

Retoryka mediów: USA

Rhetoric of media: USA

5 (2) 2018 EDITORS: ANNA BENDRAT, ELŻBIETA PAWLAK-HEJNO

SPRAWOZDANIA | REPORTS

ANNA BENDRAT

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

anna.bendrat@umcs.pl

**Sprawozdanie/Report: Ogólnopolska konferencja naukowa
„Współczesne Media 10”, Lublin, 19-20 kwietnia 2018 r.**

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ANNA BENDRAT

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

anna.bendrat@umcs.pl

Sprawozdanie/Report: Ogólnopolska konferencja naukowa „Współczesne Media 10”, Lublin, 19-20 kwietnia 2018 r.

W dniach 19-20 kwietnia 2018 roku na Wydziale Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie odbyła się dziesiąta konferencja z cyklu „Współczesne Media”. Inicjatorami pomysłu cyklu konferencji o mediach w XXI wieku i organizatorami przedsięwzięcia są prof. dr hab. Iwona Hofman, Dziekan Wydziału Politologii, Kierownik Zakładu Dziennikarstwa i Prezes Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej oraz dr hab. Danuta Kępa-Figura z Zakładu Dziennikarstwa WP UMCS. Jubileuszowa edycja konferencji wpisała się w obchody 25-lecia Wydziału Politologii UMCS, a jej honorowymi patronami zostali Prezydent Lublina dr Krzysztof Żuk oraz Rektor UMCS, prof. dr hab. Stanisław Michałowski. Otwierając konferencję, Rektor UMCS podkreślał ogromną rolę mediów we współczesnym świecie, lecz zwrócił także uwagę na presję, z którą środki masowego przekazu muszą sobie jednocześnie radzić. Z jednej strony, media stają się terenem wpływów ze strony polityków, którzy pragną kreować przekaz medialny według własnej wizji i scenariusza. Z drugiej strony, media niewątpliwie podlegają naciskom rynku i dyktatowi pieniądza, co w znacznym stopniu powoduje, że zachowanie niezależności staje się wyjątkowo trudnym wyzwaniem. Na zakończenie, prof. Michałowski podkreślił sukces Wydziału Politologii, który dzięki długotrwałym staraniom m.in. prof. Iwony Hofman, dnia 26 marca 2018 roku otrzymał uprawnienia habilitacyjne w dyscyplinie nauki o mediach i komunikacji społecznej. Zdaniem Rektora, sukces ten jest poniekąd zasługą połączenia Instytutów Dziennikarstwa na Wydziale Humanistycznym i na Wydziale Politologii, co pozwoliło w sposób zintegrowany rozwijać badania medioznawcze w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej.

Cykl konferencji „Współczesne media” stał się bez wątpienia rozpoznawalnym i ważnym wydarzeniem na mapie wydarzeń medioznawczych w Polsce. W tegorocznej edycji udział wzięło ponad 60 specjalistów z zakresu nauk o mediach, reprezentujących 25 wiodących ośrodków naukowych w Polsce. Gośćmi specjalnymi były prof. Lilia Duskajeva oraz prof. Natalia Cvietova z Petersburskiego

Uniwersytetu Państwowego. Motyw przewodni tegorocznej konferencji stanowiły problemy i metody badań nad mediami. Prezentacje odbywały się w czterech równoległych sekcjach panelowych poświęconych w głównej mierze zagadnieniom metodologicznym współczesnego medioznawstwa w Polsce i za granicą. Ważnym i oczekiwanym punktem programu były obrady plenarne. W pierwszym dniu konferencji w obradach tych udział wzięło pięcioro naukowców z Krakowa, Lublina i Petersburga. Prof. dr hab. Ignacy S. Fiut z AGH rozpoczął wykładem upamiętniającym wkład prof. Walerego Pisarka w rozwój badań prasoznawczych i medioznawczych, przypominając także burzliwe koleje losu profesora – nestora polskiego medioznawstwa i założyciela Krakowskiego Ośrodka Badań Prasoznawczych. Prof. dr hab. Bogusław Skowronek (UP w Krakowie) podjął w swoim wystąpieniu próbę podsumowania stanu badań mediolingwistycznych w Polsce, konstatując, iż ich cechą charakterystyczną jest eklektyzm i wieloaspektowość w duchu funkcjonalno-idiograficznym, a paradygmatem obecnie dominującym jest lingwistyka kulturowa sprzężona z językoznawstwem kognitywnym odnoszącym się do medialnych obrazów świata. Specjalistka w dziedzinie genologii medialnej, prof. dr hab. Maria Wojtak z UMCS, wyróżniła genologię medialną jako młodszą subdyscyplinę w obrębie badań nad gatunkiem wypowiedzi, funkcjonującą obok klasycznej genologii dziennikarskiej. Tematykę gatunków medialnych i ich występowania w rosyjskiej literaturze przedmiotu podjęła także prof. Lilia Duskajeva z Petersburga. W ostatnim wykładzie plenarnym pt. „O celowości badań języka w mediach” prof. dr hab. Maciej Kawka z Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ wspomniał o postulatcie Ireny Bajerowej, która w *Zarysie historii języka polskiego 1939-2000* proponowała, by erę języka polskiego po 1939 roku nazwać dobą medialną. Cytując słowa Walerego Pisarka, iż „lepiej mówić o języku w mediach niż o języku mediów”, prof. Kawka zwrócił uwagę na brak szerzej zakrojonych badań, w których językoznawcy wyszliby poza opracowania struktury języka, skupiając się na kontekście pozajęzykowym (multimodalnym). Zaproponowanym rozwiązaniem mogłoby być wprowadzenie pojęcia dyskursu, który łączy sferę językową i pozajęzykową, obejmując kontekst wypowiedzi i wychodząc poza gotowy produkt językowy.

Obrady plenarne stanowiły także uwieńczenie drugiego dnia konferencji. W sesji tej wystąpiło pięcioro specjalistów z dziedziny medioznawstwa. Wykłady dotyczyły szerokiego spektrum badań, w tym estetyki mediatekstów (prof. Natalia Cvietova z Petersburga), egodokumentów w badaniach historii pracy w Polsce (prof. dr hab. Ewa Maj z UMCS), metody Q-sorting wykorzystywanej do budowy indywidualnych repertuarów mediów (dr hab. Stanisław Jędrzejewski z Akademii Leona Koźmińskiego), badania mediów diaspor jako narzędzia dyplomacji (dr hab. Magdalena Ratajczak z Uniwersytetu Wrocławskiego) oraz „mierzalności

niemierzalności metod w badaniach medioznawczych” (prof. dr hab. Jacek Dąbała z KUL).

Jednak najważniejszym i najdobitniejszym punktem w programie konferencji, któremu należałoby poświęcić szczególną uwagę, był panel dyskusyjny zaplanowany na otwarcie obrad, zatytułowany „Paradygmat(y) nauk o mediach”. Do grona ekspertów zaproszono dziewięciu przedstawicieli z ośmiu ośrodków naukowo-badawczych, których zadaniem było przedstawienie własnej interpretacji teorii i pojęć tworzących podstawy medioznawstwa w Polsce w drugiej dekadzie XXI wieku. Jako pierwszy głos zabrał prof. dr hab. Marek Jabłonowski z Uniwersytetu Warszawskiego, który podkreślił rolę refleksji nad współczesnymi mediami w kontekście debaty o mediach i demokracji, która odbyła się ostatnio w Parlamencie Europejskim. Wyodrębnienie nauki o mediach w 2011 roku wywołało szereg dyskusji o ich statusie metodologicznym, z których wynika, iż przedmiotem materialnym nauki o mediach są środki masowego przekazu, funkcjonujące w sferze społecznego obiegu informacji. Jednak zdaniem prof. Jabłonowskiego pole badawcze jest obecnie niedookreślone i charakteryzuje się niską spójnością paradygmatyczną. Tymczasem media to byt funkcjonujący samodzielnie, a spośród kierunków badań medioznawczych należy wyróżnić studia nad zawartością i oddziaływaniem mediów, studia nad kanałami informacyjnymi oraz nad publicznością. W obrębie medioznawstwa pojawiają się również badania nad książką traktowaną coraz częściej jako medium. Spośród istniejących paradygmatów, prof. Jabłonowski wyróżnił teorię autorstwa Tomasza Gobana-Klasa z 2008 roku, w której powoływał się on na cztery pytania sformułowane niegdyś przez Thomasa Khuna: (1) co badać (medium przekazu i ludzi); (2) jakie pytania badawcze stawiać (np. kto kontroluje media czy jakie jest ich oddziaływanie); (3) jak formułować pytania (zgodnie z metodologią nauk społecznych, w tym badania treści czy badania odbiorców); oraz (4) jak interpretować wyniki badań (w ramach teorii społeczeństwa medialnego – informacyjnego – sieciowego). Spośród najistotniejszych celów badawczych wskazanych przez prof. Jabłonowskiego należy wskazać na: (1) opis obiegu informacji z wykazem mediów w skali od mikro do makro; (2) analizę relacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą; (3) wykorzystanie mediów w zmieniającym się środowisku medialnym; (4) opis specyfiki organizacyjnej środowiska medialnego; oraz (5) wpływ mediów na opinię publiczną. Konkludując, prof. Jabłonowski wyraził życzenie, by w obrębie nauk społecznych pojawiło się kompleksowe opracowanie założeń teorii nowej dyscypliny wraz z definicjami pojęć podstawowych.

Następnie głos zabrał prof. dr hab. Tomasz Mielczarek z Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, którego stanowisko w kwestii paradygmatu w medioznawstwie odbiegało od tego zaprezentowanego wcześniej przez

prof. Jabłonowskiego. Zdaniem prof. Mielczarka, paradygmat ten został już dawno opisany, a jako przykłady przytoczył on trzy nazwiska badaczy wraz ze wskazaniem na konkretne publikacje: Walerego Pisarka (*Prasoznawstwo* wydane już w 1959 roku i uznane za pierwszy paradygmat nauk o mediach), Tomasza Gobana-Klasa (jego tekst o badaniach amerykańskich z 1976 roku, w którym zamiast mediów wprowadza pojęcie komunikowania społecznego) oraz Denisa McQuaila (6 wydań *Teorii komunikowania masowego* z 1983 roku). Jeśli zatem przyjąć definicję paradygmatu autorstwa Thomasa Kuhna, to jak ilustrują powyższe przykłady, paradygmat nauki o mediach został opisany już w drugiej połowie XX wieku, a zatem – istnieje. Prof. Mielczarek skonstatował swoją wypowiedź postulując, by nie podejmować na siłę prób scalania dziedzin (medioznawstwo, bibliologia, informatologia itp.), lecz by pozostać przy formule luźnej federacji dyscyplin, które używają analogicznych metod badawczych do badania różnych obszarów ludzkiej komunikacji.

Kolejnym prelegentem był ks. dr hab., prof. UPJPII Michał Drożdż, który również powołał się na definicję paradygmatu Thomasa Khuna jako zespołu warunkowań i ram badawczych. W tym kontekście prof. Drożdż dokonał rozróżnienia na paradygmat bazowy, czyli taki, który obowiązuje w badaniach języka w naukach społecznych i humanistycznych, oraz paradygmat modelowy, będący w rzeczywistości przestrzenią wieloparadygmatową, skupiającą różne szkoły myślenia, charakteryzujący się interdyscyplinarnością i wielością metod definiowanych przez omawiane medium (prasa, radio, telewizja, Internet, książka, informacja). Zastanawiając się, czy nauki o mediach wypracują jedną wspólną metodę badawczą, prof. Drożdż zauważył, że będzie to bardzo trudne ze względu na wielość paradygmatów modelowych oraz trzy odrębne płaszczyzny systematyzacji: (1) płaszczyznę poznania mediów ogółem; (2) płaszczyznę funkcjonowania mediów; oraz (3) płaszczyznę konkretnego medium. Podsumowując, prof. Drożdż wyraził przekonanie, że w dzisiejszych czasach nie da się utrzymać hermetyczności dyscyplin, a metody wypracowane przez socjologów, psychologów czy historyków dadzą się z powodzeniem wykorzystać przez medioznawców.

W dalszej prezentacji stanowisk pierwszą osobą, która w bezpośredni sposób nawiązała do medium Internetu była prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas z UJ. Przywołując klasyczny schemat pięciu pytań Harolda Lasswella (kto? co? do kogo? po co? z jakim skutkiem?), prof. Sasińska-Klas zaobserwowała, iż w dzisiejszych czasach schemat ten jest rzadko badany. Tymczasem Lasswell już w połowie XX wieku określał publiczność mianem „attention aggregate”, gdzie podstawowym wyzwaniem nadawcy jest to, jak utrzymać uwagę odbiorcy. To publiczność stanowi o oddziaływaniu kontekstu społecznego oraz o sposobie realizacji podaży medialnej na rynku komercyjnym. Jednak w przypadku Internetu nie sprawdza się

większość znanych typologii. W jaki sposób, zdaniem prof. Sasińskiej-Klas, technologia zmieniła publiczność medialną? Po pierwsze, zmianie uległa jej struktura. Podział na odbiorcę i nadawcę zaciera się, ponieważ media interaktywne nie pozwalają na jednoznaczne zdefiniowanie publiczności medialnej. W zamian za to wyróżniamy kategorie typu fani, hejterzy lub umiarkowani. Po drugie, pojawia się zjawisko segmentacji publiczności, ukrytej pod popularnym dziś pojęciem targetowania treści czy produktów do wybranych grup odbiorców. Po trzecie, mamy do czynienia z niespotykaną wcześniej na taką skalę fragmentaryzacją publiczności. Wielość komunikatów, rozpraszających pulę uwagi odbiorców prowadzi do ich skrajnej indywidualizacji. Ta z kolei może prowadzić do utraty poczucia przynależności do konkretnej grupy, a w ostateczności do wystąpienia modelu rozpadu. Ostatnim znacznikiem zmiany charakteru odbiorcy w dobie technologii jest zjawisko „wymykania się” publiczności. W 1991 roku w książce *Desperately Seeking the Audience* pisała o tym Ien Ang w kontekście publiczności telewizyjnej. Do jej wniosków nawiązuje Denis McQuail, zauważając, że w XXI wieku proces ucieczki publiczności i ciągłego za nią pościgu jest mocno zaawansowany. Obfitość podaży mediów w dobie Internetu powoduje, że ilość i jakość uwagi odbiorców spada, a nowa publiczność interaktywna staje się coraz bardziej władczą, dyktując własne wymagania i oczekiwania. Stąd konkluzja prof. Sasińskiej-Klas, iż w związku ze zmianami na rynku mediów, również w paradygmatach badawczych rysują się nowe przegrupowania i przetasowania.

Kolejna z prelegentek, prof. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz z Krakowskiej Akademii im. A. Frycza-Modrzewskiego, postawiła otwarte pytanie: czy mamy szukać teorii wszystkiego, czy skupić się na tym, jaką postawę wobec nauki o mediach reprezentujemy współcześnie. Zdaniem prof. Pokornej-Ignatowicz, w związku z tym, że nauka o mediach obejmuje zarówno media jak i ich otoczenie, wykraczamy tym samym poza obszar nauk społecznych i humanistycznych, wchodząc w obszary technologii czy sztuki. Czy chcemy zatem wyznaczać granice dyscyplin, czy uznać, że nauka jest bez granic i włączyć w obszar dyscypliny wszystko, co się z nią wiąże? Prof. Pokorna-Ignatowicz stawia na otwartość – każda metodologia uznana na gruncie innych nauk powinna zaistnieć w nauce o mediach. W podobnym tonie wypowiadała się dr hab. Agnieszka Hess z Uniwersytetu Jagiellońskiego, która wspomniała po raz kolejny słowa prof. Pisarka, by pozostać otwartym na nowe metody badań. W Polsce coraz więcej projektów naukowych wychodzi od zagadnień nauk o mediach, lecz testuje różne metodologie czy eksperymenty badawcze, jak ma to miejsce w przypadku badań nad dialogiem obywatelskim czy komunikowaniem populistycznym. Na inny aspekt tworzenia paradygmatów oraz nowych dyscyplin zwrócił uwagę prof. Arkadiusz Lewicki z Uniwersytetu Wrocławskiego. Jako filmoznawca, na swoim przykładzie ukazał,

jak płynne są granice dziedzin naukowych i w jak wielu z nich miał już okazję „figurować”, zajmując się niezmiennie badaniami nad filmem. Stąd kluczowe jest wzięcie pod uwagę aspektu ludzkiego i przyjęcie do wiadomości, że tworzenie się dyscyplin oparte jest niejednokrotnie na grze sił wewnątrz środowiska naukowego.

Na zakończenie głos zabrał prof. dr hab. Bogusław Skowronek z Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, który postawił tezę, iż to współczesna przestrzeń mediów zdefiniowała na nowo cały aparat metodologiczny. Prof. Skowronek podał cztery wymowne przykłady takiej transformacji. Po pierwsze – komunikacja. Rozumiemy ją klasycznie jako przenoszenie znaczeń. Ale o jakim przenoszeniu znaczeń możemy mówić w przypadku zjawiska *filter bubbles*, kiedy odbiorców nie interesuje, co mówią inni, czyli ci spoza ich obszaru zainteresowań? Po drugie – referencja. Jest to inaczej odnoszenie się do świata. Ale do jakiego świata? Dla reporterów „Gazety Wyborczej” i Telewizji Trwam są to zupełnie inne światy. Mamy tu do czynienia z podwójną semantyką – bo czy np. Facebook odnosi się do jakiegoś innego świata poza Facebookiem? Po trzecie – reprezentacja. Jednak jeśli pomyślimy o coraz popularniejszym Internecie rzeczy – o jakiej reprezentacji możemy tam mówić? Po czwarte – obiektywizm i rzetelna prawda. Pojęcia te znaczą tyle, ile znaczą dla danej wspólnoty dyskursu. Naszą refleksję powinno wywołać pytanie, kto decyduje o kształcie dzisiejszych mediów: nadawca czy reklamodawca? Wydawca czy „mocodawca” (np. stacja Fox w USA)? I wreszcie – media czy ich odbiorca? Główną bolączką współczesnego medioznawstwa zdaniem prof. Skowronka jest zbyt duża pewność zarówno dyscypliny jak i siebie. Tymczasem media jako konglomerat wciąż zmieniają przekazy i są zawsze o dwa kroki przed badaczami. W tej sytuacji medioznawczy powinni zawsze wychodzić od zdefiniowania pojęcia, którym się zajmują, gdyż tradycyjne rozumienie pojęć traci dziś na aktualności. W dobie, kiedy przedmiot badań nieustannie wyprzedza badacza, priorytetem każdego z nas powinna być otwartość metodologiczna.

Biorąc pod uwagę ogromną różnorodność prezentowanych referatów podczas dwóch dni konferencji *Współczesne Media 10*, wydaje się, że polscy badacze mediów wychodzą naprzeciw postulatowi otwartości na nowe metody badań i włączają się w ten sposób w rozwój nowoczesnego medioznawstwa nie tylko w kraju, ale i na świecie.