

# Sprawozdanie z VI Ogólnopolskiego Seminarium Medioznawczego „Publiczność mediów w epoce cyfrowej”, Warszawa, 8 kwietnia 2016

**Maria Ewa Kordalewska**

Grono licznie przybyłych gości z całej Polski, kadra i studenci Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego wzięli udział w dorocznej konferencji zorganizowanej w Centrum Informatycznym UW (CIUW). Moderatorem pierwszego panelu był dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW prof. dr hab. Janusz Adamowski. W tej części spotkania, wspólnej dla wszystkich uczestników seminarium, w panelu pt. „Publiczność mediów czy użytkownicy mediów? Aspekty społeczne, prawne i polityczne zmian w audytoriach medialnych”, podjęto próbę zdefiniowania współczesnego odbiorcy mediów.

Odpowiedzi na pytanie o to, jaka jest publiczność mediów w epoce cyfrowej, próbował znaleźć ks. dr hab. prof. UKSW Józef Kloch, który zajął się częścią audytorium publikującą w sieci treści religijne. Ten rzadko omawiany temat został zbadany w kontekście aktywności diecezji i zgromadzeń zakonnych w rzeczywistości online. Prześledzono strony internetowe i profile na portalach społecznościowych oraz towarzyszące im komentarze i wypowiedzi. Z zaskoczeniem odkryto prawidłowość ukazującą największą aktywność wirtualną w Polsce wschodniej, a nie – jak można by przypuszczać – w dużych ośrodkach całego kraju.

Interesująca była prelekcja prof. dr hab. Beaty Ociepki (UWr) która przeanalizowała pojęcie dyplomacji publicznej. Wskazała na jego dychotomiczny charakter polegający na tym,

że dyplomaci, którzy dotąd dyskretnie działali w kuluarach, dziś odsłaniają się między innymi przez aktywność na portalach społecznościowych. Przy okazji wystąpienia prelegentka zwróciła także uwagę na konieczność weryfikacji terminologii, w której skład wchodzi takie pojęcia, jak audytorium, publiczność, konsumenci, użytkownicy mediów.

Po przerwie tematyka wystąpień dotyczyła m.in. jednostek posiadających prawo do informacji, a także ich reakcji na nowe media w ujęciu normatywnym. Dr hab. Tadeusz Kononiuk (UW) zaznaczył na wstępie, że według prawa prasowego praca dziennikarza jest służbą publiczną opartą na szacunku do prawdy. Wobec tego społeczeństwo, które posiada prawo do informacji, może i powinno wymagać rzetelności od przedstawicieli tego zawodu. W czasach, gdy gatunki informacyjne balansują pomiędzy dwoma sprzecznymi interesami gospodarki rynkowej i dóbr publicznych, niezwykle istotna w tej profesji jest odpowiedzialność, ponieważ zarówno wolność jak i jakość prasy są gwarantami dobrze funkcjonującej demokracji. Są to podstawowe wartości, jakimi powinna się kierować publiczność zarówno starych, jak i nowych mediów.

Ks. dr hab. prof. UKSW Andrzej Adamski zwrócił uwagę na nowe cechy charakteryzujące społeczeństwo wraz z rozwojem nowych mediów. Dziś możemy mówić m.in. o hiper-telewizji, której charakterystyczną cechą jest

mutliscreening, czyli fragmentacja obrazu. Dla tego rodzaju medium, tworzonego przez wielu dla wielu, znamienne jest także przyspieszenie rytmu narracji, dynamicznie zmieniające się sekwencje ujęć oraz nowa zasada linearności, w imię której widzowie oglądają telewizję zawsze, tu i teraz. To także multiplikacja bohaterów i zdarzeń, i wreszcie – to także takie medium, które przestało mieścić się na trzech ekranach. Obecnie jest mowa o czwartym, jakim stał się smartfon. Wobec tak kategoriycznych zmian, jakie dotknęły telewizję, zmieniła się także publiczność, która coraz częściej deklaruje, że nie ogląda telewizji stacjonarnej, tylko tę, która jest dostępna na smartfonie, np. dzięki portalom społecznościowym.

Niezwykle interesującym tematem, szczególnie dla młodszej części publiczności, okazał się humor na Facebooku omówiony przez prof. dr hab. Leszka Pułkę (UWr), który wskazał, że polityka jest głównym tematem dowcipów. Jego zdaniem infantylizm w sieci wynika nie tyle z anonimowości, co raczej z potrzeby szybkiego reagowania na wydarzenia w żartobliwy sposób. Refleksja przychodzi po pewnym czasie i nie znajduje upustu na tych samym portalach.

W drugiej połowie dnia dokonano podziału na pięć sekcji tematycznych. W pierwszej rozprawiano o prawnych aspektach użytkowania mediów. Jednym z prelegentów był mgr Grzegorz Furgał (UW), który skoncentrował się na środowisku prawników i zmianach, jakie dokonały się w sposobie odbioru mediów przez tę grupę. Zauważył, że radcowie prawni i adwokaci musieli dostosować się do sposobu odbioru mediów także przez swoich klientów oraz do ograniczeń komunikacyjnych wynikających z ustaw regulujących rynek i wewnętrznych przepisów korporacyjnych.

Sekcja, która cieszyła się największym powodzeniem, wnioskuje po liczbie słuchaczy, dotyczyła publiczności w różnych systemach medialnych. Jedną z prelegentek była dr Maja Chacińska (UG), która opowiedziała o skandy-nawskim modelu slow-tv opartym na celebracji

danego wydarzenia zajmującego znaczną część czasu antenowego. Dr Chacińska za przykład podała norweską telewizję publiczną NRK, która dwa razy do roku przez kilkanaście godzin relacjonuje takie wydarzenia jak rejs po fiordach, podróż najsłynniejszą trasą kolejową, uroczystości z okazji Narodowego Dnia Chóru czy Narodowego Dnia Szydełkowania. Wszystkie programy cieszą się ogromnym zainteresowaniem norweskiej publiczności.

Innym zagranicznym systemem medialnym charakteryzującym się specyficzną publicznością są Chiny. Dr Andrzej Sawicki (UW) uczynił tematem swojego referatu blogosferę. To właśnie ta część nowych mediów jest jednym z najszybciej rozwijających się w Państwie Środka. Ich wartość rynkowa stale rośnie, a twórcy dorastają do miana kreatorów opinii. Na przekór istniejącej cenzurze i filtru internetu o znamiennej nazwie „Złota tarcza”, chińscy blogerzy robią wiele, aby zarabiać także na rynkach zachodnich.

Ostatnim referatem w tej sekcji było wystąpienie mgr Anity Ceglińskiej (UW) o portalach informacyjnych z sektora digital born. Mimo że na rynku medialnym są krótko, to wygrywają m.in. w Japonii i Australii z internetowymi wydaniem tradycyjnych tytułów prasowych. W USA są ważnym głosem w dyskusji politycznej, społecznej i ekonomicznej. Tego rodzaju portale generują treści przyjazne mediom społecznościowym, ponieważ zawierają wiele materiałów wideo i są otwarte na interakcję z użytkownikami. Szybko odpowiadają na zmieniające się nawyki publiczności, która już nie czyta newsletterów i stron głównych, ale polega na linkach, aplikacjach i przekierowaniach z social mediów. Tym samym wymuszają zmiany w działaniach konkurentów już zdomowionych na rynku. Standardem stają się relacje real-time, artykuły w formie zestawień czy dedykowane aplikacje.

Wystąpienie mgr Urszuli Kuźnik (UW) i dr. Mateusza Zimnocha (UJ) dotyczyło stosunkowo nowego zjawiska, jakim jest Virtual Reality (VR). Prelegenci uporządkowali nadal kłopo-

tliwą terminologię, omówili problematyczne kwestie percepcji związane z tą technologią na przykładzie realizacji dziennikarskiej Projekt Syria Nonny de la Penny oraz realizacji dokumentalnej Chernobyl VR Projekt. Na koniec powiedzieli o istotnych prognozach dotyczących VR, czyli o nowych możliwościach robienia materiałów reporterskich, wykorzystywaniu platform gier do tworzenia dziennikarskiego kontentu, zmianie roli dziennikarza, który stanie się rejestratorem i scenarzystą wydarzeń. W konsekwencji pojawienia się nowej technologii i powyższych zmian zasadniczo zmieni się także publiczność mediów.

Mnogość tematyczna i wielość perspektyw, jakie prezentowali prelegenci VI Ogólnopolskiego Seminarium Medioznawczego, skutecznie i wyczerpująco odpowiedziały na pytanie o publiczność mediów w epoce cyfrowej. Spotkanie wywołało liczne dyskusje, postawiło nowe pytania, doprowadziło do ciekawych wniosków i wyjaśniło wiele kwestii, a także posłużyło za inspirację do dalszego rozwoju kariery naukowej. Było okazją do spotkania wielu wybitnych osób, wymiany myśli i doświadczeń. Pełna lista prelegentów oraz tematy referatów są dostępne na stronie <http://konferencjemedioznawcze.pl/program-osm>