



Tomasz Goban-Klas

WARTKI NURT MEDIÓW

**KU NOWYM FORMOM
SPOŁECZNEGO ŻYCIA INFORMACJI**



universitas

WARTKI NURT MEDIÓW

seria
DZIENNIKARSTWO I ŚWIAT MEDIÓW
pod redakcją
Zbigniewa Bauera
i
Edwarda Chudzińskiego

**Studium Dziennikarskie
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie**

Tomasz Goban-Klas

WARTKI NURT MEDIÓW

**KU NOWYM FORMOM
SPOŁECZNEGO ŻYCIA INFORMACJI**

Pisma z lat 2000-2011

Kraków

Podręcznik akademicki dotowany przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego

© Copyright by Tomasz Goban-Klas and Towarzystwo Autorów
i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2011, wyd. I

ISBN 97883-242-1555-3
TAiWPN UNIVERSITAS

Opracowanie redakcyjne
Edyta Podolska-Frej

Projekt okładki i stron tytułowych
Sepielak

www.universitas.com.pl

SPIS TREŚCI

OD AUTORA	9
-----------------	---

WPROWADZENIE

Od prasoznawstwa do medioznawstwa. Perspektywa naukowego globtrotera	15
Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych	25

I PŁYNNA MEDIALNOŚĆ

<i>Panta rei</i> , czyli teoria komunikowania wobec wyzwań nowych mediów	41
Pochwała medioznawstwa, czyli renesans McLuhana	53
Rwący nurt informacji	67
Polska łódka, europejskie morza i światowy ocean. Żeglując ku społeczeństwu globalnej informacji	75

II MEDIAMORFOZA

Jima Banistera taksonomia mediów – próba uniwersalnej klasyfikacji medialnej	89
Perspektywa mediamorfozy jako transformacji systemu mediów	99
Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów	111
Książka i czytelnictwo: trwanie i zmiana w erze cyfrowej	121

Nowe wino w nowym bukłaku – gazeta na iPadzie?	131
Ontologia Internetu	139
Internet jako paradoks	147

III SOCJOMORFOZA

Społeczeństwo informacyjne i jego teoretycy	159
Społeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne?	177
Media jako czynnik zróżnicowania społecznego	193
Strategia Lizbońska budowy europejskiego społeczeństwa informacyjnego	207
Komórka w naszej chacie	219
Pokolenie SMS-u w rozwiniętym społeczeństwie informacyjnym	227
Od ludzi Turinga do pokolenia sieciaków. Rola narzędzi informacyjnych i komunikacyjnych w kształtowaniu osobowości społecznej	237

IV MEDIATYZACJA SFERY PUBLICZNEJ

Wprowadzenie do komunikowania politycznego.

Wstęp do wydania polskiego Briana McNaira	249
Przełamywanie partyjnego monopolu mediów	263
Władza czy panowanie mediów?	283
Wolność słowa w obszarze komunikacji społecznej	295
Lewica a media	307
Opozycja w cyberprzestrzeni	315

V NIEBEZPIECZNE MEDIA

Walka i terroryzm w zmediatyzowanym świecie: nowy paradygmat rozproszonej wojny	327
Sieć Al-Kaidy, Al-Kaida w sieci	341
Władcy słów: politycy, media i prawnicy wobec terroryzmu i terrorystów	351
Terrorwizja. „Wstrząsające” wydarzenia medialne jako element kultury strachu	365
Dziennikarze i terroryści: rozgłos czy riposta?	377
Skandal czy spektakl?	391
Czarny PR – praktyka, historia i teoria. Etyka?	405

VI DZIENNIKARSTWO NA ROZDROŻU

Poskramianie dziennikarzy. Instrumentarium demokracji dyktatorskiej	417
Od tabloidów do tabloidyacji mediów	427
Dziennikarstwo śledcze: źródła, przecieki, oczyszczalnia ścieków czy czarny PR (zatruta studnia)?	439
Jak wolne mass media psują demokrację	445
Etyka i media: między wolnością, odpowiedzialnością i profesjonalizmem	457
Zarządzanie jakością w dziennikarstwie jako odzyskiwanie wiarygodności służby publicznej	477
Komunikowanie jest najważniejsze... w sytuacjach wielkich kataklizmów, katastrof, krachów i skandali, aktów terrorystycznych	485

VII EDUKACJA MEDIALNA

Surfowanie czy żeglowanie w cyberprzestrzeni, czyli o wychowaniu człowieka medialnego i mobilnego <i>homo internetus</i>	501
Mobilny multikomputer w rękach dziecka, czyli o konieczności edukacji medialnej	511
Nowa edukacja medialna w społeczeństwie ryzyka i katastrof.....	519

VIII DOKĄD NIESIE NAS WARTKI NURT MEDIÓW?

<i>Quo vadis, media?</i> Gdzie zdążają media masowe?	527
iPad, czyli dokąd prowadzą nas najnowsze media? Gizmo czy nasz drugi mózg?	539
Gazeta – wymierający gatunek. <i>Mane, tekel, fares?</i>	545
Słowo końcowe	561
Wykaz prac cytowanych	563
Indeks nazwisk	575

OD AUTORA

Nic, co medialne, nie jest mi obce.

Medialność jest znamieniem współczesności. Jeśli Zygmunt Bauman trafnie nazywa naszą epokę „płynną nowoczesnością”, to „płynność” ta obejmuje także – a może przede wszystkim – komunikację społeczną i jej narzędzia, media. Co więcej, z wielu różnych aspektów współczesności media są chyba najbardziej płynne, zarówno zmienne, jak i niedookreślone, trudno uchwytnie w konceptualnej analizie, chociaż jako technologie są zreifikowane, uprzedmiotowione. Niemniej, mimo tej zmienności, pewne problemy dzisiejsze wcale nie są takie nowe, a dawne teorie też nie odeszły całkiem do lamusa. Dlatego z rozważką, ale i wdzięcznością przyjąłem propozycję Wydawnictwa Universitas dołączenia do dwóch znanych autorów – profesorów Walerego Pisarka oraz Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego, którzy wybory ze swych wieloletnich prac już opublikowali¹. Podążając ich tropem, przygotowałem niniejszy zbiór, który najlepiej, by był czytany jako uzupełnienie ich tomów.

Tytuł niniejszej książki przywołuje zapiski Ryszarda Kapuścińskiego o rwącym nurcie historii². Jednak, mimo wszystko, media są bardziej uregulowane, a tendencje ich rozwoju bardziej przewidywalne niż historia ludzkości. Dlatego wybrałem spokojniejsze określenie – wartki nurt mediów. Ale jakich mediów?

¹ W. Pisarek, *O mediach i języku*, Kraków 2007 oraz J. Mikułowski Pomorski, *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008.

² R. Kapuściński, *Rwący nurt historii. Zapiski o XX i XXI wieku*, Kraków 2007.

Jeszcze niedawno media i medium były słowami mało znanymi poza wąskim kręgiem ich badaczy. Dzisiaj są na ustach wszystkich. Jednak nie znaczą dla każdego tego samego. Raz odnoszą się do telewizji, radia, prasy, po części do Internetu, innym razem do telefonu komórkowego czy – jako nowe media – do gier komputerowych lub iPada, a jako media społeczne – do Facebooka i aplikacji Web 2.0. Mimo tego zróżnicowania semantycznego wskazane znaczenia mają wiele wspólnego, wszystkie odnoszą się bowiem do instrumentów przetwarzania i transmitowania informacji społecznej. Będąc urządzeniami technicznymi (telewizja, radio, telefon, sieć komputerowa, iPad itd.), przez masowe użytkowanie wprowadzają przekazy w życie społeczne i indywidualne ludzi, same stają się ośrodkiem stosunków społecznych. Podtytuł książki „Ku nowym formom społecznego życia informacji” wskazuje, że informacja, gdy jest tworzona, modyfikowana, przekazywana, odbierana przez ludzi, tworzy nowe formy społeczno-kulturowe, które – za Johnem Seely Brownem i Paulem Duguidem – określam jako „społeczne życie informacji”³. Oznacza to, że to kontekst społeczny jest środowiskiem „życia” informacji i mediów.

Niniejsza książka zawiera artykuły, które powstawały w ciągu dziesięciu ostatnich lat, stąd informacja „Pisma z lat 2000–2011”. Niemniej wyraża moje znacznie dłuższe związki z tematyką badawczą mediów, sięgające wczesnych lat 1970. Odbija przeto zarówno zmieniający się przedmiot badań – transformację medialną na przełomie XX i XXI wieku, jak i responsywne wobec niej moje zainteresowania badawcze.

Aktualnie zmienia się zakres, natura, a więc i samo pojęcie mediów. Tym samym powinna się dezaktualizować wiedza o mediach, inny był przecież system medialny dziesięć lat temu, niż teraz jest w Polsce i na świecie. Czy więc sensowne jest przypominanie dawnych tekstów? Wszystkich z pewnością nie, ale wyboru zapewne tak. Teksty publikuję z licznymi zmianami i skrótami (koniecznymi ze względu na ograniczoną objętość książki), uzupełnieniami redakcyjnymi oraz pewnymi zmianami stylistycznymi i wieloma nowymi przypisami. Do każdego tekstu dodałem *post scriptum*, dorzucając w nim informacje *last min-*

³ J. Seely Brown, P. Duguid, *The Social Life of Information*, Cambridge 2002.

ute, w większości pozyskane latem 2011 roku, aby dobitniej ukazać zdumiewającą dynamikę rozwoju współczesnych mediów i skłonić do refleksji nad nią. Są pomyślane jako szkic nowych problemów.

Zbiór tekstów, które ukazywały się w różnych wydawnictwach skierowanych do różnych czytelników, z konieczności – dyktowanej tematem – zawiera pewne powtórzenia. Lecz książka nie musi być czytana linearnie, po kolei od początku do końca, ale najlepiej tematycznie, wybranymi częściami i rozdziałami.

Wybór poprzedzają dwa teksty zawarte we Wprowadzeniu, które w wielkim skrócie przedstawiają zainteresowanie autora medioznawstwem. Pierwszy jest osobisty, pokazuje drogę „Od prasoznawstwa do medioznawstwa”. Drugi stanowi uwieńczenie doświadczeń badawczych i studiów w zagranicznych ośrodkach, zawiera argumentację oraz apel o powołanie nowej dyscypliny akademickiej „nauki o mediach”.

Korpus książki składa się z ośmiu części, podzielonych na rozdziały. Pierwsza, „Płynna medialność”, przedstawia, jak zmieniał się pojęcie mediów w kilku ostatnich dziesięcioleciach. Druga, „Mediamorfoza”, bardziej szczegółowo ujmuje proces ewolucji medialnej, wprowadzając generalną problematykę mediamorfozy i typologii mediów oraz wybrane konkretne rodzaje mediów (radio, książkę, tablety). Część trzecia, „Socjomorfoza”, odnosi się wprost do zmian społecznych mających podłoże w mediatyzacji życia społecznego, a część czwarta, „Mediatyzacja sfery publicznej”, wskazuje na różnorodne aspekty siły oddziaływania politycznego mediów. Ujawnia się ona, na ogół nieświadomie, ale czasami planowo, w nadawaniu rozgłosu czynom terrorystycznym, działaniu tzw. czarnego piaru; to są tematy części piątej „Niebezpieczne media”. Prowadzą one do kwestii stylu współczesnego dziennikarstwa, form jego kontroli, odpowiedzialności, jakości materiałów, etyki mediów. Tej problematyce poświęcona jest część szósta, „Dziennikarstwo na rozdrożu”. Powszechność używania mediów w życiu społecznym, szczególnie u młodego pokolenia, wskazuje na konieczność edukacji medialnej, od dawna postulowanej, ale nierealizowanej w polskiej szkole. Stąd część siódma, „Edukacja medialna”, odnosi się i do tego problemu. Na zakończenie część ósma, „Dokąd niesie nas wartki nurt mediów?”, przedstawia rysujące się kierunki mediamorfozy, a szczególnie transformacje gazety drukowanej w formę cyfrową.

Tematyka tomu jest bardzo obszerna, więc z konieczności bardziej sygnalizuje niż analizuje podejmowane kwestie. Ale nie pretenduje też do współczesnej *summa communicologiae*. Autor ma nadzieję, że skłoni badaczy, zwłaszcza młodych, do dalszego podejmowania zarysowanej problematyki i przygotowywania coraz głębszych empirycznych i teoretycznych analiz.

*
* *

Do przygotowania tego tomu zachęcił mnie mój wieloletni przyjaciel, a zarazem kierownik Studium Dziennikarskiego Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, dr Edward Chudziński. Dziękuję, Edwardzie.

Inicjatywę poparł drugi redaktor serii medialnej, dr hab. Zbigniew Bauer, mój wieloletni kolega w Ośrodku Badań Prasoznawczych, autor znakomitej rozprawy *Dziennikarstwo i nowe media*. Gratuluję i także serdecznie dziękuję.

Tomasz Goban-Klas
tomaszgobanklas@gmail.com

Kraków – Konary, sierpień 2011

*Książkę dedykuję Dominikowi i Natalii, którzy doskonale wiedzą,
że media to nie wszystko. Tak jak wie to ich dziadek.*

WPROWADZENIE

OD PRASOZNAWSTWA DO MEDIOZNAWSTWA. PERSPEKTYWA NAUKOWEGO GLOBTROTERA¹

*Podróżowanie to okazja do nieustannych porównań,
a kto porównuje, ten więcej wie.*

Grzegorz Kołodko

Prasa – a dokładniej druk periodyczny – niemal od pierwszych lat swego pojawienia się budziła naukowe zainteresowanie zarówno badaczy polityki, społeczeństwa, obyczajów, jak i bardziej świadomych swej roli dziennikarzy. Było bowiem jasne, że powstała nie tylko nowa forma upowszechniania ludzkiej myśli, czym wcześniej była książka drukowana, lecz także, a może przede wszystkim, nowa forma masowego oddziaływania społecznego.

W XX wieku studia nad prasą podjęły instytuty naukowo-badawcze, głównie niemieckie.

W Polsce dopiero od 1956 roku, czyli od tzw. politycznej odwilży październikowej, rozpoczęła systematyczne empiryczne badania placówka naukowa w Krakowie – Ośrodek Badań Prasoznawczych. Zacząłem z nim współpracować jako student socjologii w końcu lat

¹ Pierwodruk: *Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globtrotera*, „Global Media Journal”, www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Goban-Klas-od%20prasoznawstwa.pdf.

1960, potem jednak podjąłem pracę w Polskiej Akademii Nauk. Jako pracownik Instytutu Filozofii i Socjologii PAN wyjechałem w 1970 roku do letniej szkoły „Socjologia i matematyka” radzieckiej Akademii Nauk, a konkretnie do Akademgorodka koło Nowosybirsk. Tam właśnie poznałem czołowych rosyjskich socjologów kultury, którzy korzystając z chwilowego rozluźnienia kontroli nauk społecznych w czasach wczesnego Breżniewa, starali się tworzyć naukowe podstawy dla modernizacji i demokratyzacji prasy, zakładając sekcję socjologii prasy (Władimir Szlapientoch, Boris Firsow w ówczesnym Leningradzie²).

Badania opinii publicznej opierano na metodach Paula Lazarsfelda, dodając rosyjskie wyrafinowanie matematyczno-statystyczne. Jednak okres politycznej odwilży skończył się w ZSRR pod koniec lat 1960, dlatego socjologów przeniesiono – a właściwie wygnano – aż do Nowosybirsk, gdzie mieściło się znakomite centrum badań Akademii Nauk, skąd daleko było do Moskwy. Zapytałem więc tych socjologów, jak mogą uprawiać socjologię prasy w tak odległym regionie. Boris Firsow odpowiedział: „Z nauką jest jak ze słońcem, blisko będziesz, spalisz się; za daleko, zamarzniesz”. A gdzie jest Leningrad i Akademgorodok? – zapytałem. – *W seredynie*. Rzeczywiście, później wielu tych socjologów w czasach Gorbaczowa działało aktywnie na rzecz *glasnosti* i *pierestrojki* (otwartości i przebudowy).

Ale to spostrzeżenie o korzyściach z odległości od stolicy odnosiłem wówczas do Krakowa – gdzie mieszkałem, chociaż pracowałem w IFiS PAN w Warszawie, pod kierunkiem prof. Jana Szczepańskiego. Tam zajmowałem się socjologią kultury i sztuki, bowiem warszawskie prasoznawstwo było zbyt blisko tzw. białego domu, czyli gmachu partii, aby mogło unikać bezpośredniego nadzoru ze strony wydziału propagandy KC PZPR.

Geograficzne położenie Krakowa – między Warszawą, gdzie politycznie gorąco, a Zakopanem, gdzie zbyt daleko od mediów – skłoniło mnie, po powrocie ze stypendium na paryskiej Sorbonie w 1972

² Władimir Szlapientoch jest aktualnie profesorem Michigan State University, a Boris Firsow został pierwszym rektorem Europejskiego Uniwersytetu Petersburskiego (1995–2003).

roku, do przyjęcia propozycji dyrektora Walerego Pisarka zostania jego zastępcą w Ośrodku Badań Prasoznawczych.

Ośrodek Badań Prasoznawczych w Krakowie – z którym wcześniej współpracowałem z Ireną Tetelowską – działał jako placówka naukowo-badawcza wydawcy RSW „Prasa–Książka–Ruch”, poza sferą politycznego monitoringu prasy. To zadanie realizowała specjalna komórka w KC, sekcja analiz treści prasy. Natomiast Kraków, choć też kontrolowany przez partię, był traktowany bardziej pobłażliwie, po części dlatego, że miał w latach 1970 liberalnego (*horrible dictu*) sekretarza partii – Józefa Klasę i jego pomocnika, Jana Brońka³.

Właśnie w OBP przygotowałem w 1973 roku swoją pierwszą pracę z nowej i wówczas mało znanej w Polsce dziedziny – komunikowania masowego, korzystając z bogatej biblioteki, zaopatrzonej w najlepszą i najnowszą literaturę prasoznawczą, francuską i amerykańską, niemiecką i rosyjską⁴. Co równie istotne, od lat 1960 Ośrodek utrzymywał intensywne kontakty zagraniczne, głównie przez renomowane światowe stowarzyszenie badaczy AIERI/IMCAR⁵. Gdy sięgniemy do numerów kwartalnika OBP „Zeszyty Prasoznawcze” (rok założenia 1957), to łatwo się przekonać, iż nawiązywanie do dorobku nauki światowej było widoczne niemal na każdej stronie. Polska – a po części i Węgry – była naukowym wyjątkiem w systemie środkowoeuropejskich badań nad prasą i dziennikarstwem. Mniej ideologii, więcej empirii.

W pozostałych krajach tzw. realnego socjalizmu, gdy tylko próbowano empirycznie badać zasięg czy wiarygodność prasy i tematyki partyjnej, szybko administracyjnie likwidowano daną placówkę, choć w latach 1970 pozostawiano na wolności samego badacza. Tak się stało w przypadku mojego kolegi, Estończyka Jułty Wołogłajda, gdy ustalił, że program telewizyjny „Leninowski Uniwersytet Milionów” jest oglądany zaledwie przez kilka setek partyjnych aktywistów. To on zniknął z uniwersytetu, a nie ten program z anteny. Podobny

³ Zob. wspomnienia J. Brońka, *Gra bez asów*, Kraków 2002.

⁴ T. Goban-Klas, *Komunikowanie masowe w nowoczesnym społeczeństwie*, Kraków 1973.

⁵ AIERI/IMCAR – Association Internationale des Études et Recherches sur l'Information et la Communication – International Association for Media and Communication Research.

był los Rumuna prof. Pavla Câmpeanu, gdy podjął empiryczne badania opinii publicznej, radia i telewizji na początku władzy Nicolae Ceaușescu. Gdy jednak szef partii i państwa stał się tyranem, o takich badaniach już w ogóle nie było mowy⁶.

Lata 1970 to okres, w którym pojęcie prasy i prasoznawstwa ustępować powoli zaczęło pojęciu środków masowych i wiedzy o komunikowaniu. Na forum międzynarodowym przejawiało się to w dyskusjach o nowym światowym ładzie komunikacyjnym-informacyjnym (dziś całkowicie zapomnianych), a na forum amerykańskim – w umacnianiu się dyscypliny nazwanej tam *communication*. Oczywiście jej studiowanie *in situ* było marzeniem każdego młodego badacza. I tak jak archeolog będzie naturalnie podążał do Egiptu, kolekcjoner dzieł sztuki uda się do Włoch, zaś socjolog kultury do Francji, tak medioznawca znajduje najbogatszy teren badań w Stanach Zjednoczonych Ameryki.

Wyjazd naukowy do USA był wówczas możliwy przez amerykański stypendialny Program Fulbrighta. Pomógł on w początkach kariery tak wielu polskim naukowcom, że nie sposób przedstawić tu pełnej ich listy. Przykładowo, tacy uczeni jak profesorowie Wojciech Katner, Kazimierz Krzysztofek, Jerzy Olędzki, Piotr Sztompka, jako młodzi naukowcy skorzystali z danej im w Ameryce szansy. I ja tam byłem, miód i... Otrzymałem bowiem w 1976 roku stypendium do Uniwersytetu Stanforda w Palo Alto oraz do Annenberg School of Communication w Filadelfii, gdzie wykorzystałem całoroczny pobyt do przygotowania książki *Komunikowanie masowe, z podtytułem Zarys problematyki socjologicznej*⁷ (bowiem jedynie socjologia, nie medioznawstwo, była w Polsce uznaną dyscypliną akademicką). Nawiasem mówiąc, ta wydana w czasach PRL książka, poza kilkoma fragmentami oddającymi cesarzowi co cesarskie (choć sam nie traktowałem tego wówczas w pełni jako ukłon ideologiczny), miała strukturę i wartość ówczesnych amerykańskich i europejskich podręczników (nie

⁶ P. Câmpeanu wydał swe wspomnienia o tym okresie: *Ceaușescu. Lata odliczane wstecz*, przekł. H. Mirska-Lasota, Warszawa 2007.

⁷ T. Goban-Klas, *Komunikowanie masowe. Zarys problematyki socjologicznej*, Kraków 1978.

wyłaczając studium Denisa McQuaila). Było to zrozumiałe – światowe studia nad komunikowaniem masowym pozostawały pod silnym wpływem koncepcji Wilbura Schramma (on z kolei wskazywał na czterech ojców założycieli – Lasswella, Hovlanda, Lazarsfelda i Levina). W Stanach Zjednoczonych pracowałem z ich uczniami – Elihu Katzem, Nathanem Maccoby, Everettem Rogersem i kilkoma innymi. Jednak najwięcej zawdzięczam prof. George’owi Gerbnerowi, opiekunowi wielu młodych naukowców z krajów europejskich (m.in. Denisa McQuaila).

Nieco później w Krakowie poznałem Madeleine Albright, która jako doktorantka Zbigniewa Brzezińskiego zbierała jesienią 1981 roku materiały o prasie polskiej – jej rozprawa dotyczyła okresu przemian lat 1980–1981⁸. Dlatego to ją poprosiłem o rekomendacje dla mojej książki o polityce informacyjnej – *The Orchestration of the Media*⁹, wydanej najpierw w USA (1994), a po latach przetłumaczonej na polski jako *Niepokorna orkiestra medialna* (2004).

Przedstawianie poglądów uczonych zagranicznych w moich pracach (włączając tu obfite cytowanie George’a Gerbnera, a także Denisa McQuaila w podręczniku akademickim *Media i komunikowanie masowe*¹⁰) wynikało z przekonania, że korzystając z uśmiechu fortuny, która wysyłała mnie tak często za granicę do dobrych uniwersytetów i bibliotek, eksploatując pewną znajomość języków, winienem sam być swoistym medium – pośrednikiem (przekaznikiem) między nauką światową a nauką polską, działając na rzecz modernizacji i rozwoju przede wszystkim tej drugiej.

Przy czym badacz mediów jest w trudniejszej sytuacji niż inni przedstawiciele nauk humanistycznych, jak archeolog, historyk sztuki, antropolog, a nawet psycholog czy socjolog. Oni oczywiście także muszą mieć kontakt z nauką światową, jednak ich przedmiot studiów zmienia się powoli. Natomiast przedmiot badań medialnych – złasz-

⁸ M. Albright, *Poland, The Role of the Press in Political Change*, New York 1983.

⁹ T. Goban-Klas, *The Orchestration of the Media. The Politics of Mass Communications in Communist Poland and the Aftermath*, Boulder–London 1994.

¹⁰ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999.

cza w ostatnich dziesięcioleciach – niezwykle szybko się zmienia, wzbogaca i rozszerza. Pojęcie mediów masowych i odpowiadającej im dyscypliny, w pełni adekwatne jeszcze w latach 1970, już w następnej dekadzie wraz z rozwojem nowych mediów wymagało uzupełnienia o multimedia. Lata 1990 – wraz z popularyzacją komputerów, a potem Internetu – stworzyły media sieciowe, ostatnie dziesięciolecie oznacza wkroczenie w erę mediów mobilnych.

Nauka o komunikacji społecznej nie może tych przeobrażeń pozostawić poza zakresem swych studiów. Doświadczyłem tego osobiście już w 1986 roku, gdy przyjechałem na kolejny roczny pobyt do prof. Gerbnera w Annenberg School of Communication w Filadelfii. W moim dawnym pokoju nie było maszyny do pisania, lecz terminal komputera. Gdy w następnym semestrze przenieśliśmy się do bliźniaczej szkoły Annenberga w Los Angeles, na biurku miałem komputer osobisty IBM PC, a w odwiedzanych redakcjach dziennikarze już pracowali w sieci lokalnej przy terminalach zwanych wówczas „wideopisami”.

Stało się oczywiste, że następuje renesans Marshalla McLuhana – już nie tylko media masowe, ale wszelkie media uzupełniają i przekształcają nas samych, w tym nasz warsztat naukowy i nasz styl pracy. Symbolicznie mówiąc, pożegnałem Arystotelesa – którego można traktować jako patrona komunikowania publicznego, więc i prasoznawstwa. Doceniłem McLuhana – patrona medioznawstwa. Dlatego przetłumaczyłem książkę Davida Boltera *Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w wieku komputerowym* (1990), która ukazywała, jak korzystanie z komputera zmienia styl umysłowego działania człowieka.

Po powrocie ze stypendium w USA odszedłem w 1986 roku z prasoznawstwa *sensu stricto* (a instytucjonalnie z Ośrodka Badań Prasoznawczych) do akademickiej działalności w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie stworzyłem Zakład Socjologii Kultury. To było już ostateczne odejście od dawnych akademickich i praktycznych form uprawiania nauki o mediach, jako klasycznego prasoznawstwa czy też socjologii kultury.

W 1991 roku w Tokio na 9. Światowym Forum Komunikowania wygłosiłem referat o problemach wprowadzania w Polsce i krajach sąsiednich nowych technologii informacyjnych. Tematyka analizy

modernizacji systemów komunikacji społecznej stała się od tej pory najważniejsza w moich studiach zagranicznych. Dlatego chętnie skorzystałem ze stypendium do Korei Południowej w 1994 roku, gdyż uważałem, że ten nowy „azjatycki tygrys” swój skok gospodarczy i cywilizacyjny zawdzięcza w ogromnej mierze budowaniu społeczeństwa wiedzy i informacji. Ponieważ w naszym kraju brakowało (i nadal brakuje) szerszych opisów drogi rozwoju tego fascynującego, a jednocześnie tak słabo znanego kraju, przygotowałem monografię *Dalekowschodni Feniks. Koreańska droga rozwoju i modernizacji*, wydaną w 1999 roku.

Zainteresowanie problematyką modernizacji systemu mediów rozwijałem w czasie dwukrotnego długiego pobytu w State University of New York at Buffalo w 1993 i 1997 roku.

W międzyczasie przeszedłem z Wydziału Filozoficznego UJ na nowo utworzony Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, na którym założyłem Katedrę Komunikowania i Mediów Społecznych. Było dla mnie oczywiste, że należy podjąć działania nad umocnieniem naukowego statusu interdyscyplinarnych studiów nad mediami i komunikowaniem.

Analiza aktualnej praktyki badawczej w dziedzinie mediów nakazuje inaczej spojrzeć na sposób pojmowania statusu poszczególnych dyscyplin je badających. Amerykańskie studia nad mediami masowymi (*mass media research*) od początku rozwijały się jako studia interdyscyplinarne, zwłaszcza w zakresie trzech nauk: socjologii, psychologii i politologii. Można oczywiście rozważyć, która z nich odgrywała rolę centralną, niemniej sam fakt ich współpracy nie ulega wątpliwości. Praktyka badawcza zmierza ku dalszemu rozszerzeniu pola zainteresowań i zakresu współpracujących dyscyplin. Do tradycyjnych dołączyły nowe – przede wszystkim semiotyka i antropologia, a także filozofia języka, prawoznawstwo, kulturoznawstwo.

Thomas Khun sformułował tezę, że paradygmaty zmieniają się wraz ze zmianą pokoleniową uczonych, którzy je formułowali. Narodziny i kariera terminu prasoznawstwo jest w Polsce związana z takimi pionierami badań jak Mieczysław Kafel, Irena Tetelowska oraz Walery Pisarek (nie wspominając o prekursorach z pierwszej połowy dwudziestego wieku). Jednak po sformułowaniu przez nich koncep-

cji badawczych rozkwitła telewizja – najważniejsze medium drugiej połowy wieku. Badania nad nią rozwijała prof. Antonina Kłoskowska w ramach swej koncepcji socjologii kultury. To ujęcie było mi bliskie, ale jednak niewystarczające dla uchwycenia komponenty technologiczno-organizacyjnej, jaka występuje w systemach medialnych.

Proponuję dlatego inny układ interdyscyplinarny wiedzy o komunikowaniu, zarówno masowym, jak zmediatyzowanym i bezpośrednim. Tworzą go nauki o mediach i komunikacji społecznej – w wygodnym skrócie: medioznawstwo. Medioznawca to coś więcej niż tylko badacz treści mediów. Z prasoznawstwa – i od Arystotelesa – można i należy ocalić triadę: m ó w c a – m o w a – s ł u c h a c z, a nowoczesniej: t w ó r c a – p r o d u k t – o d b i o r c a. Zatem medioznawstwo, choć nie zawsze w każdym swym badaniu i analizie, uwzględnić musi integralność tej triady.

Centralność prasy, radia i telewizji, czyli mediów masowych w całym systemie mediów zanika wobec narodzin i rozwoju tzw. nowych mediów, czyli różnorodnych instrumentów, urządzeń, aparatów, które zmieniają pozycję zarówno nadawcy (dystrybutora), jak i odbiorcy treści. Analiza medium skupia uwagę na tych relatywnie stałych cechach danego medium (albo ogólnego rodzaju mediów), które nadają im unikalne właściwości i odróżniają je od innych mediów i od interakcji „twarzą w twarz”. Pojawiają się całkowicie nowe problemy, na wszelkich szczeblach. Rzeczywistość ulega takiemu przetworzeniu przez media, że można mówić o kulturze medialnej rzeczywistości oraz rzeczywistej medialności; ostrożniej mówiąc, o powstawaniu cywilizacji medialnej¹¹. Staje się ona nowym i fascynującym przedmiotem badań i analiz, co staram się wykazać w tej książce.

¹¹ Cywilizacja jest na ogół pojmowana jako kompleks tzw. kultury materialnej, artefaktów; nie ulega wątpliwości, że współczesne życie jest różne od wcześniejszego właśnie pod względem ogromnego nasycenia urządzeniami medialnymi. Piszę o tym obszerniej w książce *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2006.

Post scriptum

Podróże kształcą. To znane powiedzenie nie wskazuje jednak, w jakim kierunku. Mnie z pewnością kształciły w dostrzeganiu różnorodności współczesnego zglobalizowanego świata. Pozornie wszystko się ujednolica i standaryzuje. McDonald's, coca-cola, jeansy są powszechne na całym świecie (może poza Kubą i Koreą Północną). Media także się upodabniają technologicznie i formatowo. Telefony komórkowe są tak samo – albo bardziej – popularne w Azji i Afryce, jak w Europie i Ameryce. Ludzie jednak nie stają się tacy sami, nie upodabniają się ich systemy wartości (może z wyjątkiem rosnącego konsumpcjonizmu). Nie trwają w dawnych etnicznych odrębnościach, ale nie standaryzują się. Różnice między narodami, grupami mniejszościowymi utrzymują się, choć w subtelniejszej formie. Analogicznie różnią się media – nie technologiami, ale zastosowaniami i przenoszonymi treściami. Dla Polaków, jak dla Amerykanów czy Chińczyków, Internet jest platformą wypowiedzenia swych opinii, komentowania itd. Ale jakże różnej treści (co oczywiście rozumiałe) i formy (co tworzy różną kulturę polityczną i osobowość społeczną). To ważny i nowatorski kierunek badań kulturoznawczo-medioznawczych – studia nad rozwojem mediów i komunikacji społecznej w różnych kręgach cywilizacyjnych.

Jak wykazały rewolty i zamieszki w 2011 roku w tak różnych krajach jak Tunezja i Anglia, te same smartfony mogą służyć zwoływaniu się politycznych kontestatorów jak i gangów rozwydrzonych wyrostków. Niemniej, choć technologia pozornie jest tu społecznie neutralna, stanowi podstawę nowej formy – sieciowej organizacji tłumu, która w 2002 roku nazwana została przez Howarda Rheingolda *smart mob*, bystrym tłumem. Pierwszym przypadkiem była pokojowa demonstra-

cja w 2001 roku w stolicy Filipin Manili, na którą wzywały rozsyłane SMS-y. Odmianą bystrego tłumy jest tłum błyskawiczny, który pojawia się niespodziewanie, zwołany z pomocą telefonów, serwisów społecznościowych czy e-maili. Nie ma on określonego politycznego celu, szybko się rozprasza. I jedna, i druga forma jest inicjowana przez osoby posługujące się nowoczesnymi technologiami, a sama ma strukturę sieciową, bez wyraźnego hierarchicznego przywództwa.

Odbываяc w 2011 roku dwie dłuższe podróże – na Kubę i do Chin – poznałem naocznie (oglądając tamtejszą telewizję), jak systemy komunikowania są w tych krajach różne od siebie, jak są różne od polskiego. McLuhanowska „globalna wioska” tętni życiem bardziej w swoich chatkach niż na publicznej światowej agorze. Jest oczywistością, ale nie jest banalne stwierdzenie, że łączy je jedno – koncentracja na własnym kraju i społeczeństwie, niejako na własnym podwórku, natomiast brakuje spojrzenia globalnego, pozwalającego zrozumieć, bez wydziwiania czy potępiania, inne kraje i społeczeństwa. Badania nad wiadomościami zagranicznymi w mediach narodowych wskazują, że ich apogeum przypadało na lata 1960, a obecnie – poza katastrofami i skandalami – zostały zmarginalizowane jako nieatrakcyjne dla masowych odbiorców. Cóż, nie tylko polska chata z kraju.

NAUKI O MEDIACH I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ JAKO NOWA DYSCYPLINA NAUK HUMANISTYCZNYCH¹

*Badania komunikowania muszą być interdyscyplinarne
i wykorzystywać różne metody i podejścia.*

Denis McQuail²

Teksty zamieszczone w tej książce – pisma medioznawcze – mieszczą się w nowej, jeszcze nie w pełni akademicko określonej, ale realnie i coraz dynamiczniej rozwijającej się dziedzinie nauk o mediach i komunikacji społecznej. W Stanach Zjednoczonych taka dziedzina/dyscyplina uniwersytecka istnieje jako *Communication/Communications* oraz *Journalism*. W wielu krajach europejskich jest znana pod nazwą wiedzy o mediach (*Medienwissenschaft*) lub wiedzy o komunikowaniu (*Kommunikationswissenschaft*). W Polsce stosowna wydaje się nazwa Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Taka nazwa wskazuje na *sui generis* przedmiot badawczy – media, czyli techniczne środki komunikacji społecznej (w Konstytucji RP określane jako środki społecznego przekazu), stanowiące istotny element fundamentalnego procesu społecznego – obiegu informacji w społeczeństwie. Polem badawczym są zarówno środki masowego komunikowania (prasa, radio

¹ Pierwodruk: *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2 (33), s. 11–19.

² D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, London 2005, s. 16.

i telewizja), jak i nowe środki społecznego komunikowania (Internet, telefonia komórkowa)³. Praktyczne i teoretyczne znaczenie studiów nad mediami jest powszechnie doceniane, gorzej jest z ich statusem akademickim.

Jako kierunek studiów licencjackich i magisterskich od 1995 roku studia nad mediami i komunikacją społeczną są uznane przez Radę Główną Szkolnictwa Wyższego pod nazwą Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna. Ponadto są przedmiotem licznych specjalizacji i studiów podyplomowych (pedagogika i edukacja medialna, *public relations*, historia mediów, nowe media itd.). Nie ma jednak podstawy w klasyfikacji nauk do kształcenia na poziomie doktorskim oraz nadawania stopni i tytułów naukowych. Wdrażanie w Polsce procesu bolońskiego – trzystopniowego kształcenia: licencjat, magisterium, a także doktorat – wymaga przetworzenia programów, minimów; kształcenie kadry, już od poziomu magisterium, winno być wielodyscyplinarne, międzydyscyplinarne, ale i zintegrowane. W tym kontekście wprowadzenie nowej dyscypliny uporządkuje obecny żywiółowy rozwój w tej dziedzinie nauk.

Podstawowy argument za uznaniem nauki o mediach za nową dyscyplinę w obrębie nauk humanistycznych stanowi aktywność kilkunastu placówek uniwersyteckich kształcących w zakresie „dziennikarstwa i komunikacji społecznej” na poziomie magisterskim, jeszcze więcej jest placówek w szkołach niepublicznych na poziomie licencjackim, a zatem kilka tysięcy studentów, kilka periodyków naukowych, corocznie organizowane dziesiątki konferencji, liczne granty KBN i Unii Europejskiej, wydawane rocznie dziesiątki publikacji naukowych, w tym rosnąca liczba podręczników akademickich, a co najważniejsze – znacząca liczbowo kadra samodzielnych pracowników naukowych (jakkolwiek przybyszów z pokrewnych dyscyplin naukowych), blisko stu doktorów o tym profilu naukowym.

³ M. Castells wprowadza kategorię „nowe indywidualne mass media” (*Mass Self Communication*), „Le Monde Diplomatique”, 2006, nr 7, wrzesień, przekł. A. Dwulit.

■ ARGUMENTACJA SZCZEGÓŁOWA UZNANIA NAUK O MEDIACH
I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

Gerald Maletzke, nestor niemieckich studiów medioznawczych, postawił cztery zasadnicze pytania, które należy rozważyć, ustalając status naukoznawstwa dla nowej dyscypliny:

1. Jaki jest przedmiot poznania, jakie są pola badań, gdzie leżą granice między nią a innymi dyscyplinami?
2. Które dyscypliny można uznać za sąsiednie i pokrewne?
3. Jaka jest struktura nauki o komunikowaniu masowym, czyli jakie można wydzielić wewnątrz niej nurty?
4. Jakie jest jej miejsce w systemie nauki i wiedzy?

Ad 1. Jaki jest przedmiot poznania, jakie są pola badań, gdzie leżą granice między nią a innymi dyscyplinami?

Pierwotnym przedmiotem studiów była prasa – publikacje periodyczne – niemal natychmiast po jej pojawieniu się w XVII wieku. Stąd nazwa – prasoznawstwo, w Polsce używana do dzisiaj. Była przedmiotem studiów historycznych, prawnych, statystycznych, socjopsychologicznych i politycznych. Wraz z umasowieniem prasy, później radia i telewizji, lista tych dyscyplin uległa rozszerzeniu o filmoznawstwo, ekonomię, semiotykę. Nie tworzyły one jednak nauki o środkach komunikowania masowego (łącznie lub osobno) w sensie dziedziny naukowej o własnym przedmiocie, terminologii i metodach badawczych, ale raczej wiedzę o nich, tzn. obejmowały zespół odrębnych dyscyplin, powiązanych wspólnym przedmiotem, lecz o odmiennych celach, aparaturze pojęciowej i metodologicznej.

W XX wieku dostrzeżono wspólnotę prasy, radia i telewizji jako środków masowego produkowania i rozpowszechniania przekazów, co wyrażał termin *mass media* (dołączano tu film i płyty), a dla wspól-

nego pola studiów używano terminu *mass media research* oraz *mass communication studies*, badania nad mediami masowymi oraz badania nad komunikowaniem masowym.

Komunikowanie masowe stanowiło rodzaj komunikowania pośredniego (czyli z użyciem mediów) o charakterze zbiorowym i publicznym. Prasoznawstwo jako nauka o komunikowaniu masowym miało – jak to wykazała w Polsce Irena Tetelowska – swój odrębny przedmiot studiów, teorie i modele, wypracowało też własny schemat analizy (nadawca–przekaz–odbiorca), metody (analiza zawartości, badania czytelnictwa i telemetrii), oferowało wiedzę praktycznie użyteczną. Odróżniało się od nauki o komunikowaniu indywidualnym i grupowym (międzyludzkiem, głównie psychologia komunikowania ludzkiego), analiz kodu komunikowania (językoznawstwo, nauki o poznaniu i komunikacji społecznej, semiotyka, komunikacja niewerbalna), jak i od nauk o komunikowaniu zbiorowym bezpośrednim (retoryka, teatrologia) i nauk o komunikowaniu specjalistycznym (informatyka, nauki o łączności). Nadmienić jednak należy, że obecnie, w związku z rozwojem tzw. nowych mediów oraz mediów mobilnych i sieciowych (w tym Internetu), te odrębności się częściowo zacierają.

Ad 2. Które dyscypliny można uznać za sąsiednie i pokrewne?

Badania nad mediami masowymi od samego początku rozwijały się jako studia interdyscyplinarne, zwłaszcza w zakresie trzech nauk: socjologii, psychologii i politologii. Można oczywiście rozważać, która z nich odgrywała rolę centralną, niemniej sam fakt ich współpracy nie ulega wątpliwości. Podkreślimy, że w tym przypadku socjologia mediów przedstawiała występować jako odrębna gałąź socjologii czy nawet jako odrębny dział wiedzy o komunikowaniu masowym, a stała się integralnym składnikiem szerszej dziedziny studiów.

Praktyka badawcza zmierza ku dalszemu rozszerzeniu pola zainteresowań i zakresu współpracujących dyscyplin. Do tradycyjnych dołączyły nowe – przede wszystkim semiotyka i antropologia, a także i filozofia języka, logika matematyczna. Przykładem może być tutaj

semiotyzacja badań nad komunikowaniem, która może być uznana za jedną z prób znalezienia specyficznej perspektywy w badaniach nad komunikowaniem. Usiłowania te są głównie dziełem badaczy francuskich, charakterystyczna jest np. zmiana nazwy Centre d'Etudes des Communications de Masse na Centre d'Etudes Transdisciplinaires: Sociologie, Anthropologie, Sémiologie.

Każda ze szczegółowych dyscyplin ujmuje badane zjawiska we własnych kategoriach pojęciowych; włącza je we własne systemy teoretyczne, stosuje własne metody i techniki badawcze. Niemniej, z uwagi na generalną problemową, a nie czysto poznawczą, orientację podejmowanych studiów, mamy tu do czynienia z różnie przejawiającą się tendencją do integracji wyników, a w rezultacie z powstawaniem nowej dyscypliny nauk społecznych.

Stało się jasne, że model transmisyjny (nadawca–przekaz–odbiorca), *implicite* zawarty w większości studiów prasoznawczych, to tylko jeden ze sposobów ujmowania problematyki masowego komunikowania medialnego. Nie chodzi bowiem tylko o to, co media robią z ludźmi, ale, jak to ujmuje podejście „użytków i satysfakcji”, także o to, co ludzie robią z mediami, czyli mówiąc językiem semiotyki, co ludzie robią (jak dekonstruują, jak odbierają) z przekazami. Kluczowe dla podejścia semiotycznego jest pojęcie tekstu, tworzonego nie przez sam przekaz, lecz przez odczytującego go odbiorcę (stąd uogólnione pojęcie „czytelnika”) (Fiske, 1999).

Podstawowym bodźcem, który stworzył nową dziedzinę studiów nauk społecznych, była konieczność rozpoznania zasięgu odbioru przekazów masowych za pomocą nowych wówczas mediów, radia, a potem telewizji. W systemie komercyjnym te media opierają się głównie na wpływach z reklam, a sumy, jakie są gotowi płacić reklamodawcy, zależą od zasięgu i jakości odbiorców. Publiczność, a w terminologii anglosaskiej audytorium, jest, z uwagi na swe rozproszenie i domowy charakter odbioru, wielką niewiadomą procesu komunikowania z pomocą mediów masowych. Wykorzystując techniki stworzone przez Gallupa dla sondaży opinii publicznej, Paul Lazarsfeld i jego współpracownicy opracowali metody statystyczne badania i pomiaru wielkości i składu masowych audytoriów radiowych i widowni telewizyjnych.

Te oraz inne ilościowe metody badawcze (berelsonowska analiza zawartości prasy) były na tyle oryginalne, że już na początku lat czterdziestych XX stulecia dały podstawę Robertowi Mertonowi do mówienia o wariacie socjologii wiedzy, skupionym na masowej informacji i komunikacji. Traktował go jako najoryginalniejszą amerykańską propozycję w dziedzinie nauk społecznych (Merton, 1949:439–455).

W Stanach Zjednoczonych badania nad radiem, filmem, telewizją, a w pewnej mierze prasą i dziennikarstwem, ukonstytuowały się jako odrębna dziedzina studiów, najczęściej nazywana *mass media research* (w węższym znaczeniu także *journalism research*, a w szerszym – *public opinion research*). Szerzej, socjologicznie, traktował te badania Wilbur Schramm. Był przekonany, że istotą badań ma być proces (i skutki) komunikowania, co wyraża tytuł jego pionierskiego podręcznika *Communication in Modern Society* (1948), a dobitniej także jednej z pierwszych i najbardziej znanych i wpływowych w świecie prac zbiorowych pod jego redakcją *Process and Effects of Mass Communication* (1954). Everett Rogers słusznie wskazuje na Wilbura Schramma jako instytucjonalnego niestrudzonego założyciela akademickich placówek badań nad komunikowaniem (masowym). Jako pierwszy w świecie otrzymał tytuł naukowy Professor of Communication.

Z wykształcenia filolog, Schramm wykazywał głębokie zrozumienie procesu słownego porozumiewania się ludzi, co ułatwiło mu traktowanie pojęcia *communication* jako nazwy ogólnej dla „wszelkich form porozumiewania się ludzi” (Schramm, 1973). Taka generalizacja terminu umożliwiła amerykańskim wydziałom filologicznym przemianowanie się z „Speech Department” na bardziej nowoczesne „Communication Department” (Rogers, 1986). Analogicznie jak termin „prawo” oznacza zarówno przedmiotową dziedzinę (prawoznawstwo), jak i dyscyplinę akademicką, *communication* wskazuje i na proces porozumiewania się, jego praktykowanie, i na nauczanie i badanie.

Jednakże schrammowskie studia nad komunikowaniem były skoncentrowane na tradycyjnych mediach masowych, choć ujmowanych w kontekście społecznym. Brakowało w jego koncepcji głębszego zrozumienia pojęcia samego medium.

Pionierem tego kierunku studiów, który w wyraźny sposób przedstawił analizę medium, był Marshall McLuhan, uznany za intelektualnego ojca-założyciela studiów nad mediami jako przekąźnikami, które same niosą istotne „przekazy” (konsekwencje).

Ad 3. Jaka jest struktura nauki o komunikowaniu masowym, czyli jakie można wydzielić wewnątrz niej nurty?

W tym ujęciu nauka o komunikowaniu stanowi część dziedziny ogólniejszej, a mianowicie nauki o łączności i sterowaniu. Sama z kolei dzieli się na trzy główne działy: komunikowania masowego, komunikowania instytucjonalnego oraz komunikowania międzyosobowego, czyli posługuje się kryterium typu kontaktu między uczestnikami procesu komunikowania. Te działy nie są odseparowane, ale przeciwnie, wzajemnie przenikają się. Ucyfrowienie i konwergencja (implozja) mediów sprawia, że coraz częściej badania obejmują dwa i więcej działów, np. międzyosobowe komunikowanie medialne w organizacji (czy sferze publicznej).

Dwa zasadnicze nurty to badania podstawowe i stosowane (inaczej – teoretyczne (krytyczne) i administracyjne (praktyczne)). Inny podział to nurty związane z perspektywami klasycznych dyscyplin akademickich (politologiczny, socjologiczny, psychologiczny itd.), jak i nurty koncentrujące się na pewnych elementach procesu (np. ekonomia polityczna na produkcji i dystrybucji przekazów, antropologia kulturowa na ich recepcji, semiotyka i kulturoznawstwo na analizie dyskursu medialnego).

Ad 4. Jakie jest jej miejsce w systemie nauki i wiedzy?

Osią jest komunikacja społeczna, która może być zdefiniowana jako obieg informacji (w najszerszym sensie) w społeczeństwie. Ogólna teoria komunikacji ujmuje ją jako proces (ogół procesów) wymiany symbolicznej za pomocą środków zwanych mediami (w najszerszym sensie).

Media w węższym sensie to środki techniczne owej wymiany, z wyłączeniem (choć nie wykluczeniem) takich pierwotnych, prymarnych i naturalnych środków wymiany jak mowa (język), gest, mimika itp. Media zatem to zarówno rysunek, rzeźba, pismo, jak i druk, radio, telewizja, telefon, Internet etc.

Media kulturowe to nie tylko techniczne narzędzia, ale i ludzkie praktyki ich wykorzystania, w tym zespoły (instytucje) medialne, jak redakcje prasowe, radiowe, telewizyjne, zespoły i pokazy filmowe, muzyczne, agencje reklamowe i *public relations* etc.

Amerykański metodolog Paisley zaproponował podział nauk społecznych (w amerykańskiej terminologii – nauk behawioralnych) na dwa rodzaje. Pierwszy określił mianem *levelfields*, czyli tych nauk, które analizują różne poziomy (szczeble) zachowań społecznych. Przykładem jest tutaj antropologia, psychologia czy socjologia, które rozpatrują te same zjawiska, ale na różnych poziomach analizy. Drugi rodzaj nauk określił mianem *variablefields*, czyli tych nauk, które badają jednakowe zmienne (typy) zachowań społecznych. Przykładem jest tutaj wiele nowych dziedzin, jak badania systemowe, cybernetyka społeczna, a także nauki polityczne czy wiedza o komunikowaniu.

Jak pisał Rogers, tworzenie nowych dyscyplin jest w USA i świecie niezmiernie rzadkie. Jedynie dziedzina badań zwana *communication* nabrała charakteru takiej dyscypliny. Jednak ta dziedzina miała w większym niż inne dyscypliny stopniu wymiar nie tylko intelektualny, ale i oceniający (McQuail, 2007). Dwa podstawowe problemy, jakie legły u jej podłoża, to po pierwsze, kwestia integracji społecznej, czyli na ile media przyczyniają się do zwiększenia spójności społecznej, a na ile zastępują inne instytucje społeczne i bezpośrednio docierają do sfragmentaryzowanych audytoriów, oraz – po drugie – kwestia totalitarnej i demokratycznej formy sprawowania władzy. Czy media pomagają dyktaturze, czy też przez swój pluralizm pomagają demokracji? Odpowiedzi teoretyczne były związane z pewnymi stanowiskami ideologicznymi, a zwłaszcza z określeniem cech dobrego społeczeństwa.

W ten sposób w XX wieku ukształtowała się teoria komunikowania jako teoria mediów masowych w demokratycznym społeczeństwie, potwierdzając zależność rozwoju nauki od zmian rzeczywistości społecznej. Pojawiły się nowe wizje całości problematyki, wprowadzające

zupelnie nową perspektywę teoretyczną. Dwie spośród nich zasługują na szczególną uwagę – ewolucja mediów wedle Marshalla McLuhana oraz socjocybernetyka Abrahama Moles'a. Rzecz znamienna, iż obie powstały poza Stanami Zjednoczonymi – pierwsza w Kanadzie, druga zaś we Francji.

Niezależnie od krytyki, z jaką w środowiskach empirycznie myślących naukowców spotyka się koncepcja McLuhana, nie sposób przeczyć, że to właśnie on najdobitniej wskazał ów wielostronny wpływ środków masowych jako szczególnych technik na kształt zjawisk życia społecznego.

Wykazanie rosnącego zainteresowania tą dziedziną nie jest trudne. Aktualnie istnieje w Stanach Zjednoczonych ponad 500 instytucji kształcących w zakresie komunikowania, choć mają różne nazwy (często dołączając specjalizację, np. dziennikarstwo, telekomunikacja itd.). Oferują blisko sto programów studiów doktoranckich. Departament Edukacji USA oceniał, że liczba studentów w ciągu dekady wzrosła o ponad 1500%, będąc najszybciej rosnącą dziedziną nauczania w humanistyce i naukach społecznych.

Także inne kraje, szczególnie europejskie, rozwijają studia nad komunikowaniem. Przykładem jest Institut des Sciences de la Communication CNRS, placówka badawcza francuskiego odpowiednika Polskiej Akademii Nauk.

Również w Polsce obserwujemy dynamiczny rozwój liczby placówek, studentów i kadry, a także publikacji. W latach 1996–2001 ukazało się blisko 7 tysięcy prac medioznawczych, których autorami było prawie 5 tysięcy osób. Wliczano tu publikacje w dziennikach, tygodnikach, periodykach naukowych, jak i w formie książkowej.

Polskie wydawnictwa periodyczne, to m.in.:

- ✧ „Zeszyty Prasoznawcze” (od 1956)
- ✧ „Studia Medioznawcze” (od 2000, dawniej „Przekazy i Opinie”, 1976–1989)
- ✧ „Media i Kultura” (od 2006)
- ✧ „Rocznik Historii Prasy Polskiej” (od 1998)
- ✧ „Rocznik Prasoznawczy” (od 2007)
- ✧ „Global Media Journal” (od 2005)
- ✧ branżowy miesięcznik „Press”

Medioznawcze serie naukowe

- ✧ „Dziennikarstwo i świat mediów”, Wydawnictwo Universitas
- ✧ „Media”, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
- ✧ „Media i komunikowanie”, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego
- ✧ „Edukacja medialna”, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne
- ✧ „Nowe media”, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne
- ✧ „Oblicza mediów”, Wydawnictwa Adam Marszałek, Toruń

■ WNIOSEK NAUKOZNAWCZY

Kierunek rozwoju współczesnego świata wskazuje na rosnącą medializację wszelkich sfer życia, co jest pochodną rozwoju społecznego, gospodarczego i kulturowego. Przejście od mediów analogowych do cyfrowych oraz od mediów stacjonarnych do sieciowych i mobilnych umacnia tę tendencję. Co za tym idzie, problematyka ta staje w centrum uwagi tradycyjnych dyscyplin naukowych, ale także zasługuje na rozwijanie własnej metateorii oraz badań empirycznych, syntetyzujących różnorakie koncepcje i ustalenia badawcze różnych perspektyw i tradycji naukowych.

Mimo znacznego dorobku nauk o mediach i komunikacji społecznej, nadal więcej nie wiemy, niż wiemy o społecznych aspektach zapośredniczonej komunikacji. Najbardziej kontrowersyjne jest pytanie o skutki przekazów – czy przekazy zawierające przemoc, epatujące erotyką wywołują negatywnie oceniane zachowania? Jak silne są więzi łączące medialne sieci społeczne? Nie wiemy, jak mierzyć i oceniać uzależnienie od mediów. Problemów jest wiele, ale ich systematyczne rozważanie utrudnia brak akademickiej dyscypliny/dziedziny, gwarantującej finansowanie badań podstawowych, rozwijającej teorie i metody badań, ustalającej kryteria specjalizacji itd. Dlatego Pol-

skie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, skupiające już ponad 200 członków, na swym II Zjeździe 16 września 2010 roku w Lublinie, przyjęło następującą rezolucję (w skrócie):

My, członkowie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (PTKS), uzgodniwszy stanowisko podczas II Walnego Zjazdu PTKS, który odbył się w ramach II Kongresu PTKS w Lublinie (15–17 września 2010) pod hasłem „Autonomia nauki o komunikowaniu”, postulujemy powołanie nowej dyscypliny naukowej: „Nauki o mediach i komunikacji społecznej”. Umożliwi to stworzenie najważniejszego forum do dyskusji o roli komunikacji społecznej we współczesnej cywilizacji. Powołanie tej dyscypliny wychodzi naprzeciw narastającym potrzebom rozproszonego środowiska badaczy mediów i komunikacji społecznej: politologów, psychologów, socjologów, pedagogów, ekonomistów, specjalistów z zakresu nauk o zarządzaniu, informatyki, filologów, prawników, teologów, filozofów, kulturoznawców i historyków. Warto dodać, że Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej liczy obecnie 161 członków, reprezentujących różne dziedziny nauki oraz realizujących programy dydaktyczne na wielu kierunkach studiów uniwersyteckich w całej Polsce.

Dla polskich badaczy komunikacji społecznej ten obszar finansowania ich aktywności naukowej i dydaktycznej jest nadal ograniczony. Niemożliwa jest także realizacja studiów zachowująca zasady procesu bolońskiego, przewidującego studia trzystopniowe (III stopień studiów, czyli studia doktoranckie). Studenci kierunku „Dziennikarstwo i komunikacja społeczna” w naszym kraju mogą realizować studia wyłącznie I i II stopnia.

W naszym kraju lista zjawisk i problemów dotyczących szeroko rozumianej komunikacji wchodzi w zakres wielu dyscyplin naukowych i kierunków nauczania. Jest ona obszerna i z roku na rok rozszerza się coraz bardziej. Większość z tych zagadnień domaga się kompetentnych i systematycznych opracowań. Niezbędna jest także szeroka ich popularyzacja na wszystkich poziomach edukacji. Na szczególną uwagę zasługują zagadnienia komunikacji w zakresie kultury i społeczeństwa, polityki, edukacji, globalizacji i zdrowia. Dziedziny te wymagają kompetencji w użytkowaniu zarówno tradycyjnych, jak i nowych mediów oraz technologii komunikacyjnych. Przedmiotem badań należy zatem uczynić indywidualne, społeczne i instytucjonalne wymiary komunikacji międzyludzkiej.

Wśród podstawowych badań i krytycznej refleksji dotyczącej życia społecznego nie może również zabraknąć studiów nad szeroko rozumianą komunikacją społeczną, a także nad medialnym przekazem informacji oraz praw-

nymi i etycznymi aspektami komunikowania społecznego. Podsumowując, w państwie demokratycznym niemożliwe jest skuteczne wdrażanie idei społeczeństwa obywatelskiego bez wiarygodnych teorii mediów i komunikacji społecznej oraz ich aplikacji.

■ PODSTAWOWE PYTANIA I METODY BADAWCZE

Nowa dziedzina nauk społecznych winna podejmować problemy z zakresu czterech podstawowych pytań sformułowanych przez Thomasa Khuna; a zatem krótkie odpowiedzi:

1. Co należy badać?
 - Media i ludzi
2. Jakie badawcze pytania należy zadawać?
 - Czym są media?
 - Kto kontroluje media?
 - Jakie jest działanie mediów?
3. Jak te pytania mają być formułowane?
 - W oparciu o empiryczne metody nauk społecznych (w tym specyficzne metody badania treści (analiza zawartości) i odbiorców (sondaże)
4. Jak interpretować wyniki badań?
 - W ramach teorii społeczeństwa informacyjnego – sieciowego – medialnego.

Post scriptum

Consummatum est! – „Wypełniło się”, słynne słowa Chrystusa z Ewangelii św. Jana, przywołane przez św. Tomasza z Akwinu, *doctora angelicus*, po sutym obiedzie u Ludwika IX Świętego, zasługują na powtórzenie obecnie przez medioznawców polskich, gdyż z dniem 1 października 2011 roku uznana została nowa dyscyplina nauk społecznych – nauki o mediach.

Studia medialne wybiły się na niepodległość, teraz pora z niej racjonalnie korzystać, by udowodnić akademickość, ale i solidniejszą przydatność nowej dyscypliny.



PŁYNNNA MEDIALNOŚĆ

PANTA REI, CZYLI TEORIA KOMUNIKOWANIA WOBEC WYZWAŃ NOWYCH MEDIÓW¹

Technologia elektroniczna – jako medium naszych czasów – przekształca i zmienia charakter stosunków społecznych oraz wpływa na wszystkie sfery naszego życia. Zmusza ona do ponownego rozważenia każdej idei, każdego działania i każdej instytucji, które dotychczas uznawaliśmy za podstawowe. Wszystko ulega zmianie – ty, twoja rodzina, sąsiedztwo, wykształcenie, twój stosunek do innych ludzi.

Marshall McLuhan²

■ METAFORYKA HYDRAULICZNA WOBEC KOMUNIKOWANIA, INFORMACJI I MEDIÓW

Zadziwiające, jak wiele metafor wodnych (w szerokim znaczeniu: wodnych, żeglarskich, morskich) znajdujemy w rozważaniach na temat komunikacji i informacji. Najstarsza odnosi się do kanałów – mówimy dzisiaj powszechnie o kanałach telewizyjnych. Dawniej mó-

¹ Pierwodruk: *Panta rei, czyli teoria komunikowania w erze Wodnika*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 4, s. 11–18.

² M. McLuhan i Q. Fiore, *War and Peace in the Global Village*, New York 1968, s. 8.

wiono o mediach jako kanałach komunikacji – co było pochodną związku komunikowania z komunikacją, w sensie transportu. Rzeki były pierwszymi szybkimi, wygodnymi i w miarę bezpiecznymi środkami komunikacji międzyludzkiej, a także środkami transportu towarów. Połączone w sieci, uzupełnione sztucznymi szlakami wodnymi, właśnie kanałami, stanowiły sieć komunikacyjną i transportową, tworząc podstawy gospodarki i wymiany kulturowej.

Na metaforze kanałów nie kończy się jednak wykorzystanie analogii wodnych w sferze komunikowania i informacji³. Medium jako substancja pośrednicząca ma swoją naturalną metaforę w środowisku wodnym, które przenosi fale. Już pojęcie „fali” związanej z transmisją dźwięku i obrazu, tak drogą powietrzną, przewodową, jak i radiową, odwołuje się do sfery telekomunikacji, czyli komunikowania na odległość, przy braku bezpośredniej, fizycznej bliskości komunikujących się osób, czyli nadawcy i odbiorcy. Tak jak fala wodna wywołana upadkiem kamienia rozchodzi się w koło, tak sygnał rozchodzi się od nadajnika, tyle że może być ukierunkowany przez kształt nadajnika (podobnie jak głos lepiej słyszeć przed mówcą niż za nim).

Pojawienie się nowych mediów i ich nowych problemów rozwinęło tę metaforykę. Jeśli wierzyć wyznawcom New Age, wchodzimy w Erę Wodnika, co harmonizuje z współczesną fazą transformacji mediów, czyli mediamorfozą (Fidler, 1997:1).

Istotne rozszerzenie metafor wprowadziły komputery połączone w globalną sieć sieci, czyli Internet. Jej użytkownicy bywają najczęściej okreśłani mianem internautów, co wyraźnie odnosi ich do żeglowania i nawigacji. Metaforyka morska dominuje w Internecie, gdy mówimy o „żeglowaniu”, „surfowaniu”, o programach „nawigacyjnych”, o „morzu” informacji. Koło sterowe było ikoną programu pierwszej znanej przeglądarki Netscape.

Piraci programowi to w istocie kopiści, którzy powielają cudze programy, a następnie ich używają, lub, co jeszcze gorsze, multiplikują je i sprzedają. Metafora ta nie oddaje w pełni charakteru przestępstwa – nie chodzi bowiem o kradzież własności (tak jak czynili to piraci,

³ O innych metaforach medialnych interesująco pisze A. Ogonowska (*Twórcze metafory medialne*, Kraków 2010).

zawłaszczając statek i jego skarby), ale o nieuprawnione i nieopłacone użytkowanie lub sprzedawanie możliwości takiego użytkowania. Istota programu nie leży bowiem w sferze własności rzeczowej, przedmiotowej, lecz intelektualnej.

Polskę objęły „prądy” globalizacji, więc jeśli nie będziemy na nich sprawnie żeglować, utknijemy na mieliźnie. Zygmunt Bauman w *Globalizacji* operuje metaforą:

Jesteśmy rzućni na środek morza bez map i kompasów, boje zatoneły albo ich nie widać – mamy tylko dwie możliwości: cieszyć się z zapierających dech wizji nowych odkryć przed nami albo drżeć ze strachu przed zatonięciem. Natomiast szukanie azylu w bezpiecznym porcie jest pozbawione realnych podstaw; można pójść o zakład, że to, co dzisiaj wygląda na spokojną przystań, szybko zostanie unowocześnione (Bauman, 2000:101).

Badacze i teoretycy mediów i komunikowania mogą także skorzystać z metafory burzy. Mądry marynarz w powieści Edgara A. Poe *W bezdni Maelstromu*⁴ ratuje się podczas morskiej burzy: porzucając wciągana w wir łódź, wskakuje do beczki wyrzuconej z łodzi. Wyrzucony na brzeg, widzi, jak jego brat ginie w topieli wciągnięty w wir razem z łodzią.

Łódź to metafora dawnej, solidnej teorii komunikowania, rozwiniętej przez ojców-założycieli, od Lasswella, Berelsona, Hovlanda, Lewina do Schramma, a beczka – to metafora elementów teorii i metodologii ogólnej teorii społeczeństwa, komunikowania i mediów, rozwijanych przez szkołę Palo Alto, szkołę ekonomii politycznej, geografii sieciową Manuela Castellsa, teorię mediów Meyrowitza. Ale to dopiero początek – burza nie cichnie, wszystko się zmienia, fale biją o brzeg. *Panta rei*. Szukajmy zatem ratunkowej beczki.

⁴ E.A. Poe, *W bezdni Maelstromu*, w: *Opowiadania*, przekł. B. i R. Śmietana, Warszawa 2005.

▪ OD TEORII MEDIÓW MASOWYCH DO TEORII MEDIÓW TELEMATYCZNYCH

Współcześnie żegnamy erę Gutenberga, a wchodzimy w erę Turin-
ga, Gatesa, a generalnie rzecz ujmując – McLuhana. Słowami kluczo-
wymi nowej epoki są komputer, pendrive, Internet (sieć sieci), me-
tafora „globalnej wioski”. Zmiana jest widoczna w wielu wymiarach
i aspektach.

Na początku ery komunikowania masowego znajduje się prasa
drukowana, natomiast zwiastunem nowej ery jest internetowy portal.
Prasa była jednokanałowa (druk), początkowo jednomodalna, wów-
czas gdy operowała wyłącznie typografią. Współczesne multimedia
są wielokanałowe, operują słowem, pismem, dźwiękiem muzycznym
i obrazem, a także wymiarem 3D, dotykiem i *virtual reality*.

Prasa (jak i poprzednio książka) oraz radio i telewizja były oparte
na dominacji instytucji nadawczej (programowej), jednokierunkowej
formy przekazu, nieadresowalnym i otwartym (publicznym) charak-
terze transmisji, na ogół wielkiej, miejskiej, zróżnicowanej, ale biernej
zbiorowości odbiorczej (publiczności). Nowe media, w tym media
korekcyjne (np. nagrywarka programów telewizyjnych, wideo na żą-
danie, aplikacje internetowe), zmieniają zasadniczo obieg informacji,
od modelu alokacji do modeli interakcyjnych: konwersacji, konsul-
tacji i rejestracji.

Media masowe ulegają transformacji, działając w torze kodu cyfro-
wego. Stają się multimediami. Powstają zupełnie nowe problemy, na
wszelkich szczeblach komunikowania. Trzymanie się starych schema-
tów, także terminologicznych, na pewno nie pomoże w identyfikacji
problemów, ale raczej we wciskaniu nowych zjawisk w prokrustowe
łoże dawnych terminów i ujęć.

Rzeczywistość ulega tak wielkiemu przetworzeniu przez media, że
można mówić o kulturze medialnej rzeczywistości oraz rzeczywistej
medialności (Castells operuje pojęciem *real virtuality*, rzeczywistej
wirtualności). Ta pierwsza odnosi się do tradycyjnej sfery sztuki, np.
filmowej, gdzie media (film fabularny) kreowały rzeczywistość *sui ge-
neris*. Ta druga – rzeczywista medialność – odnosi się do prezentacji

rzeczywistości *via* media, a zatem do metafory mediów jako okna na świat lub lunety, gdy w istocie media tę rzeczywistość modyfikują, tworząc nowy byt społeczny, *real virtuality*, rzeczywistą medialność. Przykładów nie brakuje – czy współczesny film dokumentalny jest jeszcze dokumentem, czy też konstrukcją, tyle że przesiąkniętą tzw. rzeczywistością, która zresztą sama już jest rzeczywistością zmediatyzowaną.

▪ TEORIA A PRAKTYKA MEDIÓW

Teoria komunikowania powstała i rozwijała się wraz z rozwojem mediów masowych. Najpierw miała formę prasoznawstwa, bowiem to prasa była pierwszym medium, które w systematyczny sposób rozpowszechniało treści do anonimowych, wielkich, rozproszonych zbiorowości. Przedmiotem szczególnego zainteresowania była historia, statystyka, orientacja polityczna oraz wolność prasy. Dopiero pod koniec XIX wieku pojawienie się prasy wielkonakładowej i popularnej (a więc i sensacyjnej) wprowadziło nowe tematy, w tym i problem jej oddziaływania na świadomość i kulturę szerokich mas, przestępczość nieletnich, stymulowanie konsumpcji masowej. Dołączenie do prasy innych, wówczas nowych mediów, jak kino i radio, a potem telewizja, ten nurt zainteresowań badawczych umocniło. Wyraził się on w pojawieniu się neologizmu media (*mass media*), jako użytecznego terminu dla działań agencji reklamowych, widzących w prasie, radiu i telewizji nośniki ich przekazów do masowej publiczności.

Zarówno polityczne, jak i komercyjne zainteresowanie mediami masowymi opierało się na łatwo obserwowalnej ich ogromnej atrakcyjności i zasięgu społecznym, a więc zakładanej ogromnej sile społecznej. Tak właśnie ujął znaczenie filmu Włodzimierz Lenin, pisząc w 1920 roku – „Kino to najważniejsza ze sztuk”, podobnie oceniał rolę prasy komunista bułgarski Gregori Dimitrow – „Prasa to wielka siła”. Ich opinię podzielał nie tylko Hitler i jego minister propagandy, Goebbels, ale także przywódcy tzw. wolnego świata.

W czasie I wojny światowej w USA powstał Komitet Creela dla propagandy programu 14 punktów prezydenta Wilsona. W czasie II wojny powstał Office of War Information o podobnych, ale szerszych zadaniach. Działanie tej ostatniej instytucji miało bezpośredni wpływ na amerykańską teorię komunikowania (dosyć wymienić nazwiska naukowców zaangażowanych w jego pracę – Harold Lasswell, Wilburn Schramm, Carl Hovland (patrz Rogers, 1994:445). Innym bodźcem dla rozwoju teorii i badań nad komunikowaniem były potrzeby poznania zasięgu i oddziaływania mediów dla planowania skutecznej reklamy.

W XX wieku ukształtowała się teoria komunikowania jako teoria mediów masowych, potwierdzając zależność rozwoju nauki od zmian rzeczywistości społecznej. Rozwinęła się tam, gdzie media były najbardziej rozwinięte, a więc w Stanach Zjednoczonych.

Badania empiryczne prowadzone od ponad pół wieku nie potwierdziły ogromnej autonomicznej siły mediów masowych. Sama propaganda medialna nie wystarcza do zmiany opinii i postaw, a konieczne są dodatkowe warunki i wpływy, w tym poparcie sił społecznych oraz kontrola nad środowiskiem społecznym przez propagandystę.

Badania wykazały też, że komunikowanie zawsze jest w pewnym stopniu interakcyjne i zawsze zawiera pewien element dialogu między nadawcą a odbiorcą. Chociaż zwykle odbiorca nie ma możliwości natychmiastowej odpowiedzi, to przez sam wybór oraz interpretację przekazu nadaje mu osobiste znaczenie. Zatem komunikowanie masowe oddziałuje tylko w zakresie, jaki dopuszcza odbiorca, chyba że inne presje na odbiorcę – w społeczeństwach totalitarnych jest to przymus, w demokratycznych konformizm społeczny – skłaniają do podporządkowania się przekazom masowym.

Media masowe są zawsze odnoszone do przekazów z innych źródeł oraz doświadczenia społecznego odbiorców. Kryteria przez nich stosowane to użyteczność, odpowiedniość oraz satysfakcja i przyjemność z nich czerpana. Pojęcie „przekornego” (*obstinate*) audytorium odnosi się do odmiennego niż założone dekodowania (interpretowania) znaczenia przekazywanych treści. Przekazy medialne są zatem nie tylko kształtowane przez dominujące siły społeczne, ale i same są interpre-

towane w pewnej zgodności z nimi, są surowcem, z którego ludzie konstruują swoje osobiste poglądy na świat (McQuail, 1998:35).

Kolejny element ważny dla rozumienia mediów to fakt, że media masowe są w istocie mediami domowymi i personalnymi. Użycie mediów i ich treści jest związane z codziennym życiem w wymiarze mikrosocjologii, czyli osób i gospodarstw domowych. W tym ujęciu propaganda i informacja polityczna staje się relatywnie mało ważna, istotniejsze są opowieści, jakie media przedstawiają w telenowelach, *reality shows* itp. Ważne jest przeto badanie wykorzystania mediów w domu (czytanie prasy, kontrolowanie telewizora, radia), budżetów domowych itd.

▪ GŁÓWNE PROBLEMY TEORII I BADAŃ NOWYCH MEDIÓW

Wiele się zmienia w mediach, lecz ramy pojęciowe dla ich rozumienia pozostają stare. Nadal kwestia, jak przekazy są przyswajane przez ludzi, pozostaje fundamentalna, ale i słabo rozpoznana. Trzy główne problemy, według McQuaila (1998:36), to sprawy nowych technologii, po wtóre, sprawy regulacji, polityki i etyki nowych form komunikowania, oraz, po trzecie, zagadnienia teorii społecznej związanej z interakcją między społeczeństwem a komunikowaniem publicznym.

Nowe media są zasadniczo różne od starych, w trojakim wymiarze:

- ✧ ogromnej pojemności i przepustowości nośników;
- ✧ używania jednego kanału przesyłowego i jednego kodu, cyfrowego;
- ✧ adresowalności, przekazu punkt-do-punktu.

Ponadto wiele nowych mediów cechuje interakcyjność, a w odróżnieniu od mediów masowych, skierowanych od centrum do wielu

odbiorców (*one to many*), nowe media dają szansę na komunikowanie wielu do wielu (*many to many*), a także tworzenie mediów masowych na zamówienie (słynna gazeta internetowa „Daily Me”).

Stare media, jak radio i telewizja, będą zapewne jeszcze długo dominującą formą komunikowania publicznego i społecznego, ale już jest oczywiste, że pewne środowiska i zbiorowości żyją w nowym środowisku teleinformatycznym. Przykładem są młodzi internauci, a ogólnie młodzież integrująca w swe codzienne życie wielostronne użytki telefonu komórkowego. Jednocześnie tworzą się cyberwspólnoty, a także nowe formy dialogu i dysputy (czaty).

Powstaje problem fragmentaryzacji audytoriów, a właściwie separacji doświadczeń kulturowych. To sprawia, że nadal nam są potrzebne stare unifikujące media, tworzące wspólną sferę kulturową⁵.

Institucje medialne nie są strukturalnie tak bardzo różne, jak są technologie, którymi się posługują. Nie zmieniają się też tak szybko, jak one. Następuje jedynie koncentracja medialnych organizacji i przemysłów kultury. Nie nadąża za nią zmiana podejścia polityczno-prawnego, nadal tkwimy w doktrynach i normach wypracowanych w erze dawnych mediów masowych. Zresztą generalnie rzecz traktując, kontrola i władza w społeczeństwie informacyjnym niewiele się różni od tej z fazy przemysłowej. To nie filozofowie ani mędracy, ani nawet uczeni rządzą. Nowe elity informacyjne są emanacją sfery finansów i informatyki, bliskie władzy i administracji, szczególnie wojskowej. Badanie struktur, kto i jak komunikuje, kto zarządza globalną siecią, jest tematem całkiem nowym. Czy prawa krajowe obejmują lokalny fragment sieci, czy ma być wprowadzone prawo globalnej sieci? Nie ma jasności co do natury przestępczości i naruszania etyki obywatelskiej w społeczeństwie sieciowym. Zacieranie różnicy między prywatnym a publicznym komunikowaniem sprawia, że to, co publiczne i naganne, co winno podlegać ostrym karom, nie jest łatwe do wdrożenia w praktykę prawną. Złośliwe komentarze, plotki o cele-

⁵ Wprowadziłem termin „powszechniki kulturowe” dla określenia treści (np. przysłów, powiedzeń, postaci, wierszy itd.) znanych praktycznie każdemu członkowi określonej kultury etnicznej, narodowej, państwa; por. *Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego*, Kraków 1985.

brytach, a szczególnie o politykach, są praktycznie bezkarne. Jedynie karalne są osoby rozpowszechniające w nowych mediach treści:

- ✧ zagrażające bezpieczeństwu narodowemu i publicznemu;
- ✧ propagujące wojny, terroryzm, nienawiść rasową, religijną, etniczną;
- ✧ odnoszące się do seksu dewiacyjnego, deprawacji nieletnich etc.;
- ✧ ukazujące przemoc w sposób prowadzący do zbrodni;
- ✧ naruszające prywatność oraz reputację osób prywatnych.

Powstaje wiele problemów koncepcyjnych, gdy rozważamy tworzenie doktryny społecznej i prawnej odpowiedzialności operatorów nowych mediów. Główną przyczyną jest ciągłe pojawianie się nowych środków komunikowania. Hasło „bezpieczniejszego Internetu” (*Safer Internet*), wysunięte w 1999 roku przez Unię Europejską, zostało uzupełnione o „bezpieczne użytkowanie telefonów komórkowych”, a przecież jest jeszcze problem niebezpiecznych gier, nagrań wideo, uzależnień od komputera itd.

Jak się zmieni społeczeństwo wskutek upowszechnienia nowych mediów? Nie tak bardzo, jak to nam obiecują promotorzy technologii teleinformatycznych, zapewne będzie mniej kontroli państwowej, ale sieć administracyjnego i komercyjnego nadzoru raczej się rozwinie. Władza kontrolna będzie miękksza i bardziej zdecentralizowana, ale bardziej wnikliwa. Globalizacja oznacza z kolei rozszerzenie kontroli poza sferę granic państwa narodowego.

Ponieważ globalna sieć podważa tożsamości lokalne, trzeba przemyśleć nowe formy utrzymywania tożsamości i wyboru przynależności społeczności lokalnych i społeczeństw narodowych. Z uwagi na wielką rolę władzy medialnej, problemem dla demokratycznych rządów staje się koncentracja wielkich mediów, powstawanie globalnych korporacji. Powstaje problem, kto ma władzę nad dostępem do wielkich mediów. A także kontrowersyjny problem nadzoru i uprawnień (np. zakusy policji przez kontrolę rozmów i e-maili) do kontroli obywateli danego kraju.

Dawna idea równości społecznej pozostaje aktualna w społeczeństwie, w którym dobrobyt jest pochodny od rozwoju systemów medialnych. Nie tylko głośłowna równość dostępu, ale faktyczna równość musi być zapewniana. Przepaść między bogatymi a biednymi w sferze medialnej na wolnym rynku może się tylko samorzutnie powiększać. Zatem nowe formy interwencji państwa są konieczne do zachowania republikańskiej triady – wolność, równość, braterstwo.

Post scriptum

Skoro media zmieniają się tak szybko, opisy dnia dzisiejszego, nawet na fundamencie najnowszych teorii, nie dają podstaw do przewidywania ich dalszego rozwoju. Możemy odrzucić rozdmuchane obietnice sprzedawców nowych tabletów, tak jak nie całkiem wierzymy sprzedawcom używanych samochodów zachwalających starego gruchota jako kultowy model. Tak jak nie ma powodu, aby zawierać utopijnym futurystom, malującym świetlaną medialną przyszłość, czy podzielać lęki i strachy konserwatystów, którzy kreślą przyszłość w barwach najczarniejszych, a przeszłość – w różowych i złotych. To nauka – a może nauczka – z doświadczeń przeszłości. Niemal każde nowe medium – poczynając od pisma, książki drukowanej, prasy, radia, telewizji, aż do Internetu – było zachwalane jako przełomowe, niosące kaganek oświaty do domów rzekomo tęskniących za wiedzą obywateli. Szybko jednak gaś entuzjazm, gdy się okazywało, że owe media niosą – jak przysłowiowe księgi przeklęte – treści co najmniej błahe, a często naganne, gorszące, wywrotowe, heretyckie.

Refleksja nad zmiennością mediów powinna również objąć tematykę gier wideo, zwanych też komputerowymi. Gry komputerowe oraz konsolowe, nie wnikając tu w ich rozróżnienie, stały się ogromnie popularne na wszystkich kontynentach, w młodym i średnim pokoleniu, często zajmują już więcej czasu wolnego niż oglądanie telewizji. Są tworzone przez potężny przemysł gier, o dochodach przekraczających wpływy przemysłu filmowego. Branża gier odgrywa dzisiaj kluczową rolę w kulturze młodzieży. Rozrywka elektroniczna ma znacznie większy wpływ na młodych ludzi niż filmy. Stwarza ona nowe sposoby komunikacji i zabawy.

A jest to obecnie wielkie pole tak wiedzy, jak praktyki mieszczące się w nowej dziedzinie – ludologii, nauce o grach jako grach. Termin

ludologia stworzył w 1999 badacz Gonzalo Frasca, od tytułu słynnej książki *Homo Ludens* Johana Huizingi (1938). Ponieważ w słowie ludologia łączy się źródłosłów łaciński (łac. *ludus* = zabawa, rozrywka) i grecki (gr. *logos* = rozum), zapaleni gracze bywają określanii jako ludonauci, ludokoneserzy.

Uzależnienie od gier jest badane – a wyniki przedstawiane w alarmistycznym tonie – przez niektórych psychologów i pedagogów, lecz zwykle nie mają oni orientacji w zakresie samych gier. W związku z tym zachodzi tu swoisty paradoks uniemożliwiający uzyskanie rzetelnych rezultatów badania – eksperymentowanie na nieletnich polegające na nakłanianiu do grania w gry dla nich nie przeznaczone przypomina pojenie gimnazjalisty alkoholem dla udowodnienia zgubnych tego efektów. A to już nie tylko nieetyczne, ale i nielegalne. Gry komputerowe to nowe media, stanowią nową formę tak w sensie technologicznym, jak kulturowym. Nie można w nich łatwo oddzielić właściwości sprzętu od oprogramowania, a tego ostatniego od scenariusza narracji. Ukazują przeto jak w soczewce wielką transformację kultury współczesnej, która w kilka dziesiątków lat przechodzi od fazy analogowej, gier karcianych, do fazy cyfrowej audiowizualizacji (wirtualizacji) tradycyjnego placu zabaw (Filiciak, 2006).

Pozornie błahe formy współczesnej zabawy zdobyły serca, umysły i ręce młodego pokolenia, które poświęca im wiele czasu, pieniędzy rodziców i własnej energii. Nie zawsze dobrze ukierunkowanej przez charakter gry. Niech przykładem będzie bardzo popularna od 1997 roku seria *Grand Theft Auto* (GTA). Już nazwa (w wolnym tłumaczeniu: kradzież samochodu, mianem *Grand Theft Auto* amerykańska policja określa nadzwyczaj zuchwałą kradzież pojazdu) wskazuje na charakter gry: realistycznej, gwałtownej, dającej przykład zachowań brutalnych i przestępczych. W 1999 roku ukazał się dodatek do gry – *London 1969*, którego akcja rozgrywa się w Londynie, gracze mają do dyspozycji pistolet, karabin maszynowy, bazookę, miotacz ognia. GTA z wynikiem sprzedaży 100 milionów sztuk należy do najbardziej popularnych serii gier na świecie. Aktualna, graficznie wspaniała wersja IV być może kształtowała wyobraźnię wielu młodych mieszkańców Londynu 2011. Jest to jednak tylko spekulacja, grały miliony, a rabowały setki nastolatków. Zatem inni szatani są tu czynni.

POCHWAŁA MEDIOZNAWSTWA, CZYLI RENESANS McLUHANA¹

Wszystkie media przekształcają nas całkowicie: nic nie zostanie niezmienione, nietknięte. The medium is the message. Zrozumienie przemian kulturowych i społecznych możliwe jest jedynie wówczas, gdy rozważymy działanie mediów jako środowiska. Wszystkie media są przedłużeniem naszych zdolności – psychicznych czy fizycznych (...). Przedłużenie dowolnego zmysłu zmienia nasz sposób myślenia i działania – sposób, w jaki postrzegamy świat.

Marshall McLuhan²

■ McLuhan WIECZNIE ŻYWI?

Bez wątpienia Marshall McLuhan osiągnął szczyt popularności za swojego życia, w latach sześćdziesiątych XX wieku. Jego błyskotliwe powiedzenia: „Świat staje się globalną wioską”, „Telewizja to medium zimne”, czy najślawniejsze (najoryginalniejsze i najbardziej wnikliwe) „Przekaznik (medium) jest przekazem”, były szeroko cytowane i ak-

¹ Pierwodruk: *Pochwała medjoznawstwa, czyli renesans McLuhana*, „Studia Medjoznawcze” 2000, nr 1, s. 9–24.

² M. McLuhan i Q. Fiore, *War and Peace in the Global Village*, New York 1968, s. 41.

ceptowane w kręgach twórców popkultury i interpretatorów mediów. Wkrótce jednak moda minęła, a nawet modne stało się krytykowanie jego twórczości, co dobitnie wyraził tytuł książki Jonathana Millera *Spór z McLuhanem* (1974).

Jednak od kilkunastu lat przeżywamy umiarkowany renesans „mcluhanizmu”. Nie odnosi się on do pogłębionej analizy jego twórczości, a jest to raczej powrót do McLuhana jako guru refleksji o mediach. Dostrzeżono bowiem głęboką prawdę w stwierdzeniu, że to nie tyle konkretne przekazy, ile raczej ogół właściwości nowych mediów zmienia człowieka i zmienia jego świat.

Joshua Meyrowitz (1996:51) wprost wskazuje na McLuhana oraz jego poprzedników (Innis, 1950) i uczniów-kontynuatorów (m.in. Ong, 1992) jako twórców pierwszej generacji teorii medium. Używa on terminu „teoria medium” (*media theory*) dla odróżnienia ich podejścia (skupionego na śledzeniu rozwoju konkretnego medium, np. mowy, pisma, druku itd.) od różnorodnych „teorii mediów” (*media theories*), w istocie tylko mediów masowych, rozwijanych przez licznych uczonych (przykładem studium Altheidego i Showa, 1973 czy Inglisa, 1990).

Teoria medium – pisze Meyrowitz – skupia uwagę na szczególnych właściwościach każdego szczególnego rodzaju medium. Ogólnie mówiąc, teoretycy medium pytają: „Jakie są względnie stałe cechy każdego ze środków komunikowania i jak te cechy odróżniają fizycznie, psychicznie i społecznie poszczególne media od innych mediów oraz interakcji twarzą w twarz?” (Meyrowitz, 1996:50).

Pierwszy, który w tak wyraźny sposób przedstawił z tego punktu widzenia analizę mediów, był właśnie Marshall McLuhan, jakkolwiek odpowiedzi, jakie przedstawił, z pewnością nie były i nie są w pełni zadowalające (zwłaszcza niejasny i kontrowersyjny pozostaje podział mediów na media zimne i gorące; por. McLuhan, 1964).

Oczywiście ani McLuhan, ani jego mistrz Harold Innis czy uczeń Walter Ong nie byli jedynymi, którzy zwrócili uwagę na specyficzne

cechy mediów, kontrastując je z innymi. W zachowanej literaturze palma pierwszeństwa należy się Platonowi, który w znanym dialogu *Fajdros* analizuje pismo jako lekarstwo na zapominanie oraz porównuje uczenie się z pomocą pisma i z pomocą bezpośredniego kontaktu z nauczycielem³. To jemu wypada zatem przyznać tytuł prekursora teorii mediów, tak jak Arystotelesowi, jako autorowi *Retoryki*, przypada tytuł pioniera wiedzy o komunikowaniu perswazyjnym.

Gdy chodzi o pierwszeństwo w nazewnictwie nowej dziedziny analiz, to niewątpliwie prymat należy do niemieckich terminów *Zeitungswissenschaft* i późniejszego *Publizistik (wissenschaft)*, które legły u podstaw polskiego „prasoznawstwa”. Od początku była to wiedza o periodycznym komunikowaniu z pomocą środków masowej dystrybucji przekazów (Pisarek, 1999:99), więc można było traktować jej zakres jako odpowiednik *mass media research*, terminu zrodzonego na gruncie amerykańskich nauk społecznych. Wiele rozważań i badań prasoznawczych miało w istocie charakter medioznawczy, podkreślając odmiennność komunikacji społecznej z pomocą gazet i czasopism od masowej komunikacji bezpośredniej, jak wieści powtarzane ustnie, encykliki odczytywane z ambon itp. (McQuail, 1994).

Jednak brak, aż do lat 20 i 30. XX wieku, innych niż prasa środków masowego rozpowszechniania przekazów nie sprzyjał stworzeniu nowej terminologii ani perspektywy badawczej innej niż tradycyjne „prasoznawstwo”. Dopiero pojawienie się i wielka popularność filmu, a potem radia i – jeszcze później – telewizji skłoniło badaczy do rozsze-

³ Platon: „Oto król Tamuz gościł boga Teuta, wynalazcę pisma, liczb, rachunków. Gdy Teut prezentował swe wynalazki Tamuzowi, twierząc, że wszyscy powinni się nauczyć ich używać, powiedział: (...) ta nauka uczyni Egipcjan mądrzejszymi i sprawniejszymi w pamiętaniu; wynalazek ten jest lekarstwem na pamięć i mądrość. A król mu na to: ‘Teucie, mistrzu najdoskonalszy, (...) jesteś ojcem liter, zatem przez dobre serce dla nich przypisałeś im wartość wprost przeciwną tej, którą one posiadają naprawdę. Ten wynalazek niepamięć w duszach ludzkich posieje, bo człowiek, który się tego wyuczy, przestanie ćwiczyć pamięć; zaufa pismu i będzie sobie przypominał wszystko z zewnątrz, a nie z własnego wnętrza, z siebie samego. Więc to nie jest lekarstwo na pamięć, tylko środek na przypomnianie sobie. Uczniom swoim dasz tylko pozór mądrości, a nie mądrość prawdziwą’”. W. Witwicki, *Fajdros*, Warszawa 1958, 274D–275B.

rzenia kręgu zainteresowań na ogół środków docierania do masowych audytoriów. Pojawił się, wspomniany już, neologizm *mass media*; pojęcie, w odróżnieniu od pojęcia prasy, w znacznym stopniu otwarte i abstrakcyjne. Mógło obejmować nie tylko radio i telewizję, ale także wszelkie inne możliwe do wynalezienia środki masowego i periodycznego dystrybuowania przekazów. Ważniejszy od jego otwartości zakresowej był jego abstrakcyjny charakter, podkreślał bowiem w swej nazwie – „media” – nie technologię (prasa, druk), ale transmisyjną naturę działania. Gazeta jaka jest, każdy widzi (np. w kiosku), natomiast media są pojęciem ogólnym, łączą bowiem środki o zupełnie innej technologii i formie działania: prasa – językowo-piśmienno-typograficzno-graficznej; radio – słowno-muzyczno-dźwiękowej; telewizja – obrazowo-graficzno-słowno-muzyczno-dźwiękowej, innej dystrybucji, aparaturze odbioru itd.

Cechy wspólne pojęcia mediów rysowały się niejasno (co łączy np. kwartalnik z telewizją?), wszakże pewne podobieństwa gatunkowe (serwis informacyjny w dzienniku, w radiu i w telewizji; powieść w odcinkach, słuchowisko radiowe, telenowela), jak i masowość odbioru, pomogły w potocznym rozumieniu prasy, radia i telewizji jako mass mediów. Trzeba zatem myśleć generalizująco, aby dostrzec ukryte podobieństwa i wspólną nazwą objąć tak różne media komunikowania masowego.

McLuhan oczywiście nie wprowadził słowa *medium* ani tym bardziej *media* do wiedzy o komunikowaniu (powszechnie używany był już termin *mass media*). Niemniej spopularyzował oba te terminy⁴.

⁴ Raymond Williams, w leksykonie etymologicznym *Keywords* (London 1976, s. 169–170) tak wyjaśnia pochodzenie i znaczenie słów *medium* i *media* w języku angielskim: „Medium, od *medium* (łac.) – środek, jest w regularnym użyciu w języku angielskim od końca XVI wieku i najpóźniej na początku XVII wieku nabrało znaczenia interweniującego pośredniczenia lub materii pośredniczącej. Stąd Burton (1621): ‘To the Sight three things are required: the Object, the Organ and the Medium’ (Dla wzroku trzech rzeczy potrzeba: Obiektu, Organu i Medium); Bacon (1605): ‘expressed by the Medium of Wordes’ (Wyrażony przez medium słów). Następnie było powszechne w XVIII wieku znaczenie w odniesieniu do gazet: ‘through the medium of your curious publication’ (poprzez medium pańskich ciekawych publikacji) (1795), które w XIX wieku rozszerzyło się do takich zastosowań jak ‘considering your Journal one of the

Wchodzimy z pewnością w erę mediów, opuszczamy erę prasy i jej standardowych badań. Ważniejsze zatem od historycznych argumentów za pozostawianiem staroświeckich nazw i struktur organizacyjnych wydają się względy merytoryczne poszukiwania nowej terminologii.

Historycznie rzecz biorąc, ponieważ pierwszym medium masowym była prasa, więc naturalnym rodzajem wiedzy o mediach było prasoznawstwo (jeśli nie liczyć retoryki, jako wiedzy i umiejętności posługiwania się medium mowy). Analogicznie pierwszymi ludźmi

best possible mediums for such a scheme' (uznając pana Dziennik jako jedno z najlepszych możliwych mediów dla takiego programu) (1880). Wśród tego ogólnego zastosowania, opis gazety jako medium reklamowego stał się powszechny na początku XX wieku. XX-wieczny rozwój słowa media (słowo to powszechnie jest używane w liczbie mnogiej od połowy XIX wieku) prawdopodobnie dotyczył głównie tego kontekstu. Słowo media zaczęło być szeroko stosowane, kiedy emisja programów oraz prasa stały się ważnymi środkami komunikowania, wówczas słowo media stało się niezbędnym określeniem, po którym nastąpiły: media masowe, ludzie mediów, agencje medialne, badania mediów.

Nastąpiła prawdopodobnie zbieżność trzech znaczeń: (i) starego ogólnego znaczenia jako pośredniczenia bądź materii pośredniczącej; (ii) znaczenia fachowego jak w rozróżnieniu na media drukowane, dźwiękowe i wizualne, (iii) wyspecjalizowanego kapitalistycznego znaczenia, w którym gazeta lub usługa emisji – coś, co już istnieje lub może być planowane – postrzegane jest jako medium dla czegoś innego, na przykład reklamy. Interesujące, że znaczenie (i) opierało się na szczególnych fizycznych lub filozoficznych ideach, gdzie konieczna była substancja pośrednicząca pomiędzy zmysłem lub myślą a jego działaniem lub jej wyrażeniem. We współczesnej nauce i filozofii, a zwłaszcza w myśleniu o języku, odrzucono pojęcie medium i tak język jest nie medium, ale tylko jego pierwotną praktyką, a pisanie i mowa byłyby również praktykami. Jest więc rzeczą kontrowersyjną, czy druk i emisja, jak w znaczeniu fachowym (ii), są mediami czy może, ściślej biorąc, materialnymi formami i systemami znaków. To prawdopodobnie właśnie tutaj określone idee społeczne, w których pismo i emisja są spostrzegane jako zdeterminowane przez dwa bieguny – od stosunkowo neutralnych 'informacji' po wysoce sprecyzowaną 'reklamę' i 'propagandę' – potwierdzają znaczenie nabyte, ale wtedy powodują zamieszanie we współczesnym znaczeniu słowa komunikowanie. Fachowe znaczenie słowa medium, jako czegoś o własnych określonych i determinujących własnościach (w jednej z wersji nadanie absolutnego priorytetu nad wszystkim, co jest mówione, pisane lub pokazywane) w praktyce zgodne jest ze społecznym znaczeniem mediów, zgodnie z którym praktyki i instytucje spostrzegane są jako pośrednicy w zupełnie innych niż pierwotne celach. Można by dodać, że w wyniku szybkiej popularyzacji tego terminu od lat pięćdziesiątych XX wieku media są często w języku angielskim używane w liczbie pojedynczej" (przekł. Grzegorz Mitera).