

MEDIA A NOWA *EPISTEMÉ* W KOMUNIKOWANIU.

Z doświadczeń Zeszytów Prasoznawczych

IGNACY S. FIUT

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie
Wydział Humanistyczny

ABSTRACT

Media and new *epistemé* in communication. The experience of *Zeszyty Prasoznawcze*

The article contains an analysis of the cognitive *epistemé* evolving under the influence of technological evolution of the next generation of media. The author believes that the study of the media must correspond with the changes in the *epistemé*. Based on selected texts published in *Zeszyty Prasoznawcze* some patterns of this type of transformation are shown in this study. Currently, the main task of the research methodology lies in an appropriate selection of quantitative and qualitative methods so that they correspond to one of the leading *epistemé* in the communication media.

Keywords: cognitive *epistemé*, methods of quantitative and qualitative research, secondary orality and pictoriality, *Zeszyty Prasoznawcze*

✉ Adres do korespondencji: Akademia Górniczo-Hutnicza, Wydział Humanistyczny, kierownik Katedry Kulturoznawstwa i Filozofii; ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków; isf1949@o2.pl

Uwagi wstępne

Historia komunikacji związana była zawsze z pojęciem *epistemé* (ἐπιστήμη). Determinowała ona w sensie poznawczym i technologicznym sposób zbierania informacji, jej porządkowania, kodowania, formowania w przekaz, wybór medium do jego transmisji od strony nadawcy. Od strony odbiorcy natomiast *epistemé* przygotowywała formę percepcji przekazu, jego dekodowania, odczytywania zawartych w nim informacji, jego rozumienie, ale i sposób jego użytkowania. Towarzyszyło temu dążenie, by kompetencje nadawcy i odbiorcy były zbliżone, a nawet pokrywały się ze sobą, co rzecz jasna podnosiłoby efektywność i skuteczność komunikowania oraz funkcjonowania danej wspólnoty komunikacyjno-społecznej.

Mechanizm takich dążeń w ujęciu dziejowym dobrze oddaje koncepcja *bias* sformułowana przez twórcę determinizmu technologicznego w komunikowaniu – Harolda Adamsa Innisa. Zauważył on, że w pełni efektywne komunikowanie odbywa się wtedy, kiedy proporcje między komunikowaniem werbalnym i piktorialnym (obrazkowym) pozostają w równowadze, a każda próba jego udoskonalania (innowacja technologiczna) zaburza tę równowagę systemu i skutkuje owym *bias* (inklinacją, nachyleniem komunikowania) na rzecz nowej techniki wzmacniającej werbalną lub piktorialną stronę systemu komunikacyjnego. Przewagi te, jeśli zostały zaakceptowane przez użytkowników systemu komunikacyjnego, prowadziły do ich działań komunikacyjnych skierowanych na uzyskanie nowej równowagi danego systemu komunikacyjnego. *Bias* ze swej natury przyjmuje bowiem postać piśmienności wtórnej i wpływa na modernizację lub radykalną zmianę *epistemé* w komunikowaniu, co pociąga za sobą kolejne innowacje w formie i treści przekazów pod wpływem tego nowego medium, które w ten sposób stabilizuje na pewien czas system (Szpunar 2014, s. 700–704).

Badania komunikacji medialnej mimowolnie uczestniczą w dominującej *epistemé*, gdyż posługują się logiką, którą narzuca obowiązująca forma piśmienności panująca w danym okresie rozwoju i ewolucji komunikowania. Rozwój badań medioznawczych datuje się na drugą połowę XX wieku, czyli na okres pełnej dominacji piśmienności linearnej. Główną metodą badań stała się wtedy analiza zawartości przekazów medialnych z wykorzystaniem kluczy kategoryzacyjnych, zaś publiczności oraz nadawców za pomocą badań ankietowych. Budowane one były zgodnie z dominującą wtedy piśmiennością linearną, narzucającą swoją *epistemé*, gdzie poziomy zapis linearny, logika dwuwartościowa oraz przyczynowo-skutkowy model myślenia dominowały zarówno w procesach budowy, jak i transmisji oraz odbioru przekazów medialnych. Jednak badaniom tym zawsze towarzyszyła świadomość naukowców, że metody i techniki badawcze tego typu mają charakter schematyczny, nierzadko powierzchowny, ujmujący zjawiska komunikacyjne głównie ilościowo, a poza ich zasięgiem pozostaje wiele składowych przekazów, które jednak oddziałują na publiczność, choć nie można ich

wyraźnie ująć i wyjaśnić. Zawartość przekazów niejednokrotnie ma charakter mozaikowy i nawet próby podejścia jakościowego nie do końca dostarczają wiedzy o tym, jak oddziałują one na publiczność i wpływają na jej zachowania. Bo co prawda znane są np. efekty „bumerangowy” i „narkotyczny”, ale nie wyjaśniają one wnikliwie tych negatywnych zjawisk towarzyszących procesom komunikowania medialnego.

Świadomość faktu, że metoda analizy zawartości, szczególnie w jej wymiarze ilościowym, nie dostarcza pełnej wiedzy o przebiegu i skuteczności komunikowania, pojawiła się już w latach 80. XX wieku. Podejmowano wtedy dyskusje nad efektywnością tej metody, sformułowanej przez Bernarda Berelsona w roku 1952 (Berelson 1952, s. 18–19), a na rodzimym gruncie rozwiniętej i zaadaptowanej do potrzeb badań prasoznawczych m.in. przez Irenę Tetelowską i Walego Pisarka (Pisarek 1983). Artykuł Pawła Dubiela z roku 1971 (Dubiel 1971, s. 28 i n.) wielokrotnie na łamach *Zeszytów Prasoznawczych* (dalej *ZP*) prowokował dyskusje nad adekwatnością analityczną tej metody badań przekazów prasowych (medialnych), jak również ich odbioru przez publiczność¹.

Można przypuszczać, że tej dyskusji u jej początków nie towarzyszyła pełna świadomość, iż media pod wpływem postępu technologicznego będą musiały coraz szybciej zmieniać swe techniki emisji przekazu, związane np. z postępującą tabloidyzacją, mozaikowością komunikowania, pojawieniem się komunikacji za pomocą hipertekstu, a w konsekwencji za tym muszą pójść zmiany technik i metod badawczych (Pisarek 1988). Jednak z czasem, szczególnie po roku 2000, kiedy pojawiły się kolejne generacje nowych mediów emitowane tradycyjnie, ale i przez Internet coraz bardziej ujawniała się potrzeba nowego podejścia metodologicznego do analizy zawartości przekazów medialnych i ich oddziaływania na publiczność. Jedną z odpowiedzi na tę coraz bardziej niestabilną sytuację metodologiczną były niewątpliwie dwie prace Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz podejmujące próby przebudowy metody analizy zawartości oraz technik, którymi się posługiwano (Lisowska-Magdziarz 2004; 2006). Autorka w pełni świadomie starała się tak zmodyfikować techniki analizy zawartości przekazów, by mogły one również służyć do badań zawartości przekazów budowanych w oparciu o hipertekst i dystrybuowanych przez Internet.

¹ Do takich prac mających wartość metodologiczną można zaliczyć m.in. następujące artykuły publikowane na łamach *ZP*: Henryka Siwka, Wartości poznawcze wskaźników zasięgu czytelnictwa prasy (*ZP* 1973, nr 2), Jacka Kołodziejca, Opozycja czy możliwość koegzystencji? Analiza zawartości a hermeneutyka Hansa-Georga Gadamera (*ZP* 1990, nr 2–4), Ryszarda Filasa, Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny (*ZP* 1994, nr 3–4), Ignacego S. Fiuta, Kierunki zmian w analizie zawartości (*ZP* 1995, nr 1–2), Henryka Siwka, Badania czytelnictwa prasy – deklaracja a rzeczywistość. Szkic metodologiczny (*ZP* 1997, nr 3–4), Pawła Planety, Chaos w globalnej sieci perswazji (*ZP* 2002, nr 3–4), Ryszarda Filasa, Rynek prasy codziennej w Polsce przed *Faktem* i z *Faktem* (*ZP* 2005, nr 3–4), Stanisława Michalczyka, Stare i nowe idee w teoriach *uses and gratifications* (*ZP* 2008, nr 3–4), Ewy Nowak, Ustanawianie agendy medialnej i politycznej. Interakcje i zależność (*ZP* 2011, nr 3–4) i Małgorzaty Kołodziejczak oraz Agnieszki Stępińskiej, Teoretyczne podstawy badań nad wydarzeniami medialnymi (*ZP* 2014, nr 1).

Kwestia rozumienia epistemé jako zagadnienia teoriopoznawczego

Co zatem należałoby rozumieć przez pojęcie *epistemé*? Ogólnie można rzec, że jest to wysiłek poznania racjonalnego zmierzającego do bardziej prawdziwego opisu i zrozumienia przedmiotu badania, ukazującego zarazem podstawę prawdziwościową w ich istnieniu, czyli „bycia bytów”, do których ten przedmiot należy. W teorii poznania idzie przede wszystkim o postrzeganie ich istnienia zakorzenionego w ich byciu – tj. przedmiotów konstytuowanych przez podmiot ludzki jako byty stawiające człowieka w stosunku do nich (bytów nieświadomych) w tzw. „różnicy ontyczno-ontologicznej” jako „przytomnego podmiotu” ich poznania. Stając w tej różnicy, podmiot poznający nadaje sens przedmiotom poznawanym i konstytuowanym w poznawaniu świata, a następnie komunikowaniu się o nim we własnej, interakcyjnej wspólnocie podmiotowej (Tuchańska 2014, s. 131–140). Ważna w tej dziedzinie badania jest specyfika stosowanego medium dominującego w poznawaniu świata i komunikowaniu o nim, które określają formy jego poznawania. To one zasadniczo determinują tworzone formy przekazu oraz wskazują efektywne kanały jego emisji. Kategorie poznawania narzucane przez to pierwotne *epistemé* nakładają na przekaz mimowolnie logiczne porządkowanie form przekazów i zawartych w nich treści, co dobrze wyjaśnia metafora komunikacyjna Marshalla McLuhana, że *medium is the message* (przekaznik jest przekazem).

McLuhanowskie pojęcie mediów – wyjaśnia Dieter Mersch – nabiera tym samym zarówno antropologicznego, jak i transcendentnego zabarwienia – media określają warunki, bez których człowiek nie może żyć i które determinują jego doświadczenie, myślenie, wiedzę i sposoby zachowania. Są to zatem formy uniwersalne, a za pośrednictwem pojęcia formy można pojęcie mediów włączyć do klasycznego dyskursu filozoficznego. [...] Jego antropologia mediów jest zatem nierozzerwalnie związana z ich historycznością – teoria i historia mediów łączą się w niej, tworząc supersystem o niemalże heglowskich cechach (Mersch 2010, s. 109).

Twórcą tego pojmowania *epistemé* był na początku XX wieku austriacki myśliciel Emil Lask (Lask 1911, s. 29–46), a następnie upowszechnił je niemiecki filozof Martin Heidegger. Odróżnili oni na gruncie ontologiczno-epistemologicznym warstwę „bycia” od bytującej w nim mnogości „bytów”, włącznie z bytem ludzkim, czyli świadomym (przytomnym) *Dasein* (Fiut 1997, s. 111–112). Byty te w swym pierwotnym (epistemicznym) doświadczeniu *Dasein* są rozpoznawane, konstytuowane, opisywane i porządkowane – generując jednocześnie porządek w świecie – przez ludzki podmiot „przytomny” swego i ich istnienia, nadający sens otaczającemu go światu i znaczenia rzeczom nań się składającym. Zawsze, w danym okresie historycznym w tej operacji ontologizacji dominowało wiodące medium, tj. forma obowiązującej piśmienności wtórnej, mimowolnie narzucająca logikę i aprioryczność oglądu ludzkiego świata, transcendentnego względem podmiotu poznającego i komunikującego. Kwestie te dobrze przedstawili: Eric A. Havelock, Walter J. Ong i Jack Goody, wskazując, że zapis oralności

pierwotnej w postaci pisma fonetycznego stworzył oralność wtórną, czyli tzw. literalność u nadawcy i odbiorcy, intensyfikującą komunikację między nimi, a dzięki nowym technikom wzmagającą praktyki i nowe kompetencje kulturowe tak tworzonych wspólnot komunikacyjnych. Ważny wkład do opisu genezy funkcjonowania mediów w oralności wtórnej wniósł niewątpliwie Ong, wyjaśniając, że w XX wieku pod wpływem mediów elektronicznych i ich technicznych parametrów powstało zjawisko „postliteralności”, czyli owej „wtórnej oralności”, tj. oralności potrzebującej mediów, czyli pisma i druku, zapisu dźwięku i obrazu, opierającej się na ich technologiach i związanych z nimi psychologiach percepcji (Ong 1992, s. 135–137).

Z punktu widzenia dziejowej genezy ludzkiego komunikowania wiodącymi zmysłami człowieka pierwotnego były na początku jego hominizacji dotyk i powonienie, potem zmysł słuchu wzmacniający narząd głosu w pierwszej fazie pojawiania się komunikowania parawerbalnego, a później i werbalnego. Kolejnym narzędziem komunikowania stał się narząd wzroku – oko – powodujące dominację zmysłu widzenia nad pozostałymi, wcześniejszymi. Wszystkie te zmysły kolejno po sobie dominowały w rozwoju komunikacji i rozwijały kolejne warstwy ludzkiego aparatu percepcji, co wpływało na utrwalanie się danej *epistémé* i kolejnych jej form wiodących, powodując ewolucję funkcji illokucyjnej związanej z przekazywaniem treści informacji (przekazu) „między” nadawcą i odbiorcą. Wydaje się słuszne przypomnienie, że komunikacja ze swej natury łączy jednostki we wspólnoty, a sposoby komunikowania również zmieniają swoją obowiązującą *epistémé* w danym okresie dziejowego rozwoju człowieka. Dzieje się tak za sprawą wiodącego zmysłu, dominującego na danym etapie rozwoju komunikowania, który podporządkowuje pozostałe i określa ich hierarchie. Przekaz i komunikowanie przyjmują i narzucają określone formy wynikające z danej *epistémé* oraz wiodącego medium, działającego pod jej wpływem. W ten sposób dominująca *epistémé* i związane z nią media stabilizują dany system komunikowania w powstającej i funkcjonującej wokół niego wspólnotie.

Dobrze proces ten opisują badania z dziedziny psychologii rozwojowej, wskazujące na kolejne stopnie komunikowania się niemowlęcia, dziecka, młodego człowieka, który w procesie dojrzewania wchodzi w przestrzeń interakcji komunikacyjno-społecznych w ramach swej wspólnoty pierwotnej, naznaczającej dalszy rozwój jego kompetencji komunikacyjnych (Macphail 2002, s. 12–25; Bryant 2000, s. 181–189). Poziom i specyfika ich rozwoju stwarzają człowiekowi możliwości odnajdywania swojego miejsca we wspólnotie, odgrywania w niej określonych ról i uczestniczenia w jej ładzie oraz hierarchii społecznej, co determinują m.in. jego aktualne kompetencje komunikacyjne. Mamy tu w pewnym sensie do czynienia z działaniem prawa opisanego jeszcze w XIX wieku przez Karla von Bayera, mówiącego, że każda jednostkowa ontogeneza jest rekapitulacją filogenezy danego gatunku, do której ona przynależy i ta prawidłowość dotyczy również ludzkiej psychogenezy. Prawo to można z powodzeniem odnosić w duchu ewolucyjnym do rozwoju psychiczno-intelektualnego istot żywych, a w sposób szcze-

gólny do człowieka, który uwalnia i rozwija w wyniku komunikowania kolejne moduły funkcjonowania swego umysłu (Pinker 1997, s. 33). W tym też okresie poznawania świata dziecko przejmuje lub tworzy określoną *epistemé*, która potem ma decydujący wpływ na procesy poznawania przez nie świata transcendentnego, szczególnie jego unaoczniania w postaci fenomenów w umyśle i komunikowania o nich swoim interlokutorom (Miller 2004, s. 430–434).

Determinizm technologiczny w komunikowaniu a epistemé

Na gruncie teorii determinizmu technologicznego w komunikowaniu, kolejnych jej faz rozwojowych, daje się zauważyć, że owa *epistemé* zmieniała się w związku z przeobrażeniami technologicznymi, połączonymi z wdrażaniem nowych aplikacji do komunikowania, sytuujących człowieka względem świata transcendentnego odmiennie niż poprzednie generacje mediów, tworząc w jego umyśle specyficzną dla tych kolejnych okresów *epistemé* – poznawczą i komunikacyjną. W okresie przedpiśmiennym dominowała *epistemé* oparta na zmysłach powonienia, dotyku i słuchu, angażując je jako dominujące. One określały strukturę i logikę poznawania świata i komunikowania się o nim. Z chwilą pojawienia się pisma obrazkowego wcześniejsza *epistemé* została ponownie zdominowana przez zmysł wzroku oraz widzenie i podporządkowała sobie wcześniejsze formy poznawania i komunikowania się ludzi na większe odległości. Po pojawieniu się pisma fonetycznego i technologii związanych z jego zapisem rozwinęła się opisana przez Waltera Onga *epistemé* piśmienności, narzucająca ludziom linearne myślenie, logikę dwuwartościową i przyczynowe interpretowanie świata (Ong 1992, s. 17–18).

Od końca XIX wieku znowu obraz i widzenie zaczęły dominować w poznawaniu i komunikowaniu o świecie dzięki medium filmu, kina, a potem telewizji, co spowodowało pojawienie się fenomenu tabloidyzacji w prasie i sukcesywne zastępowanie czytelnictwa oglądactwem (Filas 1995, s. 142 i 153), a więc – myślenia linearnego, przyczynowo-skutkowego i dwuwartościowego logicznie myśleniem skojarzeniowo-sieciowym, probabilistycznym, logiką wielowartościową, dominującymi w okresie modernizmu. Wcześniejsza forma piśmienności została zepchnięta na drugi plan, stanowiąc poniekąd komentarz do zawartości obrazu, stając się piśmiennością wtórną, opartą na tekście.

Z chwilą powstania kolejnego nowego medium, czyli hipertekstu, który legł u podstaw komunikowania się przez interfejs człowiek–komputer, powstał również język nowych mediów i wynikająca z tego nowa *epistemé* – pojawił się nieliniarny zapis przekazów, w których nad tekstem linearnym dominuje obraz zapisany cyfrowo, jego symulacje (Tapscot 2010, s. 107–108). Zmiany owej racjonalności pociągają za sobą fenomeny: teleobecności, imersji i mozaikowego postrzegania świata, które – wraz z możliwością nowego, interaktywnego postrzegania świata transcendentnego – stabilizuje nowa *epistemé* ponowoczesna.

Zjawiska wynikające z niej nazywane są wtórną oralnością i piktorialnością – są one wynikiem zdominowania technologii tekstu przez technologie hipertekstu, co odzwierciedla się w fenomenach komunikacyjnych rozwijanych przez ludzi socjalizowanych przez Internet, nazywanych generacją sieci (*netgeneration*).

Zeszyty Prasoznawcze – w poszukiwaniu nowych metod badania uwzględniających nowe formy epistemé poznawczej i komunikacyjnej

W związku z sukcesywnymi zmianami poznawczo-komunikacyjnymi zachodzącymi w drugiej połowie XX wieku zmianom ulegały również sposoby oraz techniki badań nad mediami, których zadaniem jest trafne opisywanie fenomenu komunikacji w celu poprawienia jej skuteczności czy kierowania i zarządzania nią. W tej perspektywie warto zwrócić uwagę na sukcesywne zmiany tradycji badawczej na łamach *ZP*, która została sformułowana w latach 50. XX wieku na podstawie pozytywistycznej metodologii, eksponującej analityczne i ilościowe ujmowanie opisywanych oraz interpretowanych zjawisk komunikacyjnych. Stopniowo okazywała się ona coraz mniej miarodajna – wymagała wielu procedur badawczych posiłkujących się badaniami jakościowymi, uzupełniającymi wiedzę na temat zmian zawartości i recepcji przekazu.

Warto więc przypomnieć prace niektórych autorów publikowane na łamach *ZP*, które odpowiadały na potrzeby zmian metod badawczych w związku z powstawaniem tej nowej *epistemé*. Przez prawie 40 lat funkcjonowania *ZP* dominowała na ich łamach pozytywistyczna racjonalność piśmienności, wywodząca się ze specyfiki druku, skierowana przede wszystkim na prasę jako na medium władające tą *epistemé*. Dopiero później stopniowo zaczęto zwracać uwagę na komunikację radiową, telewizyjną, elektroniczną i audiowizualną, które to formy z powodzeniem konkurowały z komunikacją prasową, bo dysponowały coraz nowszymi środkami wyrazu w kształtowaniu i emisji przekazów medialnych, sukcesywnie wprowadzając nowe formy *epistemé* zarówno w warstwie nadawania, jak i odbioru przekazów medialnych przez publiczność.

Ważnym tekstem sygnalizującym potrzebę zmiany badawczej w duchu tej nowej formy racjonalności przekazów był tekst Jacka Kołodzieja pt. „Opozycja czy możliwość koegzystencji? Analiza zawartości a hermeneutyka Hansa-Georga Gadamera”. Autor zauważał w nim, że analiza zawartości przeżywa obecnie regres i w metodzie hermeneutycznej widział możliwość wzbogacenia badań prasoznawczych, by „otworzyć nowe horyzonty na rozumienie konkretnych, pojedynczych wypowiedzi”. Była to konstruktywna próba przewyciężenia załamującego się pozytywistycznego modelu analizy zawartości, który od lat 60. stopniowo pogrążał się w kryzysie, co z kolei stwarzało potrzebę jej pogłębiania przez interpretacje jakościowe (Kołodziej 1990, s. 8–9). Hermeneutyczna analiza tekstu, dająca poczucie ciągłości rozumienia i całościowego wglądu w niego, mogła – zdaniem autora – ukazać szerszy horyzont jego aktualnego rozumienia. Tak pomyślane ro-

zumienie miało być zbliżaniem się do „rozumienia rzeczy”, nierzadko zakrytych treściami ideologicznymi tzw. „nowomów”, a później dopiero rozumienia czyichś opinii na ich temat. Metoda, zgodnie z postulatami metodologicznymi Gadamera, zakładała również uczestnictwo czytelnika w zrozumieniu tekstu, a więc i interaktywny jego odbiór (Kołodziej 1990, s. 11–13). Ten interaktywny odbiór miałby się rozgrywać pomiędzy autorem, tekstem i odbiorcą, a przekaz musiałby przyjmować formę dialogiczną, która w ostatecznym kształcie tworzy owo „koło hermeneutyczne”, w przebiegu którego wydobywa się szereg interpretacji i rozumień tekstu, zbliżających autora i czytelnika ku owej rzeczy (Kołodziej 1990, s. 14–15).

W roku 2002 *ZP* opublikowały tekst Pawła Płanety opisujący zupełnie nową sytuację w komunikowaniu medialnym i interpersonalnym, którą spowodował dynamiczny rozwój Internetu – przypominającą sytuację żywiłowo rozwijającego się chaosu komunikacyjnego w świecie jako „globalnej wiosce” (Płaneta 2002, s. 45–47). Autor zauważył, że model alokacyjny komunikowania, trafnie oddający funkcjonowanie mediów tradycyjnych, ulega szybkiemu wypieraniu na rzecz komunikowania o charakterze konsultacji, rejestracji, a przede wszystkim konwersacji – kosztem komunikowania periodycznego i alokacyjnego (Płaneta 2002, s. 49–57). Płaneta wyjaśniał, że ta transformacja komunikowania łączy się z fraktalnym charakterem tego nowego medium, pociągającym za sobą szybkie procesy konwergencji mediów, dalszą tabloidyzację ich komunikowania, możliwość ich immersyjnego odbioru; wzmacnia interaktywność i perswazyjność wszelkich form przekazów. Głównym zaś środowiskiem przepływu informacji staje się hipertekst wraz ze stopniami jego ulinkowania, dzięki którym użytkownik może szybko zmieniać swoją ruchliwość w różnych warstwach komunikowania, które stwarza architektura sieci (Płaneta 2002, s. 62–64).

Zasygnalizowane potrzeby zmiany technik zbierania i interpretacji danych ilościowych w analizie zawartości zostały potwierdzone w 1993 roku przez Ryszarda Filasa w artykule pt. „Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny” (Filas 1994, s. 64–66; Filas 2001, s. 33–35). Autor zauważył, że w ciągu pięciu lat transformacji medialnych po roku 1989 następuje radykalny spadek czytelnictwa dzienników ogólnoinformacyjnych i wzrost zainteresowania tygodnikami ilustrowanymi, czyli czytelnictwo przekształca się w „ogładactwo” prasy. Wynika to z postępujących procesów tabloidytacji przekazu, zapoczątkowanej już w latach 70. XX wieku, wynikającej z wpływu przekazu telewizyjnego na zawartość prasy oraz wzmocnienia tej tendencji przez tabloidyzację przekazów internetowych, opartych na przekazach hipertekstowych. Tendencja ta ulegała szybkiemu pogłębieniu w latach późniejszych, co Filas odnotował w kolejnym interesującym tekście pt. „Rynek prasy codziennej w Polsce przed *Faktem* i z *Faktem*” (Filas 2005, s. 12–14). Choć na rynku polskiej prasy i mediów toczyła się dalej walka, co wiązało się z zahamowaniem kryzysu gospodarczego w kraju i wstąpieniem do struktur UE, widać było, że sukcesy odnoszą te koncerny i wydawnictwa, które swoją działalność opierają na szybkim wdrażaniu nowych tech-

nologii medialnych oraz tendencji tabloidyzyjnych w przekazach (Filas 2005, s. 30–32).

Kolejnym artykułem opublikowanym w tej perspektywie był mój tekst – „Kierunki zmian w analizie zawartości”, stanowiący jakby odpowiedź na obserwowane przeobrażenia w przekazach medialnych i ich stopniową ewolucję, która wymagała od analizy zawartości modyfikacji metod badawczych, by mogła ujmować te zmiany jako przejawy widocznych innowacji komunikacyjnych w formie i treści przekazów medialnych połowy lat 90. XX wieku (Fiut 1995, s. 146–148). Inspiracją dla tego artykułu były dane z rynków czytelniczych (globalnego i polskiego), na których obserwowano wyraźny zwrot publiczności ku mediom wizualnym i elektronicznym oraz ogromny wzrost „nie-czytelnictwa” wśród odbiorców mediów. W ramówkach mediów tego okresu żywiłowo pojawiła się reklama, narzucająca publiczności nowe techniki perswazji, w których nie długość informacji, ale częstotliwość jej powtarzania (emfaza) przyciągała uwagę. Inną ważną kwestią w tym okresie stały się również popularne „rozgrywki” treściami przekazów z ich publicznością (tzw. zdrapki) o ostateczny sens zawartych tam informacji, które to gry mimowolnie spłycały znaczenie przekazu, preferując ludyckie podejście do niego. Sytuacje te powodowały widoczne zmiany ewolucyjne w komunikowaniu medialnym i sygnalizowały, że analiza zawartości dostarczająca ilościowych danych o formie i zawartości przekazów powinna większy nacisk położyć na częstotliwość, frekwencyjność informacji – jej powtarzalność w przekazach, dynamikę zmian ich formatów (głównie zwiększanie obecności wizualnych środków wyrazu). Umożliwiłoby to dokładniejszą rejestrację zmian zachodzących w relacjach między przekazami a ich publicznością i wskazałoby, czego poszukuje ona w mediach dla zaspokajania swoich potrzeb pozamedialnych, najczęściej przez te media rozbudzanych (Fiut 1995, s. 149–151).

Te wszystkie wcześniejsze uwagi metodologiczne, związane z ewolucją technik i metod analizy zawartości, zwróciły uwagę badaczy mediów na ponowną aktualność dwóch funkcjonalno-strukturalnych teorii komunikowania medialnego: „użytkowania i korzyści” oraz „porządku dziennego”. Wynikało to z faktu, że przekazy medialne zaczęły funkcjonować w ramach szeroko rozumianych kampanii medialnych, prowadzonych przez media, ale i instytucje medialne, które bardziej lub mniej aktywnie je sprawozdawały. Przekazy stawały się również składowymi przekazów multimedialnych, dla potrzeb których musiały być odpowiednio przygotowywane, co oznaczało, że te same treści występowały w różnych formatach medialnych, odpowiednio do potrzeb różnych kanałów ich emisji.

Jedną z prac drukowanych na łamach *ZP* poruszających te problemy był tekst Stanisława Michalczyka z roku 2008 pt. „Stare i nowe idee w teorii *uses and gratifications*” (Michalczyk 2008, s. 38–39). Przypominając główne założenia twórców tej teorii, autor wskazywał na ogromne zmiany w zawartości współczesnych mediów i tworzonych przez nie systemów medialnych, mocno podkreślał, że dla każdego nowego wydarzenia pojawiającego się w przekazie medialnym potrzebna jest budowa nowej teorii „użytkowania i korzyści”, która będzie brać

pod uwagę fakt, że współczesna publiczność medialna jest nie tylko aktywna, ale i interaktywna – szuka różnych form zaspokojenia potrzeb medialnych, ale i pozamedialnych. W związku z tym, by adekwatnie opisać dynamikę zachowania współczesnych użytkowników, analiza zawartości powinna dostarczać dane nie tylko z badań mediów starych, ale i nowych, do których gremialnie przenosi się młodsza publiczność.

W podobnej perspektywie, w kontekście budowanych w mediach *agenda-setting*, widziała wyniki analizy zawartości Ewa Nowak, autorka artykułu pt. „Ustanawianie agendy medialnej i politycznej. Interakcje i zależność”, opublikowanego na łamach *ZP* w roku 2011 (Nowak 2011, s. 68–69). Podkreślała, że we współczesnych mediach, ze względu na szybkie tempo komunikowania, istotne jest budowanie „agend porządku dziennego”, by media mogły narzucić publiczności listy ważnych wydarzeń, które winny ją zainteresować, co ułatwi jej wybór danego medium i percepcję przekazu. Analiza zawartości mediów musi ten mechanizm ich funkcjonowania uwzględniać w swych procedurach badawczych, by wyjaśniać, w jaki sposób przekazy i ich emfazy mogą oddziaływać na zachowania i wybory publiczności (Nowak 2011, s. 69).

Z kolei w roku 2014 Małgorzata Kołodziejczak i Agnieszka Stępińska opublikowały na łamach *ZP* artykuł pt. „Teoretyczne podstawy badań nad wydarzeniami medialnymi”, w którym opisały to nowe zjawisko w komunikowaniu medialnym i sugerowały, że być może należy je określić jako nowy gatunek medialny, posiadający wiele różnorodnych treściowych odmian oraz odcieni (Kołodziejczyk, Stępińska 2014, s. 15–17). Po gruntownej analizie doświadczeń medialnych związanych z kategorią wydarzenia medialnego zauważyły, że istnieje potrzeba przemyślenia metod badań tego zjawiska, które stanowi dzisiaj „niezwykle ważną podstawę badań nad zawartością przekazów medialnych” (Kołodziejczyk, Stępińska 2014, s. 20).

Zachodzące zmiany związane były również z funkcjonowaniem systemów wartości preferowanych przez publiczność mediów. W latach 90. XX i na początku XXI wieku na łamach *ZP* rozpoczęto upublicznianie wyników prowadzonych przez OBP UJ badań nad preferencjami wartości wśród publiczności rodzimych mediów. Systematyczne analizy tzw. słów sztandarowych ujawniały zmiany postaw publiczności mediów w jej „świecie życia” modyfikowanym przez te nowe formy *epistemé*, które w ostatnim ćwierćwieczu XX wieku zawładnęły umysłami człowieka nowoczesnego i ponowoczesnego oraz jego mediami, na zawartość których miały coraz większy wpływ. Tego typu badania prezentują prace Waleriego Pisarka – o „słowach sztandarowych” i ich hierarchiach wśród polskiej publiczności (Pisarek 2001a, s. 7–18; Pisarek 2001b, s. 143–152), Tomasza Gobana-Klasa – penetrujące obszar zmian kulturowych i preferencji wartości (Pisarek, Goban-Klasa 1981; Goban-Klasa 1985), Jerzego Bralczyka (Bralczyk 1985; 1989) – poświęcone badaniom w obszarze języka, szczególnie języka propagandy i reklamy, oraz moje, opisujące zmiany aksjologiczne w światopoglądzie użytkowników nowych mediów. Tą perspektywą aksjologiczną operował mianowicie

opublikowany na łamach *ZP* mój tekst z roku 2006, dotyczący preferencji aksjologicznych internautów (Fiut 2006, s. 76–92).

Tomasz Mielczarek kilkakrotnie podejmował kwestię „śmierci prasy” tradycyjnej (Mielczarek 2007, s. 51–68) (co wielokrotnie sygnalizował też Filas, zob. Filas 2012). Z kolei Magdalena Szpunar ukazała o wiele szerszą perspektywę obecnych tendencji rozwoju procesów komunikacyjnych mających znaczenie dla metodologii badań medioznawczych, opisując szerzące się obecnie w komunikowaniu zdominowanym przez nowe media funkcjonujące pod dyktando hipertekstowego *biasu* zjawisko „oralności wtórnej”, generującej „wtórną piśmienność” (piktorialną), po wcześniejszym „przewrocie obrazkowym” w komunikowaniu internetowym, co również wymaga nowego podejścia w badaniach przygotowywanych w planie analizy zawartości (Szpunar 2014, s. 704–705).

Przedstawiłem tylko niektóre teksty publikowane na łamach *ZP*, wskazujące na konieczność zmian technik i metod prowadzenia analizy zawartości, choć było ich o wiele więcej. Wyraźnie wskazywały szybkie zmiany racjonalności oraz aksjologii komunikowania w mediach krajowych oraz zagranicznych, dokonujące się pod wpływem rozprzestrzeniania się owej nowej *epistémé*, wynikającej z dominacji hipertekstu w komunikowaniu. Omówienie ich wszystkich przekracza ramy niniejszego artykułu, co nie znaczy, że dla zrozumienia przemian ostatniego półwiecza w komunikowaniu takie opracowanie nie byłoby pożądane.

Uwagi końcowe

Wszystkie wspomniane prace, sukcesywnie publikowane na łamach *ZP*, przygotowały grunt dla zrozumienia multimodularnego charakteru kolejnych generacji nowych mediów oraz multimedialnego dyskursu ich użytkowników. Ukazały komunikowanie medialne i komunikowanie się publiczności w jego ramach jako źródła i stabilizatory tej nowej *epistémé* komunikologicznej, generowanej przez hipertekst. Interaktywne przekazy medialne, często współtworzone w sposób partnerski przez nadawców i ich interaktywną publiczność, wymagają zupełnie nowego podejścia metodologicznego. Zarówno klasyczna analiza zawartości przekazów, jak i jej dopełnienie analizą jakościową czy studiami przypadków niekoniecznie muszą dawać adekwatną wiedzę o fenomenie tych nowych przejawów komunikowania. Ważne stają się również ich ramowe interpretacje teoretyczne w obszarach rekonstruowanych teorii „użytkowania i korzyści” lub „agendy porządku dziennego”, o które walczą między sobą nie tylko media publiczne, komercyjne, ale i prywatni użytkownicy mediów budowanych w przestrzeniach Internetu, którzy sezonowo próbują wyjść z nimi bezpośrednio do publiczności w świecie realnym.

Bibliografia

- Berelson B. (1952). *Content Analysis in Communication*. Glencoe.
- Bralczyk J. (1985). Konieczność jako cecha świata w propagandzie. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1, s. 25–28.
- Bralczyk J. (1989). Język sprasowany (VIII). *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1, s. 79–81.
- Bryant P.E. (2000). Piaget. W: R. Fuller (red.). *Pionierzy psychologii. 7 historycznych portretów od Francisa Galtona do Jeana Piageta*. Wrocław.
- Buss D. (2001). *Psychologia ewolucyjna. Jak wytłumaczyć społeczne zachowania człowieka?* Gdańsk.
- Dubiel P. (1971). Niektóre metodologiczne problemy analizy tła. *Otázky Žurnalistiki*, nr 2, s. 28–36.
- Filas R. (1994). Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 57–66.
- Filas R. (1995). Czytelność prasy w połowie lat dziewięćdziesiątych: od czytelności do oglądalności? *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 142–153.
- Filas R. (2001). Aktywność czytelnicza Polaków przełomu wieku. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 7–36.
- Filas R. (2005). Rynek prasy codziennej w Polsce przed *Faktem* i z *Faktem*. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 7–32.
- Filas R. (2012). Dokąd zmierza nasza prasa? Hipotezy i spekulacje. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 27–54.
- Fiut I.S. (1995). Kierunki zmian w analizie zawartości. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 144–152.
- Fiut I.S. (1997). *Negacja i Niebyt. Ujęcie systemowe Georga W.F. Hegla i Martina Heideggera*. Kraków.
- Fiut I.S. (2006). Aktywność medialna użytkowników Internetu i ich preferencje aksjologiczne. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 76–92.
- Goban-Klas T. (1985). *Świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego*. OBP, Kraków.
- Kołodziej J. (1990). Opozycja czy możliwość koegzystencji? Analiza zawartości a hermeneutyka Hansa-Georga Gadamera. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 2–4, s. 5–20.
- Kołodziejczak M., Stępińska A. (2014). Teoretyczne podstawy badań nad wydarzeniami medialnymi. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1, s. 1–21.
- Lask E. (1911). *Die Logik der Philosophie und die Kategorienlehre*. Tübingen.
- Lent J.A. (1988). Nowe technologie komunikacyjne, mity, problemy alternatywy. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3 (117), s. 15–38.
- Lisowska-Magdziarz M. (2004). *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*. Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M. (2006). *Analiza tekstów w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*. Kraków.
- Macphail E.M. (2002). *Ewolucja świadomości*. Poznań.
- Manovich L. (2006). *Język nowych mediów*. Warszawa.
- Mersch D. (2010). *Teorie mediów*. Warszawa.
- Michalczyk S. (2008). Stare i nowe idee w teoriach *uses and gratifications*. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 29–44.
- Mielczarek T. (2007). Pożegnanie z prasą. Czy w Polsce kończy się era Gutenberga? *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 51–68.
- Miller G. (2004). *Umysł w zalotach. Jak wybory seksualne kształtowały naturę człowieka*. Poznań.

- Nowak E. (2011). Ustanawianie agendy medialnej i politycznej. Interakcje i zależność. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 54–70.
- Ong W.J. (1992). Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii. Lublin.
- Pinker S. (1997). Jak działa umysł. Warszawa.
- Pisarek W. (1983). Analiza zawartości prasy. Kraków.
- Pisarek W. (1988). Prasa wobec wyzwań nowych mediów. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 4, s. 5–52.
- Pisarek W. (2001a). Słowa sztandarowe czytelników różnych gazet i czasopism. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 7–18.
- Pisarek W. (2001b). Słownik wyrazów ważnych na tle innych słowników. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 143–152.
- Pisarek W., Goban-Klas T. (1981). Aktywność, preferencje i świadomość kulturalna społeczeństwa polskiego. Kraków.
- Planeta P. (2002). Chaos w globalnej sieci perswazji. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 43–64.
- Siwek H. (1973). Wartości poznawcze wskaźników zasięgu czytelnictwa prasy. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 2, s. 5–22.
- Siwek H. (1997). Badania czytelnictwa prasy – deklaracja a rzeczywistość. Szkic metodologiczny. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 7–25.
- Szpunar M. (2014). Od pierwotnej oralności do wtórnej piśmienności w epoce dominacji internetowego biasu. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 4, s. 694–706.
- Tapscot D. (2010). Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat. Warszawa.
- Tuchańska B. (2014). Ontologia kulturowa: zarys konstrukcji. *Diametros*, nr 41, s. 127–151.

STRESZCZENIE

Artykuł zawiera analizę zmian *epistémé* poznawczej pod wpływem ewolucji technologicznej kolejnych generacji mediów. Autor uważa, że badania mediów muszą korespondować ze zmianami *epistémé*. Na przykładzie wybranych tekstów z zakresu badań medioznawczych opublikowanych w *Zeszytach Prasoznawczych* pokazane zostały próby tego typu transformacji w tych badaniach. Obecnie głównym zadaniem metodologii badań jest właściwe dobranie metod ilościowych i jakościowych – by korespondowały one z wiodącą *epistémé* w komunikowaniu medialnym.

Słowa kluczowe: *epistémé*, metody badań ilościowych i jakościowych, oralność i piktorialność wtórna, *Zeszyty Prasoznawcze*