

Tomasz Goban-Klas
usgoban@cyfronet.pl
Uniwersytet Jagielloński
Kraków

Nauki o mediach – baza czy nadbudowa nowych teorii nauk społecznych?

Stało się. Po wielu latach zabiegów naukoznawczo-biurokratycznych rozporządzenie z 8 sierpnia 2011 roku Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych, na mocy art. 3 zmienionej Ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym¹, w dziedzinie nauk społecznych wyodrębniło dziewięć dyscyplin, w tym, aż cztery nowe, a zatem:

- 1) nauki o bezpieczeństwie,
- 2) nauki o obronności,
- 3) **nauki o mediach**,
- 4) nauki o polityce,
- 5) nauki o polityce publicznej,
- 6) nauki o poznaniu i komunikacji społecznej,
- 7) pedagogika,
- 8) psychologia,
- 9) socjologia.

A więc, obecnie pedagogika oraz inne nauki społeczne z nową dyscypliną „nauki o mediach” w jednym stoją domku. Jak się ułożą w nim stosunki? Czy, jak u przysłowiowego Pawła i Gawła, zawiści, która z nich ma być na górze, a która na dole? A jeszcze ważniejsze, gdy pedagogika, jak Paweł, jest spokojna i nie wadzi nikomu, to nauki o mediach zachowują się jak Gaweł, co to „najdziksze wymyślał swawole”.

Aby jednak w tej dziedzinie nie było jak u Fredry, a między dyscyplinami istniała harmonia i dobrosąsiedzkie stosunki, oraz – jak to ujmowało hasło Euro 2012 RESPECT, należy dookreślić tożsamość nowego akademickiego pola badań. Byłoby to łatwiejsze, gdyby nie nadal obecny w klasyfikacji naukowy dziwołąg, „nauki o poznaniu i komunikacji społecznej”, dyscyplina powołana w Polsce dwadzieścia lat temu pod nieco inną nazwą „nauki o poznaniu i komunikacji”, a która w języku angielskim ma odmienną i zacną nazwę: kognitywistyka².

Mimo wskazanego zawłaszczenia terminu „komunikacja społeczna” przez kognitywistykę w Polsce, w tym tekście będę utrzymywał domyślne dookreślenie nowej dyscypliny, jako „nauki o mediach i komunikacji społecznej”. Dopiero łącznie te dwa człony wskazują na *differentia specifica* nowej sfery badań traktującej media jako media *sui generis* oraz media komunikacji społecznej. Takie definiowanie pola badań wszakże wygląda na tautologię – media definiuje jako media! Jednak używam tu słowa „media” w dwóch jego fundamentalnych znaczeniach – media jako praktyki (i instytucje społeczne) oraz media jako instrumenty (środki) obiegu informacji społecznej, inaczej – komunikacji społecznej.

Te dwa znaczenia są łączone w nowym, robiącym obecnie karierę w środowisku medioznawczym, terminie „mediatyżacja”. Mediatyżację – pisze Stig Hjarvardh – *należy traktować jako dwukierunkowy proces rozwiniętej nowoczesności, w którym media z jednej strony wyłaniają się jako niezależna instytucja z własną logiką, do której pozostałe instytucje społeczne logiką muszą się przystosowywać. Z drugiej strony, media jednocześnie stają się integralną częścią innych instytucji, jak polityka, praca, rodzina, religia. Coraz więcej działań instytucjonalnych jest wykonywane przez media masowe. Logika mediów odnosi się do instytucjonalnego i technologicznego modus operandi mediów, w tym w jaki sposób media dystrybuują materialne i symboliczne zasoby oraz korzystają z formalnych i nieformalnych reguł* [Hjarvardh, 2008, s. 105].

Tradycyjnie media były oddzielnym segmentem społeczeństwa, głównym problemem badawczym było ich oddziaływanie na jednostki i instytucje. Obecnie media są splecione z działaniem wszelkich innych instytucji, a zarazem ich logika w znacznej mierze określa działanie tychże instytucji, a w mniejszym stopniu pozostaje określona przez ich logikę (może poza logiką komercyjną późnego kapitalizmu). Friedrich Krotz przedstawia mediatyżację jako historyczny, długotrwały proces, w którym pojawia się coraz więcej nowych form mediów i są one włączane w praktyki i instytucje społeczne [Krotz, 2008, s. 24]. Termin ten opisuje zatem proces, w którym komunikowanie odnosi się do mediów i wykorzystuje media, i z którego to powodu media stają się coraz bardziej istotne dla społecznej konstrukcji codziennego życia, społeczeństwa i kultury jako całości. Mediatyżacja – jak uważa Krotz – jest meta-procesem społecznym – paralelnym do globalizacji, indywidualizacji i komercjalizacji, pozostającym pod ich wpływem, ale i będącym ich podłożem i warunkiem.

O mediatyżacji nie mogą więc już zapominać ani praktycy, ani badacze ze wszystkich sfer życia, w tym oczywiście i edukacji na wszelkich poziomach. Tworzy to jednocześnie paradoks dla tradycyjnych badań medioznawczych – na pole medialne, szczególnie mediów cyfrowych, coraz chętniej i częściej wkraczają inne dyscypliny społeczne, w tym pedagogika. Nic w tym dziwnego, tyle tylko, iż winna korzystać z aparatury pojęciowej, teorii, metod itd. wypracowanych przez nauki o mediach i komunikacji społecznej. Nie zawsze, i nawet niezbyt często tak się dzieje. Raczej inne dyscypliny przyjmują zdroworozsądkową perspektywę – media jakie są każdy widzi, z wyjaśnieniem, że każdy przecież ich używa. Jednak wiedza użytkownika nie jest wiedzą pewną, ani wystarczającą dla analizy pola *medialnego habitusu*, by zaadaptować pojęcie Pierre Bourdieu³. Habitus jest zbiorem społecznie wyuczonych dyspozycji, umiejętności i sposobów działania, które są zwykle uważane za oczywiste, a które zostały nabyte poprzez działania i doświadczenia codziennego życia. Na rolę mediów jako istotnego składnika habitusu wskazał Niklas Luhmann, niemiecki filozof i socjolog: *to, co wiemy o naszym społeczeństwie, czy w ogóle o świecie, wiemy z mass mediów*. Dodawał jednocześnie, że z drugiej strony, *o mass mediach wiemy tak dużo, że nie możemy tym źródłom ufać* [Luhmann, 1995, s. 1]. Dlatego tak ważne jest akademickie, czytaj krytyczne, naukowe przedstawianie wiedzy o mediach, także na użytek pedagogów, nauczycieli, edukatorów, którzy mają często wnikliwe, ale jednak potoczne rozeznanie w mediatyżacji życia, w tym mediatyżacji sfery edukacji.

Stąd apel – wysunięty przez znaną uczoną angielską Sonię Livingston – aby nie utrzymywać sztywnych granic między dyscyplinami, a raczej często współpracować przy analizach konkretnych problemów i nowych sytuacji społecznych [Livingstone, 2011].

Jak więc ułożyć stosunki w ramach nauk społecznych i – szerzej – humanistycznych? Potrzebna jest nam sieciowa ich struktura, a to oznacza przestrzeń interdyscyplinarności i transdyscyplinarności. Rozwijająca się w świecie nauka o komunikowaniu (to z kolei angielska nazwa dla polskich nauk o mediach) stwarza realną szansę integracji humanistyki i nauk społecznych. Nauka o komunikowaniu powstaje jako dyscyplina kompleksowa (wielodyscyplinarna) i uogólniająca, tj. integrująca badania zjawisk dotychczas rozpatrywanych przez różne dyscypliny. Dziedzina ta, zajmująca się społeczną sytuacją komunikowania, szeroko wyznacza jego zakres – na ogół procesów komunikowania międzyludzkiego – ale również inaczej określa specyfikę jego badania. Komunikowanie nie jest wyodrębnioną częścią życia społecznego, tak jak tradycyjne środki komunikowania masowego. Jest ono aspektem tego życia, dostrzegalnym w najróżnorodniejszych zjawiskach społecznych. Stąd wszelkie próby określenia badań nad komunikowaniem przez wyznaczenie tzw. odrębnego przedmiotu badań, wskazują na niezrozumienie istoty nowej dyscypliny.

Nie ma w niej również tendencji do tworzenia subdyscyplin, takich np. jak: socjologia pedagogika, psychologia komunikowania itd. Jeśli się nawet takimi nazwami posługujemy, to tylko dla zaznaczenia właściwej każdej z tych dyscyplin perspektywy.

Badania nad komunikowaniem zawsze były wielodyscyplinarne. Ku ważnym wycinkom rzeczywistości społecznej, tym zwłaszcza, które są przedmiotem zorganizowanej i planowej działalności praktycznej, zwraca się bowiem nie jedna, lecz (kilka) dyscyplin naukowych. Cele, jakie sobie stawiają, są na ogół praktyczne, choć oczywiście każda z nich znajduje w badanym wycinku fragment własnego przedmiotu, którego poznanie wzbogaca jej własny dorobek. Toteż nie wystarcza sama ważność tego wycinka rzeczywistości społecznej, możliwość oddziaływania na niego w zinstytucjonalizowanym działaniu praktycznym. Najpełniejszą formą współpracy jest jednak dopiero rzeczywiste scalenie wysiłku badawczego różnych dyscyplin, w trakcie badania tego samego aspektu danego problemu, przy jednoczesnym podziale zadań, wymianie metod i technik, odwoływaniu się do perspektywy drugiej dyscypliny, koordynacji toku postępowania, scalania wyników. Analizy tego typu są najrzadsze, możliwe są zresztą dopiero w daleko zaawansowanej fazie współpracy interdyscyplinarnej. Niezbędne tu jest właściwe wyznaczenie przedmiotu oraz problematyki badań. Nie jest to z kolei możliwe bez zebrania wielu doświadczeń, pozytywnych i negatywnych, współpracy na niższych szczeblach, a także bez wypracowania koncepcji teoretycznych, choćby najbardziej ogólnych, dotyczących struktury badanego przedmiotu, znajdującego się przecież na styku różnych nauk.

Pytanie postawione w tytule – czy nauki o mediach stanowią bazę czy nadbudowę dla nowych teorii dziedziny nauk społecznych – znajduje odpowiedź w perspektywie mediatyzacji pojmowanej konstruktywistycznie, w duchu symbolicznego interakcjonizmu Herberta Meada [Mead, 1975], stanowią one bazę dla innych teorii, natomiast w duchu behawioryzmu – raczej nadbudowują własne eksplanacje i teorie nad innymi teoriami, bardziej fundamentalnymi, z zakresu socjologii, psychologii, kształtowania osobowości

wychowanka. W obu przypadkach mamy do czynienia z wzajemnym stymulowaniem naukowym badań nad współczesnością, a to przecież jest najważniejszym zadaniem nauki.

Przypisy

¹ art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. Nr 65, poz. 595, z późn. zm.).

² Por. ogłoszenie naboru na studia licencjackie „nauka o poznaniu i komunikacji społecznej” prowadzone w Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. „Kognitywistyka (nauki o poznaniu) to dziedzina nauki wyjaśniająca ludzkie poznanie (m.in. percepcję, pamięć, rozumienie, rozumowanie, zdolności językowe, rozwiązywanie problemów, inteligencja etc.) w terminach: filozofii, psychologii, zasad działania mózgu; jednocześnie jest to dziedzina umożliwiająca tworzenie sztucznych (komputerowych) systemów wykazujących się tymi zdolnościami. Jesteśmy czwartym w Polsce uniwersytetem uruchamiającym kierunek „kognitywistyka”. Chcemy przyszłym studentom zaoferować studia w zakresie nauk o poznaniu i komunikacji (ang. *cognitive science*), których głównymi (choć nie jedynymi) tematami będą: język i znak jako środki komunikacji, poznawania świata, kreowania jego obrazu oraz tworzenie elementów „sztucznie inteligentnych” systemów, posługujących się językiem i znakami [<http://kognitywistykawlublinie.wordpress.com/>].

³ *Habitus* – według Pierre Bourdieu – to system schematów myśli, percepcji, oceniania i działania. Tak prosto definiuje go polska Wikipedia. W istocie jest to pojęcie bardziej złożone [<http://pl.wikipedia.org/wiki/Habitus>].

Literatura

Hjarvardh S.: *The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change*. „Nordicom Review” 2008, nr 29

Krotz F.: *Mediatization: A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change*. [W:] *Concept, Changes, Consequences*. Red. K. Lundby. *Mediatization*. New York: Peter Lang, 2008

Livingstone S.: *If Everything is Mediated, What is Distinctive*. „International Journal of Communication” 2011, nr 5

Luhmann N.: *Realität der Massenmedien*. Wiesbaden 1995

Mead H. G.: *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1975

Odwołania do polskich dyskusji na temat nauk o mediach

Goban-Klas T.: *Emergencja nowej dyscypliny: nauki o mediach i komunikacji społecznej*. [W:] Panel dyskusyjny *Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?* http://sm.id.uw.edu.pl/spis.php?n=2009_4_39

Goban-Klas T.: *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych*. „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2

Jabłonowski M., Gackowski T.: *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*. „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2

Komunikat 1/2012 Centralnej Komisji ds Stopni i Tytułów zawierający materiał na temat nowych dyscyplin. http://www.ck.gov.pl/images/PDF/praca_zespolu.pdf [dostęp 15.06.2012]

Mrozowski M.: *Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji*. „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2