

Media i komunikowanie społeczne: federacja, ale jaka? Dalsze pytania o przyszłość dyscypliny

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Uniwersytet Jagielloński, Kraków

malgorzata.lisowska-magdziarz@uj.edu.pl

ORCID: 0000-0003-2351-738X

STRESZCZENIE

Cel: Analiza perspektyw i koncepcji rozwoju polskiego medioznawstwa w zmieniających się warunkach organizacji życia naukowego w Polsce. Autorka porównuje wąską koncepcję medioznawstwa powiązanego z paradygmatem politologicznym oraz koncepcję luźnej federacji wielodyscyplinarnej. Rozważa negatywny wpływ na rozwój polskiego medioznawstwa mechanizmów dyscyplinujących, mających zwiększać performatywność i mierzalność wyników naukowców oraz wymuszających publikowanie w pismach zagranicznych po angielsku. **Metody:** Autorka dokonała przeglądu konceptualizacji dyscypliny od czasu powstania w Polsce nauki o mediach oraz proponowanych nowych rozwiązań systemowych. **Główne wnioski to:** (1) Konieczność celowych działań środowiska na rzecz wzmocnienia statusu medioznawstwa jako dyscypliny naukowej, a nie jedynie zbioru technik i pragmatyk; (2) Potrzeba świadomego przewartościowania kryteriów sukcesu i jakości naukowej we wspólnym polu. **Wartość poznawcza artykułu:** Wiąże się z jego charakterem polemicznym i programowym – dyskusja o statusie i przyszłości dyscypliny jest obecnie pilną potrzebą środowiska medioznawczego. Pismo medioznawcze jest natomiast odpowiednim kontekstem dla tego typu dyskusji.

SŁOWA KLUCZOWE

dyscyplina naukowa, język, kariera naukowa, performatywność, pole nauki



Ważny artykuł profesorów Marka Jabłonowskiego i Tomasza Mielczarka (Jabłonowski & Mielczarek, 2018) na temat koncepcji i zakresu nauki o komunikacji społecznej i mediach w Polsce powinien być początkiem szerszej dyskusji na temat zakresu, wewnętrznej struktury, kierunków rozwojowych i statusu medioznawstwa. Dotyczy bowiem zagadnień ważnych dla całego środowiska. Propozycje Autorów prowokują do dyskusji, ale przede wszystkim – do zadawania dalszych pytań.

Początek drogi czy tylko rozstaje?

Dyskusja ta jest bardzo ważna właśnie teraz, z powodu zasadniczych strukturalnych zmian w organizacji polskiego życia naukowego. Należy się spodziewać, że zmienią one realia uprawiania nauki na polskich uniwersytetach, niezależnie od tego, jak daleko zostaną zaawansowane i na jakim etapie się zatrzymają. Dla medioznawców jest to ważne dlatego, że zmiany w organizacji uniwersytetów oraz w systemie ewaluacji badań i publikacji zbiegają się w okresie krystalizacji dyscypliny naukowej, jaką jest nauka o komunikacji społecznej i mediach. Jest więc istotne to, jak określimy i skonstruujemy status dyscypliny, nie tylko wyznaczając jej zakres, lecz także projektując programy edukacyjne, konstruując język oraz sytuując ją w obrębie systemu dyscyplinującego nakierowanego na performatywność (Lyotard, 1997) i mierzalność wyników. Na dodatek, zarówno zmiany organizacji życia naukowego, jak i krystalizowanie się dyscypliny przypadają na okres zmian konwergencyjnych w globalnych mediach, gdy w medioznawstwie trwa redefiniowanie tego, czym są media, jakie są ich możliwości i ograniczenia, na czym polegają relacje nadawczo-odbiorcze oraz jaka ma być rola komunikacji interaktywnej w polityce, życiu społecznym i codzienności ludzi.

Krótko mówiąc, najbliższe lata zdecydują o miejscu i statusie dyscypliny. Naukowe pismo medioznawcze jest właściwym miejscem dla rozważań nad tymi ważnymi zagadnieniami. Nie tylko z powodów organizacyjno-formalnych. Przede wszystkim dlatego, że ujmowanie zadań dyscypliny naukowej oraz sposób, w jaki jej reprezentanci odnajdują się w starciu z „terrorem performatywności” (Jabłonowski & Mielczarek, s. 21) jest w równej mierze kwestią praktycznych rozwiązań organizacyjnych, jak i agendy badawczej, poczucia wspólnoty oraz autodefinicji całego środowiska.

Warto się zatem zastanowić nad proponowaną koncepcją zakresu medioznawstwa, a następnie nad jej przełożeniem na warunki kształtowania się dyscypliny.

Poza dziedzictwo Schramma

Artykuł zawiera swego rodzaju inwentaryzację stanu medioznawstwa w Polsce w pierwszym dziesięcioleciu po uzyskaniu (odzyskaniu?) oficjalnego statusu dyscypliny naukowej. Przypomina i porządkuje dotychczasowe conceptualizacje celów i zakresu dyscypliny – także te z momentu, w którym przyjmowaliśmy jej dwuobszarowe usytuowanie na przecięciu nauk humanistycznych i społecznych. Autorzy analizują drogi medioznawców prowadzące ich do tej dyscypliny. Dostarczają też wiedzy o tematyce, jaką zajmowali się pomiędzy rokiem 2011 a 2017 badacze komunikowania publikujący w dwóch ważnych polskich pismach medioznawczych oraz w dwóch pismach anglojęzycznych – europejskim i wydawanym w USA. Wygenerowana w ten sposób wiedza ujawnia nasz wspólny sposób myślenia o medioznawstwie i jego – powiedzmy – pułapki.

Kształtowanie się dyscypliny i próby jej umocowania w realiach polskiego życia naukowego każą zadać pytania o jej zakres i autonomię – zwłaszcza zaś o tzw. dziedzictwo Schramma (Kulczycki, 2011), czyli o przekonanie, że media należą głównie do sfery informacji i komunikacji politycznej, więc najbardziej naturalne i owocne jest czerpanie przez medioznawstwo z paradyg-

matów politologicznych. Polskie medioznawstwo, choć wyrasta z dwóch pni – językoznawstwa i nauk politycznych, w wieku XXI wykazuje silną dominację perspektywy politologicznej (Hofman, 2017). To zrozumiałe zjawisko, będące konsekwencją tego, jak przez wiele dziesięcioleci były usytuowane studia dziennikarskie na największych polskich uniwersytetach i w jaki sposób badacze trafiali do nauki o mediach. „Inwentaryzacja” zainteresowań naukowych prowadzących badaczy do medioznawstwa, oparta na danych Polonu (s. 24), wskazuje na wyraźną przewagę liczbową osób zajmujących się naukami społecznymi. Niemniej ta sytuacja powoduje nierówny rozwój dyscypliny i generuje rodzaj plamy ślepej, gdy chodzi o nierozzerwalny spłot mediów, technologii komunikacyjnych, praktyk medialnych – i kultury.

Tekst profesorów Jabłonowskiego i Mielczarka jest w pewnej mierze świadectwem takiego politologicznego ujmowania nauki o mediach. Zawiera on wyczerpujące schematy zakresu i tematyki medioznawstwa odzwierciedlające w nieco idealistyczny sposób równowagę nauk humanistycznych i społecznych, jako zakresów subdyscyplin nauki o komunikowaniu (jednocześnie kontrowersyjnie ujmując – przynajmniej wizualnie – jako mniej ważną technologię; to jednak może jedynie usterka wizualizacji). W sferze deklaracji zatem, związki mediów z filozofią, estetyką, stylami życia, edukacją, sztuką miałyby być równie istotne, jak ich interpretacje polityczne, ekonomiczne czy nawet marketingowe. Już tam jednak, gdzie są omawiane oraz wskazane główne zagadnienia badawcze poruszane w pismach medioznawczych (Jabłonowski & Mielczarek, s. 25), sfera kultury zmediatyzowanej i mediów jako kultury praktycznie zanika. Można na tej podstawie wyciągnąć dwa wnioski. Jeden – że być może polscy i zachodni badacze w ogóle nie zajmowali się mediami jako częścią kultury ani kulturą mediów. To oczywiście niemożliwe. Możliwy jest natomiast drugi scenariusz: badania tego typu zostały ukryte w konceptualizacji, która nie uwzględnia tematyki kultury, nawet jeśli publikacje na temat mediów opisywały je z wyraźnym kulturoznawczym (w szerokim rozumieniu) perspektyw.

Nie jest to z pewnością pominięcie wynikające ze złej woli. Raczej zapewne wynik zinternalizowanego, potocznego i opartego na dotychczasowych doświadczeniach myślenia o medioznawstwie, jako specyficznie rozumianej nauki o polityce (w ujęciu akademickim) lub o zarządzaniu, kształtowaniu wizerunku i różnych formach promocji (w ujęciu badań komercyjnych).

Lista badaczy zajmujących się mediami nie uwzględnia zatem piszących na ich temat kulturoznawców, antropologów, filozofów, teoretyków sztuki, semiologów, socjologów kultury, a także informatyków i projektantów procesów komunikacyjnych, choć wiele naprawdę istotnych prac na temat mediów powstało w ostatnich latach właśnie w tych dyscyplinach i specjalnościach. Być może też ci badacze nie identyfikują się oficjalnie jako medioznawcy z powodu długotrwałego braku odrębnej dyscypliny naukowej, a także problemów z finansowaniem badań określanych jako medioznawcze (przypomnijmy na przykład o długotrwałym braku panelu medioznawczego w strukturach NCN, nawet wówczas, gdy medioznawstwo miało już status dyscypliny naukowej). Oznacza to jednak, że obszar zainteresowania mediami jest o wiele szerszy od oficjalnych afiliacji.

Wdrażane obecne rozwiązanie organizacyjne – decyzja, że medioznawstwo ma zostać zdefiniowane jako dyscyplina w dziedzinie nauk społecznych – powoduje niebezpieczną sytuację, w której możemy sobie nieostrożnie „odpuścić” czy pozostawić innym dyscyplinom analizę komunikacji zmediatyzowanej jako sfery kultury oraz wpływu kultury zmediatyzowanej na wszystkie niemal inne sfery ludzkiego życia (z polityką włącznie). W bardzo szerokim zakresie jest to być może w ogóle korelat ogólnej sytuacji humanistyki, postrzeganej u nas jako marnowanie czasu i pieniędzy. Filozofia na uczelniach walczy o przetrwanie. Wiedzy o kulturze nie muszą się już uczyć nie tylko lekarze i inżynierowie, ale nawet nauczyciele. Łatwo więc znaleźć posłuch dla tez, że medioznawstwo może zostać oddzielone od refleksji nad kulturą.

Równie niekorzystna może się okazać sytuacja, gdy nauki o komunikowaniu społecznym i mediach pozostawią poza swoim zakresem ludzi analizujących media i komunikację społeczną z perspektywy badaczy, projektantów i twórców technicznych narzędzi komunikowania i technologii jako specyficznej formy wiedzy.

Wymogi parametryzacyjne, w praktyce wymuszające deklarację pracy w jednej dyscyplinie, będą w najbliższych latach zniechęcały do współpracy i przepływu projektów ponad granicami ściśle określonych pól badawczych. Będą więc utrudniały wdrożenie modelu federacyjnego medioznawstwa, a w szczególności współpracę dziedzin humanistycznych, nauk technicznych i nauk społecznych. Możliwość poszerzenia realnego obszaru badań medioznawczych i komunikologicznych będą zależały od przyjęcia przez środowisko medioznawcze otwartej, zapraszającej postawy.

W poszukiwaniu twardego jądra

Rzecz jasna, tego typu decyzja będzie miała sens o tyle, o ile potraktujemy medioznawstwo jako naukę o otwartych granicach i celowo multidyscyplinarnym charakterze – co wcale nie jest obecnie ani oczywiste, ani bezalternatywne.

W ujęciu modelowym mamy tu do czynienia ze zderzeniem dwóch sposobów myślenia o dyscyplinie naukowej. Nasz Mistrz – profesor Walery Pisarek – w jednym ze swych ostatnich tekstów (Pisarek, 2017) pisał o poszukiwaniu „punktu oparcia, twardego jądra tej rozrośniętej i rozrastającej się dyscypliny” (Pisarek, s. 24). Przyznawał jednocześnie, że nie potrafi już w jednoznaczny sposób zlokalizować. Możemy zatem podjąć decyzję, że dyscyplinę należy zdefiniować, określając jej twarde jądro. Teoretycznie może ono być usytuowane w rozmaitych dziedzinach – „a to w relacjach społecznych, a to w mechanizmach poznania, a to w polityce, a to w ekonomii, a to w znakach, a to w technologii” (Pisarek, s. 24). Twardym jądrem medioznawstwa w Polsce może być ujęcie zaczerpnięte z politologii i politologicznie ukierunkowanej socjologii. Jest to uzasadnione praktycznie, skoro mamy długie tradycje badań nad mediami w takim właśnie paradygmacie, a większość badaczy wymienionych w dokumentacji Polonu istotnie ma za sobą trening politologiczny albo socjologiczny. Jest to także zgodne z urzędowym usytuowaniem nauki o komunikowaniu po stronie nauk społecznych. Wreszcie, jednoznaczność i ostre granice ułatwią starania o środki finansowe, korzystne dla dyscypliny rozwiązania systemowe oraz czytelne kryteria oceny osiągnięć.

Możemy także, za Pisarkiem, przyjąć rozszerzające, poniekąd eklektyczne rozumienie celów i metod medioznawstwa, otwierając je dla badaczy z najrozmaitszych dyscyplin, doceniając ponaddziedzinowe sojusze i przepływ wiedzy, pamiętając o osiągnięciach językoznawców, literaturo- i filmoznawców, kulturoznawców, antropologów, filozofów piszących o mediach przynajmniej od połowy XX wieku. Poszerza to potencjał poznawczy i bogactwo kształtującej się dyscypliny, choć może prowadzić do rozmycia tożsamości. Musi też wymagać środowiskowego konsensusu oraz swoistej organizacyjnej i koncepcyjnej ekwilibrystyki, ponieważ rozwiązania systemowe stanowczo nie sprzyjają multidyscyplinarności i otwarciu obszarów nauki na kontakty z innymi obszarami.

Uczelnia: wspólnota czy korporacja?

Współczesny uniwersytet znajduje się na przecięciu dwóch kultur – korporacyjnej i wspólnotowej. Na całym świecie uniwersytety starają się odnaleźć swoje miejsce pomiędzy paradygmatem korporacyjnym, nastawionym na formalizację więzi, mierzalność wyników i efektywność ekonomiczną – i koncepcją uczelni wyższej, jako zbiorowości ludzi oddanych poszukiwaniu prawdy, bez względu na jej natychmiastową, doraźną użyteczność, połączonych siecią niefor-

malnych hierarchii i zależności opartych na kompetencjach i zarządzanych zinternalizowanym pragnieniem wiedzy.

Wyrazem tego sporu w polskich warunkach jest wprowadzanie wysoce sformalizowanych i zawyłych mechanizmów parametryzacyjnych. Dzieje się to z opóźnieniem w stosunku do świata zachodniego – akurat w momencie, gdy na uniwersytetach zachodnich dostrzega się ich negatywny wpływ na kreatywność, przepływ wiedzy pomiędzy dyscyplinami i warunki rozpoczęcia kariery naukowej.

Dla nauki o komunikowaniu ta niezgodność kultury wspólnotowej i korporacyjnej (por. Sztompka, 2014) może się okazać wyjątkowo dotkliwa. Medioznawstwo znajduje się bowiem dokładnie na przecięciu tych dwóch kultur. Rozpięte jest pomiędzy poszukiwaniem ogólnych prawidłowości i dokumentowaniem rozwoju komunikacji międzyludzkiej a żądaniami doraźnych rozwiązań i materiału empirycznego umożliwiającego wygrywanie kampanii wyborczych lub reklamowych. Opis dorobku pism medioznawczych w artykule profesorów Jabłonowskiego i Mielczarka odzwierciedla tę dwoistość: współwystępują tu ze sobą kategorie całkowicie akademickie oraz pragmatyki działania, jak na przykład public relations, logistyka czy marketing.

Nauka o mediach mierzyła się z tym problemem niemal od początku swego istnienia – stąd wyłonienie się w XX wieku trzech równoległych paradygmatów: akademickiego, instytucjonalnego i krytycznego. Nie ulegało jednak wątpliwości, jakie są źródła finansowania, sposoby działania oraz cele należących do nich badań. Przynajmniej, gdy chodzi o badania nad warunkami skuteczności kampanii reklamowych lub budową wizerunków polityków nie były one usytuowane w akademii, lecz w instytucjach do tego powołanych, gdzie nie było wątpliwości, kto za nie płaci i jakiego rodzaju wyników oczekuje. Wiedza uniwersytecka mogła w takich badaniach pomagać, nie były one jednak celem akademii. Obecne rozwiązania finansowe i organizacyjne skłaniają uniwersytety do budowania medioznawczych programów badawczych (a także programów nauczania,) jak agendy komercyjnych instytucji marketingowych czy wizerunkowych. Nacisk na parametryzację oraz presja na finansowanie badań z konkursów grantowych i pieniędzy od biznesu prowadzą do wymieszania statusu badań akademickich z praktycznymi badaniami skierowanymi na cele doraźne. Samo w sobie nie musi to być złe; przynosi znakomite rezultaty w naukach technicznych i przyrodniczych. Dla przyszłości nauki o komunikowaniu właśnie w momencie, w którym musi ona ustanowić swoje miejsce jako wiedza akademicka, a nie jedynie zestaw technik i pragmatyk, jest jednak ogromnie niebezpieczne. Jeżeli medioznawstwo ma mieć przyszłość jako dyscyplina naukowa, potrzeba nie tyle dopasowywania się do oczekiwań rynku, co obrony statusu akademickiego dyscypliny i jej ochrony przed inwazją doraźności i przesłanek merkantylnych.

Autorka tych rozważań zdaje sobie sprawę, że wezwanie do obrony akademickiego statusu dyscypliny i kształtowanie jej ram kwalifikacyjnych zgodnie z agendą korporacyjną są wzajemnie sprzeczne. Można też bronić tezy, że myślenie w kategoriach akademickich jest staroświeckie i nie odpowiada wyzwaniom współczesnego świata. A także, że „nadmiernie akademickie” studia uniwersyteckie odstraszą od nas studentów, którzy chcą przecież wiedzy praktycznej, której można będzie użyć do zdobycia lukratywnych posad. Powstaje jednak pytanie, czy w takiej sytuacji „produkcja absolwentów” zgodnych z oczekiwaniami systemu korporacyjnego powinna być głównym celem uniwersytetu.

Absolwenci: inżynierowie dusz czy obywatele?

Niezbędny element idei uniwersytetu – nauczanie – może być projektowane na dwa sposoby. Dydaktyka może wynikać z pierwszego, głównego celu poznawczego uniwersytetu, który „demonstrował zawsze integralny związek nauczania z własnymi badaniami, w których szukał

prawdy, nawet wtedy gdy wydawała się całkowicie beużyteczna” (Sztompka, 2014, s. 8). Cele nauczania mogą też zostać podporządkowane potrzebom rynku i pytaniu o możliwość doraźnej kapitalizacji wiedzy.

Znaleźliśmy się oto w sytuacji, gdy na uniwersytetach na studiach dla dziennikarzy lub na innych kierunkach okołomedialnych z oszczędności ograniczamy filozofię, psychologię, wiedzę o kulturze, uczymy natomiast strategii marketingowych, projektowania portfolio i występowania rzecznika prasowego przed kamerą. Nic w tym złego, jak długo pragmatyka nie dominuje lub nie zasłania celu zasadniczego w naukach społecznych i humanistyce, którym jest dostarczanie wiedzy o człowieku oraz – jeśli użyć idealistycznego ujęcia rodem z projektu nowoczesnego – zmieniania na lepsze warunków ludzkiej egzystencji. Marginalizowanie funkcji poznawczych akademii na rzecz doraźnych funkcji aplikacyjnych czy praktycznych nie tylko „podkopuje jakość nauk społecznych, ich prestiż i możliwości rozwoju, a także osłabia możliwości rzetelnej realizacji pozostałych funkcji” (Wilkin, 2012, s. 22). Zmienia też treści ideologicznej funkcji uniwersytetu, jaką jest kształtowanie postaw, poglądów i hierarchii wartości obywateli. Absolwenci opuszczający mury uczelni wychodzą z niej ukształtowani przez korporacyjno-utyliarystyczny sposób myślenia o wiedzy i porządku społecznym, odbijający się w doborze przedmiotów, treściach i zestawie oczekiwań w stosunku do studentów. To niepokojące, nawet w wypadku ekonomistów czy menedżerów. Zdecydowanie zaś niebezpieczne, gdy tak ukształtujemy przyszłych dziennikarzy i ludzi zajmujących się komunikowaniem społecznym w jego rozmaitych wcieleniach.

Nauka globalna czy lokalna?

Jest smutnym paradoksem, że przed rokiem 1989 międzynarodowy status i zauważalność polskich nauk społecznych na świecie były wyższe niż obecnie (Kwiek, 2014), mimo że polscy badacze działali w warunkach ograniczonego kontaktu ze światem, niedofinansowania i cenzury. Jest też niepokojące i zasmucające to, że najważniejsze odnotowywane w nauce światowej publikacje na temat transformacji w krajach postkomunistycznych, w tym także w Polsce, są efektem badań naukowców pochodzących z krajów i instytucji zachodnich (Wilkin, s. 24).

W dzisiejszym świecie nie ma czystego rozróżnienia pomiędzy perspektywą globalną i lokalną, a badacze wybierający jedną z nich w projektowaniu swych analiz nie mogą ich traktować jako rozłącznych czy też przeciwstawnych. Trzeba jednak zadać pytanie o hierarchię ważności tych perspektyw w medioznawstwie polskim w najbliższych latach rozwoju dyscypliny. Komunikowanie zmediatyzowane jest w oczywisty sposób fenomenem globalnym, ale jego treści, formy i oddziaływania są zróżnicowane, zależnie od kraju, regionu, kontynentu. Chęć uprawiania nauki o komunikowaniu zorientowanej na procesy globalne oraz osiągania wyników badań zapewniających zainteresowanie międzynarodowych środowisk medioznawczych jest zrozumiała i ma sens z punktu widzenia karier naukowych poszczególnych, zwłaszcza młodych, badaczy. W obszarze polskiej akademii działają (i coraz bardziej są wzmacniane) zróżnicowane systemy ewaluacji aktywności badawczej, nagradzające badaczy za publikowanie raczej w języku obcym, niż własnym, a zwłaszcza wytwarzające presję na publikowanie w naukowej prasie anglojęzycznej. Warto pamiętać, że sam koncept *impact factor*, niemal niezależnie od systemu jego obliczania, jest skalkulowany przede wszystkim dla pism obecnych w amerykańskich bazach publikacyjnych i w anglojęzycznej Web of Science (Hicks, Wouters, Waltman, de Rijcke, & Rafols, 2015). Układ korzyści zatem zdaje się wymuszać lub przynajmniej wspierać mocno orientację międzynarodową – na niekorzyść badań lokalnie zorientowanych, dotyczących specyficznych zagadnień komunikacji osadzonej w naszym kontekście kulturowym. Oznacza to nie tylko przyjęcie perspektywy badań globalnych i za-

chęć do badań empirycznych na skalę międzynarodową, co samo w sobie jest bardzo trudne, zważywszy ograniczone środki finansowe, jakimi dysponuje badacz mediów usytuowany na polskiej akademii. Wymusza także dobieranie tematyki ewentualnych badań nad zjawiskami lokalnymi, osadzonych w kontekście polskim lub regionalnym, do potencjalnych zainteresowań zachodnich (głównie amerykańskich) wydawnictw i pism naukowych. *Gatekeeperami* stają się dla nas redakcje czasopism zagranicznych.

Prowadzi to do wykrzywienia zasadniczego zestawu motywacji naukowców, które powinny odzwierciedlać zarówno uniwersalnie określone zobowiązania nauk społecznych, jak historycznie ugruntowane oczekiwania w stosunku do inteligencji. „Zastosowanie kryterium optymalizacji wydajności systemu do wszystkich naszych gier” (Lyotard, s. 21) sprawia, że projekty badawcze są konstruowane nie z myślą o wiedzy lub celach społecznych, lecz o kapitalizacji w celu awansu naukowego, do którego konieczne jest publikowanie za granicą i w pismach obcojęzycznych. Niekiedy bywa możliwe połączenie obu aspektów: tworzenie projektów badawczych jednocześnie atrakcyjnych dla międzynarodowej publiczności i dotyczących mediów w kraju oraz przynoszących korzyści awansowe i posuwających wiedzę naprzód. W nauce jest to jednak, jak wiemy, sytuacja idealna, wynikająca ze szczęśliwego zbiegu środków, celów, spotkania odpowiednich ludzi i przychylnego klimatu kulturalnego oraz politycznego. Na co dzień natomiast nauki o człowieku i społeczeństwie rozwijają się w drodze czasem mozolnych, niezbyt efektywnych, ale niezwykle istotnych badań ludzi nad własnym otoczeniem kulturowym i społecznym, odpowiadania na potrzeby tego otoczenia i poszukiwania sposobów wykorzystania tej wiedzy dla jego dobra.

Poszukiwanie prawdy kontra terror performatywności

W obecnej sytuacji da się w związku z tym zaobserwować (zwłaszcza wśród młodych medioznawców) próby oparcia kariery naukowej na włączeniu się w międzynarodową refleksję nad komunikowaniem globalnym. Badania i publikacje tworzone w tym celu prowadzą do opisu fenomenów komunikacyjnych niejako w oderwaniu od kontekstu lokalnego, zawieszonych w nie do końca dookreślonej rzeczywistości globalnej społeczeństwa zmediatyzowanego. W istocie chodzi o rzeczywistość euroamerykańską, bo domniemane realia globalne czy międzynarodowe to w rzeczywistości realia zachodnich społeczeństw informacyjnych. Żeby osiągnąć tak zaprojektowany sukces, trzeba konsekwentnie odwrócić się od kontekstu lokalnego. Należy też podjąć próbę przewidywania upodobań „zagranicznej” publiczności naukowej i dopasowywać do nich projekty badawcze. Trzeba więc budować karierę naukową na bazie tego, co Tadeusz Miczka w swej ważnej pracy o tożsamościach w społeczeństwie ponowoczesnym nazywa przezroczystą tożsamością globalną. Charakteryzuje ona „uniwersalnego eksperta, negocjatora i badacza, wyposażonego w technokratyczno-pragmatyczne instrumentarium, a więc w szeroką wiedzę, kwalifikacje dające możliwość bycia dyspozycyjnym, znającego języki obce oraz swobodnie zmieniającego miejsca pobytu. Tego typu tożsamość przenika łatwo z jednego układu do drugiego, ponieważ obca jej jest empatia kulturowa” (Miczka, 2002, s. 168–169).

Nie trzeba dodawać, że uprawianie międzynarodowego medioznawstwa w polskich warunkach jest rozwiązaniem bardzo kosztownym. Udaje się, jeśli pracuje się we względnie zamożnej wielkiej uczelni publicznej lub dysponuje pieniędzmi z grantu. Założenie jednak, że karierę naukową można w całości oprzeć na dostępności grantów jest nierealistyczne – no, i nabywanie tego typu środków ponownie wymusza dostosowania doboru tematów i pytań badawczych do wymagań *gatekeepera*, tym razem usytuowanego w organach wydzielających środki (zagadnienie strategii publikacyjnych jest opisywane w literaturze przedmiotu od lat 70. zeszłego wieku, por. Bukowska & Łopaciuk-Gonczaryk, 2013).

Indywidualna ambicja, by zostać międzynarodowym medioznawcą globalnym, niezainteresowanym kontekstami lokalnymi i budującym swoją karierę w oparciu o potrzeby międzynarodowego rynku wydawniczego, jest uprawniona i wcale nie musi wynikać z oportunistu. Może mieć jako podstawę rzeczywiste zainteresowania naukowe i szczerze przekonanie o sensowności takiego rozwiązania. Problem pojawia się, gdy rozwiązania systemowe wspierają głównie tego typu decyzje, zaś porzucenie myślenia korporacyjnego i nastawienia na zagranicznego odbiorcę oznacza w praktyce spowolnienie lub wręcz niemożność awansu zawodowego. Zmiana tej sytuacji musi, niestety, wyjść od dołu.

Poczynania naukowe i życiowe medioznawcy, który chce spełniać oczekiwania systemu są więc wymuszone koniecznością dostosowania się do terroru wyników i wskaźników (Ball, 2003), a jednocześnie potrzebą sukcesu w (jak to ujmuje Pierre Bourdieu) swoistym polu konstruowanym przez środowisko naukowe jego dyscypliny. Strategie kształtowania karier naukowych pod naciskiem oczekiwań systemu mogą przyjmować postać „oportunistycznych adaptacji uczestników instytucji, którzy próbują z konieczności zmieścić swoje cele i aspiracje w narzuconym odgórnie biurokratycznym gorscie” (Sztompka, 2014, s. 8). Jednak warunki konkurencji na wspólnym polu powstają na styku oficjalnych rozwiązań urzędowych oraz wewnętrznych nieformalnych hierarchii i wartościowań oraz zinternalizowanych zbiorowo koncepcji celu, jakości i wartości pracy naukowej. Żeby to się zmieniło, sami, świadomie i celowo musimy zmienić założenia co do warunków konkurencji na wspólnym polu. Z jednej strony konieczny jest nacisk na rozwiązania bibliometryczne, finansowe, organizacyjne, dowartościowujące badania związane z lokalnym kontekstem. Okazało się na razie, że nie jesteśmy w stanie zbudować wiarygodnego krajowego miernika bibliometrycznego (Drabek, Rozkosz, Hołowicki, & Kulczycki, 2015; Kulczycki, 2016). Nie wiadomo też, czy wysiłki podejmowane przez ENRESSH (European Network for Research Evaluation in the Social Sciences and Humanities) na rzecz sensownego systemu oceny dokonań badaczy w NHS, dopasowanego do odrębności tych dziedzin, będą wystarczająco odpowiadały także na potrzebę zrównoważenia oceny perspektyw globalnej i lokalnej (Kulczycki, 2017). Jednocześnie jest jednak konieczna aktywna zmiana środowiskowego paradygmatu oceny: oduczenie się założenia, że badania „zagraniczne” i „po angielsku” to lepsza wersja medioznawstwa.

Kwestia języka

W wypadku medioznawstwa nacisk na parametryzację i performatywność prowadzi dodatkowo do problemu z ustanowieniem języka dyscypliny i obowiązującej w niej wersji stylu naukowego. Język rozwija się w użytkowaniu, więc żeby dyscyplina się go dopracowała, trzeba aktywnej, starannej pielęgnacji i doceniania biegłości w tej dziedzinie przez całe środowisko. Język jest jednocześnie podstawowym narzędziem badacza w naukach o człowieku. Analiza mediów i badanie ich użytkowników wymaga pracy na materiale sformułowanym po polsku. Niemal wszyscy posługujemy się lepiej, bardziej precyzyjnie językiem ojczystym, niż najlepiej przyswojonym językiem obcym. Tymczasem pragmatyka systemu promującego publikacje w języku obcym zmusza nas do zamiany skalpela – instrumentu, którym wielu badaczy włada precyzyjnie, subtelnie i skutecznie – na nóż kuchenny. Tym bowiem narzędziem znacznie bardziej tępym i gorzej dostosowanym do potrzeb precyzyjnej obróbki materiału jest język obcy dla ludzi, którzy nie władają nim od urodzenia.

Nie chodzi o to, by zarzucić publikowanie w języku angielskim. Jest ono konieczne, choćby do międzynarodowej popularyzacji badań oraz kontaktu z naukowcami z innych krajów. W wypadku nauk ścisłych czy przyrodniczych można nawet przyjąć strategię publikowania wyłącznie po angielsku, bez straty wartości merytorycznej tekstu naukowego. Jest to jednak niebezpieczne

dla rozwoju nauk społecznych; bardzo zaś niebezpieczne dla nauki o mediach posługujących się przecież (w większości) językiem polskim. Nie dlatego, by publikowanie po angielsku było naprawdę trudnym zadaniem (gdy już dostosujemy strategię doboru tematyki do zainteresowań *gatekeeperów* siedzących w redakcjach wysoko punktowanych pism zagranicznych). Publikowanie w pismach akademickich na Zachodzie wymaga dostosowania się do wymogów językowych, formalnych, metodologicznych; posługiwania się ograniczoną, sformalizowaną wersją stylu naukowego w języku obcym. Polscy badacze okazują się zdolni sprostać tym wymogom. Paradoksy *gatekeepingu* i finansowania sprawiają więc, że w polskich warunkach umiejętność pisania jedną, określoną wersją angielskiego jest oceniana wyżej, niż umiejętność pisania w dobrym stylu w języku polskim.

Sytuację jeszcze bardziej pogarsza struktura finansowania i oceny publikacji, o której już wspomniano. Nie tylko wymusza ona pisanie w języku obcym, lecz także prowadzi do podważenia podstawowego założenia akademii, że książki są jej najważniejszym kanałem komunikowania (choć oczywiście w dzisiejszych warunkach nie muszą być drukowane na papierze). Już teraz, jak wskazują analizy bibliometryczne publikacji w naukach prawniczych, ekonomii, filozofii i teologii (Kulczycki et. al., 2018) doprowadziło to do zmiany relacji pomiędzy liczbą artykułów i książek – na niekorzyść tych drugich. Jest to mniej niepokojące w prawie czy ekonomii niż w filozofii. Jest zaś niezmiernie niekorzystne w nauce zajmującej się mediami i komunikowaniem, umiejscowionej na styku akademii i codziennych doświadczeń ludzi i zmuszonej do nieustannego dopasowywania języka do zmieniającej się rzeczywistości. Jeśli wdrożone zostaną te wymagania publikacyjne, które są projektowane w momencie pisania tego artykułu, badaczowi w czteroletnim okresie sprawozdawczym „wystarczy” opublikować trzy, cztery teksty w zagranicznych pismach. Nie będzie potrzeby publikowania po polsku, zwłaszcza książek, a co dopiero artykułów w mniejszych pismach o zasięgu lokalnym czy regionalnym. W ogóle zaś nie będzie miało praktycznego sensu pisanie po polsku podręczników i skryptów, co mogłoby służyć rozwojowi dyscypliny w języku ojczystym, a także wydatnie ułatwiłoby nauczanie na temat nowych trendów w medioznawstwie i komunikowaniu.

Efekty nacisku na pisanie po angielsku już teraz łatwo zauważy każdy, kto redaguje polskie publikacje medioznawcze, a także pracuje ze studentami i doktorantami. Autorom niejednokrotnie łatwiej jest użyć terminów anglojęzycznych niż ich polskich odpowiedników, nawet gdy te odpowiedniki istnieją i całkowicie odpowiadają potrzebom. Wykorzenienie naleciałości obcojęzycznych staje się trudnym wyzwaniem nie tylko w sferze terminologii, lecz także składni i sposobu formułowania relacji logicznych pomiędzy fragmentami dyskursu.

Przede wszystkim jednak reprezentacje świata są nieodłącznie związane z językiem. Dla osób piszących po angielsku o naszej rzeczywistości dla publiczności naukowej na Zachodzie język nie jest reprezentacją świata, lecz sposobem na dostosowanie wiedzy „o nas” do wymogów ludzi reprezentujących świat w innych językach. Jeśli to ma być normą, nie możemy liczyć na to, że nauka o komunikowaniu i mediach dopracuje się takiego sposobu językowej reprezentacji świata komunikacji zmediatyzowanej, który będzie oddawał po polsku jego złożoność i zmienność. Nie będzie też mowy o tym, by prace medioznawców mogły się stać częścią obiegu społecznego. Nie będzie się rozwijał język dyscypliny, ale też i medioznawstwo nie będzie się przykładało do rozwoju języka polskiego w naukach społecznych w ogóle.

Pytanie o język współgra z omówioną w tym artykule kwestią dziedzictwa Schramma i przewagi perspektywy politologicznej czy też niedowartościowania kultury w konceptualizacjach nauki o mediach na obecnym etapie jej rozwoju. Przymus porzucenia języka narodowego lub nacisk na komunikowanie o swoich badaniach w międzynarodowym slangu *international academic English* w krótkich, zwięzłych i zobiektywizowanych komunikatach, wydaje się nieco mniej

dotkliwy, gdy chodzi o politologię, informatykę czy nawet ustalenia marketingowe. Unieważnia natomiast lub znacząco obniża wartość rozważań na temat kultury, ta bowiem jest wydatnie związana z językiem.

Najbardziej może dramatycznym paradoksem jest tu zagadnienie związku pomiędzy fetyszowaną w układzie korporacyjnym innowacyjnością a językiem, w którym pisze naukowiec. Uniwersalny angielski służy innowacyjności w naukach ścisłych i przyrodniczych, umożliwia bowiem wymianę i współpracę. W naturalny, stylem angielskiej *expository prose* podyktowany sposób wymusza jasne i intersubiektywnie sprawdzalne informowanie o założeniach, metodologiach, rezultatach. W naukach humanistycznych jednak nowe, intrygujące, odkrywcze idee i propozycje poznawcze powstają nader często na pograniczu raportu badawczego i eseju. Zanim się skonkretyzują i rozwiną, wymagają formy eseistycznej czy spekulacyjnej. Zredukowanie możliwości ich prezentacji do krótkich parametryzowanych artykułów w ściśniętym gorsecie formalnym języku obcym, zamiast podnosić innowacyjność, skutecznie ją uniemożliwia.

Ciąg dalszy nastąpi – ale jaki?

Medioznawstwo, jako nauka stosunkowo młoda, musi ustanowić swoją pełnoprawną pozycję dyscypliny akademickiej. Musi też być lojalne wobec zobowiązań społecznych wynikających z funkcjonowania w określonym kraju, w obrębie polskiej akademii, a w znacznej mierze – także przy udziale publicznych środków.

Jeśli przyjmiemy, że celem polskiej nauki o komunikowaniu w najbliższych latach będzie prowadzenie euroamerykańsko zorientowanej obcojęzycznej refleksji nad globalnymi i międzynarodowymi procesami zbiorowymi, to dostosowanie się do uczelnianej kultury korporacyjnej nie powinno być bardzo trudne, choć będzie wymagało wspierania określonych postaw i strategii naukowych i biograficznych młodych badaczy. W tej sytuacji należy przyjąć, że medioznawstwo polskie musi być uprawiane po angielsku. Konieczne jest przyjęcie określonej, dostosowanej do takich celów wizji dyscypliny: zorientowanej na badania ilościowe i aplikacyjne, traktowanej stosunkowo wąsko – więc na przykład z wyłączeniem refleksji nad sztuką, projektowaniem, kulturą wizualną, książką, komunikowaniem wielomodalnym, kulturowymi i społecznymi oddziaływaniami mediów (który to obszar tak czy inaczej jest w polskiej nauce o komunikowaniu dosyć zaniedbany). Terror performatywności odpowiada potrzebom nauki o mediach i komunikacji społecznej zdefiniowanej wąsko, zorientowanej na wtopienie się w obieg światowy refleksji nad globalną komunikacją polityczną (a właściwie nad komunikowaniem w świecie zachodnim), uprawianej przez stosunkowo wąskie grono badaczy, niezbyt zainteresowanych kontekstem lokalnym i upublicznianiem swoich badań.

Jeśli natomiast zechcemy przyjąć prymat (choć nie wyłączność) badań zorientowanych na kontekst lokalny oraz na związki i przepływy pomiędzy mediami w kraju a komunikowaniem międzynarodowym, trzeba się będzie pogodzić z nieprzystawalnością takiego modelu do potrzeb i konieczności wyznaczanych przez kulturę korporacyjną i parametryzacyjne ujęcie życia akademickiego. Albo też trzeba będzie wypracować wewnętrzne, środowiskowe mechanizmy ewaluacji, nagradzania i dofinansowywania badań prowadzonych w warunkach szerokiej konfederacji medioznawców z różnych dziedzin i środowisk, ujmującej media jako właściwy i podstawowy obszar kultury, dostrzegającej potrzeby edukacji medialnej i kształtowania kompetencji medialnych, a także poszukującej dróg współpracy i przepływu wiedzy z innymi naukami społecznymi oraz naukami humanistycznymi i technicznymi.

Najbliższe lata, jak się wydaje, będą w tym względzie decydujące...

Bibliografia

- Ball, S. J. (2003). The Teacher's Soul and the Terrors of Performativity. *Education Policy*, 18(2), 215–228. Retrieved from https://moodle.eduhk.hk/pluginfile.php/650355/mod_resource/content/1/Teachers%20soul%20%20terrors%20of%20performativity.pdf
- Bukowska, G., & Łopaciuk-Goncaryk, B. (2013). Determinanty sukcesów publikacyjnych naukowców, *Nauka* 3, 58–86.
- Drabek, A., Rozkosz, E., Hołowiecki, M., & Kulczycki, E. (2015). Polski Współczynnik Wpływu a kultura cytowań w humanistyce. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe* 2(46). Pobrane z <https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/14676/1/10.14746%3answ.2015.2.4.pdf>
- Hicks D., Wouters, P., Waltman, L., de Rijcke, S., & Rafols, I. (2015). Bibliometrics: The Leiden Manifesto for Research Metrics. *Nature*, 520 (7548). Retrieved from <https://www.nature.com/news/bibliometrics-the-leiden-manifesto-for-research-metrics-1.17351>
- Hofman, I. (2017). Status dyscypliny nauki o mediach. Konieczna zmiana. W A. Adamski, S. Gawroński, & M. Szewczyk (Red.) *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty* (s. 41–54). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- Jabłonowski, M., & Mielczarek, T. (2018). Komunikowanie społeczne i media – federacja, a nie inkorporacja. *Studia Medioznawcze*, nr 4(75), 13–28.
- Kulczycki, E. (2016, kwiecień). Budowa polskiego współczynnika wpływu to strata pieniędzy. [Post na blogu]. Pobrane z http://ekulczycki.pl/warsztat_badacza/budowa-polskiego-wspolczynnika-wplywu-to-strata-pieniedzy/
- Kulczycki, E. (2017, maj) Wyzwania ewaluacji nauk społecznych i humanistycznych. [Post na blogu]. Pobrane z http://ekulczycki.pl/warsztat_badacza/wyzwania-ewaluacji-nauk-spoecznych-i-humanistycznych/
- Kulczycki, E., Engels, T. C. E., & Pölönen, J. (2018). Publication Patterns in the Social Sciences and Humanities: Evidence from Eight European Countries. *Scientometrics*, 116, 463–486. doi: <https://doi.org/10.1007/s11192-018-2711-0>
- Kwiek, M. (2014). Structural Changes in the Polish Higher Education System (1990–2010): A Synthetic View. *European Journal of Higher Education*, 4(3), 266–280. doi: 10.1080/21568235.2014.905965
- Liotard, F. (1997). Kondycja ponowoczesna. Raport o stanie wiedzy. Warszawa: Aletheia.
- Miczka, T. (2002). O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych. Katowice: Księgarnia Św. Jacka.
- Pisarek, W. (2017). *Ab ovo usque ad mala*, czyli nauki o mediach po polsku. W A. Adamski, S. Gawroński, & M. Szewczyk (Red.) *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty* (s. 15–26). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra-JR.
- Sztompka, P. (2014). Uniwersytet współczesny; zderzenie dwóch kultur. *Nauka*, 1, 7–18. Pobrane z http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_114_01_Sztompka.pdf
- Wilkin, J. (2012). Komu potrzebne są nauki społeczne? Nauki społeczne w polskiej i europejskiej przestrzeni badawczej oraz w rozwiązywaniu problemów rozwoju. *Nauka*, 4, 17–32. Pobrane z http://www.pan.poznan.pl/nauki/N_412_02_Wilkin.pdf

