

Tomasz Łysoń, Krzysztof Marcinkiewicz

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Sprawozdanie z V Ogólnopolskiego Seminarium Młodych Medioznawców i Komunikologów, Kraków, 27 listopada 2021 r. (online)

W sobotę 27 listopada 2021 roku odbyło się V Ogólnopolskie Seminarium Młodych Medioznawców i Komunikologów. Jest to cykliczne wydarzenie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, które co dwa lata organizuje takie seminaria. Poprzednie edycje miały miejsce we Wrocławiu, Gorzowie Wielkopolskim, Poznaniu i Bydgoszczy. Tegoroczne spotkanie przebiegło we współpracy z Uniwersytetem Jagiellońskim w Krakowie, a ze względu na sytuację związaną z pandemią COVID-19 miało charakter zdalny.

Tematem przewodnim tegorocznego spotkania była szeroka perspektywa komunikacji społecznej i mediów w obliczu aktualnych wyzwań, kryzysów i zmian w debacie publicznej. Podczas wielu wydarzeń naukowych, które miały miejsce w czasie pandemii COVID-19, wielu z nas zauważyło nowe problemy badawcze lub w bardziej pogłębiony sposób eksplorowało te doskonale nam znane, dlatego tematyka seminarium ukierunkowana została na wsparcie tych wysiłków naukowych. Ideą spotkania była praca w małych grupach roboczych pod kierunkiem doświadczonych naukowców-mentorów. Była to pełna otwartości i zaangażowania przestrzeń do zdobycia pierwszych naukowych doświadczeń. Nie wymagano wybitnych umiejętności metodologicznych, lecz szczerą chęci podjęcia się wyzwania badawczego w miłej atmosferze i przedstawienia pomysłu na projekt badawczy.

Wydarzenie rozpoczęło się od oficjalnych powitań i ciepłych słów skierowanych do uczestników przez prezes PTKS, prof. dr hab. Iwonę Hofman, dyrektor IDMiKS UJ oraz wiceprezes PTKS, dr hab. Agnieszkę Hess, prof. UJ, oraz kierowniczkę Forum Młodych Medioznawców i Komunikologów, dr hab. Katarzynę Kopecką-Piech.

Zaraz po inauguracji młodzi naukowcy weszli w rytm pracy. W pierwszej części, tzw. roboczej, przedmiotem dyskusji były przesłane wcześniej w formularzu zgłoszeniowym zagadnienia, będące w trakcie powstawania (*working papers*), wstępne raporty i analizy, z którymi z wyprzedzeniem zapoznali się wszyscy członkowie grup. Uczestnicy zostali dobrani według podobieństwa tematyki, perspektywy badawczej lub wykorzystywanych metod. Pod kierunkiem eksperta i we współpracy z pozostałymi członkami

zespołów realizującymi podobne badania uczestnicy mieli okazję wspólnie przeanalizować w przyjaznej atmosferze zagadnienia związane z dalszą pracą.

Podczas tegorocznej edycji seminarium pracowały cztery zespoły wraz ze swoimi ekspertami. Zagadnienia poruszane w ramach paneli to: (1) „Nowe i (nie)nowe kanały komunikowania politycznego” – dr hab. Agnieszka Walecka-Rynduch, prof. UP; (2) „Komunikacja i public relations” – dr hab. Monika Przybysz, prof. UKSW; (3) „Polski system medialny w procesie zmian” – dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK oraz (4) „Język w mediach” – pod przewodnictwem dr Małgorzaty Majewskiej z UJ.

Panel zatytułowany „Nowe i (nie)nowe kanały komunikowania politycznego” był prowadzony przez dr hab. prof. UP Agnieszkę Walecką-Rynduch. Mgr Karina Czepiec-Veltze (UJ) przedstawiła referat pt. *Kreatywne uczestnictwo jako forma oddolnej partycypacji politycznej w mediach społecznościowych*. Celem projektu było stworzenie spójnej kategoryzacji mediów społecznościowych, która stanowić będzie punkt wyjścia do wyselekcjonowania platform w ich obrębie, tworzących warunki dla twórczego uczestnictwa. Selekcja ta ograniczyła się równocześnie do najpopularniejszych w polskim internecie przestrzeni społecznościowych. Dalszym celem projektu było zbadanie, jakiego rodzaju formę może przybierać twórcza partycypacja w zależności od medium, kto zajmuje się jej tworzeniem oraz kto i w jaki sposób wchodzi z nią w interakcję. Uzyskane w ten sposób dane posłużą do diagnozy kondycji postawy obywatelskiej internautów obcujących z treściami politycznymi zamkniętymi w formach twórczych. Mgr Anna Jeżowa (UMCS) przedstawiła *Mit Wielkiej Wojny Ojczyźnianej w dyskursie medialnym Federacji Rosyjskiej*. Celem wystąpienia było scharakteryzowanie i analiza mitu Wielkiej Wojny Ojczyźnianej przez wybrane stacje telewizyjne w dyskursie ideologicznym współczesnej Federacji Rosyjskiej. Krytyczna analiza dyskursu w ocenie badaczki umożliwiła ocenę warunków powstania różnorodnych wypowiedzi oraz przekazów ideologicznych, które te wypowiedzi niosą. Metodologia zaprezentowana przez autorkę pozwoliła na zbadanie takich elementów, jak idee, przekonania ukazane w wypowiedziach oraz język. Mgr Krzysztof Sokół (UW) zaprezentował wystąpienie zatytułowane *Rewolucja czy empatia? Media immersyjne i taktoaudiowizualne jako środki komunikowania politycznego*. Celami badawczymi projektu były analizy wykorzystania immersyjnych mediów jako środka komunikowania politycznego, analiza różnicowa sposobów komunikowania oraz analiza prognoz dalszego ich wykorzystywania. Mgr Paulina Sajna-Kosobucka (UMK) pochyliła się nad architekturą informacji w nowych technologiach komunikacyjnych wykorzystywanych przez polskie i amerykańskie partie polityczne. Celem referatu

była analiza porównawcza nowych technologii komunikacyjnych czterech partii politycznych – dwóch polskich (PiS i PO) i dwóch amerykańskich (Republican Party i Democratic Party) – pod kątem architektury informacji. Badaczka wskazała, że do nowych technologii zalicza witryny internetowe, zarówno w wersji desktopowej, jak i mobilnej, oraz profile w mediach społecznościowych. Architektura informacji jest młodą metadyscypliną naukową, której głównym celem jest zadbanie o bezproblemowy dostęp do informacji w obrębie kanału komunikacyjnego. Następstwem błędnie zaprojektowanej architektury informacji są istotne problemy natury komunikacyjnej. Lic. Dominik Puchała (UW) oraz lic. Jakub Kocjan (UW, SGH) zaprezentowali *Mainstreamowy dyskurs polityczny wokół Marszu Niepodległości – między perspektywą legalistyczną a ideologiczną*. Badacze poddali analizie wypowiedzi dotyczące kolejnych edycji Marszu oraz ich ewolucję. Do projektu posłużono się Foucaultowską analizą dyskursu (*Foucauldian discourse analysis*), ponieważ metoda ta pozwala skupić się na relacjach władzy w społeczeństwie w języku oraz praktykach.

Dr hab. prof. UKSW Monika Przybysz była ekspertem panelu poświęconego komunikacji i public relations. W tej grupie wystąpień mgr Natalia Buczyńska-Pizoń (UMCS) przedstawiła problematykę związaną z komunikacją marketingową produktów ekologicznych w Polsce. Według badaczki w ostatnich latach świadomość ekologiczna konsumentów wzrasta, a rynek produktów ekologicznych na świecie się powiększa. Analizie zostały poddane kanały na platformach społecznościowych marek, które w swojej ofercie posiadają produkty ekologiczne. Mgr Tomasz Łysoń (UJ) przedstawił zarys problematyki komunikacji mobilnej i próbę ujęcia badań nad aplikacjami mobilnymi, które są używane przez polskie redakcje prasowe. Twórcom aplikacji mobilnych towarzyszy odmienna od desktopowych strategia biznesowa, bowiem stawia się tutaj przede wszystkim na doświadczenie zorientowane na użytkownika (*user experience – UX*), tym samym zapewniając bardziej zoptymalizowany i spersonalizowany kanał komunikacji na linii medium/redakcja a odbiorca. Badacz wskazał, że aplikacja mobilna sprzyja materiałom mikrotekstowym, wizualnym oraz audiowizualnym. Interfejs aplikacji mobilnych działa w nieco uproszczonej formie w porównaniu do przeglądarki www, dlatego контент udostępniany za pomocą tego kanału może różnić się od pozostałych treści tworzonych przez redakcje prasowe. Celem badań jest rekonstrukcja poglądu, czy nauka o mediach i *user experience* jest w stanie wskazać najefektywniejszą komunikacyjnie i satysfakcjonującą aplikację do (re)dystrybucji treści wysokiej jakości. Lic. Justyna Krakowiak (UŁ) przedstawiła projekt poświęcony użytkownikom

Facebooka, Messengera, Instragrama i WhatsAppa w obliczu globalnej awarii systemu z 4 października 2021 roku. Autorka w swoich badaniach skupiła się na odczuciach, jakie na użytkownikach Facebooka wywarła awaria platformy. Proponowane badania dotyczyć będą zarówno emocji towarzyszącym użytkownikom bezpośrednio podczas trwania awarii, jak i po odzyskaniu dostępu do komunikatorów. Wykażą również, które kanały komunikacji stanowiły alternatywę dla użytkowników podczas awarii. Mgr Aleksy Szymkiewicz (UAM) przedstawił referat pt. *Od forum internetowego do ataku na Kapitol – dyskursy spekulacyjne w społeczeństwie sieci*. Głównym celem badawczym prelegenta było określenie wpływu internetu na proces kształtowania się ruchu społecznego QAnon, przy uwzględnieniu architektury informacji i dominującego modelu komunikacyjnego wymuszanych przez internet. Celem pośrednim, który towarzyszył badaczowi, jest chęć wskazania narzędzi metodologicznych (netografii, kartografii cyberprzestrzeni, analizy dyskursu), które mogą posłużyć do dalszych badań w tym zakresie. W centrum rozważań mgr. Mateusza Sobiecha (UMCS) znalazł się Twitter jako narzędzie, które może służyć do budowania wizerunku medialnego w amatorskim klubie sportowym. Główne zagadnienia badawcze koncentrowały się wokół odpowiedzi na pytania, czy i w jaki sposób polskie amatorskie kluby piłkarskie wykorzystują oficjalne konta na Twitterze do komunikacji z kibicami. Szczegółowej analizie poddano aktywność (częstotliwość wpisów) oraz rodzaj i tematykę tweetów zamieszczanych przez kluby: KTS Wesoła Warszawa, Coco Jambo Warszawa, Naprzód Świebie oraz LZS Chrzęstawa. Mgr Ksenia Wróblewska (UW) podjęła się analizy Facebooka w działaniach marketingowych platform na żądanie (*video on demand* – VOD). Prezentacja miała na celu przedstawienie wstępnych wyników badania analizującego działania z zakresu marketingu medialnego platform na żądanie w mediach społecznościowych. Badanie skupiło się na analizie ilościowej i jakościowej profili na Facebooku wybranych na potrzeby badania platform VOD (polskich i zagranicznych dostępnych w Polsce).

Panel poświęcony polskiemu systemowi medialnemu w procesie zmian nadzorowała dr hab. prof. UJK Olga Dąbrowska-Cendrowska. W tej sekcji wzięła udział mgr Daria Zadroźniak (UAM), która zaproponowała przeanalizowanie medialnego obrazu 26. Konferencji Klimatycznej ONZ. Badaczka wskazała, że na potrzeby badania zostaną poddane analizie materiały dziennikarskie ukazujące się w dniach trwania COP26 w głównych wydaniach telewizyjnych serwisów informacyjnych (TVP1, Polsat, TVN) oraz w internetowych portalach informacyjnych (Interia, Onet, WP). Uwaga zostanie zwrócona m.in. na kwestie poruszane przez dziennikarzy

(społeczne, polityczne, ekonomiczne), funkcje prezentowanych materiałów i znaczenie występujących w nich ekspertów. Działania te pozwolą ukazać, jakie funkcje pełni media i jakie są role pełnione przez dziennikarzy podczas informowania o wydarzeniach zaplanowanych, podczas których podejmowane są problemy związane ze zmianą klimatu. Lic. Patryk Szklarz (UJ, UPJPII) przedstawił projekt pt. *Narracja o Unii Europejskiej w telewizyjnym programie informacyjnym Wiadomości TVP*. Celem przedstawionego projektu było zbadanie retoryki dotyczącej Unii Europejskiej w programie informacyjnym „Wiadomości” telewizji publicznej na podstawie analizy zawartości wybranych wydań programu. Nad podatkami od mediów jako zagrożeniu dla pluralizmu mediów w Polsce pochyliła się lic. Victoria Leszczyńska (UAM). Na początku lutego 2021 roku do wykazu prac legislacyjnych programowych Rady Ministrów został wpisany projekt ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów. Celem projektu było zbadanie podobieństw występujących w kontekście relacji państwa z systemem medialnym pomiędzy Polską (rząd Mateusza Morawieckiego) oraz Węgrami (rząd Viktora Orbána), a także poddanie analizie zagrożeń, które niosą ze sobą tzw. repolonizacja oraz rehungaryzacja mediów. Lic. Zofia Nacewska (UŁ) zaprezentowała wystąpienie na temat sytuacji granicznych w związku z pandemią COVID-19 w kontekście polskich reportaży radiowych. Celem projektu było zbadanie, w jaki sposób wybrane polskie reportaże radiowe prezentują temat sytuacji granicznych w szpitalach pod względem zarówno przekazywanych treści, jak i specyfiki wykorzystywanych przez twórców tworzyw fonicznych i form podawczych. Mgr Wojciech Skucha (UJ) zaprezentował referat pt. *Kondycja polskich mediów sportowych w dobie pandemii COVID-19*, który ukazał wpływ pandemii COVID-19 na wyniki mediów sportowych w Polsce. Omówione zostały zmiany, jakie zaszły na tym rynku w latach 2020–2021, a także przykłady pojawienia się aplikacji mobilnych czy nowych platform streamingowych, związanych z mediami sportowymi. Lic. Wojciech Kułaga (UJ) poddał analizie fenomen popularności gali typu *freak show*. Prelegent wskazał, że takie treści medialne przyczyniają się do promocji agresji i internetowej kultury upokarzania. Badacz posłużył się krytyczną analizą reprezentacji społecznej Moscovicio, która pozwoliła włączyć do schematu analizy język, jakim posługują się bohaterowie i bohaterki, oraz komentarze organizatorów.

W sekcji poświęconej językowi w mediach mgr Weronika Sałek (UJK) przedstawiła wystąpienie poświęcone specyfice językowej i komunikacyjnej

mediów publicystycznych na przykładzie facebookowego profilu „Ryszard Swetru”. Analizę oparto na porządku indukcyjnym, prelegentka rozpoczęła swoją prezentację od wstępnego przeglądu materiału, gdzie odnalazła charakterystyczne style językowe i elementy komunikacyjne (język młodzieżowy, styl publicystyczny, język potoczny, wulgaryzacja i inwektywy, ironia, zamierzona niepoprawność językowa), aby następnie przejść do opisanie i zanalizowania sposobu ich funkcjonowania w przebadanym materiale. Celem badań było poznanie i zrozumienie specyfiki językowej i komunikacyjnej nowego typu mediów publicystycznych – publicystyki w social mediach – oraz wyróżnienie charakterystycznych elementów dla tego rodzaju środków komunikowania. Mgr Anita Brzyszc (UAM) przedstawiła referat pt. *Polaków portret własny memami odmalowany. Autostereotyp polskości w wytwórczości cyberkulturowej*. Celem tego projektu badawczego było stworzenie pogłębionej i wyczerpującej analizy polskiego etnoautostereotypu obecnego w tekstach cyberkultury. Na przestrzeni dziejów w polskiej autosatyryze dokonał się istotny przeskok z pierwotnego komentowania autostereotypu w ramach dyskursu elitarnego (rozprawy, dzieła literackie, prasa itp.) na jego współczesną obecność głównie w dyskursie wernakularnym, którego odzwierciedleniem są powszechnie rozprzestrzeniające się w cyberprzestrzeni memy i inne teksty cyberfolkloru. Lic. Angelika Witkowska (UW) podjęła się analizy zawartości i funkcji edukacji seksualnej w serwisie Instagram. Badaczka wskazała, że w analizie wyjątkowo ważna jest polska perspektywa, ponieważ w naszym kraju edukacja seksualna jest tematem ignorowanym, kontrowersyjnym oraz trudnym. W rezultacie media społecznościowe, a w szczególności Instagram, stały się miejscem, w którym pojawiły się konta edukujące o seksualności. Głównym celem autorki było sprawdzenie, w jaki sposób autorzy profili komunikują się z odbiorcami, określenie funkcji kont oraz potencjalnego wpływu na użytkowników. Mgr Michał Jas (UJK) przedstawił wystąpienie o internetowym komizmie w dobie pandemii wywołanej rozprzestrzenieniem się koronawirusa. Badacz przybliżył analizę treści wybranych memów, grafik, materiałów wizualnych. Pozwoliło to na przedstawienie pandemii COVID-19 w kontekście popularnego motywu internetowej rozrywki. Mgr Alicja Rozpendowska (UAM) podczas panelu „Język w mediach” pochyliła się nad zagadnieniem budowania empatycznej komunikacji za pomocą różnych zasobów komunikacyjnych, wskazując, że zdecydowanie istnieje potrzeba budowania takiej komunikacji.

Po obradach w grupie każdy z ekspertów podczas spotkania ogólnego podsumował pracę w zespołach. Na koniec mentorzy zaprezentowali swoje badania i projekty, nad którymi teraz pracują. Uczestnikami seminarium byli

studenci oraz doktoranci z ośrodków naukowych w Warszawie, Krakowie, Lublinie, Kielcach, Łodzi, Poznaniu i Toruniu.

W wystąpieniu kończącym seminarium kierowniczką FMMiK, dr hab. K. Kopecka-Piech, zapowiedziała VI edycję, która odbędzie się w 2023 roku we współpracy z Uniwersytetem Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.



