliny nauk o mediach. Mianowicie, uczestnicy dyskusji byli zgodni, że ukonstytuowanie się nowej dyscypliny winno znaleźć swoje odzwierciedlenie w obecności przedstawicieli środowiska medioznawców w różnych gremiach decydujących o obliczu polskiej nauki. Ponadto, ustawowe zadekretowanie istnienia nauk o mediach winno wiązać się również z możliwością łatwiejszego ubiegania się przez medioznawców o różne granty na prowadzone projekty badawcze. Z tą kwestią wiązało się bezpośrednio stanowisko przedstawione przez prof. Dobek-Ostrowską, że największą bolączką polskiego medioznawstwa jest nieobecność polskich badaczy na międzynarodowych konferencjach i łamach międzynarodowych periodyków. Z powyższą opinią nie zgodził się prof. Stanisław Jędrzejewski z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, wiceprezes sekcji badań nad radiem międzynarodowej organizacji ECREA. Zauważył, że obecność polskiego środowiska medioznawców w międzynarodowych organizacjach nie jest może tak spektakularna, jak Brytyjczyków czy Niemców, jednak to nie powinien być najważniejszy komponent oceny polskich badaczy mediów masowych. Z taką opinią zgodził się także prof. Marek Sokołowski z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, który przyznał, że jako kierownik Katedry Socjologii jest w stanie – ze względu na ograniczenia finansowe – co roku wysłać zaledwie jedną osobę na międzynarodową konferencję czy staż badawczy. Podobnymi obserwacjami podzielił się też prof. Andrzej Staniszewski, Dyrektor Instytutu

Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej tej samej uczelni, zastanawiając się, w jaki sposób – w świetle zeszłorocznego rozporządzenia MNiSzW – winno odbywać się konstruowanie rad wydziałowych, komisji nadających stopnie doktorskie i habilitacyjne w przypadku dysertacji, które będą bronię w ramach nowej dyscypliny – nauk o mediach. Podobne wątpliwości podzielili pozostali uczestnicy dyskusji, stwierdzając, że istotnym problemem ukonstytuowania się nowej dyscypliny jest (i zapewne przez dłuższy czas jeszcze będzie, zanim nie powstaną doktoraty i habilitacje w zakresie nauk o mediach) kwestia przynależności naukowców prowadzących dotychczas badania medioznawcze do swoich macierzystych dyscyplin czy przypisanie się do grona badaczy nauk o mediach.

Jeszcze innym wątkiem, jaki pojawił się w trakcie dyskusji, była kwestia tego, co jest przedmiotem badań medioznawczych, a co już nim nie jest. Polscy medioznawcy bardzo szybko doszli bowiem do wniosku podczas dyskusji, że w świetle promowanych prac licencjackich, magisterskich czy nawet doktorskich owa granica jest bardzo płynna i wciąż niedookreślona. Prof. Goban-Klas z nieskrywanym zaskoczeniem pytał np. uczestników dyskusji oraz samego siebie, czy temat pracy pt. *Media w rodzinie* jest tematem medioznawczym, czy raczej socjologicznym.

Ostatnim z wielu ważnych wątków, które pojawiły się podczas trwającej blisko dwie godziny dyskusji, był postulat prof. Józefa M. Fiszera, kierownika Zakładu Europeistyki Instytutu Studiów Politycznych PAN. Stwierdził on, że polscy badacze powinni przede wszystkim zająć się realizowaniem badań empirycznych, aniżeli powoływać się na, zwykle tych samych, badaczy zagranicznych i powtarzać ustalenia, płynące z ich publikacji. Tym samym prof. Fiszera wzmocnił postulat prof. Goban-Klasa, który już w pierwszym dniu obrad sugerował w swoim wystąpieniu „repolonizację polskich

badania medioznawczych” i skupienie się na własnych projektach badawczych, miast próbować adaptować hipotezy i wnioski badaczy zagranicznych, w szczególności brytyjskich czy amerykańskich.

Nie ulega wątpliwości, że dyskusja przyniosła bardzo wiele pytań, które niestety w większości wypadków pozostały bez odpowiedzi. Warto jednak podkreślić, że zrelacjonowana tylko w skrócie dyskusja jest kapitalnym wstępem, który charakteryzuje krzepnięcie każdej nowej dyscypliny naukowej.

Po dyskusji wygłoszono pozostałe referaty, które w znacznej mierze miały charakter *case studies*. Autorski projekt tworzenia słownika medialnego z rozlicznych wycinków prasowych za okres 1989–2010 przedstawił prof. Andrzej Staniszewski. Referat autorstwa dr Anny Jupowicz-Ginalskiej dotyczył polskiego marketingu medialnego jako unikatowej formy tradycyjnego marketingu. Teologiczne aspekty środków masowego przekazu w XXI w. omówił dr Grzegorz Łęcicki, a próbę odpowiedzi na pytanie o to, czy teoretyczne założenia genologii dziennikarskiej znajdują odzwierciedlenie w codziennej praktyce tworzenia materiałów dziennikarskich podjęła dr Jolanta Kępa-Mętrak. Wśród prelegentów znalazła się również dr Renata Rozbicka, która przedstawiła najnowsze ustalenia, płynące z autorskich badań nad stereotypami narodowymi i etnicznymi w mediach, oraz mgr Ewa Modrzejewska, która mówiła m.in. o sposobach czytania znaczeń fotograficznych gatunków dziennikarskich.

Konferencję „Tożsamość nauk o mediach” zwieńczyło podsumowanie, które przybrało formę z jednej strony pytań do prelegentów wygłoszonych w drugim dniu obrad referatów, z drugiej stanowiło rozwinięcie, a zarazem punktę porannej dyskusji. Obrady zamknął

prof. Wiktor Pepliński z Uniwersytetu Gdańskiego, który stwierdził, że w świetle zeszłorocznego Rozporządzenia Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego przed środowiskiem polskich medioznawców otworzyły się nowe możliwości, które zwiastują jednak długą i krętą drogę poszukiwania teoretycznej i metodologicznej odrębności, a więc tytułowej tożsamości *nauk o mediach*. Nie ulega wątpliwości, że konferencja zorganizowana przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego była bardzo potrzebnym, pierwszym od wspomnianej decyzji MNiSzW, krokiem w stronę ukonstytuowania samodzielności nowej-starej dyscypliny *nauk o mediach*. Należy wyrazić nadzieję, że zarówno konferencja, jak i planowana publikacja, zawierająca wygłoszone referaty, będzie przyczynkiem do rozpoczęcia szerokiej dyskusji nad tym, w którą stronę i w jaki sposób winno rozwijać się polskie medioznawstwo².

Wypada podkreślić, że „Studia Medioznawcze” Instytutu Dziennikarstwa decyzją jego dyrekcji szeroko otwarły swoje łamy dla wszystkich badaczy mediów gotowych zabrać głos w kwestii tożsamości *nauk o mediach*. Zapraszamy do dyskusji!

Referaty wygłoszone na konferencji:

I dzień obrad

- prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas (Uniwersytet Jagielloński) *Krystalizacja tożsamości dyscypliny*
- prof. dr hab. Jerzy Bralczyk, doc. dr Grażyna Majkowska (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Językowe aspekty funkcjonowania mediów. Podejścia i obszary badawcze*
- prof. dr hab. Jacek Sobczak (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej / Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów*

² Należy zaznaczyć, że organizatorzy utrwaliли konferencję pt. „Tożsamość nauk o mediach” (wszystkie referaty oraz dyskusję) na nośnikach wideofonicznych w celach archiwizacyjnych. Są one w dyspozycji Dyrekcji Instytutu Dziennikarstwa, która niebawem podejmie starania, aby w całości publicznie ów materiał w internecie.

- ks. prof. dr hab. Michał Drożdż (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie) *Etyczne uwarunkowania funkcjonowania mediów*
- prof. dr hab. inż. Włodzimierz Gogolek (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Technologie informacyjne mediów – składowa tożsamości nauk o mediach*
- prof. dr hab. Tadeusz Kowalski (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego), prof. dr hab. Bohdan Jung (Szkoła Główna Handlowa) *Podejścia i paradygmaty w zarządzaniu i ekonomice mediów*
- prof. dr hab. Jerzy Olędzki (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego), *Komunikowanie publiczne i marketing medialny: zarządzanie wizerunkiem i komunikacją w nauce o mediach (wybrane tezy)*
- prof. dr hab. Jan Garlicki (Instytut Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego) *Komunikowanie publiczne i polityczne oraz marketing medialny (tezy)*
- prof. UJ dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzynski (Uniwersytet Jagielloński), dr hab. Andrzej Kozieł (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Genologia dziennikarska*
- prof. dr hab. Walery Pisarek (Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie) *Terminologia nauk o mediach*
- dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz (Uniwersytet Jagielloński) *Podejścia metodologiczne do badań nad mediami*
- prof. UW. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska (Uniwersytet Wrocławski / In-

stytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Komunikacja społeczna w ujęciach teoretycznych i systemowych*

- prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas (Uniwersytet Jagielloński) *Swoistość zjawisk w komunikacji medialnej i problemy w ich badaniach empirycznych*

II dzień obrad

- prof. dr hab. Andrzej Staniszewski (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) *Słownik medialny (1990–2010) – pojęcia faktu medialnego – prezentacja struktury treści*
- dr Anna Jupowicz-Ginalska (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) *Marketing medialny w Polsce – analiza zjawiska jako unikatowej formy marketingu tradycyjnego*
- dr Grzegorz Łęcicki (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) *Teologia środków społecznego przekazu jako wyzwanie XXI wieku*
- dr Jolanta Kępa-Mętrak (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach) *Między teorią a praktyką. Genologia dziennikarska a rzeczywistość medialna*
- dr Renata Rozbicka (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski) *Najnowsze badania nad stereotypami narodowymi i etnicznymi w mediach*
- mgr Ewa Modrzejewska (doktorantka WDiNP, Uniwersytet Warszawski) *Retoryczna strategia sporu a fotograficzne gaunki dziennikarskie – przykłady realizacji*



Tożsamość nauk o mediach (refleksje po konferencji)

Wiesław Sonczyk

Odnoszę wrażenie, że niektórzy uczestnicy – przede wszystkim młodzi – toczącej się od jakiegoś czasu dyskusji na temat tożsamości nowej dyscypliny – nazwanej urzędowo: *nauki o mediach* – sądzą, iż jest to pierwsza wymiana opinii i poglądów. Taką postawę dało się też zauważyć w wypowiedziach niektórych referentów i dyskutantów, biorących udział w konferencji naukowej, poświęconej tożsamości nauk o mediach, zorganizowanej przez Instytut Dziennikarstwa UW. Tymczasem to nic bardziej złudnego.

Mniej więcej 40 lat temu, dokładniej – w 1974 r., gdy zaczynałem swoją pracę zawodową właśnie w Studium Dziennikarstwa UW (rok później przekształconym w Instytut Dziennikarstwa WDiNP UW), byłem świadkiem przebiegu końcowego stadium kilkuletniej dyskusji dotyczącej istoty nowej (wtedy) dyscypliny – prasoznawstwa, jej zakresu przedmiotowego, możliwych do zastosowania metod badawczych, a także relacji z innymi dziedzinami nauk humanistycznych i społecznych, zaangażowanych w badania rzeczywistości medialnej. Symbolicznym, jak sądzę, zakończeniem tamtej dyskusji był artykuł Walego Pisarka, opublikowany w 1975 r. na łamach powstałego wtedy nowego kwartalnika „Przekazy i Opinie”¹. Pamiętam, że uczestnicy tej dyskusji przypominali jednak, iż około 40

lat wcześniej, a więc na przełomie lat 20. i 30., również próbowano znaleźć odpowiedzi na pytania dotyczące tych samych kwestii².

Celowo przypominam poprzednie dyskusje, żeby podkreślić nie tylko ich cykliczność, ale także – może nawet: przede wszystkim – podobieństwa i różnice między nimi. Uczestnicy każdej z nich mieli bowiem te same potrzeby i stawiali sobie te same zadania, z których najważniejsze to: 1) ustalić możliwie precyzyjnie przedmiot i zakres badań nowej dyscypliny naukowej; 2) określić jej podstawowe metody badawcze (zarówno własne, jak i przejęte z innych dyscyplin); 3) zakreślić ramy i granice zakresu badawczego prasoznawstwa (medioznawstwa, nauk o mediach) w kontekście zakresu innych nauk zajmujących się badaniem mediów, a także związane z tym wzajemne zależności (korelacje). Niestety, ani w przypadku dyskusji toczącej się przed II wojną światową, ani tej z przełomu lat 60. i 70. trudno mówić o jakichkolwiek ustaleniach, które przetrwałyby samą dyskusję, byłyby powszechnie akceptowane, nie wzbudzały kontrowersji, a przede wszystkim – które w istotny sposób porządkowałyby stan wiedzy na ten temat. Nie chcę być złym prorokiem i wolałbym się mylić, ale obawiam się, że podobnie może stać się z rezultatami obecnej dyskusji (w tym i wspomnianej konferencji).

¹ Por. W. Pisarek, *Wiedza o komunikowaniu – nazwy i zakres*, „Przekazy i Opinie” 1975, nr 1, s. 11–19.

² Dyskusja toczyła się wtedy na przede wszystkim na łamach miesięcznika „Prasa”, organu Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Por. W. Sonczyk, *Dyskusja o instytucjonalizacji badań nad prasą w II RP (na przykładzie miesięcznika „Prasa”)*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” T. 12 (2009), z. 2, s. 35–56, wersja elektroniczna: <http://mbc.malopolska.pl/Content/63831/03.pdf> [dostęp: 10.07.2012].

Trzeba bowiem podkreślić, że te trzy dyskusje, toczone się na przestrzeni prawie stu lat, wyraźnie różnią się postawą uczestników każdej z nich i ogólną atmosferą (klimatem), w której się odbywały. Nie ulega wątpliwości, że tej pierwszej towarzyszyły optymizm i radość – nie tyle z racji powstania prasoznawstwa (bo wtedy zaproponowano tylko nazwę dla tej dziedziny nauki), ale z powodu powszechnej zgody ówczesnych badaczy prasy (rekrutujących się z różnych dyscyplin, m.in. historyków, socjologów, psychologów itp.) co do tego, że nowa dyscyplina zajmująca się wyłącznie mediami powinna powstać i to jak najszybciej, a rozwiązanie szczegółowych kwestii związanych z jej funkcjonowaniem będzie tylko formalnością i kwestią czasu. Natomiast uczestnicy dyskusji z przełomu lat 60. i 70., akceptując istnienie prasoznawstwa jako samodzielnej nauki zajmującej się badaniem rzeczywistości medialnej, próbowali – niestety bezskutecznie – uzgodnić m.in. zakres tej dyscypliny. Celu tego jednak nie osiągnięto, ponieważ różnice stanowisk były zbyt duże; rychło okazało się bowiem, że część badaczy akceptuje pogląd, iż na zakres prasoznawstwa składają się wyłącznie fragmenty (części) zakresów różnych dyscyplin naukowych, dotychczas zajmujących się badaniem mediów, część zaś (zdecydowana większość) uważa, iż prasoznawstwo – choć korzysta z dorobku innych nauk humanistycznych i społecznych – ma też własne pole badawcze, aczkolwiek trudno je określić jednoznacznie. Z czasem dyskusja wygasła, różnica stanowisk – pozostała i nie udało się rozstrzygnąć, kto ma rację.

Należy też zwrócić uwagę, że obie wcześniejsze dyskusje odbywały się w różnym „otoczeniu” medialnym. Na przełomie lat 20. i 30. istniała tylko prasa drukowana (radiofonia znajdowała się w początkowym stadium rozwoju), a więc o kompromis było znacznie łatwiej, niż w trakcie dyskusji odbywającej się na przełomie lat 60. i 70., gdy rzeczywistość me-

dialna stała się dużo bardziej złożona, bo na masową skalę społeczeństwo korzystało nie tylko z prasy, ale także z radiofonii i telewizji. Tymczasem obecna dyskusja, trwająca od co najmniej pięciu lat, toczy się w jeszcze bardziej skomplikowanej niż kiedykolwiek w przeszłości rzeczywistości społecznej (społeczeństwo obywatelskie), gospodarczej (realia konkurencyjnej gospodarki rynkowej) i, przede wszystkim, medialnej (internet, nowe nowe media, itp.). Odnoszę więc wrażenie, że jej uczestnicy mają wprawdzie szlachetne intencje i zamiary, ale są właściwie bezradni wobec tej rzeczywistości, w której przyszło im działać i do której mają się w sposób naukowy odnosić.

Powiem szczerze: do tego przykrego wniosku skłoniła mnie także dyskusja odbywająca się w trakcie wspomnianej konferencji. Jej uczestników można bowiem podzielić, z grubsza biorąc, na dwie kategorie: takich, którzy prezentowali w swoich wypowiedziach (pominając to, co mówili) stanowczość i pewność siebie, w żaden sposób „nieskażoną” głębszą znajomością tematu oraz takich, którzy – zdając sobie sprawę, jak trudna jest jakkolwiek rozmowa na temat naukowej analizy współczesnej rzeczywistości medialnej – wypowiadali się ostrożnie, najchętniej w trybie warunkowym i też nie złożyli jakiegokolwiek konstruktywnej propozycji w odniesieniu do wiodącego tematu konferencji, czyli – na czym ma polegać tożsamość nauk o mediach, czy – narzucona przez resort – nazwa tej dyscypliny jest właściwa, do jakiej kategorii dyscyplin naukowych (nauki humanistyczne czy nauki społeczne) powinna być zaliczona itp. Cała nadzieja w tym, że takich osób było jednak na sali więcej.



Nie ulega wątpliwości, że ani nazwy, ani – tym bardziej – zakresu badawczego jakiegokolwiek dyscypliny nie da się skutecznie określić w sposób urzędowy (administracyjny). Skutecznie

znaczy w tym przypadku: w taki sposób, by została przyjęta przez środowisko i powszechnie obowiązywała w praktyce badawczej. Do tego potrzebna jest – spośród wielu rozmaitych warunków – odpowiednia samoświadomość dane go środowiska naukowego oraz – w konsekwencji – intersubiektywna zgoda i akceptacja ze strony tegoż środowiska, a przynajmniej jego prominentnych przedstawicieli (autorytetów). Dlatego podzielam opinię Macieja Mrozowskiego, iż „decyzje administracyjne nie mogą ani stworzyć, ani zlikwidować żadnej dyscypliny naukowej”, ale równocześnie „mogą jednak ułatwiać lub utrudniać rozwój każdej dyscypliny badawczej, zwłaszcza jeśli mają wpływ na alokację środków finansowych wspomagających badania (i badaczy)”³. Jest to szczególnie ważne w naszych polskich warunkach, gdy bardzo trudno pozyskać pieniądze ze źródeł prywatnych, a państwo (resort nauki i szkolnictwa wyższego) też nie zawsze optymalnie gospodaruje i tak zazwyczaj skromną „kasą”.

Warto też przypomnieć, że już w trakcie dyskusji prowadzonej na przełomie lat 60. i 70. uznano, iż medioznawstwo (wtedy nazywane prasoznawstwem) nie ma najmniejszej szansy zaistnieć jako oddzielna dyscyplina naukowa dopóty, dopóki nie będzie miało własnego – i to możliwie precyzyjnie określonego – pola badawczego i dopóki jego zakres nie zostanie powszechnie zaakceptowany przez ogół badaczy (choć to założenie pewnie zbyt optymistyczne), albo przynajmniej – przez mających wtedy największy autorytet w środowisku. Wielka więc szkoda, że był to właściwie jedyny, niekwestionowany wniosek z tamtej dyskusji i że badaczom nie starczyło woli (ani wyobraźni), by chociaż próbować podjąć następne zadanie, czyli określić pole badawcze tej dyscypliny. Ale być może stało się tak m.in.

dlatego, że bodaj najaktywniejsi uczestnicy dyskusji zmarli (np. w 1969 r. – Irena Tetelowska-Szewczyk, w 1971 r. – Mieczysław Kafel), inni powyjeżdżali za granicę na staże i stypendia naukowe, a po powrocie i zdobyciu kolejnych stopni naukowych zajęli się innymi tematami.

Dlatego – mając w pamięci wnioski z dyskusji sprzed 40 lat – z największą stanowczością sprzeciwiam się akceptacji eklektyzmu jako cechy charakterystycznej (niemal konstytutywnej!) nauk o mediach. To nie tylko krzywdzące dla niemałego przecież dorobku wielu badaczy mediów, ale też bałamutne i metodologicznie wątpliwe twierdzić, że „medioznawstwo jawi się obecnie jako nauka rozdroży, pogranicza, skrzyżowania różnych perspektyw teoretycznych i badawczych, których korzenie sięgają wielu okrzepłych dyscyplin naukowych. Eklektyzm nauk o mediach nie jest bynajmniej ich 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 tworzonych teorii czy też funkcjonalność stosowanej metodologii”⁴. Gdyby tak miało być, wówczas oznaczałoby to w praktyce – jeśli właściwie odczytuję intencje autorów – że na dorobek medioznawstwa (nauk o mediach) składa się nieokreślona suma jakiejś części dorobku „dyscyplin z obszaru nauk społecznych, takich jak: socjologia, filozofia (etyka), politologia, ekonomia, antropologia czy prawo”, ale również „tak nobliwych dyscyplin z obszaru nauk humanistycznych, jak historia, językoznawstwo czy kulturoznawstwo”, a nawet nauk technicznych – których „rola rośnie wprost proporcjonalnie do postępującej technicyzacji i komputeryzacji otaczającego nas świata” –

³ M. Mrozowski, *Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2, s. 24.

⁴ M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2, s. 17.

czyli m.in. „informatyki, cybernetyki, elektroniki i elektrotechniki czy telekomunikacji i logistyki”. Nawiasem mówiąc, nie sądzę, aby można było racjonalnie i przekonująco uzasadnić propozycję, żeby do programu studiów dziennikarskich włączyć nauczanie elektroniki czy elektrotechniki, bo dziennikarz prasowy, radiowy czy telewizyjny nie musi znać ani budowy, ani zasad działania komputera, odbiornika telewizyjnego czy radiowego, by móc profesjonalnie przygotowywać swoje materiały do druku czy emisji. Od spraw technicznych są bowiem służby (personel) techniczne wydawnictw czy stacji radiowych / telewizyjnych, agencji prasowych itp.

Wątpliwe – metodologicznie i zdroworozsądkowo – jest też traktowanie medioznawstwa (nauk o mediach) jako odrębnej dyscypliny w sytuacji, gdy uważa się ją za swoistą układankę, złożoną z fragmentów zakresu badań i dorobku innych nauk; to tak, jakby twierdzić, że w jakimś regionie naszego kraju obowiązuje męski strój ludowy, na który składają się elementy strojów z innych regionów, np. czapka krakowska, koszula lubelska, spodnie łowickie, sukmana podlaska, góralskie kierpce i podhalański pas.

Ale jest też inne pytanie, wręcz zasadnicze dla takiego dziwnego rozumienia zakresu nauk o mediach: co na to badacze reprezentujący inne dziedziny – politolodzy, historycy, literaturoznawcy, socjologowie, prawnicy, psycholodzy, kulturoznawcy, językoznawcy itd.? Czy zgodziliby się zrezygnować z części swego obszaru badawczego i dotychczasowego dorobku na rzecz tak eklektycznie rozumianego medioznawstwa? Nie mam najmniejszych wątpliwości, że nawet nie chcieliby o tym słyszeć. Wręcz przeciwnie – badanie rzeczywistości medialnej lub jakiegoś jej elementu składowego uznają (albo gotowi są uznawać) za konstytutywny wyznacznik własnej dyscypliny. Co więcej, na tej podstawie tworzone są nowe specjalizacje i subdyscypliny, np. filologia mediów, mediolingwistyka itp.

By uwiarygodnić powyższą opinię, podam trzy przykłady pokazujące jednoznacznie, jak traktowane bywa medioznawstwo przez badaczy z innych dziedzin nauki. Przykład pierwszy: kilka lat temu spotkałem się z opinią ortodoksyjnego literaturoznawcy, który – oceniając pracę o profilu medioznawczym, opartą na wynikach analizy zawartości dorobku dziennikarskiego jednego z najwybitniejszych pisarzy i publicystów z okresu polskiego pozytywizmu – stwierdził, że wprawdzie nie zna się na analizie zawartości, ale jego zdaniem praca nie ma żadnej wartości, dając tym samym do zrozumienia, że tylko literaturoznawstwo dysponuje metodologią uprawniającą do naukowej analizy tekstów dziennikarskich. Przykład drugi: miałem kiedyś przyjemność recenzowania pracy doktorskiej – moim zdaniem o profilu medioznawczym – pisanej pod opieką naukową literaturoznawcy, na wydziale filologicznym, w trakcie obrony której drugi recenzent (też literaturoznawca) usiłował mi odebrać prawo do nazywania się prasoznawcą, przypisując je sobie, ponieważ... zajmował się badaniem powieści w odcinkach, drukowanych na łamach prasy w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Przykład trzeci: w 2008 r. ukazała się książka na temat tygodnika „Przekrój”, stanowiąca przeredagowaną wersję pracy doktorskiej, obronionej w 2005 r. Jej autorka, będąca pracownikiem Instytutu Kultury Polskiej na Wydziale Polonistyki UW (zajmująca się m.in. dziejami prasy ilustrowanej, kulturą popularną i historią obyczajów), wyjaśnia we wstępie „czym ta praca nie jest”. Przy tej okazji jako literaturoznawca (może raczej: kulturoznawca) podkreśla z dumą i nieukrywaną wyższością, że nie jest to prasoznawcza monografia tygodnika, ponieważ „nie zdaje sprawy z zawartości poszczególnych numerów, nie systematyzuje treści artykułów, nie wikła się w wyliczenia i zestawienia. Nie spełnia prawie żadnych prasoznawczych kryteriów, mało tego, została napisana niejako przeciw tradycyjnemu

praszonawstwu, przynajmniej w jego najczęściej spotykanym, skrupulatnym, lecz nieco suchym wydaniu”⁵.

Trudno powiedzieć, czy w tej kąśliwej „ocenie” praszonawstwa więcej jest złośliwości czy zwykłej ignorancji, ale jest to, w pewnym sensie, opinia symboliczna i reprezentatywna dla przedstawicieli wielu dyscyplin, zarówno humanistycznych, jak i społecznych. Bo takie właśnie jest, niestety, ich wyobrażenie i wiedza o przedmiocie i zakresie badań praszonawczych. Dlatego z uporem twierdzą, że bezzasadne, wręcz naiwne jest budowanie samodzielności (odrębności) praszonawstwa (medioznawstwa, nauk o mediach) na dorobku i we współpracy z innymi naukami, które zajmowały się i nadal będą zajmować się analizowaniem rzeczywistości medialnej, traktowanej – i słusznie – jako składnik rzeczywistości społecznej.

Ale znacznie większym zagrożeniem dla przyszłej samodzielności naszej dyscypliny jest co innego: większość aktualnie czynnych zawodowo medioznawców chyba bardziej i chętniej identyfikuje się z innymi dyscyplinami, w zależności od profilu (kierunku) ukończonych studiów. Mam wrażenie, że taka sytuacja istnieje od dawna w wielu ośrodkach akademickich i uczelniach kształcących dziennikarzy, w których dominują historycy, literaturoznawcy, językoznawcy i politolodzy. W rezultacie, w programach studiów jest wiele przedmiotów, w których tacy „medioznawcy” czują się pewnie, osiągają kolejne stopnie i tytuły naukowe, tyle tylko, że medioznawstwo jako potencjalnie samodzielna dyscyplina ma z tego niewielki (żeby nie powiedzieć – żaden) pożytek. Co gorsza, to właśnie głównie z nich rekrutują się zwolennicy eklektycznego profilu nauk o mediach⁶.

W kontekście powyższych rozważań, nie chcąc szczegółowiej omawiać wielu innych kwestii determinujących możliwość istnienia medioznawstwa (bo tę nazwę uważam jednak za najbardziej adekwatną do zakresu dyscypliny) jako samodzielnej nauki, formułuję następujący wniosek: punktem wyjścia do dyskusji nad tożsamością tej dyscypliny powinna stać się intersubiektywna zgoda jeśli nie wszystkich obecnych badaczy mediów, to przynajmniej największych autorytetów, w co najmniej trzech kwestiach. Po pierwsze – że medioznawstwo jest samodzielną dyscypliną naukową i ma swoje własne pole badawcze, które zdolne jest badać tylko ono samo, przy użyciu metod własnych lub przejętych od innych dyscyplin (po ich ewentualnej adaptacji do badania rzeczywistości medialnej). Po drugie – że rzeczywistość medialna, rozumiana jako integralna część rzeczywistości społecznej, jest od dawna i będzie nadal przedmiotem penetracji naukowej i badań prowadzonych w ramach wielu innych dyscyplin humanistycznych i społecznych. Po trzecie – medioznawstwo, choćby z uwagi na naturę i typologię środków masowego przekazu, jest dyscypliną, w obrębie której można (i trzeba) wyróżnić trudną do apriorycznego wymienienia liczbę subdyscyplin, związanych z zakresem badań szczegółowych – z konkretnym typem mediów (prasa, radio, telewizja) czy instytucji medialnych (np. agencje prasowe, kolportaż) bądź z profilem tematycznym tych badań, sposobem ujęcia tematu badawczego itd. (np. historia mediów, język mediów, socjologia mediów, psychologia mediów, prawo mediów itp.). I to głównie w tym zakresie możliwa jest (i niezbędna) współpraca między medioznawcami a przedstawicielami „siostrzanych” dyscyplin naukowych.

⁵ J. Jaworska, *Cywilizacja „Przekroju”*. Misja obyczajowa w magazynie ilustrowanym, Warszawa 2008, s. XX.

⁶ Pisze o tym również Maciej Mrozowski w cytowanym wcześniej artykule, stwierdzając m.in., że „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” (s. 25).



Aby dyskusja nad tożsamością medioznawstwa (nauk o mediach) nie była jałowa – a mam wrażenie, że taka jest obecnie – trzeba jednak nie tylko intersubiektywnej zgody jej uczestników co do tego, że dyscyplina ta ma swoje własne pole badawcze, ale także należy starać się je w miarę precyzyjnie określić. Żeby jednak można było to zrobić, konieczne jest ustalenie zakresu znaczeniowego pojęcia media (albo raczej: środki masowego przekazu) i intersubiektywna zgoda badaczy w odniesieniu także do tej kwestii. Jest to tym bardziej niezbędne, że termin „media” bywa rozumiany rozmaicie, niekiedy nawet wbrew jego pierwotnemu i historycznemu znaczeniu⁷. Dla przykładu: w publicystycznych tekstach prasowych, ale także w języku potocznym, pojęciem „media” obejmowane są nawet elementy infrastruktury mieszkaniowej, m.in. prąd (energia elektryczna), woda (wodociąg), odprowadzanie ścieków (kanalizacja), gaz, telefon itp. Obecnie termin ‘media’ jest też stosowany (zamiennie z takimi terminami, jak m.in. ‘środki masowego komunikowania’) na oznaczenie wszelkich form i sposobów komunikowania międzyludzkiego, wykorzystywanych na skalę masową (m.in. książki, filmy, kasety i płyty, telefonia komórkowa itd.). Warto dodać, że w okresie ostatnich niespełna 40 lat pojęcie ‘media’ (w różnych konfiguracjach leksykalnych) wyraźnie dominuje i skutecznie wypiera (wyparło?) pojęcie ‘środki masowego przekazu’; dość powiedzieć, że w *Słowniku terminologii medialnej* nie ma już pojęcia ‘środki masowego przekazu’ (są: ‘media’ i ‘media masowe’), podczas gdy w *Encyklopedii wiedzy o prasie* były tylko pojęcia ‘środki komunikowania masowego’ i ‘środki masowego przekazu’ (traktowane jako tożsame)⁸.

W tym momencie, nie wnikając w szczegółowe rozważania na temat zakresu znaczeniowego poszczególnych pojęć, warto odwołać się do wspomnianego wcześniej artykułu Walego Pisarka⁹. Jest w nim zamieszczony schemat stanowiący propozycję klasyfikacji różnych form komunikowania międzyludzkiego, a jedną z nich jest komunikowanie za pomocą periodycznych środków masowego przekazu (prasa, radio, telewizja, kronika filmowa). I to właśnie propozycja Pisarka – będąca swego rodzaju podsumowaniem dyskusji nad tożsamością prasoznawstwa – skłania do podzielenia wszelkich form komunikowania międzyludzkiego (zarówno już praktykowanych, jak i tych, które z pewnością powstaną w przyszłości w rezultacie rozwoju cywilizacji i techniki) na dwie kategorie. Jedną tworzą te, które służą na co dzień komunikowaniu się (bezpośredniemu lub pośredniemu) jednostek i/lub grup ludzi i z których korzystają także dziennikarze w pracy zawodowej, np. książki, plakaty, filmy, spektakle teatralne, telefon, internet itd. Drugą stanowią tylko (wyłącznie) tradycyjnie rozumiane środki masowego przekazu, czyli prasa (dzienniki i czasopisma), radio i telewizja, przy czym ich status formalnoprawny – czy są to firmy prywatne, czy publiczne – nie ma w tym przypadku żadnego znaczenia. Inaczej mówiąc, czym innym są środki masowego komunikowania we wszystkich swoich formach, z których ludzie korzystali (i nadal korzystają) znacznie wcześniej niż wynaleziono środki masowego przekazu, natomiast czym innym – środki masowego przekazu (w tradycyjnym ich rozumieniu). To oznacza, że każdy środek masowego przekazu jest jednocześnie środkiem masowego komunikowania, ale nie odwrotnie. Bo specyfika środków masowego przekazu

⁷ Por. W. Sonczyk, *System medialny: zakres – struktura – definicja*, „Studia Medioznawcze 2009, nr 3, s. 66–75.

⁸ Por. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 117; *Encyklopedia wiedzy o prasie*, pod red. J. Maślanki, Kraków 1976, s. 233.

⁹ Artykuł ukazał się też w książce W. Pisarka, *O mediach i języku*, Kraków 2007, s. 15–27.

polega m.in. na tym, że przekazywanie informacji czy opinii odbywa się tylko w jednym kierunku – od nadawcy do odbiorcy, a między nadawcą i odbiorcą nie ma bezpośredniego sprzężenia zwrotnego (jak to często bywa w procesie komunikowania, np. w rozmowie bezpośredniej, w rozmowie telefonicznej, przy wykorzystaniu komunikatorów internetowych itp.). W tym znaczeniu internet – jako zupełnie nowy konstrukt techno-społeczny – jest obecnie bodaj najpowszechniej (masowo) wykorzystywanym środkiem komunikowania, ale nie jest środkiem masowego przekazu. Podobna sytuacja, mogąca stanowić porównanie, zachodzi w dziedzinie farmakologii, która przecież odróżnia leki od paraleków, chociaż i jedne, i drugie substancje są wykorzystywane do leczenia chorych.

To prawda, że trzywyrazowe pojęcie ‘środki masowego przekazu’ jest trudne w praktycznym użyciu i dlatego można by je zastąpić krótszym, bardziej poręcznym terminem ‘media’. I w tym przypadku konieczna jest jednak intersubiektywna zgoda badaczy w odniesieniu do takiego właśnie, zawężonego zakresu znaczeniowego tego pojęcia. Nawiasem mówiąc, przydałaby się też definicja normatywna pojęcia ‘media’ (środki masowego przekazu), zwłaszcza że do tej pory takiej nie ma, a jej substytut, czyli dotychczasowa definicja pojęcia ‘prasa’, sformułowana w ustawie o prawie prasowym z 1984 r., jest już zupełnie nieaktualny. Gdyby udało się to osiągnąć, wtedy termin ‘medioznawstwo’ oznaczałby naukę zajmującą się badaniem samych mediów (środków masowego przekazu), funkcjonujących w ramach systemu prasowego (medialnego), traktowanego jako autonomiczna część rzeczywistości społecznej, ale także analizą rzeczywistości przez media (środki masowego przekazu) nieustannie wytwarzanej. Trzeba dodać jednak, że analizą tej rzeczywistości zajmują się i nadal

będą się zajmować również inne dyscypliny naukowe (humanistyczne i społeczne).

Gdyby udało się upowszechnić i prawnie usankcjonować termin medioznawstwo jako nazwę dyscypliny badającej media (w znaczeniu: środki masowego przekazu), wtedy na określenie osobnej (podkreślam: osobnej) dyscypliny naukowej zajmującej się badaniem wszelkich innych form komunikowania międzyludzkiego można by używać terminu: ‘nauka o komunikowaniu’ albo ‘nauka o komunikacji społecznej’, ewentualnie – wrócić do nazw proponowanych już w latach 70., m.in. ‘komunikologia’ czy ‘komunikatyka’. Obecny, ustalony i narzucony w trybie administracyjnym termin: ‘nauki o mediach’ jest bowiem i w tym przypadku co najmniej wątpliwy.



Chyba jedynym godnym uwagi (bo ponadczasowym) wnioskiem wynikającym z tegorocznej konferencji jest postulowana przez co najmniej kilku referentów i dyskutantów konieczność rezygnacji z bezkrytycznego przeniesienia na polski grunt rozmaitych teorii i koncepcji sformułowanych przez zagranicznych autorów, zwłaszcza politologów, socjologów i kulturoznawców. Bodaj najbardziej zdecydowanie i jednoznacznie krytycznie wypowiedział się w tej kwestii prof. Józef M. Fiszer – kierownik Zakładu Europeistyki Instytutu Studiów Politycznych PAN, zachęcając do prowadzenia badań własnych i rezygnacji z nieustannego powoływania się na, zwykle tych samych, w większości starszego pokolenia, badaczy zagranicznych, a także powtarzania wniosków czy ustaleń przedstawionych w ich publikacjach. By przekonać się, że taka sytuacja faktycznie występuje, wystarczy przyjrzeć się choćby publikacjom drukowanym na łamach „Studiów Medioznawczych”¹⁰.

¹⁰ Wśród najczęściej cytowanych w ostatnich latach w „Studiach Medioznawczych” badaczy zagranicznych znaleźli się: Jay Blumler, Manuel Castells, Jan van Dijk, James E. Grunig, Michael Gurevitch, Daniel C. Hallin,

Nie twierdzą bynajmniej, że do dyskusji o tożsamości medioznawstwa nie wnoszą one zupełnie nic nowego, albo że tę dyskusję spychają na niewłaściwe tory i z tego powodu z zasady nie powinno się ich uwzględniać. Chodzi mi przede wszystkim o to, że uczeni z zagranicy formułują swoje propozycje – co oczywiste i naturalne – na podstawie analizy różnych wycinków rzeczywistości społecznej w swoich krajach czy regionach kulturowych, uwzględniając też jedynie tamtejsze doświadczenia i tradycje. O ile więc w naukach ścisłych, technicznych czy w medycynie automatyczne przenoszenie na polski grunt zagranicznych teorii i osiągnięć naukowych jest możliwe, a często – jak najbardziej wskazane, o tyle w przypadku analizy rzeczywistości społecznej (w tym również medialnej) może prowadzić do zgubnych konsekwencji. Choćby takiej, że znacznie łatwiej dywagować na temat teorii zagranicznego uczonego, czasem tylko uzupełniając ją odosobnionymi, wyrwanymi z szerszego kontekstu przykładami z polskiego „podwórka” medialnego, niż prowadzić pogłębione badania własne, wykorzystując przede wszystkim krajowe doświadczenia, a także uwzględniając naszą tradycję badawczą. To pewnie dlatego polscy badacze rzadko próbują weryfikować teorie zachodnich autorów, a więc określić, czy w ogóle, a jeśli tak – to w jakim stopniu, można je wykorzystywać w odniesieniu do badania naszego systemu środków masowego przekazu.

Przykładem absolutnego zauroczenia – i nie ma w tej opinii żadnej złośliwości – koncepcją zagranicznego badacza, w tym przypadku Roberta T. Craiga (amerykańskiego profesora komunikacji z University of Colorado w Boulder) jest – moim zdaniem – wydana niedawno książka dr. Emanuela Kulczyckiego – filozofa

z Instytutu Filozofii UAM, przedstawiającego się jako „komunikolog i bloger zajmujący się teorią komunikacji i blogujący o komunikacji naukowej”¹¹. Jednak już wcześniej dr Kulczycki, omawiając rozmaite publikacje Craiga, wypowiedział się na temat „problemu obszaru badań nauki o komunikowaniu”, stwierdzając m.in.: „Nauka o komunikowaniu jako dyscyplina praktyczna koncentrować się ma na problemach komunikowania, które istnieją jednak dopiero wtedy, gdy problemy społeczeństwa są konstruowane jako problemy komunikowania z perspektywy komunikacyjnej. Swoistą metodą nauki o komunikowaniu jest konstytuowanie różnic jako różnic perspektyw, które mają prowadzić do mediacji pomiędzy nimi. Craig uważa, że nauka o komunikowaniu może być dyscypliną tylko poprzez bycie dyscypliną praktyczną, poprzez odnalezienie własnego ‘głosu’ w owej debacie dyscyplin. Oczywiście, oprócz bycia praktyczną, dyscyplina musi być również dyscypliną: musi teoretyzować praktykę w własnej perspektywy [...]. Celem nauki o komunikowaniu powinna być dialogiczno-dialektyczna koherencja: wspólna świadomość oczywistej komplementarności oraz napięcie pomiędzy różnymi typami teorii komunikowania. Craig uważa, że zrekonstruowane teorie komunikowania wewnątrz dyscypliny praktycznej mogą ukonstytuować koherentny obszar badawczy. Taką rekonstrukcję wyróżnionych tradycji teorii komunikowania oparł na dwóch zasadach: użyciu konstytutywnego modelu komunikowania jako metamodelu oraz pojmowaniu teorii komunikowania jako metadyskursu. Teoria komunikowania czerpie swoją wiarygodność z powszechnej praktyki potocznego metadyskursu. Rekonstrukcja ma polegać na dialogu pomiędzy teoretycznym

Henry Jenkins, Hans Mathias Kepplinger, Paul Felix Lazarsfeld, Maxwell McCombs, Paolo Mancini, Denis McQuail, Dieter Mersch, John Street, David H. Weaver. Nie bez znaczenia pozostaje pewnie fakt, że prace większości z nich były tłumaczone na język polski.

¹¹ E. Kulczycki, *Teoretyzowanie komunikacji*, Poznań 2012. Warto przypomnieć, że Robert T. Craig jest twórcą koncepcji – jak to określa dr Kulczycki – „ujęcia refleksji nad komunikacją w ramach dyscypliny praktycznej poprzez indukcyjno-dedukcyjne studia krytyczne”.

metadyskursem a praktycznym metadyskursem życia codziennego. Teoretyczny metadyskurs odnosi się do konstytutywnego metamodelu komunikowania [...]. Praktyka komunikacyjna może być teoretyzowana z różnych perspektyw, przez co nauka o komunikowaniu staje się forum, na którym toczą się dyskusje na temat najważniejszego, centralnego zagadnienia. Nauka o komunikowaniu rozumiana jako dyscyplina praktyczna, której obszarem badawczym jest nie tyle komunikowanie, co praktyka komunikacyjna, będzie ugruntowana nie tylko przez czynniki instytucjonalne i intelektualne, ale, co najważniejsze, przez istotność swojej refleksji dla praktyki społecznej”¹².

Przyznaję, że przytoczyłem dość obszerną część tekstu dr. Kulczyckiego (w miejscach wykropkowanych znajdowały się fragmenty publikacji Craiga, stanowiące uzupełnienie i/lub potwierdzenie opinii autora) przede wszystkim dlatego, że nie odważyłem się ich streścić. Dlatego, szczerze mówiąc, wolałbym, żeby istota koncepcji Craiga została przedstawiona nie tylko bardziej zrozumiale, ale przede wszystkim – w nawiązaniu do polskiej „praktyki komunikacyjnej”. Powiem więcej, nabrałbym większego szacunku dla samej koncepcji, gdyby okazało się, że jest to narzędzie użyteczne z punktu widzenia analizy polskiej rzeczywistości medialnej.

Mam wrażenie, choć chciałbym się mylić, że takim rozumieniem sensu pracy naukowej trzeba też tłumaczyć aktualną sytuację w zakresie badań nad polskim systemem medialnym. Inaczej mówiąc – że tak niewiele jest przykładów rzetelnych, pogłębionych i metodologicznie poprawnych opracowań i studiów na ten temat¹³. Obawiam się, że gdyby przeprowadzić skrupulatną, ilościową analizę dotychczasowej literatury przedmiotu z dziedziny medioznaw-

stwa, to najliczniejsze grupy tworzyłyby publikacje z zakresu szeroko rozumianego marketingu medialnego, public relations, a także politologicznej i socjologicznej analizy rzeczywistości medialnej. Niestety, autorzy zdecydowanej większości tych opracowań traktują media jako jednorodną całość, zapominając (choć trudno w to uwierzyć!) o ich wewnętrznym – typologicznym i treściowym – zróżnicowaniu. Dla przykładu: jeśli socjolog czy politolog analizuje rolę środków masowego przekazu w kreowaniu opinii publicznej albo ich wpływ na postawy i decyzje wyborcze uczestników wyborów parlamentarnych, samorządowych czy prezydenckich, nie powinien zapominać, że inne możliwości oddziaływania – ze względu na swoją specyfikę – ma prasa drukowana (w tym: dzienniki i czasopisma), inne zaś – radiofonia czy telewizja. Co więcej, nie bez znaczenia jest też profil pisma (odpowiednio: formuła programu), socjodemograficzna charakterystyka kręgu odbiorców, zasięg terytorialny i społeczny pisma (programu) itd. Nieuwzględnianie tych czynników budzi – mówiąc delikatnie – wątpliwości merytoryczne i metodologiczne. Można by zresztą wskazać ich znacznie więcej.



O tym, że w trakcie toczącej się, w sumie od kilkadziesiąt lat, dyskusji na temat tożsamości prasoznawstwa, potem medioznawstwa, a obecnie – nauk o mediach, nie udało się osiągnąć wspomnianej wcześniej intersubiektywnej zgody ani w odniesieniu do zakresu własnego pola badawczego, ani nawet nazwy dyscypliny, świadczy też to, że już dwukrotnie była ona określana w trybie decyzji administracyjnej. Niestety, przy minimalnym sprzeciwie (właściwie: minimalnych wątpliwościach) zgłaszanych

¹² E. Kulczycki, *Problem obszaru badań nauki o komunikowaniu*, [w:] *Media światem człowieka*, pod red. M. Drożdża, I.S. Fiuta, Kraków–Kielce 2009, s. 22–23.

¹³ Wystarczy przeanalizować tematykę i treść artykułów naukowych publikowanych m.in. na łamach „Studiów Medioznawczych”.

przy tej okazji przez badaczy. Wystarczy przypomnieć wypowiedzi w dyskusji panelowej, zorganizowanej w związku z jubileuszem „Studiów Medioznawczych” w ramach I Ogólnopolskiego Kongresu Politologii¹⁶. Pozostaje

więc mieć nadzieję, że może tym razem będzie inaczej, czyli – może na kanwie dyskusji na temat nauk o mediach dojdzie do konstruktywnego konsensusu badaczy środków masowego przekazu i badaczy komunikowania.

¹⁶ Por. *Panel dyskusyjny: „Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?”*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 4, s. 13–80.