Filmoznawcy wśród medioznawców

Kilka refleksji o marginalizowaniu kultury audiowizualnej w naukach o mediach i na studiach dziennikarskich

Barbara Lena Gierszewska

Mariaż filmoznawstwa z medioznawstwem dokonał się już dość dawno. Z przekonaniem do tej tezy od początku podchodzili kulturoznawcy oraz przedstawiciele wielu innych dyscyplin humanistycznych i nauk o sztuce zwróceni ku badaniom nad komunikacją kulturową i społeczną. *O pewnym możliwym aliansie, czyli w stronę medioznawstwa jako kulturoznawstwa*, tzn. o medialnym kulturoznawstwie, pisał kilka lat temu m.in. Andrzej Gwóźdź, wskazując na medioznawstwo jako znawstwo kultur ruchomego obrazu, począwszy od tradycyjnego celuloidowego kina, na kinie elektronicznym i filmach w Sieci skończywszy. Badacz zdefiniował kulturoznawstwo mediów (medialne kulturoznawstwo) następująco: *tak rozumiem wiedzę o (wszelkich) mediach (audiowizualnych) traktowanych jako techniczne (a więc materialne) i kulturowe (a więc mentalne i instytucjonalne) praktyki społeczne w przestrzeni zarówno publicznej, jak i prywatnej, niezależnie od tego, czy kwalifikujemy je jako stare czy nowe, wizualne czy audiowizualne, analogowe czy cyfrowe, ekranowe czy monitorowe lub jakiekolwiek inne. Chodzi zatem o technokultury wizualnej reprezentacji w ich aspekcie techniczno-mentalnym, za pomocą których zostają wytworzone rozmaite formy mediów, nie tylko sprowadzalne do samych artefaktów, ale także obejmujące materialności, dzięki którym możliwe staje się ich powstanie i funkcjonowanie* [1].

Przywołany cytat przybliża pewien problem dotyczący – według mnie nawet nie mentalnego, a co najwyżej wynikającego z jakiejś nieuzasadnionej rywalizacji – podziału istniejącego wśród naukowców specjalizujących się w naukach o komunikowaniu. Sedno zagadnienia tkwi w tym, że medioznawcy spod znaku nauk społecznych (zwłaszcza politolodzy, socjolodzy, psycholodzy, ekonomiści) uważają, iż to oni prowadzą kluczowe badania, natomiast dociekania pozostałych uczonych, np. kulturoznawców (w tym filmoznawców) czy filologów co najwyżej czasami bywają uznawane za użyteczne dla nauk o mediach i komunikacji społecznej. Z kolei reprezentanci nauk humanistycznych i nauk o sztuce (medioznawcy zajmujący się techniczną stroną środków cyfrowych technologii na razie pozostają ponad podziałami), przekonani o własnej wartości, czują się dotknięci faktem, iż ich wkład w badania mediów i komunikacji społecznej w perspektywie kulturowej jest pomijany lub uznawany (przez grupę technokratów?) za mniej istotny. Takie stanowisko, chociaż nieuprawnione w czasach kultury aktywnego uczestnictwa i demokratycznych aspiracji społeczeństwa Sieci, nie jest, niestety, odosobnione.

Sfery zainteresowań, takie jak historia, analizy zagadnień, procesów, teorie nowych (i nowych nowych) mediów w perspektywie kulturoznawczej, mimo iż najpełniej diagnozują komunikacyjną scenę, znajdują się poza dyskursem medioznawczym o nachyleniu politycznym i ekonomicznym. Trudno zrozumieć, dlaczego kultura audiowizualna, szczegółowo i kontekstowo opisana przez filmoznawców, nie zainteresowała na przykład politologów czy psychologów badających telewizję i Internet.

Ogólnie rzecz biorąc, mamy w Polsce do czynienia z sytuacją, która nie występuje na przykład w krajach anglosaskich, gdzie można mówić o komplementarnej wymianie doświadczeń i sojuszu specjalistów badających współczesne media, bez względu na to, jaką dyscyplinę reprezentują. U nas większość politologów, socjologów, psychologów – decydentów w badaniach – traktuje to, co robią medioznawcy-kulturoznawcy (a także filozofowie, filolodzy, pedagodzy), co najwyżej z przymrużeniem oka, czyli jako intelektualną paplaninę. Nie muszę oczywiście dopowiadać, iż podobne zdanie o medioznawcach-niekulturoznawcach (choć w mniejszym stopniu lekceważące dokonania drugiej strony) mają kulturoznawcy i w ogóle humaniści (może poza częścią historyków, zajmujących się badaniem prasy, którzy przeszli na stronę medioznawców-politologów), zarzucający im, że tkwią w metodach i technikach badawczych, które sprawdzały się mniej więcej do I połowy XX stulecia, ale nie dzisiaj, a także to, że nie są oni w stanie oderwać się od ilościowych charakterystyk drukowanych mediów i od lat przenoszą „przeżarte sklerozą" analizy prasy, radia i telewizji na nowe nowe media (a nawet te rozumieją często inaczej niż kulturoznawcy) [2].

Zarówno przedmiot badań medioznawczych, jak i obszar (obszary) nauk, w których jest (powinien być) uznawany dorobek naukowy, to nadal sporne terytorium. Wciąż nie ma jasności co do tego, kto jest, a kto nie jest medioznawcą (np. historyk prasy jest medioznawcą w Polsce, a historyk filmu, paradoksalnie, częściej jest zaliczany do minimum kadrowego kulturoznawstwa, filologii czy nauk o sztuce niż medioznawstwa). Nie ustają kontrowersje wokół mającej zastąpić określenie „dziennikarstwo i komunikacja społeczna" bardziej pojemnej nazwy dyscypliny, przystającej do zmian w medioznawstwie (różne opcje pojawiają się jako swoiste winiety na internetowych stronach uczelni). Jest to problem nabrzmiały, budzący dyskusje i polemiki, które na razie nie doprowadziły do konsensu i nie są satysfakcjonujące dla badaczy mediów reprezentujących różne nauki.

Kwestie te próbował omówić m.in. Jacek Dąbała – filmoznawca, pisarz, scenarzysta, autor programów telewizyjnych, ale i teoretyk mediów masowych. Zwrócił on uwagę na fakt, że nauki o mediach rozwijają się bardzo dynamicznie, coraz więcej osób chce studiować stowarzyszone z nimi kierunki (specjalności, specjalizacje), a po zakończeniu studiów pracować w mediach i/lub badać media. Zainteresowani reprezentują różne dyscypliny naukowe (Dąbała wymienia socjologów, filologów, politologów, kulturoznawców, filmoznawców, wykładowców szkół artystycznych, psychologów, prawników, teologów, historyków i filozofów). Badaniom poddaje się ponadto wszystkie możliwe zjawiska związane z mediami i to w różnych kontekstach. Choć na tym polu dominują ujęcia historyczne, dużo miejsca zajmują również opracowania lingwistyczne, metodologiczne, prawne, etyczne, socjo- i psychologiczne. Na nowo sytuuje się media w komunikacji kulturowej [3]. *Badania nad mediami* – stwierdza Dąbała – *nie potrzebują hamulców, potrzebują mądrego wsparcia i koła zamachowego w postaci formalnego uznania*

ich za naukę; po to, by rozwijać się ku wartościom i dojrzałej refleksji. Przedmiot badań jest zbyt aktualny, stale obecny, ponadczasowy, progresywny, nieprzewidywalny i ważny, dotyczący człowieka u podstaw jego historycznego trwania, czyli – rzecz upraszczając – komunikacji przez język i obrazy, aby zbywać go milczeniem [4]. Autor nawiązuje tu do pewnej linii patrzenia na spektrum nauk o mediach i komunikacji społecznej, która w jakiejś mierze ujawnia opinie części socjologów, politologów i prasoznawców zajmujących się światem mediów, co najwyżej lakonicznie wzmiankujących (częściej zaś pomijających) dyskurs na temat kulturowego oblicza mediów, a zwłaszcza prymatu audiowizualności. Może trzeba zresztą dodać: nowej audiowizualności, używając terminu upowszechnionego w Polsce przez Eugeniusza Wilka, którego definicja w całości pasuje do procesu przemian w mediach od fotografii, przez radio, film, telewizję, wideo, szczególnie przystając do mediów cyfrowych i rzeczywistości wirtualnej. *Za pojęciem „nowej audiowizualności"* – uważa Wilk – *kryje się pytanie o nowy paradygmat kulturowy wyznaczony przez zjawiska takie jak: sztuka nowych mediów, neotelewizja, literatura sieci, język werbalny w mediach, reklama audiowizualna, kino w paradygmacie ponowoczesności. Badacze mediów o orientacji kulturoznawczej chętnie podejmują tematy oscylujące wokół różnych aspektów nowych praktyk na polu współczesnej kultury, dając świadectwo czasom, określanym za Jeanem Baudrillardem mianem „uniwersum totalnego monitora"* [5]. Nad tym właśnie zastanawiają się medioznawcy-kulturoznawcy, dlaczego zatem ich namysł jest w tak niewielkim stopniu zauważalny w badaniach społecznych?

Zadaniem niniejszego artykułu miało być zwrócenie uwagi na pewien kłopot z filmoznawcami (szerzej: humanistami zajmującymi się audiowizualnością), którzy – w moim przekonaniu – zasługują na przyjrzenie się ich naukowej działalności i dydaktycznej praktyce, zdecydowanie bliższej naukom o mediach i komunikacji społecznej niż historycznemu (tradycyjnemu) filmoznawstwu (filmoznawstwu *per se*). W związku z tym przejrzałam (traktuję to jako rekonesans) dostępne w Internecie programy (sylabusy, plany) polskich uczelni prowadzących różne formy kształcenia dziennikarzy (oraz przygotowujące do zawodów pokrewnych, które mogą być przydatne w pracy w mediach). Mogłoby się wydawać, że opisana kulturowo nowa audiowizualność powinna interesować nie tylko medioznawców-humanistów, ale również ekspertów spod znaku nauk społecznych, ekonomicznych i technicznych. Uznając priorytet przekazów audiowizualnych, chciałam określić, w jakim stopniu problematyka ta ma odzwierciedlenie w kształceniu w zakresie mediów na kierunku (specjalnościach, specjalizacjach) dziennikarskich.

Z wstępnej analizy przedmiotów i publikacji znajdujących się w spisach lektur kierunków dziennikarstwo i komunikacja społeczna (oraz pokrewnych specjalności, specjalizacji) wynika, iż kadra naukowa i dydaktyczna odpowiedzialna za tego typu szkolnictwo w Polsce w marginalnym stopniu uwzględnia film i estetykę wideo w przestrzeni komunikacji audiowizualnej. Znacznie więcej miejsca zajmuje tu teoria i praktyka prasoznawcza niż media audiowizualne. Studenci ćwiczą przede wszystkim warsztat pracy dziennikarza prasowego, potem radiowego, natomiast na zdobywanie umiejętności do pracy w telewizji i mediach cyfrowych nie pozostaje już czasu, a i dostęp do pracowni z prawdziwego zdarzenia ma niewiele ośrodków akademickich. Sytuacja wprawdzie zmienia się z każdym rokiem na korzyść rozumienia potęgi przekaźników audiowizualnych, ale do satysfakcjonujących roz-

wiązań, zmierzających w kierunku obudowania programów wiedzą na temat nowych możliwości tych mediów, droga jeszcze daleka. Wśród części nauczycieli akademickich zatrudnionych w katedrach dziennikarskich ciągle mamy do czynienia z brakiem świadomości zmian w komunikacji XXI wieku i gotowości przewartościowania (wy)kształcenia teoretycznego i praktycznego, mającego na celu dorównanie kierunkowi rozwoju mediów (digitalizacja, konwergencja). Słowem: wiedza o kulturowej przestrzeni medialnej, w której za chwilę będą pracować absolwenci kierunków dziennikarskich, w programach studiów jest nadal traktowana po macoszemu.

O ile jednak niektóre uczelnie na dziennikarskich studiach licencjackich, magisterskich czy podyplomowych włączyły do programu przedmioty mieszczące w treści komunikację audiowizualną (film, wideo, 3D), o tyle medioznawcza (w tym filmoznawcza) literatura polskich autorów o orientacji kulturowej występuje tam w śladowej reprezentacji. Tym samym, poza nielicznymi publikacjami zagranicznych autorów [6], nie zostały uwzględnione w programach dziennikarstwa i komunikacji społecznej publikacje (rozprawy w renomowanych czasopismach specjalistycznych) polskich uczonych na temat mediów audiowizualnych. W programach kierunku (specjalności, specjalizacji) dziennikarstwo i komunikacja społeczna pomija się na ogół filozoficzno-kulturowy i edukacyjny wymiar audiowizualności na komunikacyjnej scenie XXI w., co najwyżej pozostawiając nieco miejsca na wspomnianą wyżej refleksję historyczną. Nieuwzględnione zostało szersze ujęcie filmoznawczo-medioznawcze, chociaż z każdym rokiem przybywa nowocześnie opracowanych monografii i wydawnictw zbiorowych sytuujących komunikację audiowizualną w centrum naturalnego dzisiaj środowisku człowieka, jakim są nowe (i nowe nowe) media. Demokratyzacja dostępu do mediatyzacji uzyskiwanego w zasadzie bez wysiłku i szczególnego przygotowania to stan z pewnością atrakcyjny dla wszystkich chętnych, którzy chcą się twórczo udzielać na tym polu lub najłatwiej jak można czerpać korzyści z takich projektów i cieszyć się dostępem do nich. Przyszli zawodowcy jednak, od których oczekuje się umiejętności kreowania zróżnicowanych przekazów, w tym multimedialnych, powinni otrzymać wiedzę nie tylko z teorii i historii prasy, radia, telewizji, Internetu i PR w ujęciu socjologicznym, politologicznym, technologicznym. *Clou* tej wiedzy to dzisiaj rozumienie mechanizmów zmian, jakie zachodzą w kulturze komunikacji XX i XXI stulecia. Ważne miejsce zajmują w niej ruchome obrazy, które już od ponad stu lat pobudzają naszą aktywność, wyobraźnię, uczą i bawią, ale dopiero teraz w różnych formach (i formatach) jesteśmy je w stanie wygenerować w naszych głowach.

Mój głos to kolejna refleksja humanisty ukierunkowana na przekonanie medioznawców o orientacji społecznej (socjologicznej, politologicznej, psychologicznej, ekonomicznej i prawnej) oraz rekrutujących się z nauk stowarzyszonych z informatyką, do lektury, poparcia i popularyzacji wśród studentów publikacji o mediach autorstwa filmoznawców i badaczy o orientacji kulturoznawczej. Chodzi bowiem o fascynujące, oświecające, urzekające wolnością i otwartością sądów, a zarazem zakłócające raz na zawsze przywiązanie do dogmatów książki i artykuły, które jak pisał w recenzji o dwóch z nich Michał Pabiś-Orzeszyna (filmoznawca, krytyk filmowy), *chociaż uświadamiają czytelnikowi skalę jego zakorzenienia w historii i różnorakich uzusach, ostatecznie zachęcają do wyjścia ze stanu wy-*

godnej niepełnoletniości. Wybudzają z dogmatycznej drzemki, bezpłodnego przywiązania do „sprawdzonych metod" i skłaniają do zdobycia się na intelektualną samodzielność [7].

A jednak milczenie wokół nowatorskich analiz filmu, telewizji, wideo-artu, nowoczesnych animacji, form samplowanych, narracji wynikających z obrazu kompozytowego itd., zwłaszcza w grupie prasoznawców i autorów badających media masowe przez pryzmat władzy i biznesu, jest faktem. Polscy komunikolodzy reprezentujący nauki społeczne, zajmując się mediami audiowizualnymi, skupiają się przede wszystkim na analizowaniu funkcji, zawartości i odbioru przekazów audiowizualnych w różnych konfiguracjach. To humaniści, a największy wkład mają niewątpliwie filmoznawcy (czy szerzej: kulturoznawcy), opracowali dzieje audiowizualności, piszą teorię oraz upowszechniają na polskim gruncie myśl zachodnioeuropejską i światową. Tym bardziej może więc dziwić, że ich wysiłku i wręcz fenomenalnych osiągnięć nie doceniają (oczywiście są pozytywne wyjątki i o nich będzie za chwilę) medioznawcy z obszaru nauk społecznych. Przykładowo, filmoznawców-medioznawców (medioznawców-humanistów) nie cytują ani nie podejmują z nimi polemik historycy prasy i mediów masowych. Trudno zrozumieć, dlaczego wybierają oni tylko kontekst polityczny czy socjologiczny dla swych rozważań prasoznawczych i medioznawczych, mając tak bogatą literaturę kulturoznawczą, która jest najbliższym pograniczem ich badawczej refleksji.

Owe pogranicza audiowizualności, by przywołać w tym miejscu tytułu antologii tekstów o filmie, telewizji i nowych mediach zredagowanej przez Andrzeja Gwoździa, przynajmniej od dekady przykuwają uwagę uczonych, którzy dla przybliżenia tego komunikacyjnego fenomenu świadomie odstąpili od tradycyjnych badań filmoznawczych, filologicznych, filozoficznych, kulturoznawczych, lingwistycznych, literaturoznawczych, związanych z medioznawczym podejściem do historii sztuki czy technologii cyfrowych. Intuicyjnie, z dystansem do entuzjazmu dla inności i *novum* nowych (i nowych nowych) mediów, mozolnie i konsekwentnie przekierowują oni – jak pisze Andrzej Gwóźdź – *wiedzę o filmie i mediach elektronicznych ku szerszemu paradygmatowi, włączającemu audiowizualność w ramy refleksji nad stanem mediów i kultury współczesnej* [8]. Rozumiejąc przemiany mediów audiowizualnych (od filmu, przez telewizję, do przekazów multimedialnych) w komunikacji społecznej i własną sytuację wielkiego nieobecnego, badacze ci próbują wyjaśniać uwarunkowania, które w pewnym stopniu doprowadziły do zawłaszczenia studiów nad komunikowaniem przez politologów. Emanuel Kulczycki określa sytuację, jaka wciąż ma miejsce w naszym kraju, mianem dziedzictwa Schramma, nawiązując do amerykańskiego typu badań nad komunikacją przy instytutach dziennikarskich, zaproponowanego po II wojnie światowej przez ojca nauk o komunikacji Wilbura Schramma. Kulczycki przypomina, że w Ameryce już od dawna studia nad komunikacją mają charakter interdyscyplinarny i przestały w nich dominować badania prasy i środków masowego przekazu (*rozbudowane ujęcie transmisyjne, w skład którego wchodzą (...) nadawca, intencja, przekaz, kodowanie, działanie komunikacyjne, kanał, szum, odbiorca, dekodowanie, interpretacja, efekt, sprzężenie zwrotne*), funkcjonujące poza wszystkim jako *archaiczna refleksja względem współczesnej filozofii i humanistyki* [9].

Czy zatem istnieje nadzieja na zrozumienie wagi badań nad szeroko rozumianą kulturą audiowizualną (wpisaną również w obszar nauk humanistycznych) i wła-

czenie tego namysłu do ogólnych studiów komunikacyjnych, choćby z tego powodu, iż eksperci z obszaru nauk społecznych mają inne zainteresowania badawcze, a kontekst wydaje się niezbędnym dopełnieniem szczegółowych ujęć mediów? Innymi słowy, czy nowoczesna tematyka badawcza, podejmowana przez medioznawców orientacji humanistycznej, zostanie uznana za dorobek w dziedzinie nauk o mediach i uwzględniona w programie studiów dziennikarstwa i komunikacji społecznej albo czy zostaną usankcjonowane jako równoprawne w stosunku do katedr dziennikarskich na obszarze nauk społecznych zakłady, pracownie komunikacji medialnej, które od lat doskonale rozwijają się i przyciągają uwagę badaczy oraz studentów specjalności filologicznych, filozoficznych, językoznawczych, kulturoznawczych, literaturoznawczych i mieszczących się w naukach o sztuce? [10]

Niestety, formuła filmoznawcza (rozumiana również jako dyskurs o mediach audiowizualnych) bardzo powoli przebija się do nauk o mediach – dyscypliny, która w sierpniu 2011 r. Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego została uznana za dziedzinę nauk społecznych [11]. Usytuowanie nauk o mediach tylko na obszarze nauk społecznych zostało z zadowoleniem przyjęte zwłaszcza przez politologów, głównie przedstawicieli badań prasoznawczych i nad mediami masowymi. Zdania w tej sprawie były jednak podzielone, o czym świadczą wypowiedzi politologów, historyków, socjologów, psychologów, filmoznawców – czołowych reprezentantów instytutów dziennikarstwa w Polsce, jak również innych specjalności z obszaru nauk społecznych i humanistycznych.

Podczas konferencji naukowej *Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?* (ze znakiem zapytania odnoszącym się do nauk humanistycznych), zorganizowanej przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego w 2009 r. dla uświetnienia I Ogólnopolskiego Kongresu Politologii, gospodarze, deklarując już kanoniczną interdyscyplinarność, opowiadali się za… włączeniem swej dyscypliny do nauk społecznych. Zresztą, jak wynika z konferencyjnych wystąpień, znaczna większość uczestników optowała za lokacją nauk o mediach w naukach społecznych, co zresztą uwzględnił Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego w zapisie wspomnianego aktu. Warto jednak odnotować, że część obecnych w Warszawie naukowców i praktyków nie była zdecydowana co do tego, czy należy usankcjonować oczekiwania socjologiczno-politologicznego lobby, czy może raczej skłonić się ku równoprawnemu podziałowi nauk o mediach pomiędzy humanistykę i nauki społeczne. Jak można się domyślić, filolodzy, filmoznawcy, filozofowie oraz kulturoznawcy byli w mniejszości, tak więc na Kongresie Politologicznym (bądź co bądź) opowiedziano się za tym, aby nauki o mediach (dziennikarstwo i komunikacja społeczna) „po staremu" zostały „przy politologii" lub „przy socjologii". „Językiem u wagi" byli historycy (zajmujący się na dziennikarstwie głównie dziejami prasy oraz prowadzący tradycyjne badania prasoznawcze), ale konsekwentnie opowiadający się za wariantem „niehumanistycznym". Sytuacja jest zatem patowa, gdyż wszyscy rozumieją potrzebę ujęć interdyscyplinarnych i konieczność prowadzenia zaawansowanych badań komparatystycznych, komplementarnych dla dobra całej nauki, część katedr dziennikarskich nadal (już ponad dwa lata od wejścia w życie rozporządzenia z sierpnia 2011 r.) mieści się w strukturach wydziałów filologicznych lub humanistycznych (tam też funkcjonują ciekawe specjalizacje i specjalności medioznawcze) [12], a dyscyplina należy do nauk społecznych.

Nestor medioznawstwa, socjolog i prasoznawca Tomasz Goban-Klas w licznych publikacjach od początku stał na stanowisku, że studia z zakresu mediów i komunikacji społecznej mieszczą się w naukach humanistycznych i społecznych. Obecnie dziedzina ta – przekonywał uczony – *czerpiąc (...) z nagromadzonego dorobku i przyrodniczo-technologiczno-kulturowego podglebia*, jest w stadium ewolucji emergentnej i podobnie jak wszędzie na świecie *pojawiają się instytuty, a nawet wydziały studiów medialnych (media studies), które choć początkowo zajmowały się tzw. mass mediami (prasą, radiem i telewizją), obecnie włączają zakresowo studia nad Internetem, mediami społecznymi i mobilnymi. Nikt już nie ma wątpliwości* – stwierdza Goban-Klas – *że naukowa analiza tych tradycyjnych mediów wymaga uzupełniania o analizy nowych i najnowszych mediów* [13].

Artykuł, z którego pochodzi przywołany cytat, został przez autora opatrzony mottem zaczerpniętym od światowej sławy socjologa i komunikologa Elihu Katza: *Bóg stworzył film dla kulturoznawców, a telewizję dla medioznawców*. Być może należałoby owo sformułowanie skomentować lub choćby zastanowić się, co uczony, przywołując je, chciał powiedzieć? Mam nadzieję, że chodziło po prostu o punkt wyjścia dyskusji i ogólne zdumienie wszechogarniającą nową audiowizualnością, która zmieniła sytuację nadawczo-odbiorczą i ma (coraz większy) wpływ na człowieka i społeczeństwo. Nie wyobrażam sobie bowiem, by Tomasz Goban-Klas, który zawsze z empatią pisał o filmie, postrzegał to medium tylko przez pryzmat sztuki, a filmoznawcom-kulturoznawcom sugerował, że co prawda wie, iż już dawno odeszli w swoich badaniach od planu liniowego i teraz opisują kulturowy fenomen mediów audiowizualnych wraz z całą skomplikowaną przeszłością kina, lepiej jednak byłoby zostawić to zadanie… medioznawcom z krwi i kości (tzn. politologom i socjologom). Oznaczałoby to, iż również Goban-Klas nie chce zauważyć istotnej części badań nad komunikacją audiowizualną, którą zainicjowali i kompetentnie rozwijają przede wszystkim dawni filmoznawcy, kulturoznawcy i w ogóle humaniści.

Jak wynika z kolejnych książek oraz artykułów publikowanych w czasopismach i na stronach internetowych, autorzy są świadomi wikłania się filmu w różne zmienne związki medialne (możliwe w przestrzeni audiowizualnej), potrafią właściwie je ocenić i zarazem docenić ich znaczenie nie tylko we współczesnej kulturze, lecz także w komunikacji społecznej. Mirosław Filiciak zauważa na przykład, iż *nowa generacja widzów nie respektuje odrębności filmu jako medium* i traktuje dzisiaj *film jako zdarzenie wizualne*, które można otrzymać w pakiecie z innymi stechnicyzowanymi (i interaktywnymi) mediami [14]. Interesujący autora przypadek gier wideo w relacjach kina i innych mediów audiowizualnych w epoce digitalizacji uwydatnia tę zmianę: *film jest obecny jako jeden z wielu, bynajmniej nie uprzywilejowany środek przekazu. Jego miejsce wyznaczają nie tylko teksty stanowiące obiekt tradycyjnych badań nad filmem, ale także związane z filmem parateksty, do których w różnym stopniu docierają widzowie, samodzielnie negocjujący znaczenia poszczególnych obrazów* [15]. Przekonanie filmoznawców, iż można zerwać z tradycyjnym (narratywnym) słowno-obrazowym językiem filmu, że kino się zmienia i należy je sytuować (lub łączyć jak preludia, etiudy) pośród innych mediów, które odpowiednio oprogramowane pozwalają nadawcom/odbiorcom na wizualizowanie bytu(-ów), już dawno zmieniło ich w medioznawców [16]. Podkreślał to m.in. Wiesław Godzic, wypowiadając się na temat pułapek, jakie czekają na wszystkich ob-

serwatorów komunikacji kulturowej, w której coraz więcej miejsca zajmuje *czynna i twórcza wizualizacja myśli i uczuć*, a nie oglądanie obrazów jako takich: *To bodaj najsilniejsza władza wizualna, jest efektywna, pomimo braku instytucji ją reprezentującej, a nawet istniejąca wbrew społecznie legitymizowanym instytucjom. To rzeczywisty głos ludu, który może być wykorzystywany przez korporacje i mechanizmy konsumpcjonizmu. Co więcej – i tym smutniej dla rasowego filmoznawcy – dla tego „ludu" (...) obojętne się staje, na jakim ekranie widzi obrazy, a także, czy są one prezentowane przez stację nadawczą w tej chwili, czy tylko wyjęte przez użytkownika z cyfrowej biblioteki. Nic się jeszcze nie kończy i media nie spotykają się w jakimś gigantycznym nowym supermedium. Kino się zmienia, wykorzystując telewizję i Internet. Ten ostatni czerpie z doświadczeń telewizji i kina pełnymi garściami. Telewizja zaś udaje, że jest jednym i drugim. Kłopot dla medioznawcy, wygoda dla użytkownika – wiemy dobrze, kto zwycięży w tym pojedynku* [17]. I o co się tu spierać, kiedy widać gołym okiem (choć częściej w okularach), że filmoznawcy, opisujący nowe trendy audiowizualnej przestrzeni bytowania człowieka już od dawna są wytrawnymi badaczami mediów?

Tendencje mieszania się języków audiowizualnych mediów, zabawy konwencjami, zawłaszczanie pomysłów z przeszłości, remiksy, zatrzymania, powtórzenia, przyspieszenia szybko zauważyli zwłaszcza młodsi badacze mediów, w tym filmoznawczyni Aleksandra Hirszfeld. Warto zresztą odnotować to nazwisko nie tylko z powodu całkiem nowego dyskursu o twórczości Jean-Luca Godarda [18].

Wracając do nobilitującego kino cytatu z Katza, którego użył Tomasz Goban-Klas, trzeba dodać, że to piękne, iż film ciągle bywa sztuką, ale zarazem wypada zaznaczyć, że używany przez telewizję i Internet stał się, jak one, komunikatorem audiowizualnym. Można powiedzieć, że telewizja niemal od razu oddała znaczącą część swego czasu antenowego szczególnemu utworowi audiowizualnemu, jakim jest film. Podobnie uczynił Internet, wchłaniając film i telewizję, choć nadal mogą one funkcjonować poza nim…

Poza funkcjonalizmem (praktycyzmem, użytecznością wobec instytucji, rynku i prawa) większości badań medioznawczych istnieje zatem komplementarny nurt interpretatywnych studiów kulturowych. O ile jednak dorobek naukowy badaczy z kręgów politologiczno-socjologiczno-ekonomicznych i prawnych jest uwzględniony (i stale rozszerzany) w programach kierunków dziennikarskich (oraz specjalności i specjalizacji mieszczących się w naukach o mediach), o tyle refleksja filmoznawczo-medioznawcza, filozoficzno-medioznawcza, mediolingwistyczna, literaturoznawcza oraz edukacyjna pozostaje zarezerwowana dla nielicznych studentów, którzy cenią sobie pogłębioną wiedzę (poza wymaganym minimum) oraz badaczy mających podobne zainteresowania i stawiających sobie zbliżone założenia naukowe.

Wszystkim studiującym (badacze mediów to wiedzą) należy się w każdym razie małe przypomnienie, że galaktyka Gutenberga ustępuje galaktyce Internetu, choć oczywiście ta pierwsza jest stale obecna i ważna. Wypadałoby więc w dużo większym zakresie uobecnić na studiach oraz wspierać badania nad mediami, które dzisiaj tworzą (i w jakimś stopniu wypełniają) otoczenie człowieka. Nie warto się licytować i udowadniać, że np. skończył się czas artykułów typu *Oświata i wychowanie na łamach „Bluszczu" w latach 1918–1939* [19], gdyż każdy zainteresowany może po prostu czytać „Bluszcz" online do woli, ale jest coś w fakcie, że znaczna

część historyków prasy nie chce zauważyć zmian technologicznych w infosferze, a tym samym zmienić metod i technik badawczych, odejść od wysłużonej charakterystyki opartej na wyliczeniach nazwisk, tytułów czy zagadnień, które w tej formie utraciły atrakcyjność, gdyż można je po prostu „wyguglować".

Nie to jest jednak niepokojące, lecz podskórne kwestionowanie w programach studiów dziennikarskich przedmiotów (oraz badań) związanych z kulturą audiowizualną (i mocno z nią połączonych kultur: filmowej, telewizyjnej, wideo czy internetowej). Zwykle powodem wypierania audiowizualności na rzecz prasoi medioznawstwa politycznego jest zainteresowanie kadry akademickiej (głównie politologów i historyków) promowaniem własnych doktorów i doktorantów, w niewielkim zaś zakresie dogadzanie studentom, zwłaszcza jeśli miałoby to oznaczać oddanie godzin innym specjalistom. W mniejszych (i zazwyczaj słabszych) ośrodkach bywa i tak, że przedmioty filmoznawcze prowadzi młody historyk prasy, gdyż na kinie zna się przecież każdy, a dla niego brakuje godzin. Takie podejście, oczywiście patologiczne, nie jest rzadkością, podobnie jak rozumienie filmu w XXI w. tylko jako tekstu kultury. O jakich tu pograniczach filmu mówić, jeśli zarządzający edukacją dziennikarzy (i zawodów związanych z mediami) nie mają zrozumienia nawet dla spopularyzowanego wśród młodzieży licealnej cytatu Krzysztofa Zanussiego, który jako ambasador projektu Nowe Horyzonty Edukacji Filmowej przekonywał, że o ile w szkole uczymy się czytać teksty drukowane, o tyle w życiu dojrzałym najczęściej korzystamy z przekazów audiowizualnych, a ich lektura wymaga osobnego kształcenia? [20] Tym bardziej kursanci nauk o mediach (dziennikarze) powinni mieć więcej czasu na studiach, by przyjrzeć się filmowi i innym formom przekazu audiowizualnego. W tym celu należałoby zredukować w programie liczbę zajęć poświęconych prasie. Na razie zmiany wprowadzane są bardzo powoli.

Można wymienić kilkadziesiąt książek zagranicznych i polskich autorów na temat mediów w dobie digitalizacji, opublikowanych w naszym kraju od przełomu XX i XXI w. do dziś, w których badacze zdefiniowali i upowszechnili nową audiowizualność w społeczno-kulturowym i technologicznym kontekście mediatyzacji. Warto przywołać pogląd (cytowanego już) Eugeniusza Wilka, który postrzega nową audiowizualność jako sedno namysłu podejmowanego w ramach nauk o mediach. W treści takiej komunikacji tkwi zarówno pełne zrozumienie dla zmian, wątpliwości twórców, jak i dystans do przyszłości oraz akceptacja istnienia galaktyki Internetu, by jeszcze raz użyć tytułu dzieła Manuela Castellsa na określenie perspektywy mediatyzacji komunikacji, skądinąd wywiedzionej z McLuhanowskiej metafory galaktyki Gutenberga [21]. Wielkim nieobecnym w tzw. literaturze dydaktycznej (czy postdydaktycznej) adresowanej do młodych ludzi studiujących dziennikarstwo jest Piotr Sitarski, autor jednej z pierwszych w Polsce książek dogłębnie przybliżających czytelnikowi rzeczywistość wirtualną i jej wpływ na komunikowanie. Sitarski, choć filmoznawca, od początku kariery naukowej badał również cyfrowe media audiowizualne, z powodzeniem tłumacząc socjologiczny aspekt wchodzących w użycie nowych modeli komunikacyjnych. Niestety, *Rozmowa z cyfrowym cieniem* pozostała lekturą niszową, uznawaną głównie przez wytrawnych medioznawców kulturowych [22]. Podobnie niedoceniony w programach dziennikarstwa telewizyjnego i internetowego okazał się podręcznik Sitarskiego i Stefana Czyżewskiego *Kamera – światło – montaż* [23]. W literaturze do studiowa-

nia dziennikarstwa zabrakło również książki Krzysztofa Loski *Dziedzictwo McLuhana*, aktualizującej teorie klasyka. Jest to ważna praca zapraszająca do nowego odczytania koncepcji Marshalla McLuhana, zresztą przez cały czas obecnych w teorii środków masowego przekazu [24]. Poza wykazem lektur dla przyszłych dziennikarzy pozostaje też inna publikacja Loski: *Tożsamość i media: o filmach Atoma Egoyana* [25]. Politolodzy i prasoznawcy nie zauważyli również arcyciekawej pracy Jakuba Zajdla *Film jako uniwersum światów możliwych*, która mogłaby przekonać do wartości kultury audiowizualnej niejednego studenta nauk o mediach, gdyby tylko znalazła się w programie jakiegoś przedmiotu obowiązkowego [26].

Można być może przyjąć do wiadomości, że książki opisujące nowe technologie mediów audiowizualnych przez pryzmat kultury komunikacji nie znalazły się w kanonie lektur dla studiujących dziennikarstwo (medioznawstwo) na politologii czy socjologii, ale niewiele lepiej wygląda dobór literatury dla tych, którzy uczą się mediów na wydziałach humanistycznych. Z jakichś nieodgadnionych przyczyn od lat pomija się zatem w kształceniu „do mediów" wartościową i poznawczą literaturę filmoznawczą, która mogłaby mieć duży wpływ na rozumienie fenomenu komunikacji audiowizualnej (i „nowej audiowizualności") na przełomie XX i XXI stulecia. Do kulturoznawców (filmoznawców) badających współczesną przestrzeń komunikacyjną, których publikacje zyskały rangę podręczników (literatury zalecanej) na studiach dziennikarskich przez specjalistów z dziedziny nauk społecznych, należą: Wiesław Godzic [27], Andrzej Gwóźdź [28], Maryla Hopfinger [29], Jacek Dąbała [30]. A jednak przekonania o ich wartości – oczywistej dla komunikologów o proweniencji kulturoznawczej – nie podzielają znawcy mediów prowadzący badania na obszarze nauk społecznych (zwłaszcza teoretycy printmediów), zresztą animozje występują po obydwu stronach. Potwierdzają to kolejne sympozja organizowane w katedrach dziennikarstwa w całej Polsce oraz dorobek naukowy kadry analizowany za okres 2000-2013. Tylko sporadycznie (marginalnie) można wskazać obszary wspólne lub dopełniające się z zainteresowaniami komunikologów kulturowych, jak np. nowe postrzeganie dziennikarstwa prasowego, filmu, widowiska medialnego, gier, coraz częściej naturalnie występujących w przestrzeni internetowej, oferujących alternatywne możliwości percepcji gotowych tekstów w sensie semiotycznym, ale przede wszystkim będących szansą dla własnego rozwoju twórczego, intelektualnego, osobowościowego, estetycznego.

Zatem medioznawcy w Polsce są podzieleni. Dla jednych matrycą komunikowania są przede wszystkim zmiany cywilizacyjno-kulturowe i ich wpływ na człowieka, dla pozostałych – i to oni nadają ton naukom o mediach – najważniejsze są badania nad mediatyzacją rzeczywistości typu politologicznego, ekonomicznego, socjologicznego, psychologicznego. Usytuowanie nauk o mediach jedynie w spektrum nauk społecznych wydaje się rozwiązaniem, które w dłuższej perspektywie nie obroni się, gdyż zagraża naturalnej otwartości dyscypliny. Dyskurs medioznawczy w naukach o kulturze nie zniknie; dyscypliną tą nie przestaną się też interesować nauki o sztukach pięknych i nauki techniczne. Oznacza to, iż nauki o mediach są dynamicznie rozwijającą się strukturą złożoną z wielu poddziedzin, z których każda zasługuje na odnotowanie i zainteresowanie, gdyż może stać się impulsem dla szczegółowych projektów badawczych, teorii oraz nowych specjalności studiów.

W ostatnich latach pojawiły się głosy na rzecz równoprawnego traktowania problematyki technicyzacji i kultury mediów. Upominają się zresztą o to od dawna

czołowi informatycy, cybernetycy, informatolodzy, pedagodzy, filmoznawcy, kulturoznawcy, językoznawcy, literaturoznawcy i historycy sztuki. Część uczonych reprezentujących uprzywilejowane w tym podziale środowisko politologiczno-socjologiczno-psychologiczne ze zrozumieniem odniosła się do racji kolegów prowadzących badania dopełniające ich prace o dyskurs kulturoznawczy.

W 2009 r. Tomasz Goban-Klas podkreślał eklektyzm nauk o mediach (z dyktatem socjologii i politologii). Podobne stanowisko zajęli naukowcy z Uniwersytetu Warszawskiego: Marek Jabłonowski (z wykształcenia historyk) i Tomasz Gackowski (historyk i dziennikarz), którzy trzy lata później w materiale dyskusyjnym *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, opublikowanym przed konferencją zorganizowaną pod tą samą nazwą w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego w czerwcu 2013 r. (*notabene* tuż po I Zjeździe Filmoznawców i Medioznawców w Kamieniu Śląskim), zwrócili uwagę nie tylko na rozwój dyscypliny, ale i wiele problemów. *Medioznawstwo* – stwierdzają autorzy – *jawi się obecnie jako nauka rozdroży, pogranicza, skrzyżowania różnych perspektyw teoretycznych i badawczych, których korzenie sięgają wielu okrzepłych dyscyplin naukowych. (...) Interdyscyplinarność i otwartość medioznawstwa może świadczyć właśnie o dojrzałości* nauk o mediach*, łączącej różnorodne podejścia ze względu na cel prowadzonych badań, użyteczność tworzonych teorii czy też funkcjonalność stosowanej metodologii* [31]. Wypowiedź ta, jak i cały artykuł, może się wydać medioznawcom reprezentującym inne niż nauki społeczne obietnicą gotowości tej „wybranej" grupy naukowców do zmian w postrzeganiu nauk o mediach. Praktyka nastrajała już jednak nie tak optymistycznie. Potwierdziły to choćby konferencje medioznawcze (politologiczne, socjologiczne itp.), które odbyły się w ostatnich latach w różnych ośrodkach akademickich [32]. Wspomniana sesja z 2013 r., poza deklaracjami „przedkonferencyjnymi" i odczytanymi podczas jej trwania, zarezerwowała niewiele miejsca na dyskusję o kulturze mediów. Organizatorzy postawili na użyteczność badań medialnych – swego rodzaju kartę przetargową w relacjach reklamodawcy i właściciele mediów, nie zaś na kulturowe wyjaśnianie zmian we współczesnej komunikacji audiowizualnej [33]. Z kolei konferencje *Film i media – przeszłość i przyszłość* (towarzysząca I Zjazdowi Filmoznawców i Medioznawców w Kamieniu Śląskim) oraz *Więcej niż obraz* (odbyła się w ramach II Zjazdu Polskiego Towarzystwa Kulturoznawczego w Krakowie we wrześniu 2013 r.) nie przykuły uwagi, poza chlubnymi wyjątkami, teoretyków dziennikarstwa o spojrzeniu socjologiczno-psychologicznym i polityczno-ekonomicznym.

W tej sytuacji należałoby powiedzieć: „Róbmy swoje!". Sytuacja jest oczywiście dotkliwa dla filmoznawców (humanistów), przekonanych że prowadzą nowoczesne badania nad mediami, podważają kanoniczne teorie, inicjują nowe dyskursy, a jednak są niedoceniani przez tych, którzy powinni czerpać z ich dorobku całymi garściami. Ich namysł jest w jakiejś mierze ignorowany w studiach nad komunikowaniem praktykowanych przez politologów, prasoznawców, socjologów, psychologów itd., którzy po prostu nie chcą (mówiąc nieco kąśliwie o jednych i drugich) skorzystać z „boskiego" autorytetu drugiej strony. Sądzę, że tracą na tym wszyscy, a w efekcie wciąż mamy dwie odrębne nauki o mediach. Kulturoznawcy też nie pozostają bez winy, gdyż odpowiadają milczeniem na pragmatyczne spojrzenie na współczesne procesy komunikacyjne opracowane

przez badaczy, którzy – jak o nich mówią – nie wychodzą poza usługi dla polityków i biznesmenów.

W tym miejscu można wrócić do przywołanego przez Tomasza Goban-Klasa motta o filmie i mediach zaczerpniętego z Katza i po raz kolejny próbować polemizować z Mistrzem. Jak bowiem zaakceptować pomawianie kulturoznawców o to, iż widzą w filmie tylko kino, skoro to właśnie oni najwięcej piszą o przemianach, zakłóceniach, zaskakujących związkach i zagrożeniach, jakie pojawiają się na peryferiach filmu i w całej przestrzeni audiowizualnej? O tym, że filmoznawcy (z wykształcenia i wczesnych lub prowadzonych równolegle badań) wręcz naturalnie odnajdują się w poszerzonym dyskursie medioznawczym, przekonać się można bardzo łatwo. Wystarczy podeprzeć się zagranicznymi autorytetami, takimi jak: Friedrich Kittler, William J.T. Mitchell, Lev Manovich, których wkład w rozwój dyscypliny, *notabene*, akceptują polscy politolodzy, prasoznawcy, socjolodzy. Miło przypomnieć, iż pierwszy z wymienionych, nazywany Foucaultem, Derridą i Barrettem mediów, zanim stał się teoretykiem mediów technologii i wojskowości, ukończył studia filologiczno-filozoficzne. Z kolei Mitchell (z wykształcenia filolog i historyk sztuki) zajmuje się nie tylko kulturą polityczną (i polityką kultur), lecz bada także związki obrazu i języka w sztuce, literaturze i mediach. Lev Manovich – klasyk kultury mediów cyfrowych dla humanistów – ceniony przez politologów, socjologów i speców od reklamy za kreatywne tłumaczenie sposobu, w jaki zmienia się nasza percepcja pod wpływem komputera i Internetu oraz za inspirujące opisanie obecnych i przyszłych usług w Sieci [34], ma za sobą studia m.in. w zakresie animacji filmowej i grafiki komputerowej oraz historii sztuki. Jednym słowem, humanistyka i nauki o sztuce (filmoznawstwo, kulturoznawstwo) mogą być doskonałą bazą wyjściową dla przyszłych medioznawców, chyba nie gorszą niż podstawy czerpane z nauk społecznych. W każdym razie polscy filmoznawcy-medioznawcy, niezależnie od autorów zagranicznych (nieraz zresztą bywali tłumaczami ich prac na język polski), jako pierwsi wskazywali rodzimym czytelnikom możliwości twórczego patrzenia na media cyfrowe, ze szczególnym uwzględnieniem kultury audiowizualnej jako najbliższej naszemu poznaniu. Na przykład równolegle z propozycjami Didi Hubermana, Anne Friedmann, Lindy Williams stworzyli własne teorie dotyczące tego, jak patrzeć, pokazywać, a przede wszystkim uczestniczyć w wizualizacji własnych myśli i emocji, wykorzystując w tym celu technologie XXI w. Wprawdzie ciągle brak paradygmatu do pokazania nowego stulecia językiem (językami) najbardziej dopasowanymi, ale tacy autorzy, jak (wymienię alfabetycznie): Karina Banaszkiewicz, Jacek Dąbała, Mirosław Filiciak, Wiesław Godzic, Andrzej Gwóźdź, Maryla Hopfinger, Ryszard Kluszczyński, Krzysztof Loska, Agnieszka Ogonowska, Andrzej Pitrus, Piotr Sitarski, Bogusław Skowronek, Eugeniusz Wilk, Jakub Zajdel i Piotr Zawojski proponują rozważenie kluczowych kategorii audiowizualności jako wyzwania stawianego współczesnej komunikacji medialnej i narracjom o niej.

Co może wyniknąć z prób posłużenia się starymi mediami i nowymi technologiami, jak zastąpić opatrzony efekt wideoartu, co nas czeka „po kinie" i jakie jeszcze nowe medium może się zdarzyć? – to skomplikowane pytania, jedne z wielu, jakie można zadać rozpatrując złożone zależności na scenie komunikacyjnej XXI w., na które autorzy z kręgu filmoznawczego swobodnie, nawet z pewną nonszalancją odpowiadają, bawiąc się przy tym wybornie, co widać choćby po lekkości

stylu wykładu i dbałości o przeżycia estetyczne, na co wskazują choćby okładki medioznawczych książek (w jakimś sensie) nadal filmoznawczych. I wydaje mi się, że poza poważnym dyskursem kulturowym na temat audiowizualności, to jest ta wartość dodana do nauk o mediach audiowizualnych opracowywanych pod kątem użyteczności w stosunku do rynku dystrybutorów różnego autoramentu, więc z założenia suchych analiz, komentarzy, materiałów, syntez, sprawozdań i instrukcji polityczno-ekonomicznych, prawnych, socjologicznych.

Kulturoznawcy (w tym filmoznawcy) podjęli próbę zdefiniowania, typologizacji i opisania mozaikowej przecież i nieustannie zmieniającej się formuły mediów audiowizualnych. Bez tego kulturowego wprowadzenia bardzo wiele rozpraw politologicznych, prawnych, marketingowych, a nawet pedagogicznych byłoby nieczytelnych. Przykładowo, bez wstępu o charakterze kulturowym różnorodne zjawiska społeczne, składające się na takie książki, jak *Media audiowizualne w Polsce w dobie cyfryzacji i nowych technologii* Katarzyny Chałubińskiej-Jentkiewicz [35] czy *Rynek audiowizualny w Polsce. Ocena i perspektywy* pod redakcją Janusza Adamowskiego [36], są tylko raportami o pewnej sytuacji. Bez kulturowego wprowadzenia inny wymiar mają, skądinąd znakomite, prace pedagogiczne: *Audiowizualność, cyberprzestrzeń, hipertekstualność. Pononowoczesne konteksty edukacji* [37] czy *Media* Tomasza Szkudlarka [38].

Skoro zatem oczywista jest „użyteczność" badań kulturowych wobec nauk o mediach (rozumianych jako *grupa badań, których celem jest szacowanie wielkości i struktury audytoriów poszczególnych mediów – prasy, radia, telewizji, Internetu* [39]), może najwyższa pora zrozumieć konieczny podział „przestrzeni audiowizualnej" dla wspólnego rozpoznania, zrozumienia i wpatrywania się w nią we wszystkich jej przejawach.

Filmoznawcy i fotograficy mają szczególne zasługi dla rozwoju nauk o mediach przełomu XX i XXI w. Z pewnością pozycja badań nad mediami audiowizualnymi wzmocni się w najbliższej przyszłości, na znaczeniu stracą natomiast printmedia. Prasoznawcy (zwłaszcza historycy prasy) oraz politolodzy czują się specjalistami od mediów w ogóle (z telewizją i Internetem na czele). W pracach tej grupy polskich uczonych w definiowaniu pola badawczego mediów nadal milczeniem pomija się wagę filmu, który (co podkreśla Bogusław Skowronek) *stał się wręcz naturalną częścią ekosystemu człowieka* [40]. Autorzy medialnych opracowań z kręgów społecznych zawsze robią co prawda przysłowiowy ukłon w stronę kultury, poza zdawkowymi stwierdzeniami nic z tego jednak nie wynika. Aleksandra Gralczyk – współredaktor tomu zbiorowego pt. *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa* – przekonuje czytelników, iż: *Wiedza na temat radia, telewizji, filmu, Internetu jest fundamentem ludzkiej mediosfery* [41], chociaż żaden z szesnastu autorów opublikowanych tu artykułów prezentujących różne aspekty odbioru przekazu audiowizualnego i cyfryzacji mediów nie wyszedł poza stare, sprawdzone metody, techniki i narzędzia badawcze wykorzystywane do opisywania zjawisk prasowych i charakterystycznych dla radia i telewizji.

Przekazy audiowizualne (w tym filmy profesjonalne i amatorskie oraz obecne w nich jako fragmenty komunikatu), które wpływają każdego dnia do telewizyjnych i internetowych programów informacyjnych, edukacyjnych i rozrywkowych, oraz „nanofilmy" najszybciej oddziałują na widzów i są coraz częściej wykorzystywane również przez nieprofesjonalnych nadawców. Kilka lat temu Bogumiła Truchlińska

tak pisała o obecnej kondycji nauk o kulturze: *Pluralizm doby dzisiejszej – wielość niezhierarchizowana – to nie tyle bogactwo, co schorzenie – niemoc wyboru, oceny, krytyki, a w konsekwencji – chaos i anarchizm intelektualny. Filozoficzno-kulturoznawcza wieża Babel* [42]. Sformułowanie to pasuje również do medioznawstwa, zarówno tego zagnieżdżonego w naukach humanistycznych, społecznych, jak i technicznych, a właściwie do całej dzisiejszej komunikacji społecznej.

Spośród prasoznawców piszących o prasie, dziennikarstwie i „spolityzowanych mediach", którzy nie tracą z pola widzenia audiowizualnego spektrum kulturowego (i obecnego w nim filmu), chciałabym wyróżnić Zbigniewa Bauera, Edwarda Chudzińskiego i Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego. Bauer i Chudziński od dekady kształtują nowoczesne podejście do zawodu dziennikarskiego i innych profesji stowarzyszonych z mediami. Są otwarci na zmiany i nie przeraża ich odchodzenie od „printmediów", o czym zaświadcza fundamentalny podręcznik *Dziennikarstwo i świat mediów* [43] i udział w innych publikacjach dotyczących mediów audiowizualnych. Wolny-Zmorzyński (z wykształcenia polonista), w ostatnich latach zwraca uwagę na fotografię, film i w ogóle na komunikację wizualną we współczesnym dziennikarstwie i reklamie [44]. Coraz większą estymą otacza media audiowizualne inny znany badacz prasy Zbigniew Bajka (godna polecenia jest zwłaszcza jego najnowsza *Historia mediów*) [45]. Trzeba wymienić również autorów prac uwzględniających wagę audiowizualności w mediach internetowych, jak Leszek Olszański [46] oraz autorki *Dziennikarstwa internetowego* – Grażynę Habrajską i Joannę Mikosz [47]. Notabene, warto pochylić się nad esejami wizualnymi – nową formą wypowiedzi dziennikarskiej, znanej mi pod postacią krytyki filmowej.

Uznani uczeni – organizatorzy studiów dziennikarskich, tacy jak Janusz Adamowski czy Bogusława Dobek-Ostrowska są natomiast pochłonięci politycznymi i ekonomicznymi kontekstami mediów i raczej nie dotykają aspektów kulturowych, chyba że dotyczą one… zmian w kulturze politycznej zachodzących pod wpływem mediów (audiowizualnych) [48].

Barbara Lena Gierszewska

[1] A. Gwóźdź, *O pewnym możliwym aliansie, czyli w stronę medioznawstwa jako kulturoznawstwa*, „Kultura Współczesna" 2008, nr 2, s. 205.

[2] W najnowszych publikacjach występują znaczące różnice w rozumieniu „starych", „nowych" i „nowych nowych" mediów. Rozróżnienie takie proponują informolodzy, medioznawcy-kulturoznawcy (filmoznawcy) i pedagodzy. Natomiast zajmujący się mediami politolodzy, socjolodzy, psycholodzy najczęściej przesuwają część „nowych" (w rozumieniu kulturoznawców) przekaźników do „starych" i upowszechniają inne spojrzenie na te drugie. Nie podejmują też dyskursu na temat fenomenu nowej audiowizualności, którą traktują jako atrybut społeczeństwa ekranu(-ów). Na naszych oczach zaciera się więc typologia nowych (przekaźniki mające stechnicyzowany charakter audiowizualny, czyli wszystkie od fotografii do rzeczywistości wirtualnej) i najnowszych mediów (media cyfrowe wyposażone w cechy wirtualności, multimedialności, interaktywności (por. M. Hopfinger, *Wprowadzenie*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2005, s. 9--22). Na przykład Marek Jabłonowski i Tomasz Gackowski jako jedni z wielu politologów definiują „stare" media „od książki po telewizję" i nie wprowadzają trzeciego typu mediów poddanego szerokiemu omówieniu m.in. przez Paula Levinsona (zob. *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010). W nowych mediach sytuują natomiast: *Internet (w tym strony www, portale, wortale, media społecznościowe, aplikacje, również mobilne,*

a więc Web 2.0, oraz rozumiejące, semantyczne, czyli Web 3.0 (M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze" 2012, nr 2, s. 15). *Notabene*, wspomniany Levinson udziela w swej książce odpowiedzi na pytanie: *Dlaczego nowe nowe media – a nie media społecznościowe, sztuka ekranowana, Web 2.0 albo Web 3.0?* (por. P. Levinson, dz. cyt., s. 15-17).

[3] Co ciekawe, jednym z niewielu segmentów badawczych, jakim podzielili się medioznawcy kulturowi z medioznawcami-politologami, jest zjawisko konwergencji mediów. Zob.: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, red. Z. Oniszczuk, M. Wielopolska-Szymura, Katowice 2012; M. Dróżdż, *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „Studia Medioznawcze" 2008, nr 3, s. 84-103; K. Kopecka-Piech, *Koncepcje konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze" 2011, nr 3, s. 11-26.

[4] J. Dąbała, *O sensowności uznania nowej dziedziny nauki*, „Studia Medioznawcze" 2009, nr 4, s. 54-55.

[5] E. Wilk, *Wstęp*, w: *Nowa audiowizualność – nowy paradygmat kultury?*, red. E. Wilk, I. Kolasińska-Pasterczyk, Warszawa 2008.

[6] Warto odnotować, że wśród książek, które na stałe trafiły do lektur obowiązkowych (lub zalecanych) na studiach dziennikarskich, znalazło się kilka tzw. światowych bestsellerów ujmujących świat współczesnych mediów i komunikacji społecznej w perspektywie kulturowej (czy także kulturowej). Prym wiodą tu kolejne prace Manuela Castellsa, Paula Levinsona i *Kultura konwergencji* Henry'ego Jenkinsa. Z ubolewaniem należy stwierdzić, że podobnego uznania wśród politologów-prasoznawców nie znalazła teoria matryc audiowizualności we współczesnej komunikacji (estetyka mediów/infestetyka) autorstwa Lva Manovicha, zawarta w pracy *Język nowych mediów.* Dobrym przyjęciem cieszy się natomiast *Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, której autorzy (Assa Briggs, Peter Burke) kino i film potraktowali marginalnie.

[7] M. Pabiś-Orzeszyna, *Wybudzanie z drzemki*, „Kino" 2011, nr 5, s. 94. Artykuł jest recenzją antologii pod redakcją A. Gwoździa, *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, Kraków 2010 oraz *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*, Warszawa 2010.

[8] A. Gwóźdź, *Słowo wstępne*, w: *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, dz. cyt., s. 9.

[9] E. Kulczycki, *„Dziedzictwo Schramma" jako źródło specyfiki polskiej nauki o komunikacji*, „Lingua ac Communitas" 2011, t. 21, s. 83, 86.

[10] Podobne pytania (na które odpowiedzieli sobie „życzeniowo") zadawało wielu badaczy komunikacji medialnej o opcji kulturoznawczej, jakkolwiek, poza wyjątkami, nie odnieśli się do nich prasoznawcy-medioznawcy zwróceni w kierunku socjologii, polityki i ekonomii. Zob. m.in.: prace autorskie i pod redakcją Andrzeja Gwoździa, Wiesława Godzica, o których mowa w niniejszym artykule. Zob. też: Z. Bauer, A. Wojnach, *Kształcenie dziennikarzy czy edukacja medialna? Technologie - poznanie – komunikacja*, „Studia Medioznawcze" 2004, nr 3, s. 36-44; W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie"*, Kraków 2004; R. Kluszczyński, *Od web.studies do antropologii nowej wizualności: współczesne badani opracowane a nad cyberkulturą*, „Kultura Współczesna" 2005, nr 1, s. 32-40; E. Kulczycki, *Status komunikologii – przyczynek do dyskusji*, „Homo Communicativus" 2008, nr 1, s. 27-37; K. Jakubowicz, *Czy (i jaką) przyszłość ma komunikowanie masowe?*, „Przyszłość" 2008, nr 1, s. 65-85; M. Muraszkiewicz, *Zmiana paradygmatu: od systemu do sieci : mobilne społeczeństwo sieciowe*, „Gutenberg" 2005, nr 1, s. 56-59; A. Porczak, *Rzeczywistość medialna*, „Fragile" 2008, nr 2, s. 39-42; M. Wendland, *Czy optymistyczna ocena kondycji nauki o komunikacji w Polsce jest zasadna?,* „Lingua ac Communitas", t. 20 (2010), s. 55-70.

[11] Por. *Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych*, „Dziennik Ustaw" 2011, nr 176, poz. 1065, s. 10427-10429.

[12] Interdyscyplinarne studia medialne, które mogłyby być dopełnieniem programów studiów dziennikarskich (fakultety, moduły, ścieżki edukacyjne) są realizowane modelowo przez kulturoznawców na Uniwersytecie Śląskim (kierunek: Kultury mediów), Uniwersytecie Jagiellońskim (kierunek: Filmoznawstwo i nowe media) oraz Uniwersytecie Łódzkim (kierunek: Kulturoznawstwo i nowe media). Są to propozycje nowatorskie, wychodzące naprzeciw oczekiwaniom studentów i potrzebom sektora medialnego oraz zostały przygotowane przez wybitnych uczonych specjalizujących się w mediach cyfrowych.

[13] T. Goban-Klas, *Emergencja nowej dyscypliny: nauki o mediach i komunikacji społecznej*, „Studia Medioznawcze" 2009, nr 4, s. 14-15.

[14] M. Filiciak, *Film jako zdarzenie wizualne*, w: *Kino po kinie*… dz. cyt., s. 386-387.

[15] Tamże, s. 272.

[16] Pisał o tym Nicholas Mirzoeff. Por. *Podmiot kultury wizualnej*, tłum. M. Bryl, „Artium Quaestiones" 2006, t. 17, s. 249-271.

[17] W. Godzic, *„Nano film" czy giga kino*, w: *Kino po kinie*… dz. cyt., s. 409-410.

[18] Chodzi o świetny tekst A. Hirszfeld, *Cogito ergo video: wprowadzenie do „Histoire(s) du cinéma" Godarda*, „Kwartalnik Filmowy" 2009, nr 67/68, s. 79-96.

[19] J. Chwastyk-Kowalczyk, *Oświata i wychowanie na łamach „Bluszczu" w latach 1918-1939*, „Studia Bibliologiczne Akademii Świętokrzyskiej" 2003, t. 7, s. 31-61.

[20] *Czy polska szkoła wychowuje analfabetów filmowych?*, Portal nowoczesnej edukacji edunews.pl, zob.: http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/badania/2041-czy-polska-szkola-wychowuje-analfabetow-filmowych (dostęp: 15.12.2013).

[21] Zob. M. Castells, *Galaktyka Internetu*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2003; M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, w: tegoż, *Wybór tekstów*, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001.

[22] Zob. P. Sitarski, *Rozmowa z cyfrowym cieniem: model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków 2002.

[23] Zob. S. Czyżewski, P. Sitarski, *Kamera – światło – montaż*, Kraków 2001.

[24] Chodzi o pracę K. Loski *Dziedzictwo McLuhana. Między nowoczesnością a ponowoczesnością*, Kraków 2001. Niestety, adepci dziennikarstwa czytają wprawdzie eseje McLuhana, ale z komentarzem Krzysztofa Teodora Toeplitza z lat 70. XX wieku. Zob. J. Miller, *Spór z McLuhanem*, tłum. A.H. Bogucka, słowem wstępnym opatrzył K.T. Toeplitz, Warszawa 1974. *Notabene* Toeplitz napisał przekonującą filozoficzno-socjologiczną prognozę środków masowego przekazu w XXI w., także nieobecną w spisach literatury dla dziennikarzy (zob. K.T. Toeplitz, *Dokąd prowadzą nas media*, Warszawa 2006).

[25] Zob. K. Loska, *Tożsamość i media: o filmach Atoma Egoyana*, Kraków 2006.

[26] Zob. J. Zajdel, *Film w uniwersum światów możliwych*, Kielce 2002.

[27] Zob. W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001; tegoż, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002; tegoż, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie"*, dz. cyt.; *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, wsp. red. A. Drzał-Sierocka, Warszawa 2010.

[28] Zob. A. Gwóźdź, *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków 2003; ponadto pod redakcją A. Gwoździa ukazało się kilkanaście książek, których tematem są szeroko rozumiane przekazy audiowizualne w mediach cyfrowych (m.in.: *Pogranicza audiowizualności*, dz. cyt.; *Kino po kinie*, dz. cyt.; *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2010; *Ekrany piśmienności*, red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008; *Wiek ekranów*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków 2002).

[29] Zob. *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2005; tejże, *Doświadczenia audiowizualne*, Warszawa 2003; tejże, *Literatura i media po 1989 roku*, Warszawa 2010.

[30] Zob. J. Dąbała, *Warsztatowo-aksjologiczne mechanizmy tworzenia telewizji*, Lublin 2011; tegoż, *Tajemnica i suspens w sztuce pisania: w kręgu retoryki dziennikarskiej i dramaturgii medialnej*, Toruń 2010; tegoż, *Horyzonty komunikacji medialnej*, Lublin 2006.

[31] M. Jabłonowski, T. Gackowski, dz. cyt., s. 17.

[32] Oto konferencje, na których medioznawczy dyskurs kulturoznawczy stanowił margines zainteresowań uczestników: *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie* (Lublin, 24--25 kwietnia 2008 r.); *Dwadzieścia lat wolnych mediów w Polsce 1989–2009* (Kraków, 26-27 maja 2009 r.); III Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców *Nowe media. Nowe problemy i metody badawcze?* (Warszawa 22-23 listopada 2012 r.).

[33] Na konferencji, o której mowa, z 22 wystąpień właściwie tylko trzy dotykały kultury mediów. Były to wystąpienia: Zbigniewa Antoniego Bauera, *Rozwój medioznawstwa jako perspektywy badawczej i sposobu refleksji nad zjawiskami ze świata mediów*, Anny Klein, *Wpływ multimodalności na odbiór języka reklam* oraz Ewy Modrzejewskiej, *Retoryczne strategie sporu a fotograficzne gatunki dziennikarskie – przykłady realizacji.*

[34] Zob. L. Manovich, *Software Takes Command*, New York 2012; tegoż, *Nowoczesne maszyny inwigilacji: perspektywa, radar, grafika trójwymiarowa i widzenie komputerowe*, tłum. A. Piskorz, „Kultura Współczesna" 2009, nr 2, s. 31-51.

[35] Zob. K. Chałubińska-Jentkiewicz, *Media audiowizualne. Konflikt regulacyjny w dobie cyfryzacji*, Warszawa 2011.

[36] Zob. *Rynek audiowizualny w Polsce: ocena i perspektywy*, red. J. Adamowski, Warszawa 2003. Książka jest pokłosiem konferencji współorganizowanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

[37] Zob. *Audiowizualność, cyberprzestrzeń, hipertekstualność: pononowoczesne konteksty edukacji*, red. L. Jakubowska-Malicka, A. Kobylarek, M. Pryszmont-Ciesielska, Wrocław 2009.

[38] Zob. T. Szkudlarek, *Media: szkic z filozofii i pedagogiki dystansu*, Kraków 2009.

[39] Podaję za: https://www.wirtualnemedia.pl/slownik/badania-medialne (dostęp: 15.12.2013).

[40] B. Skowronek, *Film w przestrzeni kultury audiowizualnej*, Kraków 2011, s. 16.

[41] *Media audiowizualne i cyfrowe wobec wyzwań współczesnego społeczeństwa*, red. A. Adamski, A. Gralczyk, K. Kwasik, M. Laskowska, Warszawa 2012, s. 18.

[42] B. Truchlińska, *Wieża Babel, czyli kilka uwag o dzisiejszym stanie nauk o kulturze*, „Drohiczyński Przegląd Naukowy" 2009, nr 1, s. 44.

[43] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2004.

[44] Zob.: *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Warszawa 2010; *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*, red. K. Wolny-Zmorzyński i in., Warszawa 2013; *Gatunki dziennikarskie: teoria, praktyka, język*, K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, Warszawa 2009.

[45] Z. Bajka, *Historia mediów*, Kraków 2008; zob. także: Z. Bajka, *Zmediatyzowana polityka, spolityzowane media*, rozm. przepr. S. Lejda, „Odra" 2010, nr 2, s. 2-8.

[46] L. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012.

[47] *Dziennikarstwo internetowe: teoria i praktyka*, red. G. Habrajska, J. Mikosz, Łódź 2010.

[48] *Notabene*, o kulturze politycznej przejmującej z kultury audiowizualnej takie wzory, jak personalizacja, ewentyzacja, euforyzacja, pisze się coraz więcej i są to nowe głosy w polskim dziennikarstwie. Zob. m.in. Ż. Polowczyk, *Wirtualny wymiar kultury politycznej*, w: *Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009*, red. K. Wolny-Zmorzyński i in., Toruń 2010, s. 18.